

ปัญหาพิเศษ

เรื่อง

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผักอินทรีย์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

Buy Decision Factors of Organic Vegetable Consumers
in Bangkok Metropolitan Areaโดย
นางสาวอรุณี ช่างสุวรรณ

T096376

ปพ.
๐418๗
๒5๕๘เลขหมู่.....
เลขทะเบียน..... 96376
วันเดือนปี..... 3 JUN 2009

เสนอ

ภาควิชาเทคนิคเกษตร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กทม.

เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต (พัฒนากการเกษตร)

พ.ศ. 254๘

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ใบรับรองปัญหาพิเศษ
ภาควิชาเทคนิคเกษตร
คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กทม.

เรื่อง

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผักอินทรีย์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

Buy Decision Factors of Organic Vegetable Consumers
in Bangkok Metropolitan Area


โดย

นางสาวอรุณี ช่างสุวรรณ


ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตร
วท.บ. (พัฒนาการเกษตร)

เมื่อวันที่ .../... เดือน มีนาคม พ.ศ. 2548

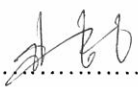
ประธานกรรมการปัญหาพิเศษ

 11, 3, 48
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ไพรัช กุลชัย)

กรรมการปัญหาพิเศษ

 11, 3, 48
(อาจารย์ ดร.ปัญญา หมันเก็บ)

หัวหน้าภาควิชา

 11, 3, 48
(อาจารย์ สุขุมารณ์ ชันศรี)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทคัดย่อ

ชื่อเรื่อง : ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผักอินทรีย์ของผู้บริโภคในเขต
กรุงเทพมหานคร

โดย : อรุณี ช่างสุวรรณ

ชื่อปริญญา : วิทยาศาสตร์บัณฑิต (พัฒนากาเกษตร)

สาขาวิชาเอก : พัฒนากาเกษตร

ประธานกรรมการปัญหาพิเศษ : 

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์พีรชัย กุลชัย)

11 มี.ค. 48

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1). สถานภาพทางเศรษฐกิจ สังคม และปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผักอินทรีย์ 2). ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคมกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผักอินทรีย์ของผู้บริโภคผักอินทรีย์ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวนตัวอย่าง 110 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติคือ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่า Chi - square

พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 85.5 มีสถานภาพสมรสแล้ว ร้อยละ 67.3 อายุระหว่าง 26 - 50 ปี ร้อยละ 58.2 ระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไปร้อยละ 62.7 รายได้สูงกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 70 มีอาชีพค้าขายหรือธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 30.9 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผักอินทรีย์มากที่สุด คือความห่วงใยใส่ใจในสุขภาพค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.8 และความสดใหม่ของผักอินทรีย์ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.6 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อผักอินทรีย์ที่ระดับมาก คือตรารับรองค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.8 ขนาดและความสมบูรณ์ของผักอินทรีย์ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.9 สถานที่จัดจำหน่ายค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.9 ราคาของผักอินทรีย์ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.8 และผักอินทรีย์มีหลายชนิดให้เลือกค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.9 ปัจจัยส่วนบุคคลปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคม ได้แก่ อายุ เพศ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ รายได้ และค่าใช้จ่ายด้านอาหาร ไม่มีความสัมพันธ์กับผลรวมของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผักอินทรีย์ของผู้บริโภค

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คำนิยม

ปัญหาพิเศษฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดีเพราะได้รับความกรุณาและช่วยจากหลายท่านที่เกี่ยวข้อง ขอขอบพระคุณคุณพ่อ คุณแม่ที่สร้างชีวิต ให้โอกาส และให้ทุกอย่างที่ลูกร้องขอ โดยเฉพาะผู้ช่วยศาสตราจารย์พีรัชย์ - อาจารย์กัลยาณี กุลชัย และอาจารย์ ดร.ปริญญา หมั่นเก็บ ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำ ชี้แนะแนวทาง และแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ มาตั้งแต่ต้น ตลอดจนพี่เจ้าหน้าที่ TOPS Supermarket , Golden Place อาจารย์ทุกท่าน ญาติพี่น้อง และเพื่อน ๆ ทุกคน ที่คอยเอาใจใส่ถามไถ่และคอยเป็นกำลังใจเสมอมา ร่วมรอ(คอย)และร่วมลุ้น รวมไปถึงผู้บริโภคนักอินทรีย์ทุกท่านที่กรุณาตอบแบบสอบถามเป็นอย่างดี ที่ขาดไม่ได้คือเพื่อนคู่คิด ที่ปรึกษา ที่คอยให้กำลังใจกันไปมาและยอมรับร่วมชะตากรรมด้วยกันมานางสาวปิยรัตน์ แซ่เตียว จนทำให้ปัญหาพิเศษฉบับนี้ประสบความสำเร็จและสมบูรณ์

หากปัญหาพิเศษฉบับนี้จักมีความดีอยู่บ้างขออุทิศความดีนี้ให้แก่บุคคลข้างต้นเพราะเขาเป็นส่วนของความสำเร็จนี้ ส่วนความผิดพลาดและข้อบกพร่องประการใดข้าพเจ้าขออ้อมรับไว้แต่เพียงผู้เดียว

อรุณี ช่างสุวรรณ

มีนาคม 2548

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

| | หน้า |
|-------------------------------------|------|
| สารบัญตาราง | ก |
| สารบัญภาพ | ข |
| บทที่ 1 บทนำ | 1 |
| บทที่ 2 การตรวจเอกสารที่เกี่ยวข้อง | 6 |
| บทที่ 3 วิธีการวิจัย | 20 |
| บทที่ 4 ผลการวิจัยและวิจารณ์ผล | 26 |
| บทที่ 5 สรุปผลงานวิจัยและข้อเสนอแนะ | 38 |
| เอกสารอ้างอิง | 41 |
| ภาคผนวก | 43 |



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญญัตินี้

| ตารางที่ | หน้า |
|----------|------|
| 1 | 7 |
| 2 | 9 |
| 3 | 11 |
| 4 | 22 |
| 5 | 23 |
| 6 | 27 |
| 7 | 30 |
| 8 | 31 |
| 9 | 32 |
| 10 | 34 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญภาพ

| ภาพที่ | | หน้า |
|--------|-------------------------|------|
| 1 | รูปแบบพฤติกรรมผู้บริโภค | 14 |
| 2 | กรอบแนวคิดการศึกษา | 25 |



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ (Introduction)

ความสำคัญและที่มาของการศึกษา

อาหารเป็นความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ทุกคน ซึ่งจำเป็นในการดำรงชีวิตของมนุษย์ ทุกวันนี้ประชากรในโลกมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ ดังนั้นผลผลิตทางการเกษตรจึงต้องเพิ่มขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค เกษตรกรจึงจำเป็นต้องใส่ปุ๋ยและใช้สารเคมีเพื่อกำจัด โรคและแมลง เนื่องจากวิธีนี้เป็นวิธีที่สะดวกรวดเร็วและมีประสิทธิภาพสูง การใช้สารเคมีหลาย ชนิดและใช้ในปริมาณที่มากเกินไปจนความจำเป็นและเว้นระยะการเก็บเกี่ยวที่ไม่ถูกต้อง จะก่อให้เกิด ปัญหาโดยตรงต่อตัวเกษตรกรเองเนื่องจากเกิดการปนเปื้อนของสารเคมีในผลผลิตพืชผักและ กระจายไปสู่สิ่งแวดล้อมปะปนในดิน น้ำ และอากาศ สารพิษที่สะสมในสิ่งแวดล้อมสามารถถ่าย ทอดสู่ห่วงโซ่อาหารมาถึงมนุษย์ได้อีกด้วย นอกจากนี้ผลกระทบต่อชีวิตมนุษย์โดยตรงและเห็นได้ ชัดคือผลกระทบต่อผู้บริโภค ผู้ซึ่งบริโภคผลผลิตที่มีสารพิษตกค้างเป็นเวลานานติดต่อกันก็จะเกิด สารพิษสะสมในร่างกาย (วิไล ท่วมกัลด์, 2543)

การทำระบบเกษตรอินทรีย์ที่ไม่ใช้สารเคมีสังเคราะห์ในการป้องกันและกำจัดศัตรูพืช วัช พืช หรือการกระตุ้นการเจริญเติบโตของพืชตลอดจนไม่ใช้ปุ๋ยเคมีในการปรับปรุงดินแต่ให้ความสำคัญต่อการปรับปรุงความอุดมสมบูรณ์ของดิน และสุขภาพชีวภาพ โดยใช้ซากของพืช ปุ๋ยพืช สด หรือมูลสัตว์ในการปรับปรุงดิน นอกจากนี้ยังห้ามใช้พืชที่มีการตัดแต่งพันธุวิศวกรรม หรือห้าม ใช้จุลินทรีย์ที่มีการตัดแต่งพันธุวิศวกรรมในขบวนการหมักปุ๋ยชีวภาพ (ไพรวลัย บุชราคม, 2544) ในปัจจุบันเกษตรอินทรีย์และสินค้าเกษตรอินทรีย์เริ่มเป็นที่รู้จักและเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคเพิ่ม มากขึ้นเรื่อย ๆ ในประเทศไทยเองที่รู้จักกันมากคือ ผักอินทรีย์ ซึ่งในปัจจุบันเริ่มเป็นที่รู้จักและ บริโภคกันมากแต่ปัญหาที่พบคือยังมีผู้ผลิตผักอินทรีย์น้อยรายเนื่องจากเกษตรกรยังไม่ทราบความ ต้องการและไม่สามารถวางแผนการผลิตได้อย่างแน่นอน จึงอาจทำให้เกษตรกรไม่กล้าเสี่ยงที่จะ ผลิตผักอินทรีย์ทดแทนการผลิตผักเคมี จึงส่งผลให้ตลาดผักอินทรีย์มีสัดส่วนเพิ่มขึ้นเล็กน้อยกว่าที่ ควรจะเป็น อนึ่งการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง อันได้แก่ ราคา สินค้า สถานที่จำหน่ายสินค้า ความสะดวกในการหาซื้อ ทศณคติและความเชื่อมั่นต่อผลิตภัณฑ์ ระดับรายได้ สถานภาพหรืออายุรวมถึงระดับการศึกษาของผู้บริโภคอีกด้วย

ดังนั้นถ้าเราทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผักอินทรีย์ของผู้บริโภคก็จะทราบข้อ มูลความต้องการของผู้บริโภค โดยเฉพาะผู้บริโภคที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากเห็นว่า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์การใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่เริ่มตระหนักถึงเรื่องความปลอดภัยในอาหารและใส่ใจกับสุขภาพของตัวเองมากขึ้นและที่สำคัญสถานที่จำหน่ายผักอินทรีย์ส่วนใหญ่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งจะทำให้ได้กลุ่มตัวอย่างมีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น ข้อมูลที่ได้จะทำให้ผู้ผลิตสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ผักอินทรีย์ให้ตรงต่อความต้องการและทำการวางแผนการผลิตของเกษตรกรให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ด้วยเหตุผลนี้ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผักอินทรีย์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. ศึกษาสภาพทางเศรษฐกิจ สังคม และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผักอินทรีย์ของผู้บริโภคผักอินทรีย์ในเขตกรุงเทพมหานคร
2. ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคมกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผักอินทรีย์ของผู้บริโภคผักอินทรีย์ในเขตกรุงเทพมหานคร

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

เมื่อทราบถึงสภาพทั่วไปทางเศรษฐกิจและสังคมในการตัดสินใจซื้อผักอินทรีย์และทราบถึงปัจจัยที่มีต่อการตัดสินใจซื้อผักอินทรีย์แล้ว สามารถนำข้อมูลที่ได้มาช่วยในการส่งเสริมพัฒนาและปรับปรุงการผลิตผักอินทรีย์ ให้ตรงต่อความต้องการของผู้บริโภคและเป็นประโยชน์ต่อการสร้างกลยุทธ์ในการผลิตและขายในอนาคต ซึ่งอาจส่งผลให้เกษตรกรมีรายได้เพิ่มขึ้นอีก

ขอบเขตของการศึกษา

ในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผักอินทรีย์จะใช้ข้อมูลปฐมภูมิซึ่งได้จากการสำรวจโดยใช้แบบสอบถามสำรวจผู้บริโภคตัวอย่างในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งกระจายการเก็บข้อมูลในสถานที่ต่าง ๆ ที่จำหน่ายผักอินทรีย์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สมมุติฐานของการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยมีสมมุติฐานดังนี้

- | | |
|----------------|---|
| สมมุติฐานที่ 1 | ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อผักอินทรีย์ของผู้บริโภค |
| สมมุติฐานที่ 2 | ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจและสังคมมีความสัมพันธ์การตัดสินใจซื้อผักอินทรีย์ของผู้บริโภค |

นิยามคำศัพท์

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ หมายถึง เหตุผลอันทำให้เกิดผลกระทบต่อการตัดสินใจที่เลือกซื้อผักอินทรีย์ ประกอบด้วยปัจจัยส่วนบุคคลอื่นได้แก่ ระดับการศึกษา อายุ เพศ และปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมได้แก่ อาชีพ รายได้ ค่าใช้จ่ายในการซื้ออาหารและปัจจัยส่วนประกอบต่าง ๆ เช่น ความสะอาดของสถานที่จัดจำหน่าย ความห่วงใยใส่ใจในสุขภาพ การรับรู้ข่าวสารของผู้บริโภค เป็นต้น หรืออาจกล่าวได้ว่าเหตุผลที่ทำให้ตัดสินใจซื้อผักอินทรีย์นั่นเอง

ผักอินทรีย์ หมายถึง ผักที่ผลิตในระบบมาตรฐานเกษตรอินทรีย์และได้รับตรารับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์จากหน่วยงานหรือองค์กร

ผู้บริโภค หมายถึง ประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเป็นประชาชนที่ซื้อผักอินทรีย์บริโภค

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

การตรวจเอกสารที่เกี่ยวข้อง (Review of Related Literature)

การศึกษานี้มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผักอินทรีย์ของผู้บริโภคได้ศึกษาค้นคว้าเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องตามรายละเอียดดังต่อไปนี้

- 1.1 เกษตรอินทรีย์
- 1.2 การตลาดผักอินทรีย์
- 1.3 ทฤษฎีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ
- 1.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 เกษตรอินทรีย์

เกษตรอินทรีย์ (Organic Agriculture) เป็นระบบการเกษตรที่ไม่ใช้ปุ๋ยเคมีในการปรับปรุงบำรุงดิน ไม่ใช้สารเคมีในการป้องกันและกำจัดศัตรูพืช ไม่ใช้สารเคมีในการกำจัดวัชพืช ตลอดจนไม่ใช้ฮอร์โมนกระตุ้นการเจริญเติบโตของพืชและสัตว์ ระบบนี้เน้นการเพิ่มความอุดมสมบูรณ์ของดินและของชีวภาพ คือดินที่มีจุลินทรีย์ และสิ่งที่มีชีวิตเล็ก ๆ ในดินที่เป็นประโยชน์ในปริมาณที่มาก โดยมีหลักการใช้คำว่า “ไม่ 4 ตัว” คือ “ไม่ไถพรวน” “ไม่ใส่ปุ๋ย” “ไม่ป้องกันกำจัดศัตรูพืช” “ไม่กำจัดวัชพืช” (พรชัย เหลืองอารมณ์,2545)

เกษตรอินทรีย์ หมายถึงการผลิตใด ๆ ที่ไม่การใช้ปุ๋ยเคมี และสารเคมีในการกำจัดศัตรูพืช และเป็นระบบการผลิตที่ปฏิบัติตามเงื่อนไขในมาตรฐาน มกท. (สำนักงานมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ ,2546)

เกษตรอินทรีย์ หมายถึง ระบบการจัดการการผลิตด้านการเกษตรแบบองค์รวม ที่เกื้อหนุนต่อระบบนิเวศ รวมถึงความหลากหลายทางชีวภาพ วงจรชีวภาพ โดยเน้นการใช้วัสดุธรรมชาติ หลีกเลี่ยงการใช้วัตถุพิษจากสารสังเคราะห์ และไม่ใช้พืช สัตว์ หรือจุลินทรีย์ที่มาจากการดัดแปลงพันธุกรรม หรือพันธุวิศวกรรม มีการจัดการกับผลิตภัณฑ์ โดยเน้นการแปรรูปด้วยความระมัดระวัง เพื่อรักษาสภาพการเป็นเกษตรอินทรีย์ และคุณภาพของผลิตภัณฑ์ในทุกขั้นตอน (สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ,2546)

จากความหมายของเกษตรอินทรีย์ข้างต้นทำให้พอจะสรุปความหมายเกษตรอินทรีย์ว่าเป็นเกษตรที่มีการจัดการระบบการผลิตพืชผลทางการเกษตรที่หลีกเลี่ยงการใช้สารเคมีสังเคราะห์ใด ๆ ทั้งปุ๋ยเคมีและสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืช แต่จะใช้วิธีการทางชีวภาพและวิถีกล เพื่อการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลิตที่ยั่งยืนไม่ทำลายสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ ความหลากหลายของสิ่งมีชีวิตทั้งในดิน น้ำ และอากาศเป็นการผลิตที่อยู่บนพื้นฐานของการปฏิบัติกรอย่างถูกต้องและเหมาะสม เน้นการปลูกพืชหมุนเวียน การใช้ปุ๋ยคอกปุ๋ยหมัก ปุ๋ยพืชสด เพื่อความอุดมสมบูรณ์ของดินเป็นหลัก

ไพรวลัย บุษราคัม (2544) หลักการสำคัญของเกษตรกรรมอินทรีย์ เกษตรกรรมอินทรีย์ให้ความสำคัญสูงสุดต่อ "ดิน" เนื่องจากดินเป็นรากฐานของทุกสิ่ง ไฮวาร์ต ผู้บุกเบิกเกษตรกรรมอินทรีย์ยุคใหม่ ได้วางหลักการเกี่ยวกับการเกษตรกรรมแบบอินทรีย์ ดังนี้

1. สุขภาพที่ดีเป็นสิทธิขั้นพื้นฐานของสิ่งมีชีวิตทั้งปวงที่อุบัติขึ้นมาบนโลก
2. สุขภาพที่ดีต้องเข้ากับทั้งดิน พืช สัตว์ และมนุษย์ โดยสุขภาพที่ดีของสิ่งมีชีวิตดังกล่าวจะเชื่อมโยงประสานสัมพันธ์ดูจสายใยเส้นเดียวกัน
3. ความอ่อนแอและผลกระทบที่เกิดขึ้นคือ "ดิน" จะส่งผลกระทบต่อพืช สัตว์ และมนุษย์
4. ปัญหาการระบาดของโรคแมลง ทั้งในการปลูกพืชและเลี้ยงสัตว์
5. ปัญหาสุขภาพของคนในสังคมสมัยใหม่ เป็นผลต่อเนื่องมาจากปัญหาการล้มเหลวที่เกิดขึ้นในพืชและสัตว์
6. สุขภาพที่ไม่ดีของพืช สัตว์ และมนุษย์เป็นผลต่อเนื่องมาจากสุขภาพที่ไม่ดีของดิน เป็นรากฐานของทุกสิ่ง การแก้ปัญหาเรื่องสุขภาพโดยการพัฒนา และค้นคว้าวิธีการรักษาโรคต่าง ๆ ไม่อาจทำให้สุขภาพดีขึ้นถ้าละเลยความอุดมสมบูรณ์ของดิน

7. การปรับเปลี่ยนการพัฒนาที่เป็นอยู่ให้ถูกต้องไม่ใช่เรื่องยาก เพียงแต่เราต้องสำนึกในปัญหาที่เกิดขึ้น ยอมรับกฎและบทบาทอันซับซ้อนของธรรมชาติ โดยการคืนทุกสิ่งที่เหลือจากการใช้ประโยชน์ให้กับผืนดิน ผลผสมผสานการปลูกพืช สัตว์เลี้ยง และไม่กระทำกรใด ๆ ที่เป็นการรบกวนต่อกระบวนการสะสมธาตุอาหารที่ดำเนินการโดยมีสิ่งมีชีวิตเล็ก ๆ ซึ่งอาศัยในดิน

วิธีการของเกษตรอินทรีย์ว่ามีดังนี้

1. ไม่ใช้สารเคมีใด ๆ ทั้งสิ้น เช่นปุ๋ยวิทยาศาสตร์ และยาปราบศัตรูพืช
2. มีการไถพรวนเมื่อระยะเริ่มแรกและลดการไถพรวนเมื่อปลูกไปนาน ๆ เพื่อรักษาสภาพโครงสร้างของดิน
3. มีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของดินตามธรรมชาติ คือ มีการคลุมดินด้วยใบหญ้าแห้ง ฟางแห้งและวัสดุอื่น ๆ ที่หาได้ในท้องถิ่นเพื่อรักษาความชื้นของดิน
4. มีการใช้ปุ๋ยหมัก ปุ๋ยคอก และปุ๋ยพืชสด
5. มีการเพิ่มจุลินทรีย์ที่มีประโยชน์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6. มีการนำเอาเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาช่วย ตั้งแต่เทคนิคการปลูก การดูแลรักษา การขยายพันธุ์พืช การเก็บรักษาเมล็ดพันธุ์ การให้น้ำ ตลอดจนการเก็บเกี่ยว
7. มีการปลูกอย่างต่อเนื่องไม่ปล่อยให้ที่ดินว่างเปล่าแห้งแล้ง ทำให้โครงสร้างของดินเสีย จุลินทรีย์ตาย อย่างน้อยให้ลูกพืชคลุมดินชนิดใดก็ได้
8. มีการป้องกันศัตรูพืชโดยใช้สารสกัดจากธรรมชาติ เช่น สะเดา ช่า ตระไคร้ ยาสูบ ไล่ติง

จากความหมายของเกษตรอินทรีย์ และวิธีการของเกษตรอินทรีย์ข้างต้นทำให้พอจะสรุปความหมายของ ผักอินทรีย์ว่าเป็นผักที่มาจากกระบวนการผลิตพืชผลทางการเกษตรที่หลีกเลี่ยงการใช้สารเคมีสังเคราะห์ใด ๆ ทั้งปุ๋ยเคมีและสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืช แต่จะใช้วิธีการทางชีวภาพและวิธีกล เพื่อการผลิตที่ยั่งยืนไม่ทำลายสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ ความหลากหลายของสิ่งมีชีวิตทั้งในดิน น้ำ และอากาศเป็นการผลิตที่อยู่บนพื้นฐานของการปฏิบัติกรอย่างถูกต้องและเหมาะสม เน้นการปลูกพืชหมุนเวียน การใช้ปุ๋ยคอกปุ๋ยหมัก ปุ๋ยพืชสด เพื่อความอุดมสมบูรณ์ของดินเป็นหลัก

อภิชาติ พงษ์ศรีหตุลชัย (2546) กล่าวว่าในปัจจุบันกระแสการตื่นตัวให้ความสำคัญเรื่องสุขภาพและสิ่งแวดล้อมเพิ่มขึ้น การบริโภคสินค้าเกษตรปลอดภัยจากสารพิษมีมากขึ้นโดยมีสินค้าที่บ่งบอกถึงการผลิตที่เป็นทางเลือกแก่ผู้บริโภคหลายชนิดเป็นต้นว่า ผักไร้สารพิษ ผักปลอดสารพิษ ผักอนามัย ผักอินทรีย์ ซึ่งคำเหล่านี้มีขั้นตอนการผลิตที่แตกต่างกัน ดังนี้

ผักไร้สารพิษ คือ ผักที่ระบบการผลิตไม่มีการใช้สารเคมีใด ๆ ทั้งสิ้นไม่ว่าจะเป็นสารเคมีเพื่อป้องกันและปราบศัตรูพืชหรือปุ๋ยเคมีทุกชนิดแต่จะเน้นใช้ปุ๋ยอินทรีย์ทั้งหมดและผลผลิตที่เก็บเกี่ยวแล้วต้องไม่มีสารพิษใด ๆ ทั้งสิ้น

ผักปลอดภัยจากสารพิษ คือ ผักที่ระบบการผลิตมีการใช้สารเคมีในการป้องกันและปราบศัตรูพืชรวมทั้งปุ๋ยเคมีเพื่อการเจริญเติบโต ผลผลิตที่เก็บเกี่ยวได้ยังมีสารพิษตกค้างแต่ไม่เกินปริมาณที่กำหนดไว้เพื่อความปลอดภัยของผู้บริโภคตามประกาศกระทรวงสาธารณสุขฉบับที่ 163 พ.ศ. 2538

ผักอนามัย คือ ผักที่มีระบบการผลิตที่มีการใช้สารเคมีป้องกันและปราบศัตรูพืช รวมทั้งปุ๋ยเคมีเพื่อการเจริญเติบโต ผลผลิตที่เก็บเกี่ยวได้ยังมีสารพิษตกค้างไม่เกินปริมาณที่เป็นอันตรายต่อผู้บริโภคและความสะอาดผ่านกรรมวิธีการปฏิบัติก่อนและหลังการเก็บเกี่ยวตลอดจนการขนส่งและการบรรจุหีบห่อได้ตามลักษณะตามมาตรฐาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผักอินทรีย์ คือ ผักที่มีกระบวนการผลิตที่ไม่ใช้สารเคมีสังเคราะห์ เช่น ปุ๋ยเคมี ยาฆ่าหญ้า ยากำจัดศัตรูพืช ฮอริโมน และเมล็ดพันธุ์ที่ดัดแปลงพันธุกรรม เน้นการใช้ทรัพยากรภายในไร่มาทำให้เกิดประโยชน์สูงสุด และมีมาตรฐานรับรองการผลิต

จากการศึกษาข้อมูลศึกษาขั้นต้นสรุปได้ข้อแตกต่างของผักประเภทต่าง ๆ ตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ตารางเปรียบเทียบความแตกต่างของผักแต่ละชนิด

| ประเภทของผัก | หน่วยงานที่ให้การรับรอง | ปุ๋ยเคมี | สารเคมีกำจัดแมลงศัตรูพืช | ฮอริโมน | พืชดัดแปลงพันธุกรรม |
|--------------------------|---|----------|--------------------------|---------|---------------------|
| ผักอินทรีย์ | - สถาบันพืชอินทรีย์ กรมวิชาการเกษตร - สำนักงานมาตรฐาน เกษตรอินทรีย์ (มกท.) - หน่วยงานต่างประเทศ | ไม่ใช้ | ไม่ใช้ | ไม่ใช้ | ไม่ใช้ |
| ผักปลอดสารพิษ | - ไม่มี | ใช้ได้ | ไม่ใช้ | ใช้ได้ | ไม่มีข้อมูล |
| ผักปลอดภัย/ ผักอนามัย | - กรมส่งเสริมการเกษตร - กรมวิชาการเกษตร | ใช้ได้ | ใช้ได้ | ใช้ได้ | ไม่มีข้อมูล |

ที่มา : ดัดแปลงจากอภิชาติ พงษ์ศรีหุดุลชัย (2546)

มาตรฐานเกษตรอินทรีย์

สาเหตุที่มีการกำหนดมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ขึ้นก็เพื่อให้ตรวจสอบรับรองมาตรฐานผลผลิตเกษตรอินทรีย์ในลักษณะเช่นเดียวกับมาตรฐานผลผลิตภัณฑ้อุตสาหกรรมเป็นกระบวนการตรวจสอบที่ยืนยันว่ากระบวนการผลิตนั้นเป็นไปตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในมาตรฐานอย่างแท้จริงทั้งนี้เพื่อสร้างหลักประกัน และความมั่นใจให้แก่ผู้บริโภคในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ แต่ทว่าการรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์มีข้อกำหนดของมาตรฐานและวิธีการตรวจสอบรับรองที่แตกต่างจากมาตรฐานผลผลิตเกษตรแนวอื่นค่อนข้างมาก ทั้งนี้เพราะเป็นระบบการตรวจสอบเพื่อยืนยันว่าผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์นั้น ๆ ผ่านกระบวนการผลิตตามเงื่อนไขซึ่งกำหนดไว้ในมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ ดังนั้นจึงไม่ใช่การรับรองที่ตัวผลิตภัณฑ์ไม่มีสารเคมีตกค้างหรือสารเคมีตกค้างอยู่ในระดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปลอดภัยเหมือนเช่นมาตรฐานอื่น ๆ แต่เป็นการรับรองว่า ผลิตภัณฑ์นั้นได้มาจากกระบวนการผลิตที่มีการปฏิบัติตามมาตรฐานการผลิตพืชอินทรีย์ในทุกขั้นตอน

การจำหน่ายผลิตภัณฑ์อินทรีย์เข้าสู่ตลาดทั้งภายในและภายนอกประเทศขณะนี้ ผู้ผลิตจำเป็นต้องได้รับการตรวจสอบ และรับรองมาตรฐานจากหน่วยงานที่ได้รับการยอมรับเพราะขณะนี้ประเทศที่พัฒนาแล้วได้กำหนดระเบียบ และกฎหมายควบคุมผลิตภัณฑ์ที่ปิดฉากเกษตรอินทรีย์ ซึ่งผลิตภัณฑ์เหล่านี้จะต้องผลิตโดยกระบวนการที่เป็นไปตามมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ที่ประเทศนั้น ๆ กำหนด

หน่วยงานรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย

1. โครงการพืชอินทรีย์กรมวิชาการเกษตร

สำหรับมาตรฐานการผลิตพืชอินทรีย์ของประเทศไทยโดยสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย กรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์และกรมวิชาการเกษตรได้ร่วมกันจัดทำขึ้นและใช้เป็นมาตรฐานการผลิตพืชอินทรีย์ และในส่วนของกรมวิชาการเกษตรนั้นทำหน้าที่เป็นผู้ตรวจสอบและรับรองมาตรฐานการผลิตแบบเกษตรอินทรีย์

2. สำนักงานมาตรฐานเกษตรอินทรีย์หรือ มกท.

เป็นหน่วยงานตรวจสอบรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ ที่ดำเนินงานภายใต้ “ มูลนิธิมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ ” มกท. ก่อตั้งขึ้นโดยความร่วมมือของกลุ่มองค์กรพัฒนาเอกชน สถาบันวิชาการ หน่วยงานของรัฐ องค์กรผู้บริโภค และเครือข่ายร้านค้าสีเขียวมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2538 ในปี พ.ศ. 2545 มกท. ได้รับการรับรองระบบประกันคุณภาพของสหพันธ์เกษตรอินทรีย์นานาชาติ (IFOAM Accreditation Programme) ซึ่งทำให้มาตรฐาน มกท. เป็นมาตรฐานที่เทียบเท่าสากลส่งผลให้ผู้ผลิตและผู้ประกอบการที่ได้รับการรับรองจาก มกท. สามารถส่งสินค้าเกษตรอินทรีย์ไปจำหน่ายยังต่างประเทศได้สะดวกขึ้น

วิฑูรย์ ปัญญากุลและเจษณี สุขจิรัตติกาล (2546ก) กล่าวว่าเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทยยังอยู่ในระดับเบื้องต้น ช่วงหลายปีที่ผ่านมามีกลุ่มใหม่ ๆ ที่เริ่มปรับเปลี่ยนการผลิตเข้าสู่เกษตรอินทรีย์มากขึ้นทุกปี ทำให้การเจริญเติบโตของเกษตรอินทรีย์ในไทยยังคงขยายตัวต่อเนื่องหลาย ๆ หน่วยงานได้ประกาศนโยบายสนับสนุนหรือประกาศแผนที่จะทำโครงการเกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์ รวมทั้งมีการประชาสัมพันธ์เรื่องเกษตรอินทรีย์ในระดับชนบทและในหมู่เยาวชนในสถานศึกษา แต่โครงการส่วนใหญ่ยังมีความเข้าใจไม่ถูกต้องเกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์เพราะมองเกษตรอินทรีย์เป็นแค่เพียงการปรับเปลี่ยนมาใช้ปุ๋ยอินทรีย์ในการผลิตเท่านั้น โครงการปุ๋ยอินทรีย์ในปัจจุบันจึงเป็นแค่โครงการปุ๋ยน้ำสกัดจากชีวภาพ การใช้จุลินทรีย์เพื่อผลิตปุ๋ยหมักต่าง ๆ ยังไม่ได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เน้นถึงหลักการอนุรักษ์และฟื้นฟูระบบนิเวศการเกษตร โดยเฉพาะอย่างยิ่งการปรับปรุงบำรุงดินที่เป็นหัวใจของระบบเกษตรอินทรีย์

การผลิตเกษตรอินทรีย์ของไทยแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ การผลิตแบบพึ่งพาตนเอง และแบบที่มีการรับรองมาตรฐาน เท่าที่ผ่านมายังไม่ผู้ใดบันทึกข้อมูลเกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์อย่างเป็นระบบ จึงยากที่จะมีการประเมินสถานการณ์เกษตรอินทรีย์ได้ถูกต้องและชัดเจน ข้อมูลสถิติที่มีการเก็บรวบรวมไว้ เช่น ที่ดำเนินโดยสหกรณ์กรีนเนท จำกัด และมูลนิธิสายใยแผ่นดิน จะมีก็แต่ข้อมูลของเกษตรกรที่มีการรับรองมาตรฐานเท่านั้น ซึ่งแสดงพื้นที่และจำนวนฟาร์มของไทยในปี พ.ศ. 2545 ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงพื้นที่และจำนวนฟาร์มเกษตรอินทรีย์ของไทยปี 2545

| ผลผลิต | จำนวนฟาร์ม (แห่ง) | พื้นที่การผลิต(ไร่) |
|---------------------|-------------------|---------------------|
| ข้าวและพืชไร่ | 909 | 32,841.27 |
| ผัก ผลไม้และสมุนไพร | 259 | 20,167.30 |
| อื่น ๆ | 1 | 768.75 |
| รวม | 1,171 | 25,673.59 |

ที่มา : วิฑูรย์ ปัญญากุลและเจษณี สุขจิรัตติกาล (2546ก)

2.2 การตลาดผักอินทรีย์

วิฑูรย์ ปัญญากุลและเจษณี สุขจิรัตติกาล (2546ข) กล่าวว่าในส่วนของผู้บริโภค ส่วนใหญ่ยังไม่เห็นถึงความสำคัญของการบริโภคผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์มากนัก และยังไม่สามารถแยกแยะผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์กับผลิตภัณฑ์ปลอดภัยจากสารพิษที่มีการวางขายในท้องตลาด ทำให้ผลผลิตเกษตรอินทรีย์ที่มีการรับรองแล้วเกือบทั้งหมดยังคงส่งออกไปในต่างประเทศจะมีวางจำหน่ายในประเทศเพียงเล็กน้อย เฉพาะผักสดและธัญพืชซึ่งส่วนใหญ่เป็นข้าวและถั่วเท่านั้น ขณะนี้มีผู้ประกอบการค้าเพียงไม่กี่รายที่เป็นผู้จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานแล้ว ได้แก่ สหกรณ์กรีนเนท จำกัด บริษัทนครหลวงค้าข้าว จำกัด และบริษัทพิภวรรณเบสท์ฟู้ด จำกัด โดยช่องทางการกระจายสินค้ามีอยู่สามทาง คือ เครื่องซูเปอร์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มาร์เก็ต ร้านค้าเฉพาะและการขายตรงระบบสมาชิก นอกจากนี้ยังมีผู้ผลิตอีกจำนวนหนึ่งที่มีการจำหน่ายผลผลิตเกษตรอินทรีย์ที่มีลูกค้าประจำ แต่ก็ยังเป็นเพียงตลาดขนาดเล็กเท่านั้น โดยช่องทางขายมีอยู่หลายช่องทางด้วยกัน คือ

1. ระบบสมาชิก ที่ผู้บริโภคสามารถหาซื้อผลผลิตเกษตรอินทรีย์(ส่วนใหญ่เป็นผัก และผลไม้สด) ให้ถึงบ้านหรือที่ทำงานเป็นประจำทุกสัปดาห์
2. ตลาดนัดผลผลิตเกษตรอินทรีย์ ส่วนใหญ่อยู่ในต่างจังหวัดที่มีการจัดตลาดนัดเป็นประจำทุกสัปดาห์ เช่น ตลาดอิมบุญ จังหวัดเชียงใหม่
3. ตลาดนัดแบบไม่ประจำการที่มีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์อินทรีย์ในช่วงการจัดงานแสดงสินค้าหรือการจัดประชุมขนาดใหญ่
4. ร้านค้าที่เป็นร้านค้าสุขภาพ โดยร้านค้าอาจซื้อจากผู้ผลิตโดยตรงหรือซื้อผ่านศูนย์กระจายสินค้า (ผู้ค้าส่ง) โดยร้านค้าสุขภาพเหล่านี้ส่วนใหญ่จะเป็นร้านเดี่ยวไม่มีสาขา
5. ซูเปอร์มาร์เก็ตสุขภาพ ซึ่งเป็นซูเปอร์มาร์เก็ตที่เน้นขายสินค้าสุขภาพและสิ่งแวดล้อม
6. ซูเปอร์มาร์เก็ตและดีสเคาน์ทรีที่ขายผลิตภัณฑ์สุขภาพ เช่น ท็อปซูเปอร์มาร์เก็ต, เดอะมอลล์, วิลล่าซูเปอร์มาร์เก็ต
7. ร้านอาหารเกษตรอินทรีย์ปัจจุบันมีอยู่ 2 แห่งคือ ร้านอโณทัย และร้าน จีโอบอร์แกนิก

ปัจจุบันผู้บริโภคจำนวนมากให้ความสำคัญกับการบริโภคอาหารที่มีคุณภาพจากธรรมชาติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ จากการสำรวจโดย บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรรม จำกัด พ.ศ. 2546 มีการสำรวจค่าใช้จ่ายของคนกรุงเทพฯ ในการซื้อสินค้าสุขภาพ และเมื่อนำมาคำนวณแล้วคาดว่ามูลค่าการตลาดของสินค้าสุขภาพในปี 2544 เท่ากับ 3,600 ล้านบาท และคาดว่าอัตราการขยายตัวของตลาดเท่ากับร้อยละ 20 โดยสินค้าสุขภาพที่คนกรุงเทพฯ นิยมซื้อคือ ข้าวสาร และผักประเภทต่างๆ

และในขณะเดียวกัน ผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์กำลังเป็นที่รู้จักของผู้บริโภคมากขึ้น เนื่องจากผู้บริโภคกังวลเรื่องพิษภัยจากอาหาร แต่ทว่าอาหารเพื่อสุขภาพที่วางตลาดกันอยู่ทั่วไปทำให้สร้างความสับสนแก่ผู้บริโภคที่ไม่ได้ติดตามข่าวสารอย่างใกล้ชิดเป็นอันมาก แม้จะมีผู้บริโภคบางส่วนเข้าใจจากประสบการณ์การตลาดของสหกรณ์กรีนเนท (วิฑูรย์ ปัญญากุลและเจษณี สุขจิรัตติกาล, 2546ก) พบว่าผู้บริโภคผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ส่วนใหญ่ คือ ครอบครัวชนชั้นกลางในเมืองที่มีบุตร 1-2 คน รายได้เฉลี่ยของครอบครัวเฉลี่ยประมาณ 30,000 – 60,000 บาทต่อเดือน เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับประโยชน์และแหล่งจับจ่ายผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์จากหนังสือ นิตยสาร โทรทัศน์ และวิทยุ ทั้งนี้ผู้บริโภคส่วนมากจะเลือกซื้ออาหารที่"ปลอดภัย" และอาหาร เกษตรอินทรีย์เป็นประจำจากซูเปอร์มาเก็ตทั่วไป หรือจากร้านค้าเฉพาะด้าน และจากการศึกษา ของสหกรณ์กรีนเนท จำกัดยังระบุอีกว่า ผู้บริโภคมีความพร้อมในการซื้อผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ ในอัตราราคาที่สูงกว่าปกติ 10 - 15 % แต่ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวจะต้องมีคุณภาพทัดเทียมกับ ผลิตภัณฑ์เกษตรเคมี และมีการตรวจสอบและรับรองมาตรฐานที่สร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภค อีกด้วย ดังจะดูได้จากตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ราคาเปรียบเทียบของผักสดที่ขายในซูเปอร์มาเก็ตในกรุงเทพฯ (บาท/กก)

| ประเภท | ธันวาคม 44 | กรกฎาคม 45 | มีนาคม 46 |
|---------------------------------|------------|------------|-----------|
| ผักทั่วไป | 40.8 | 41.28 | 38.98 |
| ผักอนามัย | 54.79 | 60.28 | 45.29 |
| ผักเกษตรอินทรีย์ | 88.375 | 66.99 | 65.94 |
| ผักอินทรีย์ราคาสูงกว่าผักอนามัย | 61% | 11% | 46% |
| ผักอินทรีย์ราคาสูงกว่าผักทั่วไป | 120 % | 62% | 69% |

ที่มา : วิทยุรีย์ บุญญากุลและเจษณี สุขจิตติกาล (2546ข)

จากการศึกษาของสหกรณ์กรีนเนท จำกัด พบว่าแม้กระแสการบริโภคผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์จะเพิ่มขึ้น แต่ก็พบว่ายังเกิดปัญหาหลายประการกับผู้บริโภคในการสนับสนุนผลิตภัณฑ์เหล่านี้ คือ

1. ผู้บริโภคยังขาดความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์ อันเนื่องมาจากการขาดการประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างทั่วถึง และต่อเนื่อง ประกอบกับมีการส่งเสริมเกษตรอินทรีย์จากหลายหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน จึงอาจทำให้เกิดความสับสนในกลุ่มผู้บริโภคได้

2. ผู้บริโภคขาดความมั่นใจในผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ว่าเป็นผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์จริงหรือไม่ อันเนื่องมาจาก ขาดการให้ข้อมูลที่ครบถ้วนบนบรรจุภัณฑ์, มีการรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ และการกำหนดตราสัญลักษณ์การรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์จากหลายหน่วยงาน

3. ผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ยังมีราคาสูงในปัจจุบัน ทำให้การบริโภคผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์จำกัดอยู่เฉพาะชนชั้นกลาง และผู้มีรายได้สูง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อย่างไรก็ตาม อาจกล่าวได้ว่าการบริโภคผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์เป็นการบริโภคอย่างมีคุณค่าและมีคุณภาพ เพราะนอกจากจะเป็นผลดีต่อสุขภาพแล้ว ยัง योगโย ไปถึงเกษตรกรผู้ผลิตและสิ่งแวดล้อมอีกด้วย ประการสำคัญผู้บริโภคผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์เป็นตัวแปรสำคัญในการทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของตลาด และรูปแบบการผลิตของเกษตรกรให้ไปสู่การทำตลาดและการทำการผลิตที่มีความรับผิดชอบต่อสุขภาพของผู้บริโภค และสิ่งแวดล้อมมากขึ้นอีกด้วย

2.3 ทฤษฎีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ

ทฤษฎีการตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) จะอธิบายได้ด้วยแบบจำลองของเอนเกล-คอนนาร์ท-แบล็คเวล (อุทัย ชัยประเสริฐ, 2546) เป็นแบบจำลองพฤติกรรมที่ใช้อธิบายกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคว่าประกอบไปด้วย 5 ขั้นตอน คือ

1. การรับรู้ความต้องการ ขบวนการซื้อจะเริ่มต้นเมื่อผู้ซื้อรับรู้ถึงปัญหาและความต้องการอาจเกิดจากสิ่งกระตุ้นที่มีอยู่ 2 ประเภท คือความต้องการภายในบุคคล ได้แก่ ความหิว ความกระหาย ความต้องการทางเพศ สิ่งเหล่านี้เกิดขึ้นเมื่อถึงระดับหนึ่งจะกลายเป็นสิ่งกระตุ้น บุคคลจะเรียนรู้ถึงวิธีการจัดการกับสิ่งกระตุ้นจากประสบการณ์ในอดีตทำให้เขาจะรู้ว่าจะสนองสิ่งกระตุ้นอย่างไร
 2. การค้นหาข้อมูล ถ้าความต้องการถูกกระตุ้นมากพอ และสิ่งที่สามารถสนองความต้องการอยู่ใกล้กับผู้บริโภค ผู้บริโภคจะดำเนินการเพื่อให้เกิดความพอใจทันที
 3. การประเมินทางเลือก เมื่อผู้บริโภคได้ข้อมูลมาแล้วจากขั้นที่ 2 ผู้บริโภคจะเกิดการเข้าใจและประเมินผลความต้องการ ขบวนการประเมินผลไม่ใช่สิ่งง่ายและไม่ใช่กระบวนการเดียวที่ใช้กับผู้บริโภคทุกคน และไม่ใช่เป็นของผู้ซื้อคนใดคนหนึ่งในทุกสถานการณ์ซื้อ
 4. การตัดสินใจซื้อสินค้าราคาตราที่คนชอบมากที่สุดได้อย่างไรก็ตามอาจมีปัจจัยเข้าไปขัดขวางความตั้งใจหรือการตัดสินใจซื้อได้ 2 กระบวนการ คือ
 - 4.1 ทัศนคติของบุคคลอื่น ๆ
 - 4.2 เหตุการณ์ที่ไม่ได้คาดคิด
- ในการซื้อสินค้าผู้ซื้อจะมีการตัดสินใจย่อย 5 ระดับ คือ การตัดสินใจเลือกตราสินค้า, ผู้ขาย, ด้านปริมาณ, ด้านระยะเวลาการซื้อ และวิธีการชำระเงิน การตัดสินใจย่อยดังกล่าวอาจลดเหลือเพียงข้อเดียวก็เป็นได้
5. พฤติกรรมหลังการซื้อ หลังจากการซื้อสินค้าไปแล้ว ผู้บริโภคอาจจะมีโอกาสเกิดความพอใจ หรือไม่พอใจต่อสินค้านั้นก็เป็นได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541) ได้กล่าวถึงโมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค(Consumer Behavior Method) ที่เป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการเลือกซื้อ การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ โดยมีจุดเริ่มต้นจากการกระตุ้น(Stimulus) ที่ทำให้เกิดความต้องการ สิ่งกระตุ้นผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ(Buyer's Black Box) ซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่าง ๆ ของผู้ซื้อแล้วจะมีการตอบสนองของผู้ซื้อ(Buyer's response) หรือการตัดสินใจของผู้ซื้อ(Buyer's Purchase Decision)

จากภาพที่ 1 จุดเริ่มต้นของโมเดลนี้อยู่ที่มีสิ่งกระตุ้นให้เกิดความต้องการก่อนแล้วทำให้เกิดการตอบสนอง ดังนั้นโมเดลนี้จึงเรียกว่า S-R Theory โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. สิ่งกระตุ้น (Stimulus) อาจเกิดขึ้นเองจากภายในร่างกาย และสิ่งกระตุ้นจากภายนอก นักการตลาดต้องสนใจและจัดการสิ่งกระตุ้นภายนอก เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ สิ่งกระตุ้นถือว่าเป็นเหตุจูงใจให้เกิดการซื้อสินค้า (Buying Motive) ซึ่งอาจใช้เหตุจูงใจให้ซื้อด้านเหตุผล และใช้เหตุจูงใจให้ซื้อด้านจิตวิทยา (อารมณ์) ก็ได้ ประกอบด้วย 2 ส่วนคือ

1.1 สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing Stimulus) ที่นักการตลาดควบคุมได้ และต้องจัดให้มีขึ้น ซึ่งประกอบด้วย 4 P คือ

1.1.1 สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ (Product) คือการออกแบบผลิตภัณฑ์ เกษตรอินทรีย์ให้มีขนาด รูปร่างลักษณะ และคุณสมบัติที่เหมาะสมรวมถึงบรรจุภัณฑ์ที่ใช้ต้องสะดุดตาน่าสนใจ เพื่อกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภค

1.1.2 สิ่งกระตุ้นด้านราคา (Price) คือการกำหนดราคาสินค้าให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์โดยพิจารณาผู้บริโภคเป้าหมาย

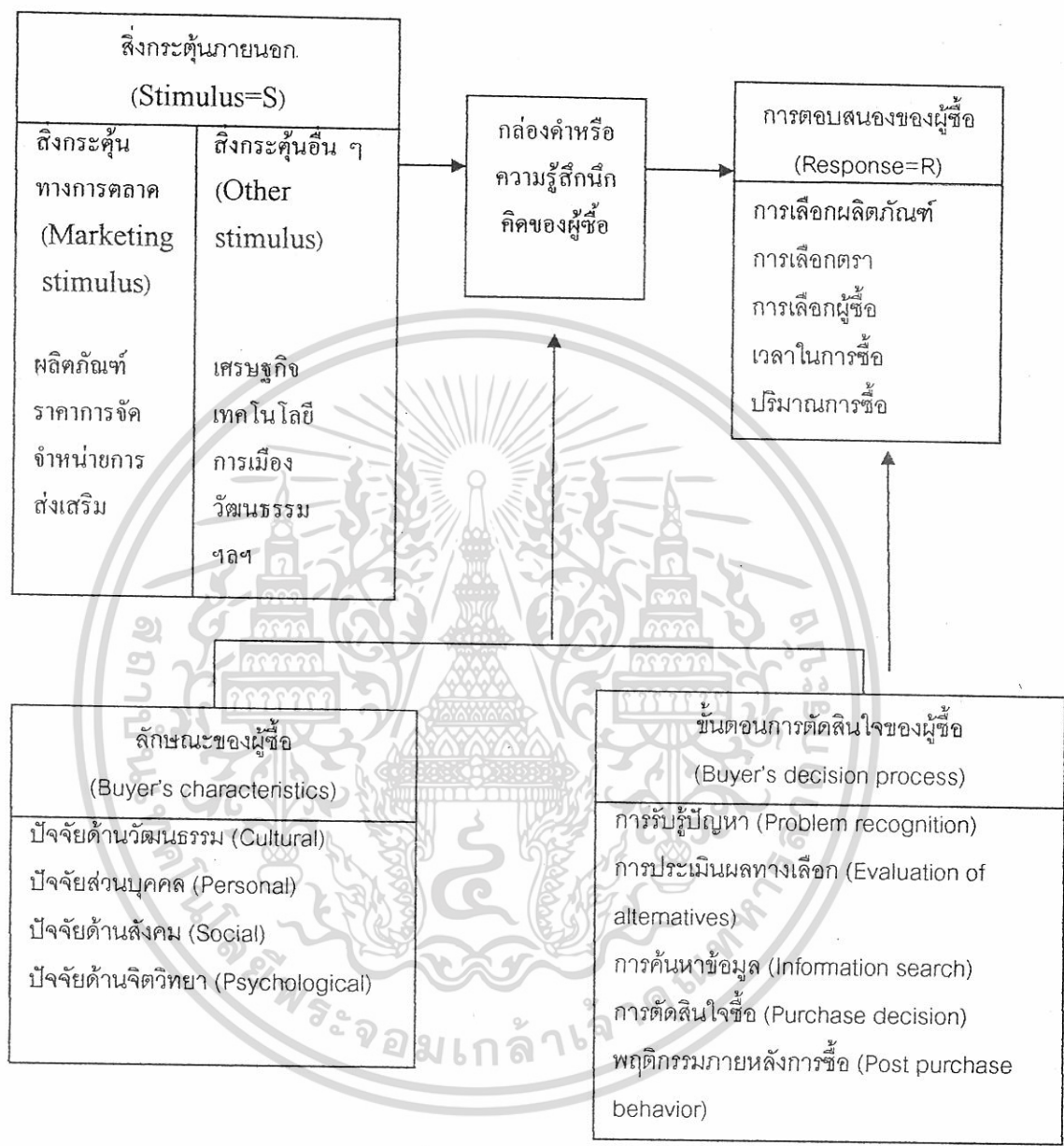
1.1.3 สิ่งกระตุ้นด้านการจัดช่องทางการจำหน่าย (Place) คือสถานที่ที่จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ ต้องมีความสะดวกแก่ผู้บริโภคที่สามารถซื้อหาได้ง่าย

1.1.4 สิ่งกระตุ้นด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) คือ การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ให้แก่ผู้บริโภคเข้าใจ เพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อพฤติกรรมการซื้อ

1.2 สิ่งกระตุ้นอื่น ๆ (Other Stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการผู้บริโภคที่อยู่ภายในองค์การซึ่งควบคุมไม่ได้ ประกอบด้วย

1.2.1 สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ (Economic) คือ ภาวะเศรษฐกิจรายได้ของผู้บริโภคที่มีอิทธิพลต่อความต้องการซื้อ

Buyer's black box



ภาพที่ 1 รูปแบบพฤติกรรมผู้บริโภค (Model of consumer behavior)

ที่มา : ศิริวรรณ เจริญรัตน์ (2541)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.2.2 สิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยี (Technological) เช่น การสั่งซื้อในระบบผ่านอินเทอร์เน็ต โดยไม่ต้องไปสถานที่จำหน่ายเอง เพื่อความสะดวกของผู้บริโภค

1.2.3 สิ่งกระตุ้นทางกฎหมายและการเมือง (Law and Political) คือการกำหนดให้มีตราสินค้ารับรอง

1.2.4 สิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรม (Cultural) คือ ขนบธรรมเนียมประเพณีไทยเทศกาลต่าง ๆ จะมีผลกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการซื้อสินค้าในเทศกาลนั้น

2. กล่องดำหรือความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's Black Box) ซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถทราบได้ จึงต้องพยายามค้นหาความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อที่ได้รับอิทธิพลจาก

2.1 ลักษณะของผู้ซื้อ (Buyer Characteristics) นักการตลาดต้องค้นหาลักษณะของผู้ซื้อเพื่อที่เป็นเป้าหมายทำให้ทราบถึงความต้องการ ในการจัดส่วนประสมทางการตลาดต่าง ๆ ซึ่งลักษณะของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้

2.1.1 ปัจจัยภายนอกทางวัฒนธรรม ได้แก่ วัฒนธรรม วัฒนธรรมย่อย ชั้นทางสังคม

2.1.2 ปัจจัยภายนอกด้านสังคม ได้แก่ กลุ่มอ้างอิง ครอบครัว บทบาทและสถานะ

2.1.3 ปัจจัยเฉพาะบุคคลส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ อาชีพ วงจรชีวิตครอบครัว รายได้ รูปแบบการดำรงชีวิต

2.1.4 ปัจจัยภายในด้านจิตวิทยา ได้แก่ การสนใจ การรับรู้ การเรียนรู้ ความเชื่อถือ ทศนคติ บุคลิกภาพ แนวคิดของตนเอง

2.2 กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ (Buyer Decision Process) ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน คือ

2.2.1 การรับรู้ความต้องการ(ปัญหา) คือ ความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ที่คำนึงถึงสุขภาพความปลอดภัยจากสารพิษเป็นลำดับ จะเห็นได้จากงานวิจัยที่มีผู้ศึกษา ดังนี้

2.2.2 การค้นหาข้อมูล คือ เมื่อเกิดความต้องการ ผู้บริโภคจะพยายามหาข้อมูลผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ เพื่อสนองความต้องการ และปริมาณของข้อมูลที่ผู้บริโภคค้นหาจะขึ้นอยู่กับปัจจัย ได้แก่ ปัญหาเกี่ยวกับความต้องการที่เผชิญอยู่ในระดับมากหรือน้อย จำนวนเวลาที่ใช้ในการเลือกสินค้าและจำนวนความเสี่ยงภัยที่พึงมี ถ้าการตัดสินใจผิดพลาด เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2.3 การประเมินผลทางเลือก คือ เมื่อผู้บริโภครับข้อมูลเข้ามา ก็จะเกิดความเข้าใจและทำการประเมินข้อมูลเหล่านั้นเพื่อพิจารณาการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์

2.2.4 การตัดสินใจ คือ เมื่อทำการประเมินผลแล้ว ก่อนการตัดสินใจซื้อ ผู้บริโภคจะพิจารณาปัจจัย 3 ประการ คือ

ก. ทศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์

ข. สถานการณ์ที่คาดไว้ เช่น การคาดคะเนประโยชน์ที่ได้รับ ทั้งนี้ ความตั้งใจซื้อจะได้รับอิทธิพลมาจากรายได้ ขนาดของครอบครัว ภาวะทางเศรษฐกิจ เป็นต้น

ค. สถานการณ์ที่ไม่ได้คาดคะเน ซึ่งอาจเกิดขึ้นในขณะที่ผู้บริโภคกำลังซื้อ เช่น ความไม่พอใจในลักษณะของพนักงานขาย ความไม่พอใจในตัวผลิตภัณฑ์

2.2.5 พฤติกรรมภายหลังการซื้อ คือ ผู้บริโภคอาจมีความพอใจหรือไม่พอใจในสินค้าหรือบริการที่ได้รับ

3. การตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's Response) หรือการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคหรือผู้ซื้อ (Buyer's Purchase Decision) ผู้บริโภคจะมีการตัดสินใจในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

3.1 การเลือกผลิตภัณฑ์ (Product Choice) คือ การที่ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ชนิดหนึ่งตามความต้องการ

3.2 การเลือกตราสินค้า (Brand Choice) คือ การที่ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกซื้อจากตราผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์

3.3 การเลือกผู้ขาย (Dealer Choice) คือ การที่ผู้บริโภคจะตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์นั้น ผู้บริโภคมักคำนึงถึงสถานที่ขาย และการบริการ

3.4 การเลือกเวลาในการซื้อ (Purchase Timing) คือ การที่ผู้บริโภคจะตัดสินใจเลือกเวลาซื้อผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ที่เหมาะสม

3.5 การเลือกปริมาณการซื้อ (Purchase Amount) คือ การที่ผู้บริโภคจะตัดสินใจเลือกปริมาณที่จะซื้อผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ในครั้งหนึ่ง ๆ

ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าปัจจัยหรือสิ่งกระตุ้นต่าง ๆ ที่ทำให้เกิดความต้องการ เมื่อผ่านเข้าไปยังความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อแล้วจะมีการตอบสนองของผู้ซื้อหรือการตัดสินใจของผู้ซื้อ ซึ่งสิ่งกระตุ้นที่กล่าวประกอบด้วย สิ่งกระตุ้นที่เกิดทางการตลาดคือ ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ และการส่งเสริม และยังมีสิ่งกระตุ้นส่วนบุคคลอีกด้วย คือ เศรษฐกิจ เทคโนโลยี การเมือง วัฒนธรรม ค่านิยม ทศนคติ และความถี่ ที่ทำให้เกิดความนึกคิด เพื่อมีการตอบสนองต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เกษตรอินทรีย์

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เจเนต เอียมภิกขัมฤทธิ์ (2527) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการบริโภคผักสดในกรุงเทพมหานครปี 2525 พบว่าปัจจัยที่ผู้บริโภคนำมาพิจารณาประกอบการซื้อผัก ได้แก่คุณค่าทางอาหาร ความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้า ราคา รสนิยม และความสะดวก ในส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคผัก ได้แก่ รายได้ และค่าใช้จ่ายผักประเภทอื่น ๆ และปัญหาที่พบในการบริโภคผัก ได้แก่ (1) การซื้อ เมื่อไปซื้อไม่มีผักที่ผู้บริโภคต้องการ ตลาดห่างไกล (2) คุณภาพผักที่ซื้อมาคุณภาพไม่ดีเน่าเสียง่าย (3) ราคาผักแพงเกินไป ราคาแต่ละท้องที่ไม่เท่ากัน (4) ตลาด ระบบตลาดไม่ดี คือการจัดสถานที่ของตลาด การแบ่งประเภทของสินค้าที่จำหน่าย ความยากง่ายในการซื้อสินค้า และ (5) การขาดแคลนผักตามฤดูกาล

พิพัฒน์ เพชรงาม (2543) ได้ทำการศึกษาพบว่า ความสะดวกของสถานที่จัดจำหน่าย ความใส่ใจในสุขภาพ และความใส่ใจในสิ่งแวดล้อมเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคที่จะบริโภคผักปลอดภัยจากสารพิษ โดยในส่วนเรื่องของความสะดวกของสถานที่จัดจำหน่ายผู้บริโภคส่วนใหญ่เห็นว่ายังไม่มีความสะดวกเท่าที่ควรและผู้บริโภคส่วนใหญ่ที่เลือกจะบริโภคผักปลอดภัยจากสารพิษ ก็เพราะเห็นว่าจะช่วยรักษาสุขภาพให้ดีขึ้น และเห็นว่าจะช่วยรักษาสุขภาพแวดล้อมด้วยซึ่งปัจจัยทั้งสองจะเป็นตัวแปรที่สำคัญที่มีส่วนและมีผลต่อการตัดสินใจบริโภคผักปลอดภัยจากสารพิษของผู้บริโภคที่ควรคำนึงถึงให้มาก

วิไล ท่วมกลัด (2543) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรม การบริโภคผักปลอดสารพิษในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถามสำรวจและเลือกศึกษาเฉพาะผัก 5 ชนิดด้วยกัน คือ ผักคะน้า ผักกวางตุ้ง กะหล่ำปลี ถั้วฝักยาวและผักบุ้งจีน โดยการวิเคราะห์เชิงพรรณนาใช้ค่าสถิติร้อยละ และการวิเคราะห์เชิงปริมาณในเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อและพฤติกรรมผู้บริโภคผักปลอดสารพิษ ส่วนการวิเคราะห์ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อผักปลอดสารพิษ ใช้เกณฑ์วิเคราะห์แบบ Likert Scale ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อและพฤติกรรมในการบริโภคผักปลอดสารพิษได้แก่ ราคาผักปลอดสารพิษ และส่วนต่างระหว่างราคาผักปลอดสารพิษกับผักสดทั่วไปที่ผลิตโดยใช้สารเคมี โดยเมื่อปัจจัยทั้งสองเพิ่มขึ้นมีผลทำให้ความน่าจะเป็นในการเลือกบริโภคผักปลอดสารพิษเพิ่มขึ้นในทุกสมการ ส่วนผลการศึกษาด้านสภาพทั่วไปทางเศรษฐกิจและสังคม พบว่ามีความสอดคล้องกับผลการศึกษาด้านทัศนคติของผู้บริโภคที่ว่าผู้บริโภคมีทัศนคติในเชิงนิยมผักปลอดสารพิษ โดยผู้บริโภคเห็นว่าผักปลอดสารพิษมีประโยชน์ ลดความเสี่ยงในการสะสมสารพิษของร่างกายและสิ่งแวดล้อมแต่ผู้

เอกสารณีนันท์ (2543) ได้ทำการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคได้แก่ ราคาผักปลอดสารพิษ และส่วนต่างระหว่างราคาผักปลอดสารพิษกับผักสดทั่วไปที่ผลิตโดยใช้สารเคมี โดยเมื่อปัจจัยทั้งสองเพิ่มขึ้นมีผลทำให้ความน่าจะเป็นในการเลือกบริโภคผักปลอดสารพิษเพิ่มขึ้นในทุกสมการ ส่วนผลการศึกษาด้านสภาพทั่วไปทางเศรษฐกิจและสังคม พบว่ามีความสอดคล้องกับผลการศึกษาด้านทัศนคติของผู้บริโภคที่ว่าผู้บริโภคมีทัศนคติในเชิงนิยมผักปลอดสารพิษ โดยผู้บริโภคเห็นว่าผักปลอดสารพิษมีประโยชน์ ลดความเสี่ยงในการสะสมสารพิษของร่างกายและสิ่งแวดล้อมแต่ผู้

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บริโภคยังไม่มี ความมั่นใจในคุณภาพของผักปลอดสารพิษ ซึ่งควรให้หน่วยงานที่รับผิดชอบมีการตรวจสอบอย่างเข้มงวดขึ้น ส่วนเรื่องราคาผู้บริโภคมีความเห็นว่าราคาผักปลอดสารพิษควรที่จะสูงกว่าราคาผักสดทั่วไปที่ผลิตโดยใช้สารเคมีไม่เกินร้อยละ 50 หรือมีราคา 1.5 เท่า ของราคาผักสดทั่วไปที่ผลิตโดยใช้สารเคมี และควรมีการแจ้งราคาผักปลอดสารพิษแต่ละชนิดให้ผู้บริโภคทราบเป็นระยะ ๆ สำหรับแหล่งจำหน่ายผักปลอดสารพิษยังมีแหล่งจำหน่ายน้อย ควรเพื่อแหล่งจำหน่ายให้พอเพียงกับความต้องการของผู้บริโภคโดยเฉพาะในซูเปอร์มาร์เก็ตซึ่งมีความสะดวกและนิยมไปซื้อให้มากขึ้น อีกทั้งควรให้ข้อมูลเกี่ยวกับการผลิต และการตรวจสอบคุณภาพของผักปลอดสารพิษให้มากขึ้น อีกทั้งควรให้ข้อมูลเกี่ยวกับขบวนการผลิตและการตรวจสอบคุณภาพของผักปลอดสารพิษให้มากขึ้นและกระทำอย่างต่อเนื่องในอนาคตด้วย

อุทัย ชัยประเสริฐ (2546) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร “สาหร่ายสไปรูลิน่า” ในเขตกรุงเทพมหานครพบว่า ผู้บริโภคที่มีอายุต่างกันมีการตัดสินใจบริโภคแตกต่างกัน ผู้บริโภคที่มีปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ อายุ อาชีพและภูมิลำเนาเดิมต่างกันมีกระบวนการก่อนที่จะบริโภคแตกต่างกัน ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันและมีทัศนคติที่ต่างกันทำให้การตัดสินใจบริโภคแตกต่างกัน

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2547) ได้ทำการสำรวจเพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคข้าว ผักผลไม้ที่ปลอดภัยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีผู้ตอบแบบสอบถามเป็นชายร้อยละ 30 เป็นหญิงร้อยละ 70 พบว่ากลุ่มผู้บริโภคข้าว ผัก ผลไม้ปลอดภัยส่วนใหญ่จะมีอายุระหว่าง 41 – 45 ปี มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีขึ้นไป มีรายได้สูงกว่า 40,000 บาทต่อเดือน ส่วนใหญ่ได้ปรับเปลี่ยนการบริโภคมาประมาณ 3-4 ปี โดยสนใจซื้อเลือกผัก ผลไม้ปลอดภัยมากกว่าข้าวโดยร้อยละ 75 ซื้อผัก ผลไม้เป็นประจำ มีร้อยละ 21 เท่านั้นที่ซื้อข้าวเป็นประจำ นอกจากนี้ยังมีความต้องการสินค้าประเภทเนื้อสัตว์ที่ปลอดภัยซึ่งหาซื้อได้ยาก ส่วนสาเหตุที่ทำให้เลือกซื้อสินค้าปลอดภัย ร้อยละ 76 มีความห่วงใยใส่ใจในเรื่องสุขภาพเพราะตระหนักถึงพิษภัยจากสารเคมี ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมเป็นเพียงปัจจัยสนับสนุนผู้ซื้อไปร้อยละ 34 สนใจในความสดใหม่ของสินค้าไม่สนใจเรื่องราคา เพียงแต่ขอให้เชื่อมั่นได้ว่าเป็นสินค้าปลอดภัย ร้านที่จำหน่ายสินค้าสร้างความเชื่อถือและมั่นใจในเรื่องความปลอดภัยมากกว่าตรารับรองคุณภาพของภาครัฐหรือชื่อเสียงของบริษัทผู้ผลิต

วิลาสินี วัจทะพันธ์ (2547) ได้ทำการศึกษาความคิดเห็นและพฤติกรรมผู้บริโภคผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ 1 ครั้งต่อสัปดาห์ ส่วนเหตุผลที่ซื้อเพราะความห่วงใย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในสุขภาพของตนเองและสมาชิกในครอบครัว ประเภทของผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ที่กลุ่มตัวอย่างเลือกซื้อมากที่สุดคือผัก ผลไม้และนิยมเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์จากซูเปอร์มาร์เก็ต โดยพิจารณาถึงความสดใหม่ของสินค้าเป็นอันดับแรก ด้านการรับรู้ข้อมูลพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รู้จักผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์จากสื่อสิ่งพิมพ์ หนังสือ นิตยสารและวารสาร โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความเชื่อมั่นในการรับรองมาตรฐานอินทรีย์ที่ปรากฏบนบรรจุภัณฑ์ ในด้านความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยอย่างยิ่ง ในเรื่องผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ว่าปลอดภัยต่อสิ่งแวดล้อม

จากทฤษฎีที่เกี่ยวข้องและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องข้างต้นแล้ว พบว่าปัจจัยส่วนบุคคล เช่น อายุ เพศ ระดับการศึกษา สถานภาพ และปัจจัยด้านเศรษฐกิจและสังคม เช่น อาชีพ รายได้ ค่าใช้จ่ายค่าอาหาร และปัจจัยกระตุ้นอื่น ๆ อันได้แก่ ความห่วงใยใส่ใจในสุขภาพ ความสดและคุณภาพของสินค้ารวมไปถึงสถานที่จัดจำหน่าย ความสะดวกความน่าเชื่อถือของสถานที่ขาย เหตุผลทั้งหลายเหล่านี้มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผักอินทรีย์



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

วิธีการวิจัย (Research Methodologies)

การศึกษาเรื่องปัจจัยในการตัดสินใจซื้ออินทรีย์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ (Survey Research) ผู้ศึกษาได้ศึกษาข้อมูลจาก 2 แหล่ง ดังนี้

1.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ข้อมูลที่ได้จากการสำรวจ โดยใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากร ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ จากสถานที่ต่าง ๆ ด้วยกัน โดยไม่เจาะจงว่าประชากรเป็นเพศใด และต้องเป็น ความสมัครใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จะทำการสอบถามในช่วงเช้า กลางวัน และเย็น เมื่อได้ข้อมูลครบถ้วนแล้ว จึงนำแบบสอบถามที่ได้ไปทำการหาค่าสถิติและแปลผลต่อไป

1.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้รวบรวมข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ ดังนี้

1.2.1 เก็บรวบรวมข้อมูล จากเอกสารสิ่งพิมพ์ที่เกี่ยวข้อง บทความทางวิชาการ หนังสือ ตำรา และที่มีผู้ทำการศึกษามาแล้วงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1.2.2 ศึกษาข้อมูลจากเว็บไซต์ในอินเทอร์เน็ต เพื่อนำมาใช้ในการตรวจสอบความ ถูกต้อง และอ้างอิง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร (Population) ที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ คือ กลุ่มผู้บริโภคผักอินทรีย์ในเขต กรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ คือ กลุ่มผู้บริโภคผักอินทรีย์ในเขต กรุงเทพมหานคร จำนวน 110 คน ในสถานที่จำหน่ายผักอินทรีย์ กำหนดขนาดตัวอย่างโดยวิธีการ สุ่มตัวอย่างจากผู้บริโภคผักอินทรีย์ ซึ่งได้จากการคำนวณ ขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยไม่ทราบ จำนวนประชากรทั้งหมดที่เป็นผู้บริโภคผักอินทรีย์ โดยกำหนดประมาณการค่าร้อยละมีความผิดพลาดไม่เกิน 10% (0.10) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยใช้สูตรคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้ (ศิริชัย พงษ์วิชัย, 2546)

การคำนวณขนาดตัวอย่าง (Sample)

$$n = \frac{Z^2}{4e^2}$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

$$= \frac{(1.96)^2}{4(0.10)^2}$$

$$= 96.04 \text{ ตัวอย่าง}$$

ได้จำนวนขนาดตัวอย่างประมาณ 96 ตัวอย่าง ผู้ศึกษาจึงทำการเก็บข้อมูลจากตัวอย่าง 110 ตัวอย่าง

วิธีการสุ่มตัวอย่าง

มีรายละเอียดการสุ่มตัวอย่างแบ่งเป็นขั้นตอน ดังนี้
 ขั้นตอนที่ 1 สถานที่จำหน่ายผักอินทรีย์ โดยใช้วิธีการสุ่มแบบเฉพาะเจาะจงสถานที่ที่ขายผักอินทรีย์ของไร่ปลูกรัก และรังสิตฟาร์ม ซึ่งเป็นผู้ผลิตผักอินทรีย์ที่ได้รับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ ดังนี้

1. เอ็มโพเรียม
2. วิลล่ามาร์เก็ต สาขาทองหล่อ
3. อโณทัย
4. ห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์ ทุกสาขา
5. ร้านค้าเลมอนฟาร์ม ทุกสาขา
6. TOPS Supermaket สาขาชิดลม, สาขาสีลม, สาขาบางนา, สาขาสุขุมวิท และสาขาCentral world Plaza ฯลฯ
7. โกลเด้นเพลส สาขาสะพานสูง และสาขาพระราม 9
8. ร้านสหกรณ์กรีนเนท จำกัด

จากนั้นทำการติดต่อหน่วยงานที่จำหน่ายผักอินทรีย์ ที่ยินดีให้เข้าเก็บข้อมูล จนได้สถานที่ในการสอบถามข้อมูลทั้งหมด 5 แห่ง คือ

1. TOPS Supermaket ในเซ็นทรัลสาขาชิดลม
2. TOPS Supermaket ในเซ็นทรัลสาขาลาดพร้าว
3. TOPS Supermaket ในเซ็นทรัลสาขาบางนา
4. โกลเด้นเพลส สาขาพระรามเก้า
5. โกลเด้นเพลส สาขาสะพานสูง

ขั้นตอนที่ 2 การสุ่มตัวอย่างผู้บริโภคผักอินทรีย์ จำนวน 110 คน โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่าง

แบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

เอกสารนี้เป็นเอกสารสงวนลิขสิทธิ์สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากการศึกษาพบว่า มีจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่ TOPS Supermaket เซ็นทรัลสาขา ลาดพร้าว คิดเป็นร้อยละ 55.5 รองลงมาเป็น TOPS Supermaket เซ็นทรัลสาขาบางนา คิดเป็น ร้อยละ 18.2 จะเห็นว่าในแต่ละแห่งได้ข้อมูลมาไม่เท่ากัน เนื่องจากผู้บริโภครายไม่ให้ความ ร่วมมือ, สถานที่ที่ติดต่อขอความร่วมมือไม่สามารถให้เข้าไปเก็บตรงจุดจำหน่ายได้, ปริมาณสินค้า ผักอินทรีย์บนชั้นวางในแต่ละสถานที่มีความแตกต่างกัน บางสถานที่วางมากบางสถานที่วางน้อย ทำให้มีผู้บริโภคในแต่ละแห่งมีจำนวนแตกต่างกัน และอีกอย่างถูกจำกัดในเรื่องของเวลาในการเก็บ รวบรวมข้อมูล ดังรายละเอียดในตารางที่ 4

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนร้อยละของสถานที่เก็บแบบสอบถาม

| สถานที่ | จำนวน | ร้อยละ |
|--------------------------------------|-------|--------|
| TOPS Supermaket เซ็นทรัลสาขาชิดลม | 11 | 10.0 |
| TOPS Supermaket เซ็นทรัลสาขาลาดพร้าว | 61 | 55.5 |
| TOPS Supermaket เซ็นทรัลสาขาบางนา | 20 | 18.2 |
| โกลเด้นเพลส สาขาพระรามเก้า | 9 | 8.2 |
| โกลเด้นเพลส สาขาสะพานสูง | 9 | 8.2 |
| รวม | 110 | 100.0 |

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ คือแบบสอบถามซึ่งดำเนินการเก็บ ข้อมูลด้วยตนเอง แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคผักอินทรีย์

ตอนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผักอินทรีย์ ซึ่งจะเป็นคำถามแบบ Rating Scale โดยมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

คำถามแบบ ใช้เกณฑ์ระดับคะแนน ดังนี้

| | | | |
|-----------|-----|---|-------|
| มากที่สุด | ให้ | 5 | คะแนน |
| มาก | ให้ | 4 | คะแนน |
| ปานกลาง | ให้ | 3 | คะแนน |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

| | | | |
|------------|-----|---|-------|
| น้อย | ให้ | 2 | คะแนน |
| น้อยที่สุด | ให้ | 1 | คะแนน |

โดยกำหนดเกณฑ์ในการแปรผลแต่ละช่วงคะแนนเฉลี่ยของระดับความคิดเห็น ซึ่งสามารถแปรผลได้จากการวัดเจตคติ วัดระดับความพอใจของLikert Scale (มาณี ไชยธีรานูวัฒน์ศิริ ,2539) ดังต่อไปนี้

| | | |
|-------------|-----------|--------------------|
| คะแนนเฉลี่ย | 4.51-5.00 | เห็นด้วยมากที่สุด |
| | 3.51-4.50 | เห็นด้วยมาก |
| | 2.51-3.50 | เห็นด้วยปานกลาง |
| | 1.51-2.50 | เห็นด้วยน้อย |
| | 1.00-1.50 | เห็นด้วยน้อยที่สุด |

ตัวแปรและระดับการวัด

ตารางที่ 5 ตัวแปรและระดับการวัด

| ตัวแปร | ระดับการวัด |
|--|--------------------------|
| 1. ตัวแปรอิสระ | |
| ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ | |
| เพศ | Nominal Scale |
| อายุ | Nominal Scale |
| การศึกษา | Nominal Scale |
| สถานะภาพ | Nominal Scale |
| ปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคม ได้แก่ | |
| อาชีพ | Nominal Scale |
| รายได้ | Nominal Scale |
| ค่าใช้จ่ายด้านอาหาร | Nominal Scale |
| 2. ตัวแปรตาม | |
| การตัดสินใจซื้อผักอินทรีย์ของผู้บริโภค | Interval / Nominal Scale |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิธีวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลจะใช้โปรแกรม SPSS for window มาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

ส่วนที่ 1 จะทำการสร้างตารางแจกแจงความถี่ โดยใช้คำสั่ง Frequencies ซึ่งจะเป็นการสั่งให้โปรแกรมทำงานโดยวิเคราะห์และเสนอผลในรูปของตารางทางเดียว โดยจะทำการทดสอบตัวแปรแต่ละตัวในรูปของร้อยละ และค่าเฉลี่ยเลขคณิต

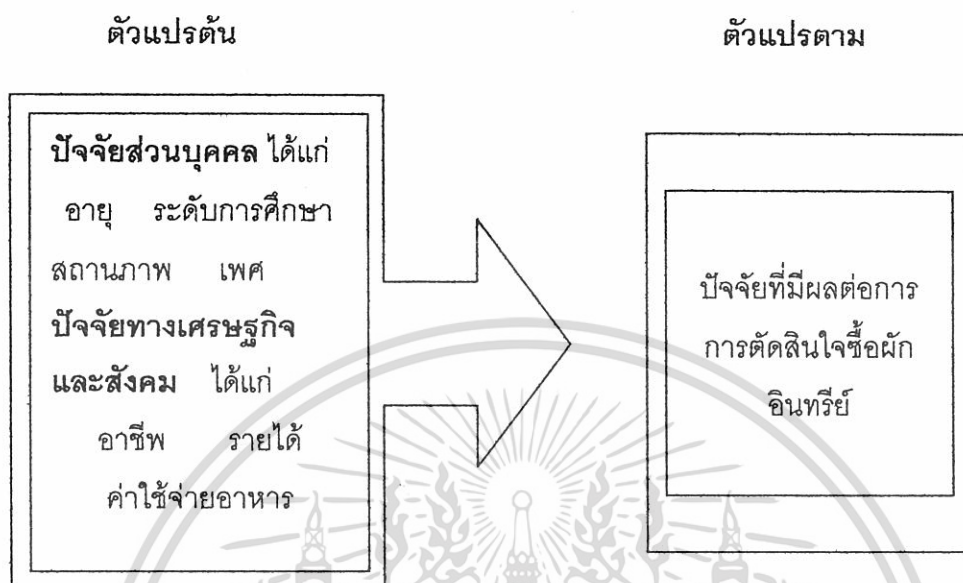
ส่วนที่ 2 จะทำการสร้างตารางแจกแจงความถี่ โดยใช้คำสั่ง Crosstab ซึ่งจะเป็นการสั่งให้โปรแกรมทำงานโดยวิเคราะห์และเสนอผลในรูปแบบตารางไขว้ โดยจะทำการทดสอบตัวแปรปัจจัยแต่ละตัวกับการเลือกบริโภคผักอินทรีย์ว่ามีความสัมพันธ์กันหรือไม่ ซึ่งการทดสอบความสัมพันธ์นี้เรียกอีกอย่างหนึ่งว่า การทดสอบความเป็นอิสระ (Test of Independence) ระหว่างสองตัวแปรโดยตัวสถิติที่จะใช้ทดสอบสมมุติฐานนี้ คือ Chi-square Test (X^2)

กรอบแนวคิดการศึกษา

แนวคิดทฤษฎี และผลงานศึกษาที่เกี่ยวข้องได้นำมากำหนดเป็นกรอบการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคมกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อผักเกษตรอินทรีย์ ดังนี้ (ภาพที่ 2)

1. ตัวแปรต้น หรือตัวแปรอิสระ ซึ่งเป็นปัจจัยส่วนบุคคล เช่น อายุ ระดับการศึกษา และปัจจัยทางเศรษฐกิจ เช่น รายได้ และงบประมาณในการจ่ายอาหาร
2. ตัวแปรตาม ซึ่งเป็นตัวแปรที่เกิดการเปลี่ยนแปลงอันเนื่องมาจากตัวแปรอื่น ๆ ซึ่งก็คือ การตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดในการวิจัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

ผลการวิจัยและวิจารณ์ผล (Findings and Results)

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผักอินทรีย์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ได้ผลการศึกษาแบ่งเป็น 3 ขั้นตอน ดังนี้

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล สภาพทางเศรษฐกิจ และสังคมของผู้บริโภค
- ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผักอินทรีย์ของผู้บริโภค
- ส่วนที่ 3 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล สภาพทางเศรษฐกิจ และสังคมของผู้บริโภค

เพศ

ผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่าง พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 85.5 รองลงมา เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 14.5 ตามลำดับ

สถานภาพ

ผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรสแล้วคิดเป็นร้อยละ 67.3 รองลงมา มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 31.8 และมีสถานม่ายหรือหย่าร้างคิดเป็นร้อยละ 0.9 ตามลำดับ

อาชีพ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประกอบอาชีพค้าขายหรือธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 30.9 รองลงมาเป็นพนักงานบริษัทหรือลูกจ้างและแม่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 23.6 และ 22.7 ตามลำดับ ระดับการศึกษา

ผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างส่วนมากมีระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 62.7 อันดับรองลงมาคือต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 21 และอันดับสุดท้ายสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 18.25

อายุ

ผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างมีอายุระหว่าง 26 - 50 ปี มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 58.2 รองลงมาคือมีอายุ 51 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 32.7 และอันดับสุดท้ายคืออายุต่ำกว่า 25 ปี คิดเป็นร้อยละ 9.1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รายได้

ผู้บริโภครวมตัวอย่างมีรายได้ระหว่าง 10,001 - 30,000 บาท มีมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 40.0 อันดับรองลงมา มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 30.0 สำหรับอันดับต่อไปมีรายได้ระหว่าง 30,001 - 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 20.9

ค่าใช้จ่ายค่าอาหาร

ผู้บริโภครวมตัวอย่างส่วนมากอันดับแรกใช้ค่าใช้จ่ายค่าอาหาร ระหว่าง 5,000 - 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 46.4 อันดับรองลงมา มีค่าใช้จ่ายค่าอาหารต่ำกว่า 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 34.5 และมีค่าใช้จ่ายค่าอาหาร 10,001 ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 12.7

รายละเอียดดังตารางที่ 6

ตารางที่ 6 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้บริโภค

| ข้อมูลทั่วไป | | จำนวน(คน) | ร้อยละ |
|-----------------|--------------------------------|-----------|--------|
| 1. เพศ | | | |
| | ชาย | 16 | 14.5 |
| | หญิง | 94 | 85.5 |
| 2. สถานะภาพสมรส | | | |
| | โสด | 35 | 31.8 |
| | สมรส | 74 | 67.3 |
| | ม่าย/หย่าร้าง | 1 | 0.9 |
| 3. อาชีพ | | | |
| | ข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ | 16 | 14.5 |
| | พนักงานบริษัทและลูกจ้าง | 26 | 23.6 |
| | ค้าขายและทำธุรกิจส่วนตัว | 34 | 30.9 |
| | แม่บ้าน | 25 | 22.7 |
| | อื่น ๆ | 9 | 8.2 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 6 (ต่อ)

| ข้อมูลทั่วไป | จำนวน(คน) | ร้อยละ |
|-----------------------|-----------|--------|
| 4. ระดับการศึกษา | | |
| ต่ำกว่าปริญญาตรี | 21 | 19.1 |
| ปริญญาตรี | 69 | 62.7 |
| สูงกว่าปริญญาตรี | 20 | 18.2 |
| 5. อายุ | | |
| ต่ำกว่า 25 ปี | 10 | 9.1 |
| 26 - 50 ปี | 64 | 58.2 |
| 51 ปีขึ้นไป | 36 | 32.7 |
| 6. รายได้ | | |
| ต่ำกว่า 10,000 บาท | 33 | 30.0 |
| 10,001 - 30,000 บาท | 44 | 40.0 |
| 30,001 - 50,000 บาท | 23 | 20.9 |
| 50,001 บาท ขึ้นไป | 10 | 9.1 |
| 7. ค่าใช้จ่ายค่าอาหาร | | |
| ต่ำกว่า 5,000 บาท | 38 | 34.5 |
| 5,001 - 10,000 บาท | 51 | 46.4 |
| 10,001 บาท ขึ้นไป | 14 | 12.7 |
| ไม่ตอบคำถาม | 7 | 6.4 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผักอินทรีย์ของผู้บริโภค

จากการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผักอินทรีย์ของผู้บริโภคในระดับมากที่สุด คือห่วงใยใส่ใจในสุขภาพค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.80 และความสดใหม่ของผักอินทรีย์ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับมาก คือตรารับรองค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 ขนาดและความสมบูรณ์ของผักอินทรีย์ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 สถานที่จัดจำหน่ายค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 ราคาของผักอินทรีย์ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 และผักอินทรีย์มีหลายชนิดค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับปานกลาง คือความเชื่อว่าผักอินทรีย์มีคุณค่าสูงกว่าผักทั่วไปค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.20 การรับรู้ข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ ทำให้รู้และเข้าใจจึงเลือกซื้อผักอินทรีย์ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.20 ครอบครัวที่มีเด็กและคนชราอาศัยอยู่ด้วยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับน้อย คือรสชาติของผักอินทรีย์ว่าดีกว่าผักชนิดอื่นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.40 อายุการเก็บรักษาผักอินทรีย์ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.30 และครอบครัวที่มีผู้ป่วยหรือผู้มีปัญหาด้านสุขภาพอาศัยอยู่ด้วยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.25 รายละเอียดดังตารางที่ 7

ส่วนที่ 3 ผลการทดสอบสมมติฐาน

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้สถิติในการนำเสนอและวิเคราะห์เพื่อการทดสอบสมมติฐานที่กำหนดไว้โดยใช้ค่าสถิติ Chi – square ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ และปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ได้แก่ อาชีพ รายได้ ค่าใช้จ่ายค่าอาหารในการซื้ออาหารแต่ละเดือน ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผักอินทรีย์ของผู้บริโภค ที่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติกำหนดไว้ที่ระดับ 0.05 ซึ่งสมมติฐานมีดังนี้

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยด้านเศรษฐกิจและสังคม กับผลรวมของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผักอินทรีย์ของผู้บริโภคในด้านต่าง ๆ

จากการทดสอบค่า Chi – square พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ รายได้ ค่าใช้จ่ายค่าอาหารในการซื้ออาหารแต่ละเดือน ไม่มีความสัมพันธ์กับผลรวมของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผักอินทรีย์ของผู้บริโภค ที่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังตารางที่ 8

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 7 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค

| ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ | มากที่สุด | | มาก | | ปานกลาง | | น้อย | | น้อยที่สุด | | ค่าเฉลี่ย | ระดับความสำคัญ |
|---|-----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|------------|----------|-----------|----------------|
| | น.ค.๒๕๖๒ | น.ค.๒๕๖๓ | น.ค.๒๕๖๒ | น.ค.๒๕๖๓ | น.ค.๒๕๖๒ | น.ค.๒๕๖๓ | น.ค.๒๕๖๒ | น.ค.๒๕๖๓ | น.ค.๒๕๖๒ | น.ค.๒๕๖๓ | | |
| 1. ห่วงใยในสุขภาพ | 96 | 87.3 | 8 | 7.3 | 5 | 4.5 | 1 | 0.9 | - | - | 4.8 | มากที่สุด |
| 2. เชื่อว่าผลิตภัณฑ์มีคุณภาพดีกว่าทั่วไป | 21 | 19.1 | 23 | 20.9 | 44 | 40.0 | 11 | 10.0 | 11 | 10.0 | 3.2 | ปานกลาง |
| 3. แยกซื้อจากตรารับรอง | 41 | 37.3 | 31 | 28.2 | 21 | 19.1 | 9 | 8.2 | 8 | 7.3 | 3.8 | มาก |
| 4. ความสดใหม่ของผลิตภัณฑ์ | 73 | 66.4 | 31 | 28.2 | 6 | 5.5 | - | - | - | - | 4.6 | มากที่สุด |
| 5. ขนาดและความสมบูรณ์ของผลิตภัณฑ์ | 47 | 42.7 | 18 | 10.4 | 33 | 30.0 | 11 | 10.0 | 1 | 0.9 | 3.9 | มาก |
| 6. การได้รับรู้ข่าวสารจากสื่อทำให้รู้และเข้าใจสิ่งเลือกซื้อ | 42 | 38.2 | 12 | 10.9 | 15 | 13.6 | 15 | 13.6 | 26 | 23.6 | 3.2 | ปานกลาง |
| 7. ครอบครัวมีผู้ป่วยหรือมีปัญหสุขภาพ | 15 | 13.6 | 7 | 6.4 | 8 | 7.3 | 41 | 37.3 | 39 | 35.5 | 2.2 | น้อย |
| 8. ครอบครัวมีเด็กและคนชราอาศัยอยู่ด้วย | 36 | 32.7 | 12 | 10.9 | 7 | 6.4 | 35 | 31.8 | 20 | 18.2 | 3.0 | ปานกลาง |
| 9. สถานที่จัดจำหน่ายสะดวกสบายและหาซื้อได้ง่าย | 34 | 30.9 | 42 | 38.2 | 26 | 23.6 | 7 | 6.4 | 1 | 0.9 | 3.9 | มาก |
| 10. ราคาของผลิตภัณฑ์แพงมากเกินไป | 40 | 36.4 | 24 | 21.8 | 35 | 31.8 | 7 | 6.4 | 4 | 3.6 | 3.8 | มาก |
| 11. ผลิตภัณฑ์มีหลายชนิดให้เลือกเพียงพอต่อความต้องการ | 34 | 30.9 | 46 | 41.8 | 25 | 22.7 | 3 | 2.7 | 2 | 1.8 | 3.9 | มาก |
| 12. ผลิตภัณฑ์มีอายุการเก็บรักษามากกว่าผลิตภัณฑ์อื่น | 4 | 3.6 | 9 | 8.2 | 49 | 44.5 | 12 | 10.3 | 36 | 32.7 | 2.3 | น้อย |
| 13. ผลิตภัณฑ์มีรสชาติดีกว่าผลิตภัณฑ์อื่น ๆ | 2 | 1.8 | 22 | 20.0 | 33 | 30.0 | 15 | 13.6 | 38 | 34.5 | 2.4 | น้อย |

ตารางที่ 8 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยด้านเศรษฐกิจและสังคม กับผลรวมของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผักอินทรีย์ของผู้บริโภคในด้านต่าง ๆ

| ความสัมพันธ์ | X ² | df | Sig |
|--|----------------|----|-------|
| เพศกับปัจจัยรวมทั้งหมด | 3.142 | 3 | 0.370 |
| อายุกับปัจจัยรวมทั้งหมด | 4.093 | 6 | 0.664 |
| สถานภาพกับปัจจัยรวมทั้งหมด | 3.625 | 6 | 0.727 |
| ระดับการศึกษากับปัจจัยรวมทั้งหมด | 7.999 | 6 | 0.238 |
| อาชีพกับปัจจัยรวมทั้งหมด | 12.237 | 12 | 0.427 |
| รายได้กับปัจจัยรวมทั้งหมด | 5.897 | 9 | 0.750 |
| ค่าใช้จ่ายด้านอาหารกับปัจจัยรวมทั้งหมด | 4.440 | 6 | 0.617 |

หมายเหตุ ; * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมุติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อผักอินทรีย์

จากการทดสอบค่า Chi - square พบว่าปัจจัยด้านเพศมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเพราะความห่วงใยใส่ใจในสุขภาพ (Sig = 0.001) และปัจจัยในเรื่องสถานที่จัดจำหน่ายสะดวกสบายหาซื้อง่าย (Sig = 0.037)

ส่วนปัจจัยด้านอายุนั้นมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเพราะได้รับรู้ข่าวสารจริงรู้และเข้าใจ (Sig = 0.037) , ครอบครัวมีผู้ป่วยและผู้มีปัญหาสุขภาพ(Sig = 0.041) , มีเด็กหรือคนชราอาศัยอยู่ในครอบครัว (Sig = 0.042) , ราคาของผักอินทรีย์มีราคาแพง(Sig = 0.002) และเหตุผลสุดท้ายคือผักอินทรีย์มีให้เลือกหลายชนิดเพียงพอต่อความต้องการ (Sig = 0.025)

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเพราะในครอบครัวมีเด็กหรือคนชรา (Sig = 0.044)

ส่วนปัจจัยด้านระดับการศึกษานั้นมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเพราะผักอินทรีย์มีให้เลือกหลายชนิด (Sig = 0.030) , ผักอินทรีย์มีอายุการเก็บรักษาที่ยาวนานกว่าผักชนิดอื่น ๆ (Sig = 0.001) และเหตุผลสุดท้ายคือผักอินทรีย์มีรสชาติที่ดีกว่าผักชนิดอื่น ๆ (Sig = .008)

รายละเอียดของการทดสอบค่า Chi - square ดังตารางที่ 9

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 9 ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผักอินทรีย์

| ปัจจัยส่วนบุคคล | ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ | X ² | Df | Sig |
|-----------------|---|----------------|----|--------|
| เพศ | 1. เลือกซื้อเพราะห่วงใยใส่ใจในสุขภาพ | 15.871 | 3 | 0.001* |
| | 2. เลือกซื้อเพราะเชื่อว่าผักอินทรีย์มีคุณค่าสูงกว่าผักทั่วไป | 0.561 | 4 | 0.967 |
| | 3. เลือกซื้อผักอินทรีย์จากรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ | 5.936 | 4 | 0.204 |
| | 4. เลือกซื้อเพราะความสดใหม่ของผักอินทรีย์ | 0.126 | 2 | 0.939 |
| | 5. เลือกซื้อเพราะขนาดและความสมบูรณ์ของผักอินทรีย์ | 3.367 | 4 | 0.498 |
| | 6. เลือกซื้อเพราะได้รับรู้ข่าวสารจริงรู้และเข้าใจ | 3.217 | 4 | 0.522 |
| | 7. เลือกซื้อเพราะในครอบครัวมีผู้ป่วย/มีปัญหาด้านสุขภาพ | 5.566 | 4 | 0.234 |
| | 8. เลือกซื้อเพราะในครอบครัวมีเด็กหรือคนชรา | 4.065 | 4 | 0.397 |
| | 9. เลือกซื้อเพราะสถานที่จัดจำหน่ายสะดวกสบายหาซื้อง่าย | 10.183 | 4 | 0.037* |
| | 10. ราคาของผักอินทรีย์มีราคาแพงเกินไป | 1.734 | 4 | 0.784 |
| | 11. เลือกซื้อเพราะผักอินทรีย์มีให้เลือกหลายชนิดเพียงพอ | 2.355 | 4 | 0.671 |
| | 12. เลือกซื้อเพราะผักอินทรีย์มีอายุการเก็บรักษามากกว่าผักอื่น | 4.172 | 4 | 0.383 |
| | 13. เลือกซื้อเพราะผักอินทรีย์รสชาติดีกว่าผักชนิดอื่น ๆ | 0.988 | 4 | 0.912 |
| อายุ | 1. เลือกซื้อเพราะห่วงใยใส่ใจในสุขภาพ | 6.635 | 6 | 0.356 |
| | 2. เลือกซื้อเพราะเชื่อว่าผักอินทรีย์มีคุณค่าสูงกว่าผักทั่วไป | 9.230 | 8 | 0.323 |
| | 3. เลือกซื้อผักอินทรีย์จากรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ | 16.871 | 8 | 0.031* |
| | 4. เลือกซื้อเพราะความสดใหม่ของผักอินทรีย์ | 6.093 | 4 | 0.192 |
| | 5. เลือกซื้อเพราะขนาดและความสมบูรณ์ของผักอินทรีย์ | 7.109 | 8 | 0.525 |
| | 6. เลือกซื้อเพราะได้รับรู้ข่าวสารจริงรู้และเข้าใจ | 16.388 | 8 | 0.037* |
| | 7. เลือกซื้อเพราะในครอบครัวมีผู้ป่วย/มีปัญหาด้านสุขภาพ | 16.122 | 8 | 0.041* |
| | 8. เลือกซื้อเพราะในครอบครัวมีเด็กหรือคนชรา | 16.047 | 8 | 0.042* |
| | 9. เลือกซื้อเพราะสถานที่จัดจำหน่ายสะดวกสบายหาซื้อง่าย | 4.562 | 8 | 0.803 |
| | 10. ราคาของผักอินทรีย์มีราคาแพงเกินไป | 25.074 | 8 | 0.002* |
| | 11. เลือกซื้อเพราะผักอินทรีย์มีให้เลือกหลายชนิดเพียงพอ | 17.577 | 8 | 0.025* |
| | 12. เลือกซื้อเพราะผักอินทรีย์มีอายุการเก็บรักษามากกว่าผักอื่น | 3.187 | 8 | 0.922 |
| | 13. เลือกซื้อเพราะผักอินทรีย์รสชาติดีกว่าผักชนิดอื่น ๆ | 7.619 | 8 | 0.472 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 9 (ต่อ)

| ปัจจัยส่วนบุคคล | ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ | X ² | df | Sig |
|-----------------|---|----------------|----|--------|
| สถานภาพ | 1. เลือกซื้อเพราะห่วงใยใส่ใจในสุขภาพ | 2.162 | 6 | 0.904 |
| | 2. เลือกซื้อเพราะเชื่อว่าผักอินทรีย์มีคุณค่าสูงกว่าผักทั่วไป | 7.134 | 8 | 0.522 |
| | 3. เลือกซื้อผักอินทรีย์จากรารับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ | 2.831 | 8 | 0.945 |
| | 4. เลือกซื้อเพราะความสดใหม่ของผักอินทรีย์ | 0.701 | 4 | 0.951 |
| | 5. เลือกซื้อเพราะขนาดและความสมบูรณ์ของผักอินทรีย์ | 10.203 | 8 | 0.251 |
| | 6. เลือกซื้อเพราะได้รับรู้ข่าวสารจริงรู้และเข้าใจ | 6.315 | 8 | 0.612 |
| | 7. เลือกซื้อเพราะในครอบครัวมีผู้ป่วย/มีปัญหาด้านสุขภาพ | 14.491 | 8 | 0.070 |
| | 8. เลือกซื้อเพราะในครอบครัวมีเด็กหรือคนชรา | 15.905 | 8 | 0.044* |
| | 9. เลือกซื้อเพราะสถานที่จัดจำหน่ายสะดวกสบายหาซื้อง่าย | 5.493 | 8 | 0.704 |
| | 10. ราคาของผักอินทรีย์มีราคาแพงเกินไป | 10.402 | 8 | 0.238 |
| | 11. เลือกซื้อเพราะผักอินทรีย์มีให้เลือกหลายชนิดเพียงพอ | 8.292 | 8 | 0.405 |
| | 12. เลือกซื้อเพราะผักอินทรีย์มีอายุการเก็บรักษามากกว่าผักอื่น | 5.909 | 8 | 0.657 |
| | 13. เลือกซื้อเพราะผักอินทรีย์รสชาติดีกว่าผักชนิดอื่น ๆ | 6.384 | 8 | 0.604 |
| ระดับการศึกษา | 1. เลือกซื้อเพราะห่วงใยใส่ใจในสุขภาพ | 4.203 | 6 | 0.649 |
| | 2. เลือกซื้อเพราะเชื่อว่าผักอินทรีย์มีคุณค่าสูงกว่าผักทั่วไป | 10.185 | 8 | 0.252 |
| | 3. เลือกซื้อผักอินทรีย์จากรารับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ | 12.831 | 8 | 0.114 |
| | 4. เลือกซื้อเพราะความสดใหม่ของผักอินทรีย์ | 2.898 | 4 | 0.575 |
| | 5. เลือกซื้อเพราะขนาดและความสมบูรณ์ของผักอินทรีย์ | 9.252 | 8 | 0.321 |
| | 6. เลือกซื้อเพราะได้รับรู้ข่าวสารจริงรู้และเข้าใจ | 7.641 | 8 | 0.469 |
| | 7. เลือกซื้อเพราะในครอบครัวมีผู้ป่วย/มีปัญหาด้านสุขภาพ | 8.141 | 8 | 0.420 |
| | 8. เลือกซื้อเพราะในครอบครัวมีเด็กหรือคนชรา | 12.282 | 8 | 0.139 |
| | 9. เลือกซื้อเพราะสถานที่จัดจำหน่ายสะดวกสบายหาซื้อง่าย | 10.054 | 8 | 0.261 |
| | 10. ราคาของผักอินทรีย์มีราคาแพงเกินไป | 11.311 | 8 | 0.185 |
| | 11. เลือกซื้อเพราะผักอินทรีย์มีให้เลือกหลายชนิดเพียงพอ | 17.026 | 8 | 0.030* |
| | 12. เลือกซื้อเพราะผักอินทรีย์มีอายุการเก็บรักษามากกว่าผักอื่น | 25.851 | 8 | 0.001* |
| | 13. เลือกซื้อเพราะผักอินทรีย์รสชาติดีกว่าผักชนิดอื่น ๆ | 20.587 | 8 | 0.008* |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ทางการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สมมุติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านเศรษฐกิจและสังคมมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อผักอินทรีย์

จากการทดสอบค่า Chi - square ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมกับปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผักอินทรีย์ พบว่าปัจจัยด้านอาชีพมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเพราะในครอบครัวมีเด็กและคนชรา (Sig = 0.002) และผักอินทรีย์มีให้เลือกหลายชนิด (Sig = 0.000)

ปัจจัยด้านรายได้มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเพราะความห่วงใยใส่ใจในสุขภาพ (Sig = 0.004) และครอบครัวมีผู้ป่วยหรือผู้มีปัญหาด้านสุขภาพ (Sig = 0.0019)

ปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายด้านอาหารมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อด้านราคาของผักอินทรีย์ที่มีราคาแพงเกินไป (Sig = 0.020)

รายละเอียดของการทดสอบค่า Chi - square ดังตารางที่ 10

ตารางที่ 10 ปัจจัยเศรษฐกิจและสังคมมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผักอินทรีย์

| ปัจจัยเศรษฐกิจและสังคม | ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ | X ² | Df | Sig |
|------------------------|---|----------------|----|--------|
| อาชีพ | 1. เลือกซื้อเพราะห่วงใยใส่ใจในสุขภาพ | 14.164 | 12 | 0.290 |
| | 2. เลือกซื้อเพราะเชื่อว่าผักอินทรีย์มีคุณค่าสูงกว่าผักทั่วไป | 14.260 | 16 | 0.579 |
| | 3. เลือกซื้อผักอินทรีย์จากรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ | 14.790 | 16 | 0.540 |
| | 4. เลือกซื้อเพราะความสดใหม่ของผักอินทรีย์ | 1.827 | 8 | 0.986 |
| | 5. เลือกซื้อเพราะขนาดและความสมบูรณ์ของผักอินทรีย์ | 16.927 | 16 | 0.390 |
| | 6. เลือกซื้อเพราะได้รับรู้ข่าวสารจริงรู้และเข้าใจ | 20.324 | 16 | 0.206 |
| | 7. เลือกซื้อเพราะในครอบครัวมีผู้ป่วย/มีปัญหาด้านสุขภาพ | 23.927 | 16 | 0.091 |
| | 8. เลือกซื้อเพราะในครอบครัวมีเด็กหรือคนชรา | 36.717 | 16 | 0.002* |
| | 9. เลือกซื้อเพราะสถานที่จัดจำหน่ายสะดวกสบายหาซื้อง่าย | 11.413 | 16 | 0.783 |
| | 10. ราคาของผักอินทรีย์มีราคาแพงเกินไป | 23.325 | 16 | 0.078 |
| | 11. เลือกซื้อเพราะผักอินทรีย์มีให้เลือกหลายชนิดเพียงพอ | 42.206 | 16 | 0.000* |
| | 12. เลือกซื้อเพราะผักอินทรีย์มีอายุการเก็บรักษามากกว่าผักอื่น | 15.675 | 16 | 0.476 |
| | 13. เลือกซื้อเพราะผักอินทรีย์รสชาติดีกว่าผักชนิดอื่น ๆ | 19.267 | 16 | 0.255 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 10 (ต่อ)

| ปัจจัยเศรษฐกิจ และสังคม | ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ | X ² | Df | Sig |
|----------------------------|---|----------------|----|--------|
| รายได้ | 1. เลือกซื้อเพราะห่วงใยใส่ใจในสุขภาพ | 24.013 | 9 | 0.004* |
| | 2. เลือกซื้อเพราะเชื่อว่าผักอินทรีย์มีคุณค่าสูงกว่าผักทั่วไป | 9.424 | 12 | 0.666 |
| | 3. เลือกซื้อผักอินทรีย์จากรารับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ | 8.709 | 12 | 0.728 |
| | 4. เลือกซื้อเพราะความสดใหม่ของผักอินทรีย์ | 4.116 | 6 | 0.661 |
| | 5. เลือกซื้อเพราะขนาดและความสมบูรณ์ของผักอินทรีย์ | 10.686 | 12 | 0.556 |
| | 6. เลือกซื้อเพราะได้รับรู้ข่าวสารจึ้งรู้และเข้าใจ | 8.678 | 12 | 0.730 |
| | 7. เลือกซื้อเพราะในครอบครัวมีผู้ป่วย/มีปัญหาด้านสุขภาพ | 24.200 | 12 | 0.019* |
| | 8. เลือกซื้อเพราะในครอบครัวมีเด็กหรือคนชรา | 13.892 | 12 | 0.308 |
| | 9. เลือกซื้อเพราะสถานที่จัดจำหน่ายสะดวกสบายหาซื้อง่าย | 11.272 | 12 | 0.506 |
| | 10. ราคาของผักอินทรีย์มีราคาแพงเกินไป | 15.052 | 12 | 0.239 |
| | 11. เลือกซื้อเพราะผักอินทรีย์มีให้เลือกหลายชนิดเพียงพอ | 18.408 | 12 | 0.104 |
| | 12. เลือกซื้อเพราะผักอินทรีย์มีอายุการเก็บรักษามากกว่าผักอื่น | 7.014 | 12 | 0.857 |
| | 13. เลือกซื้อเพราะผักอินทรีย์รสชาติดีกว่าผักชนิดอื่น ๆ | 5.823 | 12 | 0.925 |
| ค่าใช้จ่ายด้าน อาหาร | 1. เลือกซื้อเพราะห่วงใยใส่ใจในสุขภาพ | 8.575 | 6 | 0.199 |
| | 2. เลือกซื้อเพราะเชื่อว่าผักอินทรีย์มีคุณค่าสูงกว่าผักทั่วไป | 12.248 | 8 | 0.140 |
| | 3. เลือกซื้อผักอินทรีย์จากรารับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ | 7.434 | 8 | 0.491 |
| | 4. เลือกซื้อเพราะความสดใหม่ของผักอินทรีย์ | 2.028 | 4 | 0.731 |
| | 5. เลือกซื้อเพราะขนาดและความสมบูรณ์ของผักอินทรีย์ | 8.602 | 8 | 0.377 |
| | 6. เลือกซื้อเพราะได้รับรู้ข่าวสารจึ้งรู้และเข้าใจ | 7.994 | 8 | 0.434 |
| | 7. เลือกซื้อเพราะในครอบครัวมีผู้ป่วย/มีปัญหาด้านสุขภาพ | 13.852 | 8 | 0.086 |
| | 8. เลือกซื้อเพราะในครอบครัวมีเด็กหรือคนชรา | 14.883 | 8 | 0.061 |
| | 9. เลือกซื้อเพราะสถานที่จัดจำหน่ายสะดวกสบายหาซื้อง่าย | 13.261 | 8 | 0.103 |
| | 10. ราคาของผักอินทรีย์มีราคาแพงเกินไป | 18.176 | 8 | 0.020* |
| | 11. เลือกซื้อเพราะผักอินทรีย์มีให้เลือกหลายชนิดเพียงพอ | 5.993 | 8 | 0.648 |
| | 12. เลือกซื้อเพราะผักอินทรีย์มีอายุการเก็บรักษามากกว่าผักอื่น | 9.095 | 8 | 0.334 |
| | 13. เลือกซื้อเพราะผักอินทรีย์รสชาติดีกว่าผักชนิดอื่น ๆ | 8.297 | 8 | 0.405 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิจารณ์ผล

การศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนบุคคลและสภาพทางเศรษฐกิจของผู้บริโภคสามารถอภิปรายผลสรุปตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาได้ดังนี้

จากผลการศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนบุคคลและสภาพทางเศรษฐกิจที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง สถานภาพสมรสแล้ว มีอายุระหว่าง 26 - 50 ปี การศึกษาจะเห็นได้ว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่มีการศึกษาค่อนข้างดีคือระดับปริญญาตรีขึ้นไป โดยส่วนมากรายได้ต่อเดือนจะอยู่ที่ 10,000 บาทขึ้นไป ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2546) ที่ได้ทำการสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภคชาว ผักผลไม้ปลอดภัยในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งอาจเป็นเพราะว่าผักอินทรีย์ที่กำลังเกิด (ผู้บริโภค) นั้นจำหน่ายอยู่ใน Supermarket ซึ่งกลุ่มลูกค้าหลักของ Supermarket นั้นเป็นลูกค้ากลุ่มเดียวกับกลุ่มที่กล่าวข้างต้น

อนึ่งจากการเข้าเก็บข้อมูลทำให้ได้เห็นถึงกลุ่มลูกค้าหลัก ๆ 2 กลุ่มคือ กลุ่มแรกมีความรู้เข้าใจเกี่ยวกับผักอินทรีย์เป็นอย่างดีนั้นส่วนมากจะเป็นผู้มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีขึ้นไป และมีฐานะทางด้านเศรษฐกิจที่ดี ส่วนกลุ่มหลังคือกลุ่มที่สับสนเกี่ยวกับผักชนิดต่าง ๆ ที่ตัดสินใจซื้อเป็นเพราะความสดใหม่ จำนวนชนิดของผักมีให้เลือกอย่างเพียงพอ และขนาดความสมบูรณ์ของผักอินทรีย์เท่านั้น ซึ่งการตั้งมาตรฐานหรือการผลิตผักต่าง ๆ เช่น ผักไร้สารพิษ ผักอนามัยหรือผักอินทรีย์ออกสู่ตลาดทั้งที่การประชาสัมพันธ์ของภาครัฐหรือเอกชนในปัจจุบันทำให้ประชาชนสับสนและไม่ทราบถึงความแตกต่างระหว่างผักแต่ละชนิด ทำให้ผู้บริโภคสับสนเกี่ยวกับผักชนิดต่าง ๆ เป็นเหตุทำให้ยอดขายหรือการเจริญเติบโตของตลาดผักอินทรีย์ไม่โตเท่าที่ควร ส่วนพนักงานขายของทางผู้ผลิตผักอินทรีย์หรือพนักงานของ Supermarket เองยังไม่มีความรู้ความเข้าใจที่ดีพอเกี่ยวกับผักแต่ละชนิด ทำให้การให้ความรู้ให้แก่ผู้บริโภคสับสนเกี่ยวกับข้อมูลความเป็นจริงเกี่ยวกับผักแต่ละชนิด

ผลการศึกษาถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคที่มีระดับความสำคัญมากที่สุด คือความห่วงใยในสุขภาพ และความสดใหม่ของผักอินทรีย์ ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออีกมาก คือ ตรายรับรอง ขนาดและความสมบูรณ์ของผักอินทรีย์ ราคาของผักอินทรีย์ และจำนวนชนิดของผักอินทรีย์ที่มีให้เลือกเพียงพอต่อความต้องการ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของพิพัฒน์ เพชรงาม (2543) ศึกษาปัจจัยบางประการมีผลต่อการเลือกบริโภคผักปลอดภัยจากสารพิษสารพิษของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร และวิลาสินี วงทะพันธ์ (2547) ทำการศึกษาความคิดเห็นและพฤติกรรมกรซื้อผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคในอันดับแรก 3 อันดับแรก คือความห่วงใยในสุขภาพของตัวผู้บริโภคเอง อันดับสองคือความปลอดภัยของอาหารที่บริโภค และอันดับสามคือความคุ้มค่าของเงินที่จ่ายไป นอกจากนี้ยังมีให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคในอันดับแรก ๆ คือความห่วงใยในสุขภาพของตนเองและสมาชิกในครอบครัวและความสดใหม่ของผักอินทรีย์ซึ่งจากการสังเกตด้วยตัวของผู้ทำวิจัยเองพบว่าถ้า Supermarket ใดมีชั้นผักอินทรีย์ใหญ่มีจำนวนสินค้ามากมาย และมีให้เลือกหลายชนิดย่อมทำให้ผู้บริโภคมากขึ้นไปด้วย เนื่องจากโอกาสหรือความน่าจะเป็นในการซื้อผักอินทรีย์มีมากขึ้นตามไปด้วย เนื่องจากมีสินค้าให้เลือกมากและมีความสดใหม่ทำให้มีผลต่อการตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้น

การทดสอบค่า Chi - square ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผักอินทรีย์ พบว่าปัจจัยด้านเพศมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อในเรื่องของความห่วงใยใส่ใจในสุขภาพ ส่วนปัจจัยด้านสถานภาพมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อในเรื่องของการมีเด็กหรือคนชราอาศัยอยู่ในครอบครัว เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง และมีสถานภาพสมรสแล้ว ซึ่งเพศหญิงนั้นมักจะรับหน้าที่ทำอาหารและจ่ายตลาด ซึ่งมีความห่วงใยในสุขภาพของสมาชิกในครอบครัวและตัวเอง จึงเป็นเหตุผลในการตัดสินใจให้เลือกซื้อผักอินทรีย์ซึ่งเป็นอาหารทางด้านสุขภาพ

ส่วนปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายด้านอาหารมีความสัมพันธ์กับ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อด้านราคาของผักอินทรีย์ที่มีราคา สอดคล้องกับการศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อกรบริโภคผักสดในกรุงเทพมหานครของเจเนต เอี่ยมกิจสัมฤทธิ์ (2527) ซึ่งแสดงให้เห็นว่าค่าใช้จ่ายด้านอาหารมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อด้านราคาของผักอินทรีย์ที่มีราคา เนื่องจากผักอินทรีย์นั้นมีราคาสูงเมื่อเปรียบเทียบกับผักชนิดอื่น ๆ จึงเป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้ค่าใช้จ่ายในการซื้ออาหารเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับผู้บริโภคที่ซื้อผักชนิดอื่น ๆ รับประทาน

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ (Conclusions and Recommendations)

สรุปผลการวิจัย

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผักอินทรีย์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) การศึกษาสภาพทางเศรษฐกิจ สังคม และปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผักอินทรีย์ของผู้บริโภค 2) ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคมกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผักอินทรีย์ของผู้บริโภค

พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ทำการตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 85.5 สถานภาพสมรสแล้วร้อยละ 67.3 ประกอบอาชีพค้าขายหรือกิจการส่วนตัวมีถึงร้อยละ 30.9 ระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 62.7 และมีอายุระหว่าง 26 - 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 58.2 รายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,001 - 30,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 40.0 ส่วนค่าใช้จ่ายค่าอาหารอยู่ระหว่าง 5,001 - 10,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 46.4 ส่วนการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผักอินทรีย์ของผู้บริโภคในระดับมากที่สุด คือห่วงใยใส่ใจในสุขภาพค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.80 และความสดใหม่ของผักอินทรีย์ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับมาก คือตรารับรองค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 ขนาดและความสมบูรณ์ของผักอินทรีย์ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 สถานที่จัดจำหน่ายค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 ราคาของผักอินทรีย์ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 และผักอินทรีย์มีหลายชนิดค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคมกับผลรวมของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผักอินทรีย์ของผู้บริโภคพบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ รายได้ ค่าใช้จ่ายในการซื้ออาหารในแต่ละเดือนไม่มีความสัมพันธ์กับผลรวมของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผักอินทรีย์ของผู้บริโภคที่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อแยกพิจารณารายปัจจัยพบว่า เพศมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อในเรื่องของความห่วงใยใส่ใจในสุขภาพ (Sig = 0.001) และสถานที่จัดจำหน่ายสะดวกสบายหาซื้อง่าย (Sig = 0.037) อายุมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อในเรื่องการรับรู้ข่าวสารจากสื่อ ทำให้มีความรู้และเข้าใจจึงเลือกซื้อ (Sig = 0.037) , ครอบครัวมีผู้ป่วยและผู้มีปัญหาสุขภาพ (Sig = 0.041) , มีเด็กหรือคนชราอาศัยอยู่ในครอบครัว (sig = 0.042) , ราคาของผักอินทรีย์มีราคาแพง (Sig = 0.002) และเหตุผลสุดท้ายคือผักอินทรีย์มีให้เลือกหลายชนิดเพียงพอต่อความต้องการ (Sig = 0.025) สถานภาพมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อในเรื่องเอกสารขี้อิงการมีเด็กหรือคนชราอาศัยอยู่ในครอบครัว (Sig = 0.044) ต่อไปและระดับการศึกษานั้นมีค่าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

และระดับการศึกษานั้นมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อในผักอินทรีย์มีให้เลือกหลายชนิด (Sig = 0.030) , ผักอินทรีย์มีอายุการเก็บรักษาที่ยาวนานกว่าผักชนิดอื่น ๆ (Sig = 0.001) และเหตุผลสุดท้ายคือผักอินทรีย์มีรสชาติที่ดีกว่าผักชนิดอื่น ๆ (Sig = 0.008) อาชีพมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อในด้านในครอบครัวมีเด็กและคนชรา (Sig = 0.002) และผักอินทรีย์มีให้เลือกหลายชนิด (Sig = 0.000) รายได้มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่มีความห่วงใยใส่ใจในสุขภาพ (Sig = 0.004) และด้านในครอบครัวมีผู้ป่วยหรือผู้มีปัญหาด้านสุขภาพ (Sig = 0.0019) ค่าใช้จ่ายด้านอาหารมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อด้านราคาของผักอินทรีย์ที่มีราคาแพง (Sig = 0.020)

ข้อเสนอแนะ

ในการทำการวิจัยครั้งนี้ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผักอินทรีย์ของผู้บริโภค และได้ทำการสัมภาษณ์แบบสอบถามจึงได้พบปะพูดคุยกับผู้บริโภค และได้พบว่า

1. การผลิตผักต่าง ๆ เช่น ผักไร้สารพิษ ผักอนามัย หรือผักอินทรีย์ออกสู่ตลาดทั้งที่การประชาสัมพันธ์ของภาครัฐหรือเอกชนเองทำให้ประชาชนไม่ทราบถึงความแตกต่างระหว่างผักแต่ละชนิด ทำให้ผู้บริโภคสับสนเกี่ยวกับผักชนิดต่าง ๆ เป็นเหตุทำให้ยอดขายหรือการเจริญเติบโตของตลาดผักอินทรีย์ไม่โตเท่าที่ควร โดยภาครัฐและภาคเอกชนควรร่วมมือทำการประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ความเข้าใจกับประชาชนกับความหมายของผักชนิดต่าง ๆ และถ้าจะให้ได้ผลมากยิ่งขึ้นควรทำการจัดมาตรฐานซึ่งเป็นแบบมาตรฐานที่เป็นมาตรฐานจริง ๆ กล่าวคือไม่ควรมีมาตรฐานเล็ก ๆ ย่อย ๆ ซึ่งทำให้เกิดความสับสนและควรเป็นที่ยอมรับของสากลอีกด้วย

2. พนักงานขายของทางบริษัทที่จัดจำหน่ายหรือพนักงานของ Supermarket เองยังไม่มี ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผักแต่ละชนิดดีมากนัก ทำให้ความรู้ที่ให้แก่ผู้บริโภคสับสนเกี่ยวกับ ข้อมูลความเป็นจริงเกี่ยวกับผักแต่ละชนิด ซึ่งสามารถแก้ไขได้โดยทางผู้ผลิตผักอินทรีย์เอง ควรทำการอบรมทำความเข้าใจเกี่ยวกับผักอินทรีย์ให้ถูกต้องและควรให้พนักงานแยกให้ออกว่าผักอินทรีย์ต่างจากผักชนิดอื่น ๆ อย่างไร

ข้อจำกัดของการทำวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้ทำวิจัยได้พบปัญหาในระหว่างการดำเนินการศึกษา ดังนี้

1. อุปสรรคที่จำกัดเรื่องสถานที่เก็บข้อมูลที่ไม่สามารถเก็บกระจายทั่วกรุงเทพมหานครได้นั้นเป็นเพราะการอนุญาตจากสถานประกอบการนั้นเพื่อเข้าขอเก็บข้อมูลเป็นไปด้วยความค่อนข้างลำบาก
2. เรื่องเวลาที่จำกัดในการเก็บข้อมูลเป็นสิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งที่อาจทำให้การเก็บข้อมูลบางสถานที่เก็บมาไม่ได้ตามเป้าหมายที่ตั้งไว้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เอกสารอ้างอิง

เจเนต เอี่ยมภิกขุภทธี.2525.การศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการบริหารโรคผักสดในกรุงเทพ.

วิทยานิพนธ์ ระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ กรุงเทพมหานคร

พิพัฒน์ เพชรงาม. 2542. ปัจจัยบางประการที่มีผลต่อการเลือกบริโภคผักปลอดภัยจาก

สารพิษในเขตกรุงเทพมหานคร. ปัญหาพิเศษ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร

พรชัย เหลืองอาภรณ์.2545.[ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก

: <http://www.kasetcity.com>. วันที่เข้าถึง 29 มิถุนายน 2547

ไพรวลัย บุษราคัม. 2544. ระดับสารเคมีตกค้างในพืชผักจากการปลูกในระบบเกษตร

อินทรีย์. วิทยานิพนธ์ ระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เชียงใหม่

มานี ไชยธีรานุวัฒน์ศิริ.2539.การอ่านผลการวิเคราะห์เชิงปริมาณ คณะสังคมศาสตร์และ

มนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล กรุงเทพมหานคร.

วิฑูรย์ ปัญญากุล และเจษณี สุขจิตร์รัตติกาล. 2546 ก. สถานการณ์เกษตรอินทรีย์ไทยเกษตร

อินทรีย์โลก . กรุงเทพมหานคร : มูลนิธิสลายใยแผ่นดิน

-----, 2546 ข. การตลาดเกษตรอินทรีย์. กรุงเทพมหานคร : มูลนิธิสลายใยแผ่นดิน

วิลาสินี วังทะพันธ์.2547.การศึกษาความคิดเห็นและพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์เกษตร

อินทรีย์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโท

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ กรุงเทพมหานคร

วิไล ท่วมกลัด. 2543. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อและพฤติกรรมการบริโภคผักปลอด

สารพิษในเขตกรุงเทพมหานคร . วิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโท

เอกสารนี้เป็นเอกสารของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ กรุงเทพมหานคร เท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สำนักงานมาตรฐานเกษตรอินทรีย์.2546.มาตรฐานเกษตรอินทรีย์ 2003.นนทบุรี:สำนักงาน
มาตรฐานเกษตรอินทรีย์

สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ.2546.มาตรฐานสินค้าอินทรีย์:
กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กรุงเทพมหานคร.

สำนักงานเศรษฐกิจเกษตร.2547"พฤติกรรมกรรมการบริโภคสินค้าปลอดภัย". วารสารเศรษฐกิจ
เกษตร.50 (569) : 10

ศิริชัย พงษ์วิชัย.2546.การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยคอมพิวเตอร์.กรุงเทพมหานคร:
โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2541.พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช.

อภิชาติ พงษ์ศรีหดุลชัย.2546."เกษตรอินทรีย์คืออะไร" [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก
: http://www.doae.go.th/opcration/news_115_2545.html.วันที่เข้าถึง 29 มิถุนายน
2547

อุทัย ชัยประเสริฐ. 2546. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร".
สาหร่ายสไปรูลิน่า". วิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยมหิดล
นครปฐม.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบสอบถาม

เรื่อง

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผักอินทรีย์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง : แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล สำหรับการจัดทำโครงการปัญหาพิเศษของนักศึกษาระดับปริญญาตรีวิทยาศาสตร์บัณฑิต (พัฒนากาเกษตร) สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง โดยมีวัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไป สภาพทางสังคม และเศรษฐกิจ
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผักอินทรีย์ในเขตกรุงเทพมหานคร

แบบสอบถามชุดนี้แบ่งเป็น 2 ส่วน โดยแบ่งเป็น ข้อมูลทั่วไป เศรษฐกิจ และสังคม และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผักอินทรีย์

ผู้วิจัยจึงใคร่ขอความกรุณาและขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถามนี้ให้ครบทุกข้อตามความเป็นจริงและครบสมบูรณ์ เพื่อข้อมูลที่ได้รับจากท่านจะเป็นประโยชน์ต่องานวิจัยและก่อให้เกิดประโยชน์ต่อระบบเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยต่อไป สุดท้ายนี้ผู้วิจัยขอขอบพระคุณอย่างสูงที่กรุณาเสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถามในครั้งนี้

ขอบพระคุณอย่างสูง

อรุณี ช่างสุวรรณ

นักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาพัฒนากาเกษตร

สถาบันพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

คำแนะนำ : กรุณาทำเครื่องหมาย / นำหน้าคำตอบที่ท่านต้องการและเติมข้อความในช่องว่างที่กำหนดให้

สถานที่เก็บแบบสอบถาม

- 1. TOPS Supermarket สาขาเซ็นทรัลชิดลม
- 2. TOPS Supermarket สาขาเซ็นทรัลลาดพร้าว
- 3. TOPS Supermarket สาขาเซ็นทรัลบางนา
- 4. Golden Place สาขาพระรามเก้า
- 5. Golden Place สาขาสะพานสูง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

1. ชาย

2. หญิง

2. สถานภาพ

1. โสด

2. สมรส

3. ม่าย/หย่าร้าง

3. อายุ ปี

4. รายได้ ปี

5. อาชีพ

1. ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

2. พนักงานบริษัท/ลูกจ้าง

3. ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว

4. แม่บ้าน

5. อื่นๆ

6. ระดับการศึกษา

1. ต่ำกว่าปริญญาตรี

2. ปริญญาตรี

3. สูงกว่าปริญญาตรี

7. รายจ่ายเฉลี่ยค่าอาหารต่อเดือน บาท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

| | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด |
|---|-----------|-----|---------|------|------------|
| ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 1. ท่านเลือกซื้อเพราะห่วงใยในสุขภาพ | | | | | |
| 2. ท่านเลือกซื้อเพราะเชื่อว่าผลิตภัณฑ์มีคุณภาพดีกว่าผลิตภัณฑ์อื่น | | | | | |
| 3. ท่านเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากรายการรับรอง | | | | | |
| 4. ท่านเลือกซื้อจากความสดใหม่ของผลิตภัณฑ์ | | | | | |
| 5. ท่านเลือกจากความสมบูรณ์ของผลิตภัณฑ์ | | | | | |
| 6. ท่านเลือกซื้อเพราะการได้รับข่าวสารจากสื่อทำให้รู้และเข้าใจถึงเลือกซื้อ | | | | | |
| 7. ท่านเลือกซื้อเพราะในครอบครัวมีผู้ช่วยหรือผู้ที่มีปัญหาสุขภาพ | | | | | |
| 8. ท่านเลือกซื้อเพราะในครอบครัวมีเด็กและคนชราอาศัยอยู่ด้วย | | | | | |
| 9. สถานที่จัดจำหน่ายสะดวกสบายหาซื้อได้ง่าย | | | | | |
| 10. ราคาของผลิตภัณฑ์แพงเกินไป | | | | | |
| 11. ท่านเลือกซื้อเพราะผลิตภัณฑ์มีให้เลือกหลายชนิดเพียงพอต่อความต้องการ | | | | | |
| 12. ท่านเลือกซื้อเพราะผลิตภัณฑ์มีอายุการเก็บรักษามากกว่าผลิตภัณฑ์อื่น ๆ | | | | | |
| 13. ท่านเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เพราะมีรสชาติดีกว่าผลิตภัณฑ์อื่น ๆ | | | | | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคในการเผยแพร่ความรู้และเทคโนโลยีทางการเกษตรสู่เกษตรกรของเกษตรกรตำบล

1. ปัญหาและอุปสรรคที่ท่านพบในเรื่องของการถ่ายทอดความรู้และเทคโนโลยีสู่เกษตรกร

- 1).....
- 2).....
- 3).....
- 4).....
- 5).....

2. ข้อเสนอแนะหรือข้อคิดเห็นที่ท่านในเรื่องการแก้ปัญหาของการถ่ายทอดความรู้และเทคโนโลยีสู่เกษตรกร

- 1).....
- 2).....
- 3).....
- 4).....
- 5).....



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้