

เอื้ออารีย์ เจริญสว่าง 2561: พฤติกรรมผู้บริโภคที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผักอินทรีย์ ในเขต กรุงเทพมหานคร ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ธุรกิจการเกษตร) สาขาธุรกิจการเกษตร ภาควิชา เศรษฐศาสตร์เกษตรและทรัพยากร ประชานกรรมการที่ปรึกษา: อาจารย์เดชรัตน์ สุขกำเนิด ,Ph.D. 73 หน้า

จากการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อจัดกลุ่มผู้บริโภคที่มีการซื้อผักอินทรีย์ และเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคที่กำหนดการซื้อของผักอินทรีย์ของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ราย โดยเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามในช่วงมกราคม 2561 – มีนาคม 2561 โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้ Cross tab เพื่อดูความสัมพันธ์ของข้อมูล และใช้การวิเคราะห์กลุ่มแบบไม่เป็นขั้นตอน K-Mean Cluster

จากการศึกษาได้มีการแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 3 กลุ่ม คือ ไม่เคยซื้อผักอินทรีย์ เคยซื้อผักอินทรีย์และนึกถึงผักอินทรีย์เป็นอันดับแรก และเคยซื้อผักอินทรีย์แต่ไม่ได้นึกถึงผักอินทรีย์เป็นอันดับแรก โดยผลการศึกษาพบว่า ทุกกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด มีระดับการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ที่ปริญญาตรี ในเรื่องปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญด้านราคาให้ความสำคัญมาก ส่วนความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสถานที่จัดจำหน่าย และด้านส่งเสริมการตลาดให้ความสำคัญปานกลาง

ผลการวิเคราะห์จากการใช้การวิเคราะห์กลุ่มแบบไม่เป็นขั้นตอน K-Mean Cluster ผ่านโปรแกรม SPSS โดย ใช้ปัจจัยทางการตลาด 4 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่จัดจำหน่าย และด้านส่งเสริมทางการตลาดเป็นตัวแปรในการแบ่งกลุ่ม สามารถจำแนกได้ทั้งหมด 4 กลุ่มผู้ซื้อผักอินทรีย์ ดังนี้กลุ่มที่ 1 หรือกลุ่มเน้นคุณภาพไม่เกี่ยงราคา กลุ่มที่ 2 หรือกลุ่มเน้นบริการ กลุ่มที่ 3 หรือกลุ่มเน้นภาพลักษณ์ กลุ่ม 4 หรือกลุ่มเน้นสะดวกราคาไม่แพง

---

ลายมืออิเล็กทรอนิกส์

---

ลายมือชื่อประธานกรรมการที่ปรึกษา