

ปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการในการจัดตั้งตลาดสีเขียว อำเภอดอนตูม จังหวัดนครปฐม

Factors Affecting the Need for Establishing a Green Market, Don Tum District, Nakhon Pathom Province พัชรพรณ คูหามุข¹ สอนทยา สำเภาทอง¹ และรพี ดอกไม้เทศ^{1*}
Patcharaphan Khuhamuk¹, Sonthaya Sampaothong¹ and Rapee Dokmaithes^{1*}

Received: January 27, 2025

Revised: March 25, 2025

Accepted: March 26, 2025

Abstract: This research aims to study the factors affecting the need for establishing a green market in Don Tum district, Nakhon Pathom province. The sample used in the study consists of 400 consumers in Don Tum district, selected through convenience sampling. Questionnaires were used as the data collection tool, and the data were analyzed using descriptive statistics and Binary Logistic Regression to analyze the factors affecting the need to establish a green market. The research findings indicated that most consumers have a high interest in safe agricultural products and hold high opinions on the marketing mix (7Cs), especially regarding the freshness of the products and the quality and standards of the products, which were key factors influencing the need for establishing a green market. The binary logistic regression analysis revealed that significant factors significantly affecting the need to establish a green market include the age of consumers, the freshness of the products, the quality and certification of the products, the format of the green market, and the frequency of purchasing safe agricultural and food products. Based on the research findings, the following recommendations were made to develop and promote the possibility of establishing a green market in Don Tum district, Nakhon Pathom province: 1) promote interest in safe agricultural products by organizing activities to raise awareness about safe agricultural products among the local population and 2) improve product quality and ensure regular quality inspections.

Keywords: Don Tum district, Green market, Marketing mix, Need

บทคัดย่อ: การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการในการจัดตั้งตลาดสีเขียวในอำเภอดอนตูม จังหวัดนครปฐม โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้บริโภคในอำเภอดอนตูม จำนวน 400 คน ซึ่งได้มาจากการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา และการวิเคราะห์ Binary Logistic Regression เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการในการจัดตั้งตลาดสีเขียว ผลการวิจัย พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความสนใจในสินค้าเกษตรปลอดภัยในระดับสูง และมีความคิดเห็นในด้านส่วนประสมการตลาด (7Cs) ในระดับสูง โดยเฉพาะ

¹ภาควิชาส่งเสริมและนิเทศศาสตร์เกษตร คณะเกษตร กำแพงแสน มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน จ.นครปฐม 73140

¹Department of Agricultural Extension and Communication, Faculty of Agriculture at Kamphaeng Saen, Kasetsart University, Kamphaeng Saen Campus, Nakhon Pathom 73140.

*Corresponding author: agrprd@ku.ac.th

ด้านความสดใหม่ของสินค้า และด้านสินค้ามีคุณภาพและมาตรฐาน ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความต้องการในการจัดตั้งตลาดสีเขียว จากการวิเคราะห์ Binary logistic regression พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการในการจัดตั้งตลาดสีเขียวอย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ อายุของผู้บริโภค ความสดใหม่ของสินค้า คุณภาพและการรับรองมาตรฐานของสินค้า รูปแบบของตลาดสีเขียว ความถี่ในการซื้อสินค้าเกษตรและอาหารปลอดภัย สำหรับข้อเสนอแนะที่ได้จากผลการวิจัยเพื่อพัฒนาและส่งเสริมความเป็นไปได้ในการจัดตั้งตลาดสีเขียว ในอำเภอดอนตูม จังหวัดนครปฐม มีดังนี้ 1) ควรส่งเสริมความสนใจในสินค้าเกษตรปลอดภัย โดยจัดกิจกรรมส่งเสริมความรู้เกี่ยวกับสินค้าเกษตรปลอดภัยให้แก่ประชาชนในพื้นที่ และ 2) มีการพัฒนาคุณภาพสินค้า รวมถึงการจัดให้มีการตรวจสอบคุณภาพสินค้าอย่างสม่ำเสมอ

คำสำคัญ: อำเภอดอนตูม, ตลาดสีเขียว, ปัจจัยส่วนประสมการตลาด, ความต้องการ

คำนำ

ในปัจจุบันผู้บริโภคให้ความสนใจในสินค้าเกษตรและอาหารปลอดภัยมากขึ้น มีความใส่ใจในสุขภาพ คำนึงถึงสุขภาพและสิ่งแวดล้อม การบริโภค รวมไปถึงการรักษาสิ่งแวดล้อมและการพัฒนาที่ยั่งยืน เนื่องจากในภาคการเกษตรนิยมใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชและโรคพืชเป็นจำนวนมากขึ้น ส่งผลให้มีการตกค้างของสารเคมีในผลผลิตทางการเกษตร รวมถึงสิ่งแวดล้อมในปริมาณที่มากตามไปด้วย โดยเฉพาะการสะสมในดินและน้ำ (สายธาร, 2567) เกษตรกรผู้ผลิต ผู้ประกอบการ และผู้เกี่ยวข้องในกระบวนการผลิตสินค้าเกษตรและอาหาร จะต้องให้ความสนใจกับคุณภาพและความปลอดภัย มีการปฏิบัติที่ดีในทุกกระบวนการ และผ่านการรับรองมาตรฐาน ข้อปฏิบัติที่ดีต่าง ๆ เช่น มาตรฐานเกษตรอินทรีย์ (Organic Thailand), GAP (Good Manufacturing Practice), GMP (Good Manufacturing Practice) และมาตรฐานอาหารและยา (อย.) เป็นต้น ซึ่งมาตรฐานเหล่านี้จะช่วยยกระดับให้สินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์อาหารสำหรับการบริโภค มีความปลอดภัยมากขึ้น ตลอดจนทั้งกระบวนการที่มีมาตรฐานและเป็นที่ยอมรับ (ศิริ, 2564)

ในภาคการเกษตรเพื่อเป็นการส่งเสริมให้เกษตรกรสามารถผลิตสินค้าเกษตรปลอดภัยที่มีมาตรฐาน จังหวัดนครปฐมได้กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนา ประเด็นการพัฒนาที่ 1 พัฒนานครปฐม ให้เป็นเมืองอัจฉริยะ (Smart City) ที่มีอัตลักษณ์เป็นที่รู้จัก ทั้งด้านการเกษตรแปรรูปด้วยนวัตกรรม และ

เทคโนโลยี โดยมีแนวทางการพัฒนาสินค้าเกษตรครบวงจร ตั้งแต่ เมล็ดพันธุ์ การทำฟาร์ม การแปรรูป พร้อมรับประทาน และการกระจายสินค้า โดยพัฒนาเกษตรกรเป้าหมายให้ได้รับการรับรองมาตรฐาน GAP (สำนักงานจังหวัดนครปฐม, 2566) ส่งผลให้เกษตรกรสามารถเพิ่มศักยภาพในการผลิตสินค้าเกษตรปลอดภัย เพื่อการสร้างโอกาสให้แก่เกษตรกร ผู้ผลิตและผู้ประกอบการ ในการจำหน่ายสินค้า และสร้างช่องทางในการเข้าถึงผู้บริโภค ตลาดสีเขียวจึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่จะทำให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงสินค้าเกษตรและอาหารปลอดภัยที่มีคุณภาพ ซึ่งเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภค แต่ในปัจจุบันจังหวัดนครปฐมมีตลาดสีเขียวเพียงไม่กี่แห่ง ได้แก่ ตลาดสุขใจ ตลาดน้ำดอนหวาย ตลาดน้ำวัดลำพญา ตลาดบ้านรังนก ตลาดเกษตรกร ตลาดบันสุข ณ อุทยานการอาชีพพัฒนา ตลาดปฐมอโคก และตลาดคิดมี อินดี้ มาร์เก็ต เป็นต้น โดยตั้งอยู่ที่อำเภอสามพราน อำเภอบางเลนและอำเภอเมืองนครปฐม (สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดนครปฐม, 2566) ซึ่งได้รับความนิยมในกลุ่มผู้บริโภคในชุมชนและนอกชุมชน รวมไปถึงนักท่องเที่ยวที่ให้ความสนใจในสินค้าเกษตรและอาหารปลอดภัยอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งตลาดสีเขียวยังเป็นแหล่งจำหน่ายสินค้าการเกษตร สินค้าแปรรูปด้านการเกษตรและสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็น มีส่วนช่วยสนับสนุนเศรษฐกิจท้องถิ่น สร้างรายได้ให้แก่ชุมชน (พันธิจิตต์, 2563) อีกทั้งจุดศูนย์รวมที่ทำให้เกษตรกร กลุ่มเกษตรกร ผู้ประกอบการและวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตสินค้าเกษตรและอาหาร

ปลอดภัยในจังหวัดนครปฐมและจังหวัดใกล้เคียง ได้มีโอกาสในการจำหน่ายสินค้าเกษตรและอาหารปลอดภัยอีกด้วย

สำหรับในพื้นที่อำเภอดอนตูม จังหวัดนครปฐม เป็นอำเภอหนึ่งที่ประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม มีเกษตรกรที่ทำการเกษตรแบบปลอดภัยตามมาตรฐาน GAP รวมถึงมีกลุ่มเกษตรกรและวิสาหกิจชุมชนที่มีศักยภาพในการผลิตและแปรรูปสินค้าทางการเกษตรที่มีประสิทธิภาพ ไม่ว่าจะเป็นข้าว พืชผัก พืชสมุนไพร ผลไม้ เครื่องดื่ม รวมไปถึงผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรแปรรูป ได้แก่ กุนเชียงหมู กุนเชียงกล้วย หมูยอหาลาม ปลาแดดเดียว นานมข้าวโพด น้ำลูกสำรองเพื่อสุขภาพ น้ำมัลเบอร์รี่ ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากสมุนไพร และผลิตภัณฑ์จักสานประเภทต่าง ๆ เป็นต้น (สำนักงานเกษตรอำเภอดอนตูม, 2566) ซึ่งมีศักยภาพในการผลิตสินค้าเกษตรและอาหารปลอดภัย การจัดตั้งตลาดสีเขียวในพื้นที่จะเป็นการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าให้แก่เกษตรกร ผู้ผลิต และผู้ประกอบการ และเป็นอีกหนึ่งทางเลือกที่จะทำให้เกษตรกรตระหนักถึงโทษของการใช้สารเคมีทางการเกษตรที่ไม่ถูกต้อง เพื่อนำไปสู่การลดการใช้สารเคมี คำนึงถึงผลกระทบต่อสุขภาพและสิ่งแวดล้อมมากยิ่งขึ้น อีกทั้งในพื้นที่อำเภอดอนตูมนั้น มีผู้บริโภคโดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มคนในวัยทำงาน ที่คาดว่าจะให้ความสำคัญด้านสุขภาพ ใส่ใจในการรักษาสิ่งแวดล้อม และมีความต้องการที่จะให้การสนับสนุนเกษตรกร ผู้ผลิต และผู้ประกอบการในพื้นที่ แต่เนื่องจากในพื้นที่อำเภอดอนตูมยังไม่มีตลาดสำหรับสินค้าเกษตรและอาหารปลอดภัย ทำให้ผู้บริโภคไม่สามารถเข้าถึงสินค้าเกษตรและอาหารปลอดภัยได้ดีเท่าที่ควร และถึงแม้ว่าในส่วนเกษตรกรผู้ผลิตจะมีศักยภาพในการผลิตและจำหน่ายสินค้า แต่ก็ยังไม่สามารถทราบถึงความคิดเห็น ความต้องการ และพฤติกรรมการซื้อสินค้าที่แท้จริงของผู้บริโภคในพื้นที่ จากเหตุผลดังกล่าวจึงมีความจำเป็นที่จะต้องวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการในการจัดตั้งตลาดสีเขียว ในอำเภอดอนตูม จังหวัดนครปฐม เพื่อที่จะได้รับรู้ถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพล

ต่อความต้องการในการจัดตั้งตลาดสีเขียวในพื้นที่ดังกล่าว และสามารถนำผลการวิจัยมาใช้ในการส่งเสริมเพื่อจัดตั้งตลาดสีเขียวในชุมชนต่อไป

อุปกรณ์และวิธีการ

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ศึกษาในพื้นที่อำเภอดอนตูม จังหวัดนครปฐม ซึ่งมีการแบ่งการปกครองออกเป็น 8 ตำบล 69 หมู่บ้าน โดยอำเภอดอนตูมเป็นอำเภอที่ตั้งอยู่ใจกลางของจังหวัดนครปฐม มีเส้นทางคมนาคมที่สะดวกสบาย อีกทั้งยังเป็นแหล่งผลิตสินค้าเกษตรที่สำคัญ ประชากรที่ใช้ในการวิจัยคือ ผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตพื้นที่อำเภอดอนตูมจำนวน 49,123 ราย ดำเนินการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรการคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างของ ทาโร ยามาเน่ (Yamane, 1973 อ้างใน วัลลภ, 2562) โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 ที่ระดับความคลาดเคลื่อนไม่เกินร้อยละ 5 คำนวณได้เท่ากับ 396 ราย เพื่อเป็นการลดความผิดพลาดและป้องกันความไม่สมบูรณ์ของการตอบกลับแบบสอบถามจะได้กลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม คือ 400 ราย การสุ่มตัวอย่างจะใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) โดยจะใช้การเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่สะดวกและเต็มใจในการตอบแบบสอบถาม โดยที่ไม่ได้มีการกำหนดสัดส่วนในการสุ่มของแต่ละตำบล เครื่องมือที่เลือกใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อศึกษาวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) แบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ 1) บัญชีส่วนบุคคลของผู้บริโภค (9 ตัวแปร) 2) พฤติกรรมการซื้อสินค้าเกษตรและอาหารปลอดภัยของผู้บริโภค (7 ตัวแปร) 3) ความคิดเห็นของผู้บริโภคในการจัดตั้งตลาดสีเขียว (4 ตัวแปร) และ 4) ส่วนประสมการตลาดในมุมมองผู้บริโภคในการจัดตั้งตลาดสีเขียว (22 ตัวแปร) ประกอบด้วยคำถามที่สอบถามความคิดเห็นของผู้บริโภคในประเด็นที่ว่า การจัดตั้งตลาดสีเขียวควรมีแนวทางการดำเนินการอย่างไร โดยใช้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองลูกค้า (7Cs) โดยวัดระดับ ความคิดเห็นแบบมาตราส่วน ประมาณค่า (Rating Scales) 5 ระดับ ทั้งนี้ได้ดำเนินการเก็บข้อมูลโดยการลงพื้นที่ไปเก็บข้อมูลจากผู้บริโภคตาม

สถานที่ต่าง ๆ เช่น สถานีราชการ โรงเรียน โรงพยาบาลหอพัก ร้านค้า ตลาด หน่วยงานและองค์กรต่าง ๆ เป็นต้น สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนาโดยใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ Binary Logistic Regression เพื่อหาปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการในการจัดตั้งตลาดสีเขียว ซึ่งกำหนดให้ ตัวแปรตาม คือ ความต้องการจัดตั้งตลาดสีเขียว ($y=1$) และความต้องการไม่ต้องการจัดตั้งตลาดสีเขียว ($y=0$) โดยได้ทดสอบค่าความเชื่อมั่นด้วย Cronbach's Alpha มีค่าเท่ากับ 0.893 ในการวิเคราะห์หาปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการในการจัดตั้งตลาดสีเขียวในอำเภอดอนตูม จังหวัดนครปฐม ที่ประกอบด้วย 1) ปัจจัยส่วนบุคคลในด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ภูมิฐานะ สถานภาพ รายได้ต่อเดือน จำนวนสมาชิกในครัวเรือน และระดับความสนใจในการบริโภคสินค้าเกษตรปลอดภัย 2) พฤติกรรมการซื้อสินค้าเกษตรปลอดภัยของผู้บริโภค ประกอบไปด้วย แหล่งที่เลือกซื้อสินค้า ความถี่ในการซื้อ ปริมาณในการซื้อ ช่วงวันและเวลาในการซื้อ สิ่งที่มีผลต่อการตัดสินใจในการซื้อ และวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าเกษตรและอาหารปลอดภัย 3) ความคิดเห็นของผู้บริโภคในการจัดตั้งตลาดสีเขียว ประกอบไปด้วย ความต้องการในการจัดตั้งตลาดสีเขียว รูปแบบของตลาดสีเขียว ที่ตรงกับความต้องการ ท่าเลที่ตั้งของตลาดสีเขียว

และช่วงเวลาในการเปิดทำการของตลาดสีเขียว และ 4) ส่วนประสมการตลาดในมุมมองผู้บริโภคในการจัดตั้งตลาดสีเขียว ปัจจัยส่วนประสมการตลาด (7Cs) ประกอบไปด้วย ด้านคุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับ ด้านต้นทุน ด้านความสะดวก ด้านการติดต่อสื่อสาร ด้านการดูแลเอาใจใส่ ด้านความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการ และด้านความสบาย ที่นำมาทดสอบด้วยแบบจำลอง Binary Logistic Regression โดยใช้เทคนิค Forward Stepwise (Conditional) โดยทำการสุ่มเพิ่มตัวแปรลงในแบบจำลองทีละตัว (เริ่มจากตัวแปรต้นที่ส่งผลต่อตัวแปรตามอย่างมีนัยสำคัญ จนหยุดเพิ่มตัวแปรหากตัวแปรถัดไปไม่ส่งผลต่อตัวแปรตามแบบอัตโนมัติ) เพื่อวิเคราะห์หาแบบสมการของแบบจำลองที่ดีที่สุด (กัญญาณัฐ และธิดารัตน์, 2566) ซึ่งความเหมาะสมของแบบจำลองจะพิจารณาจาก Hosmer and Lemeshow Test ที่มีการตั้งสมมติฐานการทดสอบ คือ

H0 เท่ากับ สมการโลจิสติกของแบบจำลองมีความเหมาะสม

H1 เท่ากับ สมการโลจิสติกของแบบจำลองมีความไม่เหมาะสม

ซึ่งแบบจำลอง Binary Logistic Regression สามารถสร้างสมการในการทำนายความเป็นไปได้ของความต้องการในการจัดตั้งตลาดสีเขียวได้ดังนี้:

$$\text{Logit}(Y) = \ln \left[\frac{P}{1-P} \right] = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_n X_n + \text{Residual} \quad (1)$$

โดยที่:

- P = ความเป็นไปได้ที่ผู้บริโภคต้องการให้มีการจัดตั้งตลาดสีเขียว
 Y = ความต้องการให้มีการจัดตั้งตลาดสีเขียว
 β_0 = สัมประสิทธิ์ของค่าคงที่
 $\beta_1 \dots \beta_n$ = สัมประสิทธิ์ของตัวแปร
 $X_1 \dots X_n$ = ตัวแปรด้านปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยส่วนประสมการตลาด

ผลการศึกษา

ผลการศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดตั้งตลาดสีเขียวในอำเภอดอนตูม จังหวัดนครปฐม สามารถแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ได้แก่ 1) ปัจจัยส่วนบุคคล

บุคคลของผู้บริโภค 2) พฤติกรรมการซื้อสินค้าเกษตรและอาหารปลอดภัยของผู้บริโภค 3) ความคิดเห็นของผู้บริโภคในการจัดตั้งตลาดสีเขียว 4) ความคิดเห็นในส่วนประสมการตลาดในมุมมองผู้บริโภค (7Cs) ใน

การจัดตั้งตลาดสีเขียว และ 5) ปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการในการจัดตั้งตลาดสีเขียว โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภค

ผู้บริโภคส่วนมากเป็นเพศหญิง จำนวน 248 ราย คิดเป็นร้อยละ 62.00 อายุเฉลี่ย 44.07 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า จำนวน 118 ราย คิดเป็นร้อยละ 29.50 ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย จำนวน 144 ราย คิดเป็นร้อยละ 36.00 มีภูมิลำเนาอยู่ในพื้นที่อำเภอดอนตูม จำนวน 293 ราย คิดเป็นร้อยละ 73.25 มีสถานภาพสมรส จำนวน 197 ราย คิดเป็นร้อยละ 43.00 มีรายได้อยู่ในช่วง 10,000 – 20,000 บาท จำนวน 157 ราย คิดเป็นร้อยละ 39.25 สมาชิกในครัวเรือน 3 – 4 คน จำนวน 190 ราย คิดเป็นร้อยละ 47.50 มีความสนใจในการบริโภคสินค้าเกษตรและอาหารปลอดภัย ในระดับมาก จำนวน 167 ราย คิดเป็นร้อยละ 41.75

พฤติกรรมการซื้อสินค้าเกษตรและอาหารปลอดภัยของผู้บริโภค

ผู้บริโภคส่วนมากเลือกซื้อสินค้าเกษตรและอาหารปลอดภัยที่ตลาดสด/ตลาดนัดทั่วไป จำนวน 243 ราย คิดเป็นร้อยละ 60.75 มีการซื้อสินค้าเกษตรและอาหารปลอดภัยมากกว่า 1 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 183 ราย คิดเป็นร้อยละ 45.75 ใหญ่ โดยที่จะซื้อใน

ปริมาณครั้งละไม่มาก แต่ซื้อบ่อย จำนวน 351 ราย คิดเป็นร้อยละ 87.75 มีการซื้อสินค้าในช่วงวันธรรมดาหรือวันทำงานปกติ จำนวน 282 ราย คิดเป็นร้อยละ 70.50 ในช่วงเวลา 16.00 – 20.00 น. จำนวน 201 ราย คิดเป็นร้อยละ 50.25 อีกทั้งผู้บริโภคส่วนมากมีความเห็นว่าตนเองมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเกษตรปลอดภัยและอาหารปลอดภัย จำนวน 194 ราย คิดเป็นร้อยละ 48.50 โดยที่วัตถุประสงค์ของผู้บริโภคส่วนมากจะมีการซื้อสินค้าเกษตรปลอดภัยและอาหารปลอดภัยเพื่อใช้หรือบริโภคเอง/สมาชิกในครัวเรือนใช้หรือบริโภค จำนวน 379 ราย คิดเป็นร้อยละ 94.75

ความคิดเห็นของผู้บริโภคในการจัดตั้งตลาดสีเขียว

ผู้บริโภคส่วนมากมีความคิดเห็นว่าการให้มีการจัดตั้งตลาดสีเขียวในพื้นที่อำเภอดอนตูม จำนวน 323 ราย คิดเป็นร้อยละ 80.75 รูปแบบของตลาดสีเขียวที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค คือ ตลาดนัดชั่วคราว จำนวน 196 ราย คิดเป็นร้อยละ 49.00 โดยที่ให้มีการจัดตั้งบริเวณลานวัดสามง่าม (อรัญญิการาม) จำนวน 155 ราย คิดเป็นร้อยละ 38.35 และเปิดทำการในช่วงเย็น จำนวน 189 ราย คิดเป็นร้อยละ 47.25 (Table 1)

Table 1 Consumer opinions on the establishment of green market.

(n = 400)		
Items	Frequency	Percentage
1. Opinion on demand		
Want to establish a green market	323	80.75
Do not want the establishment of a green market	77	19.25
2. Green market model		
Temporary market	196	49.00
Permanent market	122	30.50
Store	80	20.00
Other	2	0.50
3. Location of the green market		
Don Tum District Office	118	29.50
Sam Ngam Temple (Aranyikaram)	155	38.75

Table 1 (continue)

(n = 400)		
Items	Frequency	Percentage
Don Tum Hospital	17	4.25
Sam Ngam Municipality Fresh Market	92	23.00
Other	18	4.50
4. Green Market Opening Hours		
Morning	99	24.75
Noon time	14	3.50
Evening	189	47.25
All the day	98	24.50

ส่วนประสมการตลาดในมุมมองผู้บริโภค (7Cs) ในการจัดตั้งตลาดสีเขียว

จากการเก็บข้อมูลความคิดเห็นของผู้บริโภค ในการจัดตั้งตลาดสีเขียวด้านส่วนประสมการตลาดใน มุมมองผู้บริโภค (7Cs) ประกอบไปด้วย ด้านคุณค่า ที่ลูกค้าจะได้รับ ด้านต้นทุน ด้านความสะดวก ด้าน การติดต่อสื่อสาร ด้านการดูแลเอาใจใส่ ด้านความ สำเร็จในการตอบสนองความต้องการ และด้านความ สบาย พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ในอำเภอดอนตูม มี ความคิดเห็นในการจัดตั้งตลาดสีเขียว เกี่ยวกับปัจจัย ส่วนประสมการตลาดในมุมมองผู้บริโภค (7Cs) โดย รวมอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 ซึ่งเมื่อ พิจารณาแต่ละด้านพบว่า ด้านคุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับ (Customer Value) ผู้บริโภคมีระดับความคิดเห็นโดย

รวม อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 ด้าน ต้นทุน (Cost to Customer) มีระดับความคิดเห็นโดย รวม อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 ด้าน ความสะดวก (Convenience) มีระดับความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 ด้านการติดต่อสื่อสาร (Communication) มีระดับ ความคิดเห็นโดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 ด้านการดูแลเอาใจใส่ (Caring) มีระดับความ คิดเห็นโดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 ด้านความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการ (Completion) มีระดับความคิดเห็นโดยรวม อยู่ใ นระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 และด้านความ สบาย (Comfort) มีระดับความคิดเห็นโดยรวม อยู่ใ นระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 (Table 2)

Table 2 Level of consumer opinion in the marketing mix from the consumer perspective (7Cs).

(n=400)			
Marketing mix from a consumer	$\bar{x}$	S.D.	level
Customer Value	4.48	0.45	Highest
Cost to Customer	4.31	0.55	Highest
Convenience	4.36	0.52	Highest
Communication	4.20	0.64	High
Caring	4.31	0.54	Highest
Completion	4.36	0.49	Highest
Comfort	4.39	0.48	Highest
Total	4.34	0.45	Highest

Note: consumer opinions on the establishment of green market form 1-5; 1.00-1.80 = lowest, 1.81-2.60 = low, 2.61-3.40 = moderate, 3.41-4.20 = high and 4.21-5.00 = highest

ปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการในการจัดตั้งตลาดสีเขียวในอำเภอคอนตูม จังหวัดนครปฐม

จากการทดสอบ Hosmer and Lemeshow เพื่อตรวจสอบว่าแบบจำลองที่สร้างขึ้นสามารถอธิบายข้อมูลได้ดีหรือไม่ โดยเปรียบเทียบค่าที่ทำนายได้จากโมเดลกับค่าจริงของข้อมูล โดยมีเกณฑ์การตัดสินใจที่พิจารณาค่าความน่าจะเป็นของการทดสอบ พบว่าแบบจำลองที่ดีที่สุดมีค่า Chi-Square เท่ากับ 3.859 และค่า Significant เท่ากับ 0.870 ซึ่งมีความมากกว่า 0.05 หมายความว่ายอมรับสมมติฐาน H_0 แสดงว่าสมการของแบบจำลองนี้มีความเหมาะสมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ อย่างไรก็ตาม ตัวแปรทุกตัวมีค่า $VIF < 5$ และ $Tolerance > 0.2$ ซึ่งให้เห็นว่าไม่ปรากฏปัญหา Multicollinearity ของตัวแปร

สำหรับผลการทดสอบความเชื่อถือได้ของแบบจำลอง Binary Logistic Regression สามารถอธิบายได้ว่า จากข้อมูลจริง (Observed) ของกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ต้องการให้มีการจัดตั้งตลาดสีเขียว

จำนวนทั้งหมด 77 ราย ทั้งนี้ สมการแบบจำลอง Binary Logistic Regression สามารถพยากรณ์ว่าเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ต้องการให้มีการจัดตั้งตลาดสีเขียว จำนวน 21 ตัวอย่าง แสดงว่าพยากรณ์ได้ถูกต้อง คิดเป็นเพียงร้อยละ 27.30 ในขณะที่ข้อมูลจริง (Observed) ของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการให้มีการจัดตั้งตลาดสีเขียว จำนวนทั้งหมด 323 ราย ทั้งนี้ สมการแบบจำลอง Binary Logistic Regression สามารถพยากรณ์ว่าเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการให้มีการจัดตั้งตลาดสีเขียว จำนวน 312 ราย แสดงว่าพยากรณ์ได้ถูกต้อง คิดเป็นร้อยละ 96.60 ซึ่งในการภาพรวมมีกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ราย โดยสมการของแบบจำลอง Binary Logistic Regression นี้สามารถพยากรณ์ถูกต้อง จำนวน 333 ราย คิดเป็นร้อยละ 83.30 ซึ่งกล่าวได้ว่า ความเป็นไปได้ในการจัดตั้งตลาดสีเขียวในอำเภอคอนตูม จังหวัดนครปฐม มีความเป็นไปได้สูงมาก (Table 3)

Table 3 Possibility of Establishing Green Market in binary logistic regression.

(n = 400)

Observed			Predicted		
			Possibility of Establishing Green Market		Percentage of Possibility
			NO	YES	
Step 1	Possibility of Establishing	NO	21	56	27.30
	Green Market	YES	11	312	96.60
	Overall Percentage				83.30

เมื่อพิจารณาปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการในการจัดตั้งตลาดสีเขียวในอำเภอคอนตูม จังหวัดนครปฐม ในผลการวิเคราะห์แบบจำลอง Binary Logistic Regression (Table 3) พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการในการจัดตั้งตลาดสีเขียวของผู้บริโภค ประกอบด้วย 1) อายุของผู้บริโภค มีค่าสัมประสิทธิ์ (B) เท่ากับ 0.031 และค่า $\text{Exp}(B)$ เท่ากับ 1.032 หมายความว่า หากอายุของผู้บริโภคเพิ่มขึ้นหนึ่งปี จะเพิ่มโอกาสของความเป็นไปได้ในความ

ต้องการจัดตั้งตลาดสีเขียวมากขึ้น 1.03 เท่า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 2) ความถี่ในการซื้อสินค้าเกษตรและอาหารปลอดภัยของผู้บริโภค มีค่าสัมประสิทธิ์ (B) เท่ากับ 0.426 และค่า $\text{Exp}(B)$ เท่ากับ 1.532 หมายความว่า หากผู้บริโภคมีความถี่ในการซื้อสินค้าเกษตรและอาหารปลอดภัยมากขึ้น จะเพิ่มความเป็นไปได้ในการจัดตั้งตลาดสีเขียวมากขึ้น 1.53 เท่า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 3) ความสดใหม่ของสินค้า มีค่าสัมประสิทธิ์ (B) เท่ากับ 1.253 และค่า $\text{Exp}(B)$

เท่ากับ 3.500 ซึ่งให้เห็นว่าความสดใหม่ของสินค้ามีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับความเป็นไปได้ของความต้องการในการจัดตั้งตลาดสีเขียวหมายความว่า เมื่อผู้บริโภคให้ความสำคัญกับความสดใหม่เพิ่มขึ้นจะทำให้ความเป็นไปได้ของความต้องการในการจัดตั้งตลาดสีเขียวจะเพิ่มขึ้นประมาณ 3.50 เท่า 4) สินค้าในตลาดมีคุณภาพและมาตรฐานรับรอง มีค่าสัมประสิทธิ์ (B) เท่ากับ 0.917 และค่า Exp(B) เท่ากับ 2.501 ซึ่งหมายความว่าเมื่อสินค้าในตลาดมีคุณภาพและมาตรฐานรับรองเพิ่มขึ้น จะส่งผลให้ความเป็นไปได้ของความต้องการในการจัดตั้งตลาด

สีเขียวจะเพิ่มขึ้นประมาณ 2.50 เท่า และ 5) รูปแบบของตลาดสีเขียวที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค มีค่าสัมประสิทธิ์ (B) เท่ากับ 0.364 และค่า Exp(B) เท่ากับ 1.439 หมายความว่าหากตลาดสีเขียวมีรูปแบบของการจัดตั้งที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคเพิ่มขึ้น ความเป็นไปได้ของความต้องการในการจัดตั้งตลาดสีเขียวจะเพิ่มขึ้นประมาณ 1.44 เท่า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสามารถนำผลการวิเคราะห์จาก Table 4 มาแทนค่าในสมการ (1) จะได้แบบจำลอง Binary Logistic Regression ที่เหมาะสมดังนี้:

$$\text{Logit}(Y) = -10.073 + 0.031\text{Age} + 0.426\text{Frequency} + 1.253\text{Freshness} + 0.917\text{High quality} + 0.364\text{Green market models}$$

และสามารถสร้างสมการในการทำนายความเป็นไปได้ในการจัดตั้งตลาดสีเขียวในอำเภอ

ดอนตูม จังหวัดนครปฐม ตามค่าปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการจัดตั้งตลาดสีเขียว ดังนี้:

$$P = \frac{1}{1 + e^{(-11.528 + 0.031\text{Age} + 0.426\text{Frequency} + 1.253\text{Freshness} + 0.917\text{High quality} + 0.364\text{Green market models})}}$$

Table 4 Factors' affecting the probability of establishing a green market.

(n=400)

Variable	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Age	.031	.010	9.370	1	.002	1.032
Frequency of purchasing products	.426	.122	12.164	1	.000	1.532
Freshness	1.253	.380	10.868	1	.001	3.500
High quality and standards	.917	.311	8.678	1	.003	2.501
Green market models	.364	.181	4.024	5	.045	1.439
Constant	-11.528	1.745	43.635	1	.000	.000

Note: Nagelkerke R Square = 0.293, Hosmer and Lemeshow Test (Sig = 0.870)

วิจารณ์

ผลการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุของผู้บริโภค มีผลกับความต้องการในการจัดตั้งตลาดสีเขียวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยผู้บริโภคที่มีอายุมากกว่าจะมีแนวโน้มความต้องการในการจัดตั้งตลาดสีเขียวมากกว่า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุรียา และคณะ (2558) ที่ได้ศึกษาความต้องการตลาดสีเขียวของประชากรในเขตจังหวัด

สงขลา โดยพบว่า ประชากรในกลุ่มที่มีอายุมาก มีแนวโน้มที่จะเลือกซื้อสินค้าเกษตรและอาหารปลอดภัยสูงกว่า เนื่องจากกลุ่มที่มีอายุมากกว่ามักมีความตระหนักด้านสุขภาพสูงกว่า สำหรับปัจจัยด้านพฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภคในด้านความถี่ในการซื้อสินค้า เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อโอกาสในการสนับสนุนการจัดตั้งตลาดสีเขียว โดยผู้บริโภคที่มีความถี่ในสินค้าเกษตรและอาหารปลอดภัยมากขึ้น

จะมีแนวโน้มในการซื้อสินค้าจากตลาดสีเขียวเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ สอดคล้องกับงานวิจัยของ อัจฉริยาพร (2553) ซึ่งศึกษาพฤติกรรมการบริโภคสินค้าเกษตรปลอดภัย พบว่าผู้บริโภคที่มีความสนใจในสินค้าเกษตรปลอดภัย จะมีแนวโน้มในการซื้อสินค้าเหล่านี้บ่อยขึ้น ส่งผลให้เกิดความถี่ในการซื้อมากขึ้น เนื่องจากความสนใจดังกล่าวเกิดจากการตระหนักถึงความปลอดภัยของอาหารและสุขภาพของตนเองและครอบครัว ในส่วนของปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดในมุมมองผู้บริโภค (7Cs) ในการจัดตั้งตลาดสีเขียว พบว่า ความสดใหม่ของสินค้า มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงให้เห็นว่าเมื่อผู้บริโภคทราบว่าสินค้ามีความสดใหม่ จะเพิ่มโอกาสในการเลือกซื้อสินค้าจากตลาดสีเขียวถึงเกือบ 4.00 เท่า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของกรรณิการ์ และคณะ (2563) ที่ระบุว่า ความสดใหม่ของสินค้าเกษตรเป็นปัจจัยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุดในในการเลือกซื้อสินค้าเกษตรจากตลาดท้องถิ่น เนื่องจากความสดใหม่ของสินค้ามักสะท้อนถึงคุณภาพของสินค้า และผู้บริโภคส่วนมากเชื่อว่าสินค้าเกษตรที่สดใหม่จะมีสารอาหารครบถ้วนและปลอดภัยต่อการบริโภค นอกจากนี้ ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าการที่สินค้าในตลาดสีเขียวมีคุณภาพและมาตรฐานรับรอง มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าในตลาดสีเขียวอย่างมีนัยสำคัญ โดยจะเพิ่มโอกาสในการสนับสนุนการจัดตั้งตลาดสีเขียวประมาณ 2.50 เท่า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของธัญญา และคณะ (2562) ที่ระบุว่า ผู้บริโภคห่วงใยและใส่ใจสุขภาพมาก โดยคำนึงถึงความปลอดภัยจากสารเคมี มีความมั่นใจในตรารับรองมาตรฐาน ส่งผลต่อการเลือกซื้อสินค้าที่มีการรับรองมาตรฐานมากกว่าสินค้าประเภทอื่น และสำหรับปัจจัยด้านความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อการจัดตั้งตลาดสีเขียว ในด้านรูปแบบของตลาดที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค หากมีการจัดตั้งตลาดสีเขียวที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น จะส่งผลให้ความเป็นไปได้ของความต้องการในการจัดตั้งตลาดสีเขียวสูงขึ้น ซึ่งเป็นการเพิ่มโอกาสในการจัดตั้งตลาดสีเขียวมากขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของอนูรัตน์ (2560) ที่ได้ศึกษาแนวทางการ

จัดตั้งตลาดนัดชุมชนเพื่อการพึ่งตนเองของชุมชนบ้านห้วยโค้ง พบว่าผู้บริโภคมีความต้องการในรูปแบบของตลาดชุมชนที่ตรงกับชีวิตความเป็นอยู่ของตนเอง หากตรงกับความต้องการก็จะมีแนวโน้มในการเข้ามาใช้บริการตลาดชุมชนมากขึ้น

สรุป

ปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการในการจัดตั้งตลาดสีเขียว ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภค พฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภค ความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อการจัดตั้งตลาดสีเขียว และปัจจัยส่วนประสมการตลาดในมุมมองผู้บริโภค (7Cs) โดยผู้บริโภคส่วนมากเป็นเพศหญิง อายุเฉลี่ย 44.07 ปี มีความสนใจในการบริโภคสินค้าเกษตรและอาหารปลอดภัยในระดับมากถึงมากที่สุด ในด้านความคิดเห็นด้านส่วนประสมการตลาด (7Cs) ผู้บริโภคมีความคิดเห็นในด้านส่วนประสมการตลาดในระดับมากถึงมากที่สุดในทุกด้าน จากผลการวิเคราะห์แบบจำลอง Binary Logistic Regression ซึ่งให้เห็นว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการในการจัดตั้งตลาดสีเขียว ได้แก่ อายุของผู้บริโภค ความถี่ในการซื้อสินค้าเกษตรและอาหารปลอดภัย ความสดใหม่ของสินค้า คุณภาพและการรับรองมาตรฐานของสินค้า และรูปแบบของตลาดสีเขียว ทั้งนี้ ผลการวิจัยชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของปัจจัยด้านคุณภาพสินค้า เช่น ความสดใหม่ คุณภาพและมาตรฐานของสินค้า รวมถึงประเภทของตลาดและประสบการณ์ของผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้า เช่น ความถี่ในการซื้อ รวมถึงปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุของผู้บริโภค ผลวิจัยนี้สามารถช่วยให้ผู้ประกอบการตลาดสีเขียวพัฒนากลยุทธ์ในการเพิ่มยอดขาย โดยเน้นการให้ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพสินค้า การสร้างรูปแบบของตลาดที่ดีบรรยากาศการขายที่ดี และการทำตลาดเฉพาะกลุ่มที่ให้ความสนใจในสินค้าประเภทนี้มากขึ้น

ข้อเสนอแนะ

สำหรับข้อเสนอแนะที่ได้จากผลการวิจัยเพื่อพัฒนาและส่งเสริมความเป็นไปได้ในการจัดตั้งตลาดสีเขียว ในอำเภอดอนตูม จังหวัดนครปฐม มีดังนี้ ควรมี

การส่งเสริมการผลิตสินค้าเกษตรและอาหารปลอดภัยที่มีคุณภาพ ส่งเสริมการขอรับรองมาตรฐานต่าง ๆ เพื่อสร้างโอกาสในการจำหน่ายสินค้าให้แก่เกษตรกร ผู้ผลิต และผู้ประกอบการ มีการพัฒนาคุณภาพสินค้าให้มีความสำคัญกับความสดใหม่ของสินค้า รวมถึงจัดให้มีการตรวจสอบคุณภาพสินค้าอย่างสม่ำเสมอ และควรส่งเสริมความสนใจในสินค้าเกษตรและอาหารปลอดภัย โดยจัดกิจกรรมส่งเสริมความรู้เกี่ยวกับสินค้าเกษตรและอาหารปลอดภัยให้แก่ประชาชนในพื้นที่ เพื่อสร้างความตระหนักและกระตุ้นความสนใจในการบริโภคสินค้าเกษตรและอาหารปลอดภัย

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

. สำหรับงานวิจัยในอนาคตควรมีการศึกษาปัจจัยอื่น ๆ ที่อาจส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของตลาดสีเขียว เช่น พฤติกรรมผู้บริโภคในระยะยาว รวมถึงผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมของตลาดสีเขียวในชุมชน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมและนำไปสู่การวางแผนเชิงกลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ ควรมีการเปรียบเทียบความเป็นไปได้ในการจัดตั้งตลาดสีเขียวในพื้นที่อื่น ๆ เพื่อหาแนวทางที่ดีที่สุดสำหรับการพัฒนาตลาดสีเขียวในระดับภูมิภาค ซึ่งจะช่วยให้การขยายตลาดสีเขียวเป็นไปอย่างเหมาะสมและยั่งยืน อีกทั้งควรศึกษาความคิดเห็นและความต้องการของกลุ่มเกษตรกร ซึ่งเป็นผู้ผลิตสินค้า เพื่อให้สามารถออกแบบตลาดสีเขียวที่ตอบโจทย์ความต้องการของทั้งผู้บริโภคและผู้ผลิตได้อย่างสมดุล พร้อมสร้างความยั่งยืนให้แก่ระบบตลาดในระยะยาว

เอกสารอ้างอิง

กรรณิการ์ คงวาริน และจินตนิษฐ์ ฐิธ. 2563. พฤติกรรม การบริโภคผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคใน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี. วารสารวิทยาการจัดการ 7(1): 51-76.

กัญญาณัฐ มากสูงเนิน และธิดารัตน์ อารีรักษ์. 2566. การประยุกต์การวิเคราะห์การถดถอย ลอจิสติกแบบทวิภาค และเทคนิคการ สังเคราะห์ข้อมูลเพิ่มจากกลุ่มส่วนน้อย สำหรับการทำนายการผิวน้ำดำระสีนเชื้อ เพื่อการอุปโภคบริโภค. วารสารวิทยาศาสตร์ บุรพา 28(3): 1583-1599.

ธัญญา วันสาสืบ อำพร แจ่มผล และทวิศักดิ์ เตชะเกรียงไกร. 2562. ปัจจัยที่มีผลต่อ พฤติกรรมการบริโภคอาหารเกษตรอินทรีย์ ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. หน้า 743-755. ใน: การประชุมวิชาการระดับ ชาติ ครั้งที่ 16. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน, นครปฐม.

พันธจิตต์ สีเหนียง, คณิธรณ์ คำมณี, จิรณัฐา ถึงเงิน และเตชินทร์ ศรีเหนียง. 2563. บทบาทนัก ส่งเสริมการเกษตรต่อการพัฒนาตลาด เกษตรกรในจังหวัดลพบุรี. วารสาร วิทยาศาสตร์เกษตรและการจัดการ 3(3): 12-21.

วัลลภ รัฐธิดารานนท์. 2562. การหาขนาดตัวอย่าง ที่เหมาะสมสำหรับการวิจัย มายาคติใน การใช้สูตรของ ทาโร ยามาเน่ และเครทซี- มอร์แกน. วารสารสหวิทยาการวิจัย 8(1): 11-28.

ศิริระ ศิลาพันธ์. 2564. เกษตรปลอดภัย ทำอย่างไรใน กระบวนการผลิตพืชอาหาร. วารสาร วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี 36(4): 4-7.

สำนักงานเกษตรอำเภอดอนตูม. 2566. แผน พัฒนาการเกษตรอำเภอดอนตูม 5 ปี (2566- 2570 ฉบับทบทวน). นครปฐม.

สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดนครปฐม. 2566. โครงการส่งเสริมการบริโภคและใช้วัตถุดิบ สินค้า Q. (ระบบออนไลน์). แหล่งข้อมูล: <https://www.opsmoac.go.th/nakhonpathom-dwl-files-451191791075> (14 มีนาคม 2568).

สำนักงานจังหวัดนครปฐม. 2566. วิสัยทัศน์/ พันธกิจ และเป้าประสงค์. (ระบบออนไลน์). แหล่งข้อมูล: <https://www.nakhonpathom.go.th/content/vision> (3 ตุลาคม 2566).

สายธาร อินทร์ประสิทธิ์. 2567. ผลกระทบจากการใช้ สารเคมีทางการเกษตร. (ระบบออนไลน์). แหล่งข้อมูล: <https://www.onep.go.th/> (14 มีนาคม 2568).

- สุรียา นิตยมี อาอี๊ะ บิลละเต๊ะ และยุพาภรณ์ อุไรรัตน์.
2558. ความต้องการตลาดสีเขียวของ
ประชากรในเขตจังหวัดสงขลา. รายงานวิจัย.
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช, สงขลา. 108
หน้า.
- อัจฉริยาพร ศรีหมื่นไวย. 2553. ทศนคติต่อสินค้า
เกษตรอินทรีย์ของผู้บริโภคในภาคตะวันออก
เฉียงเหนือตอนล่าง 1.วิทยานิพนธ์การ
จัดการมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี
สุรนารี, นครราชสีมา. 169 หน้า.
- อนุรัตน์ ไชยปิ่น. 2560. แนวทางการจัดตั้งตลาด
นัดชุมชนเพื่อการพึ่งตนเองของชุมชนบ้าน
ห้วยไค้ง ตำบลยางเปียง อำเภอกมก้อย
จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร
มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยแม่โจ้, เชียงใหม่.
110 หน้า.