

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารปลอดภัย  
ของครอบครัวนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์  
จังหวัดฉะเชิงเทรา

นายณัฐพนนท์ สิงห์ยศ



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต  
วิชาเอกการพัฒนาครอบครัวและสังคม สาขาวิชามนุษยนิเวศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

พ.ศ. 2553

**Factors Affecting the Behavior of Selection of Uncontaminated Food  
by Rajabhat Rajanagarindra University Students' Families  
in Chachoengsao Province**

**Mr.Natpanon Singyot**

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for  
the Degree of Master of Home Economics in Family and Social Development

School of Home Ecology

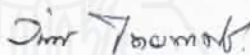
Sukhothai Thammathirat Open University

2010

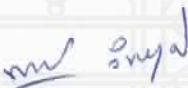
หัวข้อวิทยานิพนธ์ บัณฑิตที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารปลอดภัยปนเปื้อนของ  
ครอบครัวนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏราชชนครินทร์ จังหวัดฉะเชิงเทรา  
ชื่อและนามสกุล นายณัฐปนันท์ สิงห์ยศ  
วิชาเอก การพัฒนาครอบครัวและสังคม  
สาขาวิชา มนุษยนิเวศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช  
อาจารย์ที่ปรึกษา 1. รองศาสตราจารย์พูนศิริ วจนะภูมิ  
2. รองศาสตราจารย์ ดร. สุกมาศ อังสุโชติ  
3. รองศาสตราจารย์จิระภรณ์ ตันติชัยรัตนกุล

วิทยานิพนธ์นี้ได้รับความเห็นชอบให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
ตามหลักสูตรระดับปริญญาโท เมื่อวันที่ 28 กรกฎาคม 2554


คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร. วันดี ไทยพานิช)

..... กรรมการ

(รองศาสตราจารย์พูนศิริ วจนะภูมิ)

..... กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร. สุกมาศ อังสุโชติ)

..... กรรมการ

(รองศาสตราจารย์จิระภรณ์ ตันติชัยรัตนกุล)

..... ประธานกรรมการบัณฑิตศึกษา  
(รองศาสตราจารย์ ดร. สุจินต์ วิสวธีรานนท์)



**ชื่อวิทยานิพนธ์** ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารปลอดภัยสารปนเปื้อนของครอบครัวนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏราชชนครินทร์ จังหวัดฉะเชิงเทรา

**ผู้วิจัย** นายณัฐพนนท์ สิงห์ยศ รหัสนักศึกษา 2487000099 **ปริญญา** คหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต (การพัฒนาครอบครัวและสังคม)

**อาจารย์ที่ปรึกษา** (1) รองศาสตราจารย์พูนศิริ วัจนะภูมิ (2) รองศาสตราจารย์ ดร.สุกมาส อังสุโชติ (3) รองศาสตราจารย์จิระภรณ์ ดันดิษฐ์รัตนกุล **ปีการศึกษา** 2553

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อ (1) ศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารปลอดภัยสารปนเปื้อนของครอบครัว (2) ศึกษาคุณลักษณะของผู้ซื้ออาหารของครอบครัว (3) ศึกษาความรู้เกี่ยวกับสารปนเปื้อนในอาหารของผู้ซื้ออาหารของครอบครัว (4) ศึกษาความสำคัญของกลุ่มอ้างอิงต่อผู้ซื้ออาหารของครอบครัว (5) ศึกษาความสำคัญของส่วนประสมการตลาดต่อผู้ซื้ออาหารของครอบครัว (6) เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยคุณลักษณะของผู้ซื้ออาหาร ความรู้เกี่ยวกับสารปนเปื้อนในอาหาร ความสำคัญของกลุ่มอ้างอิงและส่วนประสมการตลาดต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารปลอดภัยสารปนเปื้อนของครอบครัวนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏราชชนครินทร์ จังหวัดฉะเชิงเทรา

กลุ่มตัวอย่างเป็นสมาชิกของครอบครัว จำนวน 323 คน เครื่องมือที่ใช้รวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามมีค่าความเที่ยงของแบบสอบถาม พฤติกรรมการเลือกซื้ออาหาร ความรู้เกี่ยวกับสารปนเปื้อนในอาหาร ความสำคัญของกลุ่มอ้างอิงและความสำคัญของส่วนประสมการตลาด เท่ากับ .84, .70, .85 และ .91 ตามลำดับ การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัย พบว่า (1) กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารปลอดภัยสารปนเปื้อนโดยรวมอยู่ในระดับพอใช้ โดยมีการเลือกซื้ออาหารสด อาหารพร้อมปรุง และอาหารปรุงสำเร็จอยู่ในระดับพอใช้ (2) คุณลักษณะของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 35-54 ปี อาชีพรับจ้าง จบการศึกษาระดับ ม.6 มีรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน 5,001-20,000 บาท (3) มีความรู้เกี่ยวกับสารปนเปื้อนในอาหารอยู่ในระดับพอใช้ (4) กลุ่มอ้างอิงที่มีความสำคัญมากที่สุดคือสมาชิกในครอบครัวสำหรับสื่อพบว่าสื่อโทรทัศน์มีความสำคัญมากที่สุด (5) ส่วนประสมการตลาดมีความสำคัญต่อการเลือกซื้ออาหารปลอดภัยสารปนเปื้อนในระดับมาก โดยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่ายระดับมาก ด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับปานกลาง (6) ปัจจัยความรู้เกี่ยวกับสารปนเปื้อนในอาหาร ส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดและด้านส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์เป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารปลอดภัยสารปนเปื้อนอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 สามารถทำนายพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างได้ร้อยละ 29.1

**คำสำคัญ** พฤติกรรมการเลือกซื้ออาหาร อาหารปลอดภัยสารปนเปื้อน ครอบครัวนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏราชชนครินทร์

**Thesis title:** Factors Influencing the Behavior of Selection of Uncontaminated Food by Rajabhat Rajanagarindra University Students' Families in Chachoengsao Province

**Researcher:** Mr. Natpanon Singyot ; **ID :** 2487000099 **Degree:** Master of Home Economics (Family and Social Development); **Thesis advisors:** (1). Poonsiri Wajabhumi, Associate Professor; (2) Dr. Supamas Angsuchoti , Associate Professor; (3) Jirabhorn Tantichairatsakul, Associate Professor; **Academic year:** 2010

### Abstract

The objective of the research is aimed to investigate (1) the behavior of selection of uncontaminated food in families and (2) the characteristics of food purchasers; (3) common knowledge regarding uncontaminated food of food purchasers; (4) the significance of reference group towards food purchasers; (5) the marketing mix influencing food purchasers; (6) the influence of the food purchasers' characteristics, knowledge on food contamination, the marketing mix influencing food purchasers of RRU students' families.

The samples, conducted through stratified sampling, were 323 food purchasers in families of students from five faculties of RRU. Data collection was conducted by reliable questionnaire. The behavior of selection of uncontaminated food, the characteristics of food purchasers, common knowledge regarding food contamination of food purchasers, the significance of reference group towards food purchasers, the marketing mix influencing food purchasers were .84, .70, .85 and .91 respectively. The statistics used for this study were frequency, percentage, mean, standard deviation, correlation and Stepwise Multiple Regression analysis.

It revealed that (1) the behavior of food purchasers in each family selected to buy uncontaminated fresh food, instant-cooking food, ready-cooking food, and food packaging utensils was at moderate level. (2) The food purchasers in each family were mostly women who aged between 35-54 years and led their lives as employees. They finished matthayomsuksa 6 and earned 5,001-20,000 baht a month. (3) The knowledge on food contamination of food purchasers was at moderate level. (4) The most important person of reference group was the member of the family. For the media aspect, it was found that the TV media was the most important. (5) The marketing mix had an influence on food purchasers at high level by which the product, price and place had an influence on food purchasers at high level; whereas, the marketing promotion was at moderate level. (6) The knowledge of food contamination, the marketing mix on marketing promotion and the marketing mix on products were variables influencing on the behavior of food selection in each family at .05 level of significance. It can predict the behavior of selection of uncontaminated food of the samples by 29.1%

**Keywords :** The Behavior of selection of food purchasing , Uncontaminated food , Rajabhat Rajanagarindra University Students' Families

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาของ รองศาสตราจารย์พูนศิริ วัจนะภูมิ รองศาสตราจารย์ ดร.สุภมาส อังศุโชติ และ รองศาสตราจารย์จิระภรณ์ ตันติชัยรัตนกุล อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ซึ่งท่านได้กรุณาตรวจพิจารณางานวิจัย ให้คำแนะนำช่วยเหลือ ให้แนวคิด และปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยความเอาใจใส่เป็นอย่างดี พร้อมทั้งให้กำลังใจตลอดมา ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ ที่นี้

ขอกราบขอบพระคุณคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ทุกท่าน ที่ได้กรุณาให้ความรู้ คำแนะนำ คำปรึกษา และตรวจแก้ไข ข้อบกพร่องต่าง ๆ จนวิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ขอกราบขอบพระคุณ ดร.พรสิน สุภวาลัย ดร.เทพนคร ทาคง อาจารย์จินดา เนื่องจางค์ อาจารย์อาริยา บุญทวี ที่เป็นกำลังใจและเป็นแรงผลักดันให้ประสบความสำเร็จ ขอขอบคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์นภาพร อมรเลิศสินไทย และนางสาวละออง สาลีพวงที่ได้กรุณาให้คำแนะนำ และข้อเสนอแนะต่าง ๆ ในการสร้างเครื่องมือวิจัย และเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบเครื่องมือวิจัยครั้งนี้

ขอขอบคุณนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์ จังหวัดฉะเชิงเทราเป็นกลุ่มตัวอย่าง กรุณาให้ความร่วมมือในการทดลองใช้เครื่องมือและเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย

สุดท้ายนี้ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงสำหรับ คุณแม่อรุณ สิงห์ยศ และนางสาวศศิสุนทร โชติ พี่สาวที่สนับสนุนทุนการศึกษา และเป็นกำลังใจอย่างยิ่งในการทำวิทยานิพนธ์

คุณค่าและประโยชน์อันพึงมีจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอน้อมเป็นเครื่องบูชา พระคุณ คุณพ่อไป่ สิงห์ยศ ผู้ล่วงลับ และขอน้อมบูชาพระคุณครูบาอาจารย์ทั้งในอดีตและปัจจุบันทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ให้แก่ผู้วิจัยในด้านต่าง ๆ

นายณัฐปนนท์ สิงห์ยศ

กรกฎาคม 2554

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย .....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ .....	จ
กิตติกรรมประกาศ .....	ฉ
สารบัญตาราง .....	ฅ
สารบัญภาพ .....	ญ
บทที่ 1 บทนำ .....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา .....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย .....	3
กรอบแนวคิดการวิจัย .....	3
สมมติฐานการวิจัย .....	6
ขอบเขตการวิจัย .....	6
นิยามศัพท์เฉพาะ .....	7
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ .....	8
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง .....	9
ความรู้เกี่ยวกับสารปนเปื้อน .....	9
แนวคิดเกี่ยวกับผู้บริโภคและพฤติกรรมผู้บริโภค .....	18
แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาด .....	38
การเลือกซื้ออาหารปลอดสารปนเปื้อน .....	41
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	57
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย .....	67
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง .....	67
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย .....	69
การเก็บรวบรวมข้อมูล .....	71
การวิเคราะห์ข้อมูล .....	72
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....	74
ตอนที่ 1 พฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารปลอดสารปนเปื้อนของครอบครัว .....	74
ตอนที่ 2 คุณลักษณะของผู้ซื้ออาหารของครอบครัว .....	78

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ตอนที่ 3 ความรู้เกี่ยวกับสารปนเปื้อนในอาหารของผู้ซื้ออาหารของครอบครัว .....	80
ตอนที่ 4 ความสำคัญของกลุ่มอ้างอิงที่มีต่อผู้ซื้ออาหารของครอบครัว .....	83
ตอนที่ 5 ความสำคัญของส่วนประสมการตลาดที่มีต่อผู้ซื้ออาหารของครอบครัว .....	84
ตอนที่ 6 อิทธิพลของปัจจัยคุณลักษณะของผู้ซื้ออาหารของครอบครัว ความรู้เกี่ยวกับ สารปนเปื้อนในอาหาร ความสำคัญของกลุ่มอ้างอิงและความสำคัญของส่วนประสม การตลาดที่มีต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารปลอดสารปนเปื้อนของครอบครัว .....	87
บทที่ 5 สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ .....	92
สรุปการวิจัย .....	92
อภิปรายผล .....	97
ข้อเสนอแนะ .....	104
บรรณานุกรม .....	106
ภาคผนวก .....	114
ก รายนามผู้ทรงคุณวุฒิ .....	115
ข แบบสอบถาม .....	117
ค การตรวจคุณภาพเครื่องมือ .....	128
ง เฉลยแบบสอบถามทดสอบความรู้เกี่ยวกับสารปนเปื้อนในอาหาร .....	137
ประวัติผู้วิจัย .....	139



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 2.1 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค .....	21
ตารางที่ 2.2 ตารางแสดงและสรุปถึงรูปแบบในการบริโภคต่าง ๆ และการตัดสินใจ เกี่ยวกับการซื้อ .....	36
ตารางที่ 3.1 ตารางแสดงจำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่างจากคณะต่าง ๆ ในมหาวิทยาลัย ราชภัฏราชนครินทร์ จังหวัดฉะเชิงเทรา .....	69
ตารางที่ 4.1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหาร ปลอดสารปนเปื้อนและระดับการปฏิบัติของพฤติกรรมรายข้อ .....	75
ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของผู้ซื้ออาหารของครอบครัวจำแนกตามลักษณะ ประชากร .....	78
ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของผู้ซื้ออาหารของครอบครัวที่มีความรู้เกี่ยวกับสารปนเปื้อน ในอาหารในระดับต่าง ๆ .....	80
ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบถูกในเรื่องสารปนเปื้อนในอาหาร .....	81
ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความสำคัญของกลุ่มอ้างอิงที่มีต่อ ผู้ซื้ออาหารของครอบครัว .....	83
ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความสำคัญของส่วนประสมการตลาด ที่มีต่อการเลือกซื้ออาหารของครอบครัว .....	85
ตารางที่ 4.7 สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม .....	89
ตารางที่ 4.8 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม การเลือกซื้ออาหารปลอดสารปนเปื้อนของผู้ซื้ออาหารของครอบครัว .....	90

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย .....	5
ภาพที่ 2.1 องค์ประกอบของผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มตลาดเป้าหมาย .....	20
ภาพที่ 2.2 แสดงรูปแบบพฤติกรรมผู้ซื้อและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ ของผู้บริโภค .....	27
ภาพที่ 2.3 แสดงช่องทางจัดจำหน่ายสินค้าบริโภค .....	28
ภาพที่ 2.4 กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ .....	35
ภาพที่ 2.5 สัญลักษณ์ของเครื่องหมายอาหารปลอดภัย .....	48
ภาพที่ 2.6 สัญลักษณ์ของเครื่องหมายอาหารสะอาด รสชาติอร่อย .....	49
ภาพที่ 2.7 สัญลักษณ์ของเครื่องหมาย ออ. ....	49
ภาพที่ 2.8 สัญลักษณ์ของเครื่องหมายตลาดสดน่าซื้อ .....	50
ภาพที่ 2.9 สัญลักษณ์ของเครื่องหมายรับรองคุณภาพตรวจสอบสารพิษ .....	51



# บทที่ 1

## บทนำ

### 1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สภาพเศรษฐกิจ การเมืองและสังคมที่เจริญเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว ความเป็นสังคมเมืองและการพัฒนาไปสู่ประเทศอุตสาหกรรมใหม่ของประเทศ ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางด้านวิถีชีวิตของประชาชน รวมทั้งวัฒนธรรมการรับประทานอาหารของประชาชน จากที่เคยปรุงอาหารรับประทานเองที่บ้านเปลี่ยนไปเป็นการรับประทานอาหารนอกบ้าน อาหารปรุงสำเร็จ อาหาร กึ่งสำเร็จรูป อาหารพร้อมรับประทาน ผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมปรุงและปรุงสำเร็จจึงมีบทบาทสำคัญต่อสุขภาพของประชาชนในการปรุงอาหารที่รวดเร็ว ในปริมาณมากเพื่อสนองตอบต่อความต้องการของผู้บริโภคที่มากขึ้น มักพบว่ามีสารเคมีเข้ามาช่วยในกระบวนการผลิตในรูปของสารปรุงแต่งอาหารซึ่งมีข้อจำกัดในการใช้อยู่บ่อยครั้งแต่ก็ยังมีผู้ผลิตที่ใช้สารเคมีเกินขนาด ใช้ผิดวัตถุประสงค์หรือมีการใช้สารเคมีอย่างไม่ระมัดระวัง สิ่งเหล่านี้เป็นสาเหตุของอาหารเป็นพิษ

ปัญหาวิกฤตสุขภาพในปัจจุบันเป็นเรื่องที่คนทั่วไปเริ่มสนใจต่อการเจ็บป่วยภัยจากการได้รับสารพิษที่ปนเปื้อนในอาหารและภัยจากอาหารที่แฝงไว้มากมาย เริ่มตระหนักและหาหนทางหลีกเลี่ยงอาหารที่จะบั่นทอนสุขภาพหรือหาทางลดอาหารที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ โรคมะเร็งเป็นโรคนึ่งที่มีความสัมพันธ์กับอาหารพบว่าร้อยละ 50-80 ของการเกิดโรคมะเร็งมาจากอาหารที่บริโภคเข้าไป ผู้เชี่ยวชาญด้านโรคมะเร็งจากหลายๆ ประเทศแนะนำว่าการเปลี่ยนนิสัยการกิน การเลือกกินและการรู้จักกินสามารถลดอันตรายที่เสี่ยงต่อการเกิดโรคมะเร็งบางชนิดได้ ทางด้านปลัดกระทรวงสาธารณสุขระบุสารปนเปื้อนในอาหารทำให้คนไทยป่วยประมาณล้านคนต่อปีทั้งในระยะสั้นและการก่อผลกระทบในระยะยาว พิษสะสมจนเกิดเป็นโรคมะเร็งมีรายงานเสียชีวิตปีละ 60,000 ราย(สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา สารปนเปื้อนในอาหาร วันนี้ ไม่ใช่ใจไม่ได้แล้ว คืบคลานวันที่ 25 กุมภาพันธ์ 2552 จาก <http://www.fda.moph.go.th/>) ดังนั้น การบริโภคอาหารในปัจจุบันจึงมีความเสี่ยงที่จะเป็นอันตรายต่อร่างกายค่อนข้างสูงเพราะมีการปลอมปนสารเคมีลงในอาหารเพื่อผลทางการค้าหรืออาจจะมีการปลอมปนของสารเคมีลงในภาชนะบรรจุอาหารหรือปนเปื้อนจากสภาพแวดล้อม เช่น มีสารพิษตกค้างจากยาฆ่าแมลงและสารเคมีอื่นๆ ที่เป็นพิษซึ่งสารเหล่านี้ก็จะเข้าสู่ร่างกายได้ ปัญหาเหล่านี้มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับสุขภาพอนามัยของประชาชน

ที่เป็นผู้บริโภค การเลือกซื้ออาหารหรือการบริโภคอาหาร ผู้บริโภคส่วนใหญ่มักเลือกซื้ออาหารที่มี สีสวยงาม รสดี กลิ่นหอมและราคาถูกเป็นสำคัญ ซึ่งบางครั้งอาหารเหล่านั้นอาจจะมีคุณค่าทาง โภชนาการต่ำกว่าเกณฑ์ที่ร่างกายต้องการ การกินอาหารที่มีสารพิษแปลกปลอมหรือผู้ผลิตใส่สาร ปรงแต่งที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพลงไปด้วยความมกง่ายหรือรู้เท่าไม่ถึงการณ์ นับว่าเป็นอันตราย อย่างยิ่งต่อสุขภาพอนามัยของประชาชน ซึ่งถือว่าเป็นหัวใจสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ของประเทศให้มีความก้าวหน้าทัดเทียมกับนานาอารยประเทศได้ ดังนั้นพฤติกรรมกรรมการบริโภคมีผล ต่อสุขภาพของผู้บริโภคสามารถป้องกันได้ด้วยการเลือกซื้ออาหารที่สดใหม่ สะอาด ผลิตจากแหล่ง ผลิตที่เชื่อถือได้ การบริโภคอาหารที่ปราศจากสารปนเปื้อน จะช่วยทำให้ปัญหาเกี่ยวกับสุขภาพ ลดลงไปได้เป็นอย่างมาก (ศิริพร จันทรแสนตอ, 2542: 4) ในจังหวัดฉะเชิงเทรา มีตลาดสด ทั้งตอน เช้าและตอนเย็นหลายแห่ง อีกทั้งยังมีห้างสรรพสินค้าใหญ่ ๆ เกิดขึ้นจากผู้ประกอบการชาวไทย และห้างค้าปลีกขนาดใหญ่ ซึ่งแต่ละแห่งมีการรับของสดประเภทผักและผลไม้ รวมทั้งเนื้อสัตว์ชนิด ต่างๆ จากแหล่งผลิตหลายๆแห่งมาจำหน่าย จึงยากที่จะหาหลักประกันในเรื่องของความสะอาดและ มาตรฐานในการผลิตของแต่ละแห่งให้มีความสะอาดได้ เกษตรกรผู้ปลูกพืช ผู้เลี้ยงสัตว์ ต้องมีการใส่ปุ๋ย ฉีดพ่นยาฆ่าแมลง ให้อาหารเสริมเพื่อบำรุงหรือเร่งการเจริญเติบโตของพืชและสัตว์ เพราะรู้ว่าคนไทยชอบซื้ออาหารสดที่มีรูปร่าง ลักษณะ และ สีสวย โดยไม่คำนึงถึงสิ่งที่แอบแฝง อยู่ภายในหรือภายใต้ผิวที่สวย (อาหารสีเขียว ค้นคืนวันที่ 31 กรกฎาคม 2554 จาก [www.thaihealth.or.th](http://www.thaihealth.or.th)) อีกทั้งยังมีอาหารพร้อมปรุง และอาหารปรุงสำเร็จซึ่งมีบทบาทสำคัญต่อสุขภาพ ของผู้บริโภคในจังหวัดฉะเชิงเทราเป็นอย่างมาก

จากการศึกษาสถานการณ์ดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ การเลือกซื้ออาหารปลอดสารปนเปื้อนของครอบครัวนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏราชชนครินทร์ จังหวัดฉะเชิงเทรา ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างที่เป็นทรัพยากรบุคคลสำคัญในการพัฒนาท้องถิ่นให้มีความ เจริญและเข้มแข็งในอนาคต สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏราชชนครินทร์ “มหาวิทยาลัยราชภัฏราชชนครินทร์ เป็นมหาวิทยาลัยแห่งการเรียนรู้และภูมิปัญญาเพื่อปวงประชา และท้องถิ่น” โดยมีเป้าประสงค์ที่บัณฑิตต้องเป็นพลเมืองดี มีสุขภาพสมบูรณ์แข็งแรง สามารถ ทำงานร่วมกับผู้อื่นได้อย่างเข้มแข็ง ประเด็นที่สำคัญ คือ ครอบครัวจะมีการเลือกซื้ออาหารปลอด สารปนเปื้อนอย่างไรและมีปัจจัยอะไรบ้างที่ส่งผลต่อการเลือกซื้ออาหารปลอดสารปนเปื้อน ทั้งนี้ ผลของการศึกษาสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อนำไปวางแผนให้ ความรู้และกระตุ้นให้ผู้บริโภคมีความตระหนักต่อปัญหาสารพิษ สารปนเปื้อนในอาหารที่เป็น อันตรายต่อผู้บริโภคโดยตรง

## 2. วัตถุประสงค์การวิจัย

- 2.1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารปลอดสารปนเปื้อนของครอบครัว นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์ จังหวัดฉะเชิงเทรา
- 2.2 เพื่อศึกษาคุณลักษณะของผู้ซื้ออาหารปลอดสารปนเปื้อนของครอบครัวนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์ จังหวัดฉะเชิงเทรา
- 2.3 เพื่อศึกษาความรู้เกี่ยวกับสารปนเปื้อนในอาหารของผู้ซื้ออาหารของครอบครัว นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์ จังหวัดฉะเชิงเทรา
- 2.4 เพื่อศึกษาความสำคัญของกลุ่มอ้างอิงต่อผู้ซื้ออาหารของครอบครัวนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์ จังหวัดฉะเชิงเทรา
- 2.5 เพื่อศึกษาความสำคัญของส่วนประสมการตลาดที่มีต่อผู้ซื้ออาหารของครอบครัว นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์ จังหวัดฉะเชิงเทรา
- 2.6 เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยคุณลักษณะทั่วไป ความรู้เกี่ยวกับสารปนเปื้อน ในอาหาร ความสำคัญของกลุ่มอ้างอิงและส่วนประสมการตลาดต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหาร ปลอดสารปนเปื้อนของครอบครัวนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์ จังหวัดฉะเชิงเทรา

## 3. กรอบแนวคิดการวิจัย

ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารประกอบด้วย 1) คุณลักษณะของผู้ซื้ออาหารของครอบครัว ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ 2) ความรู้เกี่ยวกับสารปนเปื้อนในอาหาร 3) อิทธิพลของกลุ่มอ้างอิง และ 4) ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารปลอดสารปนเปื้อนของครอบครัว

สามารถพัฒนาเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารปลอดสารปนเปื้อนของครอบครัวนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์ จังหวัดฉะเชิงเทรา ซึ่งครอบคลุมตัวแปร ดังต่อไปนี้

### 3.1 ตัวแปรอิสระ คือ

**3.1.1 คุณลักษณะของผู้ซื้ออาหารของครอบครัว** ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้

### 3.1.2 ความรู้เกี่ยวกับสารปนเปื้อนในอาหาร

#### 3.1.3 อิทธิพลของกลุ่มอ้างอิง ประกอบด้วย 2 ด้าน

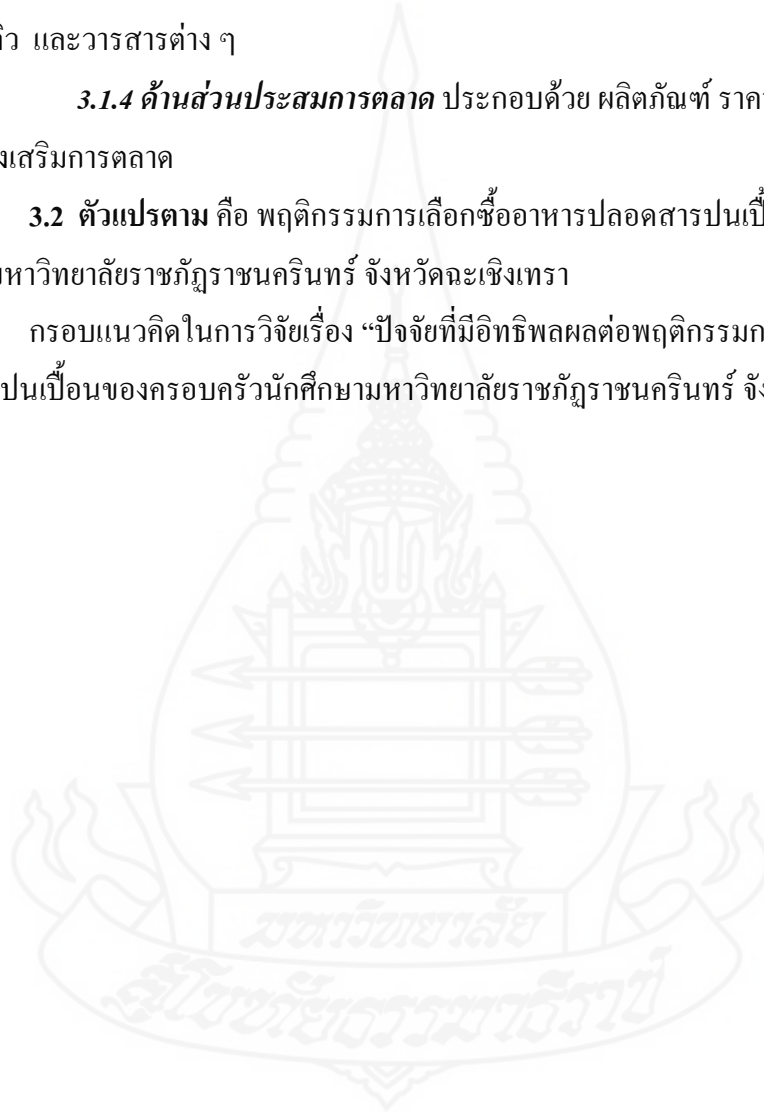
1) ด้านบุคคล ได้แก่ สมาชิกในครอบครัว เพื่อนบ้าน เพื่อนร่วมงาน หัวหน้างาน ผู้มีชื่อเสียงด้านอาหาร

2) ด้านสื่อ ได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ อินเทอร์เน็ต แผ่นพับและหรือใบปลิว และวารสารต่าง ๆ

3.1.4 ด้านส่วนประสมการตลาด ประกอบด้วย ผลិតภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

3.2 ตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารปลอดสารปนเปื้อนของครอบครัว นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏราชชนครินทร์ จังหวัดฉะเชิงเทรา

กรอบแนวคิดในการวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารปลอดสารปนเปื้อนของครอบครัวนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏราชชนครินทร์ จังหวัด ฉะเชิงเทรา” มีดังนี้





ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย

#### 4. สมมติฐานการวิจัย

คุณลักษณะของผู้ซื้ออาหารของครอบครัว ความรู้เกี่ยวกับสารปนเปื้อนในอาหาร ความสำคัญของกลุ่มอ้างอิง และส่วนประสมการตลาด มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารปลอดสารปนเปื้อนของครอบครัวนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์ จังหวัดฉะเชิงเทรา

#### 5. ขอบเขตการวิจัย

5.1 **ขอบเขตด้านประชากร** ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือ ครอบครัวของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์ จังหวัดฉะเชิงเทรา ชั้นปีที่ 1-4 จาก 5 คณะในปีการศึกษา 2553 จำนวน 1,680 คน กลุ่มตัวอย่าง 323 คน

5.2 **ขอบเขตด้านเวลา** ใช้เวลาในการจัดเก็บข้อมูลในภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2553

5.3 **ขอบเขตด้านตัวแปร** ตัวแปรที่ศึกษาประกอบด้วย

##### 5.3.1 **ตัวแปรอิสระ** ได้แก่

1) **คุณลักษณะของผู้ซื้ออาหารของครอบครัว** ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ของครอบครัวต่อเดือน

2) **ความรู้เกี่ยวกับสารปนเปื้อนในอาหาร**

3) **ความสำคัญของกลุ่มอ้างอิง** ประกอบด้วย สมาชิกในครอบครัว เพื่อนบ้าน เพื่อนร่วมงาน หัวหน้างาน ผู้มีชื่อเสียงด้านอาหาร สื่อต่าง ๆ

4) **ส่วนประสมการตลาด** ประกอบด้วย ผลិតภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

5.3.2 **ตัวแปรตาม** ได้แก่ พฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารปลอดสารปนเปื้อนของครอบครัว ประกอบด้วย อาหารสด อาหารพร้อมปรุง และอาหารปรุงสำเร็จ ที่ไม่มีการปนเปื้อนจากสารอันตรายทั้ง 5 ได้แก่ ฟอร์มาลิน น้ำประสานทอง (ผงกรอบ) สารเร่งเนื้อแดง สารฟอกขาว สีผสมอาหาร รวมถึง สารพิษตกค้างจากยาฆ่าแมลง และสารปนเปื้อนที่ภาชนะบรรจุอาหาร



## 6. นิยามศัพท์เฉพาะ

**6.1 สมาชิกของครอบครัว** หมายถึง บุคคลที่พักอาศัยอยู่ร่วมกัน มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกันทางสายโลหิต หรือรับอุปการะให้เข้ามาอยู่ร่วมกันเป็นผู้มีหน้าที่ซื้ออาหารสด อาหารพร้อมปรุง อาหารปรุงสำเร็จ มาปรุง-ประกอบให้นักศึกษารับประทาน

**6.2 อาหาร** หมายถึง

**6.2.1 สิ่งบริโภค** ดิบ สดๆ ที่นำมาปรุงอาหาร ประเภทเนื้อสัตว์ ผัก ผลไม้ และของอื่นๆ ที่มีสภาพเป็นของสด แห้งที่มาจากตลาดสดตอนเช้า ตอนเย็น และ/หรือห้างสรรพสินค้า

**6.2.2 สิ่งบริโภคพร้อมปรุง** ที่ได้จัดเตรียมส่วนประกอบต่างๆ นำมาบรรจุในภาชนะเดียวกันเพื่อจะได้จำหน่ายให้ผู้บริโภคนำไปปรุง ประกอบเป็นอาหารชนิดนั้น

**6.2.3 สิ่งบริโภคปรุงสำเร็จ** ต่าง ๆ ที่ผ่านการ ปรุง ประกอบจนสำเร็จพร้อมที่จะรับประทาน ได้แก่ แกงต่าง ๆ ผัดต่าง ๆ ยำ น้ำพริกชนิดต่างๆ ปลาทอด ไก่ย่าง รวมทั้ง ของหวาน และเครื่องดื่มชนิดต่างๆ ที่ปรุงสำเร็จพร้อมตักใส่ถุงจำหน่าย

**6.3 กลุ่มอ้างอิง** หมายถึงบุคคลและสื่อที่อยู่รอบตัวของสมาชิกของครอบครัว เช่น บุคคลที่อยู่ในครอบครัว หรือที่ทำงานหรือบุคคลตัวอย่างที่สังคมยอมรับ ที่มีอิทธิพลต่อความคิด และพฤติกรรมให้คำแนะนำ ชี้แนวทาง ต่อบุคคลนั้น ๆ

**6.4 สื่อต่าง ๆ** หมายถึง การติดต่อ การชักนำ การสื่อสาร รวมถึงเครื่องมือที่เป็นสื่อกลางสามารถทำให้บุคคลทราบเรื่องราว ข่าวสาร ทั้งการได้ยิน การอ่าน การได้ดู ได้เห็น ซึ่งมีผลต่อความรู้สึกของบุคคลได้

**6.5 ส่วนประสมการตลาด** หมายถึง เครื่องมือทางการตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค มีองค์ประกอบหลัก 4 ด้านได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

**6.5.1 ผลิตภัณฑ์** หมายถึง อาหารสด อาหารพร้อมปรุง และ อาหารปรุงสำเร็จ ที่ปลอดภัยปนเปื้อน

**6.5.2 ราคา** หมายถึง จำนวนเงินที่ผู้บริโภคจ่ายเพื่อซื้อ อาหารสด อาหารพร้อมปรุง อาหารปรุงสำเร็จ

**6.5.3 การจัดจำหน่าย** หมายถึง การนำอาหารสด อาหารพร้อมปรุง และอาหารปรุงสำเร็จจากผู้ผลิตสู่ผู้บริโภค โดยมีช่องทางการจัดจำหน่ายให้ผู้บริโภคหาซื้อได้ง่ายเมื่อมีความต้องการ เช่น ตลาดสด ห้างค้าปลีก ค้าส่งทั้งขนาดเล็กและใหญ่ ร้านสะดวกซื้อ และร้านอาหาร ฯลฯ

**6.5.4 การส่งเสริมการตลาด** หมายถึง การติดต่อสื่อสารระหว่างผู้จำหน่ายและตลาดเป้าหมายเกี่ยวกับอาหารสด อาหารพร้อมปรุงและอาหารปรุงสำเร็จเพื่อชักจูงให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการในการซื้ออาหาร

**6.6 ความรู้** หมายถึง คำจำกัดความ ความหมาย ข้อเท็จจริงเกี่ยวกับสารปนเปื้อนในอาหาร

**6.7 สารปนเปื้อน** หมายถึง สารปรอท สารหนู สารตะกั่ว แคดเมียม ฯลฯ และที่มีอยู่ในส่วนประกอบของของอาหาร เช่น สารบอแรกซ์ สารปรุงแต่งสี สารกันบูด ดินประสิว สารฟอกสี สารเร่งเนื้อแดง สารพิษจากเชื้อราและแบคทีเรีย สารปนเปื้อนจากภาชนะบรรจุอาหาร

**6.8 พฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารปลอดสารปนเปื้อน** หมายถึง วิธีการคัดเลือกพิจารณา เพื่อช่วยในการตัดสินใจซื้อสิ่งบริโภคคิบหรือสดนำมาปรุงอาหาร สิ่งบริโภคพร้อมปรุงและสิ่งบริโภคปรุงสำเร็จพร้อมรับประทานที่ปลอดสารปนเปื้อน

## 7. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ในการวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารปลอดสารปนเปื้อนของครอบครัวนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์ จังหวัดฉะเชิงเทรา” ประโยชน์ที่ได้รับ มีดังนี้

7.1 ได้ความรู้เชิงประจักษ์เกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารปลอดสารปนเปื้อนของครอบครัวนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์ จังหวัดฉะเชิงเทรา

7.2 นำองค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัยไปใช้ประกอบการวางแผนส่งเสริมพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้ออาหาร

7.3 เป็นแนวทางในการให้ความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับการเลือกซื้ออาหารปลอดสารปนเปื้อนกับประชาชนทั่วไป

7.4 เป็นแนวทางสำหรับการค้นคว้าวิจัยในประเด็นอื่น ๆ ต่อไป

## บทที่ 2

### วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารปลอดภัยป่นเปื้อนของครอบครัวนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์ จังหวัดฉะเชิงเทรา ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดและ ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดเป็นกรอบแนวคิดและแนวทางการศึกษา ดังนี้

1. ความรู้เกี่ยวกับสารปนเปื้อน
2. แนวคิดเกี่ยวกับผู้บริโภคและพฤติกรรมผู้บริโภค
3. แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาด
4. ความรู้เกี่ยวกับการเลือกซื้ออาหารปลอดภัยป่นเปื้อน
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 1. ความรู้เกี่ยวกับสารปนเปื้อน

ในปัจจุบันผู้บริโภคอาจจะหาอาหารตามธรรมชาติที่ปราศจากสิ่งปนเปื้อนด้วยสารพิษ สารเคมี หรือสารสังเคราะห์ใดๆ ได้ยากมากยิ่งขึ้น เพราะสาเหตุของการเปลี่ยนแปลงทางสังคม เศรษฐกิจและการปฏิวัติทางอุตสาหกรรม จึงทำให้คนส่วนใหญ่ออกทำงานนอกบ้านจึงไม่มีเวลาที่จะทำอาหารหรือปลูกผักรับประทานเอง ส่วนใหญ่จะซื้ออาหารสดชนิดต่างๆ มาจากตลาด รวมถึง การซื้ออาหารปรุงสำเร็จมารับประทานด้วย ผู้จำหน่ายส่วนใหญ่มุ่งแสวงหาผลกำไรที่ได้มากกว่าจะคำนึงถึงจริยธรรมที่มีต่อผู้บริโภค จึงมีการปนเปื้อนสิ่งที่ไม่ใช่อาหารลงไปเพื่อทำให้อาหารอร่อยดูน่ารับประทาน ใหม่ สดเสมอ เก็บได้นานขึ้น(เส้นทางการปนเปื้อนสารพิษ ค้นคืนวันที่ 31 กรกฎาคม 2554 จาก <http://www.tei.or.th>) โดยการเพิ่มเคมีรส สี กลิ่นที่ไม่มีประโยชน์ต่อร่างกาย เป็นอาหารขยะที่บั่นทอนอายุให้สั้นลงจากโรคที่มากับอาหาร จากสิ่งปนเปื้อนที่มีอยู่ในอาหารถึงแม้สารบางอย่างที่ได้รับอนุญาตให้ใช้ใส่อาหารได้แต่มีปริมาณมากเกินไปที่กำหนดก็ย่อมก่อให้เกิดพิษภัยกับผู้บริโภค (รู้ทันอันตรายปลอดภัยบริโภค: คู่มืออาหารปลอดภัย สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ค้นคืนวันที่ 31 มกราคม 2554 จาก [www.oryor.com](http://www.oryor.com)) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงขอกล่าวถึงความหมายของสารปนเปื้อน ดังนี้

1.1 ความหมายของสารปนเปื้อน สารปนเปื้อน (Contaminant) หมายถึง สิ่งที่พบอยู่ในอาหารเนื่องมาจากกระบวนการผลิตอาหาร โดยไม่ได้ตั้งใจจะเติมหรือตั้งใจที่จะเติมลงใน

อาหาร นับตั้งแต่สิ่งที่ปนเปื้อนลงไปในการเพาะปลูก การเลี้ยงสัตว์และการใช้ยา สำหรับพืชและปศุสัตว์ที่นำมาใช้เป็นอาหารของมนุษย์ รวมทั้งกระบวนการเตรียม ประมง ผสม ประกอบอาหารเป็นอุตสาหกรรม การจับบรรจุภาชนะหรือทำหีบห่อ การขนส่งหรือจากการที่อาหารนั้นเกิดการปนเปื้อนจากสิ่งแวดล้อม แต่ “สารปนเปื้อน” นี้ ไม่ได้รวมถึงชิ้นส่วนของแมลง ขนสัตว์และสิ่งแปลกปลอมอื่น ๆ ใด ๆ อย่างไรก็ดี สิ่งปนเปื้อนอาหารจำพวก “สารฆ่าแมลง” และ “สารฆ่าแมลงตกค้าง” รวมอยู่ในขอบข่ายของ “สารปนเปื้อน” (เทวี โภชผละ: 15)

1.2 ชนิดของสารปนเปื้อน เป็นสารพิษที่ปนเปื้อนเข้าไปในอาหาร แบ่งออกเป็น 3 ชนิดใหญ่ ๆ คือ

1.2.1. *พวกโลหะ* ได้แก่ พรอท ตะกั่ว แคดเมียม และอาร์เซนิก สารเหล่านี้ล้วนแต่เป็นพิษต่อร่างกายอย่างมาก โดยเฉพาะ

1) *สารปรอท* ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดจากพิษของสารปรอท คือ โรคมินามาตะ มีอาการงอแงเปลี้ย ตาฟาง บางรายที่เป็นมากก็ถึงกับเป็นอัมพาตและตายไป การปนเปื้อนของปรอทลงสู่อาหาร ปรอทที่ปนเปื้อนอยู่ในน้ำที่มาจากโรงงาน หากอยู่ในรูปของเกลืออินทรีย์จะถูกแบคทีเรียที่อาศัยอยู่ในดินหรือในตะกอนก้นทะเลเป็นตัวเปลี่ยนให้เป็นเกลืออินทรีย์ เช่น ปรอทเมธิล หรือปรอทไดเมธิล ซึ่งสะสมอยู่ในตัวแบคทีเรียนั้นเองต่อเมื่อมีแพลงค์ตอนมากินแบคทีเรียที่มีปรอทสะสมอยู่เป็นอาหาร สารปรอทดังกล่าวก็จะถูกส่งต่อไปสะสมในตัวแพลงค์ตอนและถ้าหาก ปลา หอย กุ้ง ปู และสัตว์น้ำอื่น ๆ มากินแพลงค์ตอนเป็นอาหารปรอทก็จะถูกส่งเรื่อย ๆ จนท้ายที่สุดก็จะไปสู่คนที่กินอาหารทะเลที่มีสารปรอทสะสมอยู่ได้

2) *สารพิษที่เกิดจากตะกั่วที่สำคัญ* ได้แก่ โรคลอहितจาง การปนเปื้อนของตะกั่วลงสู่อาหารนั้น เกิดทั้งจากความตั้งใจของผู้ผลิตอาหารเอง และความรู้เท่าไม่ถึงการณ์ของผู้ผลิตและจำหน่ายอาหาร รวมทั้งอาหารที่ได้จากธรรมชาติก็พบว่ามีสารปนเปื้อนของสารตะกั่วอาหารที่มักพบว่ามีสารตะกั่วปนเปื้อน มีดังนี้

(1) *ไข่เยี่ยวม้าที่จำหน่ายในท้องตลาด* ส่วนใหญ่มีสารตะกั่วตกค้างในปริมาณสูงเนื่องจากในกรรมวิธีการผลิต มีการเติมตะกั่วออกไซด์ ลงในน้ำด่างที่ใช้แช่ไข่แล้วค่อยๆ ให้น้ำด่างซึมผ่านเปลือกไข่เข้าไปถึงไข่ขาวและไข่แดง จนกระทั่งไข่ขาวแข็งตัวเป็นวุ้นสีน้ำตาลคล้ำ และไข่แดงเปลี่ยนเป็นสีเทาดำ หรือเกิดจากดินที่ใช้พอกและสีที่ใช้ทาเปลือกไข่มีสารตะกั่วอยู่มาก เมื่อเก็บไว้นาน ๆ สารตะกั่วจะซึมเข้าไปในเนื้อไข่มากขึ้น

(2) *อาหารที่มีสีสังเคราะห์* เนื่องจากใส่สีผสมอาหาร เช่น น้ำหวานเข้มข้น ลูกกวาด ขนมหวาน อาหารที่ต้องใส่สีผสมอาหารเพื่อเพิ่มสีสันให้น่ารับประทานเหล่านี้ หากผู้ผลิตมีการใช้สีสังเคราะห์พวกสีย้อมผ้าหรือสีย้อมกระดาษมาใส่ในอาหารแทนสีผสมอาหาร จะส่งผลให้

อาหารเหล่านี้มีสารตะกั่วปนเปื้อน เนื่องจากสีสังเคราะห์พวกสีข้อมฟ้า หรือสีข้อมกระดาษเหล่านี้มีสารตะกั่วปนเปื้อนอยู่ในปริมาณที่สูง

(3) อาหารที่บรรจุลงถุงกระดาษหนังสือพิมพ์และถุงหิ้วพลาสติก การปนเปื้อนของสารตะกั่วที่เกิดจากกระดาษหนังสือพิมพ์นั้นเนื่องจากหมึกพิมพ์ที่ใช้ โดยเฉพาะหมึกพิมพ์สีเขียว สีแดง และสีดำ มีสารตะกั่วและแคดเมียมอยู่สูงมากหากนำมาใส่อาหารสารตะกั่วจากหมึกพิมพ์อาจซึมเข้าไปในอาหารได้ หรือเกิดจากถุงหิ้วซึ่งส่วนใหญ่ผลิตจากพลาสติกใช้แล้วนำมาเติมสีลงไปให้ดูสวยงามนำไปใช้ถุงชนิดนี้ถ้าใส่อาหารที่มีความชื้นสูงและมีน้ำมันเช่น ก๋วยทอดทอดมัน ผลไม้ปอกแล้ว จะทำให้สีหรือสารเคมีอื่นปนเปื้อนกับอาหารที่บรรจุได้ นอกจากนี้อาจปนเปื้อนจากภาชนะบรรจุที่เป็น โลหะ เช่นอาหารกระป๋องที่มีกัลมัน โลหะ หรือภาชนะพวกหม้อกระทะที่ทำด้วยเหล็กที่มีตะกั่วผสมอยู่มาก

(4) อาหารที่บรรจุในเครื่องเคลือบดินเผา เนื่องจากสารที่ใช้ในการผลิตการเคลือบและเขียนลวดลายบนภาชนะนั้น ต้องใช้สีที่มีตะกั่วเป็นส่วนผสมอยู่ด้วยซึ่งตะกั่วสามารถละลายได้ในสารละลายที่เป็นกรด ดังนั้นถ้าใช้สีที่มีตะกั่วเป็นส่วนผสมอยู่ด้วยซึ่งตะกั่วสามารถละลายได้ในสารละลายที่เป็นกรด อาจได้รับตะกั่วปะปนกับอาหารหรือเครื่องดื่มนั้นได้ หรือหากมีการกะเทาะของสีหรือผิวภาชนะเคลือบดินเผาปะปนกับอาหาร เมื่อกินเข้าไปน้ำย่อยในกระเพาะอาหารที่เป็นกรดอยู่แล้วจะละลายตะกั่วดูดซึมพร้อมกับอาหารด้วย

(5) สัตว์น้ำ และผลิตภัณฑ์จากสัตว์น้ำ การปนเปื้อนของสารตะกั่วพบว่าการปล่อยน้ำเสียของโรงงานอุตสาหกรรมลงสู่แหล่งน้ำตามธรรมชาติ เช่น โรงงานทำแบตเตอรี่รถยนต์ ซึ่งน้ำเสียเหล่านี้ส่วนใหญ่จะมีสารตะกั่วปนเปื้อนอยู่จึงทำให้สัตว์น้ำที่อาศัยอยู่ตามแหล่งน้ำมีสารตะกั่วสะสมอยู่เป็นปริมาณมาก

3) สารหนู ปะปนในอาหารที่ปรุงแต่งสีได้มากที่สุด เพราะสารหนูเป็นโลหะที่ติดอยู่กับสีบางชนิดในกระบวนการผลิต อันตรายต่อระบบประสาทส่วนกลาง หมดสติ หลอดลมอักเสบ ความดันโลหิตลด อ่อนเพลีย

4) แคดเมียม สามารถเข้าสู่ร่างกายคนเราได้ 2 ทาง คือ

1. ทางปาก โดยการกินอาหารที่มีการปนเปื้อนของแคดเมียมเช่น อาหารทะเล

2. ทางจุก โดยการหายใจเอาควัน หรือฝุ่นของแคดเมียมเข้าไป เช่น ในเหมืองสังกะสี มนุษย์จะได้รับแคดเมียมจากอาหาร อากาศ น้ำ และจากใบยาสูบ สำหรับผู้ไม่สูบบุหรี่ แหล่งที่จะรับเข้าสู่ร่างกายที่สำคัญ คือ จากอาหารเนื่องจากส่วนประกอบของอาหาร เช่น ฟิช ผัก จะสะสมแคดเมียมในปริมาณสูงถ้าปลูกในดินที่มีการปนเปื้อนของแคดเมียม ทั้งนี้เพราะฟิช

สามารถดูดซึมแคดเมียมไว้ได้ดีกว่าโลหะอื่น ๆ ส่วนผู้ประกอบอาชีพในโรงงานอุตสาหกรรมจะ  
ได้รับแคดเมียมเข้าสู่ร่างกายทางการหายใจในรูปของฝุ่นหรือควัน ถ้ามีการปนเปื้อนของแคดเมียม  
ที่มือหรือผู้สูบบุหรี่ในขณะที่ทำงานเข้าทางปากได้

5) *อะลูมิเนียม* อะลูมิเนียมเป็นสารที่พบทั่วไปในดิน น้ำดื่ม อาหาร ภาชนะ  
บรรจุต่าง ๆ ยาระงับกลิ่นตัว ตลอดจนฝุ่นละอองในบรรยากาศ แหล่งการปนเปื้อนที่สำคัญมี 4  
แหล่งคือ

1. มีการปนเปื้อนอยู่ในน้ำซึ่งใช้ในการผลิตน้ำยาล้างไตกรณีไตไม่ทำงาน  
ในผู้ป่วยที่เป็นโรคไต
2. อะลูมิเนียมที่ได้รับ โดยการกินสารจับฟอสเฟตที่มีส่วนผสมของเกลือ  
อะลูมิเนียม เช่น ยาลดกรดและสารจับฟอสเฟตที่ใช้ในกรณีผู้ป่วยโรคไต
3. อะลูมิเนียมที่ปนเปื้อนในน้ำที่ให้ทางหลอดเลือด
4. อะลูมิเนียมที่ปนเปื้อนในอาหาร นมที่ใช้เลี้ยงทารก โดยเฉพาะนมที่มี  
ส่วนประกอบถั่วเหลือง ซึ่งสันนิษฐานว่าการปนเปื้อนของอะลูมิเนียมจะมาจากถั่วเหลืองมีค่าสูงถึง  
250 ไมโครกรัม/กก.

6) *ดีบุก* ดีบุกพบมากในอาหารกระป๋อง เพราะแผ่นเหล็กที่ใช้ทำกระป๋อง  
เคลือบด้วยดีบุก ดีบุกจะถูกสารเคมีในอาหารนั้นทำปฏิกิริยากัดกร่อนให้ละลายปนลงในอาหาร  
โดยเฉพาะอาหารพวก ปลา กุ้ง ผลิตภัณฑ์มะเขือเทศ ผักโขม แอสปารากัส ผักที่แช่ทองแดงเพื่อ ให้  
เขียว อาหารที่ผ่านการอบหรือแช่สารที่ให้กำมะถัน ไดออกไซด์ หรือที่มีเกลือ อาหารพวกนี้จะต้อง  
บรรจุในภาชนะที่เคลือบด้วยแลคเกอร์จึงจะป้องกันการละลายของดีบุกลงในอาหารได้

อาหารกระป๋องถ้าเปิดทิ้งค้างคืนไว้ในกระป๋องให้ถูกอากาศ ออกซิเจนจะช่วยเร่ง  
ปฏิกิริยาให้ดีบุกละลายปนกับอาหารได้มากขึ้น

เนยแข็งที่ห่อด้วยโลหะแผ่นบาง ๆ ที่ทำด้วยดีบุก (tin foil) หากมีรอยกัดกร่อนหรือเก่า  
พบว่าปริมาณดีบุกสูงมาก ไม่ควรบริโภค

**1.2.2 สารเคมี** ส่วนใหญ่จะเป็นสารพิษจำพวกยาปราบศัตรูพืชที่ตกค้างในผัก  
ผลไม้ ปุ๋ยเคมี สารป้องกันศัตรูพืช

**1.2.3 จุลินทรีย์และสารพิษ** ที่จุลินทรีย์ผลิตออกมามีหลายชนิดที่ให้โทษต่อ  
ร่างกาย เช่น สารพิษ อะฟลาทอกซิน (aflatoxin) ที่เป็นสาเหตุของมะเร็งตับ สารพิษจากเชื้อ  
แบคทีเรีย Salmonella ที่มีต่อระบบประสาท (neurotoxin) เป็นต้น (สันติดี ศิริอนันต์ไพบูรย์  
“บทความเรื่องสารพิษในอาหาร” สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย)

อันตรายจากโบทูลิน เป็นสารพิษที่สร้างจากแบคทีเรียชื่อว่า คอสติเดียม โบทูลินัม ที่เจริญเติบโตในอาหารที่ไม่มีออกซิเจน เช่น ในอาหารกระป๋อง เป็นต้น

สารพิษในอาหารที่อาจก่อให้เกิดพิษภัยต่าง ๆ อาจจำแนกออกตามประเภทที่สารพิษนั้นเข้ามาปนเปื้อนในอาหาร ได้แก่

1) สารพิษที่เกิดการปนเปื้อนตามธรรมชาติ ซึ่งอาจเกิดจากสิ่งที่มีอยู่ตามธรรมชาติแบ่งออกเป็น 2 พวก คือ

(1) สารพิษที่มีอยู่ในอาหารและเป็นส่วนประกอบของอาหารนั้น ๆ แต่เนื่องจากผู้รับประทานไม่รู้หรือรู้เท่าไม่ถึงการณ์ หรือไม่รู้จักวิธีการทำรับประทาน ก็อาจเกิดอันตรายขึ้น เช่น มันสำปะหลังดิบ เห็ดพิษ เป็นต้น

(2) สารพิษที่เกิดจากการปนเปื้อนตามธรรมชาติส่วนใหญ่ มักจะเกิดจากพวกจุลินทรีย์ต่างๆ ซึ่งมีอยู่ในอากาศ เมื่อสภาวะเหมาะสมสามารถปนเปื้อนเข้าไปในอาหารได้แล้วเกิดการแพร่กระจายอย่างรวดเร็ว ก่อเกิดเป็นอันตรายต่อผู้รับประทานได้และที่สำคัญมากไปกว่านั้นคือสารพิษที่จุลินทรีย์สร้างขึ้นมาแล้วจะถูกทิ้งไว้ในอาหาร

2) สารพิษที่เกิดจากการกระทำของมนุษย์ มีสารพิษที่ปนเปื้อนในอาหารอีกมากมายหลายชนิดที่เกิดจากการกระทำของมนุษย์อันได้แก่

(1) สารเจือปนอาหาร(food additives) เป็นสารเคมีที่มนุษย์ใส่เข้าไปในอาหารด้วยวัตถุประสงค์ต่างๆ เช่น แต่งกลิ่น สี รสเลียนแบบธรรมชาติ หรือสำหรับถนอมอาหารเพื่อให้เก็บได้นานขึ้น

(2) สารพิษที่ปนเปื้อนมาจากภาชนะบรรจุอาหารไม่ว่าจะเป็นกระดาษหรือพลาสติก ถ้าไม่ระมัดระวังในการใช้ก็เกิดการปนเปื้อนของสารพิษลงในอาหารได้ เช่น การใช้กระดาษหนังสือพิมพ์ห่อหุ้มอาหารที่มีน้ำมันมาก การใช้พลาสติกคุณภาพต่ำ หรือพลาสติกเก่าผสมสีอันตรายมาทำภาชนะบรรจุอาหาร

(3) สารพิษที่ปนเปื้อนในอาหารจากการเก็บรักษาอาหาร เช่น การเก็บรักษาอาหารต่าง ๆ ไว้ร่วมกับสารเคมีที่เป็นอันตรายตัวอย่างคือ การเก็บน้ำตาลทราย ข้าวสารร่วมกับยาฆ่าแมลง ก็อาจจะเกิดอุบัติเหตุทำให้สารเคมีที่อยู่ในยาฆ่าแมลงหกหรือตกปนลงไปในอาหารได้

(4) สารพิษที่ปนเปื้อนในอาหารในระหว่างการขนส่ง มักเกิดจากการขนส่งอาหารรวมไปกับสารเคมี เช่น ในกรณีการเกิดพิษจากสารหนูที่ภาคเหนือเนื่องมาจากการใช้เกลือปรุงอาหารที่ปนเปื้อนด้วยสารหนู เพราะบรรทุกเกลือรวมไปกับสารเคมีที่ใช้ในโรงงานฟอกหนังซึ่งมีส่วนผสมของสารหนูอยู่เกิดภาชนะที่บรรจุสารเคมีแตกในระหว่างการขนส่งจึงเกิดการ

ปนเปื้อนลงในกระสอบเกลือที่บรรทุกร่วมกันไปด้วย เมื่อนำไปแบ่งขายให้ประชาชนก็เกิดพิษกับผู้รับประทานจำนวนมาก

3) สารพิษที่เกิดมาจากการปนเปื้อนของสิ่งแวดล้อมที่เป็นพิษ (Polluted environment) เกิดจากการใช้สารเคมีในกิจกรรมต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในโรงงานอุตสาหกรรมที่ใช้แล้วทิ้งของเสียลงในแม่น้ำลำคลอง ปล่อยของเสียลอยอยู่ในอากาศ สารพิษบางอย่างถูกปล่อยลงไปในดินและสะสมในดิน ซึ่งในที่สุดก็เข้าไปสู่อาหารได้เช่น สารปรอทจากโรงงานทำเยื่อกระดาษ สารตะกั่วจากโรงงานทำแบตเตอรี่รถยนต์ เป็นต้น

4) กระบวนการปรุงอาหาร (Food processing) เช่น การใช้ความร้อนสูงเกินไปอาจทำให้อาหารไหม้ อาจก่อให้เกิดสารก่อมะเร็งบางอย่างได้ เช่น การปิ้งหรือย่างเนื้อสัตว์ไหม้เป็นสีดำ

**1.3 สาเหตุของการปนเปื้อน** การปนเปื้อนในอาหารอาจเกิดจากสาเหตุต่างๆ ทั้งที่ตั้งใจและไม่ตั้งใจพอจะสรุปได้ดังนี้

**1.3.1 การปนเปื้อนระหว่างกรรมวิธีในการผลิต** ในการผลิตอาหาร ไม่ว่าจะเป็นการผลิตวัตถุดิบหรือผลิตอาหารสำเร็จรูปก็ตาม หนีไม่พ้นสิ่งปนเปื้อนอยู่ด้วยเสมอ เช่น การทำปลาเค็ม การทำเนื้อเค็ม การนำปลาหรือเนื้อที่หมักเกลือแล้วไปตากแดด ผู้ผลิตมักจะไม่คำนึงถึงสิ่งสกปรกที่จะปนเปื้อนลงไป เช่น จากแมลงวันที่ไปไต่ตอมอาจมีเชื้ออหิวาตกโรค เชื้อบิด ปนเปื้อนไปด้วย นอกจากนี้ยังมีฝุ่นละออง สารเคมีต่าง ๆ ในอากาศ เชื้อแบคทีเรียในอากาศและสิ่งปนเปื้อนอื่น ๆ อีกมาก

สิ่งปนเปื้อนอาจมาจากวัตถุดิบที่ยังไม่ได้ทำความสะอาดก่อนจะนำมาผลิตอาหาร เช่น น้ำพริกแกงสำเร็จรูปที่แม่ค้าตัดขายตามท้องตลาด ในการทำน้ำพริกแกง ไม่ว่าจะเป็นน้ำพริกแกงส้ม น้ำพริกแกงเขียวหวาน หรือน้ำพริกแกงเผ็ด อาจจะไม่มีการล้าง ทั้งหัวหอม กระเทียม ขิง ข่า ตะไคร้ พริกไทย พริกขี้หนู เกลือ ทุกอย่างนำมาใส่รวมกันในเครื่องบด บดรวมกันออกมาเป็นน้ำพริกแกงชนิดต่าง ๆ แม้แต่ก้านพริกก็ไม่ได้เด็ดออก สิ่งปนเปื้อนต่าง ๆ ที่ติดมากับวัตถุดิบเหล่านี้จึงอาจเป็นพิษเป็นภัยแก่ผู้บริโภคได้

เมล็ดกาแฟ เมล็ดข้าวโพด ข้าวเปลือก ตากบนพื้นซีเมนต์ เวลาจะเก็บใส่กระสอบก็เอา เท้ากวาด การทำเหล้าองุ่นหรือการทำไวน์ในต่างประเทศ ในสมัยก่อนนำองุ่นสดมาใส่ถังไม้ขนาดใหญ่ แล้วให้ผู้หญิงเหยียบให้ได้น้ำองุ่น การทำอาหารกระป๋อง วัตถุดิบที่ใช้อาจมีโลหะหนักเข้าไปปะปนได้ สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ล้วนแล้วแต่จะเป็นพิษเป็นภัยแก่ผู้บริโภคทั้งสิ้น ถ้าผู้บริโภคไม่ระมัดระวัง



### 1.3.2 การปนเปื้อนระหว่างการขนส่งอาหาร การขนส่งวัตถุดิบที่ใช้ในการ

ประกอบอาหาร เช่น เนื้อสัตว์ สถานที่โรงฆ่าสัตว์อาจจะไม่สะอาดเพียงพอ โดยเฉพาะการฆ่าโคบนพื้นซีเมนต์ ซึ่งไม่สะอาดเท่าที่ควร ฉะนั้น นอกจากเนื้อสัตว์จะปนเปื้อนสิ่งต่าง ๆ มาจากโรงฆ่าสัตว์แล้ว คนงานที่ขนขึ้นรถบางครั้งวางบนกระบะท้ายรถโดยไม่คำนึงถึงความสะอาด มีการปนเปื้อนฝุ่นละอองและเชื้อโรคต่าง ๆ

การขนส่งผัก ต้องจัดวางบนรถบรรทุกค่อนข้างแน่นเกือบจะล้นออกมาและมีคนงานขึ้นไปนั่งบนผักเหล่านั้น มีการเดินไปเดินมาเหยียบย่ำอยู่เรื่อย ๆ เท่าไม่สะอาด นอกจากนั้นยังมีฝุ่นละอองและสิ่งสกปรกอื่น ๆ อีกมากมาย ในการบรรทุกทุกเป็นระยะทางไกลผักบางส่วนย่อมมีการกดทับทำให้ช้ำและเน่าเสียได้โดยเฉพาะผักที่อยู่ชั้นล่าง

การขนส่งอาหารที่ปรุงเสร็จแล้ว เช่น แกงชนิดต่าง ๆ ผัด ต้ม ทอด ตุ่น บรรจุในหม้ออลูมิเนียม พ่อค้าแม่ค้าก็ไม่ค่อยคำนึงถึงความสะอาดเท่าที่ควร ไม่คำนึงถึงการปนเปื้อน ปิดฝาบาง ไม่ปิดบ้าง และบางครั้งก็มีการหก ตก หล่นอยู่บนรถ อาหารที่เป็นชิ้น ๆ เก็บขึ้นมาจัดวางใหม่ ถ้ามีการขนส่งช่วงจราจรติดขัด แออัด เขมา ควันจากท่อไอเสียรถยนต์ รถจักรยานยนต์ จะลงมาเกาะจับอยู่บนอาหาร ในเขมา และควันเหล่านั้นมีสารตะกั่วปนเปื้อนอยู่แล้วลงมาผสมปนเปื้อนอยู่กับอาหาร

การขนส่งอาหารกระป๋องในระยะไกล ๆ ข้ามวันข้ามคืนและถ้าอาหารกระป๋องมีจำนวนมาก ๆ มีการแออัดยึดเยียดกัน กระป๋องอาจตก ล้ม เกิดบุบ รั่ว แฉก เปิดโอกาสให้จุลินทรีย์ในอากาศปนเปื้อนเข้าไปได้ ตลอดจนสิ่งสกปรกต่าง ๆ ฝุ่นละออง อนุภาคอื่น ๆ ในอากาศ หรืออาจจะมีสัตว์อื่น ๆ เข้ามาทำความสกปรกได้ เช่น หนู แมลงวัน แมลงสาบ ซึ่งสัตว์เหล่านี้เป็นตัวนำโรคมานุษย์ทั้งสิ้น

### 1.3.3 การปนเปื้อนระหว่างการจำหน่ายอาหาร คนขายอาหารตามร้านทั่วไป

เช่น ร้านก๋วยเตี๋ยว ร้านขายเป็ดย่างและร้านอาหารที่มีอาหารปรุงสำเร็จวางขาย ไม่รักษาความสะอาด ในเวลาจัดอาหารไม่มีตู้ใส่อาหาร หรือมีตู้ใส่อาหารที่ไม่สะอาด ไม่เรียบร้อย มีแมลงวันเข้าไปได้ บางคนอาจใช้ผ้าที่สกปรกใช้เช็ดมือ เช็ดใบตอง เช็ดโต๊ะ เช็ดจาน ช้อน ส้อม ตะเกียบและเช็ดเจียง ใช้เช็ดสารพัดในผ้าชิ้นเดียวกัน นำมาใช้เช็ดจาน ชามก่อนจะใส่อาหารให้ผู้รับประทาน ซึ่งผ่านนั้นถูกนำไปตรวจสอบโดยการเลี้ยงเชื้อ จะพบว่ามีเชื้อโรคมามากมายหลายชนิด ผ้าบางผืนที่ใช้เช็ดทั้งคำ สกปรกมาก บางคนใช้มือซึ่งหิบบ้างภาชนะต่าง ๆ ตลอดจนทั้งหิบบัตรที่รับจากผู้ซื้อและใช้มือนั้นหิบบ้างอาหารใส่ภาชนะให้กับลูกค้า ซึ่งได้แก่ แม่ค้าข้าวเหนียวตามตลาด เป็นต้น ผู้ขายอาหารบางคนไม่ใส่เสื้อชั้นในทำให้เหงื่อไหลหยดลงไปในอาหาร

เจ้าของร้านไม่สนใจในเรื่องความสะอาดของร้านจำหน่ายอาหารของตน ทำให้สกปรก เช่น บริเวณ โต๊ะอาหาร ที่วางอุปกรณ์สำหรับห่ออาหาร เช่น ใบตองไม่ล้างให้สะอาดเสียก่อน แล้วไม่เก็บใส่ตู้ให้เรียบร้อยโดยวางให้ฝุ่นละอองจับ เวลาใส่อาหารก็ใช้ผ้าสกปรกมาเช็ด ซึ่งดูเหมือนว่าสะอาดแต่ยิ่งเช็ดก็ยิ่งสกปรกเพราะเอาสิ่งสกปรกไปเช็ดสิ่งสกปรก

อาหารที่วางขายริมทางเท้าหรือริมถนนทั่วไปมักจะมีการปนเปื้อนของฝุ่นละออง เขม่า จากท่อไอเสียรถยนต์ สารตะกั่ว และจุลินทรีย์อื่นๆ อีกมากมาย ผู้จำหน่ายอาหารเองในบางครั้งก็ทำให้อาหารปนเปื้อนได้โดยไม่รู้ตัว เช่น การไอหรือจามลงในอาหาร แม้แต่การพูดก็ทำให้ละออง น้ำลายลงไปในอาหารได้เสมอ ผู้บริโภคจึงควรต้องระมัดระวังให้มากเพราะเมืองไทยเป็นเมืองร้อน โอกาสที่เชื้อโรคจะเจริญได้ง่ายที่สุดและในหน้าร้อนของทุกๆ ปีมักจะมีผู้ป่วยด้วยโรคระบบทางเดินอาหารเสมอ เช่น บิด โทฟอยด์ อหิวาตกโรค ท้องร่วง ท้องเสีย ปวดท้อง คลื่นไส้ อาเจียน บางรายถึงกับเสียชีวิตได้

**1.3.4 การปนเปื้อนระหว่างการเตรียมวัตถุดิบ** ผักสดต่างๆ ที่วางไว้บนตู้เย็น หรือตู้เก็บอาหารนั้น อาจวางในภาชนะที่ไม่สะอาด ผักสดบางอย่างปลูกโดยใช้ปุ๋ยทางธรรมชาติคืออุจจาระ ได้แก่ ผักชี ผักกาดขาว ฯลฯ บางครั้งใช้รับประทานสดๆ ผู้ปรุงอาหารวางไว้บนภาชนะที่ไม่สะอาดพอ ล้างด้วยน้ำเพียงครั้งสองครั้งไม่ได้ล้างด้วยน้ำผสมด่างทับทิมจึงไม่ได้ผ่านการฆ่าเชื้อโรคเลย ผักสดเหล่านั้นอาจมีเชื้อโรคบิด โทฟอยด์ อหิวาตกโรค และไซปอยติใส่เดือนอยู่ ซึ่งเป็นอันตรายต่อผู้บริโภคได้

การหันเนื้อสัตว์ให้เป็นชิ้น ๆ ก่อนปรุงอาหาร พบว่าหันบนเขียงไม่สะอาด มีรอยแตก และพบว่ามีเศษเนื้อหมูหรือเนื้อวัวเน่าติดอยู่ตามซอกส่งกลิ่นเหม็น เพราะทำความสะอาดได้ยาก ซึ่งเป็นแหล่งสะสมของแบคทีเรียชนิดต่าง ๆ ที่ก่อให้เกิดโรคได้ทั้งสิ้น

การใช้มีดปอก หั่น สับ ตัด ผัก ผลไม้ หรือเนื้อสัตว์ บางครั้งอาจใช้มีดไม่สะอาด ใช้มีดที่ขึ้นสนิม เปื้อนฝุ่นหรือไม่ได้ล้างทำความสะอาดเสียก่อน ก็ทำให้สิ่งสกปรกปนเปื้อนลงไปในอาหารได้เหมือนกัน

**1.3.5 การปนเปื้อนระหว่างการปรุงอาหาร** ผู้ปรุงอาหารส่วนมากจะแต่งกายตามสบายโดยไม่คำนึงถึงสิ่งสกปรกที่จะปนเปื้อนลงไปในอาหาร แต่มีข้อดีตรงที่ว่าขณะปรุงอาหารนั้น ถ้ามีสิ่งหนึ่งตกลงไปในหม้อ กระทะ หรือภาชนะที่กำลังปรุงอาหารก็มักไม่มีพิษมีภัยมากนัก เพราะสิ่งที่ตกลงไปในภาชนะขณะปรุงอาหารมักจะถูกทำลายด้วยความร้อน

แต่ถึงอย่างไรก็ตาม ถ้ามีสิ่งแปลกปลอมตกลงไปในอาหารขณะปรุงก็มักเป็นสิ่งที่น่ารังเกียจของผู้บริโภค สิ่งปนเปื้อนขณะปรุง เช่น

- เส้นผม เพราะผู้ปรุง ไม่ได้สวมที่คลุมผม ทำให้เส้นผมปลิวตกลงไปในอาหาร และเท่าที่พบมักจะเป็นเส้นผมของผู้หญิง คือเส้นผมจะยาว เส้นเล็ก
- เล็บ เป็นที่รู้กันว่าถ้าพูดถึงเศษเล็บที่หล่นลงไป ในอาหารก็จะนึกถึงสิ่งที่มีอยู่ในเล็บ เช่น ฟันละอองที่จับตัวกันเหนียว คราบไขมัน เศษอาหาร และจุลินทรีย์ต่างๆอาศัยอยู่ อาหารที่มีเศษเล็บปนอยู่จึงอาจเป็นอันตรายต่อผู้บริโภคได้
- ยางรัดของ มักพบบ่อยครั้งเพราะอาจจะมีการแกะยางรัดปากถุงใกล้ๆกับภาชนะบรรจุอาหารแล้วเกิดการกระเด็นหายแล้วหาไม่เจอ ไปเจออีกทีในอาหารที่เสิร์ฟให้ลูกค้า แต่ไม่มีพิษ เพียงแค่เป็นที่น่ารังเกียจเท่านั้น
- แมลงวัน แมลงวันก็พบบ่อย แมลงวันตอมเพราะความหอมของอาหารอาจถึงกับตกลงไปตายก็มีเพราะทนความร้อนไม่ไหว ถึงแม้ว่าอาหารจานนั้นจะมีราคาแพงก็ตาม ถ้ามีแมลงวันตกลงไปแล้วคงต้องยอมเสียเงินเปล่ารับประทานไม่ลง กลัวท้องเสีย ปวดท้อง ท้องร่วง
- แมลงสาบ หมายถึง แมลงสาบตัวเล็กๆ แต่บางครั้งอาจพบแมลงสาบตัวใหญ่ๆ ได้เช่นกัน
- จี๊แมลงสาบ จี๊หนู อาจพบในข้าวสุกและในอาหารประเภทแกงต่าง ๆ ทั่ว ๆ ไป
- ขนสัตว์ อาจเป็นขนแมว ขนสุนัข
- ลวดเย็บกระดาษขนาดเล็ก ไม่ทำให้เกิดโรคแต่อาจทำให้ถึงชีวิตได้หรือไม่ก็เป็นปัญหา ถ้ารับประทานเข้าไปแล้วและจับถ่ายไม่ออกมาด้วย

**1.3.6 การปนเปื้อนระหว่างการเก็บรักษาอาหาร** อาหารที่เตรียมเสิร์ฟชนิดที่เก็บไว้ในที่เย็นได้ต้องเก็บไว้ในที่เย็นที่มีอุณหภูมิต่ำกว่า 45 ° ฟ. อาหารที่เก็บในที่ร้อนได้ ต้องเก็บในที่ที่มีอุณหภูมิสูงกว่า 140 ° ฟ. แต่โดยทั่วไปแล้วไม่ค่อยคำนึงถึงสิ่งเหล่านี้ มักจะเก็บในที่ที่มีอุณหภูมิเดียวกันหมด คือ ในอุณหภูมิห้อง ประมาณ 98.6 ° ฟ. (อาจสูงกว่านี้เล็กน้อย แล้วแต่ฤดูกาล) ซึ่งโอกาสที่อาหารจะปนเปื้อนจากสิ่งต่างๆและนำเสียมามาก

- อาหารพวกที่เก็บให้เย็นจนแข็ง ควรเก็บในอุณหภูมิ 0° ฟ. - 10° ฟ. จึงไม่ควรเก็บในช่องธรรมดาของผู้เย็น โอกาสที่จุลินทรีย์จะเจริญเพิ่มจำนวนและทำให้อาหารเสียมามาก
- อาหารที่ปรุงเสร็จแล้ว นอกจากจะควบคุมอุณหภูมิดังกล่าวแล้ว ต้องจำหน่ายอาหารนั้นให้หมดไปภายใน 24 ชั่วโมง ไม่ควรเก็บอาหารนั้นนานกว่านี้ และควรมีฝาปิดเพื่อป้องกันฝุ่นละอองปนเปื้อนลงในอาหาร
- อาหารที่เก็บไว้นาน ที่เรียกว่า เก่าเก็บ โดยเฉพาะอาหารกระป๋องที่มีฝูละอองจับเปราะไปหมด มีสนิม กระป๋องบุบ บวม ก็ไม่ควรซื้อมารับประทานเพราะกระป๋องที่มีลักษณะดังกล่าวมักจะมีการปนเปื้อนของเชื้อโรคแล้ว

**1.3.7 การปนเปื้อนหลังการล้างภาชนะระหว่างรอการใช้** ภาชนะที่ล้างไม่สะอาด แล้วนำมาใส่อาหารก็อาจทำให้เกิดปัญหาต่อผู้บริโภคได้เพราะอาจมีจุลินทรีย์ต่าง ๆ ปนอยู่ เช่น ก๋วยเตี๋ยวเรือที่ขายตามคลองน้ำเน่า ขายตั้งแต่เช้าถึงค่ำมีน้ำล้างภาชนะเพียงถังเดียว

การล้างภาชนะ ถ้วยชาม ส่วนใหญ่ก็มักจะใช้ผงซักฟอกล้าง ซึ่งผงซักฟอกหน้าที่หลักจริง ๆ แล้วคือ นำไปซักเสื้อผ้า แต่กลับมีการนำผงซักฟอกมาใช้ล้างภาชนะซึ่งไม่ถูกต้อง เพราะถ้าล้างไม่สะอาดพอ คือล้างคราบผงซักฟอกไม่หมด ก็จะมีสารเคมีตกค้างติดอยู่ที่ภาชนะ ทำให้เกิดอันตรายต่อผู้บริโภค

**1.3.8 การปนเปื้อนระหว่างการรับประทานอาหารร่วมกัน** การรับประทานอาหารร่วมกันหลาย ๆ คน โดยเฉพาะรับประทานอาหารกับคนที่ไม่รู้จักหรือคุ้นเคยมาก่อน ก็ย่อมจะเสี่ยงต่อการติดโรคบางอย่างจากคนอื่น หรือคนอื่นอาจจะติดโรคจากเราก็ได้ โดยเฉพาะโรคติดต่อทางน้ำมูก น้ำลาย เช่น โรคไวรัสตับอักเสบบีชนิดเอ จึงจำเป็นต้องมี “ช้อนกลาง” เอาไว้สำหรับตักอาหารจากส่วนรวมมาใส่ในภาชนะของแต่ละคน ซึ่ง “ช้อนกลาง” นั้นต้องอยู่ที่อาหารตรงกลางวงเท่านั้น จะไปอยู่ที่ภาชนะของคนใดคนหนึ่งไม่ได้ (จักรพันธ์ ปัญจะสุวรรณ 2542:86 - 94)

ในปัจจุบันผู้บริโภคหาอาหารที่ปราศจากสิ่งเจือปนหรือปนเปื้อนด้วย สารเคมี สารพิษ หรือสารสังเคราะห์ใด ๆ ได้ยากขึ้น เพราะว่าการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและเศรษฐกิจอีกทั้งการปฏิวัติทางอุตสาหกรรมที่มีเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาใช้ในการเพิ่มผลผลิตการผลิตอาหารพร้อมปรุงและปรุงสำเร็จเพื่อง่ายต่อการหามาบริโภค ซึ่งแพร่หลายมากและเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคสมัยใหม่ อาหารกล่องหรือห่อพลาสติกกลายเป็นสิ่งที่จำเป็นของผู้ที่ทำงานนอกบ้านจนไม่มีเวลาทำสวนครัวและปรุงอาหารรับประทานเอง

## 2. แนวคิดเกี่ยวกับผู้บริโภคและพฤติกรรมผู้บริโภค

แนวคิดเกี่ยวกับเกี่ยวกับผู้บริโภคและพฤติกรรมผู้บริโภคจะกล่าวถึงความหมายของผู้บริโภค พฤติกรรมผู้บริโภค ความสำคัญและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้ออาหารปลอดภัย ปนเปื้อน ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

**2.1 ความหมายผู้บริโภค** เดิมคำว่า “บริโภค” มีนัยเพียงการกินเพื่อดำรงชีวิต (needs) แต่ต่อมาเมื่อโลกมีการเปลี่ยนแปลงตามกระแสต่าง ๆ ก่อให้เกิด “ลัทธิบริโภคนิยม” อันมีสื่อสารมวลชนเป็นเครื่องมือเผยแพร่การบริโภคจึงได้รวมถึงการเสพสินค้าและบริการทั้งที่จำเป็นและฟุ่มเฟือย ซึ่งหากพิจารณาสัดส่วนความต้องการในสภาพสังคมปัจจุบันจะพบว่า ผู้บริโภคมีความต้องการสินค้าและบริการที่ไม่จำเป็น (ฟุ่มเฟือย) สูงกว่าที่จำเป็นเพื่อตอบสนองความต้องการ

(wants) ตามกระแสวัตถุนิยมเป็นเหตุให้ผู้บริโภคตกเป็นฝ่ายเสียเปรียบ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านคุณภาพ ที่เป็นต้นเหตุสำคัญที่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสุขภาพอนามัยของประชาชนผู้บริโภคโดยตรง และภาครัฐเองที่มีหน้าที่ในการคุ้มครองผู้บริโภคก็ไม่สามารถดูแลได้อย่างทั่วถึงแม้จะมีการใช้มาตรการทางกฎหมายมากมายในการควบคุมกำกับดูแลผู้ผลิตให้ดำเนินการเป็นไปตามกฎหมายก็ตาม เพื่อให้การคุ้มครองผู้บริโภคสามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพในการดูแลคุ้มครองประชาชนให้ได้รับความปลอดภัยในการบริโภคผลิตภัณฑ์และได้รับการบริการรวมทั้งการพิทักษ์ประโยชน์จากฝ่ายผู้ประกอบการธุรกิจอย่างไม่เป็นธรรมจำเป็นต้องอาศัยพลังผู้บริโภค กลุ่มประชาชน องค์กร เอกชนและเครือข่ายองค์กรผู้บริโภคช่วยกันสอดส่องดูแลและพิทักษ์สิทธิของตนเอง ซึ่งจะมีส่วนผลักดันทำให้ผู้ผลิตมีการเปลี่ยนแปลงที่จะต้องผลิตสินค้าและบริการที่ได้มาตรฐาน สะอาดปลอดภัยและไม่เอาเปรียบผู้บริโภค โครงการสภาสตรีส่งเสริมผู้บริโภค (2542) ได้ให้ความหมายของผู้บริโภคไว้ว่า ผู้บริโภคหมายถึงผู้ซื้อหรือผู้ได้รับบริการจากผู้ประกอบการธุรกิจหรือผู้ซึ่งได้รับการเสนอหรือการชักชวนจากผู้ประกอบการธุรกิจ เพื่อให้ซื้อสินค้าหรือรับบริการและความหมายรวมถึงผู้ใช้สินค้าหรือผู้ได้รับบริการจากผู้ประกอบการธุรกิจโดยชอบแม้มิได้เป็นผู้เสียค่าตอบแทนก็ตาม

ราชบัณฑิตยสถาน (2546 ; 739) ให้ความหมายผู้บริโภค หมายถึง ผู้ซื้อหรือได้รับการบริการจากผู้ประกอบการธุรกิจและหมายความรวมถึงผู้ซึ่งได้รับการเสนอหรือชักชวนจากผู้ประกอบการธุรกิจ เพื่อให้ซื้อสินค้าหรือรับบริการด้วย

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (2538) รายงานตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522 ว่า ผู้บริโภค หมายความว่า ผู้ซื้อหรือได้รับการบริการจากผู้ประกอบการธุรกิจและหมายความรวมถึงผู้ซึ่งได้รับการเสนอหรือการชักชวนจากผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อให้ผู้ซื้อสินค้าหรือรับบริการด้วยและสินค้าหมายความว่า สิ่งของที่ผลิตหรือมีไว้เพื่อขาย

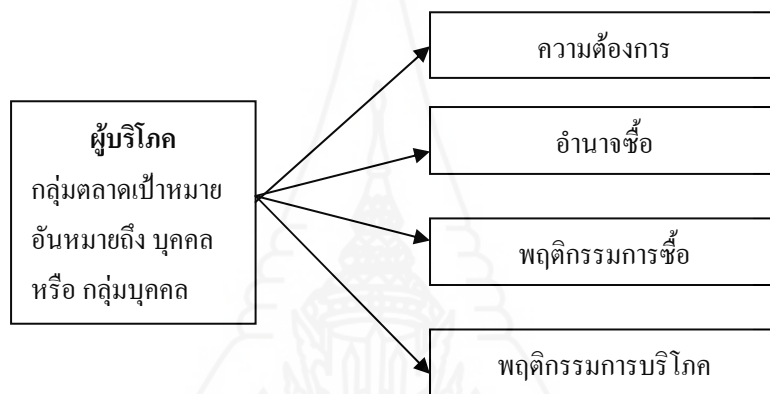
ผู้บริโภค(Consumer) คือ บุคคลที่ซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสนองความต้องการหรือความจำเป็นของตนเองตลอดจนบุคคลในครัวเรือน ปริมาณการซื้อของผู้บริโภคนั้นจะซื้อแค่ให้เพียงพอต่อการใช้นั้นการซื้อจึงไม่มากนัก โดยสามารถสรุปลักษณะของผู้บริโภคได้ดังนี้

1. เป็นบุคคลที่มีความต้องการ
2. เป็นผู้ที่มิอำนาจซื้อ
3. มีพฤติกรรมในการซื้อ
4. มีพฤติกรรมการใช้

(พฤติกรรมผู้บริโภค ค้นค้นวันที่ 30 กรกฎาคม 2554 จาก [www.nsruc.ac.th/e-learning/advertising/chapter](http://www.nsruc.ac.th/e-learning/advertising/chapter) )

ผู้บริโภค (consumer) หมายถึง บุคคลหนึ่งหรือหลายบุคคลที่แสดงซึ่งสิทธิที่จะต้องการและบริโภคผลิตภัณฑ์หรืออาหารที่มีการเสนอขายในตลาด องค์ประกอบของผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มตลาดเป้าหมายมี 4 ประการคือ

- ผู้บริโภคต้องเป็นผู้ที่มีความต้องการ (Needs)
- ผู้บริโภคต้องเป็นผู้ที่มีอำนาจซื้อ (Purchasing Power)
- ผู้บริโภคต้องเป็นผู้ที่มีพฤติกรรมการซื้อ (Purchasing Behavior)
- ผู้บริโภคต้องเป็นผู้ที่มีพฤติกรรมการบริโภค (Consumption Behavior)



ภาพที่ 2.1 องค์ประกอบของผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มตลาดเป้าหมาย

**2.1.1 ผู้บริโภคต้องเป็นผู้ที่มีความต้องการ** ความต้องการนี้คือความต้องการขั้นปฐมภูมิ (Primary needs) คือ เป็นความต้องการที่มีอยู่ในตัวผู้บริโภค โดยไม่จำเป็นต้องเห็นตัวผลิตภัณฑ์หรืออาหารก่อน เช่น ความหิวความกระหาย เหล่านี้เป็นความต้องการที่เกิดตามธรรมชาติ แต่ในกรณีที่เป็นผลิตภัณฑ์หรืออาหารรูปแบบใหม่ๆ ซึ่งผู้บริโภคไม่เคยเห็นเลย เช่น อาหารมีสีสวยงามน่ารับประทาน อาหารมีความกรอบมากกว่าที่น่าจะเป็น หรืออาหารนั้นมีการปรุงที่ง่ายขึ้นกว่าเดิม เมื่อผู้บริโภคได้ชิม ได้สัมผัสและรับรู้ถึงคุณลักษณะดังกล่าวแล้วเกิดความต้องการที่จะซื้อในระดับสูงนี้จึงจัดเป็นความต้องการขั้นทุติยภูมิ (Secondary needs)

**2.1.2 ผู้บริโภคต้องเป็นผู้มีอำนาจซื้อ** ความต้องการอย่างเดียวไม่ทำให้เกิดการซื้อ แต่ผู้บริโภคจะต้องมีอำนาจซื้อด้วยนั่นหมายถึง มีเงินมาซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสนองความต้องการของตนเอง

**2.1.3 ผู้บริโภคต้องเป็นผู้ที่มีพฤติกรรมซื้อ** เป็นกิจกรรมและกระบวนการตัดสินใจของบุคคลในอันที่จะประเมินผลและให้ได้มาซึ่งการใช้สินค้าและบริการในการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคก็คือการกำหนดคำถามในการค้นหาพฤติกรรมผู้บริโภคคือ 6Ws และ 1H ประกอบด้วย (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ 2546: 193)

ตารางที่ 2.1 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Analyzing Consumer Behavior)

คำถาม (6Ws และ 1H)	คำตอบที่ต้องการทราบ (7 Os)	กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง
1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the target market?)	ลักษณะกลุ่มเป้าหมาย (Occupants) ทางด้าน 1) ประชากรศาสตร์ 2) ภูมิศาสตร์ 3) จิตวิทยา หรือจิตวิเคราะห์ 4) พฤติกรรมศาสตร์	กลยุทธ์การตลาด (4Ps) ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดที่เหมาะสม และสามารถสนองความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายได้
2. ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the consumer buy?)	สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ (Objects) สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการจากผลิตภัณฑ์ก็คือต้องการคุณสมบัติหรือองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ (Product Component) และความแตกต่างที่เหนือกว่าคู่แข่ง (Competitive Differentiation)	กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product Strategies) ประกอบด้วย 1) ผลิตภัณฑ์หลัก 2) รูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ การบรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า รูปแบบ บริการ คุณภาพ ลักษณะนวัตกรรม 3) ผลิตภัณฑ์ควบ 4) ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง 5) ศักยภาพผลิตภัณฑ์ ความแตกต่างทางการแข่งขัน (Competitive Differentiation)
3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the consumer buy?)	วัตถุประสงค์ในการซื้อ (Objectives) ผู้บริโภคซื้อสินค้าเพื่อสนองความต้องการของเขาในด้านร่างกายและด้านจิตวิทยา ซึ่งต้องศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ คือ 1) ปัจจัยภายในหรือปัจจัยทางจิตวิทยา 2) ปัจจัยทางสังคม และวัฒนธรรม 3) ปัจจัยเฉพาะบุคคล	กลยุทธ์ที่ใช้นามากคือ 1) กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product Strategies) 2) กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategies) ประกอบด้วยกลยุทธ์การโฆษณา การขายโดยใช้พนักงานขาย การส่งเสริมการขาย การให้ข่าวสาร ประชาสัมพันธ์ 3) กลยุทธ์ด้านราคา (Price Strategies) 4) กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution Channel Strategies)

## ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

คำถาม (6Ws และ 1H)	คำตอบที่ต้องการทราบ (7 Os)	กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง
4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who participates in the buying?)	บทบาทของกลุ่มต่างๆ (Organizations) มีอิทธิพลในการตัดสินใจซึ่งประกอบด้วย 1) ผู้ริเริ่ม 2) ผู้มีอิทธิพล 3) ผู้ตัดสินใจซื้อ 4) ผู้ซื้อ 5) ผู้ใช้	กลยุทธ์ที่ใช้มากคือ การโฆษณา และ (หรือ) กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Advertising and Promotion Strategies) โดยใช้กลุ่มอิทธิพล
5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the consumer buy?)	โอกาสในการซื้อ (Occasions) เช่น ช่วงเดือนใดของปี หรือ ช่วงฤดูใดของปี ช่วงวันใดของเดือน ช่วงเวลาใดของโอกาสพิเศษ หรือ เทศกาลวันสำคัญต่างๆ	กลยุทธ์ที่ใช้มากคือกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategies) เช่น ทำการส่งเสริมการตลาดเมื่อใดจึงจะสอดคล้องกับโอกาสในการซื้อ
6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the consumer buy?)	ช่องทางหรือแหล่ง (Outlets) ที่ผู้บริโภคไปทำการซื้อ เช่น ตลาดนัด ตลาดสด ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต ฯลฯ	กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution Channel Strategies) บริษัทนำผลิตภัณฑ์สู่ตลาดเป้าหมายโดยพิจารณาว่าจะผ่านคนกลางอย่างไร
7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy?)	ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ (Operations) ประกอบด้วย 1) การรับรู้ปัญหา 2) การค้นหาข้อมูล 3) การประเมินผลทางเลือก 4) ตัดสินใจซื้อ 5) ความรู้สึกหลังการซื้อ	กลยุทธ์ที่ใช้กันมากคือ กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategies) ประกอบด้วย การโฆษณาการขายโดยใช้พนักงานขาย การส่งเสริมการขาย การให้ข่าว และการประชาสัมพันธ์ การตลาดทางตรง เช่น พนักงานขายจะกำหนดวัตถุประสงค์ในการขายให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจซื้อ

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior analysis) เป็นการพิจารณาพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายโดยใช้คำถาม 7 คำถาม และเพื่อหาคำตอบ 7 ประการ เกี่ยวกับลูกค้า

1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the target market?) ลูกค้าเป้าหมายของอาหารสด อาหารพร้อมปรุง อาหารปรุงสำเร็จ อาหารแปรรูป และภาชนะบรรจุอาหาร มีคุณสมบัติดังนี้

1.1 เป็นผู้มีรายได้ปานกลางอยู่ในชั้นสังคมปานกลาง

1.2 กลุ่มผู้ใช้แรงงาน/ในโรงงานอุตสาหกรรม



การทราบถึงลักษณะกลุ่มเป้าหมายจะช่วยให้บริษัทกำหนดกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product Strategies) และกลยุทธ์ส่งเสริมการตลาด(Promotion Strategies) ได้เหมาะสม

2. ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the Consumer buy?) ผู้บริโภคซื้ออาหารสด อาหารพร้อมปรุง อาหารปรุงสำเร็จ อาหารแปรรูป และภาชนะบรรจุอาหาร ต้องการสิ่งต่อไปนี้

2.1 ความใหม่ ความสด ความสะอาดของอาหาร

2.2 ให้ประโยชน์กับร่างกาย

จากการทราบว่าผู้บริโภคซื้ออะไร (ต้องการอะไร) จากการซื้อผลิตภัณฑ์บริษัทจะนำไปใช้กำหนดกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product Strategies) รูปลักษณะผลิตภัณฑ์ (Tangible Product) ผลิตภัณฑ์เสริม (Augmented Product) ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง (Expected Product) และศักยภาพผลิตภัณฑ์ (Potential Product) และการกำหนดกลยุทธ์การโฆษณา (Advertising Strategies) การสร้างสรรค์งานโฆษณา (Creative Strategies) โดยชี้จุดขาย (Unique Selling Point – USP) ที่คาดว่าจะสามารถสนองความต้องการของลูกค้าได้

3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the Consumer buy?) ผู้บริโภคซื้อด้วยเหตุจูงใจสองด้านคือ ด้านเหตุผล และด้านจิตวิทยา โดยมีรายละเอียดดังนี้

3.1 เหตุจูงใจในการซื้อด้านเหตุผล ประกอบด้วย ด้านความใหม่ ความสด ความสะอาด คุณภาพของอาหารที่เหนือกว่าคู่แข่ง

3.2 เหตุจูงใจในการซื้อด้านจิตวิทยา ประกอบด้วย

3.2.1 ผู้บริโภคซื้อเพราะ ต้องการความสะอาดของอาหารและคุณภาพของอาหาร รูปลักษณะของบรรจุภัณฑ์

3.2.2 ตราสินค้า หรือผู้ที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของผู้บริโภค

4. ใครมีส่วนร่วมในการซื้อ (Who participates?) ผู้ที่มีส่วนร่วมในการซื้อ คือ

4.1 ผู้มีอิทธิพล (Influencer) ประกอบด้วย กลุ่มปฐมภูมิ ได้แก่ ครอบครัว เพื่อนร่วมงาน หัวหน้างาน กลุ่มทุติยภูมิ เช่น สัญลักษณ์เกี่ยวกับอาหารสะอาด รสชาติอร่อย เครื่องหมายอย. สัญลักษณ์ตลาดสดน่าซื้อ ผู้ที่มีชื่อเสียงทางด้านอาหารที่มีอิทธิพลต่อการซื้อ(Presenter)

4.2 การตัดสินใจซื้อ (Decider) ผู้ซื้ออาหารของครอบครัวเป็นผู้ตัดสินใจในการซื้อ

5. ผู้บริโภคตัดสินใจซื้ออย่างไร (How does the Consumer buy?) ขั้นตอนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเริ่มตั้งแต่การรับรู้ถึงความต้องการของสมาชิกในครอบครัว การเกิดการรับรู้ในตราสินค้าและเกิดทัศนคติที่ดีต่อตราสินค้าจึงทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อในที่สุด ซึ่งคำตอบนี้จะนำไปใช้ในการกำหนดกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด

6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the Consumer buy?) ผู้บริโภคจะซื้ออาหารสด อาหารพร้อมปรุง อาหารปรุงสำเร็จ อาหารแปรรูป และภาชนะบรรจุอาหาร

1. ในตลาดสด
2. ในตลาดนัด
3. ในห้างสรรพสินค้า/ซูเปอร์มาเก็ต
4. ร้านอาหารริมฟุตบาท/ใกล้ที่ทำงาน/ในโรงงานอุตสาหกรรม

7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the Consumer buy?) ผู้บริโภคจะซื้ออาหารสด อาหารพร้อมปรุง อาหารปรุงสำเร็จ อาหารแปรรูป และภาชนะบรรจุ ห้างสรรพสินค้าซึ่งคำตอบข้อนี้จะนำไปกำหนดกลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place strategies)

2.1.4 ผู้บริโภคต้องเป็นผู้ที่มีพฤติกรรมผู้บริโภค คือ

- ใครเป็นผู้รับประทาน
- รับประทานเมื่อใด
- รับประทานมากน้อยเพียงใด
- รับประทานที่ไหน
- แรงจูงใจในการซื้อมารับประทาน

กล่าวโดยสรุปผู้บริโภค หมายถึง บุคคล หรือใครก็ตามที่กิน หรือใช้สินค้า บริการต่าง ๆ เพื่อสนองความต้องการ ของตนเองทั้งทางด้านร่างกาย และทางด้านจิตใจ

## 2.2 พฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง กิจกรรมที่บุคคลต้องเอาใจใส่ใน เมื่อได้ทำการเลือก การซื้อ และการบริโภคผลิตภัณฑ์หรืออาหารที่สนองความพอใจและความ ต้องการ กิจกรรมเหล่านี้จะเกี่ยวข้องกับกระบวนการภายในจิตใจและอารมณ์

พฤติกรรมผู้บริโภคจะเกิดและเกี่ยวข้องกับปัจจัย 7 ประการดังนี้

1. พฤติกรรมผู้บริโภคเกิดมาจากแรงจูงใจ
2. พฤติกรรมผู้บริโภคเกี่ยวข้องกับกิจกรรมหลายอย่าง
3. พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นกระบวนการ
4. พฤติกรรมผู้บริโภคจะมีการเปลี่ยนแปลงตามระยะเวลาและเหตุผลหลายประการ เช่น รสนิยม รายได้ กลุ่มบุคคล
5. พฤติกรรมผู้บริโภคเกี่ยวข้องกับบทบาทของผู้มีอิทธิพลในการซื้อและการบริโภค
6. พฤติกรรมผู้บริโภคได้รับอิทธิพลจากปัจจัยภายนอก
7. พฤติกรรมผู้บริโภคของแต่ละบุคคลจะแตกต่างกัน

โซโลมอน (Solomon.1996: 7) ได้ให้ความหมายว่า “พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การศึกษาถึงกระบวนการต่างๆ ที่บุคคลหรือกลุ่มบุคคลเข้าไปเกี่ยวข้องเพื่อทำการเลือกสรรการซื้อ การใช้ หรือการบริโภค อันเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ บริการ ความคิด หรือประสบการณ์ เพื่อสนองความต้องการและความปรารถนาต่างๆ ให้ได้รับความพอใจ”

โมเวนและไมเนอร์ (Mowen and Minor. 1998: 5) ได้ให้ความหมายว่า “พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การศึกษาถึงหน่วยการซื้อ (buying units) และกระบวนการแลกเปลี่ยนที่เกี่ยวข้องกับการได้รับมา การบริโภคและการจำกัดอันเกี่ยวกับสินค้า บริการ ประสบการณ์และความคิด”

โฮเยอร์และแม็คอินนิส (Hoyer and MacInnis. 1997: 3) ได้ให้ความหมายไว้ว่า “พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นผลสะท้อนของการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคทั้งหมดที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กับการได้มา (acquisition) การบริโภค (consumption) และการกำจัด (disposition) อันเกี่ยวกับสินค้า บริการ เวลา และความคิด โดยหน่วยตัดสินใจซื้อ (คน) ในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง”

Engel ,Jame F,Blackwell ,Roger D.and Miniard,Pual W.(1993: 3) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาให้ได้มา และการใช้ซึ่งสินค้าและบริการ ทั้งนี้หมายรวมถึงกระบวนการตัดสินใจซึ่งมีมาอยู่ก่อนแล้วและมีส่วนในการกำหนดให้มีการกระทำดังกล่าว

Schiffman and Kanuk (1994: 5) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมที่ผู้บริโภคแสดงออกไม่ว่าจะเป็นการแสวงหา ซื้อ ใช้ ประเมิน หรือการบริโภคผลิตภัณฑ์ บริการและแนวคิดต่าง ๆ ที่ผู้บริโภคคาดว่าจะสามารถตอบสนองความต้องการของตนเองได้

จากคำจำกัดความดังกล่าว ผู้วิจัยสรุปความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคในการวิจัยครั้งนี้ หมายถึง บุคคล หรือกลุ่มคนที่มีการเลือกซื้อ และการรับประทานอาหาร โดยอาศัยกระบวนการคิด การตัดสินใจ เข้ามามีส่วนในการเลือกซื้อและเลือกบริโภคอาหารที่สะอาด ปราศจากสิ่งเจือปนและสารปนเปื้อนเพื่อให้ได้ประโยชน์จากอาหารมากที่สุด คุ่มค่ากับเงินที่เสียไป

### 2.3 ความสำคัญของพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภคเกี่ยวข้องกับปฏิกริยาระหว่างบุคคลกับสภาวะแวดล้อมภายนอกซึ่งมีองค์ประกอบ 2 ชนิดใหญ่ของสภาวะแวดล้อมภายนอกที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคได้แก่ (1) กลุ่มบุคคลในสังคม และ (2) การกระตุ้นของกิจการ เช่น การโฆษณา ในฐานะผู้ซื้ออาจกล่าวได้ว่า เป้าหมายของการซื้ออาหาร สินค้าหรือบริการของผู้บริโภค ก็คือ การได้รับความพอใจในอาหาร เช่น รูป รส กลิ่น เนื้อสัมผัสในตัวของอาหาร หรือสินค้า บริการที่ซื้อมา โดยผู้บริโภคจำเป็นต้องกำหนดรูปแบบการตัดสินใจให้ได้ว่า

1. จะซื้อหรือไม่ (Whether)
2. ถ้าซื้อต้องการซื้ออะไร (What)
3. ซื้อเมื่อใด วันไหน ฤดูไหน (When)
4. ซื้ออาหารที่ไหน (Where)
5. ซื้ออย่างไร (How to purchase)

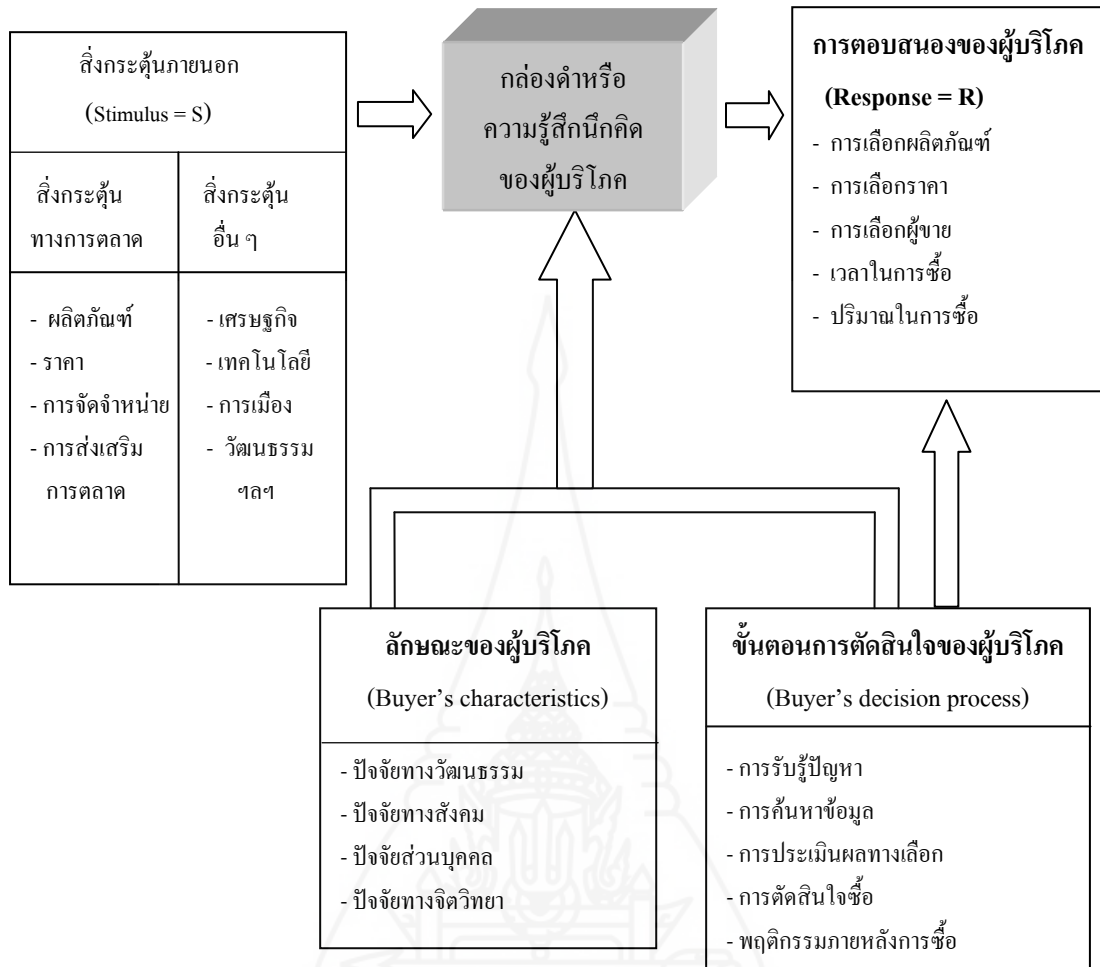
ผู้บริโภคจะต้องตอบคำถามทั้ง 5 นี้ให้ได้ จึงอาจกล่าวได้ว่า หัวใจสำคัญของพฤติกรรมผู้บริโภคคือ กระบวนการตัดสินใจซื้อ เมื่อทราบถึงความสำคัญของการตัดสินใจของผู้บริโภค การตัดสินใจว่าจะซื้อหรือไม่เป็นเรื่องของแต่ละบุคคล ข้อมูลจากสภาวะแวดล้อมภายนอกอาจเข้ามามีอิทธิพลต่อผู้บริโภค อาจกล่าวได้ว่าตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคมี 2 ลักษณะใหญ่คือ

(1) ปัจจัยภายในบุคคล (Basic Determinant) ได้แก่ ความต้องการ แรงจูงใจ บุคลิกภาพ การเรียนรู้ การรับรู้และทัศนคติ

(2) ปัจจัยภายนอก (Environment Determinant) ได้แก่ เศรษฐกิจ วัฒนธรรม ธุรกิจ กลุ่มอ้างอิง และครอบครัว

#### 2.4 ปัจจัยและกระบวนการทางพฤติกรรมของผู้บริโภค

ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้ออาหาร สินค้า หรือ บริการ โดยมีจุดเริ่มจากการเกิดสิ่งกระตุ้น(stimulus) ที่ทำให้เกิดความต้องการ สิ่งกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภคนั้นมีทั้งสิ่งกระตุ้นจากภายในร่างกาย (inside Stimulus) และสิ่งกระตุ้นจากภายนอกร่างกาย (outside Stimulus) สิ่งกระตุ้นผ่านเข้ามาในความนึกคิดของผู้ซื้อหรือผู้บริโภค ซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำ (Buyer's Black Box) ซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ ความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภคจะได้รับอิทธิพลจากสิ่งกระตุ้นต่างๆแล้วผู้บริโภคจะมีการตอบสนอง (Buyer's Response) หรือ การตัดสินใจของผู้บริโภค (Buyer's Purchase Decision) ดังภาพที่ 2.2



ภาพที่ 2.2 แสดงรูปแบบพฤติกรรมผู้บริโภค (Model of buyer behavior) และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค (Factors influencing consumer's buying behavior) ที่มา : ธัญปวีณ์ รัตน์พงศ์พร (2553 : 21-22)

จุดเริ่มต้นเพื่อเข้าใจพฤติกรรมของจิตใจของผู้ซื้อคือ รูปแบบของการตอบรับต่อสิ่งเร้าภายนอก หรือสถานะแวดล้อมทางการตลาดจะเข้าสู่ภาวะจิตใจของผู้ซื้อ คุณลักษณะของผู้ซื้อและกระบวนการในการตัดสินใจจะนำไปสู่กระบวนการตัดสินใจซื้อ ดังนั้น แผนภูมินี้อาจเรียกว่า S-R Theory โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. สิ่งกระตุ้น สิ่งกระตุ้นอาจเกิดขึ้นเองจากภายในร่างกาย (inside stimulus) และสิ่งกระตุ้นภายนอก (outside stimulus) ซึ่งสิ่งกระตุ้นเหล่านี้จะทำให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ สิ่งกระตุ้นถือเป็นเหตุจูงใจให้เกิดการซื้อสินค้า (Buyer Motive) ซึ่งอาจเป็นเหตุจูงใจซื้อด้านเหตุผลหรือเหตุจูงใจซื้อด้านจิตวิทยาก็ได้ สิ่งกระตุ้นจากภายนอกประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

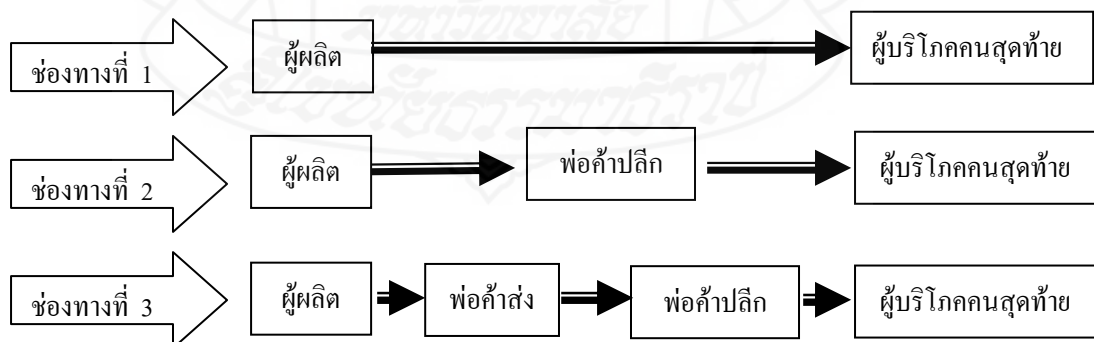
**1.1 สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing Stimulus)** เป็นสิ่งกระตุ้นที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หรือ 4Ps ซึ่งประกอบด้วย

**1.1.1 สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ (product)** หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยผู้ประกอบการ เพื่อสนองต่อความต้องการของลูกค้าให้มีความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ที่เสนอขาย อาจมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์จึงประกอบด้วย สินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์กรหรือบุคคล เช่น รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่สวยงามเพื่อกระตุ้นความต้องการผู้บริโภค เป็นสิ่งที่เป็นประโยชน์ มีคุณค่าในมุมมองของผู้บริโภค อาจได้รับการตอบสนองความต้องการในลักษณะต่าง ๆ เช่น สัมผัส การเห็น ได้ชิมรสชาติ

**1.1.2 สิ่งกระตุ้นด้านราคา (price)** หมายถึง มูลค่าของผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน หรือเป็นสิ่งที่ต้องจ่ายสำหรับการได้มาซึ่งสินค้าในรูปแบบของเครื่องบริโภค เช่น การกำหนดราคา สินค้าให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์โดยพิจารณาจากค่าเป้าหมายเป็นหลัก ซึ่งเป็นปัจจัยหนึ่งที่จะก่อให้เกิดความพึงพอใจ ต่อผู้บริโภคหากผู้บริโภคประเมินแล้วว่าสินค้าหรืออาหารนั้นมีมูลค่าและก่อให้เกิดประโยชน์ที่เหมาะสมกับราคาหรือจำนวนเงินที่จ่ายไป

**1.1.3 สิ่งกระตุ้นด้านการจัดช่องทางการจำหน่าย (distribution หรือ place)** หมายถึง โครงสร้างของช่องทางการจำหน่าย ผู้ขายย่อมสามารถควบคุมได้ โดยเลือกสถานที่ที่เหมาะสมหรือช่องทางการจำหน่ายที่สามารถอำนวยความสะดวกให้แก่การขายมากที่สุด เช่น จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้ทั่วถึงเพื่อให้ความสะดวกแก่ผู้บริโภคว่าเป็นการกระตุ้นความต้องการซื้อ ทำให้ผู้บริโภคหาซื้ออาหารได้อย่างสะดวกในราคาที่เหมาะสม

ช่องทางการจำหน่ายสินค้าบริโภคในงานวิจัยครั้งนี้กล่าวถึง 3 ช่องทาง คือ



ภาพที่ 2.3 แสดงช่องทางจัดจำหน่ายสินค้าบริโภค

ช่องทางที่ 1 เป็นช่องทางที่ง่ายที่สุดเรียกว่า วิธีขายตรง ไม่มีคนกลางเข้ามาเกี่ยวข้อง ทำให้ราคาสินค้าถูกลง สินค้าที่มีการจัดจำหน่ายแบบนี้ส่วนใหญ่เป็นสินค้าทางการเกษตรที่ผู้ปลูกนำมาจำหน่ายเอง เช่น ผักสด ผลไม้ เป็นต้น

ช่องทางที่ 2 การขายสินค้าโดยผ่านร้านปลีกไปยังผู้บริโภค ที่ใช้กันมากคือ

- ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ เช่น ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านค้าเฉพาะอย่าง ร้านค้าปลีกเหล่านี้มีปริมาณการขายสูง การซื้อครั้งหนึ่งเป็นจำนวนมาก จึงพยายามซื้อโดยตรงจากผู้ผลิตเพื่อจะได้รับส่วนลดและซื้อได้ในราคาถูก

- สินค้าที่เสียหายได้ง่ายจำเป็นต้องจัดช่องทางการจำหน่ายออกไปอย่างรวดเร็ว ถ้าไม่สามารถขายไปยังผู้บริโภคโดยตรงได้ก็จะขายผ่านพ่อค้าปลีก เช่น ผักสด ผลไม้ เป็นต้น

ช่องทางที่ 3 ผู้ผลิตขายสินค้าโดยผ่านพ่อค้าคนกลางและพ่อค้าปลีกไปยังผู้บริโภค วิธีขายแบบนี้ใช้กับสินค้าทั่ว ๆ ไป สินค้าที่นิยมใช้ช่องทางการขายแบบนี้ได้แก่ สินค้าที่ผู้บริโภครู้จักดี การซื้อแต่ละครั้งไม่ต้องใช้เวลามากในการตัดสินใจ ส่วนใหญ่เป็นสินค้าซื้อโดยสะดวก

(ธงชัย สันติวงษ์, 2541)

**1.1.4 สิ่งกระตุ้นด้านการส่งเสริมการตลาด (promotion)** หมายถึง ผู้ขายสามารถควบคุมการส่งเสริมการขายให้เป็นไปตามจุดหมายที่กำหนด เช่น การโฆษณาที่สม่ำเสมอ การใช้ความพยายามของพนักงานขาย การลด แลก แจก แถม การสร้างความสัมพันธ์อันดีกับบุคคลทั่วไปเหล่านี้ ถือว่าเป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการซื้อ

**1.2 สิ่งกระตุ้นอื่น ๆ (other stimulus)** เป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภคที่อยู่ภายนอกองค์กรซึ่งทางผู้ผลิตหรือผู้ขายควบคุมไม่ได้ สิ่งกระตุ้นเหล่านี้ได้แก่

- 1) สิ่งกระตุ้นทางด้านเศรษฐกิจ เช่น ภาวะเศรษฐกิจของประเทศโดยทั่วไป รายได้ของผู้บริโภค เป็นต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้มีอิทธิพลต่อความต้องการของบุคคล
- 2) สิ่งกระตุ้นทางด้านวัฒนธรรม เช่น ขนบธรรมเนียมประเพณีไทยในเทศกาลต่าง ๆ จะมีผลกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการซื้อสินค้าหรือใช้บริการในเทศกาลนั้น
- 3) สิ่งกระตุ้นทางด้านเทคโนโลยี เช่น เทคโนโลยีที่นำอินเทอร์เน็ตมาประยุกต์ใช้งานเพื่อการค้าหรือการบริการจะสามารถกระตุ้นความต้องการให้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตมากขึ้น
- 4) สิ่งกระตุ้นทางด้านกฎหมายและการเมือง เช่น กฎหมายเพิ่มลดภาษีสินค้าหรือบริการใด จะมีอิทธิพลต่อการเพิ่มหรือลดความต้องการของผู้ซื้อ

กล่องดำหรือความรู้สึกลึกลับของผู้ซื้อ (Buyer's black box) หมายถึง สิ่งที่สามารถจะไขปริศนาได้ว่าทำไมผู้บริโภคจึงมีพฤติกรรมแบบนั้น แบบนี้ กล่องดำประกอบด้วยองค์ประกอบ

ใหญ่ๆ 3 ส่วนด้วยกันคือ คุณลักษณะของผู้ซื้อ กระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ และการตอบสนองของผู้ซื้อซึ่งสามารถอธิบายได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 ลักษณะของผู้ซื้อ (Buyer's Characteristics) ซึ่งลักษณะของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลมาจากปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้

1.1 ปัจจัยทางด้านวัฒนธรรม (Cultural Factors) วัฒนธรรมเป็นเครื่องผูกพันบุคคลในกลุ่มไว้ด้วยกัน วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่กำหนดความต้องการพื้นฐานและพฤติกรรมของบุคคล โดยบุคคลจะเรียนรู้เรื่องค่านิยม ทศนคติ ความชอบ การรับรู้ และมีพฤติกรรมอย่างไรนั้นจะต้องผ่านกระบวนการทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับครอบครัวและสถาบันต่างๆในสังคม คนที่อยู่ในวัฒนธรรมต่างกันย่อมมีพฤติกรรมที่แตกต่างกัน

วัฒนธรรมแบ่งได้เป็น วัฒนธรรมพื้นฐาน วัฒนธรรมกลุ่มย่อยและชั้นทางสังคม

วัฒนธรรมพื้นฐาน เป็นสิ่งที่กำหนดความต้องการซื้อและพฤติกรรมการซื้อของบุคคล เช่น ลักษณะนิสัยคนไทยเป็นคนรักพวกพ้อง มีน้ำใจเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่

วัฒนธรรมกลุ่มย่อย มีรากฐานจากเชื้อชาติ ศาสนา สีผิว และภูมิภาคที่แตกต่างกันเป็นต้น กลุ่มย่อยนี้มีข้อปฏิบัติทางวัฒนธรรมทางสังคมที่แตกต่างกันไปจากกลุ่มอื่นทำให้มีผลต่อชีวิตความเป็นอยู่ ความต้องการ แบบแผนการบริโภคแตกต่างกันด้วย

ชั้นทางสังคม เป็นการจัดลำดับบุคคลในสังคม จากระดับสูงไประดับต่ำ โดยใช้ลักษณะที่คล้ายคลึงกัน ได้แก่ ฐานะ รายได้ ตระกูลหรือชาติกำเนิด ตำแหน่งหน้าที่ บุคลิกลักษณะของบุคคล ชั้นทางสังคมสามารถเปลี่ยนแปลงได้หากมีการเปลี่ยนอาชีพ รายได้ ตำแหน่งหน้าที่การงาน

1.2 ปัจจัยทางสังคม (Social Factors) เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวันและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ ลักษณะทางสังคมประกอบด้วย กลุ่มอ้างอิง ครอบครัว บทบาทและสถานของผู้ซื้อ รวมถึงสื่อต่าง ๆ

- ความหมายของกลุ่มอ้างอิง คำว่า “กลุ่มอ้างอิง” (reference Group) ได้มีผู้ให้ความหมายไว้ต่างๆ กันดังนี้

กลุ่มอ้างอิง หมายถึง บุคคลตั้งแต่สองคนขึ้นไปที่มีการเกี่ยวข้องกันและต่างมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมซึ่งกันและกัน

โมเวนและไมเนอร์ (Mowen and Minor.1998: 485) ได้ให้ความหมายไว้ว่า หมายถึงกลุ่มบุคคลใดๆ ซึ่งค่านิยม (values) ปทัสถาน (norms) ทศนคติ (attitudes) และความเชื่อ (beliefs) ของเขา ได้ถูกนำมาใช้เป็นแนวทาง เพื่อแสดงพฤติกรรมโดยบุคคลใดบุคคลหนึ่ง



ฮอว์กินส์ เบสท์ และ โคนนีย์ (Hawkins, Best and Coney.1998: 214) ได้ให้ความหมายไว้ว่า หมายถึง กลุ่มบุคคลใดๆ ซึ่งแนวความคิดหรือค่านิยมของพวกเขา กำลังถูกนำมาใช้โดยบุคคลใดบุคคลหนึ่ง เพื่อเป็นพื้นฐานในการแสดงพฤติกรรมในปัจจุบัน

เอ็นเจล แบล็กเวลล์ และมินิเยร์ค (Engel, Blackwell and Miniard.1993: 143) ได้ให้ความหมายไว้ว่า หมายถึง บุคคลหรือกลุ่มบุคคล ซึ่งมีอิทธิพลสำคัญต่อพฤติกรรมของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง

สรุป กลุ่มอ้างอิง ก็คือ บุคคลที่มีชื่อเสียง หรือบุคคลตัวอย่าง ที่บุคคลอื่นยึดถือเป็นแนวทางในการแสดงพฤติกรรมของตน เนื่องจากกลุ่มอ้างอิงจะให้บรรทัดฐานทางสังคมหรือค่านิยมบางอย่างซึ่งบุคคลอื่นสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการแสดงความคิดและแสดงพฤติกรรมในสังคมจะมีกลุ่มต่าง ๆ มากมายหลายกลุ่ม กลุ่มต่าง ๆ จะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค ผู้บริโภคอาจใช้ผลิตภัณฑ์หรือตราผลิตภัณฑ์ตราใดตราหนึ่งให้สอดคล้องกับกลุ่มอ้างอิงเพื่อแสดงความเป็นสมาชิกในกลุ่มนั้น ผู้บริโภคจะเรียนรู้จากการสังเกตสมาชิกของกลุ่มอ้างอิงว่าเขามีวิธีการแก้ปัญหาการบริโภคของเขาอย่างไรและจะใช้วิธีการแก้ปัญหาและกฎเกณฑ์ต่าง ๆ ที่ได้จากการสังเกตนั้นมาใช้เพื่อเป็นแบบอย่างของตนเองด้วย

- ครอบครัว (family) ครอบครัวถือเป็นองค์กรในสังคมที่สำคัญที่สุด โดยสมาชิกในครอบครัวถือเป็นกลุ่มอ้างอิงทางตรงขั้นปฐมภูมิที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค โดยสมาชิกในครอบครัวจะมีการแบ่งบทบาทและอิทธิพลของการตัดสินใจซื้อดังนี้

1. ผู้ชาย เป็นผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ
2. ผู้หญิง เป็นผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ
3. ผู้หญิงและผู้ชาย มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อร่วมกัน

- บทบาทและสถานภาพ (roles and statuses) ผู้บริโภคแต่ละคนจะอยู่ในกลุ่มหลายๆ กลุ่มแตกต่างกันออกไป เช่น ครอบครัว ที่ทำงาน สมาคม เป็นต้น ดังนั้นตำแหน่งของบุคคลในแต่ละกลุ่มจะถูกกำหนดในรูปของบทบาทและสถานภาพ ตัวอย่างเช่น นายทักษิณ เมื่ออยู่กับพ่อแม่จะแสดงบทบาทเป็นลูกชาย เมื่ออยู่กับครอบครัวจะมีบทบาทเป็นสามีและหัวหน้าครอบครัว เมื่อไปทำงานจะแสดงบทบาทเป็นประธานบริษัท เป็นต้น

สรุปแล้วบทบาท (roles) จะประกอบด้วยกิจกรรมต่าง ๆ ที่บุคคลถูกคาดหวังให้ปฏิบัติ โดยสิ่งที่จะปฏิบัตินั้นขึ้นอยู่กับบุคคลที่อยู่รอบข้าง

นอกจากนี้ในแต่ละบทบาทจะประกอบไปด้วยสถานภาพ (status) ซึ่งคนจะซื้อสินค้าที่บ่งบอกถึงสถานภาพของตนเอง เช่นรับประทานอาหารราคาแพงโดยไม่จำเป็น เพราะมีความรู้สึกว่าการกระทำเช่นนั้นเป็นการแสดงให้ผู้อื่นเห็นว่าตนเป็นคนร่ำรวย มีรสนิยมสูง เป็นต้น ดังนั้น

หน้าที่ของนักการตลาดจะต้องทราบว่าผลิตภัณฑ์รวมถึงตราสินค้านั้น เหมาะสำหรับลูกค้าที่อยู่ใน บทบาทและสถานภาพใด แล้วทำการสื่อสารให้ตรงกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

- สื่อต่าง ๆ เมื่อพิจารณาคำว่า “สื่อ” ในภาษาไทยกับคำในภาษาอังกฤษ พบว่ามีความหมายตรงกับคำว่า “media” (ในกรณีที่มีความหมายเป็นเอกพจน์จะใช้คำว่า “medium”)

คำว่า “สื่อ” ในพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 ได้ให้ความหมายของ คำนี้ไว้ดังนี้ “สื่อ (กริยา) หมายถึง ติดต่อให้ถึงกัน เช่น สื่อความหมาย, ชักนำให้รู้จักกัน สื่อ (นาม) หมายถึง ผู้หรือสิ่งที่ติดต่อให้ถึงกันหรือชักนำให้รู้จักกัน เช่น เขาใช้จดหมายเป็นสื่อติดต่อกัน, เรียก ผู้ที่ทำหน้าที่ชักนำให้ชายหญิงได้แต่งงานกันว่า พ่อสื่อ หรือ แม่สื่อ; (ศิลปะ) วัสดุต่าง ๆ ที่นำมา สร้างสรรค์งานศิลปกรรม ให้มีความหมายตามแนวคิด ซึ่งศิลปินประสงค์แสดงออกเช่นนั้น เช่น สื่อผสม”

สื่อแบ่งออกเป็นประเภทต่าง ๆ ได้แก่

1. สื่อสิ่งพิมพ์ คือ สื่อที่ใช้การพิมพ์เป็นหลักเพื่อติดต่อสื่อสาร ทำความเข้าใจกันด้วย ภาษาเขียนโดยใช้วัสดุ กระดาษ หรือวัสดุอื่นใดที่พิมพ์ได้หลายสำเนาเช่น ผ้า แผ่นพลาสติก

สิ่งพิมพ์ ตามพระราชบัญญัติสิ่งพิมพ์ พ.ศ. 2484 บัญญัติว่า “สิ่งพิมพ์” หมายความว่า สมุดแผ่นกระดาษหรือวัสดุใด ๆ ที่พิมพ์ขึ้น รวมตลอดทั้งบทเพลง แผนที่ แผ่นผัง แผนภาพ ภาพ ระบายสี ใบประกาศ แผ่นเสียง หรือสิ่งอื่นใดอันมีลักษณะเช่นเดียวกัน

ประเภทของสื่อสิ่งพิมพ์

1. หนังสือพิมพ์ (newspaper) คือ สิ่งพิมพ์ที่เสนอข่าว การเคลื่อนไหวใหม่ ๆ ทั้งภายใน และภายนอกประเทศ มีกำหนดการออกที่แน่นอนตายตัว โดยส่วนใหญ่จะออกเป็นรายวัน นอกจากนี้แล้วยังมีหนังสือพิมพ์รายสามวัน รายสัปดาห์ รายปักษ์ และรายเดือน หนังสือพิมพ์มักจะ พิมพ์ลงในกระดาษสำหรับพิมพ์หนังสือพิมพ์โดยเฉพาะ ซึ่งมีราคาถูก

2. นิตยสารและวารสาร (magazine / journal) นิตยสารเป็นสิ่งพิมพ์ที่รวมเนื้อหาสาระ ประเภทต่าง ๆ เข้าไว้ด้วยกัน ที่มีความน่าสนใจหลาย ๆ เรื่อง แต่เป็นเรื่องประเภทเดียวกัน ทำให้ สามารถเลือกกลุ่มเป้าหมายเฉพาะได้ ตรงกับกลุ่มเป้าหมายของสินค้า และจัดพิมพ์ออกมาเป็นเล่ม วางตลาดเป็นรายคาบ (Periodical Publication) คือรายสัปดาห์ รายปักษ์ รายเดือน เป็นต้น

วารสารเป็นสิ่งพิมพ์ที่คล้ายกับนิตยสาร วารสารเป็นสิ่งพิมพ์ที่ออกเป็นรายประจำ มี ลักษณะและรูปแบบคล้ายนิตยสาร แต่แตกต่างจากนิตยสารตรงที่เนื้อหาภายในเป็นด้านวิชาการ มากกว่าด้านบันเทิง ใช้จำนวนสีและภาพประกอบน้อยกว่าการจัดทำวารสารมีขึ้นเพื่อสนอง นโยบายและความต้องการของหน่วยงาน สมาคม องค์กร หรือสถาบันต่างๆ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการเผยแพร่ข้อมูล ความรู้ บทความทางวิชาการ ผลงานการวิจัย ความรู้ทางวิชาการ และความ

ก้าวหน้าทางวิทยาการมากกว่าจัดทำเพื่อธุรกิจการค้าแบบนิตยสารและใช้เป็นเอกสารอ้างอิงทางวิชาการ

3. หนังสือเล่ม (book) หนังสือ หมายถึง สิ่งพิมพ์ที่เป็นเล่มถาวร มีปกเรียบร้อย อาจเป็นปกอ่อนหรือปกแข็งก็ได้ มีการเรียงหน้าตามลำดับหน้า

4. สิ่งพิมพ์เฉพาะกิจ (Specialized) หมายถึง สิ่งพิมพ์ที่ใช้ในกิจการใดกิจการหนึ่ง โดยเฉพาะเป็นสิ่งพิมพ์เฉพาะเรื่อง สำหรับสำหรับผู้อ่านเฉพาะกลุ่ม (Special Audience Publication) เป็นสิ่งพิมพ์ที่ใช้ในวงที่จำกัด เพื่อวัตถุประสงค์ในเชิงการสื่อสารการตลาด หรือ โฆษณาส่งเสริมการขายการประชาสัมพันธ์ แม้แต่เพื่อการสร้างมวลชนสัมพันธ์ก็ตาม ทั้งนี้มักจะใช้สิ่งพิมพ์เฉพาะกิจควบคู่ไปกับสื่อมวลชน (Mass Media) (สื่อสิ่งพิมพ์ ค้นคืนวันที่ 4 สิงหาคม 2554 จาก <http://pakjirapantim300.blogspot.com>) เช่น โบรชัวร์ แผ่นพับ ใบปลิว เป็นต้น

2. การประชาสัมพันธ์ เป็นการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่างๆ จากหน่วยงาน หรือจากผู้บริหารไปยังกลุ่มคนที่เกี่ยวข้องโดยการใช้สื่อต่างๆ ทั้งนี้เพื่อสร้างภาพพจน์ที่ดีของหน่วยงานให้กลุ่มชนเป้าหมายยอมรับต่อไป

3. อินเทอร์เน็ต (Internet) เป็นเครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่มีการเจริญเติบโตรวดเร็วที่สุด และปัจจุบันเป็นเครือข่ายที่ใหญ่ที่สุดในโลกเว็บไซต์ซึ่งเป็นส่วนสำคัญของอินเทอร์เน็ตสามารถนำเสนอข้อมูลในรูปแบบของสื่อประสม (multimedia)

4. วิทยุกระจายเสียง สื่อวิทยุกระจายเสียง เป็นสื่อสารมวลชนที่มีบทบาทสำคัญ ต่อกระบวนการรับรู้และเรียนรู้ของประชาชน กล่าวคือ สื่อวิทยุกระจายเสียง เป็นช่องทางในการนำเสนอข่าวสารและองค์ความรู้ต่างๆ สู่ประชาชนได้อย่างรวดเร็วและกว้างขวาง เป็นสื่อที่เสนอรายการดนตรีและเพลง ละคร ตลก และรายการสนทนาต่างๆ สื่อวิทยุเติบโตเป็นสื่อสารมวลชนเพื่อความบันเทิง

5. โทรทัศน์ เป็นสื่อที่สามารถขยายการรับรู้ของมนุษย์ได้กว้างไกล รวดเร็ว และสามารถพัฒนาได้เร็วกว่าสื่อประเภทอื่นๆ เป็นสัญญาณคลื่นแม่เหล็ก สื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่สามารถรับชมได้หลากหลายกลุ่มบุคคล มีความน่าเชื่อถือได้มาก เพราะเนื้อหาของสื่อโทรทัศน์ผู้รับสารสามารถรับชมได้ทั้งภาพและเสียง รูปภาพสามารถเคลื่อนไหวดูแล้วมีชีวิตชีวาซึ่งส่งผลทางด้านความประทับใจ เพราะสื่อสามารถเผยแพร่ความคิดสร้างสรรค์เต็มที่ ผู้รับชมสามารถรับชมได้ที่หลาย ๆ คน

6. สื่อ ณ จุดซื้อ Point of purchase media คือ ลักษณะการโฆษณาค้าปลีกซึ่งทำภายในร้านค้า โดยการจัดตกแต่งร้านค้าทั้งภายในและภายนอก เพื่อให้เกิดความสวยสะดุดตา เพื่อกกระตุ้นให้เกิดความสนใจและแวะชมสินค้า วัตถุประสงค์หลักของการโฆษณา ณ จุดซื้อ คือเพื่อ

เตือนความทรงจำของลูกค้าให้ระลึกถึงตราหือ หรือเพื่อจะหยุดลูกค้าที่กำลังผ่านไปมาให้แวะชม และเกิดอารมณ์การซื้อ สรุปคือเป็นการกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจซื้อแบบฉับพลัน

ข้อดี

1. เสียค่าใช้จ่ายน้อย
2. กระตุ้นให้เกิดกระทำทันที
3. เพื่อเตือนความทรงจำในตราหือ

ข้อเสีย

1. เป็นสื่อโฆษณาเฉพาะจุด ไม่กว้างขวาง
2. มีข้อจำกัดในเชิงพื้นที่ของร้านค้าปลีก

**7. สื่อทางยานพาหนะ Transit media** สื่อชนิดนี้คือการติดตั้งแผ่นป้ายโฆษณาไปกับยานพาหนะสาธารณะทุกชนิด ซึ่งอาจจะอยู่ในรูปแบบของการติดตั้งภายใน หรือภายนอกยานพาหนะ รวมถึงการติดตั้งโฆษณาที่ป้ายรถเมล์ ในบริเวณชานชลา สถานีขนส่ง ท่าอากาศยาน สถานีระหว่างทาง รวมถึงการพิมพ์ข้อความบนตัวโดยสาร กระเป๋าเดินทาง การฉายภาพยนตร์ โฆษณาทางวิดีโอเทป

ประเภทการโฆษณาทางยานพาหนะ

1. สื่อรถประจำทาง Bus Media
2. สื่อรถตุ๊ก ตุ๊ก Tuk Tuk Advertising
3. สื่อแท็กซี่ Taxi Advertising
4. สื่อรถไฟฟ้า BTS Advertising

**8. สื่อกลางแจ้ง Outdoor media** เป็นสื่อโฆษณาที่สามารถแสดงเครื่องหมายการค้า สัญลักษณ์การค้า ชื่อผลิตภัณฑ์ คำขวัญ บรรจุภัณฑ์ ความเคลื่อนไหว และแสงสีในเวลากลางคืนได้ด้วยรูปและขนาดที่ใหญ่มาก สามารถทำให้เกิดความสะดุดตาสะดุดใจ เรียกร้องความสนใจจากประชาชนที่ผ่านไปมาได้เป็นอย่างดี เช่นป้ายโฆษณาตามทางแยก ตามแนวถนนทางออกนอกเมือง บนหลังคาตึกสูง ผนังตึกด้านนอกตึก

ประเภทของสื่อโฆษณากลางแจ้ง

1. ป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ Billboard
2. ป้ายโฆษณาทางเท้า Cut out
3. โปสเตอร์ Poster
4. ป้ายผ้า Banner
5. ป้ายอิเล็กทรอนิกส์ Tri Vision
6. สื่ออาคาร Tower Vision

สรุปได้ว่า สื่อ หมายถึง สิ่งใด ๆ ก็ตามที่เป็นตัวกลางระหว่างแหล่งกำเนิดของสารกับ ผู้รับสาร เป็นสิ่งที่นำพาสารจากแหล่งกำเนิดไปยังผู้รับสาร เพื่อให้เกิดผลใดๆ ตามวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร

1.3 ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factors) การตัดสินใจซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลทางด้านต่างๆ ได้แก่ ฐานะ รายได้หรือโอกาสทางเศรษฐกิจ การศึกษา รสนิยม รูปแบบการดำรงชีวิต บุคลิกภาพ และแนวความคิดส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ

1.4 ปัจจัยด้านจิตวิทยา (Psychological Factors) การเลือกซื้อของบุคคลได้รับอิทธิพลจากกระบวนการจิตวิทยา ได้แก่ ความต้องการ การจูงใจ การรับรู้ การเรียนรู้ ทัศนคติ

ส่วนที่ 2 กระบวนการตัดสินใจซื้อ (Buyer Decision Process) ประกอบด้วย ขั้นตอนการรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อและพฤติกรรมภายหลังการซื้อ



ภาพที่ 2.4 กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ

ที่มา : ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2543 : 85)

ในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Four views of consumer decision making) ในนี้จะพิจารณาถึงทัศนคติสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาเหตุและวิธีการซึ่งบุคคลตัดสินใจซื้อ เราเรียกว่า รูปแบบของบุคคล (Model of man) ซึ่งเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค 4 ทัศนคติคือ 1) บุคคลที่ตัดสินใจซื้อโดยถือเกณฑ์เศรษฐกิจ (economic of man) 2) บุคคลที่ตัดสินใจซื้อโดยคล้อยตามบุคคลอื่น (passive man) 3) บุคคลที่ตัดสินใจซื้อด้วยความเข้าใจ (cognitive man) 4) บุคคลที่ตัดสินใจซื้อด้วยอารมณ์ (emotional man) ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ตารางที่ 2.2 แสดงและสรุปถึงรูปแบบในการบริโภคต่างๆและการตัดสินใจที่เกี่ยวกับการซื้อ

ชนิดของการตัดสินใจ	ทางเลือก ก	ทางเลือก ข
การซื้อขั้นพื้นฐานหรือการตัดสินใจในการบริโภค(Basic purchase or consumption decision)	- เพื่อซื้อหรือบริโภคอาหารหรือบริการนั้นๆ	- ไม่ซื้อหรือบริโภคอาหารนั้นๆ
การเลือกซื้อตราสินค้าหรือการตัดสินใจในการบริโภค(Brand purchase or consumption decision)	- เพื่อซื้ออาหารหรือบริโภคตราสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่ง - เพื่อซื้ออาหารหรือบริโภคตราสินค้าที่ใช้ประจำ - เพื่อซื้ออาหารหรือบริโภคโมเดลพื้นฐาน - เพื่อซื้ออาหารหรือบริโภคตราสินค้าใหม่ - เพื่อซื้ออาหารหรือบริโภคปริมาณที่มีมาตรฐาน - เพื่อซื้ออาหารหรือบริโภคสินค้าที่ลดราคา - เพื่อซื้ออาหารหรือบริโภคตราสินค้าระดับชาติ	- เพื่อซื้ออาหารหรือบริโภคตราสินค้าชนิดอื่น ๆ - เพื่อซื้ออาหารหรือบริโภคตราสินค้าใหม่ที่มีลักษณะเฉพาะ - เพื่อซื้ออาหารหรือบริโภคโมเดลหรูหรา - เพื่อซื้ออาหารหรือบริโภคตราสินค้าที่ใช้อยู่เดิมหรือที่ยังใหม่อยู่ - เพื่อซื้ออาหารหรือบริโภคปริมาณที่มากกว่าหรือต่ำกว่ามาตรฐาน - เพื่อซื้ออาหารหรือบริโภคสินค้าที่ไม่ลดราคา - เพื่อซื้ออาหารหรือบริโภคตราสินค้าทั่วไป
การตัดสินใจในช่องทางการซื้อ(Channel purchase decisions)	- เพื่อซื้อจากร้านค้าใดร้านค้านี้ เช่น ห้างสรรพสินค้า - เพื่อซื้อจากร้านที่ซื้อประจำ - เพื่อซื้อ โดยอยู่ที่บ้าน(ทางโทรศัพท์หรือแคตตาล็อก) - เพื่อซื้อจากร้านค้าในท้องถิ่น	- เพื่อซื้อจากร้านค้าอื่น เช่น ร้านลดราคา - เพื่อซื้อจากร้านค้าอื่นๆ - เพื่อซื้อในร้านค้า - เพื่อซื้อจากร้านค้าที่ต้องอาศัยการเดินทาง

## ตารางที่ 2.2 (ต่อ)

ชนิดของการตัดสินใจ	ทางเลือก ก	ทางเลือก ข
การตัดสินใจในการใช้จ่ายในการซื้อ (Payment purchase decisions)	- เพื่อซื้อเป็นเงินสด - เพื่อจ่ายค่าสินค้าเมื่อสินค้ามาถึง	- เพื่อซื้อด้วยบัตรเครดิต - เพื่อการจ่ายเงินเป็นงวด ๆ

ส่วนที่ 3 การตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's Responses) หรือการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคหรือผู้ซื้อ (Buyer's Purchase Decision) ผู้บริโภคจะมีการตัดสินใจในประเด็นต่างๆ ดังนี้ (พฤติกรรมผู้บริโภค มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช สาขาวิชาวิทยาการจัดการ ค้นคืนวันที่ 25 สิงหาคม 2554 จาก [www.stou.ac.th/stouonline/lom/data/sms/market/Unit 3/MENUUNIT 3.html](http://www.stou.ac.th/stouonline/lom/data/sms/market/Unit 3/MENUUNIT 3.html))

- การเลือกผลิตภัณฑ์ (product choice) ตัวอย่างเช่น การเลือกชนิดของอาหาร
- การเลือกตราหือ (brand choice) ตัวอย่างเช่น ซื้ออาหารที่มีตราหรือยี่ห้อ  
คิงๆ
- การเลือกผู้จำหน่าย (dealer choice) ตัวอย่างเช่น ผู้บริโภคอาจเลือกซื้อ  
อาหารจากห้างสรรพสินค้า ตลาดสด ตลาดนัด หรือรถเข็นริมถนน เป็นต้น
- การเลือกเวลาในการซื้อ (purchase timing) ตัวอย่างเช่น การเลือกซื้ออาหาร  
สดตอนเช้า ระหว่างพักกลางวัน หรือหลังเลิกงาน เป็นต้น
- การเลือกปริมาณการซื้อ (purchase amount) เช่น จะเลือกซื้ออาหาร  
รับประทานเพียงมือเดียว สองมือ หนึ่งวัน หรือหนึ่งสัปดาห์

สรุป ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

1. อาหารที่มีในท้องถิ่น หากท้องถิ่นใดมีอาหารบริบูรณ์ คนในท้องถิ่นนั้นย่อมมี  
โอกาสจะได้บริโภคอาหารที่มีคุณค่าเพียงพอแก่ความต้องการของร่างกาย ท้องถิ่นใดขาดแคลน  
อาหาร คนในท้องถิ่นก็จำเป็นต้องกินอย่างจำกัด
2. ฐานะทางเศรษฐกิจแต่ละครอบครัวจะสามารถซื้ออาหารที่มีขายในท้องตลาดมา  
รับประทานได้มากน้อยเพียงไร และซื้ออาหารจำพวกใดบ้างนั้น ส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับรายได้ของ  
ครอบครัว
3. ความเคยชินในการรับประทานของครอบครัว การรับประทานของแต่ละครอบครัว  
นั้นบางครั้งมีเหตุผลเบื้องหลังที่เกี่ยวกับเชื้อชาติ ศาสนา และขนบธรรมเนียมประจําชาติหรือความ  
เชื่อของครอบครัวนั้น ๆ รวมทั้งนิสัยที่สืบทอดกันมาหลายชั่วอายุคน
4. ขนบธรรมเนียมประเพณี

5. ภาวะทางอารมณ์และจิตใจ เหตุการณ์ที่ก่อให้เกิดความสุขหรือทุกข์ หรืออุ่นวายใจ ความชอบหรือไม่ชอบในอาหาร

6. ปฏิกริยาต่อกลิ่นและรสอาหาร บุคคลแต่ละคนมีปฏิกริยาต่อกลิ่นและรสของอาหารไม่เหมือนกัน

7. อิทธิพลของการศึกษา ความรู้เรื่องคุณค่าของอาหาร อาจเป็นเหตุผลสำคัญในการตัดสินใจเลือกซื้อ การที่บุคคลนิยมรับประทานอาหาร เพราะรู้คุณค่าของอาหารนั้นแสดงให้เห็นความสำคัญของการให้ความรู้ทางโภชนาการแก่ประชาชน

### 3. แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาด

ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) คือ เครื่องมือหรือปัจจัยทางการตลาดที่ควบคุมได้ที่ธุรกิจต้องใช้ร่วมกัน เพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจแก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย หรือเพื่อกระตุ้นให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายเกิดความต้องการสินค้าและบริการของตน (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ 2550:35-36) ประกอบด้วยส่วนประกอบ 4 ประการ หรือ 4P's คือ

#### 4 P's (มุมมองของผู้ผลิต)

สินค้า คือ สิ่งที่ตอบสนองความต้องการความจำเป็นของผู้บริโภค

ราคา คือ ค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าที่ลูกค้าต้องจ่าย

สถานที่จำหน่าย คือ ความสะดวกสบายของลูกค้าในการซื้อสินค้า

การส่งเสริมการขาย คือ การสื่อสารกับลูกค้า

#### 4 C's (มุมมองของผู้บริโภค)

→ Customer Need/Want

→ Customer Cost

→ Customer Convenience

→ Communication

#### ส่วนประสมการตลาด

1. ผลิตภัณฑ์ (product) อธิบายว่า ผลิตภัณฑ์ หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยผู้จำหน่ายเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าที่พึงพอใจ ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์จึงประกอบด้วย สินค้า บริการ ความคิด สถานที่ หรือบุคคล ผลิตภัณฑ์ต้องมีอรรถประโยชน์ (utility) มีคุณค่า (value) ในสายตาของลูกค้าจึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้ การกำหนดกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ต้องคำนึงถึง

- ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ (product differentiation) ความแตกต่างทางการแข่งขัน (competitive differentiation)

- พิจารณาองค์ประกอบ (คุณสมบัติ) ของผลิตภัณฑ์ (product component) เช่น ประโยชน์พื้นฐาน รูปร่าง ลักษณะ คุณภาพ การบรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า ฯลฯ



- การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (product positioning) เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ของผู้จำหน่าย เพื่อแสดงสิ่งที่แตกต่างและมีคุณค่าในจิตใจของลูกค้าเป้าหมาย
- การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (product development) เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีลักษณะใหม่และปรับปรุงให้ดีขึ้น ซึ่งต้องคำนึงถึงความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น
- ผลิตภัณฑ์เป็นคำตอบสุดท้ายที่บอกว่าสินค้าสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้มากหรือน้อยเพียงใด ถ้าตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคน้อย ผู้บริโภคจะไม่สามารถกลับมาซื้อซ้ำ ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของผู้จำหน่าย การซื้อซ้ำของผู้บริโภคมีสัมพันธ์สูงกับความต่อเนื่องและยั่งยืนของผู้จำหน่าย

ในการวิจัย “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารปลอดสารปนเปื้อนของครอบครัวนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์ จังหวัดฉะเชิงเทรา” ผลิตภัณฑ์ หมายถึง อาหารสด อาหารพร้อมปรุง และ อาหารปรุงสำเร็จ ที่ปลอดสารปนเปื้อนสนองความต้องการของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี

2. ราคา (price) อธิบายว่า ราคา หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ราคาเป็นต้นทุน (cost) ของลูกค้า ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าผลิตภัณฑ์กับราคาของผลิตภัณฑ์นั้นๆ ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาลูกค้าก็จะตัดสินใจซื้อ หรือหากประเมินว่าผลิตภัณฑ์นั้นมีมูลค่าและก่อให้เกิดอรรถประโยชน์เหมาะสมกับราคาหรือจำนวนเงินที่จ่ายไป

- มูลค่า (value) หมายถึง ผลของการประเมินที่กำหนดในรูปของเงินตราที่สามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้ประเมินซึ่งในที่นี้หมายถึงราคา
- อรรถประโยชน์ (utility) หมายถึง ผลประโยชน์ที่ได้รับจากผลิตภัณฑ์นั้นๆว่านำไปทำอะไรได้บ้าง เกิดประโยชน์ต่อผู้บริโภคอย่างไร

ในการวิจัย “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารปลอดสารปนเปื้อนของครอบครัวนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์ จังหวัดฉะเชิงเทรา” ราคา หมายถึง จำนวนเงินที่ผู้บริโภคนิยมนำมาจ่ายโดยพิจารณาว่า อาหารสด อาหารพร้อมปรุง อาหารปรุงสำเร็จนั้น ปลอดสารปนเปื้อนจึงตัดสินใจซื้อ โดยราคาจะเป็นไปตามกลไกราคาตลาด

3. การจัดจำหน่าย (place) อธิบายความหมายและความสำคัญของการจัดจำหน่าย คือ กระบวนการทางการตลาดที่ผู้ผลิตสินค้าจะทำให้สินค้าไปสู่ผู้บริโภค หรือทำให้ผู้บริโภคหาสินค้าได้อย่างสะดวกในราคาที่เหมาะสม

ความสำคัญของการจัดจำหน่าย (place) ผู้ผลิตไม่สามารถสนองตอบความต้องการโดยตรงถึงผู้บริโภคให้ได้มาซึ่งความพึงพอใจหรืออรรถประโยชน์ทั้งในด้านปริมาณสินค้า ต้นทุน

สินค้าและเวลาได้ ด้วยเหตุนี้จึงจำเป็นต้องมีบุคคลที่สามเข้ามาเกี่ยวข้องกับอยู่ระหว่างผู้ผลิต (จำนวนหนึ่ง) กับผู้บริโภค (จำนวนมาก) บุคคลที่สามคือกลุ่มของคนกลางในรูปแบบต่างๆที่ประกอบกันเป็นช่องทางการจัดจำหน่าย เช่น คนกลางในรูปแบบร้านค้าส่ง ร้านค้าปลีก คนกลางในรูปแบบตัวแทนจำหน่าย ฯลฯ

ในการวิจัย “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารปลอดสารปนเปื้อนของครอบครัวนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์ จังหวัดฉะเชิงเทรา” การจัดจำหน่าย คือ การนำอาหารสด อาหารพร้อมปรุง และอาหารปรุงสำเร็จจากผู้ผลิตสู่ผู้บริโภค โดยมีการจัดจำหน่ายให้ผู้บริโภคหาซื้ออาหารปลอดสารปนเปื้อนได้ง่ายเมื่อมีความต้องการ เช่น ตลาดสด ห้างสรรพสินค้าขนาดเล็กและใหญ่ ร้านสะดวกซื้อ และร้านอาหาร ฯลฯ

4. การส่งเสริมการตลาด (promotion) อธิบายความหมายและความสำคัญของการส่งเสริมการตลาด ดังนี้

การส่งเสริมการตลาดคือ การสื่อสารโดยทั่วไปที่มีการให้ข้อมูลที่สามารถทำให้ผู้บริโภคเกิดการรับรู้ เกิดความเข้าใจต่อสินค้านั้น ๆ อย่างถูกต้อง การสื่อสารทางการตลาดยังมีเป้าหมายอยู่ที่ทำให้ผู้บริโภคเกิด “พฤติกรรม” ด้วย กล่าวคือต้องให้เกิดการตัดสินใจซื้อสินค้านั้นเอง

ความสำคัญของการส่งเสริมการตลาด เป็นกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค ผู้บริโภคต้องมีการรับรู้ข้อมูลหรือเรียกว่ารู้จักสินค้านั้น ๆ อย่างชัดเจนก่อนจึงพัฒนาไปสู่ความชื่นชอบและเปลี่ยนเป็นพฤติกรรมคือการซื้อสินค้า การสื่อสารการตลาดจึงเป็นการสร้างการรับรู้แก่ผู้บริโภคอย่างถูกต้องตามที่เจ้าของสินค้าต้องการ โดยเลือกใช้วิธีการสื่อสารการตลาดแต่ละวิธีตามคุณสมบัติและใช้ให้เกิดผลตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการอย่างถูกต้องสอดคล้องกับสินค้าในสัดส่วนที่เหมาะสมและจะต้องให้ข่าวสารแก่ผู้บริโภคไปในทิศทางเดียวกัน มีจังหวะในการใช้ที่เหมาะสมจึงจะทำให้ผู้บริโภคเข้าใจและก่อให้เกิดภาพของสินค้าอย่างชัดเจน

เซาร์ โจรนแสง(2548: 72) อธิบายว่า ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง การผสมที่เข้ากันได้เป็นอย่างดีเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของการสร้างสินค้าและบริการ การกำหนดราคา การจัดจำหน่าย ซึ่งได้มีการออกแบบเพื่อใช้สำหรับเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคที่ต้องการและการส่งเสริมการตลาดของผลิตภัณฑ์ที่เสนอขาย

สรุปตามแนวคิดข้างต้นว่าส่วนประสมการตลาด เป็นแนวความคิดที่สำคัญอย่างหนึ่งใช้เป็นเครื่องมือ เพื่อสร้างความพอใจให้กับลูกค้าซึ่งจะต้องพัฒนาให้เหมาะสมสอดคล้องกับกลุ่มตลาดเป้าหมาย

#### 4. การเลือกซื้ออาหารปลอดสารปนเปื้อน

ความปลอดภัยของอาหารที่ซื้อมาบริโภคผู้ที่ทำหน้าที่ซื้ออาหารสำหรับครอบครัวควรคำนึงถึงก่อนการตัดสินใจซื้อทุกครั้ง เพื่อให้ได้มาซึ่งความสด ใหม่ และให้เกิดประโยชน์มากที่สุด

**4.1 การเลือกซื้ออาหาร** หมายถึง วิธีการคัดเลือก พิจารณา เพื่อช่วยในการตัดสินใจ จะทำให้ได้อาหารที่ดี มีคุณภาพดี มีประโยชน์ต่อร่างกาย ปลอดภัยจากสารปนเปื้อน ในการเลือกซื้อในงานวิจัยเล่มนี้บอกกล่าวถึงอาหาร 3 ประเภทคือ 1) อาหารสด 2) อาหารพร้อมปรุง 3) อาหารปรุงสำเร็จ

**4.2 สิ่งที่ควรนำมาพิจารณาในการเลือกอาหาร** ให้ได้มาซึ่งความพึงพอใจของทุกคนในครอบครัว และใช้ประโยชน์จากอาหารให้มากที่สุด เพื่อตอบสนองทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ คือ

**4.2.1 ความปลอดภัย** สิ่งสำคัญอันดับแรกในการเลือกอาหาร คือ ความปลอดภัย แม้อาหารจะมีคุณค่าทางโภชนาการสูงเพียงใดก็ตาม แต่อาหารนั้นจะไม่มีคามหมายเลยถ้าหากบริโภคเข้าไปแล้วเกิดโทษแก่ร่างกาย ทำให้เกิดความเจ็บป่วยหรือถึงกับเสียชีวิต สาเหตุของความไม่ปลอดภัยในอาหาร เช่น จุลินทรีย์ พยาธิ สารเคมีที่มีการปนเปื้อน

**4.2.2 คุณภาพอาหาร** คุณภาพของอาหารย่อมมีผลต่อสุขภาพกายและสุขภาพจิตของบุคคล

- คุณภาพทางกายภาพของอาหาร ซึ่งได้แก่ ความพอใจที่ได้จากอาหารที่บอกโดยใช้ประสาทสัมผัส มีผลโดยตรงต่อสุขภาพจิต มีผลทางอ้อมต่อสุขภาพกายอาหารที่มีรสชาติดี สะอาด จัดสวยงามประณีตในบรรยากาศที่สงบ ย่อมให้ความรู้สึกต่างกับอาหารที่รสชาติดีแต่ไม่มีความประณีตในการจัดและอยู่ในบรรยากาศอีกทีก็กรีก โครม

- ส่วนคุณค่าทางโภชนาการของอาหารมีผลต่อสุขภาพกายโดยตรงและมีผลต่อสุขภาพจิตทางอ้อม

**4.2.3 เศรษฐกิจ** การที่จะใช้เงินค่าอาหารได้อย่างมีประสิทธิภาพ คือ ให้ได้อาหารดีเป็นที่น่าพอใจ คู้มค่าเงินหรือเกินค่าเงินนั้น จะต้องกำหนดหลักการที่แน่นอนในการใช้เงินเอาไว้ก่อน และต้องยึดถืออย่างเคร่งครัดหรือค่อนข้างจะเคร่งครัด จึงจะประสบผลที่ต้องการ

**4.2.4 ความชอบ** เป็นความชอบส่วนบุคคลหรือความรู้สึกลึกของเฉพาะกลุ่มที่แสดง ความพอใจในอาหารนั้น ๆ ปัจจัยที่มีผลต่อความชอบ ได้แก่

1) *วัย* *วัยเด็ก* *วัยหนุ่มสาว* *วัยสูงอายุ* มีความชอบต่างกัน ทั้งนี้เนื่องมาจากผลทางสรีรวิทยา เช่น *วัยทารก* มีปุ่มรับรสอาหาร (Taste bud) ที่ไวกว้าง เด็กจึงชอบรสอาหารที่อ่อน *วัยสูงอายุ* ปุ่มรับรสเสื่อมลง ความไวในการรับรสอาหารน้อยลงจึงชอบรสอาหารที่จัดขึ้น

2) *นิสัยการบริโภคของแต่ละบุคคล* ประสบการณ์ในอาหารการกินที่บุคคลได้รับมาในเวลาหนึ่ง ย่อมมีความสัมพันธ์กับความชอบอาหารในเวลาต่อมา แต่บางคนอยู่ในสถานที่หนึ่งเคยกินอาหารบางอย่างแต่ไม่รู้สึกชอบ เมื่อไปอยู่สถานที่ใหม่ที่มีอาหารนั้นกลับรู้สึกต้องการอาหารอย่างนั้นขึ้นมาซึ่งอาจเป็นความรู้สึกทางด้านจิตวิทยาในการที่จะชดเชยกับสิ่งที่ตนคุ้นเคยแล้วกลับขาดหายไป

3) *สภาวะของร่างกาย* ความชอบของบุคคลอาจเปลี่ยนแปลงไปได้เมื่อสภาวะของร่างกายเปลี่ยนแปลงไป คนฟันดีที่เคยชอบอาหารที่กรอบแห้ง เหนียวบ้าง เมื่อฟันไม่ดีจะชอบกินอาหารนุ่มเปื่อยแทน ผู้ที่เคยชอบอาหารรสจัดต้องเปลี่ยนเป็นรสจืดเมื่อเป็นโรคกระเพาะ

**4.3 หลักการเลือกซื้ออาหารที่ถูกสุขลักษณะ** อาหาร หมายถึง อาหารสด อาหารแห้ง อาหารกระป๋อง อาหารปรุงสำเร็จ เครื่องดื่ม น้ำดื่ม น้ำแข็ง นมและผลิตภัณฑ์นม สารปรุงแต่งอาหาร ซึ่งมีหลักการในการเลือกซื้ออาหารที่ถูกสุขลักษณะ โดยคำนึงถึง หลัก 3 ป. คือ ปลอดภัย ประโยชน์ ประหยัด

**4.3.1 ปลอดภัย** คือ ต้องเลือกซื้ออาหารที่ได้มาตรฐาน สะอาด ปลอดภัย ผลิตจากแหล่งที่เชื่อถือได้ โดยมีลักษณะ สี สัน กลิ่น รสชาติ ตามธรรมชาติ ในกรณีที่เป็นอาหารที่มีการควบคุมตามกฎหมาย จะต้องมีเครื่องหมาย/สัญลักษณ์แสดงให้เห็น เช่น เครื่องหมาย อย. (เครื่องหมายจากคณะกรรมการอาหารและยา) , เครื่องหมาย มอก.(เครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม) ที่สำคัญคือ จะต้องเลือกซื้ออาหารที่ใหม่ สด โดยดูจากวันที่ผลิต หรือ วันหมดอายุบนฉลากบรรจุอาหารเป็นสำคัญ

**4.3.2 ประโยชน์** คือ ต้องเลือกซื้ออาหารที่มีคุณค่า คุณประโยชน์ทางโภชนาการ การเลือกซื้ออาหารบริโภคต้องคำนึงถึงคุณค่าอาหารให้ครบถ้วน เหมาะสมกับความต้องการ อาหารของบุคคลในแต่ละช่วงอายุ เช่น การเลือกซื้อ นมสดสำหรับเด็กต่ำกว่า 5 ปี และการเลือกซื้อนมพร่องมันเนยสำหรับวัยสูงอายุ เป็นต้น

**4.3.3 ประหยัด** คือ ต้องเลือกซื้ออาหารตามฤดูกาลที่ผลิตในท้องถิ่น เพื่อจะได้ อาหารที่มีคุณภาพดี ราคาถูก หาซื้อได้สะดวก

อาหารเป็นปัจจัยสำคัญหนึ่งในการดำรงชีวิต ในวันหนึ่ง ๆ คนเราต้องกินอาหารถึง 3 มื้อ การเลือกซื้ออาหารจึงมีความจำเป็นที่ผู้ซื้อจะต้องมีหลักในการซื้อเพื่อช่วยในการตัดสินใจจะทำให้ได้อาหารที่มีคุณภาพดี มีประโยชน์ต่อร่างกาย การเลือกซื้ออาหารประเภทต่าง ๆ ควรมีหลักดังนี้

การเลือกซื้ออาหารสด การเลือกซื้ออาหารสดนั้นจะทำให้อาหารที่ปรุงมีรสชาติดี มีคุณค่าทางโภชนาการสูง สีสันน่ารับประทาน วิธีการเลือกซื้ออาหารสดๆ มีดังนี้

### 1. การเลือกซื้ออาหารประเภทเนื้อสัตว์

- 1.1 เนื้อหมู เลือกที่มีสีชมพูอ่อน มันสีขาว เนื้อแน่นเวลาคดเนื้อจะไม่นุ่ม
- 1.2 เนื้อวัว เลือกที่มีสีแดงสด มันสีเหลือง เนื้อสันในจะเป็นเนื้อที่เปื่อยที่สุด ถ้าเนื้อไม่สดจะมีสีเขียวดำๆ ปนดำ
- 1.3 เนื้อควาย มีลักษณะเหนียว เส้นหยาบ สีคล้ำกว่าเนื้อวัว มีมันสีขาว
- 1.4 ไก่ ต้องมีหนังบาง สีไม่ซีด ไม่มีกลิ่นเหม็น
- 1.5 ปลา ควรเลือกปลาสด ผิวเป็นมัน มีเมือกใสๆ บางๆ หุ้มทั่วตัว เกล็ดแนบกับหนัง ใสไม่ทะลักออกมา ตาสดใสฝังในเบ้า เหงือกสีแดง ไม่มีกลิ่น เนื้อแน่น
- 1.6 กุ้ง ควรเลือกกุ้งสด หัวติดแน่น ตาใส ตัวมีสีเขียวปนน้ำเงินใส เนื้อแข็ง เปลือกสดใส ตัวโต
- 1.7 หอย ควรเลือกปากหุบแน่น เมื่อบังแกว่งไว้ปากจะอ้าออก และหุบไว้แน่นสนิท ก็แสดงว่ายังมีชีวิตอยู่ ถ้าเป็นหอยที่แกะเอาเปลือกออกแล้วต้องมีสีสดใส
- 1.8 ปู ถ้าเลือกซื้อปูทะเลจะมีสีเขียวเข้ม หน้าอก ตาใส กลางหน้าอกแข็งกลมไม่ลง ไม่ยุบง่าย ถ้าต้องการปูไข่เลือกตัวเมีย ถ้าต้องการปูเนื้อเลือกตัวผู้ ปูตัวเมียฝาปิดหน้าอกจะใหญ่ ปูตัวผู้ฝาปิดหน้าอกจะเรียวยาวเล็ก
- 1.9 ไข่ การใช้ไข่ประกอบอาหารและขนม มีทั้งไข่เป็ดและไข่ไก่ ควรเลือกไข่สดถ้าไข่สดผิว นอกของเปลือกไข่จะมีลักษณะเป็นสีนวล เมื่อต๋อยออกใส่ภาชนะจะเห็นไข่แดงนูนตรงกลาง

2. การเลือกซื้อผักสด ผักที่ใช้เป็นอาหาร ได้มาจากส่วนต่างๆ ของพืช ได้แก่ ใบผัก ราก ผล เมล็ด ดอก ควรเลือกผักดังนี้

- 2.1 เลือกซื้อตามฤดูกาล จะได้ผักที่มีคุณภาพดี ราคาถูก
- 2.2 เลือกซื้อจากสี ขนาด รูปร่าง ความอ่อนแก่ สด ไม่ขำ
- 2.3 เลือกซื้อตามชนิดของผัก เช่น
  - 2.3.1 ผักที่เป็นหัว ควรเลือกซื้อที่มีน้ำหนัก เนื้อแน่น ไม่มีตำหนิ
  - 2.3.2 ผักที่เป็นผัก ควรเลือกผักอ่อนๆ เช่น ถั่วงอกยาว ต้องสีเขียว แน่น ไม่พอง อ้วน
  - 2.3.3 ผักที่เป็นใบ ควรเลือกสีเขียวสด ไม่เหี่ยว ไม่มีรอยขำ ไม่มีหนอน ต้นใหญ่ อวบ ใบแน่นติดกับโคน

### 2.3.4 ผักที่เป็นผล ควรเลือกสีเขียวสด ไม่เหี่ยว ไม่เสีย

#### 3. การเลือกซื้อผลไม้

##### 3.1 ต้องดูผิวสดใหม่

##### 3.2 ขั้วหรือก้านยังเขียวและแข็ง

##### 3.3 เปลือกไม่ขำดำ

##### 3.4 ขนาดของผลสม่ำเสมอ

4. การเลือกซื้ออาหารพร้อมปรุง อาหารพร้อมปรุง หมายถึง อาหารสดที่ได้จัดเตรียม ส่วนประกอบต่าง ๆ นำมาบรรจุในภาชนะเดียวกันเพื่อจะได้จำหน่ายให้กับผู้บริโภคนำไปประกอบ เป็นอาหารชนิดนั้นๆ เช่น ชุดอาหารพร้อมปรุงสำหรับแกงเขียวหวานไก่ อาหารพร้อมปรุงชุดปลา กระพงสามรส เป็นต้น เพื่อเป็นการป้องกันแบคทีเรียที่อาจมีการปนเปื้อนลงไป ในอาหารพร้อมปรุง เป็นเหตุทำให้อาหารไม่สด เป็นพิษกับผู้บริโภค ฉะนั้นการเลือกซื้ออาหารพร้อมปรุงจึงต้องสังเกต ดังนี้

- อาหารพร้อมปรุงต้องมีฉลากประกอบด้วย ต้องมีชื่ออาหาร ชื่อและที่ตั้งของผู้ผลิต วัน เดือน ที่ผลิต รวมทั้งคำแนะนำในการเก็บรักษาอาหารพร้อมปรุงชนิดนั้น ๆ

- ภาชนะบรรจุจะต้องสะอาด ได้มาตรฐาน มีสิ่งปกปิดอาหารที่สามารถปกปิดอาหารพร้อมปรุง เพื่อป้องกันการปนเปื้อนได้

- การวางจำหน่ายอาหารพร้อมปรุงตามห้างสรรพสินค้า จะต้องวางจำหน่ายในตู้แช่เย็นที่มีอุณหภูมิต่ำกว่า 7 องศาเซลเซียส สังเกตได้จากเครื่องวัดอุณหภูมิที่ตู้แช่เย็นใน ห้างสรรพสินค้า

- สังเกตวัน เดือน ที่ผลิตที่ติดบนฉลาก ควรเลือกซื้อของที่ผลิตใหม่ ไม่ควรเลือกซื้อ อาหารพร้อมปรุงที่ผลิตเกิน 3 วัน เพราะอาจจะเกิดการเน่าเสียได้ง่าย

- เมื่อซื้ออาหารพร้อมปรุงมาเพื่อปรุง ประกอบเป็นอาหาร ก็ควรจะต้องล้างทำความสะอาดอีกครั้งก่อนนำมาปรุง และระหว่างรอการปรุง ประกอบควรเก็บไว้ในตู้เย็นเพื่อลดอัตราเสี่ยง จากการเน่าเสียและการเพิ่มจำนวนของเชื้อโรค

สรุปได้ว่าอาหารพร้อมปรุงเป็นอาหารสดที่ผู้ผลิตได้จัดเป็นชุด เพื่อพร้อมที่จะประกอบอาหาร โดยที่ผู้บริโภคไม่ต้องเสียเวลาในการเตรียมให้ยุ่งยาก แต่ผู้บริโภคควรจะมี ความรู้และมี พฤติกรรมในการเลือกซื้ออย่างถูกต้อง ดังนั้นหลักการเลือกซื้ออาหารพร้อมปรุงเพื่อให้ได้อาหารที่มี คุณค่าสมราคา ปลอดภัยและได้รับประโยชน์สูงสุดผู้บริโภคจึงควรตรวจสอบฉลากให้ถี่ถ้วน พร้อมทั้งสังเกตลักษณะของอาหารให้อยู่ในสภาพสดใหม่ตามปกติของอาหาร ลักษณะบรรจุภัณฑ์ที่อยู่ใน สภาพเรียบร้อย การจัดวางอาหารอยู่ในอุณหภูมิที่เหมาะสมก่อนตัดสินใจเลือกซื้อ

## 5. การเลือกซื้ออาหารแช่แข็ง

- 5.1 อาหารที่นำมาแช่แข็ง ควรเป็นของที่มีคุณภาพดี ไม่น่า อยู่ในสภาพที่เหมาะสมและสะอาด
- 5.2 ห่อต้องอยู่ในสภาพดี ป้ายไม่ขาด ไม่มีรอยเปื้อนและต่างคำ
- 5.3 ควรบอกวิธีใช้อาหารนั้นเพื่อเป็นแนวทางแก่ผู้บริโภค
- 5.4 ไม่ควรนำอาหารมาตั้งทิ้งให้ละลายแล้วนำกลับเข้าแช่แข็งอีก เพราะจะทำให้อาหารนั้นเสียลักษณะที่ดีของอาหารสูญเสียคุณค่าทางอาหารไปกับน้ำที่ละลายออกมา ถ้าจะใช้ควรแบ่งจากส่วนใหญ่อตามจำนวนที่ต้องการก่อนนำไปแช่แข็ง(โรงเรียนอาหาร/ขนมทิพย์ คั่นคืนวันที่ 1 สิงหาคม พ.ศ. 2554 จาก [www.tipfood.com/cooking](http://www.tipfood.com/cooking))

6. การเลือกซื้ออาหารปรุงสำเร็จ อาหารปรุงสำเร็จ หมายถึง อาหารที่ผ่านการปรุงประกอบ พร้อมทั้งจะนำมาเสิร์ฟและบริโภคในการวิจัยครั้งนี้รวมถึงอาหารกระป๋องด้วย เช่น แกงจืด ผัดผัก ปลาทอด ไก่ย่าง และแกงชนิดต่าง ๆ ที่บรรจุกระป๋อง มีหลักการเลือกซื้ออาหารปรุงสำเร็จ ที่สำคัญดังนี้คือ

- สภาพทั่วไปต้องสังเกตสี สัน กลิ่น รสของอาหารให้เป็นไปตามปกติตามชนิดของอาหารนั้น ๆ ไม่มีสีคล้ำหรือไม่มีกลิ่นเหม็นเปรี้ยว เน่าเสีย หรือไม่มีสีสันที่เข้มจนผิดปกติ ลักษณะการเก็บอาหารปรุงสำเร็จ ระหว่างรอการจำหน่าย จะต้องเก็บในตู้ หรือในภาชนะที่สะอาด มีฝาปิด ป้องกันสัตว์นำโรคและต้องสูงจากพื้นอย่างน้อย 60 เซนติเมตร และต้องอยู่ห่างจากที่ล้างมือ/ล้างภาชนะอุปกรณ์อย่างน้อย 1 เมตร เพื่อป้องกันการกระเซ็นของน้ำสกปรกมาปนเปื้อน ในกรณีอาหารปรุงสำเร็จที่จำหน่ายตามแผงลอยควรบรรจุในถุงพลาสติกที่ใช้บรรจุอาหารร้อนหรือบรรจุในภาชนะที่มีฝาปิดมิดชิด

- เลือกซื้ออาหารปรุงสำเร็จจากสถานที่ปรุง ประกอบ จำหน่ายอาหารที่ได้มาตรฐาน สะอาด ปลอดภัย เชื่อถือได้และสังเกตว่ามีการนำอาหารปรุงสำเร็จมาอุ่นให้ร้อนเป็นระยะทุก 2 ชั่วโมง

- สังเกตลักษณะการเตรียมอาหารปรุงสำเร็จเพื่อจำหน่าย จะต้องเสิร์ฟอย่างถูกสุขลักษณะ มีทัพพี/ที่หยิบจับอาหารแยกเฉพาะในแต่ละประเภทของอาหาร

- ข้อสำคัญ เมื่อซื้อมาแล้วก่อนบริโภคควรนำมาอุ่นให้ร้อนเสียก่อนและในกรณีที่จะเก็บไว้นาน ควรเก็บไว้ในตู้เย็นเพื่อป้องกันการเพิ่มจำนวนของเชื้อโรคและป้องกันความเสี่ยงจากอาหารเน่าเสียของอาหารปรุงสำเร็จ

## 7. การเลือกซื้ออาหารสำเร็จรูป ควรพิจารณาตามหลักดังต่อไปนี้

7.1 ไม่ควรมีการปลอมปนสารที่เป็นพิษต่อร่างกาย หรือเน่าเสีย ที่ไม่เหมาะสมต่อการรับประทาน

7.2 เลือกซื้อจากผู้ที่เราใจได้ว่าอาหารนั้นสะอาดปลอดภัย

7.3 เลือกอาหารที่บรรจุในภาชนะที่ห่อเรียบร้อยสะดวกในการขนส่งนำติดตัวและง่ายในการรับประทาน

7.4 เมื่อเปิดกระป๋องแล้วอาหารนั้นมึกลิ่นรสไม่ผิดจากที่ควรจะเป็น ไม่เป็นฟอง เน่าเสีย หรือเกิดการเปลี่ยนแปลงที่อันตรายต่อการบริโภค

ข้อแนะนำเกี่ยวกับเรื่องการเลือกอาหารสด อาหารพร้อมปรุง อาหารสำเร็จรูปตามแนวคิดของผู้วิจัย ควรเก็บอาหารและการนำอาหารมาใช้ ตัดในส่วนที่อาจจะเกิดการบูดเสียทิ้ง ในกรณีที่ต้องซื้อให้ซื้อปริมาณที่พอเหมาะไม่ซื้อในลักษณะกักตุนเป็นสัปดาห์ ๆ หรือ 2 สัปดาห์ โดยเฉพาะอาหารสดเพราะ

1. เมื่อซื้ออาหารสดมาต่อนแรกสด การปนเปื้อนจุลินทรีย์อาจจะน้อย แต่การปนเปื้อนสารพิษก็อาจจะยังมีมาก หลังจากเวลาผ่านไปขณะหนึ่งจุลินทรีย์จะเริ่มทำงาน อาหารเริ่มบูดเสีย ขณะเดียวกันจะได้อาหารที่ไม่มีรสชาติ เพราะฉะนั้นให้ซื้อแต่พอใช้ อย่าซื้อมากเกินไปจะเสียเงินโดยเปล่าประโยชน์

2. เมื่อซื้อมาเปิดกล่องดู หรือเปิดภาชนะอาหารบรรจุพร้อมปรุง ถ้าพบว่ามีลักษณะผิดปกติเช่น มีกลิ่นที่ผิดไปจากลักษณะของอาหารนั้น ๆ เนื้อสัตว์มีสีเขียว กลิ่นเหม็นตุ ๆ ผักขำหรือเน่า ไม่สมควรนำมาปรุงต่อควรกำจัดไปเลย แต่ถ้ามีลักษณะสมบูรณ์ เป็นไปตามอาหารชนิดนั้น ๆ ก็ปรุงได้เลย อาหารจริง ๆ แล้วคือสิ่งที่มีอยู่ข้างกายเราทั้งสังคมในอดีต สังคมในปัจจุบันก็ยังเป็นเช่นนี้ ปลุกผักกิมฉ่าย ปลุกมะละกอ ปลุกพืชขึ้นต้น ปลุกพืชให้ผล ได้คุณภาพและไม่มีการปนเปื้อนแล้วก็ ปลอดภัยจากจุลินทรีย์ สดอย่างมีคุณค่าทางอาหารสูง น่าจะเป็นประโยชน์ ลองหันมาพิจารณาชีวิตครอบครัวของเรา โดยเฉพาะคุณแม่บ้านหรือคุณพ่อบ้าน ต้องดูแล แบ่งเวลามาสำหรับการพิจารณาเรื่องอาหารที่จะต้องรับประทานเข้าไปแต่ละมื้อ ไม่ให้มีการปนเปื้อน แต่ต้องมีคุณค่าทางอาหารสูงและไม่มีการปรับแต่งมากมายนัก(หมายถึงอาหารปรับแต่งพันธุกรรม) จะทำอย่างไรให้สมาชิกของครอบครัวได้รับอาหารที่ดีไม่มีภาวะอาหารปนเปื้อน เป็นอาหารที่มีทั้งคุณภาพที่ดีทั้งนี้อยู่ที่ดุลพินิจของผู้เลือกซื้อ และการจัดอาหาร อย่าเพียงแต่นึกคำว่าหาซื้อ มีเงินแล้วซื้อได้ แต่สุขภาพเราหาซื้อไม่ได้ อาหารเกี่ยวกับชีวิตเราอย่างแยกไม่ออก เป็นที่มาแห่งโรคมากมาย โดยเฉพาะอาหารปนเปื้อน อาหารปนเปื้อน โลหะหนักอยู่กับร่างกายมนุษย์ได้เป็นหลายสิบปี ถ้ามีการบริโภคอย่างต่อเนื่อง การกำจัดออกจะเป็นภาระกับไต กับร่างกายหลาย ๆ อย่างและกว่าจะกำจัด



ออกไปได้ก็ใช้เวลาานาน (ฝ่ายบริการข้อมูลจากสถาบันอาหาร คืบค้นวันที่ 29 กรกฎาคม 2554 จาก <http://www.nfi.or.th/nfi/home.php>)

**4.4 วิธีสังเกตอาหารที่ปนเปื้อนสารพิษ** สารพิษที่ปนเปื้อนในอาหารสด เช่น ผักสด ผลไม้สด จะสังเกตได้ชัดจากผิว บางครั้งก็จะมีลักษณะเป็นจุดเทา ๆ หรือจุดดำ ๆ เป็นผง ๆ ซึ่งไม่ใช่เป็นทั้งฝู่น หรือเป็นทั้งดินที่ปนเปื้อนมา ลักษณะจะพิเศษบางครั้งเมื่อแตะฝู่นเหล่านี้แล้วมาแตะตามผิวหนังจะรู้สึกคัน คือเป็นลักษณะที่สังเกตได้ง่าย แต่ว่าการฉีดยาต้องใช้ตาสังเกตค่อนข้างละเอียดแล้วก็ดูตามรอยต่อของใบของพืช ในกรณีผักสดหรือกึ่งสด ถ้าเป็นกรณีเนื้อสดต้องดูลักษณะพิเศษ บางครั้งก็จะมีกลิ่นของสารเคมีให้ได้รับรู้

กลุ่มอาหารที่ปนเปื้อนด้วยสารพิษที่เป็นกลุ่มอาหารแห้ง อาหารกระป๋อง อาหารบรรจุสำเร็จ ขึ้นต้นจะต้องดูที่ภาชนะบรรจุ ดูที่ป้ายเตือนบอกวันผลิต วันหมดอายุ ขณะเดียวกันในป้ายเตือนก็จะบอกส่วนผสมของอาหาร ถ้ามีสารที่อาจจะมียันตรายปนเปื้อนอยู่ควรมีคำเตือนว่าห้ามบริโภคปริมาณเท่าใด หรือกรณีเด็กบริโภคไม่ได้ ทารกบริโภคไม่ได้แบบนี้ก็ต้องปฏิบัติตาม ยกตัวอย่าง สารพิษที่ปนเปื้อนอยู่ในอาหารเหล่านี้อาจจะปนเปื้อนอยู่ในรูปของสารกันบูด สารแต่งรส แต่งกลิ่น แต่งสี เป็นโลหะหนักที่อนุญาตให้ใส่ได้ในปริมาณที่กฎหมายกำหนดเท่านั้น เพราะฉะนั้นตรงนี้ต้องดูที่ป้าย ส่วนภาชนะบรรจุ ภาชนะบรรจุที่ค่อนข้างเรียบร้อย และที่ดีที่สุด ส่วนภาชนะบรรจุเป็นภาชนะที่ทำให้สารพิษเอง เช่น ภาชนะที่เป็นโลหะบางชนิดมีสิ่งปนเปื้อนในนั้น ถ้าอาหารที่บรรจุมีฤทธิ์เป็นกรดก็จะกัดกร่อนเอาโลหะออกมาปนเปื้อนได้ (ฝ่ายบริการข้อมูลจากสถาบันอาหาร คืบค้นวันที่ 1 สิงหาคม พ.ศ. 2554 จาก <http://www.nfi.or.th/nfi/home>.)

ทั้งนี้ อย่างกล้วยฆ่าแมลงกันมากจนเลิกรับประทานผักผลไม้ เนื่องจากผักผลไม้เป็นอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการค่อนข้างสูง คือ ให้พลังงาน มีวิตามิน แร่ธาตุให้ร่างกายได้รับ สารอาหารเหล่านี้ครบตามความต้องการ (ภัยในอาหาร, สถาบันอาหาร, พฤษภาคม 2547: 25-29)

**4.5 วิธีสังเกตอาหารที่ปนเปื้อนจุลินทรีย์** อาหารปนเปื้อนด้วยจุลินทรีย์หรือตัวเชื้อโรค จะมีอยู่ 2-3 ชนิด ชนิดแรกคือ ตัวแบคทีเรีย ชนิดที่ 2 คือ เชื้อรา อื่น ๆ อาจจะเป็นพยาธิ พยาธิไม่อยู่ในกลุ่มจุลินทรีย์ แต่ก็เป็นสิ่งมีชีวิต สังเกตอาหารสดดูว่าตามใบมีลักษณะเป็นตุ่มมีตัวคืบคลาน อาจจะเป็นตัวอ่อนของพยาธิคือปาราสิตอยู่ กรณีนี้ไม่ใช่จุลินทรีย์ แต่เป็นกลุ่มพยาธิ แต่ถ้าเป็น จุลินทรีย์เองอาหารสดแทบจะไม่มีปัญหาตรงนี้ ยกเว้น จะเห็นตอนที่ใบมีภาวะเน่า อันนี้เห็นชัด เชื้อราที่จะเห็นชัด จะติดอยู่บนผิว ลักษณะก็จะแตกต่างกันไปแล้วแต่ชนิดของเชื้อรา ราดำ ราสีส้ม ราเขียว แต่พอมาเป็นอาหารบรรจุสำเร็จจะมีวันที่ชัดเจนหรืออาหารพร้อมปรุงที่มีขายตามห้างสรรพสินค้าทั้งหลาย จะเห็นว่าเขียนวันหมดอายุไว้แต่ต้องระมัดระวัง ถึงแม้มีวันหมดอายุไว้เราซื้ออยู่ในระยะขอบเขต แต่หลายครั้งก็มีการตรวจพบว่ามีสภาพที่ปนเปื้อนด้วยจุลินทรีย์ อาหารที่พบบ่อย ๆ ที่

ปนเปื้อนด้วยจุลินทรีย์ ได้แก่ กลุ่มของไอศกรีม จากการตรวจพบของคณะกรรมการอาหารและยา ในปี พ.ศ. 2535-2538 พบว่าไอศกรีมกว่า 30 % มีการปนเปื้อนด้วยจุลินทรีย์ มีการใช้สารให้ความหวานแทนน้ำตาล มีการใช้สารสีที่เกินระดับที่ยอมรับได้ ซึ่งตรงนี้อาจจะไปเกี่ยวข้องกับสารพิษ (ฝ่ายบริการข้อมูลจาก สถาบันอาหาร ค้นคืนวันที่ 1 สิงหาคม พ.ศ. 2554 จาก <http://www.nfi.or.th/nfi/home>.)

เพื่อให้ผู้บริโภคได้เลือกบริโภคอาหารได้อย่างปลอดภัยทั้ง อาหารสด อาหารพร้อมปรุงหรืออาหารปรุงสำเร็จ กระทรวงสาธารณสุขจึงได้พัฒนาสัญลักษณ์แห่งความปลอดภัย สำหรับให้ผู้บริโภคใช้เป็นข้อสังเกตในการบริโภค ผู้ประกอบการที่จะได้รับสัญลักษณ์แห่งความปลอดภัย ต้องผ่านการตรวจสอบว่าปฏิบัติได้ตามเกณฑ์ที่กำหนดจึงจะได้รับสัญลักษณ์มาติดแสดงที่ร้าน หรือที่ผลิตภัณฑ์บรรจุอาหาร

อาหารปลอดภัย (Food Safety)



ภาพที่ 2.5 สัญลักษณ์ของเครื่องหมายอาหารปลอดภัย

แผงหรือร้านที่จำหน่ายอาหารสดในตลาดและซูเปอร์มาร์เก็ตหากตรวจสอบไม่พบการปนเปื้อนของสารต้องห้ามในอาหารที่จำหน่าย จะได้รับป้ายสัญลักษณ์ “อาหารปลอดภัย” จากกระทรวงสาธารณสุข เป็นป้ายพื้นขาว แต่หากตรวจติดต่อกัน 3 เดือน เดือนละครั้ง แล้วยังไม่พบสารห้ามใช้ ก็จะได้รับ “ป้ายทอง” ไปติดแสดงหลังจากนั้นจะตรวจติดตามผลทุก 6 เดือน ชื่ออาหารสดจากร้านที่มีป้ายสัญลักษณ์ “อาหารปลอดภัย” จึงมั่นใจ ที่ได้อาหารปราศจากสารห้ามใช้

อาหารสะอาด รสชาติอร่อย หรือ Clean Food Good Taste

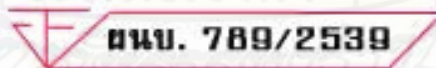


ภาพที่ 2.6 สัญลักษณ์ของเครื่องหมายอาหารสะอาด รสชาติอร่อย

สถานประกอบการที่อาหารปรุงสำเร็จ ต้องดูแลสถานที่เตรียม/ ปรุงอาหาร และสถานที่รับประทานอาหารให้สะอาด ถูกสุขลักษณะ ดูแลความสะอาด และความเหมาะสมของอาหาร สารปรุงแต่ง น้ำ น้ำแข็ง เครื่องดื่ม ภาชนะอุปกรณ์ ห้องน้ำ ห้องส้วม รวมถึงสุขอนามัยของผู้ปรุง ผู้เสิร์ฟอาหารและผู้ดูแลการกำจัดขยะของเสีย นอกจากนี้ ยังต้องตรวจสอบความสะอาดของอาหาร ภาชนะ และมือด้วยชุดตรวจหาเชื้อ โคลิฟอร์มแบคทีเรีย (น้ำยา SI-2) โดยต้องผ่านเกณฑ์ไม่น้อยกว่าร้อยละ 90 ถ้าสามารถปฏิบัติได้ ตามที่กล่าว ก็จะได้รับป้ายสัญลักษณ์ “อาหารสะอาด รสชาติอร่อย” หรือ “Clean Food Good Taste” โดยป้ายนี้มีอายุการรับรอง 1 ปี

การรับประทานอาหารจากร้านที่มีป้ายสัญลักษณ์ “อาหารสะอาด รสชาติอร่อย” จึงมั่นใจได้ว่าจะได้รับอาหารที่สะอาด ปลอดภัย

เครื่องหมาย อย. (คณะกรรมการอาหารและยา)



ภาพที่ 2.7 สัญลักษณ์ของเครื่องหมาย อย.

เครื่องหมาย อย. ที่อยู่บนฉลากผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป ไม่ใช่ว่าจะได้มาง่าย ๆ อาหารที่จะได้รับ อย. นั้น ส่วนใหญ่ต้องผ่านขั้นตอนในการตรวจสอบความเหมาะสมของสถานที่ตั้งและอาคารผลิต เครื่องมือ เครื่องจักร และอุปกรณ์ในการผลิต การควบคุมกระบวนการผลิต การสุขาภิบาลโรงงาน การบำรุงรักษา และการทำความสะอาด และบุคลากรในการผลิต นั่นคือ เป็นไปตามเกณฑ์วิธีการที่ดีในการผลิตอาหาร หรือ GMP. (Good Manufacturing Practice) นั่นเอง

นอกจากนั้น ต้องผ่านการตรวจสอบมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ ภาชนะบรรจุ และการแสดงข้อมูลบนฉลากว่าครบถ้วน ไม่โอ้อวด หลอกลวง หรือทำให้เข้าใจผิด อาหารนั้น จึงจะได้รับเครื่องหมาย ออ. เป็นสัญลักษณ์ให้กับผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปที่มีภาชนะบรรจุมิดชิด

การเลือกบริโภคอาหารที่มีตราสัญลักษณ์ของกระทรวงสาธารณสุข จึงให้ความมั่นใจว่าเราจะได้รับบริโภคอาหารที่มีความปลอดภัย

เครื่องหมาย ตลาดสด น่าซื้อ



ภาพที่ 2.8 สัญลักษณ์ของเครื่องหมายตลาดสด น่าซื้อ

ตลาดสด น่าซื้อ เป็นสัญลักษณ์ ให้กับตลาดขายอาหารสด อาหารพร้อมบริโภค อาหารแปรรูป โดยกำหนดสถานที่สะอาด อาหารปลอดภัย ไม่มีสารปนเปื้อน {ไม่พบบอแรกซ์, สารฟอร์มาลิน, สารไฮโดรซัลไฟด์ (สารฟอกขาว), กรดซาลิซิลิก (สารกันรา), สารพิษตกค้าง, สารกำจัดแมลง} ใส่ใจผู้บริโภค มีพื้นที่ให้ความรู้ และกิจกรรมส่งเสริมการคุ้มครองผู้บริโภค รับผิดชอบโดย กรมอนามัยกระทรวง สาธารณสุข

เครื่องหมายรับรองคุณภาพระบบตรวจสอบสารพิษ



ภาพที่ 2.9 สัญลักษณ์ของเครื่องหมายรับรองคุณภาพตรวจสอบสารพิษ

รับผิดชอบ โดยกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ กระทรวงสาธารณสุข ใช้รับรองคุณภาพระบบตรวจสอบ สารพิษตกค้างในผักสด/ผลไม้ ซึ่งผู้ประกอบการสามารถดำเนินการตรวจสอบผักสด/ผลไม้ ได้อย่างเป็นระบบ สามารถตรวจสอบให้เป็นไปตาม ข้อกำหนดและเงื่อนไข ของกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ กระทรวงสาธารณสุข (ไบเออร์ไทย แผนกอารักขาพืช เครื่องหมายรับรองคุณภาพตรวจสอบสารพิษ ค้นคืนวันที่ 20 พฤษภาคม 2554 จาก [http://www.bayercropscience.co.th/foodsafety/fst\\_logo.php](http://www.bayercropscience.co.th/foodsafety/fst_logo.php))

#### 4.6 การเลือกซื้ออาหารเพื่อความปลอดภัยจากพิษของยาฆ่าแมลง

ในการเลือกซื้ออาหารเพื่อความปลอดภัยจากพิษของยาฆ่าแมลง ถ้าเป็นปลาเค็ม เนื้อเค็ม ฯลฯ ควรซื้อที่มีแมลงวันตอมบ้าง หากไม่มีเลยแสดงว่าแม่ค้าฉีดพ่นยาฆ่าแมลงไว้ พวกผักที่ใช้รับประทานสดไม่ควรซื้อหาที่มีใบสวย ไม่มีแผลหรือร่องรอยแมลงกัดกิน เพราะนั่นแสดงว่าผู้ปลูกพ่นยาฆ่าแมลงไว้ ควรซื้อหาที่ใบมีรอยแมลงกัดกินบ้าง ทางที่ดีแล้วควรปลูกผักสวนครัวไว้กินเองเป็นปลอดภัยที่สุด และเชื่อได้แน่นอนว่าปลอดภัยจากพิษยาฆ่าแมลง ถ้าหากหันมานิยมรับประทานผักพื้นเมืองที่ขึ้นอยู่หลังบ้าน ตามรั้ว ในท้องไร่ ท้องนาหรือในสวน เช่น ผักโขม ยอดชะอม ยอดกระถิน ลูกสะตอ ดอกแค มะรุม ดอกโสน หัวปลี ผักหวาน ฯลฯ ผักเหล่านี้ส่วนใหญ่เป็นผักที่มีกลิ่นฉุน ทำให้พวกแมลงไม่ชอบ ที่สำคัญผักพื้นบ้านจะมีความต้านทานแมลงดีกว่าผักของต่างประเทศ จึงไม่มีการระบาดของแมลงศัตรูพืชมากนัก ดังนั้นจึงไม่จำเป็นต้องใช้สารเคมีในการปลูก (สารยูไนเต็ปีที่ 21 พ.ย. 2541:28)

ผักปลอดภัยจากสารพิษ ได้แก่ ผักที่ปลูกโดยทั่วไป มีการใช้ปุ๋ยเคมี ยาป้องกันและกำจัดศัตรูพืชแต่จะต้องรอให้สารเคมีเหล่านั้นสลายไปก่อนจึงจะทำการเก็บเกี่ยวได้ ซึ่งอาจจะยังมี

สารเคมีตกค้างอยู่บ้าง แต่ต้องไม่เกินค่า MRL (Maximum Residue Limit) ตามที่องค์การอนามัยโลกกำหนด จึงจะสามารถบริโภคได้อย่างปลอดภัย

ผักปลอดสารพิษ ได้แก่ ผักที่ปลูกโดยทั่วไป มีการใช้ปุ๋ยเคมีตามปกติ แต่จะไม่มีมีการใช้สารเคมีกำจัดโรคและแมลง แต่จะใช้ชีววิธีแทน เช่น การใช้แมลงกำจัดแมลง เป็นต้น ฉะนั้นผักในกลุ่มนี้จะเป็นผักที่ปลอดจากสารเคมีที่ใช้กำจัดศัตรูพืช

ผักอินทรีย์ หรือผักออร์แกนิกส์ (Organic) เป็นผักที่ปลูกด้วยวิธีธรรมชาติ ไม่ใช้เมล็ดพันธุ์ที่ผ่านการตัดต่อพันธุกรรม (จีเอ็มโอ) ไม่ใช้สารเคมีใดๆ ทั้งสิ้น ไม่ว่าจะเป็นปุ๋ยเคมี ยาปราบวัชพืช ยาฆ่าแมลง และฮอร์โมน เน้นการใช้ปุ๋ยอินทรีย์ ปุ๋ยหมัก กำจัดศัตรูพืชโดยการใช้สารที่ผลิตจากธรรมชาติ รวมทั้งใช้แมลงตัวห้ำ ตัวเบียน คือ การใช้แมลงกำจัดแมลง จึงมีความปลอดภัยต่อสุขภาพและไม่ทำลายสภาพแวดล้อม และกว่าเกษตรกรผู้ปลูกจะได้รับการรับรองว่าผักที่ปลูกเป็นผักเกษตรอินทรีย์ จะต้อง มีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้ามาทำการตรวจสอบกระบวนการผลิตทุกขั้นตอนว่าเป็นไปตามที่กำหนดหรือไม่ สำหรับในประเทศไทยผักอินทรีย์ที่ออกจำหน่ายมีการรับรองมาตรฐานทั้งจาก กรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ และองค์กรเอกชน ซึ่งได้รับการรับรองจากสหพันธ์เกษตรอินทรีย์นานาชาติ (IFOAM) แล้ว เช่น สำนักงานมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ (มกท.) เป็นต้น ผักไฮโดรโปนิกส์หรือผักไร้ดิน (Hydroponics) คือ ผักที่มีวิธีการปลูกเลียนแบบการปลูกผักบนดินโดยใช้วัสดุต่างๆ ในการปลูก เช่น น้ำ ทราย กรวด ดินเผา หรือวัสดุอื่น ที่ไม่ใช่ดิน โดยผักจะสามารถเจริญเติบโตบนวัสดุปลูกเหล่านี้ได้จากการได้รับสารละลายธาตุอาหารสำหรับพืชที่มีน้ำผสมกับปุ๋ยหรือธาตุอาหารต่างๆ ที่ผักต้องการผ่านทางราก ซึ่งระบบการปลูกพืชไร้ดินที่นิยมปลูกมากที่สุดในปัจจุบันคือ ระบบการปลูกพืชที่ใช้น้ำเป็นวัสดุปลูก ข้อดีของผักที่ปลูกโดยไม่ใช้ดินก็คือ ผักที่ปลอดจากจุลินทรีย์ที่อาจจะมติดค้างอยู่ในดิน ส่วนในเรื่องของยากำจัดศัตรูพืชฟาร์มที่ปลูกผักไฮโดรโปนิกส์จะใช้วิธีป้องกันโดยปลูกในโรงเรือนป้องกันแมลง และใช้สารชีวภาพ อาจจะมีการใช้สารเคมีบ้างในช่วงแรก แต่เมื่อใกล้ถึงระยะเก็บเกี่ยวก็จะงดใช้ ดังนั้นผักไฮโดรโปนิกส์ส่วนใหญ่จึงมักไม่มีปัญหาเรื่องของสารพิษตกค้าง โดยเฉพาะผักสลัดจะยิ่งไม่ค่อยพบปัญหาในเรื่องของแมลง จึงไม่จำเป็นต้องใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชโดยปริยาย

(ภูเก็ตเฟรชมาร์ท วิธีเลือกซื้ออาหารที่ปลอดภัย ค้นคืนวันที่ 2 สิงหาคม 2554 จาก

[http://www.phuketfreshmart.com/modules.php?name=activeshow\\_mod&file=article&asid=17](http://www.phuketfreshmart.com/modules.php?name=activeshow_mod&file=article&asid=17) )

วิธีที่จะป้องกันไม่ให้ร่างกายของเราได้รับสารพิษตกค้างจากยาฆ่าแมลงได้ดีที่สุดก็คือ

1. เลือกซื้อผักที่มีความปลอดภัยสูง คือการซื้อผักที่ปลูกโดยไม่ใช้สารเคมีใด ๆ เข้ามาเกี่ยวข้องในการผลิต มีหลักสำคัญในการปลูก คือ งดใช้ปุ๋ยเคมีและสารเคมีกำจัดศัตรูพืช ซึ่งในปัจจุบันมีโครงการของภาคเอกชนหลายโครงการรวมถึงโครงการของกรมส่งเสริมการเกษตรมา

ปลูกผักโดยไม่ใช้สารเคมี โดยการเลือกรูปแบบและเทคนิคต่าง ๆ ในการเพาะปลูกมาใช้แทนสารเคมี เช่น การใช้สารสกัดจากธรรมชาติแทนสารเคมีในการกำจัดศัตรูพืช การใช้ปุ๋ยคอกแทนปุ๋ยเคมี ซึ่งผักเหล่านี้มีวางจำหน่ายในตลาดที่นิยมเรียกกันว่า “ผักปลอดสารพิษ”

2. เลือกซื้อผักที่มีการปลูกอย่างถูกวิธี ไม่ใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชในปริมาณที่มากเกินไป และมีการทิ้งระยะเวลาการเก็บเกี่ยวที่เหมาะสม เพื่อไม่ให้มีการตกค้างของสารเคมีสูงเกินกำหนด เช่น ผักในโครงการผักอนามัยของกรมส่งเสริมการเกษตร

3. การเก็บรักษาผักประเภทผักใบ ควรล้างให้สะอาดแล้วเก็บใส่ตู้เย็น โดยใส่ภาชนะหรือถุงพลาสติกที่สะอาดไม่อัดจนแน่น ผักที่มีหัว เช่น กระเทียม หอมแดง หรือผักตากแห้งต่าง ๆ เช่น พริกแห้ง ควรเก็บไว้ในออกตู้เย็น ในภาชนะที่โปร่งสะอาด หรือแขวนไว้ให้สูงจากพื้นไม่น้อยกว่า 75 เซนติเมตร มีการระบายอากาศได้ดี ไม่อับชื้น มีสิ่งปกปิดเพื่อป้องกันฝุ่นละอองและสัตว์นำโรค

4. เลือกรับประทานผักที่ไม่ซ้ำชนิดกันเพราะผักแต่ละชนิดจะมีวิธีการควบคุมดูแลต่างกัน การใช้ปุ๋ยหรือสารเคมีกำจัดศัตรูพืชต่างชนิดกัน ดังนั้นถ้าเรารับประทานผักชนิดเดียวกันซ้ำ ๆ โอกาสที่สารเคมีชนิดนั้น ๆ จะสะสมอยู่ในร่างกายจนแสดงอาการออกมาย่อมมีมากขึ้น จึงควรหลีกเลี่ยงโดยเลือกกินผักต่างชนิดสลับเปลี่ยนหมุนเวียนกันไปเรื่อย ๆ

5. การปลูกผักกินเอง หากบริเวณของบ้านมีเนื้อที่มากพอ ก็ควรปลูกผักกินเอง ไม่ว่าจะพริก หน่อไม้ฝรั่ง ผักกาด ตำลึง โหระพา ซึ่งการปลูกผักหลายชนิดคละกันไปในปริมาณ ไม่มากนักจะมีแมลงที่เป็นศัตรูพืชมารบกวนไม่มาก ที่สำคัญที่สุดในการลดสารพิษในพืชผักก็คือ ผู้บริโภคต้องตระหนักถึงปัญหานี้และหันมาสนับสนุนเกษตรกรที่เลือกใช้วิธีการเพาะปลูกที่ถูกต้อง โดยเฉพาะการเพาะปลูกที่งดใช้สารเคมี เลือกซื้อผักที่มีคำโฆษณาว่า “ปลอดสารพิษ” หรือ “ไม่มีการใช้สารเคมี” ซึ่งปัจจุบันเราอาจเลือกซื้อผักเหล่านี้ได้โดยดูจากคำรับรองคุณภาพของกรมวิชาการ เกษตร กรมส่งเสริมการเกษตร (สถาบันวิจัยโภชนาการ มหาวิทยาลัยมหิดล)

6. วิธีลดการปนเปื้อนได้ด้วยตนเองโดยการลวกใบชั้นนอกของผักสดทิ้งและล้างใบชั้นในด้วยน้ำสะอาด 2-3 ครั้งจะช่วยลดการปนเปื้อนลงได้ 90-99% และหากยังไม่รับประทานทันที ควรทำให้สะอาดและเก็บในภาชนะที่สะอาดปิดสนิท เพื่อป้องกันการปนเปื้อนซ้ำ (กรมวิทยาศาสตร์ กระทรวงสาธารณสุข วิธีลดการปนเปื้อนในผักสด ค้นคืนวันที่ 2 สิงหาคม 2554 จาก [www.kroobannok.com/34567](http://www.kroobannok.com/34567))

#### 4.7 ข้อเสนอแนะในการเลือกใช้ภาชนะพลาสติกบรรจุอาหาร ของกระทรวงสาธารณสุข

- ประการแรก การเลือกภาชนะพลาสติกบรรจุอาหารประเภทอื่นที่ไม่ใช่ถุงพลาสติก ควรเลือกใช้ภาชนะที่ไม่ผสมสี

- ประการที่สอง ควรใช้ภาชนะพลาสติกบรรจุอาหารให้เหมาะสมกับชนิดของพลาสติก

- ประการที่สาม ไม่ควรใช้ภาชนะพลาสติกบรรจุอาหารที่เป็นกรด เช่น น้ำส้มสายชู หรืออาหารที่ร้อนจัดหรือมีความมันมากเป็นเวลานาน  
ภาชนะบรรจุอาหารที่ทำด้วยพลาสติก ของกองเผยแพร่และควบคุมการโฆษณา สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา จะต้องมีคุณภาพมาตรฐานดังนี้

- สะอาด
- ไม่มีสารอื่นออกมาปนเปื้อนอาหารในปริมาณที่อาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพ
- ไม่มีจุลินทรีย์ที่ทำให้เกิดโรค
- ไม่มีสีออกมาปนเปื้อนกับอาหาร

ทางกระทรวงสาธารณสุขได้ให้ข้อแนะนำสำหรับภาชนะบรรจุอาหารที่เป็นเซรามิก และ โลหะเคลือบจะต้องมีคุณภาพมาตรฐานดังนี้

1. สะอาด
2. ไม่มีโลหะหนักหรือสารอื่นออกมาปนเปื้อนกับอาหารในปริมาณที่อาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพ
3. ไม่มีจุลินทรีย์ที่ทำให้เกิดโรค
4. ไม่มีสีออกมาปนเปื้อนอาหาร
5. ถ้ามีปริมาณของสารตะกั่วละลายออกมา ต้องไม่เกิน 7 มิลลิกรัมต่อลิตรและหากมี

ปริมาณของแคดเมียมละลายออกมาต้องไม่เกิน 0.7 มิลลิกรัมต่อลิตร

สำหรับในข้อสุดท้าย ประชาชน ก็คงยากที่จะรับรู้ว่ามีสารตะกั่วและแคดเมียมละลายออกมาปนเปื้อนกับอาหารแล้วและละลายออกมาในปริมาณเท่าไร เพราะไม่มีเครื่องมือที่จะใช้วัด ก็คงได้แต่สังเกตว่า ถ้าภาชนะกระเบื้องเคลือบหรือ โลหะเคลือบที่มีสีหลุดลอกออกมาบางส่วน ไม่สมควรใช้ต่อไป หรือเวลาซื้อภาชนะพวกนี้มาใช้ ถ้าเป็นพวกสังกะสีราคาถูก ใบละไม่กี่บาท ก็อย่าไปซื้อเพราะอาจมีคุณภาพที่ไม่ได้มาตรฐาน โลหะหนักอาจละลายปนเปื้อนกับอาหารได้ ทุกมือ ส่วนภาชนะที่เป็นพวกเซรามิกหรือกระเบื้องเคลือบก็ควรเลือกซื้อชนิดที่ไม่มีสีหรือมีลวดลายมากนักโดยเฉพาะบริเวณก้นภาชนะที่ต้องนำมาใส่อาหารร้อน จะได้ไม่ต้องมาคอยกังวลว่าเมื่อไรสีบนลวดลายจะหลุดออก(พรพรรณ รพี 2540: 85-87)

#### 4.8 วิธีป้องกันพิษภัยอันเกิดจากภาชนะพลาสติก อาจกล่าวสรุปได้ดังนี้

1. เลือกภาชนะพลาสติกที่มีสีอ่อนๆ หรือไม่มีสีเลยจะดีที่สุด



2. เลือกใช้พลาสติกที่มีเครื่องหมายมาตรฐานของสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม
3. เลือกใช้ภาชนะพลาสติกที่มีฉลากถูกต้อง ตามประกาศคณะกรรมการว่าด้วยฉลาก ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2526)
4. อ่านข้อความในฉลากเกี่ยวกับวิธีการใช้ที่ถูกต้องและปฏิบัติตามโดยเคร่งครัด
5. ยื่อนำภาชนะพลาสติกเก่าที่ทิ้งแล้วนำกลับมาใช้ใหม่
6. สนใจและติดตามข่าวสารทางวิชาการจากแหล่งข่าวที่เชื่อถือได้เกี่ยวกับพิษภัยของพลาสติกชนิดต่างๆ และเผยแพร่ต่อไป

สรุปข้อเสนอแนะในการกินอาหารให้ปลอดภัยจากสารปนเปื้อน

1. การเลือกซื้ออาหาร ควรเลือกซื้ออาหารสดจะปลอดภัยกว่าอาหารที่ผ่านกระบวนการแปรรูปแล้ว เนื่องจากอาจมีการปนเปื้อนสารพิษที่ไม่อาจทราบได้ ถ้าเป็นอาหารแห้งอาหารนั้นควรแห้งจริง ๆ ไม่มีเชื้อราขึ้น คุ้สะอาด น่ากิน สีต้องไม่เข้มผิดปกติ อาหารสำเร็จรูปเช่นอาหารกระป๋อง ควรดูฉลากให้รอบคอบต้องมีเครื่องหมายอนุญาตจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) หรือเครื่องหมายมาตรฐานของสำนักงานมาตรฐานอุตสาหกรรม ควรดูวัน เดือน ปีที่ผลิตและวันหมดอายุ ให้แน่ใจในความปลอดภัยก่อนตัดสินใจซื้อ

หากจำเป็นต้องซื้ออาหารสำเร็จรูป ควรซื้ออาหารที่ปรุงสำเร็จใหม่ ๆ หรือมีเตาไฟคอยอุ่นอาหารจะปลอดภัยกว่า อาหารที่ตักใส่ถุงพลาสติกแล้ว อาหารพร้อมปรุงที่ใส่ภาชนะ โฟมที่วางขายในห้างสรรพสินค้า ควรตรวจดูให้แน่ใจว่าอาหารนั้นสดจริงๆ เพราะอุณหภูมิที่เก็บอาหารนั้นอาจไม่เพียงพอและมีการตรวจพบเชื้อจุลินทรีย์จากอาหารชนิดนี้จำนวนมาก

2. การเลือกร้านอาหาร หากต้องกินอาหารนอกบ้าน ควรเลือกร้านที่มีความสะอาดเพียงพอทั้งบริเวณขายอาหาร ผู้ขายและผู้บริการอาหาร นอกจากนี้ควรตรวจสอบลักษณะของร้านด้วย เช่น สถานที่ล้างอาหารและภาชนะควรสะอาด ห้องน้ำ ห้องส้วมมีการทำความสะอาดอย่างดี

3. การล้างอาหาร ทุกครั้งที่ซื้อผัก ผลไม้มาจากตลาด ควรล้างถึงอันตรายที่อาจจะเกิดขึ้นจากสารพิษที่ปนเปื้อนติดมากับผัก ผลไม้นั้น

4. บริโภคนิสัย เรื่องนี้ค่อนข้างสำคัญมากๆ เพราะการได้รับสิ่งเป็นพิษที่ปนเปื้อนสู่อาหารเป็นอันตรายและถ้าบริโภคนิสัยดี ถูกต้องก็จะมีส่วนช่วยลดภัยอันตรายจากอาหารได้ เช่น ฝึกนิสัยบริโภคอาหารสับเปลี่ยนตลอดเวลา ไม่รับประทานอาหารซ้ำซาก คือ ชอบอย่างใดก็รับประทานแต่อาหารอย่างนั้น ซึ่งถ้าบังเอิญอาหารที่ชอบมีสิ่งเป็นพิษปนเปื้อนอยู่ก็จะได้รับสิ่งที่เป็นพิษนั้นซ้ำๆ เพิ่มขึ้นทุกวัน ก็จะเกิดอันตรายได้ง่าย พยายามอย่ารับประทานอาหารจุกจิก อาหารประหลาด แปลกๆ หรืออาหารสีฉูดฉาด ตลอดจนอาหารตามร้านริมถนนหรือร้านเร่ร่อน

5. การเลือกซื้ออาหารทะเล ให้สังเกตว่าต้องมีสีและกลิ่นของทะเล ซึ่งเป็นธรรมชาติของสัตว์ทะเลไม่ใช่กลิ่นฉุนแสบจมูกของฟอร์มาลิน ถ้าเป็นกุ้งต้องไม่มีสีขุ่นแดง เนื้อไม่เต่งตึง ผิดปกติ หอยเป็นสัตว์ทะเลที่มักจะมีการสะสมพิษไว้ในตัว การรับประทานหอยแมลงภู่หรือหอยกะพง ควรดึงรอกออก เพราะเป็นบริเวณที่สะสมพิษ นอกจากนี้ควรหลีกเลี่ยงการกินเนื้อหอยที่มีสีดำ เพราะอาจมีการสะสมสารพิษบริเวณลำไส้หรือท่อคูดน้ำเข้าออก ถ้าจะนำมาประกอบอาหารควรล้างน้ำแล้วต้มหรือลวกเสียก่อน

6. เนื้อสัตว์ การเลือกซื้อควรสังเกตว่าเนื้อแดงผิดปกติหรือไม่ กลิ่นผิดปกติหรือไม่ ควรเลือกซื้อเนื้อที่ใหม่สด ไม่ทิ้งไว้นานเท่า ควรเลือกซื้อจากแหล่งที่เชื่อถือได้ว่ามาจากโรงฆ่าสัตว์ ซึ่งตามกฎหมายจะมีพนักงานตรวจโรคสัตว์ก่อนทำการฆ่าและหลังจากการชำแหละแล้ว ร้านที่ซื้อควรมีผู้เฝ้าเก็บรักษาเนื้อสัตว์ ทั้งนี้เพราะหากมีพยาธิหรือแบคทีเรียติดอยู่ในเนื้อสัตว์ ความเย็นจะช่วยยับยั้งการเจริญเติบโตของเชื้อเหล่านั้น ก่อนนำมาปรุงอาหารควรล้างหรือแช่ในน้ำก่อนแล้วจึงปรุงโดยผ่านความร้อน ไม่ควรบริโภคแบบดิบๆ และในการปรุงอาหารที่ใช้เนื้อวัวเป็นส่วนประกอบ ไม่ควรปรุงมากกว่า 3 กิโลกรัมในหนึ่งครั้ง ทั้งนี้เพื่อความมั่นใจในการปรุงอาหารว่าสามารถทำลายเชื้อแบคทีเรียได้หมด บางครั้งสิ่งปนเปื้อนหรือเชื้อโรคไม่อาจถูกทำลายให้หมดไป ซึ่งกรณีนี้เป็นสิ่งอันตรายมาก เนื่องจากความเป็นพิษยังไม่หมดไปแม้จะปรุงอาหารอย่างถูกวิธีแล้วก็ตาม

7. อาหารแห้ง เช่นกะปิ กุ้งแห้ง ปลาแห้ง และปลาเค็ม ปกติแล้วเป็นอาหารที่ไม่จำเป็นต้องใส่สี หากมีการใส่สีที่เป็นสีข้อมฟ้า การบริโภคมากๆ จะเกิดการสะสมของโลหะหนักในสีทำให้เป็นมะเร็งได้ ดังนั้นควรเลือกซื้ออาหารที่มีสีตามธรรมชาติ

8. ผลไม้บางอย่าง เช่น องุ่น หากมีขำหรือราติดอยู่จะสังเกตเห็นสีขาวเกาะติดที่เปลือก จะนำไปล้างน้ำแช่น้ำแล้วก็ยังติดอยู่ วิธีที่ดีที่สุดที่จะหลีกเลี่ยงอันตรายนี้คือ ไม่ควรรับประทานทั้งเปลือก ควรลอกเปลือกออกก่อนรับประทาน ส้มเขียวหวานก็เช่นกัน เกษตรกรที่ปลูกมักพบปัญหาศัตรูพืช ทำให้มีการใช้สารเคมีในการกำจัดศัตรูพืช ทำให้มีการตกค้างในผลส้ม หากเก็บส้มออกจำหน่ายก่อนกำหนด ทุกครั้งที่ซื้อส้ม (ทุกชนิด) ก่อนรับประทาน ควรนำมาแช่น้ำและใช้มือขจัดบริเวณเปลือกอย่างเบาๆ ที่ละผลจนหมดทุกผลหรืออาจใช้วิธีการล้างผ่านน้ำไหลล้างด้วยน้ำยาล้างผัก ผลไม้ ล้างด้วยด่างทับทิม น้ำส้มสายชู เกลือ ผสมน้ำแช่ทิ้งไว้ (สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ค้นคืนวันที่ 3 สิงหาคม 2554 จาก

[www.ocpb.go.th/show\\_news.asp?id=1496](http://www.ocpb.go.th/show_news.asp?id=1496))

9. นำนม เป็นสิ่งที่จุลินทรีย์สามารถเจริญเติบโตได้อย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะเมื่อเก็บไว้ในห้องที่มีอุณหภูมิร้อน จุลินทรีย์หรือเชื้อโรคที่มีอยู่ในนมนั้นไม่เพียงแต่มาจากวัวที่ติดเชื้อเท่านั้น

หากแต่ยังอาจติดเชื่อมาจากการรีดนมที่ไม่สะอาดพอก็ได้ การฆ่าเชื้อเหล่านี้สามารถกระทำได้โดยการต้มให้อุณหภูมิของนมร้อนขึ้นแล้วก็ทำให้เย็นลงโดยเร็ว นี่คือน้ำที่เรียกว่าพลาสเจอร์ไรเซชัน ฉะนั้นก่อนที่จะดื่มนมควรมั่นใจว่าเป็นนมที่ต้มสะอาดแล้วหรือก็ต้องเป็นนมที่ผ่านการฆ่าเชื้อแล้วเท่านั้น

## 5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ศิริพร จันทร์แสนตอ (2542: 91 - 98) การศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารของครูสตรี ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดลำปางในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 2 ประการ คือ ( 1 ) เพื่อศึกษาระดับพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารปลอดสารปนเปื้อนของครูสตรี ( 2 ) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารที่ปลอดสารปนเปื้อน ผู้ศึกษาใช้กลุ่มตัวอย่างจากครูสตรีโรงเรียนมัธยม สังกัดกรมสามัญศึกษา ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง เฉพาะผู้ที่ทำการสอนในปีการศึกษา 2542 ผลการศึกษาสรุปได้ดังนี้ ครูสตรีมีพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารที่ปลอดสารปนเปื้อนในระดับเหมาะสมปานกลาง ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ การจัดหาอาหารและความถี่ในการประกอบอาหารประจำวันมีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารที่ปลอดสารปนเปื้อน ความถี่ในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารไม่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารปลอดสารปนเปื้อน การให้คุณค่าต่อสุขภาพและความรู้ความเข้าใจมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารที่ปลอดสารปนเปื้อน

พรทิพย์ ศรีแสงจันทร์ (2547: 35-46) ศึกษาเรื่องความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์อาหารปลอดภัย จากการศึกษางานวิจัยสรุปผลได้ว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงซื้อสินค้าบริโภคจากห้างสรรพสินค้า รับทราบข่าวสารจากโทรทัศน์ นิยมบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารปลอดภัยเป็นประจำทุกวัน ต้องการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารปลอดภัยที่สะอาด มีคุณค่าทางโภชนาการ มีประโยชน์ต่อสุขภาพ เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการรับรองมาตรฐาน มีบรรจุภัณฑ์ที่แสดงแหล่งผลิต ผู้ผลิต และมีเครื่องหมายการค้าที่น่าเชื่อถือ

ปิยรัตน์ นิมสกุล (2539: 116 - 128) ศึกษาเรื่องการยอมรับการนำผักปลอดสารพิษมาบริโภคของแม่บ้านในกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษาเขตดอนเมือง ผลการศึกษาปรากฏว่าผู้ที่มีการรับรู้คุณลักษณะของผักปลอดสารพิษมากมีการยอมรับการนำผักปลอดสารพิษมาบริโภคมากกว่าผู้ที่มีการรับรู้คุณลักษณะของผักปลอดสารพิษปานกลางและน้อยตามลำดับอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าผู้ที่มีการรับรู้คุณลักษณะของผักปลอดสารพิษมากจะมีความ

เข้าใจในคุณลักษณะของผักปลอดสารพิษและยอมรับผักปลอดสารพิษเป็นความต้องการที่แท้จริง ในแง่ของคุณค่าของอาหารนี้จะมีต่อสุขภาพอนามัยของบุคคลในครอบครัว

วินทูลา วิเศษศิริกุล (2549: บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผักไฮโดรโปนิคส์ ของพนักงานในนิคมอุตสาหกรรมเกตเวย์ซิตี้ จังหวัดฉะเชิงเทรา การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผักไฮโดรโปนิคส์ และเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผักไฮโดรโปนิคส์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษาเป็นพนักงานของบริษัทที่ตั้งโรงงานในนิคมอุตสาหกรรมเกตเวย์ซิตี้ จังหวัดฉะเชิงเทรา จำนวน 385 คน ผลการศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผักไฮโดรโปนิคส์ พบว่า ประเภทของผักที่เคี้ยวมากที่สุด คือ ผักพื้นเมือง ผักสลัด และผลไม้ สถานที่ที่ซื้อผักไฮโดรโปนิคส์ คือ ห้างสรรพสินค้า/ซูเปอร์มาร์เก็ต บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผักไฮโดรโปนิคส์มากที่สุด คือ ตนเอง และ บุคคลในครอบครัว สาเหตุที่ทำให้ตัดสินใจซื้อผักไฮโดรโปนิคส์ คือ มีความสด สะอาด ปลอดภัยจากสารพิษ และมีคุณค่าทางโภชนาการ ความถี่ที่ซื้อผักไฮโดรโปนิคส์ ส่วนใหญ่ซื้อผักไฮโดรโปนิคส์เดือนละ 1 - 3 ครั้ง มูลค่าเฉลี่ยที่ซื้อผักไฮโดรโปนิคส์ต่อครั้ง ส่วนใหญ่ซื้อครั้งละสูงกว่า 100 บาท

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผักไฮโดรโปนิคส์ อันดับแรกคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมา คือ ด้านราคา ด้านช่องทางการจำหน่าย และ ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยเรื่องที่ทำให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ ปลอดภัยที่เป็นอันตราย มีคุณค่าทางโภชนาการ มีความสดสะอาด

ปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ ที่มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผักไฮโดรโปนิคส์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา และรายได้ต่อเดือน ปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ ที่มีความสัมพันธ์กับ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อผักไฮโดรโปนิคส์ คือ อายุ การ ศึกษา และรายได้ต่อเดือน ตัวแปรที่สามารถพยากรณ์ พฤติกรรมการซื้อผักไฮโดรโปนิคส์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ มี 4 ตัวแปร คือ ผลิตภัณฑ์ การศึกษา อายุ และ เพศ

ปีณรสี พลันสังเกศ (2545: 57 - 59) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจบริโภคผักปลอดสารพิษของประชาชนใน อำเภอบางบาล จังหวัดสงขลา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคผักและผักปลอดสารพิษ ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจบริโภคผักปลอดสารพิษ ทศนคติของผู้บริโภคในอำเภอบางบาลที่มีต่อผักปลอดสารพิษ ปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมของประชาชนในเขตอำเภอบางบาลต่อปัจจัยทางการตลาดและทัศนคติของผู้บริโภค โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิจากเอกสารต่างที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์ผู้บริโภค โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ จำนวน 120 ตัวอย่าง เพื่อเป็นตัวแทนของประชากรที่ต้องการวิจัยในเขตอำเภอบางบาล จังหวัดสงขลาผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภค

ปลอดสารพิษจะเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุอยู่ในช่วง 23 – 35 ปี สถานภาพสมรส การศึกษาระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่า มีสถานภาพเป็นสมาชิกในครอบครัวและแม่บ้าน มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 4 – 6 คน ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท มีรายได้ตั้งแต่ 5,001 บาทขึ้นไป นิยมดูโทรทัศน์ และอ่านหนังสือ เป็นงานอดิเรกในยามว่าง

ในการศึกษาการตัดสินใจและพฤติกรรมการบริโภคผักปลอดสารพิษของกลุ่มตัวอย่าง ผู้บริโภคที่สุ่มมาศึกษาในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา พบว่า กลุ่มผู้บริโภคนิยมประกอบอาหารทานเอง โดยแม่บ้านจะมีหน้าที่หลักในการเลือกซื้ออาหารสดทุกวัน สำหรับสถานที่จับจ่ายเลือกซื้ออาหารนั้นมักจะซื้อที่ตลาดใกล้บ้าน ซึ่งจะให้ความสำคัญกับความสะอาดของสถานที่ซื้ออาหารเหล่านั้น ผักต่าง ๆ เป็นอาหารสดที่ผู้บริโภคซื้อเกือบทุกครั้งที่มีการจับจ่ายสินค้าประเภทอาหารสด โดยจะซื้อผักจำนวน 4 ครั้งต่อสัปดาห์ ความถี่ในการบริโภคผักของกลุ่มตัวอย่าง พบว่าบริโภคจำนวน 2 มื้อต่อวัน และกลุ่มผู้บริโภคที่ได้รับข่าวสารและรับรู้ในเรื่องของผักปลอดสารพิษจากโทรทัศน์/วิทยุ ซึ่งกลุ่มนี้ส่วนหนึ่งจะจำแนกตัวเองเป็นผู้บริโภคผักปลอดสารพิษ เพราะรู้สึกห่วงใยในสุขภาพ และบริโภคผักปลอดสารพิษสม่ำเสมอ โดยนิยมบริโภคผักคะน้า ผักบุ้งจีน แตงกวา ตำลึงและถั่วฝักยาว แหล่งซื้อผักปลอดสารพิษส่วนใหญ่จะซื้อจากซูเปอร์มาร์เก็ต เนื่องจากคุณภาพที่เชื่อถือได้

กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่จัดตัวเองว่าเป็นผู้บริโภคผักปลอดสารพิษเห็นว่าอันตรายจากการสะสมสารพิษในในอวัยวะของคน ไชมัน ตับ ไต สมอง ก่อให้เกิดมะเร็งมีความรุนแรงมากที่สุด และเมื่อรับรู้ถึงอันตรายจากสารพิษตกค้างในผัก ส่วนใหญ่เลือกบริโภคผักปลอดสารพิษ และยอมที่จะจ่ายแพงกว่าร้อยละ 5 – 10 เพื่อจะซื้อผักปลอดสารพิษในตลาด

สำหรับทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อผักปลอดสารพิษ จะเห็นด้วยกับข้อจำกัดของผักปลอดสารพิษ เช่น ผักปลอดสารพิษมีแหล่งจำหน่ายน้อย ยังไม่มีการส่งเสริมการบริโภคผักปลอดสารพิษอย่างจริงจัง เชื่อมั่นกับแหล่งผลิตที่มาจากหน่วยงานของรัฐ และไม่แน่ใจกับประเด็นต่าง ๆ เรียงตามลำดับ คือ ผักปลอดสารพิษที่จำหน่ายในซูเปอร์มาร์เก็ตเชื่อถือได้ การบริโภคผักปลอดสารพิษเป็นค่านิยมใหม่ ผักที่ขายในตลาดสีเขียวเป็นผักปลอดสารพิษจริง ผักที่ปักป้ายผักปลอดสารพิษแสดงตามตลาดสดเป็นที่เชื่อถือได้ เป็นต้น

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจ กับปัจจัยทางการตลาด และทัศนคติของผู้บริโภค พบว่า ปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจที่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยทางด้านการตลาดอย่างน้อย 1 ด้าน ได้แก่ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพหลัก และการรับชมรายการข่าวทางโทรทัศน์ ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ส่วนเพศ สถานภาพในครอบครัว ระดับการศึกษา

ระดับการศึกษาสูงสุดของสมาชิกในครอบครัว รายได้และการรับรู้ข่าวสารด้านอื่น ๆ ของผู้บริโภค  
 ผักปลอดสารพิษไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยใด ๆ ทางด้านการตลาดเลย

ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ที่มีผลต่อทัศนคติในการบริโภคผักปลอด  
 สารพิษ พบว่า การรับชมรายการข่าวทางโทรทัศน์ ที่มีผลต่อทัศนคติในการบริโภคผักปลอดสารพิษ  
 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

ทับทิม ก้อนคำ (2544: 42 - 58) การศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ของความรู้พื้นฐานด้าน  
 โภชนาการของครูในจังหวัดเชียงใหม่กับการเลือกซื้ออาหาร พบว่าครูส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง  
 ด้านความรู้พื้นฐานของครูพบว่า พื้นฐานของครูมีความรู้เรื่อง สารอาหาร โภชนาการ การเลือก  
 ซื้อและการหุงต้มตามลำดับ ความถี่ในการซื้ออาหารพร้อมบริโภคระหว่าง 1 - 3 ครั้งต่อสัปดาห์  
 โดยใช้เงินต่ำกว่า 100 บาทต่อครั้ง สำหรับสถานที่ที่ครูซื้อประจำ คือ ตลาดทั่ว ๆ ไป ทั้งนี้  
 เนื่องจากเหตุผลเรื่องความสะดวกใกล้บ้าน มีรสชาติอร่อย และสมาชิกในบ้านชอบ แต่สิ่งที่  
 คำนึงถึงในการเลือกซื้ออาหารเมื่อเปรียบเทียบ เพศ อายุ รายได้ และระดับการศึกษาพบว่าคำนึงถึง  
 เรื่องเดียวกันคือ ความสะอาด และ คุณค่าอาหาร ส่วนการเลือกซื้ออาหารให้กับกลุ่มวัยก่อนเรียน  
 วัยรุ่น วัยทำงาน และวัยสูงอายุ นั้น ครูเลือกได้เหมาะสม จากการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง  
 ความรู้พื้นฐานด้าน โภชนาการของครูในจังหวัดเชียงใหม่กับการเลือกซื้ออาหารพร้อมบริโภคพบว่า  
 ไม่มีความสัมพันธ์กันเมื่อเปรียบเทียบกับ การเลือกซื้อ

นิรัตน์ เตยสุวรรณ, ทิพากร มีใจเย็นและคณะ (2547: บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง “การสร้าง  
 กระแสความปลอดภัยด้านอาหาร” ซึ่งทำการสำรวจจากกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 2,933 ตัวอย่าง พบว่า  
 กลุ่มตัวอย่างจะรู้จักเครื่องหมาย/สัญลักษณ์ ของ “เครื่องหมาย ออ.” มากที่สุดคือ ร้อยละ 99.55 โดย  
 รู้จักจาก สื่อโทรทัศน์ จากสินค้าและห้างสรรพสินค้า ฯลฯ รองลงมาคือ “เครื่องหมายอาหารสะอาด  
 รสชาติอร่อย” ร้อยละ 95.44 โดยรู้จักจาก สื่อโทรทัศน์ จากร้านอาหารและห้างสรรพสินค้า ฯลฯ  
 และ “เครื่องหมายอาหารปลอดภัย” ร้อยละ 92.66 โดยรู้จักจาก สื่อโทรทัศน์ จากตลาดและ  
 ห้างสรรพสินค้า ฯลฯ

ในส่วนของความเข้าใจของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับเครื่องหมาย/สัญลักษณ์ 3 ครานั้น  
 กลุ่มตัวอย่างเข้าใจถูกต้องว่าเครื่องหมาย ออ. สำหรับ อาหารแปรรูป และเครื่องหมายอาหารสะอาด  
 รสชาติอร่อย สำหรับ อาหารปรุงสำเร็จ ซึ่งมากกว่า 50% ขึ้นไป ส่วนเครื่องหมายอาหารปลอดภัย  
 นั้น กลุ่มตัวอย่างมีความเข้าใจถูกต้องก็คือ เครื่องหมายสำหรับอาหารสดน้อยกว่าเครื่องหมายอื่น ๆ  
 โดยส่วนใหญ่ยังมีความเข้าใจว่าเป็นเครื่องหมายสำหรับอาหารปรุงสำเร็จและอาหารแปรรูปพอ ๆ  
 กับอาหารสด ซึ่งสอดคล้องในเรื่องของการรู้จักเครื่องหมาย/สัญลักษณ์ว่า กลุ่มตัวอย่างรู้จัก  
 เครื่องหมายอาหารปลอดภัยน้อยที่สุด และการให้ความสำคัญกับเครื่องหมาย/สัญลักษณ์ทั้ง 3 นั้น

กลุ่มตัวอย่างจะให้ความสำคัญกับ “เครื่องหมาย อย.” มากที่สุด รองลงมาคือ “เครื่องหมายอาหารสะอาด รสชาติอร่อย” และ “เครื่องหมายอาหารปลอดภัย” ตามลำดับ เช่นเดียวกับความมั่นใจในการเลือกซื้อหรือบริโภคอาหารของกลุ่มตัวอย่างที่จะมั่นใจกับ “เครื่องหมาย อย.” มากที่สุด รองลงมาคือ “เครื่องหมายอาหารสะอาด รสชาติอร่อย” และ “อาหารปลอดภัย”

ปัจจัยที่มีผลต่อการเข้าไปใช้บริการใน “ร้านอาหาร” ของกลุ่มตัวอย่าง มากที่สุดคือ การมีเครื่องหมายรับรองความสะอาด - ความปลอดภัยของอาหาร รองลงมาคือ ความสะอาดของสถานที่ รสชาติอาหาร ราคา ความสะดวกในการเดินทางและการบริการที่รวดเร็ว การใช้ “ตลาดสด” ปัจจัยที่มีผลมากที่สุด คือ ความสดของอาหาร รองลงมาคือ ความสะอาดของสถานที่ เครื่องหมายรับรองความสะอาด ความปลอดภัยของอาหารและความสะดวกในการเดินทาง ตามลำดับ ส่วนปัจจัยของ “อาหารแปรรูป” คือ เครื่องหมาย อย. รองลงมาคือ วันหมดอายุ บรรจุภัณฑ์ของอาหาร ราคา ส่วนประกอบของอาหาร ข้อมูลโภชนาการ ข้อมูลบนฉลากและแหล่งผลิตของอาหาร ตามลำดับ ดังนั้นความสำคัญของตราสัญลักษณ์จะมีผลในการใช้บริการหรือเลือกซื้อ/บริโภค การประสบปัญหาความไม่ปลอดภัยในการเลือกซื้อหรือบริโภคอาหารนั้น ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างจะ “ไม่เคย” ประสบปัญหาแต่กลุ่มตัวอย่างที่ “เคย” ประสบปัญหาที่จะร้องเรียนไปยังหน่วยงานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคคือ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค มากที่สุด ส่วนวิธีการร้องเรียนปัญหาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพรวมทั้งอาหาร กลุ่มตัวอย่างจะร้องเรียนผ่าน สายด่วน อย. 1556 มากที่สุด รองลงมาคือ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา และสำนักงานสาธารณสุขจังหวัด ฯลฯ

พฤติกรรมในการดู/อ่านฉลากบนผลิตภัณฑ์อาหารที่ซื้อทุกครั้งของกลุ่มตัวอย่างจะอ่าน วันหมดอายุของผลิตภัณฑ์อาหาร เครื่องหมายรับรองมาตรฐานอาหาร ส่วนประกอบของอาหาร และคุณค่าทางโภชนาการของอาหาร ส่วนการรณรงค์ให้มีการอ่านฉลากและสัญลักษณ์ก่อนเลือกซื้อหรือบริโภคอาหารนั้น พบว่า “ค่อนข้างมีผล” กับกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการเปลี่ยนพฤติกรรม การเลือกซื้อหรือบริโภคอาหาร และการที่มีเครื่องหมายหรือสัญลักษณ์บนผลิตภัณฑ์ที่รับรองจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยานั้น ทำให้กลุ่มตัวอย่าง “เชื่อมั่นมาก” ต่อผลิตภัณฑ์นั้นๆ

พรพรรณ ระวิงพันธ์ (2547: 44-73) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารปลอดภัยของประชาชน: ศึกษาเฉพาะกรณีอำเภอเดิมบางนางบวช อำเภอเดิมบางนางบวช จังหวัดสุพรรณบุรี โดยศึกษาปัจจัยทางด้านลักษณะบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ สมรส ระดับการศึกษา ปัจจัยนำ ได้แก่ ความรู้ ทักษะคิดในการเลือกซื้ออาหารปลอดภัย การรับรู้โอกาสเสี่ยงต่อการเกิดโรค การรับรู้ความรุนแรงของโรคและการรับรู้ประโยชน์และอุปสรรค ปัจจัยเอื้อ ได้แก่ อาชีพ รายได้เฉลี่ยในครอบครัวต่อเดือน ระยะทางจากบ้านถึงแหล่งซื้ออาหาร แหล่ง

เลือกซื้อ จำนวนสมาชิกในครอบครัว ความสนใจเกี่ยวกับข่าวสารการเลือกซื้ออาหารปลอดภัย ได้รับความรู้สื่อใดมากที่สุด ความต้องการได้รับความรู้เพิ่มเติม ต้องการให้หน่วยงานของรัฐและเอกชนเผยแพร่ความรู้และข่าวสารทางใด ปัจจัยเสริมคือ แรงจูงใจด้านสุขภาพได้แก่ การได้รับรู้ข่าวสารการเลือกซื้ออาหารจากเจ้าหน้าที่สาธารณสุข เพื่อน ญาติพี่น้อง ผลการวิจัยพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 36 – 45 ปี สมรสแล้ว มีการศึกษาอยู่ในระดับประถมศึกษา อาชีพเกษตรกร รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท ระยะทางอยู่ห่างจากแหล่งเลือกซื้อระหว่าง 1- 5 กิโลเมตรเลือกซื้อจากห้างร้านและตลาดนัด มีความสนใจมากเกี่ยวกับข่าวสารการเลือกซื้ออาหารปลอดภัย ร้อยละ 50 ได้รับความรู้ ข่าวสาร การแนะนำการเลือกซื้อจากวารสารและนิตยสาร ร้อยละ 83.25 มีความต้องการได้รับความรู้เพิ่มเติมโดยมีวิทยากรมาบรรยาย ร้อยละ 76.50 ระดับความรู้ ระดับทัศนคติการเลือกซื้ออาหารปลอดภัย ระดับการรับรู้โอกาสเสี่ยงต่อการเกิดโรค การรับรู้ความรุนแรงของโรค การรับรู้เรื่องประโยชน์และอุปสรรคและปัจจัยเสริมได้แก่ แรงจูงใจด้านสุขภาพ ปัจจัยเอื้อ ได้แก่ ระยะทางมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการเลือกซื้ออาหารปลอดภัยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

ชินวัฒน์ เปรมอนันต์ (2545: 56-84) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการซื้อผักสดของโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมการซื้อผักสดของโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร 2) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อผักสดของ โรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร 3) ศึกษารูปแบบความต้องการการซื้อผักสดของ โรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า

1. โรงแรมส่วนใหญ่ซื้อผักสดวันละครั้ง แต่ครั้งมีมูลค่าการซื้อประมาณ 4,000 บาทขึ้นไป ส่วนการซื้อจากผู้ค้าส่งโดยเลือกซื้อผักสดตามคำสั่งจากพ่อครัว รวมทั้งพิจารณาจากเมนูยอดนิยม
2. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อ ได้แก่ ปัจจัยด้านคุณภาพของสินค้าเป็นอันดับแรก รองลงมาได้แก่ ความรวดเร็วในการจัดส่ง ความหลากหลายของผักสด และการรับประกันคุณภาพผักสด
3. โรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร ต้องการซื้อผักสดในลักษณะของผู้ประมุขที่นำผักสดไปส่งถึงโรงแรมมากที่สุด
4. โรงแรมในระดับต่างกันมีพฤติกรรมการซื้อผักสดต่างกัน
5. พฤติกรรมในการซื้อผักสด มีความสัมพันธ์ตรงกันข้ามกับส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา แต่มีความสัมพันธ์ในทางเดียวกับส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ สถานที่จัดจำหน่ายและด้านส่งเสริมการขาย



นันทกานต์ บำเพ็ญผล (2549: 129-135) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการซื้อเนื้อไก่สดของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อเนื้อไก่สดของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ศึกษาพฤติกรรมการซื้อเนื้อไก่สดของผู้บริโภคตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ ศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในการให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อเนื้อไก่สด ศึกษาพฤติกรรมการซื้อเนื้อไก่สดของผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่แตกต่างกัน และศึกษาเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดของผู้บริโภคที่มีประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน

ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมการซื้อเนื้อไก่สดของกลุ่มตัวอย่าง นิยมซื้อเนื้อไก่สดประเภทตัดแต่งชิ้นส่วน โดยซื้อชิ้นส่วนหน้าอกมากที่สุด โดยให้เหตุผลในการเลือกซื้อเนื้อไก่สดว่าสามารถปรุงอาหารได้หลากหลาย และผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคือตัวผู้ตอบแบบสอบถามเอง นิยมซื้อในวันธรรมดา ช่วงเวลา 14.00 -18.00 น. ความถี่ในการซื้อสัปดาห์ละครั้ง เลือกซื้อในตลาดสดมากที่สุด ให้เหตุผลว่ามีความสะดวก และให้ความสำคัญกับปัจจัยด้าน คุณภาพเป็นอันดับแรก

ส่วนปัจจัยส่วนประสมการตลาด กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญอยู่ในระดับสูง โดยด้านผลิตภัณฑ์ให้ความสำคัญในเรื่องความสด สะอาด ปัจจัยด้านราคา ให้ความสำคัญในเรื่องสินค้ามีราคาสมเหตุสมผล ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายให้ความสำคัญในเรื่องสถานที่จัดจำหน่ายอยู่ใกล้บ้าน ส่วนปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง โดยเน้นเรื่องของการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ

จากการทดสอบสมมุติฐาน พบว่า ผู้บริโภคที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ต่างกัน คือ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน จะมีพฤติกรรมในการซื้อเนื้อไก่สดแตกต่างกัน ส่วนพฤติกรรมในการซื้อเนื้อไก่สดของผู้บริโภคมีความแตกต่างกันในด้านของประเภทของไก่สดที่เลือกซื้อ ชิ้นส่วนที่นิยมซื้อ เหตุผลในการเลือกซื้อ ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ โอกาสในการเลือกซื้อ ช่วงเวลาที่เลือกซื้อ ความถี่ในการเลือกซื้อ สถานที่ที่เลือกซื้อ เหตุผลที่เลือกซื้อตามสถานที่ต่างๆ และปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกซื้อ ส่วนปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อเนื้อไก่สดของผู้บริโภคนั้น พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคมีพฤติกรรมในการเลือกซื้อเนื้อไก่สดไม่แตกต่างกัน ปัจจัยด้านราคา ผู้บริโภคมีพฤติกรรมในการเลือกซื้อเนื้อไก่สดแตกต่างกัน ด้านผู้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ พฤติกรรมการเลือกซื้อในโอกาสต่างๆ พฤติกรรมการเลือกซื้อในช่วงเวลาต่างๆ และความถี่ในการเลือกซื้อ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ผู้บริโภคมีพฤติกรรมในการเลือกซื้อเนื้อไก่สดแตกต่างกัน ด้านความถี่ในการเลือกซื้อแตกต่างกัน แหล่งที่ซื้อ และปัจจัยในการเลือกซื้อ และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้บริโภคมีพฤติกรรมในการเลือกซื้อเนื้อไก่สดแตกต่างกัน ด้านความถี่ในการเลือกซื้อแตกต่างกัน และแหล่งที่ซื้อ

วารุณี วนะธรมณ์ (2549: 59-63) วิจัยเรื่อง พฤติกรรมการบริโภคน้ำผลไม้ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคน้ำผลไม้ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร 2) ศึกษาความสำคัญของส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคน้ำผลไม้ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร 3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการบริโภคน้ำผลไม้ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัยพบว่า 1) พฤติกรรมการบริโภคน้ำผลไม้ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร คือผู้บริโภคซื้อและดื่มน้ำส้มประเภทน้ำผลไม้เข้มข้นที่นิยมบริโภค โดยมีวัตถุประสงค์ในการเลือกเพื่อบำรุงสุขภาพ โดยเลือกซื้อและบริโภคน้ำผลไม้ที่มีตราหมีและไม่มีตราหมี ตราสินค้าที่นิยมดื่มคือยูนิฟ ผู้บริโภคซื้อน้ำผลไม้เพื่อตนเอง หลักเกณฑ์ในการเลือกซื้อพิจารณาจากคุณค่าทางโภชนาการ ความถี่ในการบริโภคอยู่ในช่วง 4-6 ครั้งต่อสัปดาห์ โดยซื้อที่ร้านสะดวกซื้อ ห้างค้าปลีก และสื่อโฆษณาทางโทรทัศน์มีผลต่อการซื้อน้ำผลไม้ ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 31 – 40 ปี สถานภาพสมรส อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีรายได้ไม่น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาทต่อเดือน 2) ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคน้ำผลไม้ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ในระดับมาก คือ ด้านผลิตภัณฑ์ โดยคำนึงถึงคุณค่าทางโภชนาการ ด้านราคาโดยคำนึงถึงราคาที่มีความเหมาะสมกับคุณภาพ ด้านการจัดจำหน่าย โดยคำนึงถึงการหาซื้อได้ง่ายทั่วไป และด้านส่งเสริมการตลาดโดยคำนึงถึงการส่งเสริมการขายในการเพิ่มปริมาณบรรจุแต่ราคาเท่าเดิม 3) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ สถานภาพการสมรส อาชีพ ระดับการศึกษาและรายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคน้ำผลไม้ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครด้านประเภทน้ำผลไม้

อมรศรี ตันพิพัฒน์ (2544: 23 - 36) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า อาหารเป็นปัจจัยที่สำคัญในการดำรงชีวิต การบริโภคอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการและได้สัดส่วนเพียงพอกับความต้องการของร่างกาย จะทำให้ร่างกายมีสุขภาพอนามัยที่สมบูรณ์นำไปสู่การมีคุณภาพชีวิตที่ดี แต่เนื่องจากวิถีชีวิตของผู้บริโภคกลุ่มคนวัยทำงานที่ต้องทำงานแข่งกับเวลา ทำให้ไม่มีเวลาเลือกบริโภคอาหารที่เหมาะสมกับสุขภาพของตนเอง ส่งผลให้เกิดปัญหาทางด้านสุขภาพตามมา ดังนั้นหากหน่วยธุรกิจสามารถจัดจำหน่ายอาหารที่มีความสอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการบริโภคอาหารของคนกลุ่มนี้ได้ ย่อมก่อให้เกิดรายได้และผลกำไรให้กับหน่วยธุรกิจนั้น จึงได้ศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา

ถึงพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหาร และปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารของคนวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานคร ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุตั้งแต่ 15-60 ปี จำนวน 300 คน คาดว่าผลการศึกษาที่ได้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการทางด้านธุรกิจอาหาร โดยทั่วไป ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นคนวัยทำงานเพศหญิง มีอายุระหว่าง 30-44 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพรับราชการ รายได้ประจำเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีภูมิลำเนาเดิมอยู่ในภาคกลาง มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับโภชนาการอยู่ในระดับปานกลาง ด้านพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารพบว่า คนวัยทำงานส่วนมากมีความถี่ในการบริโภคอาหารนอกบ้าน ซื้ออาหารสำเร็จรูป ซื้ออาหารสดมาปรุงเอง ซื้ออาหารพร้อมปรุง ซื้ออาหารกระป๋อง และซื้อผักปลอดสารพิษ 1-3 ครั้งต่อสัปดาห์ และบริโภคอาหารครบทั้งสามมื้อทุกวัน โดยในวันทำงานมักซื้ออาหารจากร้านอาหารใกล้บ้านและใกล้ที่ทำงาน และในช่วงวันหยุดมักซื้อจากร้านอาหารใกล้บ้าน สำหรับปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหาร พบว่าปัจจัยส่วนบุคคล อันได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ประจำเดือน และภูมิลำเนาเดิม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหาร ส่วนด้านความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับโภชนาการพบว่าคนวัยทำงานมีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับโภชนาการอยู่ในระดับปานกลาง โดยระดับความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับโภชนาการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการซื้ออาหารสดเพียงอย่างเดียว แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารด้านอื่นๆ สำหรับสิ่งเร้าทางการตลาดพบว่า ราคา เป็นสิ่งเร้าทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารของคนวัยทำงานมากที่สุด รองลงมา เป็นสิ่งเร้าด้านผลิตภัณฑ์ สถานที่จัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

มาริน สาลี (2544: 52 - 58) ศึกษาเรื่องความคิดเห็นของสตรีที่มีต่อการบรรจุ การบริการและการสุขาภิบาลของอาหารไทยในกรุงเทพมหานคร การวิจัยนี้มีจุดประสงค์ในการวิจัยเพื่อการศึกษา 1) ข้อมูลพื้นฐานของสตรีในกรุงเทพมหานคร 2) พฤติกรรมการบริโภคอาหารไทยของสตรี 3) ความคิดเห็นของสตรีที่มีต่อการบรรจุ การบริการ และการสุขาภิบาลของอาหารไทยในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า โดยทั่วไปสตรีนิยมอาหารจานเดียวประเภทก๋วยเตี๋ยว เพราะสะดวกในการหาซื้อและมีให้เลือกหลายชนิด รู้จักสัญลักษณ์รับรองเซลล์ชวนชิมมากที่สุด เมื่อเลือกซื้ออาหารจะพิจารณาเลือกที่มีเกียรติบัตรของกรมอนามัย และสัญลักษณ์รับรองดาวเขียว

พัชรินทร์ คำใจสู้ (2544: 33-36) การศึกษาเรื่อง ความรู้และทัศนคติเกี่ยวกับสารเจือปนในอาหารของกลุ่มแม่บ้านตำบลริมใต้ อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อประมวลข้อมูลเกี่ยวกับความรู้และทัศนคติของกลุ่มแม่บ้านในเรื่องสารเจือปนในอาหาร และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้และทัศนคติเกี่ยวกับสารเจือปนในอาหารของกลุ่มแม่บ้านตำบลริมใต้

อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มแม่บ้านมีความรู้เกี่ยวกับอันตรายของสารเจือปนในอาหารอยู่ในระดับดีมาก มีทัศนคติต่อสารเจือปนในอาหารอยู่ในระดับดี ความรู้และทัศนคติต่อสารเจือปนในอาหาร ซึ่งหมายความว่ากลุ่มแม่บ้านที่มีความรู้และทัศนคติที่ดีเกี่ยวกับสารเจือปนในอาหาร จากผลการศึกษา เจ้าหน้าที่ของรัฐที่เกี่ยวข้องควรเห็นความสำคัญของการเรียนรู้นอกระบบของกลุ่มแม่บ้าน เช่น โทรทัศน์ วิทย์ ซึ่งควรมีการผลิตสื่อเหล่านี้ให้มีประโยชน์ต่อสังคม



### บทที่ 3

## วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารปลอดสารปนเปื้อนของครอบครัวนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ ๑ โรงเรียนราชประชานุเคราะห์ จังหวัดฉะเชิงเทรา โดยมุ่งศึกษาถึงปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคลประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ ความรู้เกี่ยวกับสารปนเปื้อนในอาหารของผู้ซื้ออาหารของครอบครัว อิทธิพลจากกลุ่มอ้างอิง และปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารที่ปลอดสารปนเปื้อนของครอบครัวนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ ๑ โรงเรียนราชประชานุเคราะห์ จังหวัดฉะเชิงเทรา ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

### 1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

#### 1.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาเป็นครอบครัวของนักศึกษาชั้นปี 1 – 4 ปีการศึกษา 2553 จาก 5 คณะที่ศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัยราชประชานุเคราะห์ จังหวัดฉะเชิงเทรา ได้แก่ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม คณะวิทยาการจัดการ และคณะครุศาสตร์ ทำการสำรวจจากฝ่ายทะเบียนของมหาวิทยาลัยราชประชานุเคราะห์ เพื่อหากกลุ่มประชากรที่พักอาศัยอยู่กับครอบครัว รวมประชากรทั้งสิ้น 1,680 คน

#### 1.2 กลุ่มตัวอย่าง

การกำหนดขนาดตัวอย่าง การวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากนักศึกษาที่พักอาศัยอยู่กับครอบครัว จากนั้นคำนวณหากกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของทาโร ยามานะ (Taro Yamane, 1973 : 725 อ้างถึงใน บุญธรรม กิจปริดาบริสุทธ์, 2543 : 88) ที่กำหนดให้มีระดับความเชื่อมั่น 95% และให้ค่าความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 5% ( $e = 0.05$ ) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

$$\text{สูตร} \quad n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

โดยที่  $n$  = จำนวนตัวอย่างหรือขนาดของกลุ่มตัวอย่าง  
 $N$  = จำนวนหน่วยทั้งหมดหรือขนาดของประชากร  
 $e$  = ค่าความคลาดเคลื่อน

$$\text{แทนค่า} \quad n = \frac{1,680}{1 + 1,680 (0.05)^2}$$

$$n = 323 \text{ คน}$$

### 1.3 วิธีการสุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มแบบชั้นภูมิ (stratified random sampling)

โดยมีขั้นตอนการสุ่มตัวอย่างดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 จำแนกประชากร 1,680 คน ตามคณะและชั้นปี

ขั้นตอนที่ 2 เทียบสัดส่วนหาจำนวนตัวอย่างตามชั้นปีและคณะ ดังตารางที่ 3.1

ขั้นตอนที่ 3 เมื่อได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างแต่ละชั้นปีของแต่ละคณะแล้ว นำบัญชี

รายนามนักศึกษาแต่ละชั้นปีแยกแต่ละคณะมาเรียงลำดับใหม่ตามลำดับชั้นปีจากปี 1 - 4 เริ่มจาก

คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ คณะเทคโนโลยี

อุตสาหกรรม คณะวิทยาการจัดการ และคณะครุศาสตร์ หลังจากนั้นทำการสุ่มตัวอย่างโดยใช้ทุก ๆ

คนที่ 5 ของแต่ละชั้นปีแยกแต่ละคณะให้ได้ครบตามจำนวนดังตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามคณะต่าง ๆ และชั้นปีในมหาวิทยาลัยราชภัฏ  
ราชนครินทร์ จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่พักอาศัยอยู่กับครอบครัว

คณะ	ปีที่ศึกษา				รวม ประชากร	กลุ่ม ตัวอย่าง
	ชั้นปีที่ 4	ชั้นปีที่ 3	ชั้นปีที่ 2	ชั้นปีที่ 1		
วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	75(15)	55(11)	95(19)	65(13)	290	58
มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	85(17)	55(11)	76(15)	95(19)	311	62
เทคโนโลยีอุตสาหกรรม	60(12)	60(12)	70(14)	70(14)	260	52
วิทยาการจัดการ	95(19)	80(16)	119(23)	110(22)	404	80
ครุศาสตร์	75(15)	105(21)	130(26)	105(21)	415	83
<b>รวม</b>	<b>390(78)</b>	<b>355(71)</b>	<b>490(97)</b>	<b>445(89)</b>	<b>1,680</b>	<b>335</b>

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บแสดงถึงขนาดของกลุ่มตัวอย่างในแต่ละชั้นปีของแต่ละคณะ

ที่มา : ฝ่ายทะเบียนและวัดผล มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์ (2553) “สรุปจำนวนนักศึกษา  
ประจำปี การศึกษา 2553”

ขั้นตอนที่ 4 ให้นักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่างนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลจากสมาชิก  
ในครอบครัวซึ่งทำหน้าที่ซื้ออาหารของครอบครัว

## 2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล มี  
ขั้นตอนและรายละเอียดในการสร้างแบบสอบถามดังนี้

### 2.1 ขั้นตอนการสร้างแบบสอบถาม

**2.1.1 ศึกษาแนวคิด** ทฤษฎีเอกสารและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เกี่ยวกับความรู้เรื่อง  
สารปนเปื้อนในอาหาร กลุ่มอ้างอิง ส่วนประชากรตลาด การเลือกซื้ออาหารปลอดภัย  
เพื่อกำหนดขอบเขตด้านเนื้อหาของแบบสอบถามและศึกษาการใช้แบบสอบถาม

**2.1.2 สร้างแบบสอบถาม** โดยมีเนื้อหาครอบคลุมตัวแปรที่ศึกษาตามกรอบแนวคิด  
และสอดคล้องกับนิยามศัพท์เฉพาะแบ่งออกเป็น 5 ตอน ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 แบบสอบถามคุณลักษณะของผู้ซื้ออาหารของครอบครัว ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ ประกอบด้วยข้อคำถามจำนวน 5 ข้อ เป็นคำถามแบบปลายปิด และปลายเปิด

ตอนที่ 2 แบบทดสอบความรู้เกี่ยวกับสารปนเปื้อนในอาหารของผู้ซื้ออาหารของครอบครัว ประกอบด้วยข้อคำถามจำนวน 23 ข้อ เป็นคำถามแบบถูก ผิด แต่ละข้อมี 3 ตัวเลือกคือ ถูก ผิด ไม่แน่ใจ

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความสำคัญของกลุ่มอ้างอิงที่มีต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหาร ปลอดภัยสารปนเปื้อนของครอบครัว ประกอบด้วยข้อคำถามเกี่ยวกับอิทธิพลของบุคคลจำนวน 5 ข้อ และอิทธิพลของสื่อต่างๆ จำนวน 6 ข้อ รวมจำนวน 11 ข้อ มีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับคือ มีความสำคัญมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

ตอนที่ 4 แบบสอบถามความสำคัญของส่วนประสมการตลาดที่มีต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารปลอดภัยสารปนเปื้อนทั้งตลาดสด/ตลาดนัด/ซูเปอร์มาร์เก็ต ของผู้ซื้ออาหาร โดยแบ่งออกเป็น 4 ด้านได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์จำนวน 8 ข้อ ด้านราคา จำนวน 5 ข้อ ด้านการจัดจำหน่าย จำนวน 7 ข้อ ด้านการส่งเสริมการตลาดจำนวน 9 ข้อ รวมข้อคำถามทั้งสิ้น 29 ข้อ มีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับคือ มีความสำคัญต่อการซื้อมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

ตอนที่ 5 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารปลอดภัยสารปนเปื้อน โดยแบ่งคำถามข้อที่ 1 – 17 เป็นการเลือกซื้ออาหารสด ข้อที่ 18 – 22 เป็นการเลือกซื้ออาหารพร้อมปรุง ข้อที่ 23 – 37 เป็นการเลือกซื้ออาหารปรุงสำเร็จ/สำเร็จรูปและภาชนะใส/บรรจุอาหารรวมข้อคำถามทั้งสิ้น 37 ข้อ มีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับคือ ปฏิบัติทุกครั้ง ปฏิบัติประจำ ปฏิบัติบ่อย ปฏิบัตินาน ๆ ครั้ง ไม่เคยปฏิบัติเลย

**2.2 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ** ตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ โดยนำแบบสอบถามดังกล่าวที่ผ่านการตรวจแก้ไขจากท่านอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ทั้ง 3 ท่านแล้ว เสนอต่อผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา (Content Validity) โดยพิจารณาความถูกต้อง ครอบคลุมและเหมาะสมของข้อคำถามในแบบสอบถาม แล้วนำผลการพิจารณาไปคำนวณค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ได้ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่าง 0.7 – 1.0 ซึ่งแสดงว่ามีความตรงตามเนื้อหาและสอดคล้องตามวัตถุประสงค์ ผู้วิจัยได้ปรับแก้แบบสอบถามตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ ได้ตรวจสอบความเที่ยงของเครื่องมือโดยนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับครอบครัวของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์ จังหวัดฉะเชิงเทรา ซึ่ง



ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 40 ครอบครัวแล้วนำผลการทดลองมาวิเคราะห์หาค่าความเที่ยง (Reliability) ของแบบสอบถาม ดังนี้

ตอนที่ 2 แบบทดสอบความรู้เกี่ยวกับสารปนเปื้อนในอาหาร หาค่าความเที่ยงแบบ ความคงที่ภายใน (Internal Consistency) ด้วยสูตรของคูเดอร์ ริชาร์ดสัน 20 (Kuder Richardson Formula 20) (บุญธรรม กิจปรีดาวิสุทธิ 2542 :208) ได้ค่าความเที่ยง เท่ากับ .70

สำหรับแบบสอบถามตอนที่ 3 ตอนที่ 4 และตอนที่ 5 ลักษณะคำถามเป็นแบบ มาตรฐานส่วนประมาณค่าเหมือนกัน นำไปหาค่าความเที่ยง โดยหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบัค (Cronbach's alpha coefficient) (วิเชียร เกตุสิงห์ 2541 : 93) ของแบบสอบถามได้ดังนี้

ตอนที่ 3 แบบสอบถามความสำคัญของกลุ่มอ้างอิงที่มีต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหาร ปลอดภัยสารปนเปื้อนของครอบครัว ได้ค่าสัมประสิทธิ์ความเที่ยงเท่ากับ .85

ตอนที่ 4 แบบสอบถามความสำคัญของส่วนประสมการตลาดที่มีต่อพฤติกรรมการ เลือกซื้ออาหารปลอดภัยสารปนเปื้อนทั้งตลาดสด/ตลาดนัด/ซูเปอร์มาร์เก็ต ของผู้ซื้ออาหาร ได้ค่าสัมประสิทธิ์ความเที่ยงเท่ากับ .91

ตอนที่ 5 แบบสอบถามพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารปลอดภัยสารปนเปื้อน ได้ค่าสัมประสิทธิ์ความเที่ยงเท่ากับ .84

### 3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถามให้กับนักศึกษา กลุ่มเป้าหมายด้วยตนเอง จำนวน 335 ชุด การเก็บรวบรวมข้อมูลมีขั้นตอนดังนี้

3.1 นำแบบสอบถามไปดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง มีการอธิบาย วิธีการและขั้นตอนในการเก็บข้อมูลและให้นักศึกษากลุ่มเป้าหมายนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูล กับสมาชิกในครอบครัวที่เป็นผู้ซื้ออาหารของครอบครัว ระหว่างวันที่ 20 กรกฎาคม 2553 ถึง 20 สิงหาคม 2553 และกำหนดรับแบบสอบถามกลับหลังจากนั้น 1 สัปดาห์

3.2 เมื่อได้รับแบบสอบถามกลับมาแล้วและตรวจสอบความสมบูรณ์ครบถ้วนพบว่ามี แบบสอบถามที่สมบูรณ์ครบถ้วน 323 ชุด คิดเป็นร้อยละ 96.41 จากจำนวนแบบสอบถามทั้งหมด ทั้งหมด 335 ชุด นำมาจัดเตรียมข้อมูลเพื่อการวิเคราะห์ทางสถิติต่อไป

#### 4. การวิเคราะห์ข้อมูล

นำแบบสอบถามที่ตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วนแล้ว จัดทำคู่มือลงรหัส และป้อนข้อมูลลงแผ่นบันทึกเพื่อคำนวณทางสถิติ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ดังนี้

**4.1 ข้อมูลคุณลักษณะทั่วไปของสมาชิกในครอบครัวผู้ที่ทำหน้าที่ซื้ออาหารของครอบครัวนักศึกษา** ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ ใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

**4.2 ข้อมูลด้านความรู้เกี่ยวกับสารปนเปื้อนในอาหาร** นำมาตรวจให้คะแนน ถ้าตอบถูกได้ 1 คะแนน ตอบผิดได้ 0 คะแนน ตอบไม่แน่ใจได้ 0 คะแนน จากนั้นคำนวณคะแนนเฉลี่ยของแต่ละข้อมารวมคะแนนของแต่ละคน แล้วนำมาแจกแจงความถี่ หาร้อยละ ซึ่งกำหนดเกณฑ์ระดับความรู้ดังนี้

คะแนน	ระดับความรู้
ร้อยละ 81 – 100 (19-23 คะแนน)	ดี
ร้อยละ 61 – 80 (15-18 คะแนน)	ค่อนข้างดี
ร้อยละ 41 – 60 (10-14 คะแนน)	พอใช้
ร้อยละ 21 – 40 (5-9 คะแนน)	ไม่ค่อยดี
ร้อยละ 0 – 20 (0-4 คะแนน)	ไม่ดี

**4.3 ข้อมูลความสำคัญของกลุ่มอ้างอิงที่มีต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารปลอดสารปนเปื้อนของครอบครัว** นำมาวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยมีเกณฑ์การแปลความหมายคะแนนเฉลี่ย ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.50 – 5.00	หมายถึงกลุ่มอ้างอิงมีความสำคัญในระดับมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย 3.50 – 4.49	หมายถึงกลุ่มอ้างอิงมีความสำคัญในระดับมาก
คะแนนเฉลี่ย 2.50 – 3.49	หมายถึงกลุ่มอ้างอิงมีความสำคัญในระดับปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย 1.50 – 2.49	หมายถึงกลุ่มอ้างอิงมีความสำคัญในระดับน้อย
คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.49	หมายถึงกลุ่มอ้างอิงมีความสำคัญในระดับน้อยที่สุด

**4.4 ข้อมูลความสำคัญของส่วนประสมการตลาดที่มีต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารปลอดสารปนเปื้อนที่ตลาดสด/ตลาดนัด/ซูเปอร์มาร์เก็ต** นำมาวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยมีเกณฑ์การแปลความหมายคะแนนเฉลี่ย ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.50 – 5.00	หมายถึงมีความสำคัญต่อผู้ตอบในระดับมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย 3.50 – 4.49	หมายถึงมีความสำคัญต่อผู้ตอบในระดับมาก
คะแนนเฉลี่ย 2.50 – 3.49	หมายถึงมีความสำคัญต่อผู้ตอบในระดับปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย 1.50 – 2.49	หมายถึงมีความสำคัญต่อผู้ตอบในระดับน้อย
คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.49	หมายถึงมีความสำคัญต่อผู้ตอบในระดับน้อยที่สุด

**4.5 ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการเลือกซื้ออาหารปลอดสารปนเปื้อน** นำมาวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยมีเกณฑ์ในการแปลความหมายค่าเฉลี่ย ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.50 – 5.00	หมายถึง พฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารปลอดสารปนเปื้อนอยู่ในระดับดี
คะแนนเฉลี่ย 3.50 – 4.49	หมายถึง พฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารปลอดสารปนเปื้อนอยู่ในระดับค่อนข้างดี
คะแนนเฉลี่ย 2.50 – 3.49	หมายถึง พฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารปลอดสารปนเปื้อนอยู่ในระดับพอใช้
คะแนนเฉลี่ย 1.50 – 2.49	หมายถึง พฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารปลอดสารปนเปื้อนอยู่ในระดับไม่ค่อยดี
คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.49	หมายถึง พฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารปลอดสารปนเปื้อนอยู่ในระดับไม่ดี

**4.6 การทดสอบสมมติฐานปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารปลอดสารปนเปื้อน** ในการวิจัยใช้สถิติวิเคราะห์สหสัมพันธ์และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple regression analysis)

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารปลอดภัยของครอบครัวนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏราชชนครินทร์ จังหวัดฉะเชิงเทรา ผู้วิจัยจะนำเสนอผลการศึกษาก่อน 6 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 พฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารปลอดภัยของครอบครัว

ตอนที่ 2 คุณลักษณะของผู้ซื้ออาหารของครอบครัว

ตอนที่ 3 ความรู้เกี่ยวกับสารปนเปื้อนในอาหารของผู้ซื้ออาหารของครอบครัว

ตอนที่ 4 ความสำคัญของกลุ่มอ้างอิงที่มีต่อผู้ซื้ออาหารของครอบครัว

ตอนที่ 5 ความสำคัญของส่วนประสมการตลาดที่ตลาดสด/ตลาดนัด/ซูเปอร์มาร์เก็ต ที่มีต่อผู้ซื้ออาหารของครอบครัว

ตอนที่ 6 อิทธิพลของคุณลักษณะของผู้ซื้ออาหารของครอบครัว ความรู้เกี่ยวกับสารปนเปื้อนในอาหาร กลุ่มอ้างอิงและส่วนประสมการตลาดที่มีต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารปลอดภัยของครอบครัว

#### ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารปลอดภัยของครอบครัว

พฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารปลอดภัยของครอบครัวกลุ่มตัวอย่างแบ่งเป็นพฤติกรรมการเลือกซื้อ อาหารสด อาหารพร้อมปรุง อาหารปรุงสำเร็จและภาชนะใส่บรรจุอาหาร ผลการประเมินพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 323 คน จำแนกรายด้านและรายชื่อ เป็นดังนี้

ตารางที่ 4.1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหาร  
ปลอดสารปนเปื้อน และระดับการปฏิบัติพฤติกรรมรายชื่อ (n= 323)

การเลือกซื้ออาหารปลอดสารปนเปื้อน	$\bar{x}$	S.D.	ระดับของ พฤติกรรม
<b>การเลือกซื้ออาหารสด</b>			
1. เลือกซื้อผักสด-ผลไม้ตามฤดูกาล	3.89	0.99	ค่อนข้างดี
2. เลือกซื้ออาหารสดตามฤดูกาล	3.75	1.03	ค่อนข้างดี
3. เลือกซื้ออาหารจากแหล่งผลิตที่เชื่อถือได้	3.73	1.04	ค่อนข้างดี
4. เลือกซื้อเนื้อสัตว์ ผักสด ที่ไม่มีกลิ่นผิดปกติไปจากธรรมชาติ หรือ กลิ่นฉุนแสบจมูก	3.54	1.11	ค่อนข้างดี
5. เลือกซื้อถั่วงอกที่มีสีขาตามธรรมชาติ	3.54	1.16	ค่อนข้างดี
6. เลือกซื้อไข่ไก่ ที่ผิวเปลือกนอกเป็นสีนวล สาก มือเล็กน้อย	3.49	1.11	พอใช้
7. เลือกซื้ออาหารทะเลที่มีลักษณะตัวแข็ง มีตาใส ใหม่ โดยใช้น้ำ แข็งแช่อยู่ตลอดเวลา	3.49	1.15	พอใช้
8. เลือกซื้อไก่ที่มีหนังบาง สีไม่ซีด ไม่มีกลิ่น	3.45	1.18	พอใช้
9. จะมองหาป้ายสัญลักษณ์ “อาหารปลอดภัย” ก่อนซื้อ	3.44	1.18	พอใช้
10. เลือกซื้อถั่วฝักยาวที่เนื้อแน่น มีแมลงเจาะ เล็กน้อย	3.39	1.09	พอใช้
11. จะมองหาป้ายสัญลักษณ์ “ตลาดสดน่าซื้อ” ก่อนซื้อ	3.14	1.17	พอใช้
12. เลือกซื้อเนื้อหมูที่มีสีแดงอมชมพูมารับประทาน	3.05	1.24	พอใช้
13. เลือกซื้อผักสดที่มีแมลงรบกวนน้อยมารับประทาน	2.73	1.13	พอใช้
14. เลือกซื้ออาหารที่มีเนื้อหยุ่น กรอบและคงตัวอยู่ได้นาน	2.67	1.20	พอใช้
15. เลือกซื้อผักสดที่ผู้ขายจัดใส่ถุงพลาสติกไว้แล้ว	2.62	1.00	พอใช้
16. เลือกซื้อผักสดที่ไม่มีหนอนกักกินมารับประทาน	2.48	1.15	พอใช้
17. เลือกซื้อถั่วลิสงที่บดแล้วจากร้านค้ามาประกอบอาหาร	2.06	1.06	พอใช้
<b>รวม</b>	<b>3.46</b>	<b>0.53</b>	<b>พอใช้</b>
<b>การเลือกซื้ออาหารพร้อมปรุง</b>			
18. เลือกซื้ออาหารพร้อมปรุงโดยสังเกตดูป้ายบอกวันที่ผลิต และ วันหมดอายุ	3.77	1.16	ค่อนข้างดี

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

การเลือกซื้ออาหารปลอดภัยแปรรูปเป็น	$\bar{x}$	S.D.	ระดับของพฤติกรรม
19. มองหาเครื่องหมาย “อย.” เป็นองค์ประกอบก่อนการตัดสินใจซื้ออาหารพร้อมปรุง	3.68	1.22	ค่อนข้างดี
20. เลือกซื้ออาหารพร้อมปรุงโดยสังเกตลักษณะของวัตถุดิบที่ไม่ผิดไปจากธรรมชาติ	3.41	1.14	พอใช้
21. เลือกซื้ออาหารพร้อมปรุงที่มีการบรรจุในกล่องโฟม	2.63	1.18	พอใช้
22. เลือกซื้ออาหารพร้อมปรุงที่เก็บในตู้เย็น อุณหภูมิ 7 องศาเซลเซียส	2.82	1.19	พอใช้
<b>รวม</b>	<b>3.26</b>	<b>0.83</b>	<b>พอใช้</b>
<u>การเลือกซื้ออาหารปรุงสำเร็จ</u>			
23. เลือกซื้ออาหารปรุงสำเร็จจากผู้ขายแต่งกายสะอาดเรียบร้อย	3.71	1.02	ค่อนข้างดี
24. เลือกซื้ออาหารที่ใดก็ได้ถ้ามีความรู้เรื่องการเลือกซื้ออาหาร	3.45	1.08	พอใช้
25. เลือกซื้ออาหาร โดยคำนึงถึงคุณค่าของอาหาร มากกว่าความอร่อย	3.40	1.08	พอใช้
26. จะมองหาป้ายสัญลักษณ์ “อาหารสะอาด รสชาติอร่อย” ช่วยในการตัดสินใจซื้ออาหารปรุงสำเร็จ	3.32	1.14	พอใช้
27. เลือกซื้อปลาแห้งทอดในน้ำมันไม่ดำ	3.26	1.17	พอใช้
28. เลือกซื้อภาชนะเซรามิกที่ไม่มีลวดลายด้านในมาบรรจุอาหาร	3.16	1.11	พอใช้
29. เลือกซื้ออาหารชนิดเดิมๆ มารับประทานทุกวัน	2.82	1.15	พอใช้
30. เลือกซื้ออาหารปรุงสำเร็จร้อนๆ ที่บรรจุใน ถุงพลาสติก	2.74	1.11	พอใช้
31. เลือกซื้อปลาดุกแห้งที่ไม่มีแมลงไต่ตอม	2.61	1.28	พอใช้
32. เลือกซื้ออาหารปรุงสำเร็จร้อนๆ ที่บรรจุในกล่องโฟม	2.57	1.13	พอใช้
33. เลือกซื้อขนมหวานที่มีสีสังสวยสะอาดมารับประทาน	2.52	1.08	พอใช้

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

การเลือกซื้ออาหารปลอดภัยป้อน	$\bar{x}$	S.D.	ระดับของ พฤติกรรม
34. เลือกซื้อลูกชิ้นที่มีความเหนียว กรอบกรอบรับประทาน	2.45	1.13	ไม่ค่อยดี
35. เลือกซื้อกุ้งแห้งที่มีสีแดงมาปรุงอาหาร	2.24	1.13	ไม่ค่อยดี
36. ชอบซื้ออาหารหมักดองที่สามารถเก็บไว้ได้นาน ๆ	2.21	1.10	ไม่ค่อยดี
37. เลือกซื้ออาหารประเภทลาบ ก้อย ที่ปรุงสุกไม่มาก มารับประทาน	2.08	1.17	ไม่ค่อยดี
รวม	3.47	0.52	พอใช้
รวมการเลือกซื้ออาหารสด/พร้อมปรุง/ปรุงสำเร็จ	3.44	0.45	พอใช้

จากตารางที่ 4.1 กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารสด อาหารพร้อมปรุง และอาหารปรุงสำเร็จที่คำนึงถึงการปลอดภัยป้อน ในตลาดสด/ตลาดนัด/ซูเปอร์มาร์เก็ต โดยรวมอยู่ในระดับพอใช้ ( $\bar{x} = 3.44$  S.D. = 0.45)

กลุ่มตัวอย่างมีระดับการปฏิบัติในการเลือกซื้ออาหารสดที่ปลอดภัยป้อน (ข้อที่ 1-17) โดยรวมอยู่ในระดับพอใช้ ( $\bar{x} = 3.46$  S.D. = 0.53) เมื่อพิจารณารายพฤติกรรมย่อยพบว่า การเลือกซื้อผักสด ผลไม้สด ตามฤดูกาล การเลือกซื้ออาหารสดตามฤดูกาล และการเลือกซื้ออาหารจากแหล่งผลิตที่เชื่อถือได้ เลือกซื้อเนื้อสัตว์ ผักสด ที่ไม่มีกลิ่นผิดปกติหรือกลิ่นฉุนแสบจมูก เลือกซื้อถั่วงอกที่มีสีขาวตามธรรมชาติ อยู่ในระดับค่อนข้างดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89, 3.75, 3.73, 3.54 และ 3.54 ตามลำดับ ส่วนพฤติกรรมย่อยอื่น ๆ มีพฤติกรรมอยู่ในระดับพอใช้ มีการปฏิบัติน้อยในเรื่องของการเลือกซื้อถั่วงอกที่บดแล้วจากร้านค้ามาประกอบอาหาร และเลือกซื้อผักสดที่ไม่มีหนอนกักกินมารับประทาน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.06 และ 2.48 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างมีระดับการปฏิบัติในการเลือกซื้ออาหารพร้อมปรุงที่ปลอดภัยป้อน (ข้อที่ 18-22) โดยรวมอยู่ในระดับพอใช้ ( $\bar{x} = 3.26$  S.D. = 0.83) เมื่อพิจารณารายพฤติกรรมย่อยพบว่า การเลือกซื้ออาหารพร้อมปรุง โดยสังเกตดูป้ายบอกวันที่ผลิตและวันหมดอายุ รองลงมาคือ มองหาเครื่องหมาย “อย.” เป็นองค์ประกอบก่อนตัดสินใจซื้ออาหารพร้อมปรุง อยู่ในระดับค่อนข้างดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 และ 3.68 ตามลำดับ ส่วนพฤติกรรมย่อยอื่น ๆ มีพฤติกรรมอยู่ในระดับพอใช้

กลุ่มตัวอย่างมีระดับการปฏิบัติการเลือกซื้ออาหารปรุงสำเร็จและภาชนะบรรจุอาหาร (ข้อที่23-37) โดยรวมอยู่ในระดับพอใช้ ( $\bar{x} = 3.47$  S.D. = 0.52) เมื่อพิจารณารายพฤติกรรมย่อย พบว่า การเลือกซื้ออาหารปรุงสำเร็จจากผู้ขายแต่งกายสะอาดเรียบร้อยสูงที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 ส่วนพฤติกรรมย่อยอื่น ๆ มีพฤติกรรมอยู่ในระดับพอใช้ พฤติกรรมที่มีการปฏิบัติน้อยพบว่าการเลือกซื้อลูกชิ้นที่มีความเหนียว กรูบกรอบมารับประทาน เลือกซื้อกึ่งแห้งที่มีสีแดงมาปรุงอาหาร เลือกซื้ออาหารหมักดองที่สามารถเก็บไว้ได้นาน ๆ และเลือกซื้ออาหารประเภทลาบก้อยที่ปรุงสุกไม่มากมารับประทาน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.45, 2.24, 2.21 และ 2.08 ตามลำดับ

## ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์คุณลักษณะของผู้ซื้ออาหารของครอบครัว

ผู้ซื้ออาหารของครอบครัวมีคุณลักษณะประชากร ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษาและรายได้ของครอบครัวทั้งหมดต่อเดือน ดังแสดงในตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของผู้ซื้ออาหารของครอบครัวจำแนกตาม คุณลักษณะประชากร (n = 323)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	102	31.6
หญิง	221	68.4
รวม	323	100
2. อายุ		
น้อยกว่า 25 ปี	5	1.50
25 – 34	49	15.20
35 – 44	119	36.80
45 – 54	112	34.70
55 – 64	31	9.60
มากกว่า 65 ปี	7	2.2
รวม	323	100



ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
3. อาชีพ		
รับจ้าง	151	46.8
เกษตรกรกรรม	38	11.8
ค้าขาย	34	10.5
พนักงานบริษัท	32	9.9
ธุรกิจส่วนตัว	25	7.7
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	23	7.1
รับราชการ/ลูกจ้างรัฐบาล	20	6.2
รวม	323	100
4. ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษาปีที่ 6	22	6.8
มัธยมศึกษาปีที่ 3	25	7.7
มัธยมศึกษาปีที่ 6 หรือเทียบเท่า	142	44.0
อนุปริญญา	60	18.6
ปริญญาตรี	74	22.9
รวม	323	100
5. รายได้ของครอบครัวทั้งหมดต่อเดือน		
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท	8	2.5
5,001 – 10,000 บาท	82	25.4
10,001 – 15,000 บาท	78	24.1
15,001 – 20,000 บาท	78	24.1
มากกว่า 20,000 บาท	65	20.1
ไม่ระบุรายได้	12	3.8
รวม	323	100

จากตารางที่ 4.2 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 68.40 เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 35 - 44 ปี ร้อยละ 36.80 รองลงมาอายุระหว่าง 45-54 ปี ร้อยละ 34.70 และมีอายุมากกว่า 65 ปีน้อยที่สุด

ร้อยละ 2.2 มีอาชีพรับจ้างร้อยละ 46.8 รองลงมามีอาชีพเกษตรกรร้อยละ 11.80 และอาชีพค้าขาย ร้อยละ 10.50 ระดับการศึกษาจบมัธยมศึกษาปีที่ 6 หรือเทียบเท่า ร้อยละ 44 รองลงมา ระดับปริญญาตรี ร้อยละ 22.90 และระดับอนุปริญญา ร้อยละ 18.60 รายได้ของครอบครัวต่อเดือน ส่วนใหญ่มีรายได้ทั้งหมดต่อเดือน 5,001-10,000 บาท ร้อยละ 25.40 รองลงมา มีรายได้ทั้งหมดต่อเดือน 10,001-15,000 บาท ร้อยละ 24.10 และมีรายได้ทั้งหมดต่อเดือน 15,001-20,000 บาท ร้อยละ 24.10

### ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความรู้เกี่ยวกับสารปนเปื้อนในอาหารของผู้ซื้ออาหารของครอบครัว

ความรู้เกี่ยวกับสารปนเปื้อนในอาหารของผู้ซื้ออาหารของครอบครัว ได้แก่ การเลือกซื้ออาหารสด อาหารพร้อมปรุงและอาหารปรุงสำเร็จ ดังแสดงในตารางที่ 4.3 และ 4.4

ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของผู้ซื้ออาหารของครอบครัว ที่มีความรู้เกี่ยวกับสารปนเปื้อนในอาหารในระดับต่าง ๆ (n = 323)

ระดับความรู้เกี่ยวกับสารปนเปื้อนในอาหาร	จำนวน	ร้อยละ
ดี (19-23 คะแนน)	33	10.21
ค่อนข้างดี (15-18 คะแนน)	104	32.20
พอใช้ (10-14 คะแนน)	153	47.37
ไม่ค่อยดี (5-9 คะแนน)	31	9.60
ไม่ดี (0-4 คะแนน)	2	0.62
รวม	323	100

เฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) = 13.91 คะแนน S.D. = 3.47 (ร้อยละ 60.43) คะแนน ต่ำสุด = 3 คะแนน สูงสุด = 22 คะแนน คะแนนเต็ม 23 คะแนน

จากตารางที่ 4.3 พบว่าผู้ซื้ออาหารของครอบครัว มีความรู้เกี่ยวกับสารปนเปื้อนในอาหารอยู่ในระดับพอใช้มีค่าเฉลี่ย 13.91 คะแนน (S.D. = 3.47 คะแนน) คะแนนเต็ม 23 คะแนน ส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับสารปนเปื้อนในอาหารในระดับพอใช้ ร้อยละ 47.37 รองลงมา มีความรู้

เกี่ยวกับสารปนเปื้อนในอาหารในระดับค่อนข้างดี ร้อยละ 32.20 และมีความรู้เกี่ยวกับสารปนเปื้อนในอาหารระดับไม่ค่อยดีและไม่ดี ร้อยละ 9.60 และ 0.62 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบถูกในเรื่องสารปนเปื้อนในอาหาร (n = 323)

ความรู้เกี่ยวกับสารปนเปื้อนในอาหาร	ตอบถูก		ระดับความรู้
	จำนวน	ร้อยละ	
1. ควรเลือกซื้ออาหารพร้อมปรุงที่มีป้ายสัญลักษณ์ “อย.” ของคณะกรรมการอาหารและยา	282	87.30	ดี
2. ควรเลือกซื้อถั่วอกที่มีสีใกล้เคียงกับธรรมชาติไม่ขาวจนเกินไป	280	86.70	ดี
3. ควรเลือกซื้ออาหารสดจากแหล่งที่มีป้ายสัญลักษณ์ “อาหารปลอดภัย” จากกระทรวงสาธารณสุข	280	86.70	ดี
4. ควรเลือกซื้อขิงแห้งฝอย ที่มีสีใกล้เคียงธรรมชาติไม่ขาวจนเกินไป	261	80.80	ดี
5. อาหารที่มีสีสังสวยงามเกินธรรมชาติให้โทษ	245	75.90	ค่อนข้างดี
6. ควรเลือกซื้อผัก ผลไม้ที่อยู่ได้ทั้งวัน โดยไม่เหี่ยวแห้งที่ถูกต้องทุกวันนี้*	239	74	ค่อนข้างดี
7. ควรเลือกซื้อผักที่มีใบเขียวไม่มีรูพรุนจากการกัดเจาะของแมลง*	238	73.70	ค่อนข้างดี
8. ควรเลือกซื้อลูกชิ้นสีสด ๆ นำรับประทาน*	232	71.80	ค่อนข้างดี
9. ควรเลือกซื้ออาหารทะเลสดโดยการแช่เย็น เมื่อดมดูจะต้องไม่มีกลิ่นฉุนแสบจมูก	229	70.90	ค่อนข้างดี
10. อาหารหมักดองมีอันตรายจากสารกันรา	225	69.70	ค่อนข้างดี
11. ควรเลือกซื้อผลไม้ดองที่มีสีสดเมื่อกินจะรู้สึก กรอบอร่อย*	221	68.40	ค่อนข้างดี
12. ควรเลือกซื้ออาหารปรุงสำเร็จที่มีเครื่องหมาย “อาหารสะอาด รสชาติอร่อย”	215	66.60	ค่อนข้างดี
13. ควรเลือกซื้อเนื้อหมูที่มีสีแดงเข้มและไม่มีมันหมูแทรก*	193	59.40	พอใช้

ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

ความรู้เกี่ยวกับสารปนเปื้อนในอาหาร	จำนวน	ร้อยละ	ระดับความรู้
14. รสชาติของอาหารปลอดสารปนเปื้อนไม่ต่างจากอาหารทั่วไป	184	57.00	พอใช้
15. ควรเลือกซื้ออาหารสดจากแหล่งที่มีป้าย “ตลาดสด น่าซื้อ”	170	52.60	พอใช้
16. ควรบริโภคผักใบมากกว่าผักหัว เพราะผักหัวสะสมสารปนเปื้อนไว้มากกว่า	150	46.40	พอใช้
17. ควรเลือกซื้อน้ำตาลมะพร้าวที่มีสีขาว*	143	44.30	พอใช้
18. อาหารปลอดสารปนเปื้อนมีราคาแพงกว่าอาหารทั่วไป*	143	44.30	พอใช้
19. ควรใส่แป้งกรุบกรอบลงในอาหารทอดทำให้ รสชาติอาหารอร่อย*	141	43.70	พอใช้
20. ควรเลือกซื้อไข่เยี่ยวม้าที่ไม่มีกรทาสีที่เปลือกไข่	122	37.80	ไม่ค่อยดี
21. ควรเลือกซื้ออาหารแห้งที่เก็บไว้ได้นานๆ*	104	32.20	ไม่ค่อยดี
22. ควรเลือกซื้อปลาบด ใส้กรอก ที่มีลักษณะหยุ่น กรอบ เค็งและอยู่ได้นาน*	99	30.70	ไม่ค่อยดี
23. ผักปลอดสารพิษมีลักษณะอย่างหนึ่งคือ สด เก็บไว้ไม่ได้นาน*	98	30.30	ไม่ค่อยดี

หมายเหตุ \* หมายถึงข้อที่เฉลยว่าผิด

จากการประเมินความรู้ของผู้ซื้ออาหารของครอบครัว 323 คน พบว่า ร้อยละ 80 มีความรู้ ที่ถูกต้อง(ตอบถูก) เข้าใจถูกต้องในเรื่อง

1. ควรเลือกซื้ออาหารพร้อมปรุงที่มีป้ายสัญลักษณ์ “อย.” ของคณะกรรมการอาหารและยา

2. ควรเลือกซื้อถั่วงอกที่มีสีใกล้เคียงกับธรรมชาติไม่ขาวจนเกินไป

3. ควรเลือกซื้ออาหารสดจากแหล่งที่มีป้าย “อาหารปลอดภัย” จากกระทรวง

สาธารณสุข

4. ควรเลือกซื้อจิงหั่นฝอย ที่มีสีใกล้เคียงธรรมชาติไม่ขาวจนเกินไป

แต่ยังมีผู้ซื้ออาหารของครอบครัวร้อยละ 20 มีความรู้ที่ผิด (ตอบผิด) เข้าใจผิดในเรื่อง

1. ผักปลอดสารพิษมีลักษณะสด แต่เก็บไว้ไม่ได้นาน
2. ควรเลือกซื้อปลาสด ใส่น้ำจืด ที่มีลักษณะยุ่น กรอบเคี้ยว และอยู่ได้นาน
3. ควรเลือกซื้ออาหารแห้งที่เก็บไว้นาน ๆ
4. ควรเลือกซื้อไข่เยี่ยวม้าที่ไม่มีกรทาสีที่เปลือกไข่

#### ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความสำคัญของกลุ่มอ้างอิงที่มีต่อผู้ซื้ออาหารของครอบครัว

กลุ่มอ้างอิง ได้แก่ สมาชิกในครอบครัว เพื่อนบ้าน เพื่อนร่วมงาน หัวหน้างาน ผู้ที่มีชื่อเสียงทางด้านอาหาร และสื่อต่าง ๆ ผลการประเมินความสำคัญของกลุ่มอ้างอิงต่อกลุ่มตัวอย่าง ดังแสดงในตารางที่ 4.5

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความสำคัญของกลุ่มอ้างอิงที่มีต่อผู้ซื้ออาหารของครอบครัว (n = 323)

กลุ่มอ้างอิง	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
<b>ด้านบุคคล</b>			
1. สมาชิกในครอบครัว	4.27	0.86	มาก
2. ผู้มีชื่อเสียงทางด้านอาหาร เช่น หมิกแดง เชลล์ชวนชิม เป็นต้น	3.40	1.10	ปานกลาง
3. เพื่อนร่วมงาน	3.02	1.06	ปานกลาง
4. เพื่อนบ้าน	2.94	1.03	ปานกลาง
5. หัวหน้างาน	2.80	1.15	ปานกลาง
<b>รวม</b>	<b>3.28</b>	<b>1.04</b>	<b>ปานกลาง</b>

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

กลุ่มอ้างอิง	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
<u>ด้านสื่อต่าง ๆ</u>			
6. โทรทัศน์	3.95	0.99	มาก
7. หนังสือพิมพ์	3.28	1.10	ปานกลาง
8. วิทยู	3.09	1.03	ปานกลาง
9. วารสาร	3.02	1.07	ปานกลาง
10. อินเทอร์เน็ต	2.90	1.29	ปานกลาง
11. แผ่นพับ และ/หรือ โบปลิว	2.84	1.03	ปานกลาง
<b>รวม</b>	<b>3.18</b>	<b>1.08</b>	<b>ปานกลาง</b>
<b>ผลรวมของกลุ่มอ้างอิง</b>	<b>3.23</b>	<b>1.06</b>	<b>ปานกลาง</b>

จากตารางที่ 4.5 พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับกลุ่มอ้างอิงโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 3.23$  S.D.= 1.06) หากพิจารณาตามกลุ่มอ้างอิงเป็น 2 ด้าน พบว่า กลุ่มอ้างอิงด้านบุคคล ประเภทสมาชิกในครอบครัว มีความสำคัญต่อกลุ่มตัวอย่างสูงสุด ( $\bar{x} = 4.27$  S.D.= 0.86) รองลงมาคือผู้มีชื่อเสียงทางด้านอาหาร ( $\bar{x} = 3.40$  S.D.= 1.10) ส่วนกลุ่มอ้างอิงด้านสื่อต่าง ๆ พบว่าสื่อโทรทัศน์ มีความสำคัญต่อกลุ่มตัวอย่างสูงสุด ( $\bar{x} = 3.95$  S.D.= 0.99) รองลงมาคือ สื่อหนังสือพิมพ์ วิทยู วารสาร ตามลำดับ

#### ตอนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ความสำคัญของส่วนประสมการตลาด ที่ตลาดสด/ตลาดนัด/ซูเปอร์มาร์เก็ตที่มีต่อผู้ซื้ออาหารของครอบครัว

ส่วนประสมการตลาด ที่ตลาดสด ตลาดนัด ซูเปอร์มาร์เก็ต ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด ผลการประเมินความสำคัญต่อการเลือกซื้อของผู้ซื้ออาหารของครอบครัว ดังแสดงในตารางที่ 4.6

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความสำคัญของส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการเลือกซื้ออาหารของครอบครัว (n = 323)

ส่วนประสมการตลาด	$\bar{x}$	S.D.	ระดับของความสำคัญต่อการเลือกซื้อ
<u>ด้านผลิตภัณฑ์ / ตัวสินค้า</u>			
1. มีฉลากแสดง วันเดือนปี ที่ผลิตและวันหมดอายุอย่างชัดเจน	4.53	0.70	มากที่สุด
2. คุณภาพของอาหาร	4.42	0.77	มาก
3. เครื่องหมายมาตรฐานด้านความปลอดภัยรับรอง	4.26	0.92	มาก
4. บรรจุภัณฑ์	3.98	0.84	มาก
5. ภาชนะใส่อาหารสะอาด ทนกรด/ด่าง	3.94	0.92	มาก
6. มีการจัดอาหารให้ดูน่ารับประทาน	3.89	1.82	มาก
7. ตราสินค้าหรือยี่ห้อ	3.83	0.88	มาก
8. มีการจำหน่ายเป็นชุด	3.21	0.92	ปานกลาง
<b>รวม</b>	<b>4.00</b>	<b>0.97</b>	<b>มาก</b>
<u>ด้านราคา</u>			
9. ราคาของอาหารเหมาะสมกับคุณภาพ	4.24	0.85	มาก
10. มีป้ายบอกราคาแจ้งให้ทราบ	4.05	0.91	มาก
11. ซื้ออาหารที่มีเครื่องหมายรับรองคุณภาพแม้จะมีราคาแพงกว่า	3.90	0.98	มาก
12. มีราคาที่หลากหลายให้เลือกซื้อ	3.77	0.94	มาก
13. ราคาถูกเป็นปัจจัยในการตัดสินใจซื้อ	3.50	1.10	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.89</b>	<b>0.95</b>	<b>มาก</b>
<u>ด้านการจัดจำหน่าย</u>			
14. ใกล้บ้าน / ที่ทำงาน / สำนักงาน	3.89	0.94	มาก
15. มีจำหน่ายทั่วไป	3.70	0.96	มาก
16. ความน่าเชื่อถือของสถานที่ที่จำหน่าย	3.70	0.89	มาก
17. เดินทางไปซื้อสะดวก	3.67	1.00	มาก
18. การจัดวางสินค้าง่ายต่อการเลือกซื้อ	3.65	0.93	มาก

ตารางที่ 4.6 (ต่อ)

ส่วนประสมการตลาด	$\bar{x}$	S.D.	ระดับของความสำคัญต่อการเลือกซื้อ
19. ที่จอดรถสะดวก	3.57	0.94	มาก
20. อาหารปลอดภัยปนเปื้อนหาซื้อง่าย	3.49	0.95	ปานกลาง
<b>รวม</b>	<b>3.66</b>	<b>0.94</b>	<b>มาก</b>
<b>ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>			
21. ผู้ขายมีอัธยาศัยดี คำพูดไพเราะ เชิญชวนให้ซื้อสินค้า	3.99	0.92	มาก
22. ผู้ขายแต่งกายสะอาดเรียบร้อย	3.91	0.86	มาก
23. ผู้ขายมีความน่าเชื่อถือ เป็นกันเอง	3.90	0.92	มาก
24. มีสัญลักษณ์ผู้มีชื่อเสียงทางด้านอาหาร เช่น หมึกแดง เซลล์ชวนชิม เป็นต้น	3.51	0.98	มาก
25. มีการโฆษณา / ประชาสัมพันธ์ ณ จุดขาย	3.48	0.96	ปานกลาง
26. ผู้ขายให้คำปรึกษาเรื่องการจัดเครื่องปรุง-ประกอบอาหาร	3.45	1.04	ปานกลาง
27. ให้ชิมก่อนตัดสินใจซื้อ	3.29	1.09	ปานกลาง
28. มีการแจก / แจก / แถม ณ จุดขาย	3.09	1.05	ปานกลาง
29. มีส่วนลดของสินค้า	2.95	1.09	ปานกลาง
<b>รวม</b>	<b>3.50</b>	<b>0.99</b>	<b>มาก</b>
<b>ผลรวมค่าเฉลี่ยส่วนประสมการตลาด</b>	<b>3.76</b>	<b>0.96</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.6 พบว่าส่วนประสมการตลาดทั้ง 4 ด้านมีความสำคัญต่อการเลือกซื้ออาหารปลอดภัยปนเปื้อนของกลุ่มตัวอย่างในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.76$  S.D.= 0.96) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์มีความสำคัญต่อการเลือกซื้ออาหารปลอดภัยปนเปื้อนโดยรวมในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.00$  S.D.= 0.97) โดยผลิตภัณฑ์ที่มีผลตกแสดงวัน เดือน ปี ที่ผลิตและวันหมดอายุที่ชัดเจนมีความสำคัญต่อกลุ่มตัวอย่างมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.53$  S.D.= 0.70) รองลงมาคือ คุณภาพของอาหาร ( $\bar{x} = 4.42$  S.D.=0.77) และเครื่องหมายมาตรฐานด้านความปลอดภัยรับรอง ( $\bar{x} = 4.26$  S.D.=0.92 )



ด้านราคา มีความสำคัญต่อการเลือกซื้ออาหารปลอดสารปนเปื้อนของกลุ่มตัวอย่าง โดยรวมในระดับมาก ( $\bar{x}=3.89$  S.D.=0.95) โดย ราคาของอาหารเหมาะสมกับคุณภาพ มีความสำคัญต่อกลุ่มตัวอย่างสูงสุด ( $\bar{x}=4.24$  S.D.=0.85) รองลงมาคือมีป้ายบอกราคาแจ้งให้ทราบ ( $\bar{x}=4.05$  S.D.=0.91) และอาหารที่มีเครื่องหมายรับรองคุณภาพแม้จะมีราคาแพงกว่า ( $\bar{x}=3.90$  S.D.=0.98)

ด้านการจัดจำหน่ายมีความสำคัญต่อการเลือกซื้ออาหารปลอดสารปนเปื้อนกลุ่มตัวอย่าง โดยรวมในระดับมาก ( $\bar{x}=3.66$  S.D.=0.94) โดยการจำหน่ายของอาหารใกล้บ้าน ที่ทำงาน สำนักงานมีความสำคัญต่อกลุ่มตัวอย่างสูงสุด ( $\bar{x}=3.89$  S.D.=0.94) รองลงมาคือความน่าเชื่อถือของสถานที่จำหน่าย ( $\bar{x}=3.70$  S.D.=0.89) และมีจำหน่ายทั่วไป ( $\bar{x}=3.70$  S.D.=0.96) ด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสำคัญต่อการเลือกซื้ออาหารปลอดสารปนเปื้อนของกลุ่มตัวอย่าง โดยรวมในระดับมาก ( $\bar{x}=3.50$  S.D.=0.99) โดยการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ชาย มีอรรถยาศัยดี คำพูดไพเราะ เชิญชวนให้ซื้อสินค้า มีความสำคัญต่อกลุ่มตัวอย่างสูงสุด ( $\bar{x}=3.99$  S.D.=0.92) รองลงมาคือ ผู้ชายแต่งกายสะอาด เรียบร้อย ( $\bar{x}=3.91$  S.D.=0.86) และผู้ชายมีความน่าเชื่อถือ เป็นกันเอง ( $\bar{x}=3.90$  S.D.=0.92) ในขณะที่การส่งเสริมการตลาดที่มีสัญลักษณ์ผู้มีชื่อเสียงทางด้านอาหารและการโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ ณ จุดขาย มีความสำคัญต่อการเลือกซื้ออาหารของกลุ่มตัวอย่างเพียงระดับปานกลาง

#### **ตอนที่ 6 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของปัจจัยคุณลักษณะของผู้ซื้ออาหารของครอบครัว ความรู้เกี่ยวกับสารปนเปื้อนในอาหาร ความสำคัญของกลุ่มอ้างอิง และส่วนประสมการตลาดที่มีต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารปลอดสารปนเปื้อนของครอบครัว**

การศึกษาอิทธิพลของปัจจัยคุณลักษณะของผู้ซื้ออาหารของครอบครัว ความรู้เกี่ยวกับสารปนเปื้อนในอาหาร ความสำคัญของกลุ่มอ้างอิงและส่วนประสมการตลาดที่มีต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารปลอดสารปนเปื้อนของครอบครัวด้วยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) โดยวิธีการคัดเลือกแบบขั้นตอน (Stepwise) ตัวแปรอิสระ (ตัวแปรพยากรณ์) ได้แก่ ปัจจัยคุณลักษณะของผู้ซื้ออาหารของครอบครัว คือ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ของครอบครัวต่อเดือน ความรู้เกี่ยวกับสารปนเปื้อนในอาหาร ความสำคัญของกลุ่มอ้างอิง และส่วนประสมการตลาด ตัวแปรตามคือ พฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารปลอดสารปนเปื้อน



ตารางที่ 4.7 สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม (n = 323)

Y	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12
Y	.031	.017	-.003	-.084	-.030	.395**	.151*	.203**	.366**	.314**	.327**	.387**
เพศหญิง ( X1 )		.142*	.075	.001	-.062	-.066	.083	.083	.063	.037	.000	.108
อายุสูงกว่า 45 ปี (X2)			.126	-.157*	-.025	.007	.002	-.010	.004	-.084	-.074	.033
อาชีพรับจ้าง (X3)				-.105	-.039	-.085	.041	-.030	.092	-.003	.012	.072
ระดับการศึกษาสูงกว่า ม.6 (X4)					.183**	.008	.015	.070	.005	-.033	-.047	-.053
รายได้ของครอบครัวต่อเดือนสูงกว่า 15,000 บาท (X5)						-.059	.021	.059	-.027	.006	.006	-.061
ความรู้เกี่ยวกับสารปนเปื้อน (X6)							.036	.162*	.172**	.069	.205**	.171**
กลุ่มอ้างอิงด้านบุคคล(X7)								.585**	.287**	.323**	.295**	.253**
กลุ่มอ้างอิงด้านสื่อ (X8)									.424**	.388**	.359**	.378**
ส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ (X9)										.597**	.497**	.477**
ส่วนประสมการตลาดด้านราคา (X10)											.627**	.539**
ส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย (X11)												.590**
ส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด (X12)												

หมายเหตุ \* มีนัยสำคัญที่ .01 \*\* มีนัยสำคัญที่ .001

จากตารางที่ 4.7 พบว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กัน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง .000 ถึง .627 ซึ่งมีค่าไม่เกิน 0.7 (Pallant.2005 : 255) แสดงว่าตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กันเองสูง สามารถใช้เป็นตัวแปรอิสระสำหรับการวิเคราะห์ถดถอยได้ และตัวแปรตามมีความสัมพันธ์กับตัวแปรอิสระ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง .003 ถึง .395 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จำนวน 7 คู่ ระหว่าง พฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารปลอดภัยปนเปื้อนของครอบครัวกับความรู้เกี่ยวกับสารปนเปื้อนในอาหาร กลุ่มอ้างอิงด้านบุคคล กลุ่มอ้างอิงด้านสื่อ ส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

ตารางที่ 4.8 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารปลอดภัยปนเปื้อนของผู้ซื้ออาหารของครอบครัว

ตัวแปร	R	R <sup>2</sup>	R <sup>2</sup> Change	สัมประสิทธิ์ถดถอย		t	Sig.
				B	Beta		
ความรู้เกี่ยวกับสารปนเปื้อนในอาหาร	.395	.156	.156	1.535	.320	6.660	.000
ส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด	.511	.261	.105	.673	.238	4.414	.000
ส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์	.539	.291	.030	.689	.197	3.650	.000
ค่าคงที่				62.509		10.338	.000

Over all F = 43.597 Sig = .000

จากตารางที่ 4.8 พบว่าตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารปลอดภัยปนเปื้อนของกลุ่มตัวอย่างได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ รวม 3 ตัวแปร คือความรู้เกี่ยวกับสารปนเปื้อนในอาหาร ส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด และส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ โดยตัวแปรทั้ง 3 ดังกล่าว ร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารปลอดภัยปนเปื้อนได้ประมาณ ร้อยละ 29.1 โดยความรู้เกี่ยวกับสารปนเปื้อนในอาหาร เป็นตัวแปรที่อธิบายได้มากที่สุด ตัวแปรนี้เพียงตัวเดียวสามารถอธิบายความแปรปรวนของพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารปลอดภัยปนเปื้อนได้ถึงร้อยละ 15.6 ส่วนประสมการตลาดด้านส่งเสริม

การตลาดอธิบายความแปรปรวนของพฤติกรรมได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.5 และส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์อธิบายความแปรปรวนของพฤติกรรมเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.0

สรุปได้ว่า ปัจจัยที่สามารถทำนายพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารปลอดสารปนเปื้อนของครอบครัวนักศึกษาคือ ความรู้เกี่ยวกับสารปนเปื้อนในอาหาร ส่วนประสมการตลาดด้านส่งเสริมการตลาด และ ส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ (หมายถึง อาหารสด อาหารพร้อมปรุงและอาหารปรุงสำเร็จ)



## บทที่ 5

### สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัย เรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารปลอดภัย สารปนเปื้อนของครอบครัวนักเรียนมหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์ จังหวัดฉะเชิงเทรา สามารถสรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะดังนี้

#### 1. สรุปการวิจัย

##### 1.1 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

วัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารปลอดภัยสารปนเปื้อนของครอบครัว 2) เพื่อศึกษาคุณลักษณะของผู้ซื้ออาหารของครอบครัวนักเรียนมหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์ จังหวัดฉะเชิงเทรา 3) เพื่อศึกษาความรู้เกี่ยวกับสารปนเปื้อนในอาหารของผู้ซื้ออาหารของครอบครัวนักเรียนมหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์ จังหวัดฉะเชิงเทรา 4) เพื่อศึกษาความสำคัญของกลุ่มอ้างอิงต่อผู้ซื้ออาหารของครอบครัวนักเรียนมหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์ จังหวัดฉะเชิงเทรา 5) เพื่อศึกษาความสำคัญของส่วนประสมการตลาดที่มีต่อผู้ซื้ออาหารของครอบครัวนักเรียนมหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์ จังหวัดฉะเชิงเทรา 6) เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยคุณลักษณะของผู้ซื้ออาหารของครอบครัว ความรู้เกี่ยวกับสารปนเปื้อนในอาหาร ความสำคัญของกลุ่มอ้างอิงและส่วนประสมการตลาดที่มีต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารปลอดภัย สารปนเปื้อนของครอบครัวนักเรียนมหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์ จังหวัดฉะเชิงเทรา

##### 1.2 วิธีดำเนินการวิจัย

**1.2.1 กลุ่มตัวอย่าง** เป็นผู้ซื้ออาหารของครอบครัวนักเรียนมหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์ จังหวัดฉะเชิงเทรา ได้จากการสุ่มแบบชั้นภูมิ จำนวน 323 คน

**1.2.2 เครื่องมือการวิจัย** เป็นแบบสอบถามที่สร้างขึ้นตอบกรอบแนวคิดของการวิจัย จำนวน 105 ข้อ ประกอบด้วย 5 ตอน คือ คุณลักษณะของผู้ซื้ออาหารของครอบครัว 5 ข้อ ความรู้เกี่ยวกับสารปนเปื้อนในอาหาร 23 ข้อ ความสำคัญของกลุ่มอ้างอิงที่มีต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารปลอดภัยสารปนเปื้อนของครอบครัว ประกอบด้วยข้อคำถามเกี่ยวกับอิทธิพลของบุคคล และ

อิทธิพลของสื่อต่าง ๆ รวม 11 ข้อ ความสำคัญของส่วนประสมการตลาดที่มีต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารปลอดสารปนเปื้อนทั้งตลาดสด/ตลาดนัด/ซูเปอร์มาร์เก็ต ของผู้ซื้ออาหาร 29 ข้อ การปฏิบัติการเลือกซื้ออาหารปลอดสารปนเปื้อน 37 ข้อ โดยค่าความเที่ยงของแบบทดสอบ ความรู้เกี่ยวกับสารปนเปื้อนในอาหาร เท่ากับ .70 ความสำคัญของกลุ่มอ้างอิงที่มีต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารปลอดสารปนเปื้อนของครอบครัว เท่ากับ .85 ความสำคัญของส่วนประสมการตลาดที่มีต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารปลอดสารปนเปื้อนทั้งตลาดสด/ตลาดนัด/ซูเปอร์มาร์เก็ต ของผู้ซื้ออาหาร เท่ากับ .91 พฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารปลอดสารปนเปื้อน เท่ากับ .84

**1.2.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล** ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยผู้วิจัย ได้แจกแบบสอบถามให้กับนักศึกษากลุ่มเป้าหมายด้วยตนเอง โดยการให้นักศึกษานำแบบสอบถามกลับไปให้ผู้ทำหน้าที่ซื้ออาหารของครอบครัวเป็นผู้กรอกแบบสอบถาม

**1.2.4 การวิเคราะห์ข้อมูล** คุณลักษณะของผู้ซื้ออาหารของครอบครัว ความรู้เกี่ยวกับสารปนเปื้อนในอาหาร ความสำคัญของกลุ่มอ้างอิงที่มีต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารปลอดสารปนเปื้อนของครอบครัว ความสำคัญของส่วนประสมการตลาดที่มีต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารปลอดสารปนเปื้อนทั้งตลาดสด/ตลาดนัด/ซูเปอร์มาร์เก็ต ของผู้ซื้ออาหาร การปฏิบัติการเลือกซื้ออาหารปลอดสารปนเปื้อน ใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติวิเคราะห์สหสัมพันธ์และสถิติการถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple regression analysis)

### 1.3 ผลการวิจัย

**1.3.1 พฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารปลอดสารปนเปื้อน** พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารสด อาหารพร้อมปรุงและอาหารปรุงสำเร็จที่ปลอดสารปนเปื้อน ในตลาดสด/ตลาดนัด/ซูเปอร์มาร์เก็ต โดยรวมอยู่ในระดับพอใช้ ( $\bar{x} = 3.44$  S.D. = 0.45) กลุ่มตัวอย่างมีระดับการปฏิบัติในการเลือกซื้ออาหารสดที่ปลอดสารปนเปื้อน (ข้อที่ 1-17) โดยรวมอยู่ในระดับพอใช้ ( $\bar{x} = 3.46$  S.D. = 0.53) โดยปฏิบัติเรื่องการเลือกซื้อผักสด ผลไม้สด ตามฤดูกาลสูงที่สุด รองลงมาคือการเลือกซื้ออาหารสดตามฤดูกาล และการเลือกซื้ออาหารจากแหล่งผลิตที่เชื่อถือได้ เลือกซื้อถั่ววงอกที่มีสีขาวตามธรรมชาติ และเลือกซื้อเนื้อสัตว์ผักสด ที่ไม่มีกลิ่นผิดปกติจากธรรมชาติหรือกลิ่นฉุนแสบจมูก มีการปฏิบัติน้อยในเรื่องของการเลือกซื้อถั่วลิสงที่บดแล้วจากร้านค้ามาประกอบอาหารและเลือกซื้อผักสดที่ไม่มีหนอนกักกินมารับประทาน

กลุ่มตัวอย่างมีระดับพฤติกรรมในการเลือกซื้ออาหารพร้อมปรุงที่ปลอดสารปนเปื้อน(ข้อที่ 18-22) โดยรวมอยู่ในระดับพอใช้ ( $\bar{x} = 3.26$  S.D. = 0.83) โดยปฏิบัติเรื่องเลือกซื้อ

อาหารพร้อมปรุง โดยสังเกตดูป้ายบอกวันที่ผลิตและวันหมดอายุ สูงที่สุด รองลงมาคือมองหาเครื่องหมาย “อย.” เป็นองค์ประกอบก่อนตัดสินใจซื้ออาหารพร้อมปรุงและเลือกซื้ออาหารพร้อมปรุง โดยสังเกตลักษณะของวัตถุดิบที่ไม่ผิดไปจากธรรมชาติ

กลุ่มตัวอย่างมีระดับการปฏิบัติการเลือกซื้ออาหารปรุงสำเร็จ/ภาชนะบรรจุอาหาร (ข้อที่23-37) โดยรวมอยู่ในระดับพอใช้ ( $\bar{x} = 3.47$  S.D. = 0.52) โดยปฏิบัติเรื่องเลือกซื้ออาหารปรุงสำเร็จจากผู้ขายแต่งกายสะอาดเรียบร้อยสูงที่สุด รองลงมาคือเลือกซื้ออาหารที่ได้ก็ได้ถ้ามีความรู้เรื่องการเลือกซื้ออาหารและปฏิบัติน้อยที่สุดในเรื่องของการเลือกซื้ออาหารประเภทลาบก้อย ที่ปรุงสุกไม่มากมารับประทาน รองลงมาคือซื้ออาหารหมักดองที่สามารถเก็บไว้ได้นาน ๆ เลือกซื้อกึ่งแห้งที่มีสีแดงมาปรุงอาหารและเลือกซื้อลูกชิ้นที่มีความเหนียว กรูบกรอบมารับประทาน

**1.3.2 คุณลักษณะของผู้ซื้ออาหารของครอบครัว** กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 68.40 เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 35 - 44 ปี ร้อยละ 36.80 รองลงมาอายุระหว่าง 45-54 ปี ร้อยละ 34.70 และมีอายุมากกว่า 65 ปี น้อยที่สุดร้อยละ 2.20 มีอาชีพรับจ้างร้อยละ 46.80 รองลงนามีอาชีพเกษตรกร ร้อยละ 11.8 และอาชีพค้าขาย ร้อยละ 10.50 ระดับการศึกษาส่วนใหญ่จบมัธยมศึกษาปีที่ 6 หรือเทียบเท่า ร้อยละ 44 รองลงมาในระดับปริญญาตรีร้อยละ 22.90 และระดับอนุปริญญาร้อยละ 18.60 รายได้ของครอบครัวต่อเดือน ส่วนใหญ่มีรายได้ทั้งหมดต่อเดือน 5,001-10,000 บาท ร้อยละ 25.40 รองลงนามีรายได้ทั้งหมดต่อเดือน 10,001-15,000 บาท ร้อยละ 24.10 และมีรายได้ทั้งหมดต่อเดือน 15,001-20,000 บาท ร้อยละ 24.10

**1.3.3 ความรู้เกี่ยวกับสารปนเปื้อนในอาหาร** พบว่า กลุ่มตัวอย่าง มีความรู้เกี่ยวกับสารปนเปื้อนในอาหารอยู่ในระดับพอใช้มีค่าเฉลี่ย 13.91 คะแนน (S.D. = 3.47 คะแนน) คะแนนเต็ม 23 คะแนน ส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับสารปนเปื้อนในอาหารในระดับพอใช้ ร้อยละ 47.37 รองลงนามีความรู้เกี่ยวกับสารปนเปื้อนในอาหารในระดับดี ร้อยละ 32.20 และมีความรู้เกี่ยวกับสารปนเปื้อนในอาหารระดับไม่ค่อยดีและไม่ดีร้อยละ 9.60 และ 0.62

จากการประเมินความรู้ของสมาชิกของครอบครัว 323 คน พบว่า ร้อยละ 80 มีความรู้ที่ถูกต้อง(ตอบถูก)เข้าใจถูกต้องในเรื่อง

1. ควรเลือกซื้ออาหารพร้อมปรุงที่มีป้ายสัญลักษณ์ “อย.” ของคณะกรรมการอาหารและยา
2. ควรเลือกซื้อถั่วอกที่มีสีใกล้เคียงกับธรรมชาติไม่ขาวจนเกินไป
3. ควรเลือกซื้ออาหารสดจากแหล่งที่มีป้าย “อาหารปลอดภัย” จากกระทรวงสาธารณสุข
4. ควรเลือกซื้อจิ้งหรีดฝอย ที่มีสีใกล้เคียงธรรมชาติไม่ขาวจนเกินไป



แต่ยังมีสมาชิกของครอบครัวร้อยละ 20 มีความรู้ที่ผิด (ตอบผิด) โดยเข้าใจผิดว่า

1. ผักปลอดสารพิษมีลักษณะสด แต่เก็บไว้ไม่ได้นาน
2. ควรเลือกซื้อปลาสด ไข่กรอก ที่มีลักษณะหยุ่น กรอบเค็ง และอยู่ได้นาน
3. ควรเลือกซื้ออาหารแห้งที่เก็บไว้นาน ๆ
4. ควรเลือกซื้อไข่เยี่ยวม้าที่มีการทาสีที่เปลือกไข่

**1.3.4 ความสำคัญของกลุ่มอ้างอิงที่มีต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารปลอดสารปนเปื้อนของครอบครัว** พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญของกลุ่มอ้างอิงโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 3.23$  S.D.= 1.06) หากพิจารณาตามกลุ่มอ้างอิงเป็น 2 ด้าน พบว่า กลุ่มอ้างอิงด้านบุคคล ประเภทสมาชิกในครอบครัว มีความสำคัญต่อกลุ่มตัวอย่างสูงสุด ( $\bar{x} = 4.27$  S.D.= 0.86) รองลงมาคือผู้มีชื่อเสียงทางด้านอาหาร ( $\bar{x} = 3.40$  S.D.= 1.10) ส่วนกลุ่มอ้างอิงด้านสื่อต่าง ๆ พบว่าสื่อโทรทัศน์ มีความสำคัญต่อกลุ่มตัวอย่างสูงสุด ( $\bar{x} = 3.95$  S.D.= 0.99) รองลงมาคือ สื่อหนังสือพิมพ์ วิทยุ วารสาร

**1.3.5 ความสำคัญของส่วนประสมการตลาดที่มีต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารปลอดสารปนเปื้อนทั้งตลาดสด/ตลาดนัด/ซูเปอร์มาร์เก็ต ของครอบครัว** พบว่าส่วนประสมการตลาดทั้ง 4 ด้านมีความสำคัญต่อการเลือกซื้ออาหารปลอดสารปนเปื้อนของกลุ่มตัวอย่างในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.76$  S.D.= 0.96) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

ด้านผลิตภัณฑ์ มีความสำคัญต่อการเลือกซื้ออาหารปลอดสารปนเปื้อนของกลุ่มตัวอย่างโดยรวมในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.00$  S.D.= 0.97) โดยผลิตภัณฑ์ที่มีผลึกแสดงวัน เดือน ปี ที่ผลิตและวันหมดอายุที่ชัดเจนมีความสำคัญต่อกลุ่มตัวอย่างมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.53$  S.D.= 0.70) รองลงมาคือ คุณภาพของอาหาร ( $\bar{x} = 4.42$  S.D.= 0.77) และเครื่องหมายมาตรฐานด้านความปลอดภัยรับรอง ( $\bar{x} = 4.26$  S.D.= 0.92)

ด้านราคามีความสำคัญต่อการเลือกซื้ออาหารปลอดสารปนเปื้อนของกลุ่มตัวอย่างโดยรวมในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.89$  S.D.= 0.95) โดย ราคาของอาหารเหมาะสมกับคุณภาพ มีความสำคัญต่อกลุ่มตัวอย่างสูงสุด ( $\bar{x} = 4.24$  S.D.= 0.85) รองลงมาคือมีป้ายบอกราคาแจ้งให้ทราบ ( $\bar{x} = 4.05$  S.D.= 0.91) และอาหารที่มีเครื่องหมายรับรองคุณภาพแม้จะมีราคาแพงกว่า ( $\bar{x} = 3.90$  S.D.= 0.98)

ด้านการจัดจำหน่ายของอาหารมีความสำคัญต่อการเลือกซื้ออาหารปลอดสารปนเปื้อนในกลุ่มตัวอย่างโดยรวมในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.66$  S.D.= 0.94) โดยการจัดจำหน่ายของอาหาร ใกล้เคียง ที่ทำงาน สำนักงาน มีความสำคัญต่อกลุ่มตัวอย่างสูงสุด ( $\bar{x} = 3.89$  S.D.= 0.94)

รองลงมาคือความน่าเชื่อถือของสถานที่จำหน่าย ( $\bar{x}=3.70$  S.D.=0.89) และมีจำหน่ายทั่วไป ( $\bar{x}=3.70$  S.D.=0.96)

ด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสำคัญต่อการเลือกซื้ออาหารปลอดสารปนเปื้อนในกลุ่มตัวอย่างโดยรวมในระดับมาก ( $\bar{x}=3.50$  S.D.=0.99) โดยการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ชายมีอัตราที่ดี คำพูดไพเราะ เชิญชวนให้ซื้อสินค้า มีความสำคัญต่อกลุ่มตัวอย่างสูงสุด ( $\bar{x}=3.99$  S.D.=0.92) รองลงมาคือ ผู้ชายแต่งกายสะอาด เรียบร้อย ( $\bar{x}=3.91$  S.D.=0.86) และผู้ชายมีความน่าเชื่อถือ เป็นกันเอง ( $\bar{x}=3.90$  S.D.=0.92) ในขณะที่การส่งเสริมการตลาดที่มีสัญลักษณ์ผู้ซื้อเสียงทางด้านอาหารและการโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ ณ จุดขาย มีความสำคัญต่อการเลือกซื้ออาหารของกลุ่มตัวอย่างเพียงระดับปานกลาง

### **1.3.6 อิทธิพลของปัจจัยคุณลักษณะของผู้ซื้ออาหารของครอบครัว ความรู้เกี่ยวกับสารปนเปื้อนในอาหาร ความสำคัญของกลุ่มอ้างอิงและส่วนประสมการตลาดต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารปลอดสารปนเปื้อนของครอบครัวนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์ จังหวัดฉะเชิงเทรา**

พบว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันโดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง .000 ถึง .627 ซึ่งมีค่าไม่เกิน 0.7 แสดงว่าตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กันเองสูงสามารถใช้เป็นตัวแปรอิสระสำหรับการวิเคราะห์การถดถอยได้ และตัวแปรตามมีความสัมพันธ์กับตัวแปรอิสระโดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง .003 ถึง .395 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จำนวน 7 คู่ ระหว่าง พฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารปลอดสารปนเปื้อนของครอบครัวกับความรู้เกี่ยวกับสารปนเปื้อนในอาหาร กลุ่มอ้างอิงด้านบุคคล กลุ่มอ้างอิงด้านสื่อ ส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

พบว่าตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารปลอดสารปนเปื้อนของกลุ่มตัวอย่างได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ รวม 3 ตัวแปร คือความรู้เกี่ยวกับสารปนเปื้อนในอาหาร ส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด และส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ โดยตัวแปรทั้ง 3 ดังกล่าว ร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารปลอดสารปนเปื้อนได้ประมาณ ร้อยละ 29.1 โดยความรู้เกี่ยวกับสารปนเปื้อนในอาหารเป็นตัวแปรที่อธิบายได้มากที่สุด ตัวแปรนี้เพียงตัวเดียวสามารถอธิบายความแปรปรวนของพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารปลอดสารปนเปื้อนได้ถึงร้อยละ 15.6 ส่วนประสมการตลาดด้านส่งเสริมการตลาดอธิบายความแปรปรวนของพฤติกรรมได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.5 และส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์อธิบายความแปรปรวนของพฤติกรรมได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.0

## 2. อภิปรายผล

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้องและการรวบรวมข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

**2.1 พฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารปลอดสารปนเปื้อน** พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารสด อาหารพร้อมปรุงและอาหารปรุงสำเร็จและภาชนะที่บรรจุอาหารที่ปลอดสารปนเปื้อน ในตลาดสด/ตลาดนัด/ซูเปอร์มาร์เก็ต โดยรวมอยู่ในระดับพอใช้

เมื่อพิจารณาระดับการปฏิบัติการเลือกซื้ออาหารสดที่ปลอดสารปนเปื้อนพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมโดยรวมอยู่ในระดับพอใช้ ค่าเฉลี่ย 3.46 (S.D. = 0.53) ให้การปฏิบัติการเลือกซื้ออาหารสด ผลไม้สดตามฤดูกาลสูงสุด ( $\bar{x} = 3.89$ ) สอดคล้องกับทฤษฎีการเลือกซื้ออาหารสดประเภทผักและผลไม้ที่เลือกซื้อผักสดตามฤดูกาลจะได้ผักและผลไม้ที่มีคุณภาพสูง ราคาถูก (อบเชย วงศ์ทองและชนิษฐา พูลผลกุล 2550: 89,95) และสอดคล้องกับการศึกษาของ ศิริพร จันทร์แสนตอ (2542) เรื่อง พฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารของครูสตรีในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการเลือกซื้อเหมาะสมในระดับปานกลาง ในการศึกษายังพบอีกว่ากลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารสดตามฤดูกาล การเลือกซื้ออาหารจากแหล่งผลิตที่เชื่อถือได้ เลือกซื้อถั่วอกที่มีสีขาวตามธรรมชาติและเลือกซื้อเนื้อสัตว์ ผักสดที่ไม่มีกลิ่นผิดปกติจากธรรมชาติหรือมีกลิ่นฉุนแสบจมูก ( $\bar{x} = 3.75, 3.73, 3.54$  และ 3.54) ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาระดับการปฏิบัติในการเลือกซื้ออาหารพร้อมปรุงที่ปลอดสารปนเปื้อนพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมโดยรวมอยู่ในระดับพอใช้ ค่าเฉลี่ย 3.26 (S.D. = 0.83) โดยมีการปฏิบัติในการเลือกซื้ออาหารพร้อมปรุงด้วยการสังเกตดูป้ายบอกวันที่ผลิตและวันหมดอายุสูงที่สุด ( $\bar{x} = 3.77$ ) มองหาเครื่องหมาย “อย.” เป็นองค์ประกอบในการตัดสินใจซื้ออาหารพร้อมปรุงและเลือกซื้ออาหารพร้อมปรุงโดยสังเกตลักษณะของวัตถุดิบที่ไม่ผิดปกติไปจากธรรมชาติ ( $\bar{x} = 3.77, 3.68$  และ 3.41) สอดคล้องกับทฤษฎีการเลือกซื้ออาหารพร้อมปรุง (อบเชย วงศ์ทอง 254: 97) ด้วยอาหารพร้อมปรุงมีการบรรจุหีบห่อด้วยพลาสติก ในการเลือกซื้อควรระวังสังเกตภาชนะบรรจุต้องอยู่ในสภาพเรียบร้อย ไม้ร้าวหรือมีรอยฉีกขาด พิจารณาลักษณะที่บรรจุอยู่ภายในให้ละเอียด ถิ่นวัน เพราะผู้ซื้อไม่สามารถแกะหรือฉีกพลาสติกหรือสิ่งที่ห่อหุ้มออกได้และสอดคล้องกับกระทรวงสาธารณสุข, กรมอนามัย(การเลือกซื้ออาหารพร้อมปรุง คำนึงวันที่ 8 พฤษภาคม 2550 จาก [http://hpc6.anamai.moph.go.th](http://hpc6.anamai.moph.go.th;); ศรีสิทธิ์ การุณยะวนิชและคณะ 2541: 327-339) ผู้บริโภคควรใส่ใจเรื่องรายละเอียดต่าง ๆ เช่น สีและลักษณะของอาหารที่บรรจุอยู่ภายในผิดปกติที่ควรเป็น

หรือไม่มีการป้ายเขียนบอกวันที่บรรจુ วันที่หมดอายุหรือไม่ ควรเป็นผู้บริโภคที่ฉลาดและก่อนปรุงประกอบควรนำวัตถุดิบเหล่านั้นมาล้างทำความสะอาดอีกครั้ง

เมื่อพิจารณาระดับการปฏิบัติในการเลือกซื้ออาหารปรุงสำเร็จ/ภาชนะบรรจุอาหารที่ปลอดภัยปนเปื้อน พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมโดยรวมอยู่ในระดับพอใช้ ค่าเฉลี่ย 3.47 (S.D.= 0.52) โดยมีการปฏิบัติในการเลือกซื้ออาหารปรุงสำเร็จจากผู้ขายแต่งกายสะอาด เรียบร้อยสูงที่สุด ( $\bar{x}=3.71$ ) การเลือกซื้ออาหารที่ได้ก็ได้อามีความรู้เรื่องการเลือกซื้ออาหาร การเลือกซื้ออาหารประเภทปลา ก้อย ที่ปรุงสุกไม่มากมารับประทาน และเลือกซื้อลูกชิ้นที่มีความเหนียว รับประทาน (  $\bar{x}=3.45, 2.08, 2.21$  และ 2.45) เป็นต้น

ในจังหวัดฉะเชิงเทรามีโรงงานอุตสาหกรรมเกิดขึ้นมากมาย และด้วยสมาชิกของครอบครัวเป็นเพศหญิง จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 6 หรือเทียบเท่า อาจเป็นสาเหตุให้ประกอบอาชีพรับจ้างตาม โรงงานอุตสาหกรรมซึ่งพนักงานต้องมีการเข้ากะเช้า กะเย็น ส่งผลให้มีเวลาในการเลือกซื้ออาหารน้อยลง บางครั้งอาจฝากให้คนอื่นซื้อ ทำให้ครอบครัวได้รับอาหารที่มีการปนเปื้อนสารเคมีเข้าไปไม่มากนักน้อย เพราะถ้ามีเวลามากพอและมีระดับการศึกษาสูงกว่าจะทำให้มีการเลือกซื้ออาหารปลอดภัยปนเปื้อนมากขึ้นด้วย

## 2.2 คุณลักษณะของผู้ซื้ออาหารของครอบครัว ผลการศึกษาพบว่า

2.2.1 กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง ร้อยละ 68.40 มีอายุระหว่าง 35-54 ปี โดยมีอายุเฉลี่ย 36.80 ปี สอดคล้องกับการศึกษาของพรพรรณ ระวังพันธ์ (2547) เรื่อง ความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์อาหารปลอดภัย ที่พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุเฉลี่ย 31 ปี และ สอดคล้องกับการศึกษาของปิยรัตน์ นิมสกุล (2539) เรื่อง การยอมรับการนำผักปลอดภัยมาบริโภคของแม่บ้านในกรุงเทพมหานคร ศึกษากรณีเขตดอนเมือง พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีอายุเฉลี่ย 37 ปี และสอดคล้องกับการศึกษาของ ปันรลี พลันสังเกต (2545) เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจบริโภคผักปลอดภัยของประชาชนในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 65.80 ช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่างถือว่าอยู่ในวัยกลางคนวัยทำงานที่เห็นความสำคัญต่อการรักษาสุขภาพในการเลือกซื้ออาหารปลอดภัยปนเปื้อนมาบริโภคอธิบายได้ว่าการที่บุคคลจะใช้เหตุผลในการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารปลอดภัยปนเปื้อนว่าจะซื้อหรือไม่ต้องอาศัยการเรียนรู้ทางสังคมและการเรียนรู้ที่นั้นเกิดจากการสังสมประสบการณ์ตั้งแต่เยาว์วัย รวมถึงพื้นฐานของครอบครัวด้วย

2.2.2 การศึกษานี้พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประกอบอาชีพรับจ้างร้อยละ 52 สอดคล้องกับการศึกษาของปิยรัตน์ นิมสกุล(2539) เรื่อง การยอมรับการนำผักปลอดภัยมาบริโภคของแม่บ้านในกรุงเทพมหานคร ศึกษากรณีเขตดอนเมือง พบว่า กลุ่มตัวอย่างประกอบอาชีพ

รับจ้างและสอดคล้องกับการศึกษาของพัชรินทร์ คำใจสู้ (2544) เรื่อง ความรู้และทัศนคติเกี่ยวกับสารเจือปนในอาหารของกลุ่มแม่บ้าน ตำบลริมใต้ อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ และสอดคล้องกับการศึกษาของปิ่นรสี พลันสังเกต (2545) เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจบริโภคผักปลอดสารพิษของประชาชนในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา พบว่ากลุ่มตัวอย่างประกอบอาชีพรับจ้าง (พนักงานบริษัท) ร้อยละ 43.30

2.2.3 ระดับการศึกษาชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 หรือเทียบเท่า การศึกษาเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเรียนรู้ซึ่งเป็นกระบวนการหนึ่งของพฤติกรรมการศึกษาเป็นแนวทางให้บุคคลสามารถเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ผู้ที่มีการศึกษาสูงมีแนวโน้มที่จะเลือกซื้อเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาค่ำ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ 2550: 41) ที่มีผลต่อพฤติกรรมการเรียนรู้เป็นกระบวนการหนึ่งของพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารปลอดสารปนเปื้อน โดยอาศัยการเรียนรู้เป็นเครื่องช่วยในการปรับตัวให้เหมาะสมกับสถานการณ์การเรียนการศึกษายังเป็นแนวทางหนึ่งที่บุคคลจะเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมความรู้ ความคิดเห็นเพราะได้เรียนบางสิ่งบางอย่างเพิ่มเติมหรือเปลี่ยนแปลงความรู้ที่มีอยู่เดิมเพราะคิดหรือกระทำกิจกรรมบางอย่างแตกต่างไปจากเดิม กล่าวคือผู้มีการศึกษาสูงกว่าจะมีการเรียนรู้ มีความรู้เพิ่มขึ้น มีความเฉลียวฉลาดมากขึ้นจะส่งผลดีต่อการตัดสินใจซื้ออาหารปลอดสารปนเปื้อนมากขึ้น นอกจากนี้ยังสามารถถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์ที่มีประโยชน์แก่กันในกลุ่มสมาชิกในครอบครัวอีกด้วย

2.2.4 รายได้ทั้งครอบครัวต่อเดือนเพียง 5,001-10,000 บาท อาชีพถือเป็นตัวบ่งชี้ของสถานภาพที่ดีที่สุด อาชีพเป็นตัวแปรแทรกกลางระหว่างการศึกษากับรายได้ อาหารและภาวะบรรจุอาหารที่ปลอดสารปนเปื้อนมีราคาแพง ความสัมพันธ์ของอาชีพกับพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารปลอดสารปนเปื้อนจะพบว่าผู้ซื้ออาหารปลอดสารปนเปื้อนที่ทำงานต่างกันจะมีรูปแบบการดำเนินชีวิตและการบริโภคที่มีความแตกต่างกันอย่างชัดเจนในแต่ละชนชั้นทางสังคม เพื่อที่จะเลือกซื้ออาหารที่ดีมีประโยชน์เพื่อตอบสนองต่อสมาชิกในครอบครัวได้ดีต้องสอดคล้องกับรายได้ต่อครอบครัวด้วยเช่น กลุ่มคนที่ทำงานใช้แรงงานจะใช้จ่ายเป็นค่าอาหารค่อนข้างเป็นสัดส่วนที่สูงกว่ารายได้ที่ได้รับ (พูนศิริ วัจนะภูมิ 2545: 96)

**2.3 ความรู้เกี่ยวกับสารปนเปื้อนในอาหาร** ความรู้ถือว่าเป็นปัจจัยภายในของบุคคลด้านจิตวิทยา เป็นพฤติกรรมเบื้องต้นที่จำได้ หรือระลึกได้โดยการมองเห็น ได้ยิน จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความรู้อยู่ในระดับพอใช้มีค่าเฉลี่ย 13.91 คะแนน (S.D. =3.47 คะแนน) จากคะแนนเต็ม 23 คะแนน ผลจากการทดสอบร้อยละ 80 มีความรู้ที่ถูกต้องในเรื่องการเลือกซื้ออาหารพร้อมปรุงที่มีป้ายสัญลักษณ์ “อย.” ของคณะกรรมการอาหารและยา การเลือกซื้อถั่วอกที่มีสีใกล้เคียงธรรมชาติ ไม่ขาวจนเกินไป มีความรู้ถูกต้องเรื่องการเลือกซื้ออาหารสดจากแหล่งที่มีป้าย

“อาหารปลอดภัย” และมีความรู้ที่ถูกต้องเรื่องการเลือกซื้อขิงหันฝอยที่มีสีใกล้เคียงธรรมชาติ ไม่ขาวจนเกินไป สอดคล้องกับการศึกษาของ ทับทิม ก้อนทอง(2544) เรื่อง ความสัมพันธ์ของความรู้พื้นฐานกับโภชนาการของครูในจังหวัดเชียงใหม่กับการเลือกซื้ออาหาร พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญและความมั่นใจกับเครื่องหมาย “อย.” มากที่สุดและเครื่องหมาย “อาหารปลอดภัย” รองลงมา นอกจากนี้ยังมีกลุ่มตัวอย่างอีกร้อยละ 20 มีความรู้ที่ผิดโดยเข้าใจว่า ผักปลอดสารพิษแพงกว่าและเก็บไว้ได้ไม่นานเหมือนผักทั่วไป ควรเลือกซื้อปลาสด ไข่กรอกที่มีลักษณะหยุ่น กรอบ เค็งและอยู่ได้นาน ความรู้ที่ผิดเรื่องเลือกซื้ออาหารแห้งที่เก็บไว้นาน ๆ เลือกซื้อน้ำตาลมะพร้าวที่มีสีขาว เมื่อนำไปประกอบอาหารแล้วจะได้สีสวยไม่หมองคล้ำ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะความเข้าใจที่ผิดหรือเป็นเพราะความชอบที่เป็นนิสัยส่วนบุคคล (กินเพื่ออยู่หรืออยู่เพื่อกิน ค้นคืนวันที่ 9 สิงหาคม 2554 จาก <http://www.supatta.haysamy.com/eating.html> และ อมรัตน์ ปุຍงาม 2553: 21-23) หรือเป็นสิ่งที่รับรู้และสั่งสมความเข้าใจอย่างนี้มาตั้งแต่เด็ก หรืออาจเป็นเพราะครอบครัวเคยนำมาประกอบอาหารให้รับประทานหรืออาจเกิดความเข้าใจที่ผิดว่า นาน ๆ รับประทานครั้งหนึ่ง ไม่มีโทษกับร่างกายเพราะร่างกายสามารถขับสารพิษออกได้ (ฝ่ายบริการข้อมูลจากสถาบันอาหาร ค้นคืนวันที่ 29 กรกฎาคม 2554 จาก <http://www.nfi.or.th/nfi/home.php>) ซึ่งที่จริงแล้วถ้าผู้ซื้อและผู้ประกอบอาหารรู้จักวิธีปรุง-ประกอบอาหารที่ถูกต้องก็สามารถปรุงอาหารให้มีเนื้อสัมผัสและรสชาติที่อร่อยได้โดยไม่ต้องไปพึ่งสารปรุงแต่งใด ๆ เพราะสารปรุงแต่งประกอบด้วยสารเคมีที่เป็นโทษมาปนเปื้อนในอาหารเกือบทุกชนิด กลุ่มตัวอย่างที่มีความรู้เกี่ยวกับสารปนเปื้อนในอาหารโดยรวมอยู่ในระดับปานกลางอาจเป็นเพราะเรื่องของเวลาในการพิจารณาอาหารที่ถูกสุกลักษณะเวลาในการเลือกซื้ออาหารปลอดสารปนเปื้อนมีจำกัดอาจเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้เลือกซื้ออาหารที่มีสารปนเปื้อนที่เป็นโทษมารับประทานได้

**2.4 ความสำคัญของกลุ่มอ้างอิงที่มีต่อพฤติกรรม การเลือกซื้ออาหารปลอดสารปนเปื้อนของครอบครัว** ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.23 คะแนน (S.D. = 1.06 คะแนน) หากพิจารณาตามกลุ่มอ้างอิงที่แบ่งออกเป็น 2 ด้านดังนี้

กลุ่มอ้างอิงด้านบุคคลที่มีความสำคัญต่อกลุ่มตัวอย่างสูงที่สุดคือ สมาชิกในครอบครัว รองลงมาคือผู้ที่มีชื่อเสียงทางด้านอาหาร คะแนนเฉลี่ย 4.27 และ 3.40 คะแนน ตามลำดับ กล่าวคือสมาชิกในครอบครัวเป็นคำตอบที่สามารถตอบคำถามตามทฤษฎีวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค 6Ws IH (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ 2546:193) ได้ว่าสมาชิกในครอบครัวเป็นผู้บริโภค และในปัจจุบันสมาชิกในครอบครัวจะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของพ่อแม่มากขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากเหตุผลที่สำคัญ ๆ 4 ประการ (Gunter and Furnham 1998: 54 อ้างถึงใน พูนศิริ วัจนะภูมิ 2545: 110) คือ ประการแรก พ่อแม่มีลูกน้อยลง มีเงินที่จะใช้จ่ายสำหรับสมาชิกในครอบครัวแต่ละคนมากขึ้น เด็กร้องขอสิ่งที่

ต้องการได้มากขึ้น ประการที่สองอัตราหย่าร้างสูงขึ้น ลูกจึงมีส่วนช่วยในการตัดสินใจในบ้าน ประการที่สามการมีลูกข้างล่างเมื่อมีแล้วจึงค่อนข้างตามใจและประการที่สี่ พ่อแม่ส่วนใหญ่ออกไปทำงานนอกบ้าน ทำให้ลูกต้องช่วยทำงานบ้านมากขึ้น รวมทั้งการซื้อสิ่งของ เครื่องใช้ตลอดจนอาหารเข้าบ้านด้วย ดังนั้นสมาชิกในครอบครัวจึงมีบทบาทและอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารปลอดภัยปนเปื้อนด้วยการคำนึงถึงสุขภาพของสมาชิกในครอบครัวเป็นหลัก ใกล้เคียงกับการศึกษาของ นักกานต์ บำเพ็ญผล (2549) เรื่อง พฤติกรรมการซื้อเนื้อไก่สดของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า อิทธิพลจากตนเองในการตัดสินใจซื้อสูงกว่าคิดเป็นร้อยละ 55 รองลงมาคือสมาชิกในครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 23.30

ในการตัดสินใจซื้อของกลุ่มตัวอย่าง จะพิจารณาเกี่ยวกับทัศนคติที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับสาเหตุและวิธีการซึ่งบุคคลตัดสินใจซื้อ ที่เรียกว่า “รูปแบบของบุคคล” เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค 4 ทัศนคติคือ 1) บุคคลที่ตัดสินใจซื้อโดยถือเกณฑ์เศรษฐกิจ (รายได้ของครอบครัว) 2) บุคคลตัดสินใจซื้อโดยคล้อยตามบุคคลอื่น (สมาชิกในครอบครัว) 3) บุคคลที่ตัดสินใจซื้อด้วยความเข้าใจ (ความรู้เกี่ยวกับสารปนเปื้อนในอาหาร) 4) บุคคลที่ตัดสินใจซื้อด้วยอารมณ์ (กลิ่นของอาหาร สีของอาหาร ความหิว กระหาย) (จุดเด่น-จุดด้อย ของ E-commerce ค้นคืนวันที่ 19 สิงหาคม 2554 จาก <http://mba.kku.ac.th/forums/index.php?topic=1837.0>)

กลุ่มอ้างอิงในด้านสื่อต่าง ๆ ผลการศึกษาพบว่าสื่อโทรทัศน์มีความสำคัญสูงสุด ค่าเฉลี่ย 3.95 คะแนน รองลงมาคือ หนังสือพิมพ์ วิทยุ คะแนนเฉลี่ย 3.28 และ 3.09 คะแนน ตามลำดับ จะเห็นได้ว่าสื่อโทรทัศน์มีความสำคัญสูงสุดเพราะกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง และมีอาชีพรับจ้างซึ่งเมื่อเลิกจากการทำงานในแต่ละวันอาศัยการพักผ่อนด้วยการดูโทรทัศน์ มีข่าวและสื่อโฆษณาที่ออกมารณรงค์เรื่องอาหารปลอดภัย อาหารปลอดภัยปนเปื้อน และสารปนเปื้อนที่เป็นอันตรายต่อร่างกาย เข้ามาสอดแทรกทุกช่วงเวลา

**2.5 ความสำคัญของส่วนประสมการตลาดที่มีต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารปลอดภัยปนเปื้อนของครอบครัวทั้งตลาดสด/ตลาดนัด/ซูเปอร์มาร์เก็ต ของกลุ่มตัวอย่าง** การศึกษานี้พบว่าส่วนประสมการตลาดทั้ง 4 ด้านมีความสำคัญต่อกลุ่มตัวอย่างในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.76 คะแนน (S.D. =0.96 คะแนน) สอดคล้องกับแนวความคิดส่วนประสมการตลาดของ สิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2541) กล่าวว่า ส่วนประสมการตลาดประกอบด้วย 1) ผลิภัณฑ์ 2) ราคา 3) การจัดจำหน่าย 4) การส่งเสริมการตลาด หมายความว่า ส่วนประสมการตลาดจะส่งผลให้ผู้ที่ทำหน้าที่ซื้ออาหารเลือกที่จะซื้อหรือไม่ซื้ออาหารปลอดภัยปนเปื้อนได้เป็นอย่างดี เมื่อแยกพิจารณาเป็นรายด้านแล้วพบรายละเอียดสามารถอธิบายได้ดังนี้

เมื่อพิจารณาด้านผลิตภัณฑ์ มีความสำคัญต่อการเลือกซื้ออาหารปลอดภัยแปรรูปเป็น โดยรวมในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.00 โดยให้ความสำคัญของผลิตภัณฑ์ที่มีฉลากแสดงวัน เดือน ปีที่ผลิตและวันหมดอายุที่ชัดเจนมากที่สุดค่าเฉลี่ย 4.53 รองลงมาคือคุณภาพของอาหารและเครื่องหมายมาตรฐานด้านความปลอดภัยรับรอง (ค่าเฉลี่ย 4.42 และ 4.26 ตามลำดับ) สอดคล้องกับการศึกษาของ วินทญา วิเศษศิริกุล (2549) เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผักไฮโดรโปนิคส์ของพนักงานในนิคมอุตสาหกรรมเกตเวย์ ซิตี้ จังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์เป็นปัจจัยแรกที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญ แตกต่างกับการศึกษาของ นัทกานต์ บำเพ็ญผล (2549) เรื่อง พฤติกรรมการเลือกซื้อเนื้อไก่ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกในเรื่องของผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดี เช่น สด สะอาด ค่าเฉลี่ย 4.03 รองลงมาคือสินค้าระบุวันหมดอายุและเครื่องหมายรับประกันคุณภาพ

เมื่อพิจารณาด้านราคามีความสำคัญต่อการเลือกซื้ออาหารปลอดภัยแปรรูปเป็น โดยรวมในระดับมากค่าเฉลี่ย 3.89 โดยให้ความสำคัญเรื่องราคาของอาหารเหมาะสมกับคุณภาพมีอิทธิพลสูงที่สุดค่าเฉลี่ย 4.24 รองลงมาคือมีป้ายบอกราคาแจ้งให้ทราบสอดคล้องกับความคิดเห็นของ ชนวรรณ แสงสุวรรณ (2544) อธิบายว่า ราคาเป็นปัจจัยหนึ่งของส่วนประสมการตลาดที่จะก่อให้เกิดอรรถประโยชน์(Utility) เหมาะสมกับราคาหรือจำนวนเงินที่จ่ายไป ดังนั้น การกำหนดราคาเพื่อยืดหลักความพึงพอใจของผู้บริโภคจะเป็นปัจจัยที่ผู้ประกอบการควรพิจารณากำหนดราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณ ผู้บริโภคเองก็ต้องนำในส่วนนี้มาพิจารณาเช่นกันว่าจะยอมจ่ายเงินให้กับสินค้าที่มีคุณภาพและปริมาณที่พอเหมาะกันหรือไม่ และสอดคล้องกับการศึกษาของ นัทกานต์ บำเพ็ญผล (2549) เรื่อง พฤติกรรมการซื้อเนื้อไก่สดของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญด้านราคาสมเหตุสมผลกับสินค้าค่าเฉลี่ย 4.11 และรองลงมาคือป้ายราคากำหนดไว้

ด้านการจัดจำหน่ายมีความสำคัญต่อการเลือกซื้ออาหารปลอดภัยแปรรูปเป็น โดยรวมในระดับมากค่าเฉลี่ย 3.66 โดยให้ความสำคัญของสถานที่จัดจำหน่ายอาหารใกล้บ้าน ที่ทำงาน สำนักงานสูงที่สุดค่าเฉลี่ย 3.89 รองลงมาคือความน่าเชื่อถือของสถานที่จำหน่ายและมีจำหน่ายทั่วไปค่าเฉลี่ย 3.70 และ 3.70 ตามลำดับ สอดคล้องกับการศึกษาของ นัทกานต์ บำเพ็ญผล (2549) เรื่อง พฤติกรรมการซื้อเนื้อไก่สดของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในเรื่องสถานที่จัดจำหน่ายอยู่ใกล้บ้าน ค่าเฉลี่ย 4.15 รองลงมาได้แก่ หาซื้อได้ในห้างสรรพสินค้าทั่วไป



ด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสำคัญต่อการเลือกซื้ออาหารปลอดสารปนเปื้อน โดยรวมในระดับปานกลางค่าเฉลี่ย 3.50 ด้วยผู้ขายมีอภิชัยคดี คำพูดไพเราะ เชิญชวนให้ซื้อสินค้า มีอิทธิพลต่อกลุ่มตัวอย่างสูงสุดค่าเฉลี่ย 3.99 รองลงมาคือผู้ขายแต่งกายสะอาด เรียบร้อยและมีความน่าเชื่อถือ ค่าเฉลี่ย 3.91 และ 3.90 ตามลำดับ แตกต่างกับการศึกษาของปัทมศรี พลันสังเกด (2545) เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจบริโภคผักปลอดสารพิษของประชาชนในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญและความมั่นใจในคุณภาพของผักปลอดสารพิษจากตลาดสีเขียวมากที่สุดร้อยละ 100 ว่าปลอดสารพิษจริงและยังพบว่าการส่งเสริมการตลาดที่มีสัญลักษณ์ผู้มีชื่อเสียงทางด้านอาหารและการโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ จูงขาย นั้นมีอิทธิพลเพียงระดับปานกลางสอดคล้องกับการศึกษาของนันทกานต์ บำเพ็ญผล (2549) เรื่อง พฤติกรรมการซื้อเนื้อไก่สดของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในการให้ข่าวและประชาสัมพันธ์และการขายโดยใช้พนักงานขายอยู่ในระดับมากที่สุดค่าเฉลี่ย 3.51

## 2.6 อิทธิพลคุณลักษณะของผู้ซื้ออาหารของครอบครัว ความรู้เกี่ยวกับสารปนเปื้อน ในอาหาร ความสำคัญของกลุ่มอ้างอิงและส่วนประสมการตลาดต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารปลอดสารปนเปื้อนของครอบครัวนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์ จังหวัดฉะเชิงเทรา

ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ โดยมีตัวแปรอิสระ(ตัวแปรพยากรณ์)ได้แก่ คุณลักษณะของผู้ซื้ออาหารของครอบครัว คือ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ของครอบครัว ต่อเดือน ความรู้เกี่ยวกับสารปนเปื้อนในอาหาร ความสำคัญของกลุ่มอ้างอิงด้านบุคคลและด้านสื่อต่าง ๆ และส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่ายและด้านส่งเสริมการตลาด สามารถอธิบายพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารปลอดสารปนเปื้อน พบว่าความรู้เกี่ยวกับสารปนเปื้อนในอาหาร ส่วนประสมการตลาดด้านส่งเสริมการตลาดและส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ เป็นตัวแปรที่สำคัญที่ร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารปลอดสารปนเปื้อนได้ ร้อยละ 29.1 โดยมีความรู้เกี่ยวกับสารปนเปื้อนในอาหารเป็นตัวแปรที่อธิบายได้มากที่สุดร้อยละ 15.6 ส่วนประสมการตลาดด้านส่งเสริมการตลาดอธิบายความแปรปรวนของพฤติกรรมได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.5 และส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์อธิบายความแปรปรวนของพฤติกรรมได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.0 แตกต่างกับการศึกษาของ อมรศรี ดันพิพัฒน์ (2544) เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ราคา เป็นสิ่งเร้าทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารของคนวัยทำงานมากที่สุด รองลงมา เป็นสิ่งเร้าด้านผลิตภัณฑ์ สถานที่จัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

### 3. ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยครั้งนี้ มีข้อเสนอแนะเพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในภาครัฐทุกระดับ รวมทั้งครอบครัวสามารถใช้เป็นแนวทางในการเลือกซื้ออาหารปลอดภัยปนเปื้อนของครอบครัว เพื่อสมาชิกในครอบครัวให้มีความสมบูรณ์ทั้งร่างกายและจิตใจที่จะนำพาครอบครัวและสังคมพัฒนาต่อไป ดังนี้

#### 3.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

3.1.1 ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างมี ความรู้เกี่ยวกับสารปนเปื้อนในอาหารน้อย ในเรื่องผักปลอดสารพิษมีลักษณะอย่างหนึ่งคือสด เก็บไว้ได้นาน ไม่ควรเลือกซื้อ ปลาบด ไข่กรอก ที่มีลักษณะหยุ่น กรอบเค็ง และอยู่ได้นาน ไม่ควรเลือกซื้ออาหารแห้งที่เก็บไว้ได้นาน ๆ เช่น ปลาเค็ม หอมแดง กระเทียม พริกแห้งและควรเลือกซื้อไข่เยี่ยวม้าที่ไม่มีสารทาสีที่เปลือกไข่ และเป็นตัวแปรที่สามารถอธิบายความแปรปรวนของพฤติกรรมในการเลือกซื้ออาหารปลอดสารปนเปื้อนได้ถึงร้อยละ 15.6 สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด เครือข่าย อสม. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ควรจัดรณรงค์ประชาสัมพันธ์ ออกบูชานิทรรศการเผยแพร่องค์ความรู้เกี่ยวกับอาหารปลอดสารปนเปื้อน วิธีการตรวจสอบอาหารที่สงสัยว่ามี สารปนเปื้อน ผสมอยู่เช่น การตรวจสอบสารบอแรกซ์ สารเร่งเนื้อแดงในเนื้อหมู สารกันราในผัก ผลไม้ดอง เป็นต้น ส่งเสริมความรู้ในเรื่องเหล่านี้แก่ผู้ที่ทำหน้าที่ซื้ออาหารของครอบครัวเพิ่มขึ้น

3.1.2 ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มอ้างอิงที่เป็นสมาชิกในครอบครัว และสื่อโทรทัศน์ มีความสำคัญต่อกลุ่มตัวอย่างในระดับมาก ฉะนั้นทางสาขาวิชาคหกรรมศาสตร์และสาขาสาธารณสุขชุมชน มหาวิทยาลัยราชภัฏราชชนครินทร์ จังหวัดฉะเชิงเทราควรส่งเสริมความรู้ในเรื่องการเลือกซื้ออาหารที่ปลอดสารปนเปื้อน การล้างผักที่ถูกวิธีเพื่อกำจัดสารพิษที่ปนเปื้อนมากับผัก ส่งเสริมการรับประทานอาหารให้มีความหลากหลายและเลือกซื้อผักและผลไม้ตามฤดูกาล ให้กับนักศึกษาซึ่งเป็นสมาชิกของครอบครัวควบคู่กับผู้ที่ทำหน้าที่ซื้ออาหารของครอบครัว และควรใช้สื่อต่าง ๆ ทั้งแผ่นพับ ใบปลิว ประชาสัมพันธ์เสียงตามสายภายในหมู่บ้าน โดยเฉพาะสื่อโทรทัศน์ในการให้ความรู้เรื่องโทษของการรับประทานอาหารที่มีสารปนเปื้อนปะปนอยู่และให้กระทรวงสาธารณสุขจัดรายการเกี่ยวกับอาหารสะอาดเพื่อสุขภาพที่ดีหรือรายการอาหารปลอดสารปนเปื้อนออกแพร่ภาพผ่านสื่อโทรทัศน์เพื่อให้ประชาชนตื่นตัวในเรื่องพิษภัยของสารปนเปื้อน

3.1.3 ผลการวิจัย พบว่า ส่วนประสมการตลาดด้านส่งเสริมการตลาดอธิบายความแปรปรวนของพฤติกรรมในการเลือกซื้ออาหารปลอดสารปนเปื้อนได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.5 และส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์อธิบายความแปรปรวนของพฤติกรรมในการเลือกซื้ออาหารปลอดสาร

ปนเปื้อนได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.0 ทางสำนักงานสาธารณสุขจังหวัด เครือข่าย อสม. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาควรมีการควบคุมและตรวจสอบ ไม่ให้มีการโฆษณาที่เกินจริง รวมถึงกิจกรรมทางการตลาดในการตรวจสอบสารปนเปื้อนในอาหารในตลาดสด ตลาดนัด ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านอาหารต่าง ๆ ให้คำนึงถึงผู้บริโภคเป็นสำคัญ ควรกำหนดกลยุทธ์และมีการดำเนินการในการส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรม และความรับผิดชอบต่อผู้ผลิต ผู้จำหน่าย รวมทั้งมีกลไกในการสนับสนุนให้ผู้ผลิต ผู้จำหน่ายที่ดีมีการรวมกลุ่มเพื่อช่วยตรวจสอบ กดดันผู้ผลิต ผู้จำหน่ายที่ขาดความรับผิดชอบต่อสังคมให้ไม่สามารถดำเนินการเอารัดเอาเปรียบผู้บริโภคได้ทั้งในด้านการผลิตสินค้าและให้บริการที่ไม่ได้มาตรฐาน รวมทั้งการโฆษณาชวนเชื่อ อวดอ้างเกินจริงทำให้ผู้บริโภคเข้าใจผิดในสินค้าและบริการ ซึ่งการพัฒนาศักยภาพผู้บริโภคควรดำเนินการควบคู่ไปกับการพัฒนาศักยภาพผู้ผลิตและผู้จำหน่าย ร่วมกับกลไกการดำเนินงานตรวจสอบคุณภาพสินค้าและเอาผิดกับผู้ผลิต ผู้จำหน่ายที่ขาดความรับผิดชอบในการประกอบธุรกิจซึ่งสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาได้ดำเนินการเป็นประจำตามภารกิจของหน่วยงาน จะช่วยให้การดำเนินงานด้านการณรงค์ ประชาสัมพันธ์ และการปกป้องสิทธิผู้บริโภคมีประสิทธิผลและเกิดความยั่งยืนมากยิ่งขึ้น

- ควรมีสื่อโฆษณา ประชาสัมพันธ์ แผ่นพับ ใบปลิวณรงค์และให้คำแนะนำเกี่ยวกับอาหารปลอดสารปนเปื้อน วิธีการเลือกซื้ออาหารที่ไม่มีสารปนเปื้อน และบอกถึงประโยชน์และโทษของการรับประทานอาหารที่มีสารปนเปื้อนปะปนอยู่

- ด้านผลิตภัณฑ์ควรมีการควบคุมการใช้สารปนเปื้อนในปริมาณที่เหมาะสม มีระบบประกันคุณภาพที่ชัดเจนและสามารถตรวจสอบได้ มีบรรจุภัณฑ์ที่เฉพาะให้เป็นจุดเด่น มีฉลากระบุส่วนประกอบของอาหารชนิดนั้น ๆ ระบุปริมาณ ระบุวันเดือนปีที่ผลิต มีเครื่องหมายมาตรฐานรับรองความน่าเชื่อถือและเหมาะสม

### 3.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยต่อไป

3.2.1 การวิจัยนี้ พบว่าความรู้เกี่ยวกับสารปนเปื้อนในอาหาร เป็นตัวแปรที่สามารถอธิบายความแปรปรวนของพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารปลอดสารปนเปื้อนได้ถึงร้อยละ 15.6 จึงน่าจะมีการศึกษาเกี่ยวกับโปรแกรมการให้ความรู้เรื่องสารปนเปื้อนในอาหาร

3.2.2 การวิจัยนี้ พบว่าเป็นการศึกษาเฉพาะพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารปลอดสารปนเปื้อนของครอบครัวนักศึกษาเท่านั้น ดังนั้นเพื่อให้เห็นความแตกต่างที่ชัดเจนน่าจะศึกษาผลจากการเลือกซื้ออาหารปลอดสารปนเปื้อนมาบริโภคต่อสุขภาพ เช่น การเจ็บป่วยจากโรคที่มีสาเหตุจากอาหาร โรคประจำ ภาวะสุขภาพ

บรรณานุกรม



## บรรณานุกรม

- กรมวิทยาศาสตร์ กระทรวงสาธารณสุข (2554) “วิธีลดการปนเปื้อนในผักสด” ค้นคืนวันที่ 2 สิงหาคม 2554 จาก [www.kroobannok.com/34567](http://www.kroobannok.com/34567)
- กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข (2550) “การเลือกซื้ออาหารพร้อมปรุง” ค้นคืนวันที่ 8 พฤษภาคม 2550 จาก <http://hpc6.anamai.moph.go.th>
- การบริโภคผักปลอดสารพิษ (2554) “การล้างผักเพื่อลดสารพิษ” ค้นคืนวันที่ 6 สิงหาคม 2554 จาก <http://my.dek-d.com/Writer/story/view.php?id=272469>
- จักรพันธ์ ปัญจะสุวรรณ (2542) *พิษภัยในอาหาร* กรุงเทพมหานคร สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์
- จูไรรัตน์ เกิดดอนแฝก (2531) *ภัยมืดจาก..สารพิษ* พิมพ์ครั้งที่ 2 สำนักงานอนามัย กรุงเทพมหานคร สำนักพิมพ์ เค.ยู.บุ๊คเซ็นเตอร์
- ฉัตรพร เสมอใจ (2550) *พฤติกรรมผู้บริโภค* กรุงเทพมหานคร วี.พรินท์
- ัชชาวัลย์ วงษ์ประเสริฐ (2548) *การจัดการความรู้ในองค์กรธุรกิจ* กรุงเทพมหานคร ธรรมการพิมพ์
- ชัยวัฒน์ ต่อสกุลแก้ว (2542) “เอกสารการสอนชุด ศึกษาศาสตร์และวิทยาศาสตร์อุตสาหกรรม” ใน *เอกสารการสอนหน่วยที่ 1-7* หน้า 118-119 พิมพ์ครั้งที่ 5 นนทบุรี โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช สาขาวิทยาศาสตร์สุขภาพ
- ชินวัฒน์ เปรมอนันต์ (2545) “พฤติกรรมกรซื้อผักสดของโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร” *วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์*
- เชาว์ โรจนแสง (2548) “เอกสารการสอนชุดวิชาการจัดการตลาด” ใน *เอกสารการสอนหน่วยที่ 1 – 7* หน้า 240 – 249 พิมพ์ครั้งที่ 9 นนทบุรี มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช สาขาวิทยาการจัดการ
- ดารา ทีปะปาล (2542) *พฤติกรรมผู้บริโภค* เอกสารคำสอน กรุงเทพมหานคร รุ่งเรืองสาส์นการพิมพ์
- ทีมงานบ้านของเรา *คู่มือเตือนภัยผู้บริโภครอบตัว* (2550) ฉบับปรับปรุงใหม่ พิมพ์ครั้งที่ 3 กรุงเทพมหานคร เอ็น ซี อาร์ โซลิเอท
- เทวี โพธิผละ (2536) *การใช้วัตถุเจือปนอาหาร* นนทบุรี โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช \_\_\_\_\_ (2542) *อาหารยุคโลกาภิวัตน์ วารสารคหเศรษฐศาสตร์*. 41(1): 69-72

- โททศน์ครู (2554) “วิธีการเลือกซื้ออาหารประเภทต่างๆ” ค้นคืนวันที่ 10 กุมภาพันธ์ 2554 จาก <http://www.thaigoodview.com/node/29285>
- ชงชัย สันติวงษ์ (2546) พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด กรุงเทพมหานคร ประชุมช่าง  
 ชนวรรณ แสงสุวรรณ (2547) การบริหารการตลาด พิมพ์ครั้งที่ 2 กรุงเทพมหานคร : เอ็กซ์เปอร์เน็ท  
 ัญญปวีณ์ รัตน์พงษ์พร (2553) “แบบจำลองพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม  
 ของผู้บริโภค” ปรัชญาคุษุภบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง  
 นัทกานต์ บำเพ็ญผล (2549) “พฤติกรรมการเลือกซื้อเนื้อไก่สดของผู้บริโภคในเขต  
 กรุงเทพมหานคร” วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชา  
 บริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
- นิรัตน์ เตียสุวรรณ และคณะ (2547) “การประเมินผลการสร้างกระแสความปลอดภัยด้านอาหาร”  
 ของกองพัฒนาสุขภาพผู้บริโภค สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา  
 ขอยบาราศนราดรุณ ถนนติวานนท์ อำเภอเมือง นนทบุรี
- บดินทร์ วิจารณ์ (2549) การพัฒนาองค์การแห่งการเรียนรู้ กรุงเทพมหานคร ธรรมดการพิมพ์  
 บุญธรรม กิจปรีดาวิสุทธิ (2542) เทคนิคการสร้างเครื่องมือรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัย  
 พิมพ์ครั้งที่ 5 กรุงเทพมหานคร เจริญดีการพิมพ์  
 \_\_\_\_\_ (2543) การวิจัย การวัดและประเมินผล กรุงเทพมหานคร โรงพิมพ์ศรีอนันต์  
 \_\_\_\_\_ (2543) สถิติวิเคราะห์เพื่อวิจัย กรุงเทพมหานคร โรงพิมพ์เรือนแก้วการพิมพ์  
 \_\_\_\_\_ (2546) คู่มือการวิจัยการเขียนรายงานการวิจัยและวิทยานิพนธ์ พิมพ์ครั้งที่ 7  
 กรุงเทพมหานคร จามจุรีโปรดักท์
- บุญเรียง ขจรศิลป์ (2548) การวิเคราะห์และแปลความหมายข้อมูลในการวิจัยโดยใช้โปรแกรม  
 สำเร็จรูป พิมพ์ครั้งที่ 2 กรุงเทพมหานคร เอส.พี.เอ็น.การพิมพ์
- ไบเออร์ไทย (2554) “เครื่องหมายรับรองคุณภาพตรวจสอบสารพิษ ” แผนกอารักขาพืช ค้นคืนวันที่  
 20 พฤษภาคม 2554 จาก [http://www.bayercropscience.co.th/foodsafety/fst\\_logo.php](http://www.bayercropscience.co.th/foodsafety/fst_logo.php))
- ปิ่นรสี พลันสังเกต(2545) “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจบริโภคผักปลอดสารพิษของ  
 ประชาชนในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา” ภาคนิพนธ์ ปริญญาศิลปศาสตร  
 มหาบัณฑิต สาขาการจัดการธุรกิจเกษตร บัณฑิตวิทยาลัย  
 มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

- ปิยะรัตน์ นิ่มสกุล (2539) “การยอมรับการนำผักปลอดสารพิษมาบริโภคของแม่บ้านใน กรุงเทพมหานคร กรณีศึกษาเขตดอนเมือง” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัย สาขาวิชาสิ่งแวดล้อมศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล
- พรทิพย์ ศรีแสงจันทร์ (2548) “ความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์อาหารปลอดภัย ภาคตะวันออก” สำนักส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรเขตที่ 2 จังหวัดราชบุรี กรมส่งเสริมการเกษตร
- พรพรรณ รพี (2540) *อาหารมีพิษชีวิตมีภัย* พิมพ์ครั้งที่ 2 กรุงเทพมหานคร สุขภาพใจ
- พรพิมล วิริยะกุล (2549) “เอกสารประกอบการสอนรายวิชาความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจ” คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์ กรุงเทพมหานคร เอ็มเอ็นคอมพิวออฟเซท
- พัชรินทร์ คำใจสู้ (2544) “ความรู้และทัศนคติเกี่ยวกับสารปนเปื้อนในอาหารของกลุ่มแม่บ้าน ตำบลริมใต้ อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่” ค้นคว้าแบบอิสระหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาโภชนศาสตร์ศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- พิษณุ จงสถิตย์วัฒนา (2544) “การบริหารการตลาด” ในเอกสารการสอนหน่วยที่ 8 หน้า 5-24 นนทบุรี มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
- พิษณุ จงสถิตย์วัฒนา (2544) *การบริหารการตลาด : การวิเคราะห์ กลยุทธ์ และการตัดสินใจ* พิมพ์ครั้งที่ 7 กรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- พูนศิริ วัจนะภูมิ (2545) “เศรษฐศาสตร์ครอบครัวกับพฤติกรรมผู้บริโภค” หน่วยที่ 5 หน้า 96 – 110 นนทบุรี มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์
- ภูเก็ทเฟรสมาร์ท “วิธีเลือกซื้ออาหารที่ปลอดภัย” ค้นคืนวันที่ 2 สิงหาคม 2554 จาก [http://www.phuketfreshmart.com/modules.php?name=activeshow\\_mod&file=article&asid=17](http://www.phuketfreshmart.com/modules.php?name=activeshow_mod&file=article&asid=17)
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช (2554) “พฤติกรรมผู้บริโภค” สาขาวิชาวิทยาการจัดการ ค้นคืนวันที่ 25 สิงหาคม 2554 จาก [www.stou.ac.th/stouonline/lom/data/sms/market/Unit3/MENUUNIT\\_3.html](http://www.stou.ac.th/stouonline/lom/data/sms/market/Unit3/MENUUNIT_3.html)

- มาริน สาลี (2544) “ความคิดเห็นของสตรีที่มีต่อการบรรจุ การบริการและการสุขาภิบาลของ  
อาหารไทยในเขตกรุงเทพมหานคร” วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต  
(ลหกรรมศาสตร์ศึกษา) สาขาวิชาลหกรรมศาสตร์ศึกษา ภาควิชาอาชีวศึกษา  
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- ขงยุทธ พงษ์ศิริพันธ์ (2547) *การจัดการตลาด* พิมพ์ครั้งที่ 3 กรุงเทพมหานคร เพียร์สัน  
เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า
- ราชบัณฑิตสถาน (2546) *พจนานุกรมราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2542* กรุงเทพมหานคร นานมีบุ๊คส์  
พับลิเคชันส์
- ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ (2538) *เทคนิคการวิจัยทางการศึกษา* พิมพ์ครั้งที่ 4  
กรุงเทพมหานคร สุวีริยาสาส์น
- วิชาการดอทคอม (2554) “ป้องกันไว้ชีวิตปลอดภัย จากอันตรายโรคอาหารเป็นพิษ” ค้นคืนวันที่ 6  
กรกฎาคม 2554 จาก <http://www.vcharkarn.com/vblog/76420>
- วิเชียร เกตุสิงห์ (2536) *สถิติวิเคราะห์สำหรับการวิจัย* พิมพ์ครั้งที่ 2 กรุงเทพมหานคร  
สำนักนายกรัฐมนตรี
- วิทยาลัยบัณฑิตศึกษากิจการ (2554) “จุดเด่น-จุดด้อย ของ E-commerce” ค้นคืนวันที่ 19  
สิงหาคม 2554 จาก <http://mba.kku.ac.th/forums/index.php?topic=1837.0>
- วินทฎา วิเศษศิริกุล (2549) “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผักไฮโดรโปนิค ของพนักงานในนิคม  
อุตสาหกรรมเกตเวย์ซีดี จังหวัดฉะเชิงเทรา” วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจบัณฑิต  
สาขาการบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- วิมลรัตน์ ภมรสวรรณ (2541) *พฤติกรรมผู้บริโภค* กรุงเทพมหานคร ภูมิบัณฑิตการพิมพ์
- วิไล ท้วมกลัด (2543) “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อและพฤติกรรมการบริโภคผักปลอดสารพิษ  
ในเขตกรุงเทพมหานคร” วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิต  
วิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- ศรีสิทธิ์ การุณชะวนิช, ปรีชา จึงสมานกุล และจุไรรัตน์ รุ่งโรจนารักษ์ (2541) “สุขลักษณะความ  
ปลอดภัยของอาหารพร้อมปรุงในซูเปอร์มาร์เก็ต” วารสาร  
กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์, 40,3: (ก.ค.- ก.ย.) : 327-339
- ศศิเกษม ทองยงค์และพรณี เดชกำแหง (2530) *เคมีอาหารเบื้องต้น* กรุงเทพมหานคร  
โอเดียนสโตร์



- ศิริพร จันทร์แสงตอ (2542) “พฤติกรรมกรรมการเลือกซื้ออาหารของครูสตรีในเขตอำเภอเมือง จังหวัด ลำปาง” การค้นคว้าอิสระปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการมนุษย์กับ สิ่งแวดล้อม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปณิศา มีจินดา, สุกร เสรีรัตน์ (2550) *กลยุทธ์การตลาด* กรุงเทพมหานคร  
ธนัชการ
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, สุกร เสรีรัตน์, สุพีร์ ลิ้มไทย, ปริญ ลักษิตานนท์ และ งามอาจ ปทะวานิช (2543)  
*หลักการตลาด* กรุงเทพมหานคร ซีระฟิล์มและไซแท็กซ์
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, สุกร เสรีรัตน์, งามอาจ ปทะวานิช, ปริญ ลักษิตานนท์ (2546) *การบริหาร การตลาด ยุคใหม่* กรุงเทพมหานคร ชรรมสาร
- ศูนย์ข้อมูลด้านอาหาร (2550) “ข้อมูลด้านความปลอดภัยของอาหาร ” กระทรวงสาธารณสุข  
ค้นคืนวันที่ 8 พฤษภาคม 2550 จาก <http://webdb.dmsc.moph.go.th>
- สมชัย ภัทรชนานันท์ (2539) *12 สารเคมีอันตรายต่อชีวิตและสิ่งแวดล้อม* เครือข่ายเกษตรกรรม  
ทางเลือก สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ กรมวิชาการเกษตร  
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- สารยูไนเต็ด (2542) “โภชนบำบัด” 22, 197 (กันยายน): 42
- สารยูไนเต็ด (2542) “บริโภคผักอย่างปลอดภัย” 21, 187 (พฤศจิกายน) : 28-30
- สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา (2552) “การผลิตสื่อสิ่งพิมพ์” ตามหลักสูตร  
ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) กระทรวงศึกษาธิการ (ปรับปรุง พ.ศ.2556) ค้นคืนวันที่  
4 สิงหาคม 2554 จาก <http://pakjirapantim300.blogspot.com>
- สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กองพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค (2548) “การขจัดสารพิษในผัก  
ผลไม้” วารสารสารธารณสุข (สิงหาคม): 57
- สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (2544) “ประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 237”  
กรุงเทพมหานคร
- สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (2552) “สารปนเปื้อนในอาหาร วันนี้ ไม่ใส่ใจไม่ได้แล้ว”  
ค้นคืนวันที่ 25 กุมภาพันธ์ 2552 จาก <http://www.fda.moph.go.th>
- สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ ศูนย์เทคโนโลยีโลหะและวัสดุแห่งชาติ  
(2547) *ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสารปนเปื้อนในผลิตภัณฑ์* กรุงเทพมหานคร สำนักงาน  
พัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ
- สถาบันค้นคว้าและพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหาร (2548) “ข่าวสารอาหาร” มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์  
4, 6 (พฤศจิกายน-ธันวาคม): 36-42

- สถาบันวิจัยโภชนาการ (2545) *รู้จักอาหารจากฉลาก* มหาวิทยาลัยมหิดล กรุงเทพมหานคร  
 สมบัติ ท้ายเรือคา (2551) *ระเบียบวิธีวิจัยสำหรับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์* พิมพ์ครั้งที่ 2  
 กาฬสินธุ์ ประสานการพิมพ์
- สุทธยา สุขสม (2554) “พฤติกรรมผู้บริโภค” ค้นคืนวันที่ 30 กรกฎาคม 2554 จาก  
[www.nsuru.ac.th/e-learning/advertising/chapter](http://www.nsuru.ac.th/e-learning/advertising/chapter)
- สุมณฑา วัฒนสินธุ์ (2544) *คู่มือความปลอดภัยของอาหาร (ฉบับกระเป๋า)* นนทบุรี เพ็ญฟ้า  
 พรินต์ติ้ง
- สุชาดา ชินะจิตร(2535) *อันตรายจากสารเคมี* โครงการสนับสนุนเทคนิคอุตสาหกรรม สมาคม  
 ส่งเสริมเทคโนโลยี(ไทย-ญี่ปุ่น) พิมพ์ครั้งที่ 6 ที.พี.พรินท์
- สุภาภรณ์ อำนวนกิจ (2540) *การเฝ้าระวังการปนเปื้อนของ E.coli 0157 : H7* ศูนย์วิทยบริการ  
 สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข
- เสรี วงษ์มณฑา (2542) *การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค* กรุงเทพมหานคร ซีระฟิล์มและไซเทกซ์  
 โสภภาพรณ รัตน์ (2541) *พิษภัยในอาหาร* กรุงเทพมหานคร สำนักพิมพ์ธรรมชาติ
- หมอชาวบ้าน (2554) “ป้องกันไว้...ชีวิตปลอดภัย จากอันตราย!... โรคอาหารเป็นพิษ” ค้นคืน  
 วันที่ 10 กรกฎาคม 2554 จาก <http://www.doctor.or.th/node/1204>
- อบเชย วงศ์ทอง (2541) *โภชนศาสตร์ครอบครัว* กรุงเทพมหานคร สำนักพิมพ์  
 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- อบเชย วงศ์ทองและชนิษฐา พูลผลกุล (2550) *หลักการประกอบอาหาร* พิมพ์ครั้งที่ 3  
 กรุงเทพมหานคร สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- อมรรัตน์ ปุยงาม (2553) “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารของผู้สูงอายุ ตำบล  
 บ้านสิงห์ อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี” ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต  
 สาขาคหกรรมศาสตร์ เพื่อพัฒนาชุมชน มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- อมรศรี ดันพิพัฒน์ (2544) “ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารของคณวิัยทำงานในเขต  
 กรุงเทพมหานคร” วารสารเกษตรพระจอมเกล้า 19,3(2544): 23-36
- อาหารปนเปื้อน..อันตราย (2554) “วิธีสังเกตอาหารที่ปนเปื้อนสารพิษ” ค้นคืนวันที่ 9 กรกฎาคม  
 2554 จาก <http://www.nfi.or.th/nfi/home.php/?form%5Bindex%5D=index&form%5Bmodule%5D=Webboard&form%5Bqnumber%5D=61&page>

อุษณีย์ วจินเขตค่านวน (2535) *สารพิษและสารก่อมะเร็งในอาหาร* ภาควิชาเคมี คณะแพทยศาสตร์  
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Engel James F. Roger D. Blackwell and Paul W. Miniard . (1993) *Consumer Behavior* 7<sup>th</sup> ed.  
Fort Worth: the Dryden Press.

Hawkins, Del I , Best , Roger J. and Coney , Kenneth A. (1998) *Consumer Behavior : Builing  
Marketing Strategy* 7<sup>th</sup> ed. Boston : Megraw – Hall.

Hoyer, Wayne D. and MacInnis, Deborah J. (1997) *Consumer Behavior* Boston: Houghton  
Mifflin.

Pallant,J.E.(2005). *SpSS survival manual : a step by step guide to data analysis using SPSS.2<sup>nd</sup>*  
ed.Crows Nest,N.S.W.:Alen & Unwin.

Kotler, Philip and Armstrong. Gary (1998). *Principles of Marketing* Englewood Cliffs, New  
Jersey: Prentice-Hall.

Mowen,John C.and Minor,Mickael,(1998) *Consumer Behavior* 5<sup>th</sup> ed. Upper Saddle River, New  
Jersey : Prentice – Hall.

National Food Institute Thailand (2547) *ภัยในอาหาร สถาบันอาหาร* (พฤษภาคม 2547)

Schiffman , Leon G.and Leslie Lazar Kanuk (1994) *Consumer Behavior* 5<sup>th</sup> ed. Englewood  
Cliffs, New Jersey : Prentice – Hall.

Shibamoto,T.and F.L. Bjeldaness *Introduction to food toxicology* (Academic press INC, 1993).

Solomon,Michael R.(1996) *Consumer Behavior* 3<sup>th</sup>ed.Englewood cliffs,New Jersey:  
Prentice-Hall International.

ภาคผนวก



ภาคผนวก ก

ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือ (แบบสอบถาม)



### รายนามผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือ

รายนาม	สังกัด
1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์นภาพร อมรเลิศสินไทย	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ข้าราชการบำนาญมหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์</li> <li>- อาจารย์พิเศษระดับปริญญาโท วิชาการวิจัยทางสังคมศาสตร์/ การศึกษา / สถิติเพื่อการวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์</li> </ul>
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์คณินันต์ ชื่นคำ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ตำแหน่งประธานสาขาวิชาวิทยาศาสตร์ความปลอดภัย มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์</li> <li>- ที่ปรึกษาทำผลงานวิชาการครูสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ 12</li> <li>- หัวหน้าทีมวิจัยโครงการเฝ้าระวังสถานการณ์เด็กและเยาวชนรายจังหวัด ในจังหวัดปราจีนบุรี ร่วมกับสถาบันรามจิตติ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ปี 2548 - ปัจจุบัน</li> </ul>
3. นางสาวละออง สาลีพวง	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ตำแหน่งโภชนากรชำนาญการ โรงพยาบาลกบินทร์บุรี จังหวัดปราจีนบุรี</li> </ul>

ภาคผนวก ข

แบบสอบถาม



### แบบสอบถามงานวิจัย

แบบสอบถามนี้เป็นการหาข้อมูลเพื่อทำการวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารปลอดสารปนเปื้อนของครอบครัวนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์ จังหวัดฉะเชิงเทรา” เป็นวิทยานิพนธ์ของนักศึกษาปริญญาโทคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการพัฒนาคอร์ครัวและสังคม มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

#### คำชี้แจง

1. แบบสอบถามนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารปลอดสารปนเปื้อนของครอบครัว 2) ศึกษาคุณลักษณะของผู้ซื้ออาหารของครอบครัว 3) ศึกษาความรู้เกี่ยวกับสารปนเปื้อนในอาหารของผู้ซื้ออาหารของครอบครัว 4) ศึกษาความสำคัญของกลุ่มอ้างอิงที่มีต่อผู้ซื้ออาหารของครอบครัว 5) ศึกษาความสำคัญส่วนประสมการตลาดประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีต่อผู้ซื้ออาหารของครอบครัว 6) ศึกษาอิทธิพลของคุณลักษณะผู้ซื้ออาหาร ความรู้เกี่ยวกับสารปนเปื้อนในอาหาร กลุ่มอ้างอิงและส่วนประสมการตลาดต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารปลอดสารปนเปื้อนของครอบครัวนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์ จังหวัดฉะเชิงเทรา เพื่อเป็นแนวทางในการให้ความรู้สร้างความเข้าใจเกี่ยวกับพิษภัยของการบริโภคอาหารที่มีสารปนเปื้อนและร่วมหาทางแก้ไขปัญหาดังกล่าวที่เกิดขึ้น

2. แบบสอบถามฉบับนี้จะถูกรักษาคำตอบของท่านไว้เป็นความลับ ผลการศึกษาจะนำไปเสนอในลักษณะของการสรุปเป็นภาพรวม

3. ผู้ตอบแบบสอบถามในงานวิจัยครั้งนี้คือ ผู้ที่มีหน้าที่ซื้ออาหารสด อาหารพร้อมปรุง และอาหารปรุงสำเร็จ ให้กับสมาชิกของครอบครัวรับประทาน

4. อาหารสด หมายถึง สิ่งบริโภคดิบ สดๆ ที่นำมาปรุงอาหาร ประเภทเนื้อสัตว์ ผัก ผลไม้ และของอื่นๆ ที่มีสภาพเป็นของสด แหล่งที่มาได้จากตลาดสดตอนเช้า ตอนเย็น และ/หรือห้างสรรพสินค้า

5. อาหารพร้อมปรุง หมายถึง สิ่งบริโภคพร้อมปรุง ที่ได้จัดเตรียมส่วนประกอบต่างๆ นำมาบรรจุในภาชนะเดียวกันเพื่อจะได้จำหน่ายให้ผู้บริโภคนำไปปรุง ประกอบเป็นอาหารชนิดนั้น

6. อาหารปรุงสำเร็จและอาหารแปรรูป หมายถึง สิ่งบริโภคต่างๆ ที่ผ่านการ ปรุง ประกอบ จนสำเร็จ พร้อมทั้งรับประทาน ได้แก่ แกงต่าง ๆ ผัดต่าง ๆ ยำ น้ำพริกชนิดต่างๆ ปลาทอด ไก่ย่าง รวมทั้ง ของหวานและเครื่องดื่มชนิดต่างๆ ที่ปรุงสำเร็จพร้อมดื่มใส่ถุงจำหน่าย



7. ตลาดสด หมายถึง แหล่งจำหน่ายสินค้าที่เป็นวัตถุดิบทั้งของสดและของแห้งเพื่อนำไป ประกอบอาหารในชีวิตประจำวัน ให้ผู้บริโภคโดยตรง
8. ตลาดนัด หมายถึง สถานที่ที่ชุมชนกำหนดเพื่อซื้อขายสินค้าต่าง ๆ ซึ่งไม่ได้อยู่ประจำ จัดให้มีขึ้นเฉพาะในวันที่กำหนดเท่านั้น
9. ห้างสรรพสินค้า หมายถึง ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ ที่รวมสินค้าทุกชนิด ที่มีคุณภาพดี เพื่อจำหน่ายให้ลูกค้าจำนวนมากในทุกระดับแบบครบวงจร มีการจัดวางสินค้าแบ่งออกเป็นหมวดหมู่อย่างชัดเจน เพื่อให้สะดวกต่อการค้นหา และเลือกซื้อ
10. สารปนเปื้อนในงานวิจัยครั้งนี้ หมายถึง สารปรอท สารหนู สารตะกั่ว แคดเมียม บอแรกซ์ สารปรุ้งแตงสี สารกันบูด สารกันรา สารเร่งเนื้อแดง สารฟอกสี สารพิษจากเชื้อราอะฟลาทอกซิน แบคทีเรีย และสารพิษจากภาชนะบรรจุอาหาร
11. ขอขอบคุณทุก ๆ ท่านที่กรุณาตอบแบบสอบถามทุก ๆ ข้อ



## แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 5 ตอน

ตอนที่ 1	คุณลักษณะของผู้ที่ทำหน้าที่ซื้ออาหาร	จำนวน	5	ข้อ
ตอนที่ 2	แบบทดสอบความรู้เกี่ยวกับสารปนเปื้อนในอาหาร	จำนวน	23	ข้อ
ตอนที่ 3	ความสำคัญของกลุ่มอ้างอิงที่มีต่อการเลือกซื้ออาหาร	จำนวน	11	ข้อ
ตอนที่ 4	ความสำคัญของส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการเลือกซื้อ	จำนวน	29	ข้อ
ตอนที่ 5	พฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารปลอดสารปนเปื้อน	จำนวน	37	ข้อ

## ตอนที่ 1 คุณลักษณะของผู้ที่ทำหน้าที่ซื้ออาหาร

**คำชี้แจง** โปรดเลือกข้อความที่ตรงกับความเป็นจริง โดยทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ( ) และ  
เติมคำลงในช่องว่าง

1. เพศ 1. ( ) ชาย 2. ( ) หญิง
2. อายุ ..... ปี
3. อาชีพ 1. ( ) รับราชการ ลูกจ้างรัฐบาล 2. ( ) พนักงานรัฐวิสาหกิจ
  3. ( ) ค้าขาย 4. ( ) รับจ้าง
  5. ( ) เกษตรกร 6. ( ) ธุรกิจส่วนตัว
  7. ( ) บริษัท..... 8. ( ) อื่น ๆ โปรดระบุ.....
4. ท่านสำเร็จการศึกษาระดับ
  1. ( ) ประถมศึกษาปีที่ 6 2. ( ) มัธยมศึกษาปีที่ 3
  3. ( ) มัธยมศึกษาปีที่ 6 หรือเทียบเท่า 4. ( ) อนุปริญญา
  5. ( ) ปริญญาตรี 6. ( ) ปริญญาโท
  7. ( ) ปริญญาเอก 8. ( ) อื่น ๆ โปรดระบุ.....
5. รายได้ของครอบครัวท่านทั้งหมดต่อเดือน
  1. ( ) น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท 2. ( ) 5,001 – 10,000 บาท
  3. ( ) 10,001 – 15,000 บาท 4. ( ) 15,001 – 20,000 บาท
  5. ( ) มากกว่า 20,000 บาท 6. ( ) อื่น ๆ โปรดระบุ.....

## ตอนที่ 2 แบบทดสอบความรู้เกี่ยวกับสารปนเปื้อนในอาหาร

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับคำตอบของท่านตามความเป็นจริง

ข้อความ	ถูก	ผิด	ไม่ แน่ใจ
1. ควรเลือกซื้อเนื้อหมูที่มีสีแดงเข้มและ ไม่มีมันหมูแทรก			
2. ควรเลือกซื้อลูกชิ้น สีสดๆ นำมารับประทาน			
3. ควรเลือกซื้อปลาสด ไข่กรอก ที่มีลักษณะหูนกรอบ เด็งและอยู่ได้นาน			
4. ควรเลือกซื้อผลไม้สดเมื่อกินจะรู้สึกกรอบอร่อย			
5. อาหารทะเลสดโดยการแช่เย็น เมื่อคมดูจะต้องไม่มีกลิ่นจุนแสบจมูก			
6. ควรเลือกซื้อผัก ผลไม้ที่อยู่ได้ทั้งวัน โดยไม่เหี่ยวแห้งที่ถูกแดด ถูกลมทั้งวัน			
7. อาหารหมักดองมีอันตรายจากสารกันรา			
8. อาหารที่มีสีสังสวยงามเกินธรรมชาติให้โทษ			
9. ควรเลือกซื้ออาหารแห้งที่เก็บไว้ได้นานๆ			
10. ควรเลือกซื้อถั่วงอกที่มีสีใกล้เคียงกับธรรมชาติ ไม่ขาวจนเกินไป			
11. ควรเลือกซื้อจิ้งหรีดฝอย ที่มีสีใกล้เคียงธรรมชาติ ไม่ขาวจนเกินไป			
12. ควรเลือกซื้อผักที่มีใบเขียวไม่มีรูพรุนจากการกัดเจาะของแมลง			
13. ควรเลือกซื้อน้ำตาลมะพร้าวที่มีสีขาว			
14. ควรบริโภคผักใบมากกว่าผักหัว เพราะผักหัวสะสมสารปนเปื้อนไว้มากกว่า			
15. ควรเลือกซื้อไข่เยี่ยวม้าที่ไม่มีการทาสีที่เปลือกไข่			
16. ควรเลือกซื้ออาหารสดจากแหล่งที่มีป้าย “ตลาดสดน่าซื้อ”			
17. ควรเลือกซื้ออาหารสดจากแหล่งมีป้ายสัญลักษณ์ “อาหารปลอดภัย” จากกระทรวงสาธารณสุข			
18. ควรเลือกซื้ออาหารพร้อมปรุงที่มีป้ายสัญลักษณ์ “อย.” ของคณะกรรมการอาหารและยา			
19. ควรเลือกซื้ออาหารปรุงสำเร็จที่มีเครื่องหมาย “อาหารสะอาด รสชาติอร่อย”			
20. ผักปลอดสารพิษมีลักษณะอย่างหนึ่งคือ สด เก็บไว้ไม่ได้นาน			
21. ควรใส่แปรงถูกรอบลงในอาหารทอดทำให้รสชาติอาหารอร่อย			
22. รสชาติของอาหารปลอดสารปนเปื้อนไม่ต่างจากอาหารทั่วไป			
23. อาหารปลอดสารปนเปื้อนมีราคาแพงกว่าอาหารทั่วไป			

**ตอนที่ 3 ความสำคัญของกลุ่มอ้างอิงที่มีต่อสมาชิกของครอบครัว**

**คำชี้แจง** บุคคลหรือสื่อต่าง ๆ ต่อไปนี้มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารปลอดภัย  
 ปนเปื้อนของท่านระดับใด โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับระดับความสำคัญ

กลุ่มอ้างอิง	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<b>ด้านบุคคล</b>					
1. สมาชิกในครอบครัว					
2. เพื่อนบ้าน					
3. เพื่อนร่วมงาน					
4. หัวหน้างาน					
5. ผู้มีชื่อเสียงทางด้านอาหาร เช่น หมิกแดง เชลล์ชวนชิม เป็นต้น					
<b>ด้านสื่อ</b>					
6. โทรทัศน์					
7. วิทยุ					
8. หนังสือพิมพ์					
9. อินเทอร์เน็ต					
10. แผ่นพับ และ/หรือ ใบปลิว					
11. วารสารต่าง ๆ					

**ตอนที่ 4 ความสำคัญของส่วนประสมการตลาดที่มีต่อสมาชิกในการตัดสินใจซื้ออาหารปลอดสารปนเปื้อนที่ตลาดสด/ตลาดนัด/ซูเปอร์มาร์เก็ต**

**คำชี้แจง** โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นเกี่ยวกับเหตุผลที่สำคัญในการเลือกซื้ออาหารปลอดสารปนเปื้อน (อาหารสด อาหารพร้อมปรุง อาหารปรุงสำเร็จ)

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ระดับของเหตุผลที่สำคัญในการตัดสินใจซื้อ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<b>ด้านผลิตภัณฑ์ / ตัวสินค้า</b>					
1. คุณภาพของอาหาร					
2. บรรจุภัณฑ์					
3. ตราสินค้าหรือยี่ห้อ					
4. มีการจัดอาหารให้ดูน่ารับประทาน					
5. ภาชนะใส่อาหารสะอาด ทนกรด/ด่าง					
6. มีการจำหน่ายเป็นชุด					
7. เครื่องหมายมาตรฐานด้านความปลอดภัยรับรอง					
8. มีฉลากแสดง วันเดือนปี ที่ผลิตและวันหมดอายุอย่างชัดเจน					
<b>ด้านราคา</b>					
9. ราคาของอาหารเหมาะสมกับคุณภาพ					
10. ราคาถูกเป็นปัจจัยในการตัดสินใจซื้อ					
11. มีป้ายบอกราคาแจ้งให้ทราบ					
12. มีราคาที่หลากหลายให้เลือกซื้อ					
13. ซื้ออาหารที่มีเครื่องหมายรับรองคุณภาพแม้จะมีราคาแพงกว่า					
<b>ด้านการจัดจำหน่าย</b>					
14. ใกล้บ้าน / ที่ทำงาน / สำนักงาน					
15. อาหารปลอดสารปนเปื้อนหาซื้อง่าย					
16. เดินทางไปซื้อสะดวก					
17. ที่จอดรถสะดวก					
18. ความน่าเชื่อถือของสถานที่ที่จำหน่าย					

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ระดับของเหตุผลที่สำคัญในการตัดสินใจซื้อ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
19. การจัดวางสินค้าง่ายต่อการเลือกซื้อ					
20. มีจำหน่ายทั่วไป					
<b>ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>					
21. ให้ชิมก่อนตัดสินใจซื้อ					
22. ผู้ขายแต่งกายสะอาดเรียบร้อย					
23. ผู้ขายมีอัธยาศัยดี คำพูดไพเราะ เชิญชวนให้ซื้อสินค้า					
24. ผู้ขายมีความน่าเชื่อถือ เป็นกันเอง					
25. มีการโฆษณา / ประชาสัมพันธ์ ณ จุดขาย					
26. มีการแจก / แจก / แถม ณ จุดขาย					
27. ผู้ขายให้คำปรึกษาเรื่องการจัดเครื่องปรุง-ประกอบอาหาร					
28. มีส่วนลดของสินค้า					
29. มีสัญลักษณ์ผู้มีชื่อเสียงทางด้านอาหาร เช่น หมึกแดงเชลล์ชวนชิม เป็นต้น					

### ตอนที่ 5 พฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารปลอดภัยบนเพื่อน

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างตามที่ท่านปฏิบัติจริงในแต่ละครั้งที่มีการซื้ออาหาร

<u>ระดับการปฏิบัติ</u>	ทุกครั้ง	หมายถึง	การปฏิบัติ	7 ครั้งต่อสัปดาห์
	ประจำ	หมายถึง	การปฏิบัติ	5-6 ครั้งต่อสัปดาห์
	บ่อย	หมายถึง	การปฏิบัติ	3-4 ครั้งต่อสัปดาห์
	นานๆครั้ง	หมายถึง	การปฏิบัติ	1-2 ครั้งต่อสัปดาห์
	ไม่เคย	หมายถึง	ไม่ได้ปฏิบัติเลย	

ข้อความ	ระดับการปฏิบัติ				
	ทุกครั้ง	ประจำ	บ่อย	นาน ๆ ครั้ง	ไม่เคย
<b>อาหารสด/ผักสด</b>					
1. ข้าพเจ้าเลือกซื้อผักสดที่ไม่มีหนอนกักกินมารับประทาน					
2. ข้าพเจ้าเลือกซื้อถั่วลิสงที่บดแล้วจากร้านค้ามาประกอบอาหาร					
3. ข้าพเจ้าเลือกซื้อผักสดที่มีแมลงรบกวนน้อยมารับประทาน					
4. ข้าพเจ้าเลือกซื้ออาหารสดตามฤดูกาล					
5. ข้าพเจ้าเลือกซื้อผักสด-ผลไม้ตามฤดูกาล					
6. ข้าพเจ้าเลือกซื้อผักสดที่ผู้ชายจัดใส่ถุงพลาสติกไว้แล้ว					
7. ข้าพเจ้าเลือกซื้อเนื้อหมูที่มีสีแดงอมชมพูมารับประทาน					
8. ข้าพเจ้าเลือกซื้อไก่ที่มีหนังบาง สีไม่ซีด ไม่มีกลิ่น					
9. ข้าพเจ้าเลือกซื้อไข่ไก่ ที่ผิวเปลือกนอกเป็นสีนวล สากมือเล็กน้อย					
10. ข้าพเจ้าเลือกซื้อถั่วอกที่มีสีขาวตามธรรมชาติ					
11. ข้าพเจ้าเลือกซื้อถั่วฟักยาวที่เนื้อแน่น มีแมลงเจาะเล็กน้อย					
12. ข้าพเจ้าเลือกซื้ออาหารทะเลที่มีลักษณะตัวแข็ง มีตาใส ใหม่ โดยใช้น้ำแข็งแช่อยู่ตลอดเวลา					
13. ข้าพเจ้าเลือกซื้ออาหารที่มีเนื้อหยุ่น กรอบ และคงตัวอยู่ได้นาน					
14. ข้าพเจ้าเลือกซื้อเนื้อสัตว์ ผักสด ที่ไม่มีกลิ่นผิดปกติหรือกลิ่นฉุนแสบจมูก					
15. ข้าพเจ้าเลือกซื้ออาหารจากแหล่งผลิตที่เชื่อถือได้					
16. ข้าพเจ้าจะมองหาป้ายสัญลักษณ์ “อาหารปลอดภัย” ก่อนซื้อ					

ข้อความ	ระดับการปฏิบัติ				
	ทุก ครั้ง	ประจำ	บ่อย	นาน ๆ ครั้ง	ไม่เคย
17. ข้าพเจ้าจะมองหาป้ายสัญลักษณ์ “ตลาดสดน่าซื้อ” ก่อนซื้อ					
<b>อาหารพร้อมปรุง</b>					
18. ข้าพเจ้าเลือกซื้ออาหารพร้อมปรุงที่มีการบรรจุในกล่องโฟม					
19. ข้าพเจ้าเลือกซื้ออาหารพร้อมปรุงโดยสังเกตดูป้ายบอกวันที่ผลิต และวันหมดอายุ					
20. ข้าพเจ้าเลือกซื้ออาหารพร้อมปรุงโดยสังเกตลักษณะของวัตถุดิบที่ ไม่ผิดไปจากธรรมชาติ					
21. ข้าพเจ้าเลือกซื้ออาหารพร้อมปรุงที่เก็บในตู้เย็นอุณหภูมิ 7 องศา- เซลเซียส					
22. ข้าพเจ้ามองหาเครื่องหมาย “อย.” เป็นองค์ประกอบก่อนการ ตัดสินใจซื้ออาหารพร้อมปรุง					
<b>อาหารปรุงสำเร็จ/ภาชนะบรรจุอาหาร</b>					
23. ข้าพเจ้าจะมองหาป้ายสัญลักษณ์ “อาหารสะอาด รสชาติอร่อย” ช่วยในการตัดสินใจซื้ออาหารปรุงสำเร็จ					
24. ข้าพเจ้าเลือกซื้อปาท่องโก๋ที่ทอดในน้ำมันไม่ดำ					
25. ข้าพเจ้าเลือกซื้อขนมหวานที่มีสีต้นสวย สะอาดตามารับประทาน					
26. ข้าพเจ้าเลือกซื้ออาหารปรุงสำเร็จร้อนๆ ที่บรรจุในกล่องโฟม					
27. ข้าพเจ้าเลือกซื้ออาหารปรุงสำเร็จร้อนๆ ที่บรรจุในถุงพลาสติก					
28. ข้าพเจ้าเลือกซื้ออาหารปรุงสำเร็จจากผู้ขายแต่งกาย สะอาด เรียบร้อย					
29. ข้าพเจ้าเลือกซื้ออาหารประเภทปลา ก้อย ที่ปรุงสุกไม่มาก มา รับประทาน					
30. ข้าพเจ้าเลือกซื้อลูกชิ้นที่มีความเหนียว กรอบ กรอบมารับประทาน					
31. ข้าพเจ้าเลือกซื้อกุ้งแห้งที่มีสีแดงมาปรุงอาหาร					
32. ข้าพเจ้าชอบซื้ออาหารหมักดองที่สามารถเก็บไว้ได้นาน ๆ					
33. ข้าพเจ้าเลือกซื้อปลาตากแห้งที่ไม่มีแมลงไต่ตอม					
34. ข้าพเจ้าเลือกซื้ออาหารชนิดเดิมๆ มารับประทานทุกวัน					
35. ข้าพเจ้าเลือกซื้อภาชนะเซรามิกที่ไม่มีลวดลายด้านในมาบรรจุ อาหาร					



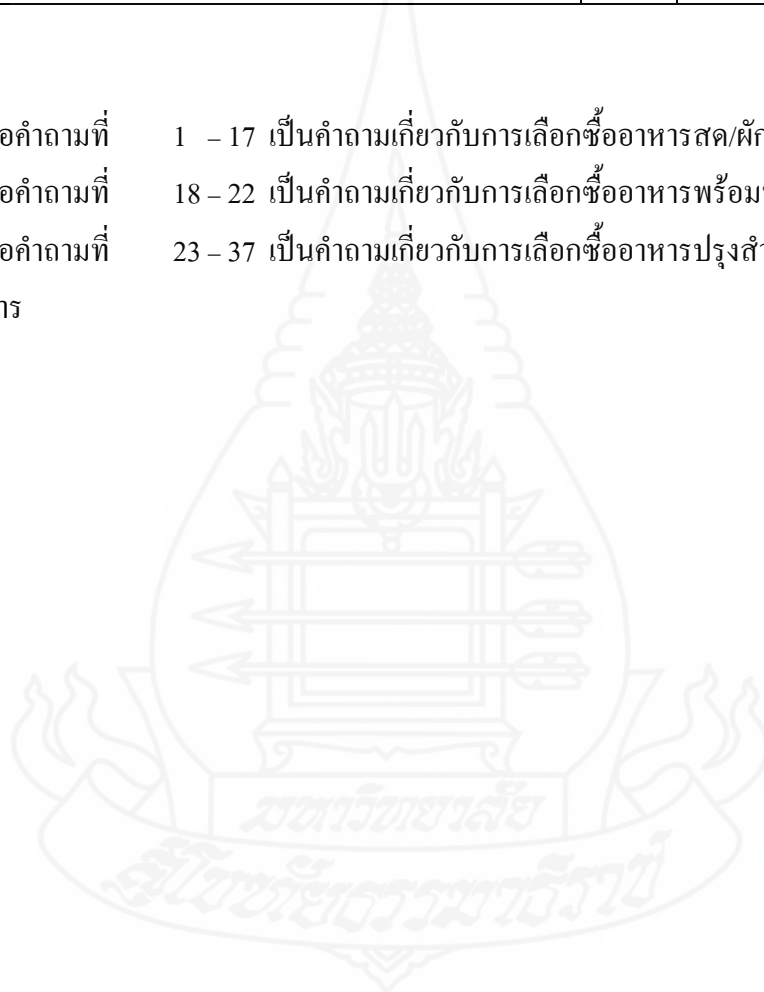
ข้อความ	ระดับการปฏิบัติ				
	ทุก ครั้ง	ประจำ	บ่อย	นาน ๆ ครั้ง	ไม่เคย
36. ข้าพเจ้าเลือกซื้ออาหาร โดยคำนึงถึงคุณค่าของอาหารมากกว่า ความอร่อย					
37. ข้าพเจ้าซื้ออาหารที่ใดก็ได้ถ้ามีความรู้เรื่องการเลือกซื้ออาหาร					

ข้อคำถามที่ 1 - 17 เป็นคำถามเกี่ยวกับการเลือกซื้ออาหารสด/ผักสด

ข้อคำถามที่ 18 - 22 เป็นคำถามเกี่ยวกับการเลือกซื้ออาหารพร้อมปรุง

ข้อคำถามที่ 23 - 37 เป็นคำถามเกี่ยวกับการเลือกซื้ออาหารปรุงสำเร็จ/แปรรูป/ภาชนะ

บรรจุอาหาร



ภาคผนวก ค

การตรวจคุณภาพเครื่องมือ



**ตารางแสดงความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ 3 คน**  
**เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารปลอดภัย**  
**ของครอบครัวนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์ จังหวัดฉะเชิงเทรา**

**1. ความรู้เรื่องสารปนเปื้อนในอาหาร**

ข้อความ	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			<input type="checkbox"/> <sub>R</sub>	IOC
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3		
1. ควรเลือกซื้อเนื้อหมูที่มีสีแดงเข้มและไม่มี มันหมูแทรก	1	1	1	3	1
2. ควรเลือกซื้อลูกชิ้น สีสดๆ นำรับประทาน	1	1	1	3	1
3. ควรเลือกซื้อปลาสด ใส่น้ำจืด ที่มีลักษณะ หุ่ยกรอบ เคี้ยวและอยู่ได้นาน	1	1	1	3	1
4. ควรเลือกซื้อผลไม้สดที่มีสีสดเมื่อกินจะ รู้สึกกรอบอร่อย	0	1	1	2	0.67
5. อาหารทะเลสดโดยการแช่เย็น เมื่อดมดู จะต้องไม่มีกลิ่นจุนแสบจมูก	1	0	1	2	0.67
6. ควรเลือกซื้อผัก ผลไม้ที่อยู่ได้ทั้งวัน โดยไม่ เหี่ยวแห้งที่ถูกแดด ถูกลมทั้งวัน	1	1	1	3	1
7. อาหารหมักดองมีอันตรายจากสารกันรา	1	1	1	3	1
8. อาหารที่มีสีสังคายงามเกินธรรมชาติให้ โทษ					
9. ควรเลือกซื้ออาหารแห้งที่เก็บไว้ได้นานๆ	1	1	1	3	1
10. ควรเลือกซื้อถั่วงอกที่มีสีใกล้เคียงกับ ธรรมชาติ ไม่ขาวจนเกินไป	1	1	1	3	1
11. ควรเลือกซื้อจิ้งหรีดฝอย ที่มีสีใกล้เคียง ธรรมชาติ ไม่ขาวจนเกินไป	1	1	1	3	1
12. ควรเลือกซื้อผักที่มีใบเขียวไม่มีรูพรุนจาก การกัดเจาะของแมลง	0	1	1	2	0.67
13. ควรเลือกซื้อน้ำตาลมะพร้าวที่มีสีขาว	1	1	1	3	1

(ต่อ)

ข้อความ	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			□ <sub>R</sub>	IOC
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3		
14. ควรบริโภคผักใบมากกว่าผักหัว เพราะผักหัวสะสมสารปนเปื้อนไว้มากกว่า	1	1	0	2	0.67
15. ควรเลือกซื้อไข่เยี่ยวม้าที่ไม่มีการทาสีที่เปลือกไข่	1	1	1	3	1
16. ควรเลือกซื้ออาหารสดจากแหล่งที่มีป้าย “ตลาดสดน่าซื้อ”	1	1	1	3	1
17. ควรเลือกซื้ออาหารสดจากแหล่งที่มีป้ายสัญลักษณ์ “อาหารปลอดภัย” จากกระทรวงสาธารณสุข	1	1	1	3	1
18. ควรเลือกซื้ออาหารพร้อมปรุงที่มีป้ายสัญลักษณ์ “อย.” ของคณะกรรมการอาหารและยา	1	1	1	3	1
19. ควรเลือกซื้ออาหารปรุงสำเร็จที่มีเครื่องหมาย “อาหารสะอาด รสชาติอร่อย”	1	1	1	3	1
20. ผักปลอดสารพิษมีลักษณะอย่างหนึ่งคือ สดเก็บไว้ไม่ได้นาน	1	1	1	3	1
21. ควรใส่แปรงถูกรอบลงในอาหารทอดทำให้รสชาติอาหารอร่อย	1	1	1	3	1
22. รสชาติของอาหารปลอดสารปนเปื้อนไม่ต่างจากอาหารทั่วไป	1	1	1	3	1
23. อาหารปลอดสารปนเปื้อนมีราคาแพงกว่าอาหารทั่วไป	1	1	1	3	1

2. ความสำคัญของกลุ่มอ้างอิงที่มีต่อพฤติกรรมกรรมการเลือกซื้ออาหารปลอดสารปนเปื้อน

ข้อความ	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			<input type="checkbox"/> <sub>R</sub>	IOC
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3		
<b>ในส่วนของคุณคคล</b>					
1. สมาชิกในครอบครัว	1	1	1	3	1
2. เพื่อนบ้าน	1	1	1	3	1
3. เพื่อนร่วมงาน	1	1	1	3	1
4. หัวหน้างาน	1	0	1	2	0.67
5. ผู้มีชื่อเสียงทางด้านอาหาร เช่น หมักแดง เชลล์ชวนชิม เป็นต้น	1	1	1	3	1
<b>ในส่วนของสื่อต่าง ๆ</b>					
6. โทรทัศน์	1	1	1	3	1
7. วิทยุ	1	1	1	3	1
8. หนังสือพิมพ์	1	1	1	3	1
9. อินเทอร์เน็ต	1	0	1	2	0.67
10. แผ่นพับ และ/หรือ ใบปลิว	1	1	1	3	1
11. วารสารต่าง ๆ	1	1	1	3	1

3. ความสำคัญของส่วนประสมการตลาดที่มีต่อพฤติกรรมกาเลือกซื้ออาหารปลอดสารปนเปื้อนที่ตลาดสด/ตลาดนัด/ซูเปอร์มาร์เก็ต

ข้อความ	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			<input type="checkbox"/> <sub>R</sub>	IOC
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3		
<b>ด้านผลิตภัณฑ์ / ตัวสินค้า</b>					
1. คุณภาพของอาหาร	1	1	1	3	1
2. บรรจุภัณฑ์	1	1	1	3	1
3. ตราสินค้าหรือยี่ห้อ	1	1	1	3	1
4. มีการจัดอาหารให้ดูน่ารับประทาน	1	1	1	3	1
5. ภาชนะใส่อาหารสะอาด ทนกรด/ด่าง	1	1	1	3	1
6. มีการจำหน่ายเป็นชุด	1	1	1	3	1
7. เครื่องหมายมาตรฐานด้านความปลอดภัย รับรอง	1	1	1	3	1
8. มีฉลากแสดง วันเดือนปี ที่ผลิตและวัน หมดอายุอย่างชัดเจน	1	1	1	3	1
<b>ด้านราคา</b>					
9. ราคาของอาหารเหมาะสมกับคุณภาพ	1	1	1	3	1
10. ราคาถูกเป็นปัจจัยในการตัดสินใจซื้อ	1	1	1	3	1
11. มีป้ายบอกราคาแจ้งให้ทราบ	1	1	1	3	1
12. มีราคาที่หลากหลายให้เลือกซื้อ	1	1	1	3	1
13. ซื้ออาหารที่มีเครื่องหมายรับรองคุณภาพ แม้ว่าจะมีราคาแพงกว่า	1	1	1	3	1
<b>ด้านการจัดจำหน่าย</b>					
14. ใกล้บ้าน / ที่ทำงาน / สำนักงาน	1	1	1	3	1
15. อาหารปลอดสารปนเปื้อนหาซื้อง่าย	1	1	1	3	1
16. เดินทางไปซื้อสะดวก	1	1	1	3	1
17. ที่จอดรถสะดวก	1	1	1	3	1
18. ความน่าเชื่อถือของสถานที่ที่จำหน่าย	1	1	1	3	1
19. การจัดวางสินค้าง่ายต่อการเลือกซื้อ	1	1	1	3	1
20. มีจำหน่ายทั่วไป	1	0	1	2	0.67

(ต่อ)

ข้อความ	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			□ <sub>R</sub>	IOC
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3		
<b>ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>					
21. ให้อิมก่อนตัดสินใจซื้อ	1	1	1	3	1
22. ผู้ขายแต่งกายสะอาดเรียบร้อย	1	1	1	3	1
23. ผู้ขายมีอัธยาศัยดี คำพูดไพเราะ เชิญชวนให้ซื้อสินค้า	1	1	1	3	1
24. ผู้ขายมีความน่าเชื่อถือ เป็นกันเอง	1	1	1	3	1
25. มีการโฆษณา / ประชาสัมพันธ์ ๓ จุดขาย	1	1	1	3	1
26. มีการแจก / แจก / แถม ๓ จุดขาย	0	1	1	2	0.67
27. ผู้ขายให้คำปรึกษาเรื่องการจัดเครื่องปรุง-ประกอบอาหาร	1	1	0	2	0.67
28. มีส่วนลดของสินค้า	1	1	1	3	1
29. มีสัญลักษณ์ผู้ซื้อเสียงทางค่านอาหาร เช่น หมึกแดง เซลล์ชวนชิม เป็นต้น	1	1	1	3	1

## 4. การปฏิบัติการเลือกซื้ออาหารปลอดภัยปนเปื้อน

ข้อความ	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			□ <sub>R</sub>	IOC
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3		
<b>อาหารสด</b>	1	1	1	3	1
1. ข้าพเจ้าเลือกซื้อผักสดที่ไม่มีหนอนกักกินมา รับประทาน					
2. ข้าพเจ้าเลือกซื้อถั่วลิสงที่บดแล้วจากร้านค้ามา ประกอบอาหาร	1	1	1	3	1
3. ข้าพเจ้าเลือกซื้อผักสดที่มีแมลงรบกวนน้อยมา รับประทาน	1	1	1	3	1
4. ข้าพเจ้าเลือกซื้ออาหารสดตามฤดูกาล	1	1	1	3	1
5. ข้าพเจ้าเลือกซื้อผักสด-ผลไม้ตามฤดูกาล	1	1	1	3	1
6. ข้าพเจ้าเลือกซื้อผักสดที่ผู้ขายจัดใส่ถุงพลาสติก ไว้แล้ว	1	1	1	3	1
7. ข้าพเจ้าเลือกซื้อเนื้อหมูที่มีสีแดงอมชมพูมา รับประทาน	1	1	1	3	1
8. ข้าพเจ้าเลือกซื้อไก่ที่มีหนังบาง สีไม่ซีด ไม่มี กลิ่น	1	1	1	3	1
9. ข้าพเจ้าเลือกซื้อไข่ไก่ ที่ผิวเปลือกนอกเป็นสีนวล ซากมีเล็กน้อย	1	1	1	3	1
10. ข้าพเจ้าเลือกซื้อถั่วอกที่มีสีขาวตามธรรมชาติ	1	1	1	3	1
11. ข้าพเจ้าเลือกซื้อถั่วฝักยาวที่เนื้อแน่น มีแมลง เจาะเล็กน้อย	1	1	1	3	1
12. ข้าพเจ้าเลือกซื้ออาหารทะเลที่มีลักษณะตัวแข็ง มีตาใส ใหม่ โดยใช้น้ำแข็งแช่อยู่ตลอดเวลา	1	1	1	3	1
13. ข้าพเจ้าเลือกซื้ออาหารที่มีเนื้อหยุ่น กรอบ และ คงตัวอยู่ได้นาน	1	1	1	3	1



(ต่อ)

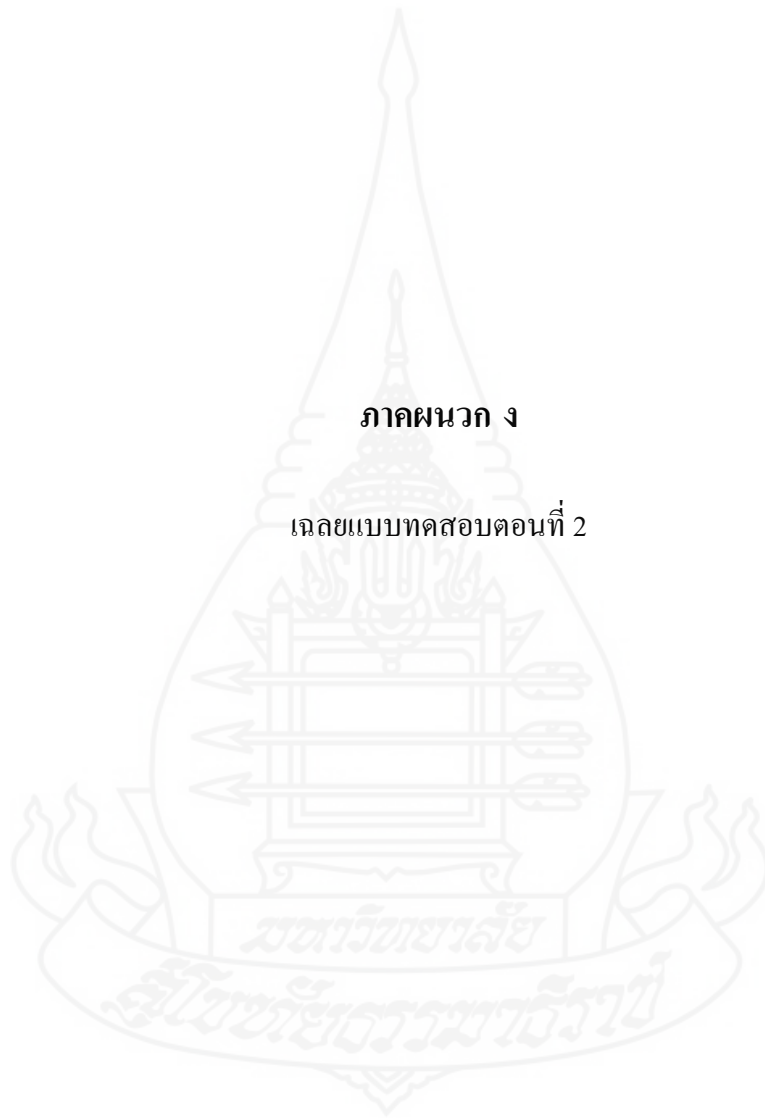
ข้อความ	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			□ <sub>R</sub>	IOC
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3		
14. ข้าพเจ้าเลือกซื้อเนื้อสัตว์ ผักสด ที่ไม่มีกลิ่นคาว ไปจากธรรมชาติ หรือกลิ่นฉุนแสบจมูก	1	1	1	3	1
15. ข้าพเจ้าเลือกซื้ออาหารจากแหล่งผลิตที่เชื่อถือได้	1	1	1	3	1
16. ข้าพเจ้าจะมองหาป้ายสัญลักษณ์ “อาหาร ปลอดภัย” ก่อนซื้อ	1	1	1	3	1
17. ข้าพเจ้าจะมองหาป้ายสัญลักษณ์ “ตลาดสดน่า ซื้อ” ก่อนซื้อ	1	0	1	2	0.67
<b>อาหารพร้อมปรุง</b>	1	1	1	3	1
18. ข้าพเจ้าเลือกซื้ออาหารพร้อมปรุงที่มีการบรรจุ ในกล่องโฟม					
19. ข้าพเจ้าเลือกซื้ออาหารพร้อมปรุง โดยสังเกตดู ป้ายบอกวันที่ผลิตและวันหมดอายุ	1	1	1	3	1
20. ข้าพเจ้าเลือกซื้ออาหารพร้อมปรุง โดยสังเกต ลักษณะของวัตถุดิบที่ไม่มีคาวไปจากธรรมชาติ	1	1	1	3	1
21. ข้าพเจ้าเลือกซื้ออาหารพร้อมปรุงที่เก็บในตู้เย็น อุณหภูมิ 7 องศาเซลเซียส	1	1	1	3	1
22. ข้าพเจ้ามองหาเครื่องหมาย “อย.” เป็น องค์ประกอบก่อนการตัดสินใจซื้ออาหารพร้อมปรุง	1	1	1	3	1
<b>อาหารปรุงสำเร็จ</b>	1	1	1	3	1
23. ข้าพเจ้าจะมองหาป้ายสัญลักษณ์ “อาหารสะอาด รสชาติอร่อย” ช่วยในการตัดสินใจซื้ออาหารปรุง สำเร็จ					
24. ข้าพเจ้าเลือกซื้อปลาทอ้งโก้ที่ทอดในน้ำมันไม่ดำ	1	1	1	3	1
25. ข้าพเจ้าเลือกซื้อขนมหวานที่มีสีสวย สดดู ตามารับประทาน	1	1	0	2	0.67
26. ข้าพเจ้าเลือกซื้ออาหารปรุงสำเร็จร้อนๆ ที่บรรจุ ในกล่องโฟม	1	1	1	3	1

(ต่อ)

ข้อความ	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			□ <sub>R</sub>	IOC
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3		
27. ข้าพเจ้าเลือกซื้ออาหารปรุงสำเร็จร้อนๆ ที่บรรจุในถุงพลาสติก	1	1	1	3	1
28. ข้าพเจ้าเลือกซื้ออาหารปรุงสำเร็จจากผู้ขายแต่งกาย สะอาด เรียบร้อย	1	1	1	3	1
29. ข้าพเจ้าเลือกซื้ออาหารประเภทลาบ ก้อยที่ปรุงสุกไม่มาก มารับประทาน	1	1	1	3	1
30. ข้าพเจ้าเลือกซื้อลูกชิ้นที่มีความเหนียวกรอบ กรอบมารับประทาน	1	1	1	3	1
31. ข้าพเจ้าเลือกซื้อกุ้งแห้งที่มีสีแดงมาปรุงอาหาร	1	1	1	3	1
32. ข้าพเจ้าชอบซื้ออาหารหมักดองที่สามารถเก็บไว้ได้นาน ๆ	1	1	1	3	1
33. ข้าพเจ้าเลือกซื้อปลาดุกแห้งที่ไม่มีแมลงไต่ตอม	1	1	1	3	1
34. ข้าพเจ้าเลือกซื้ออาหารชนิดเดิมๆ มารับประทานทุกวัน	1	1	1	3	1
35. ข้าพเจ้าเลือกซื้อภาชนะเซรามิกที่ไม่มีลวดลายด้านในมาบรรจุอาหาร	1	1	1	3	1
36. ข้าพเจ้าเลือกซื้ออาหารโดยคำนึงถึงคุณค่าของอาหารมากกว่าความอร่อย	1	1	1	3	1
37. ข้าพเจ้าซื้ออาหารที่ได้ก็ได้ถ้ามีความรู้เรื่อง การเลือกซื้ออาหาร	1	1	1	3	1

ภาคผนวก ง

เฉลยแบบทดสอบตอนที่ 2



## เฉลยแบบทดสอบตอนที่ 2 ความรู้เกี่ยวกับสารปนเปื้อนในอาหาร

ข้อความ	เฉลย
1. ควรเลือกซื้อเนื้อหมูที่มีสีแดงเข้มและไม่มีมันหมูแทรก	ผิด
2. ควรเลือกซื้อลูกชิ้น สีสดๆ นำมารับประทาน	ผิด
3. ควรเลือกซื้อปลาสด ใส่น้ำเกลือ ที่มีลักษณะหุ่ยกรอบ เค็มและอยู่ได้นาน	ผิด
4. ควรเลือกซื้อผลไม้สดที่มีสีสดเมื่อกินจะรู้สึกกรอบอร่อย	ผิด
5. อาหารทะเลสดโดยการแช่เย็น เมื่อต้มจะต้องไม่มีกลิ่นฉุนแสบจมูก	ถูก
6. ควรเลือกซื้อผัก ผลไม้ที่อยู่ได้ทั้งวัน โดยไม่เหี่ยวแห้งที่ถูกแดด ถูกลมทั้งวัน	ผิด
7. อาหารหมักดองมีอันตรายจากสารกันรา	ถูก
8. อาหารที่มีสีสังสวยงามเกินธรรมชาติให้โทษ	ถูก
9. ควรเลือกซื้ออาหารแห้งที่เก็บไว้ได้นานๆ	ผิด
10. ควรเลือกซื้อถั่วงอกที่มีสีใกล้เคียงกับธรรมชาติ ไม่ขาวจนเกินไป	ถูก
11. ควรเลือกซื้อขิงแห้งที่ฝอย ที่มีสีใกล้เคียงธรรมชาติ ไม่ขาวจนเกินไป	ถูก
12. ควรเลือกซื้อผักที่มีใบเขียวไม่มีรูพรุนจากการกัดเจาะของแมลง	ผิด
13. ควรเลือกซื้อน้ำตาลมะพร้าวที่มีสีขาว	ผิด
14. ควรบริโภคผักใบมากกว่าผักหัว เพราะผักหัวสะสมสารปนเปื้อนไว้มากกว่า	ถูก
15. ควรเลือกซื้อไข่เยี่ยวม้าที่ไม่มีมีการทาสีที่เปลือกไข่	ถูก
16. ควรเลือกซื้ออาหารสดจากแหล่งที่มีป้าย “ตลาดสดน่าซื้อ”	ถูก
17. ควรเลือกซื้ออาหารสดจากแหล่งมีป้ายสัญลักษณ์ “อาหารปลอดภัย” จากกระทรวงสาธารณสุข	ถูก
18. ควรเลือกซื้ออาหารพร้อมปรุงที่มีป้ายสัญลักษณ์ “อย.” ของคณะกรรมการอาหารและยา	ถูก
19. ควรเลือกซื้ออาหารปรุงสำเร็จที่มีเครื่องหมาย “อาหารสะอาด รสชาติอร่อย”	ถูก
20. ผักปลอดสารพิษมีลักษณะอย่างหนึ่งคือ สด เก็บไว้ไม่ได้นาน	ผิด
21. ควรใส่แปรงถูกรอบลงในอาหารทอดทำให้รสชาติอาหารอร่อย	ผิด
22. รสชาติของอาหารปลอดสารปนเปื้อนไม่ต่างจากอาหารทั่วไป	ถูก
23. อาหารปลอดสารปนเปื้อนมีราคาแพงกว่าอาหารทั่วไป	ผิด

## ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ	นายณัฐปนนท์ สิงห์ยศ
วัน เดือน ปีเกิด	6 มิถุนายน 2509
สถานที่เกิด	อำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา
ประวัติการศึกษา	ปริญญาตรี วิทยาลัยครูฉะเชิงเทรา พ.ศ. 2531
สถานที่ทำงาน	ศูนย์ศิลปะ วัฒนธรรมและท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏราชชนรินทร์ จังหวัดฉะเชิงเทรา
ตำแหน่ง	นักวิชาการศึกษาด้านศิลปะ วัฒนธรรม

