

ส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจผักปลอดสารพิษ อำเภอเมืองจังหวัดตาก
The Marketing Mix of Pesticide-Free Vegetable Business
in Mueang Tak District, Tak Province

ศิริอมร กาวีระ¹, ธิติมา ตกแต่ง², แสงอุดม ภูมราเสวต³

Siriamorn Krawira, Thitima Toktang, Saeng-udom Phummarasawet

Received: 12 October 2020; Revised: 28 October 2020; Accepted: 9 November 2020

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจผักปลอดสารพิษ อำเภอเมืองจังหวัดตาก มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดตาก 2) เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษ และ 3) เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจผักปลอดสารพิษในเขตอำเภอเมืองจังหวัดตาก เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ กลุ่มประชาชนอำเภอเมืองจังหวัดตาก จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 26-30 ปี รายได้เฉลี่ยต่อเดือนรายได้ 5,001-10,000 บาท มีอาชีพเป็นพนักงานเอกชน พฤติกรรมการบริโภคผักปลอดสารพิษในเขตอำเภอเมือง จังหวัดตาก ซื้อผักปลอดสารพิษ 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์ ผักปลอดสารพิษประเภท กะหล่ำปลี มีค่าใช้จ่ายในการซื้อผักปลอดสารพิษ 300-500 บาทต่อครั้ง เลือกซื้อผักปลอดสารพิษเพราะการดูแลสุขภาพ เหตุผลที่ตัดสินใจซื้อเนื่องจากความน่าเชื่อถือของธุรกิจผักปลอดสารพิษ ส่วนใหญ่โลตัส/บิ๊กซี และตัวเองมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษอยู่ในระดับปานกลาง อันดับแรกคือด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาด้านราคา และด้านด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ตามลำดับ มีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจผักปลอดสารพิษอยู่ในระดับปานกลาง

คำสำคัญ : ส่วนประสมทางการตลาด, ทักษะคิด, พฤติกรรมการบริโภค, ธุรกิจผักปลอดสารพิษ

¹ อาจารย์ประจำ, คณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยนอร์ทเทิร์น

² อาจารย์ประจำ, คณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยนอร์ทเทิร์น

³ ดร., อาจารย์ประจำ, คณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยนอร์ทเทิร์น

Abstract

The purposes of the research seemed to investigate 1) the pesticide-free vegetable consumption behavior in Mueang District, Tak Province 2) the marketing mix that influenced the decision in purchasing pesticide-free vegetables and 3) the consumer opinion on the marketing mix of pesticide-free vegetables business in Mueang District, Tak Province which was a survey research. The samples of the research were 400 people of Mueang District, Tak Province. The research instruments were questionnaires. The collected data were analyzed by frequency, percentages, arithmetic means, and standard deviation. The findings of the research indicated that most of the respondents were female whose ages were 26 to 30 years old. Their average monthly income was 5,001 to 10,000 baht. Their occupations were private sector employees. The study of the pesticide-free vegetable consumption behavior in Mueang District, Tak Province indicated that they purchased pesticide-free vegetables three to four times a week and the kind of pesticide-free vegetables they chose to purchase was cabbage. The expense in purchasing pesticide-free vegetables was 300 to 400 baht at a time. The reason for purchasing pesticide-free vegetables was a business's credibility mostly from Big C and Tesco Lotus and made their own decision to purchase. In term of the marketing mix that influenced the decision in purchasing pesticide-free vegetables, the respondents rated at medium level. The respondents valued the product factor as the most important factor followed by price, physical and presentation, in orderly. The opinion on the marketing mix of pesticide-free vegetable business was rated at medium level.

Keywords: Marketing Mix, Opinion, Consumption behavior, Pesticide-free Vegetable Business

บทนำ

ประเทศไทยเป็นประเทศเกษตรกรรมมาตั้งแต่อดีต มีความเป็นอยู่แบบเรียบง่ายพึ่งพาตนเอง และอาศัยธรรมชาติในการดำรงชีวิตภายใต้ภูมิศาสตร์ที่เหมาะสมทำให้ประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรมที่เป็นแหล่งผลิตอาหารที่สำคัญ (ปราโมทย์ ยอดแก้ว. 2552:1) การเกษตรจึงเป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญ ของประชากรไทยตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันและมีนโยบายเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตให้สูงขึ้นแทนการขยายพื้นที่ทำการเกษตรและเน้นการผลิตที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดทั้งด้านปริมาณและคุณภาพ พัฒนาศักยภาพของคนไทยให้มีความสำคัญกับการเกษตรเน้นให้พัฒนาเกษตรแบบยั่งยืน รักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้มีความสำคัญด้านคุณภาพผลผลิตให้ปลอดภัยต่อสุขภาพและอนามัย ของคนไทย (อิติมา เทียนไพร. 2550:1)

ในปัจจุบันประเทศไทยให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพเป็นอย่างมากการบริโภคผักปลอดสารพิษจึงเป็นอีกหนึ่งทางเลือกที่สำคัญของผู้รักสุขภาพ เนื่องจากผักมีสารอาหารที่จำเป็นต่อร่างกายมากมายเช่น แคลเซียม เหล็ก คาร์โบไฮเดรต ไขมัน เกลือแร่ และวิตามิน ต่างๆรวมถึงเส้นใยของผักผลไม้ยังช่วยทำให้ระบบการขับถ่ายของร่างกายเป็นปกติ นอกจากสารอาหารต่างๆที่อยู่ในผักที่จะได้รับจากการรับประทานแล้วภาพมันชนิดใดมีประโยชน์มากกว่าการเป็นอาหารนั้นคือสรรพคุณทางยา เช่น บล็อกสำคัญคือ โดยสมาคมโรคมะเร็งแห่งสหรัฐอเมริกา ระบุว่าบล็อกโคลีเป็นพืชที่ช่วยต่อต้านโรคมะเร็ง เป็นต้นด้วยสรรพคุณที่มากมายเหล่านี้ ผู้บริโภคจึงนิยมหันมารับประทานผักกันมากขึ้น เพราะต้องการดูแลสุขภาพของตนเองให้แข็งแรงอยู่เสมอ (กรมพัฒนาการตรวจสอบพืชและปัจจัยการผลิต สำนักวิจัยวิจัยและพัฒนาการเกษตรเขตที่ 3) อีกทั้งองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนได้ให้ความรู้ผ่านสื่อต่าง ๆ ถึงอันตรายจากการบริโภคอาหารที่ผลิตจากการทำการเกษตร ที่ใช้สารเคมีเป็นจำนวนมากในการเพาะปลูกพืชผัก เพื่อให้ทันกับความต้องการของประชากรที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว จึงมีธุรกิจผักปลอดสารพิษเพิ่มมากขึ้น ในอำเภอพบพระ จังหวัดตาก มีสภาพอากาศ-ดิน ฟ้าอากาศที่เหมาะสมกับการทำการเกษตรอย่างมาก ปลูกพืชผักผลไม้ได้เกือบทุกชนิดตลอดทั้งปี ในทุกฤดูกาล เพราะดินดี น้ำดี อากาศดี มีเกษตรกรจำนวนมากที่ทำการเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตรต่อเนื่อง จนได้ชื่อว่า อำเภอพบพระ คือ แหล่งอาหารชั้นดี ครั้วไทย ครั้วอาเซียน สู้ครัวโลก เกษตรกรมีรายได้งามจากผลผลิตที่ออกสู่ตลาดมีคุณภาพ มีมาตรฐาน และผลผลิตที่สวยงาม และเกษตรกรที่อำเภอพบพระ จะมีภูมิปัญญาในการเพิ่มศักยภาพและมูลค่าผลผลิต (AEC อาเซียน ออนไลน์ News:2557) แต่ในหลายปีที่ผ่านมาได้มีการแข่งขันในตลาดสูงทำให้เกษตรกรหันมาใช้สารเคมีเพิ่มขึ้นเป็นเท่าตัว เพื่อเพิ่มผลผลิต เร่งการเจริญเติบโตของพืช และรวมถึงการกำจัดศัตรูพืช ทำให้ผักในปัจจุบันมีสารเคมีปนเปื้อนมากขึ้น รวมถึงทำให้หน้าดินขาดความอุดมสมบูรณ์ ทำลายระบบนิเวศและสภาพแวดล้อม ด้วยเหตุนี้ทำให้เกษตรกรบางส่วนสนใจและตื่นตัวในการลดใช้สารเคมีมากขึ้นหันมาปลูกผักปลอดสารพิษไว้บริโภคและส่งขาย ซึ่งในปัจจุบันผักปลอดสารพิษเป็นที่ต้องการในตลาด



สูงมาก เพราะผู้บริโภคมีพฤติกรรมที่เปลี่ยนไป หันมาใส่ใจเรื่องสุขภาพมากขึ้น และในอำเภอบพพระมีผู้ประกอบการหลายรายที่สนใจและหันมาศึกษาเกษตรอินทรีย์อย่างจริงจัง เพื่อต่อยอดให้เป็นธุรกิจที่น่าสนใจและต้องการในอนาคต (AEC อาเซียน ออนไลน์ News:2557)

จากแนวโน้มการดูแลสุขภาพ การบริโภคผักปลอดสารพิษที่มีมากขึ้น รวมถึงสภาพการแข่งขันทางการตลาดของธุรกิจผักปลอดสารพิษที่เพิ่มขึ้น ทำให้คณะผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาถึงส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจผักปลอดสารพิษ อำเภอมืองจังหวัดตาก เพื่อเป็นข้อมูลส่วนหนึ่งในการพัฒนาธุรกิจปลอดสารพิษ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคในเขตอำเภอมืองจังหวัดตาก
2. เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษ
3. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจผักปลอดสารพิษในเขตอำเภอมืองจังหวัดตาก

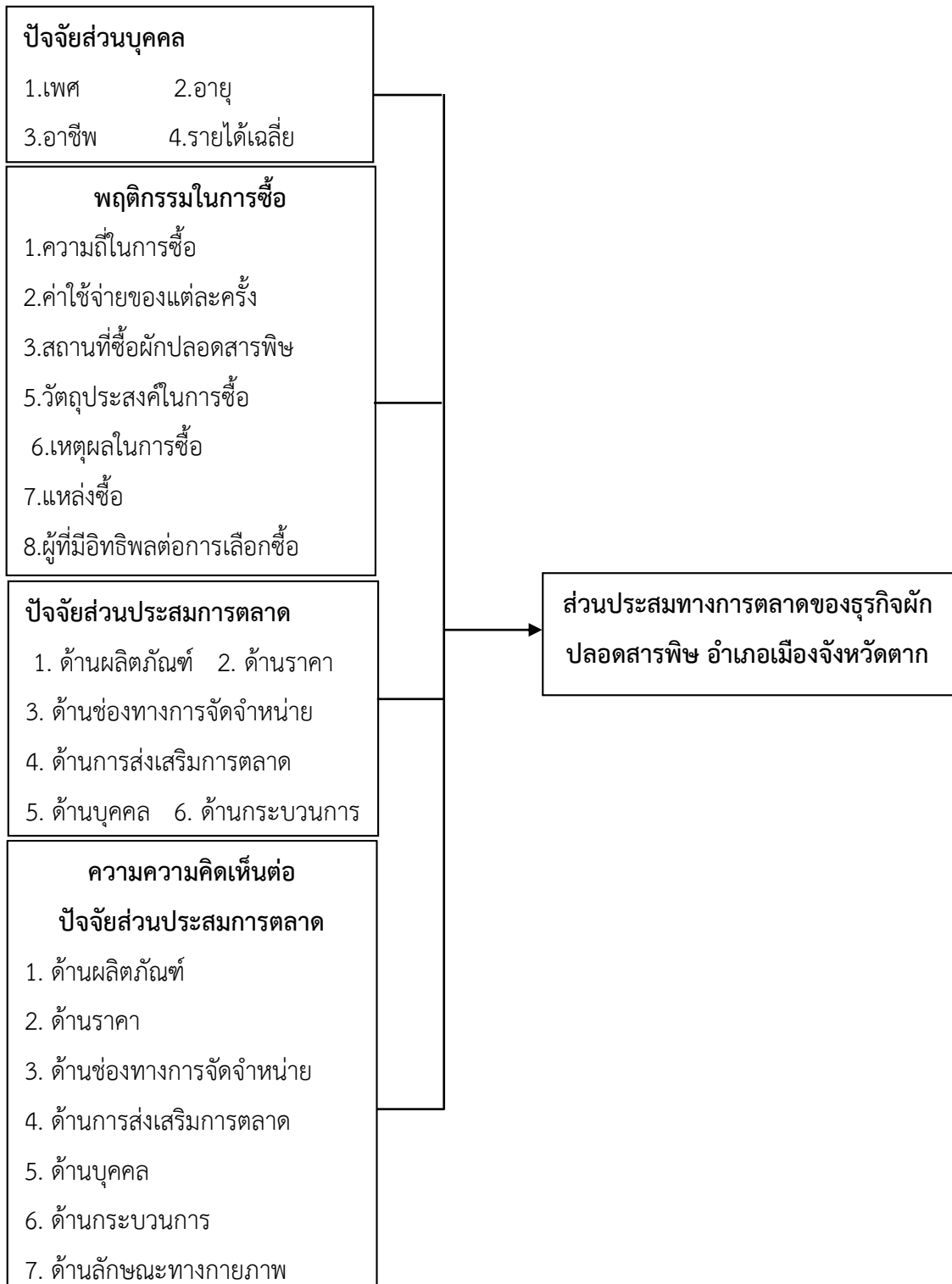
กรอบแนวคิดในการวิจัย

ตัวแปรต้น

(Independent Variables)

ตัวแปรตาม

(Dependent Variables)



วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ(Survey Research) มีรายละเอียด ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มคนทั่วไปในเขตอำเภอเมือง จังหวัดตาก กลุ่มตัวอย่าง การวิจัยนี้ มีประชากรเป็นผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดตาก ซึ่งมีจำนวน 103,124 คน ดังนั้น การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจึงใช้ตารางสำเร็จรูปคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างของ R.V.Krejcie และ D.W.Morg (ธานินทร์ ศิลป์จารุ) ได้กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคผักปลอดสารพิษ จำนวน 400 คน

2. เครื่องมือ/วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลประกอบด้วย

- แบบสอบถามใช้เก็บรวบรวมข้อมูล จากประชากรที่บริโภคผักปลอดสารพิษ

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ วิเคราะห์ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย

1) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 26-30 ปีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนรายได้ 5,001-10,000 บาท มีอาชีพเป็นพนักงานเอกชน

2) พฤติกรรมการบริโภคผักปลอดสารพิษในเขตอำเภอเมือง จังหวัดตาก ซื้อผักปลอดสารพิษ 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์ ผักปลอดสารพิษประเภท กะหล่ำปลี มีค่าใช้จ่ายในการซื้อผักปลอดสารพิษ 300-500 บาทต่อครั้ง เลือกซื้อผักปลอดสารพิษเพราะการดูแลสุขภาพ เหตุผลที่ตัดสินใจซื้อเนื่องจากความน่าเชื่อถือของธุรกิจผักปลอดสารพิษ โลตัส/บิ๊กซี และตัวเองมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ

3) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษอยู่ในระดับมาก 2 ด้าน คือด้านผลิตภัณฑ์ และด้านราคา ระดับปานกลาง 5 ด้าน ได้แก่ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการ การสร้างนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และ ด้านส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านผลิตภัณฑ์มี อันดับแรกความสดใหม่ของผักปลอดสารพิษ รองลงมา ผักปลอดสารพิษมีหลากหลายประเภทให้เลือกและ มาตรฐานความปลอดภัยของสินค้า ด้านราคา อันดับแรกได้แก่คุณภาพที่ได้รับ เมื่อเทียบกับราคา รองลงมา ราคาที่เหมาะสมสามารถจับต้องได้ และการปรับราคาผักปลอดสารพิษมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อันดับแรกได้แก่การเดินทางสะดวกรวดเร็ว รองลงมา ระยะเวลาการเปิด ปิดและทำเลที่ตั้งเหมาะสม ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ มีการประชาสัมพันธ์โปรโมชั่นใหม่อย่างทั่วถึง รองลงมาความสำคัญกับข้อความโฆษณา และมีส่วนลดกับสมาชิกที่ซื้อปริมาณมาก ด้านบุคคล อันดับแรกได้แก่การบริการเป็นกันเอง

รองลงมาพูดจาสุภาพ อ่อนโยน และเครื่องแต่งกายของพนักงานดูสะอาด ด้านกระบวนการ อันดับแรกได้แก่ มีขั้นตอนในเก็บผักที่สะอาดไม่ปนเปื้อนสารเคมีใดๆ รองลงมาให้บริการที่ไม่ซับซ้อนและรวดเร็วและ มีการรับรองมาตรฐานความปลอดภัย ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ อันดับแรกได้แก่สถานที่กว้างขวาง สะอาด รองลงมาบรรยากาศสื่อให้เห็นถึงความสะอาดปลอดภัย และอากาศถ่ายเทได้สะดวก 4) ความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจผักปลอดสารพิษในเขตอำเภอเมืองจังหวัดตากอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมาก 2 ด้านได้แก่ ด้านราคา และด้านผลิตภัณฑ์ ส่วน ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการและด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับปานกลาง ด้านราคาอันดับแรกได้แก่ ราคามีความเหมาะสมสามารถจับต้องได้ รองลงมาราคาเหมาะกับคุณภาพของสินค้า และราคาเหมาะสมกับประเภทสินค้า ด้านผลิตภัณฑ์ อันดับแรกได้แก่ความสดใหม่ของผักปลอดสารพิษรองลงมา ผักปลอดสารพิษมีหลากหลายประเภทให้เลือกและความสะอาดปลอดภัยจากสารพิษมีมาตรฐานรองรับ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อันดับแรกได้แก่ การเดินทางสะดวกรวดเร็ว รองลงมา ท่าเลที่ตั้งเหมาะสม และระยะเวลาการเปิด ปิด ด้านการส่งเสริมการตลาด อันดับแรกได้แก่ มีการความสำคัญกับข้อความโฆษณา รองลงมามีส่วนลดกับสมาชิกที่ซื้อปริมาณมาก และการโฆษณาทั่วถึง ด้านบุคคล อันดับแรกได้แก่พูดจาสุภาพ อ่อนโยน รองลงมาการบริการเป็นกันเอง และเครื่องแต่งกายของพนักงานดูสะอาด ด้านกระบวนการ อันดับแรกได้แก่ มีขั้นตอนในเก็บผักที่สะอาดไม่ปนเปื้อนสารเคมีใดๆ รองลงมาให้บริการที่ไม่ซับซ้อนและรวดเร็วและ มีการรับรองมาตรฐานความปลอดภัย ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ อันดับแรกได้แก่บรรยากาศสื่อให้เห็นถึงความสะอาดปลอดภัยรองลงมาสถานที่กว้างขวาง สะอาด รองลงมา และอากาศถ่ายเทได้สะดวก

อภิปรายผล

ส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจผักปลอดสารพิษ อำเภอเมืองจังหวัดตาก สามารถอธิบายผลการศึกษาดังนี้

1. พฤติกรรมการบริโภคผักปลอดสารพิษในเขตอำเภอเมือง จังหวัดตาก ซื้อผักปลอดสารพิษ 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์ ผักปลอดสารพิษประเภท กะหล่ำปลี มีค่าใช้จ่ายในการซื้อผักปลอดสารพิษ 300-500 บาทต่อครั้ง เลือกซื้อผักปลอดสารพิษเพราะการดูแลสุขภาพ เหตุผลที่ตัดสินใจซื้อเนื่องจากความน่าเชื่อถือของธุรกิจผักปลอดสารพิษสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณิชชนันท์ ใจคำและปริดา ศรีนฤวรรณ (2558) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อผักปลอดสารพิษ กรณีศึกษา ริมปิงซูเปอร์มาร์เก็ต ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อ ด้านพฤติกรรมการบริโภค ผักปลอดสารพิษ พบว่า บริโภคผักปลอด

สารพิษเพื่อสุขภาพ โดยบริโภคผักที่ปรุงให้สุกก่อนบริโภค เช่น ผักคะน้า ฯลฯ มีความถี่ในการบริโภคผักปลอดสารพิษ 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์ ในช่วงเวลาเย็น ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 101-200 บาท และบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคือ ตัวผู้บริโภคเอง

2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษอยู่ในระดับมาก 2 ด้าน คือด้านผลิตภัณฑ์ และด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ด้านผลิตภัณฑ์มี อันดับแรกความสดใหม่ของผักปลอดสารพิษ รองลงมา ผักปลอดสารพิษมีหลากหลายประเภทให้เลือกและ มาตรฐานความปลอดภัยของสินค้า ด้านราคา อันดับแรกได้แก่คุณภาพที่ได้รับเมื่อเทียบกับราคา รองลงมา ราคาที่เหมาะสมสามารถจับต้องได้ และการปรับราคาผักปลอดสารพิษมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิซมณันท์ ใจคำและปรีดา ศรีนฤวรรณ (2558) ได้ศึกษา ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อผักปลอดสารพิษ กรณีศึกษา ริมปั๋งซูเปอร์มาร์เก็ต ในจังหวัดเชียงใหม่ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับพรวิมล เจริญสุข (2557) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษ กรณีศึกษาจังหวัดตาก ที่พบว่า ผู้บริโภคผักปลอดสารพิษให้ความสำคัญกับตรารับรองคุณภาพ (2) 2 มาตรฐานผัก อีกทั้งยังให้ความสำคัญกับราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ ไม่นิยมซื้อผักปลอดสารพิษที่มี ราคาถูกเกินไปแต่นิยมซื้อผักที่ตั้งราคาสูงแต่สามารถต่อราคาลงได้ ข้อค้นพบทางเศรษฐศาสตร์ในงานศึกษาครั้งนี้ พบว่า ข้อมูลข่าวสารด้านคุณภาพและ การรับรองมาตรฐานเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคผักปลอดสารพิษของคนในพื้นที่จังหวัดตาก

3. ความเห็นคิดของผู้บริโภคต่อส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจผักปลอดสารพิษในเขตอำเภอเมืองจังหวัดตากอยู่ในระดับปานกลาง ราคามีความเหมาะสมสามารถจับต้องได้ ราคาเหมาะสมกับประเภทสินค้า ด้านผลิตภัณฑ์อันดับแรกได้แก่ความสดใหม่ของผักปลอดสารพิษรองลงมา ผักปลอดสารพิษมีหลากหลายประเภทให้เลือกและความสะอาดปลอดภัยจากสารพิษมีมาตรฐานรองรับ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ท่าเลที่ตั้งเหมาะสม ด้านบุคคล พุดจาสุภาพ อ่อนโยน บริการเป็นกันเอง ด้านกระบวนการ มีขั้นตอนให้บริการรวดเร็ว สอดคล้องกับงานวิจัยของชลธิชา ศิริสมบัติ ได้ศึกษาความพึงพอใจในการบริโภคผักออร์แกนิกของผู้บริโภคชาวไทย ในซูเปอร์สโตร์ของจังหวัดปทุมธานี พบว่ามีระดับความคิดเห็นต่อการซื้อสินค้าออกกานิก คือสินค้าสดสะอาด พื้นที่ให้บริการสะอาด ซื้อเพราะความปลอดภัย และราคาที่เหมาะสมกับสินค้า พนักงานมีความกระตือรือร้นบริการรวดเร็ว

จากผลการศึกษาวิจัยพบว่าการบริโภคผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคในอำเภอเมืองจังหวัดตากเพราะเหตุผลคือการดูแลสุขภาพ ความน่าเชื่อถือของธุรกิจผักปลอดสารพิษ เป็นการตัดสินใจซื้อด้วยตัวเอง สำหรับ ส่วนประสมทางการตลาดมีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษมาก

ที่สุดคือด้านผลิตภัณฑ์และมีทัศนคติต่อส่วนประสมทางการตลาดของของธุรกิจผักปลอดสารพิษอยู่ในระดับปานกลางอันดับแรกเป็นด้านผลิตภัณฑ์

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ศึกษาถึงโอกาสของธุรกิจผักปลอดสารพิษในเขตอำเภอเมือง จังหวัดตากเชิงลึก
2. ศึกษาความเข้าใจ ความพร้อมของเกษตรกรในการทำเกษตรแบบปลอดสารพิษ

เอกสารอ้างอิง

- ดารา ทีปะपाल. (2542). **พฤติกรรมผู้บริโภค (พิมพ์ครั้งที่1)**. กรุงเทพมหานคร: รุ่งเรืองสาส์นการพิมพ์.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2560). **การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS**. พิมพ์ครั้งที่ 17 : บริษัทเอส.อาร์.พรินติ้ง แมสโปรดักส์ จำกัด.
- ธิติมา เทียนไพร. (2550). **พฤติกรรมทางเลือกซื้อผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี**. ปัญหาพิเศษบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- ปราโมทย์ ยอดแก้ว. (2560). **การพัฒนาการตลาดข้าวอินทรีย์ในสังคมไทย**. วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์, 5(1), 406-420.
- พิบูล ทีปะपाल. (2551). **การจัดการเชิงกลยุทธ์**. กรุงเทพฯ : อมรรการพิมพ์.
- พงศ์ ทรดาล. (2540). **จิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การเบื้องต้น**. ม.ป.ท.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2552). **การบริหารการตลาดยุคใหม่**. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- ศักดิ์ไทย สุรกิจบวร. (2559). **จิตวิทยาสังคม**. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- ศุภร เสรีรัตน์. (2558). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ : เอ.อาร์. บิซิเนส เพรส.
- Kotler, P. (1997). **Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control (14th Global ed.)**. Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.
- ชลธิชา ศิริสมบัติ. (2563). **ความพึงพอใจในการบริโภคผักออร์แกนิกของผู้บริโภคชาวไทยในซูเปอร์มาร์เก็ตของจังหวัดปทุมธานี**. ออนไลน์เข้าถึงได้จาก <http://www.mmm.ru.ac.th/mmm/is/vlt13-1/sec1/6014993006.pdf> (วันที่ค้นข้อมูล 14 มกราคม 2563).