

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ฎ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	4
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
1.4 ขอบเขตของการศึกษา	5
1.5 นิยามศัพท์	5
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
2.1 แนวคิดที่เกี่ยวข้อง	7
2.1.1 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค	7
2.1.2 แนวคิดเกี่ยวกับความคาดหวัง	8
2.1.3 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ	8
2.2 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	10
2.2.1 ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค	10
2.2.2 ทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวังและความพึงพอใจ	12
2.3 การทดสอบค่าไคสแควร์	13
2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	16
2.4.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค	16
2.4.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความคาดหวังและความพึงพอใจ	17
2.4.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับผักปลอดสารพิษ	20

	หน้า
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	24
3.1 กรอบแนวคิดเพื่อการศึกษา	24
3.2 วิธีดำเนินการศึกษา	25
3.2.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	25
3.2.2 แหล่งข้อมูล	25
3.2.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	26
3.2.4 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	26
3.2.5 การวิเคราะห์ข้อมูล	27
บทที่ 4 ผลการศึกษา	30
4.1 ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	30
4.2 ผลการศึกษาพฤติกรรมการณ์ซื้อผักปลอดสารพิษมาบริโภค	32
4.3 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความคาดหวังและพฤติกรรมจากการซื้อผักปลอดสารพิษ	39
4.4 ผลการศึกษาความคาดหวังจากการซื้อผักปลอดสารพิษมาบริโภค	63
4.5 ผลการศึกษาความพึงพอใจที่ได้รับจากการซื้อผักปลอดสารพิษมาบริโภค	68
4.6 ผลการเปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ซื้อผักปลอดสารพิษมาบริโภค	73
4.7 ผลการศึกษาปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้บริโภค	74
4.7.1 ปัญหาที่ผู้บริโภคพบจากการซื้อผักปลอดสารพิษ	74
4.7.2 ข้อเสนอแนะของผู้บริโภค	76
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	79
5.1 สรุปผลการศึกษา	79
5.2 อภิปรายผลการศึกษา	82
5.3 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย	85
5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป	86
เอกสารอ้างอิง	87
ภาคผนวก	91
แบบสอบถาม	92
ประวัติผู้เขียน	102

## สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1.1 ปริมาณและมูลค่าการนำเข้าสารกำจัดศัตรูพืช ปี 2545-2552	2
3.1 การให้คะแนน เกณฑ์การให้ความหมายของระดับความคาดหวังและความพึงพอใจที่ได้จากการซื้อผักปลอดสารพิษ	29
4.1 ข้อมูลทั่วไปที่เกี่ยวกับประชากรกลุ่มตัวอย่าง	30
4.2 พฤติกรรมการซื้อผักปลอดสารพิษมาบริโภค	32
4.3 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความคาดหวังว่าการบริโภคผักปลอดสารพิษจะทำให้สุขภาพแข็งแรงปลอดภัยจากโรคร้าย	40
4.4 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความคาดหวังว่าผักปลอดสารพิษจะมีคุณภาพเหมาะสมกับราคา	42
4.5 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความคาดหวังว่าจะมีเอกสารเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสารของผักปลอดสารพิษ	44
4.6 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับหลักเกณฑ์ในการเลือกซื้อผักปลอดสารพิษ	49
4.7 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการซื้อผักปลอดสารพิษ	53
4.8 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการให้ลำดับความสำคัญของสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษ	58
4.9 ระดับความสำคัญของความคาดหวังที่ผู้บริโภคคาดว่าจะได้รับจากการซื้อผักปลอดสารพิษมาบริโภค	65
4.10 ระดับความสำคัญของความพึงพอใจที่ผู้บริโภคได้รับจากการซื้อผักปลอดสารพิษมาบริโภค	70
4.11 เปรียบเทียบระดับความคาดหวังและระดับความพึงพอใจ	73
4.12 ปัญหาที่ผู้บริโภคพบจากการซื้อผักปลอดสารพิษ	75
4.13 ข้อเสนอแนะของผู้บริโภคในการซื้อผักปลอดสารพิษ	77

## สารบัญภาพ

ภาพ		หน้า
2.1	การใช้ส่วนประสมการตลาด (4Ps) เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า 4 ด้าน (4Cs)	9
2.2	ตัวแบบพฤติกรรมในการซื้อของผู้บริโภค	10
2.3	ตัวแบบพฤติกรรมการซื้อ และพลังผลักดัน	11
2.4	ทฤษฎีความคาดหวัง V.I.E. Theory	13
3.1	กรอบการศึกษาวิจัย	24