

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	๓
บทที่ 1 บทนำ	
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์	3
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	
แนวคิดเกี่ยวกับข่าวอินทรีย์	4
แนวคิดเกี่ยวกับตลาดองค์กร	13
แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของตลาดองค์กร	14
แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด	15
แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการณ์ซื้อของตลาดองค์กร/โรงพยาบาล	16
แนวคิดเกี่ยวกับ โมเดล AIDA (AIDA Model)	22
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	23
นิยามศัพท์	24
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	
ขอบเขตการศึกษา	25
ขอบเขตประชากร	25
ขนาดตัวอย่างและวิธีการเลือกตัวอย่าง	26
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	27
การวิเคราะห์ข้อมูลและค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์	27
ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา	28

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปและความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับข้าวอินทรีย์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม	30
ส่วนที่ 2 ข้อมูลพื้นฐานของโรงพยาบาลและพฤติกรรมการซื้อขายข้าวในปัจจุบัน และการซื้อข้าวอินทรีย์ในอนาคตของโรงพยาบาล	34
ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อข้าวอินทรีย์ของโรงพยาบาล ในจังหวัดเชียงราย	52
ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะ	60
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	
สรุปผลการศึกษา	62
อภิปรายผล	70
ข้อค้นพบ	75
ข้อเสนอแนะ	76
บรรณานุกรม	81
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก : รายชื่อ โรงพยาบาลในจังหวัดเชียงราย	84
ภาคผนวก ข : แบบสอบถาม	86
ประวัติผู้เขียน	96

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 เปรียบเทียบมาตรฐานเกษตรอินทรีย์และเกษตรปลอดภัยจากสารพิษ	11
2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	30
3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	30
4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการศึกษา	31
5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามตำแหน่ง	31
6 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม เวลาปฏิบัติงานด้านการจัดซื้อในโรงพยาบาล	32
7 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม ความรู้จักข้าวอินทรีย์	32
8 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม การซื้อข้าวอินทรีย์	33
9 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม การบริโภคข้าวอินทรีย์	33
10 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม ความสนใจซื้อข้าวอินทรีย์	33
11 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม ประเภทของโรงพยาบาล	34
12 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม จำนวนเตียงรองรับผู้ป่วยของโรงพยาบาล	34
13 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามที่ตั้งโรงพยาบาล ระหว่างโรงพยาบาลที่ตั้งอยู่ในอำเภอเมืองและโรงพยาบาลที่ตั้งอยู่ต่างอำเภอ	35
14 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความสัมพันธ์ระหว่าง ประเภทของโรงพยาบาลกับจำนวนเตียงรองรับผู้ป่วย	35
15 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวน บุคลากรของโรงพยาบาลที่รับประทานอาหารโรงครัวของโรงพยาบาล	36

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
16 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนผู้ป่วยที่รับประทานอาหาร โรงครัวของโรงพยาบาล	36
17 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามงบประมาณต่อปีในการจัดซื้ออาหารประเภทข้าวสารของโรงพยาบาล	37
18 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการจัดซื้อข้าวอินทรีย์ของโรงพยาบาล	37
19 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความสนใจซื้อข้าวอินทรีย์ของโรงพยาบาล	38
20 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรูปแบบในการตัดสินใจซื้อข้าวของโรงพยาบาล	38
21 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความความถี่ในการจัดซื้อข้าวของโรงพยาบาล	39
22 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อข้าวของโรงพยาบาล	40
23 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยในการเลือกผู้จัดจำหน่ายข้าวให้แก่โรงพยาบาล	41
24 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามบริการที่ต้องการจากผู้ขายข้าวให้แก่โรงพยาบาล	42
25 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวิธีการซื้อข้าวของโรงพยาบาล	43
26 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยสำคัญในการจัดซื้อข้าวอินทรีย์ให้แก่โรงพยาบาล	43
27 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผลจากโครงการอาหารปลอดภัยในโรงพยาบาลที่มีต่อการจัดซื้อข้าวของโรงพยาบาล	44
28 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยภายในองค์กรที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อข้าวอินทรีย์ของโรงพยาบาล	45
29 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามพันธุ์ข้าวอินทรีย์ที่โรงพยาบาลต้องการซื้อ	45

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
30 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภท ชนิด และปริมาณที่ซื้อในปัจจุบันและความต้องการในการจัดซื้อข้าวอินทรีย์ในอนาคต	46
31 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความสัมพันธ์ระหว่างประเภท ชนิด และปริมาณข้าวที่ซื้อในปัจจุบันและความต้องการในการจัดซื้อข้าวอินทรีย์ในอนาคต กับ โรงพยาบาลที่ตั้งอยู่ในอำเภอเมืองและ โรงพยาบาลต่างอำเภอ	48
32 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภท ชนิด และราคาข้าวที่ซื้อในปัจจุบันและความต้องการในการจัดซื้อข้าวอินทรีย์ในอนาคต	50
33 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งจำหน่ายข้าวอินทรีย์ที่โรงพยาบาลต้องการซื้อ	51
34 จำนวนร้อยละ ระดับความสำคัญและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อข้าวอินทรีย์ของโรงพยาบาลในจังหวัดเชียงราย	52
35 จำนวนร้อยละ ระดับความสำคัญและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อข้าวอินทรีย์ของโรงพยาบาลในจังหวัดเชียงราย	53
36 จำนวนร้อยละ ระดับความสำคัญและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อข้าวอินทรีย์ของ โรงพยาบาลในจังหวัดเชียงราย	54
37 จำนวนร้อยละ ระดับความสำคัญและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อข้าวอินทรีย์ของโรงพยาบาลในจังหวัดเชียงราย	55
38 จำนวนร้อยละ ระดับความสำคัญและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อข้าวอินทรีย์ของโรงพยาบาลในจังหวัดเชียงราย	56
39 จำนวนร้อยละ ระดับความสำคัญและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านการจัดองค์การที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อข้าวอินทรีย์ของโรงพยาบาลในจังหวัดเชียงราย	57

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
40 จำนวนร้อยละ ระดับความสำคัญและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านปฏิสัมพันธ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อข้าวอินทรีย์ ของโรงพยาบาลในจังหวัดเชียงราย	58
41 จำนวนร้อยละ ระดับความสำคัญและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อข้าวอินทรีย์ของ โรงพยาบาลในจังหวัดเชียงราย	59
42 สรุปข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	62
43 สรุปข้อมูลความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับข้าวอินทรีย์ของผู้ตอบแบบสอบถาม	63
44 สรุปข้อมูลพื้นฐานของ โรงพยาบาลของผู้ตอบแบบสอบถาม	64
45 สรุปกระบวนการการตัดสินใจซื้อที่มีต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อข้าวในปัจจุบัน และการซื้อข้าวอินทรีย์ในอนาคตของ โรงพยาบาลในจังหวัดเชียงราย	66
46 ปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ ระดับความสำคัญจำนวนมากที่สุด	68
47 ปัจจัยย่อยของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของตลาดองค์กรที่ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญจำนวนมากที่สุด	69

สารบัญภาพ

ภาพ		หน้า
1	วิธีการตลาดข้าว	7
2	อิทธิพลสำคัญของพฤติกรรมผู้ซื้อทางธุรกิจ	15
3	แบบจำลองพฤติกรรมผู้ซื้อตลาดองค์กร	18
4	Response Hierarchy Model	23

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved