

ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อผักปลอดภัย  
ของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดตรัง

Marketing Factors Influenced Organic Vegetable Purchasing

Behavior of Consumers in Muang Trang

ชญานุช เฟิงชิต

Chanyanuch Phengchit

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อผักปลอดภัยของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดตรัง 2) ศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อผักปลอดภัยของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดตรัง 3) เปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดต่อการเลือกซื้อผักปลอดภัยของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดตรัง จำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ และ 4) เปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดต่อการเลือกซื้อผักปลอดภัยของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดตรัง จำแนกตามพฤติกรรมการเลือกซื้อผักปลอดภัย กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้บริโภคที่เคยซื้อและรับประทานผักปลอดภัยที่อาศัยอยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดตรัง จำนวน 400 ตัวอย่าง สถิติที่ใช้คือ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และหาความแตกต่างของค่าที่ (t-test) และทดสอบค่าเอฟ (F-test) ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวน (One-Way ANOVA)

ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกซื้อผักปลอดภัยประเภทผักที่นิยมปรุงให้สุกก่อนบริโภค ซึ่งบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อ คือ เพื่อน ค่าใช้จ่ายแต่ละครั้งในการซื้อ 101 - 200 บาท มีแหล่งเลือกซื้อจากร้านโครงการหลวง โดยเหตุผลที่ซื้อ เพราะเพื่อสุขภาพที่ดี และมีความถี่ในการซื้อ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างมีระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อผักปลอดภัยของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดตรัง โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านลักษณะทางกายภาพ ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยลำดับสุดท้าย คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด นอกจากนี้ยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ค่าใช้จ่ายแต่ละครั้งในการซื้อผักปลอดภัย แหล่งเลือกซื้อผักปลอดภัย และเหตุผลที่ซื้อผักปลอดภัยต่างกัน มีระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดต่อการเลือกซื้อผักปลอดภัยของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดตรัง โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ : ปัจจัยทางการตลาด, พฤติกรรมการเลือกซื้อ, ผักปลอดภัย

## ABSTRACT

This research aimed to firstly observe the purchasing behavior of the consumers in Muang Trang, second, to study the influent level of the marketing factors which affect the consumers' organic vegetable purchasing behavior. Third, it was to compare the level of marketing factors' signification toward the purchasing behavior of the consumers which classified accordingly to the demographic characteristics, and last, compare the level of marketing factors' signification toward the purchasing behavior of the consumers which classified accordingly to the organic vegetable purchasing behavior. 400 Organic vegetable consumers who purchased and reside in Muang Trang were selected as the samples in this research. Frequency, Percentage, Mean, Standard Deviation, and t-test, F-test with One-Way ANOVA were applied in the data analysis.

The finding revealed that the majority of the samples prefer the vegetable requires a proper cook before consuming. Friends were the influential key on their purchasing behavior. For once or twice a week, they spent approximately 101 to 200 baht each purchase at the Royal Project shop which aimed to consume for a healthy life. Also, the samples were strongly affected by the marketing factors on organic vegetable purchasing behavior. The highest influent factor was the product, followed by people, process, price, place, and physical evidence whereas the promotion had the least influence. On the other hand, the finding showed that the divergence of monthly income, price of each spending, place of purchasing, and reason of consuming were reflected by different marketing factors at a statistically significant level of .05.

**Keyword:** Marketing Factor, Purchasing Behavior, Organic Vegetable

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันประเทศไทย เรื่องของปัญหาสุขภาพของประชาชนคนไทยเพิ่มทวีขึ้น ซึ่งเห็นได้จากสถิติของผู้ป่วยที่มารับบริการรักษาพยาบาลที่โรงพยาบาลมีจำนวนมากขึ้นเรื่อยๆ และอัตราการป่วย จากโรคที่ไม่ติดต่อเพิ่มสูงขึ้น โรงพยาบาลก็ต้องเพิ่มขนาดของโรงพยาบาลเพื่อให้รองรับผู้มารับบริการ ซึ่งเป็นภาระที่รัฐบาลจะต้องเสียงบประมาณในการดำเนินการเป็นอันมาก และเป็นการแก้ปัญหาที่ปลายเหตุ เนื่องจาก ต้นเหตุของปัญหาสุขภาพ ที่สำคัญมีสาเหตุมาจากการบริโภคอาหารที่ไม่ถูกสุขลักษณะ อาหารที่มีการปลอมปนสารเคมี หรือ ผัก ที่ได้รับสารพิษเพราะเกษตรกรใช้สารกำจัดศัตรูพืช ทำให้สารเคมีที่เป็นโทษเหล่านั้น ตกอยู่กับผู้บริโภคอย่างยากที่จะหลีกเลี่ยง

จากสถานการณ์ความปลอดภัยด้านอาหารในจังหวัดตรัง อยู่ในระดับที่จำเป็นต้องบูรณาการแก้ไขปัญหา กรมวิชาการเกษตร ได้ตรวจสอบสารพิษตกค้างพาราควอตในพืชผัก ในช่วงปลายเดือนธันวาคม 2560 ของ โดยเก็บตัวอย่างพืช 8 ชนิด ได้แก่ พริก ค่ะน้า ถั่วฝักยาว กะหล่ำปลี ใบบวบ กะเพรา ชะอม และตำลึง รวม 155 ตัวอย่าง สกัดตาม วิธีการ Quick Polar Pesticide Method (QuPPE) ของสหภาพยุโรป วิเคราะห์ด้วยเครื่องมือ HPLC-MS/MS แบบ triple quadrupoles พบสารพิษพาราควอต ตกค้าง 6 ตัวอย่าง โดยพบในตำลึง 5 ตัวอย่าง และพบในชะอม 1 ตัวอย่าง ในปริมาณ 0.01 – 0.02 มิลลิกรัมต่อกิโลกรัม และจากรายงานผลการตรวจวิเคราะห์สารพิษ ตกค้างของ กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เมื่อปี พ.ศ. 2559 ที่จังหวัดลำปาง ตรวจพบพาราควอตตกค้างในถั่วลิสง จำนวน 1 ตัวอย่าง จากการสำรวจพืช 11 ชนิด ทั้งหมด 16 ตัวอย่าง

จังหวัดตรัง จึงได้มีเกษตรกรรวมตัวกันเปิด “ตลาดนัดสีเขียว” หนึ่งเดียวใน จ.ตรัง ขายพืชผักผลไม้ปลอดสารพิษทุกชนิด รวมทั้งไม่ใช้ถุงพลาสติก และขึ้นป้ายรณรงค์ไม่ใช้สารเคมี เพราะเป็นอันตรายต่อร่างกาย และสิ่งแวดล้อมเกษตรกรชาวตรัง และใกล้เคียงประมาณ 30 ราย ในนาม “กลุ่มผักเขียว” ซึ่งแปลว่า ฟุ่ม พัก หัวใจสีเขียว ได้ร่วมกันเปิดตลาดนัดสีเขียวชื่อว่า “ตลาดกรีนซินตา” ขึ้น โดยเป็นการรวมตัวของพ่อค้าแม่ค้าที่ขายพืชผักผลไม้ที่ปลูกเองจากที่บ้าน และมีคณะกรรมการลงพื้นที่ไปตรวจสอบแปลงปลูก เพื่อยืนยันว่าไม่ใช้สารฆ่าแมลง และสารฆ่าหญ้าทุกชนิด จึงจะสามารถนำมาวางขายได้

แนวคิดของผักปลอดสารพิษ คือ อยากรปลูกผักปลอดสารพิษไว้รับประทานและจำหน่าย จึงสืบค้นเรื่องของการปลูกผักปลอดสารพิษ ส่วนที่มาของผักสวนครัวก็คือ ผักจะเป็นอาหารประจำวันของมนุษย์และผักสมัยนี้ก็มีการพ่นยาฆ่าแมลง หากเราปลูกเองดูแลเองก็จะปลอดภัยมากกว่า ซึ่งผักปลอดสารพิษนี้มีความสำคัญมากมายต่อร่างกายให้เกลือแร่และวิตามินที่มีคุณค่า ทั้งยังเป็นการสร้างรายได้เสริมได้อีกทางเมื่อนำผักไปขายและเป็นการใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์อีกด้วย

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อผักปลอดภัยของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดตรัง
2. เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อผักปลอดภัยของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดตรัง
3. เพื่อเปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดต่อการเลือกซื้อผักปลอดภัยของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดตรัง จำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์
4. เพื่อเปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดต่อการเลือกซื้อผักปลอดภัยของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดตรัง จำแนกตามพฤติกรรมการเลือกซื้อผักปลอดภัย

## สมมติฐานของการวิจัย

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสถานภาพต่างกัน ส่งผลต่อระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดต่อการเลือกซื้อผักปลอดภัยของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดตรัง ที่แตกต่างกัน
2. พฤติกรรมการเลือกซื้อผักปลอดภัย ได้แก่ ประเภทผักปลอดภัย บุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อ ค่าใช้จ่ายแต่ละครั้งในการซื้อ แหล่งเลือกซื้อผักปลอดภัย เหตุผลที่ซื้อผักปลอดภัย และความถี่ในการซื้อผักปลอดภัยต่อสัปดาห์ต่างกัน ส่งผลต่อระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดต่อการเลือกซื้อผักปลอดภัยของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดตรัง ที่แตกต่างกัน

## ขอบเขตของการวิจัย

### 1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยสนใจศึกษา เรื่อง ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อผักปลอดภัยของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดตรัง โดยมีตัวแปรอิสระและตัวแปรตามดังนี้

ตัวแปรอิสระ คือ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสถานภาพ

ส่วนพฤติกรรมการเลือกซื้อผักปลอดภัย ประกอบด้วย ประเภทผักปลอดภัย บุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อ ค่าใช้จ่ายแต่ละครั้งในการซื้อ แหล่งเลือกซื้อผักปลอดภัย เหตุผลที่ซื้อผักปลอดภัย และความถี่ในการซื้อผักปลอดภัยต่อสัปดาห์

ตัวแปรตาม คือ ปัจจัยทางการตลาดต่อการเลือกซื้อผักปลอดภัยของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดตรัง ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการบริการ

### 2. ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคที่เคยซื้อและรับประทานผักปลอดภัยที่อาศัยอยู่ในอำเภอเมืองจังหวัดตรัง ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน

### 3. ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่ที่ใช้ในการศึกษา คือ พื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดตรัง

### 4. ขอบเขตด้านเวลา

ระยะเวลาเก็บข้อมูลเดือนพฤศจิกายน 2562 ถึง มีนาคม 2563

### วิธีดำเนินการวิจัย

#### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคที่เคยซื้อและรับประทานผักปลอดภัยที่อาศัยอยู่ในอำเภอเมืองจังหวัดตรัง ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เนื่องจากไม่มีข้อมูลเกี่ยวกับผู้บริโภคที่เคยซื้อและรับประทานผักปลอดภัยที่อาศัยอยู่ในอำเภอเมืองจังหวัดตรัง ที่แน่นอน ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้วิธีการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากการประมาณค่าร้อยละ กรณีไม่ทราบประชากร โดยใช้สูตรของ W.G. Cochran (1977 กัลยา วานิชย์บัญชา และจิตา วานิชย์บัญชา, 2558) ได้เท่ากับ 385 ตัวอย่าง และเพื่อป้องกันความผิดพลาดจากการตอบแบบสอบถามอย่างไม่สมบูรณ์ จึงทำการเก็บตัวอย่างเพิ่มอีก 4% เท่ากับ 15 คน รวมจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ทั้งสิ้น 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling)

#### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย แบ่งเป็น 3 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามแบบเลือกตอบ (Check List) จำนวน 7 ข้อ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกซื้อผักปลอดภัยของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดตรัง เป็นคำถามแบบเลือกตอบ (Check List) จำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อผักปลอดภัยของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดตรัง เป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) จำนวน 30 ข้อ

#### การสร้างและการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

1. ศึกษาเอกสาร ตำรา งานวิจัย ข้อมูลจากเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อผักปลอดภัยของผู้บริโภค และวิธีการสร้างข้อมูลและใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

2. สร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์การศึกษาแล้วนำแบบสอบถามเสนออาจารย์ที่ปรึกษา และผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความถูกต้องเที่ยงตรง ตามเทคนิค IOC (Index of item objective congruence: IOC) เพื่อให้แบบสอบถามสามารถใช้ได้ตรงตามวัตถุประสงค์และสื่อความหมายได้ตรงกันระหว่างผู้ออกแบบสอบถามและผู้ตอบแบบสอบถาม

3. นำแบบสอบถามที่แก้ไขปรับปรุงสมบูรณ์แล้ว ไปแจกสำรวจให้แก่ผู้บริโภคลักษณะ มีความใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ราย แล้วนำมาทดสอบความน่าเชื่อถือของคำตอบ โดยใช้สูตรหาค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha ซึ่งได้ความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเกี่ยวกับ ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อผักปลอดภัยของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดตรัง ได้ค่า  $\alpha$ -Coefficient เท่ากับ .994 โดยถือว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือตามหลักสถิติ และ นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปใช้จริงกับกลุ่มตัวอย่าง

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงเดือนมกราคม 2563 โดยผู้วิจัย นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลกับผู้บริโภคที่เคยซื้อและ รับประทานผักปลอดภัยที่อาศัยอยู่ในอำเภอ เมืองจังหวัดตรัง บริเวณตามจุดจำหน่ายผัก ปลอดภัยในตลาดสด ห้างสรรพสินค้า ร้านสะดวกซื้อ ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดตรัง พร้อม ทั้งรอรับแบบสอบถามคืนด้วยตนเอง โดยใช้เวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งหมด 5 วัน

### การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติที่ใช้

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ และพฤติกรรมการเลือกซื้อผักปลอดภัยของผู้บริโภค ในอำเภอเมือง จังหวัดตรัง ของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์โดยการแจกแจงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)
2. ประเมินระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อผักปลอดภัย ของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดตรัง วิเคราะห์โดยคำนวณค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (Standard Deviation)
3. การเปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดต่อการเลือกซื้อผัก ปลอดภัยของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดตรัง จำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ และ พฤติกรรมการเลือกซื้อผักปลอดภัย โดยการทดสอบความแตกต่างของค่าที่ (t-Test) และ ทดสอบค่าเอฟ (F-Test) ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวน (One-Way ANOVA) และหากพบ ความแตกต่างจะทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่แบบวิธี LSD

### ผลการวิจัย

1. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 64.25 มีอายุระหว่าง 35 - 45 ปี คิดเป็นร้อยละ 44.75 ซึ่งมีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 62.50 โดยมีอาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 61.25 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 - 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 47.00 และมีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 46.75

2. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกซื้อผักปลอดภัยประเภทผักที่นิยมปรุงให้สุกก่อนบริโภค เช่น ผักบุ้ง ผักหวาน ผักกาดขาว ฯลฯ คิดเป็นร้อยละ 70.75 โดยบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือก ซื้อผักปลอดภัย คือ เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 40.00 มีค่าใช้จ่ายแต่ละครั้งในการซื้อผักปลอดภัย

101 - 200 บาท คิดเป็นร้อยละ 38.25 ซึ่งมีแหล่งเลือกซื้อผักปลอดภัยจากร้านโครงการหลวง คิดเป็นร้อยละ 44.00 โดยเหตุผลที่ซื้อผักปลอดภัยเพราะเพื่อสุขภาพที่ดี คิดเป็นร้อยละ 66.75 และส่วนใหญ่มีความถี่ในการซื้อผักปลอดภัย 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 47.00

3. กลุ่มตัวอย่างมีระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อผักปลอดภัยของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดตรัง โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}= 4.10$ , S.D.= 0.736) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ( $\bar{X}= 4.30$ , S.D.= 0.613) รองลงมา คือ ด้านบุคลากร ( $\bar{X}= 4.21$ , S.D.= 0.724) ด้านกระบวนการบริการ ( $\bar{X}= 4.20$ , S.D.= 0.684) ด้านราคา ( $\bar{X}= 4.18$ , S.D.= 0.760) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ( $\bar{X}= 3.98$ , S.D.= 0.799) และด้านลักษณะทางกายภาพ ( $\bar{X}= 3.97$ , S.D.= 0.769) ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยลำดับสุดท้าย คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ( $\bar{X}= 3.84$ , S.D.= 0.800)

4. การเปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดต่อการเลือกซื้อผักปลอดภัยของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดตรัง จำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ และพฤติกรรมการเลือกซื้อผักปลอดภัย ดังตาราง 1

ตาราง 1 การเปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดต่อการเลือกซื้อผักปลอดภัยของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดตรัง จำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ และพฤติกรรมการเลือกซื้อผักปลอดภัย

| ลักษณะทาง<br>ประชากรศาสตร์<br>และพฤติกรรม<br>การเลือกซื้อ<br>ผักปลอดภัย | ปัจจัยทางการตลาด |              |                                  |                            |         |                         |                     |              |
|---|------------------|--------------|----------------------------------|----------------------------|---------|-------------------------|---------------------|--------------|
|   | ผลิตภัณฑ์        | ราคา         | ช่อง<br>ทางการ<br>จัด<br>จำหน่าย | การ<br>ส่งเสริม<br>การตลาด | บุคลากร | ลักษณะ<br>ทาง<br>กายภาพ | กระบวนการ<br>บริการ | โดยรวม       |
| 1. เพศ  | .202             | .094         | .788                             | .149                       | .391    | .747                    | .188                | .258         |
| 2. อายุ   | .534             | .090         | .884                             | .796                       | .803    | .361                    | .516                | .542         |
| 3. ระดับการศึกษา  | .412             | .094         | .497                             | .640                       | .849    | .665                    | .581                | .339         |
| 4. อาชีพ  | .127             | .652         | .432                             | .482                       | .484    | .068                    | .071                | .056         |
| 5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน   | <b>.011*</b>     | <b>.050*</b> | .110                             | .277                       | .455    | .514                    | .256                | <b>.006*</b> |
| 6. สถานภาพ  | .073             | .076         | .781                             | .690                       | .854    | .599                    | .656                | .197         |
| 7. ประเภทผัก<br>ปลอดภัย   | .137             | .994         | .223                             | .222                       | .963    | .677                    | .605                | .206         |
| 8. บุคคลที่มีอิทธิพล  | .233             | .901         | .685                             | .843                       | .866    | .922                    | .944                | .952         |
| 9. ค่าใช้จ่ายแต่ละครั้ง   | .269             | .487         | .070                             | .206                       | .673    | <b>.022*</b>            | .132                | <b>.022*</b> |
| 10. แหล่งเลือกซื้อ  | <b>.007*</b>     | .261         | .571                             | .828                       | .140    | .570                    | <b>.002*</b>        | <b>.006*</b> |
| 11. เหตุผลที่ซื้อ   | .126             | .956         | <b>.009*</b>                     | .075                       | .347    | .893                    | .061                | <b>.012*</b> |
| 12. ความถี่ใน<br>การซื้อ  | .057             | .450         | 1.000                            | .646                       | .235    | .208                    | .164                | .976         |

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ค่าใช้จ่ายแต่ละครั้งในการซื้อผักปลอดภัย แหล่งเลือกซื้อผักปลอดภัย และเหตุผลที่ซื้อผักปลอดภัยต่างกัน มีระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดต่อการเลือกซื้อผักปลอดภัยของผู้บริโภคในอำเภอเมืองจังหวัดตรัง โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

### อภิปรายผล

#### พฤติกรรมการเลือกซื้อผักปลอดภัยของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดตรัง

1. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกซื้อผักปลอดภัยประเภทผักที่นิยมปรุงให้สุกก่อนบริโภค ได้แก่ ผักบุ้ง ผักหวาน ผักกาดขาว ฯลฯ สอดคล้องกับการศึกษาของอนิตตา ประดาอินทร์, ทิพย์รัตน์ วงศ์หมื่น และมัทนา เตจ๊ะ (2561) ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคผักปลอดสารพิษ ในจังหวัดลำปาง ผลการศึกษา พบว่า ผักปลอดสารพิษที่นิยมบริโภค คือ ผักที่นำไปปรุงให้สุกก่อนบริโภค ได้แก่ ผักกาด ฯลฯ

2. บุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อผักปลอดภัย คือ เพื่อน สอดคล้องกับการศึกษาของสุมิตรา กันระวงศ์ (2552) ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อผักปลอดสารพิษจากเกษตรกรในจังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ สื่อที่ทำให้รับทราบข้อมูลผักปลอดสารพิษจากเกษตรกร คือ จากการแนะนำของเพื่อน

3. มีค่าใช้จ่ายแต่ละครั้งในการซื้อผักปลอดภัย 101 - 200 บาท สอดคล้องกับการศึกษาของณิชาชนนันท์ ใจดำ (2559) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อผักปลอดสารพิษ กรณีศึกษา ริมบึงซูปเปอร์มาร์เก็ต ในจังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษา พบว่า ค่าใช้จ่ายแต่ละครั้งในการซื้อผักปลอดสารพิษ 101-200 บาท

4. มีแหล่งเลือกซื้อผักปลอดภัยจากร้านโครงการหลวง สอดคล้องกับการศึกษาของอรนุช อาจประจัญ (2558) ศึกษาความรู้และพฤติกรรมการบริโภคผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ซื้อผักปลอดสารพิษจากร้านโครงการหลวง

5. เหตุผลที่ซื้อผักปลอดภัย เพราะเพื่อสุขภาพที่ดี สอดคล้องกับการศึกษาของอนิตตา ประดาอินทร์, ทิพย์รัตน์ วงศ์หมื่น และมัทนา เตจ๊ะ (2561) ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคผักปลอดสารพิษ ในจังหวัดลำปาง ผลการศึกษา พบว่า เหตุผลที่บริโภคผักปลอดสารพิษ คือ เพื่อสุขภาพที่ดี

6. มีความถี่ในการซื้อผักปลอดภัย 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ สอดคล้องกับการศึกษาของอนิตตา ประดาอินทร์, ทิพย์รัตน์ วงศ์หมื่น และมัทนา เตจ๊ะ (2561) ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคผักปลอดสารพิษ ในจังหวัดลำปาง ผลการศึกษา พบว่า ความถี่ในการบริโภคของผู้บริโภค คือ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์



## ระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อผักปลอดภัยของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดตรัง

กลุ่มตัวอย่างมีระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อผักปลอดภัยของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดตรัง โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับการศึกษาของพริยา สิริภัทรไพศาล (2550) ได้ศึกษา เรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภค และส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อแนวโน้มการตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษในซูเปอร์มาเก็ต เขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษา พบว่า มีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด อยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด 2 ด้าน คือ

1. ด้านผลิตภัณฑ์ สอดคล้องกับการศึกษาของวารุณี จินตร (2554) ศึกษาปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษของผู้บริโภค ผลการศึกษา พบว่า ในส่วนความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมากที่สุด

2. ด้านบุคลากร สอดคล้องกับการศึกษาของกฤษฎี ษนะชัย (2561) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เวชสำอางจากสารสกัดใบบัวบก ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคลากรอยู่ในระดับมากที่สุด

อยู่ในระดับมาก 5 ด้าน คือ

1. ด้านกระบวนการบริการ สอดคล้องกับการศึกษาของจักรพงษ์ สุขพันธ์ (2559) ศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อช่องทางการจัดจำหน่ายผักอินทรีย์ ผลการศึกษา พบว่า ผู้บริโภคผักอินทรีย์มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ อยู่ในระดับมาก

2. ด้านราคา สอดคล้องกับการศึกษาของสมิตรา กันธะวงค์ (2552) ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อผักปลอดสารพิษจากเกษตรกรในจังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษา พบว่าด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อผักปลอดสารพิษจากเกษตรกรในจังหวัดเชียงใหม่ ด้านราคา อยู่ในระดับมาก

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย สอดคล้องกับการศึกษาของธิดิมา เทียนไพโร (2550) ศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อผักปลอดสารพิษ ด้านการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก

4. ด้านลักษณะทางกายภาพ สอดคล้องกับการศึกษาของจิรัฐา ว่างแจ่ม (2555) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อผักปลอดสารพิษในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญด้านสถานที่การจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก

5. ด้านการส่งเสริมการตลาด สอดคล้องกับการศึกษาของวารุณี จินตร (2554) ศึกษาปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษของผู้บริโภค ผลการศึกษา พบว่า ในส่วนความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่า ด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก

### การเปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดต่อการเลือกซื้อผักปลอดภัยของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดตรัง จำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดต่อการเลือกซื้อผักปลอดภัยของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดตรัง โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับการศึกษาของพริยา สิริภัทรไพศาล (2550) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภค และส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อแนวโน้มการตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษในซูเปอร์มาเก็ต เขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษา พบว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีพฤติกรรมในการบริโภคผักปลอดสารพิษในซูเปอร์มาเก็ต ด้านค่าใช้จ่ายในการซื้อแตกต่างกัน

นอกจากนี้ยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ต่างกัน มีระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดต่อการเลือกซื้อผักปลอดภัยของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดตรัง โดยรวมและรายด้าน ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับการศึกษาของอนิตตา ประดาอินทร์, ทิพย์รัตน์ วงศ์หมื่น และมัทนา เตชะ (2561) ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคผักปลอดสารพิษ ในจังหวัดลำปาง ผลการศึกษา พบว่า เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ ที่ต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคไม่ต่างกัน

กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพ ต่างกัน มีระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดต่อการเลือกซื้อผักปลอดภัยของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดตรัง โดยรวมและรายด้าน ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับการศึกษาของสุทธดา ชัดติยะ (2550) ศึกษาพฤติกรรมการความต้องการผักปลอดสารพิษของผู้บริโภค ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ผลการศึกษา พบว่า สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมในการซื้อผักปลอดสารพิษ ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

### การเปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดต่อการเลือกซื้อผักปลอดภัยของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดตรัง จำแนกตามพฤติกรรมการเลือกซื้อผักปลอดภัย

กลุ่มตัวอย่างที่มีค่าใช้จ่ายแต่ละครั้งในการซื้อผักปลอดภัยต่างกัน มีระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดต่อการเลือกซื้อผักปลอดภัยของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดตรัง โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับการศึกษาของอรนุช อาจประจัญ (2558) ศึกษาความรู้และพฤติกรรมการบริโภคผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษา พบว่า ค่าใช้จ่ายซื้อผักปลอดสารพิษต่อครั้ง ต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผักปลอดสารพิษ แตกต่างกันในที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

กลุ่มตัวอย่างที่มีแหล่งเลือกซื้อผักปลอดภัยต่างกัน มีระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดต่อการเลือกซื้อผักปลอดภัยของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดตรัง โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะกลุ่มตัวอย่างที่มีแหล่งเลือกซื้อผักปลอดภัย แตกต่างกัน อาจจะทำให้ความสำคัญกับความสดใหม่ของผักที่นำมาจำหน่าย ความสวยงามของบรรจุภัณฑ์ ผักไม่มีสารตกค้าง มีสีสันทันรับประทาน และมีมาตรฐานรับรองความปลอดภัย

ตลอดจนความรวดเร็วในการให้บริการ และการให้บริการอย่างเสมอภาคตามลำดับก่อนหลัง กลุ่มตัวอย่างจึงให้ความสำคัญกับด้านผลิตภัณฑ์ และกระบวนการให้บริการ ที่แตกต่างกัน

กลุ่มตัวอย่างที่มีเหตุผลที่ซื้อผักปลอดภัยต่างกัน มีระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดต่อการเลือกซื้อผักปลอดภัยของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดตรัง โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะกลุ่มตัวอย่างที่มีเหตุผลที่ซื้อผักปลอดภัยต่างกัน ต่างก็ให้ความสำคัญกับสถานที่จัดจำหน่ายผัก ที่แตกต่างกันไป ทำให้กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่แตกต่างกัน

กลุ่มตัวอย่างที่มีประเภทผักปลอดภัย บุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อผักปลอดภัย และความถี่ในการซื้อผักปลอดภัยต่อสัปดาห์ต่างกัน มีระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดต่อการเลือกซื้อผักปลอดภัยของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดตรัง โดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะกลุ่มตัวอย่างต่างกันหันมาสนใจรับประทานผักเพื่อสุขภาพกันมากขึ้น ทำให้กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยทางการตลาดต่อการเลือกซื้อผักปลอดภัย ไม่แตกต่างกัน

### ข้อเสนอแนะ

#### ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

- 1) ส่งเสริมให้มีการสร้างสรรค์บรรจุภัณฑ์ที่แปลกใหม่
- 2) จัดให้มีผักปลอดภัยที่มีหลากหลายราคา เพื่อผู้บริโภคได้ตัดสินใจเลือกซื้อไปบริโภคมากขึ้น
- 3) เพิ่มการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนทั่วไปได้รู้จักแหล่งจำหน่ายผักปลอดภัยให้ได้รับรู้และรู้จักกันมากขึ้น
- 4) ส่งเสริมให้มีการโฆษณาในสื่อสังคมออนไลน์ วิทยุ หรือการใช้ใบปลิวเพื่อส่งเสริมการขายให้มากกว่านี้ เพื่อให้บุคคลทั่วไปได้รับรู้ให้มากกว่านี้
- 5) ด้านบุคลากร จัดให้มีการฝึกอบรมให้พนักงานขาย ให้บริการด้วยความกระตือรือร้น มีความสุภาพ อ่อนน้อมกับผู้บริโภคอย่างสม่ำเสมอ
- 6) จัดให้มีการประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆ ให้หลายๆ ทาง เพื่อให้เป็นที่รู้จักของบุคคลที่กว้างขวางมากยิ่งขึ้น
- 7) ให้มีการจัดกิจกรรม หรือให้มีการแจ้งเตือนเพื่อผู้บริโภคทราบเกี่ยวกับกิจกรรม รายการอัปเดต หรือการเปลี่ยนแปลงต่างๆ อยู่เสมอ

#### ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

- 1) ควรทำการศึกษาถึงความตระหนักของผู้บริโภคในเรื่องความปลอดภัยจากการบริโภคผักปลอดภัยในเขตจังหวัดตรัง
- 2) ควรมีการศึกษาพฤติกรรมกรรมการเลือกซื้อผักปลอดภัยของผู้บริโภคในอำเภออื่นๆ ของจังหวัดตรัง บ้าง

### เอกสารอ้างอิง

กฤษฎี ชนะชัย. (2561). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ

ผลิตภัณฑ์เวชสำอางจากสารสกัดใบบัวบก ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร.

การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

- กัลยา วานิชย์บัญชา และจิตา วานิชย์บัญชา. (2558). การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. พิมพ์ครั้งที่ 27. กรุงเทพฯ: ภาควิชาสถิติ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จักรพงษ์ สุขพันธ์. (2559). ส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อช่องทางการจัดจำหน่ายผักอินทรีย์. การประชุมวิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต ครั้งที่ 8: 2559 “การวิจัยและพัฒนานวัตกรรมอย่างยั่งยืนสู่โลกาภิวัตน์”
- จิรัฐา วัจนแจ่ม. 2555. พฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อผักปลอดสารพิษในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ณัชชนันท์ ใจดำ. (2559). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อผักปลอดสารพิษ กรณีศึกษา ริมปิงซูเปอร์มาร์เก็ต ในจังหวัดเชียงใหม่. รายงานการค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- ชิตีมา เทียนไพโร. 2550. พฤติกรรมการเลือกซื้อผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี. ปัญหาพิเศษบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- วารุณี จินศร. (2554). ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษของผู้บริโภค. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีธบุรี.
- สิริพร ทัดทวี. (2549). พฤติกรรมการบริโภคผักปลอดสารพิษในเขตกรุงเทพมหานคร. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สุมิตรา กันธะวงศ์. 2552. พฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อผักปลอดสารพิษจากเกษตรกรในจังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- พริยา สิริภัทรไพศาล. 2550. พฤติกรรมผู้บริโภคและส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อแนวโน้มการตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษในซูเปอร์มาร์เกต เขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- อนิตตา ประดาอินทร์, ทิพย์รัตน์ วงศ์หมื่น และมัทนา เตชะ. (2561). พฤติกรรมการบริโภคผักปลอดสารพิษ ในจังหวัดลำปาง. สู่วิจัยรับใช้สังคมด้วยนวัตกรรมสร้างสรรค์, เล่ม 2 ด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์. 635-650.
- อรนุช อาจประจัญ. (2558). ความรู้และพฤติกรรมการบริโภคผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.