

## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้ของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาพลักษณ์สินค้าเกษตรอินทรีย์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล” ผู้วิจัยได้แบ่งการนำเสนอผลการวิเคราะห์ออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาพลักษณ์สินค้าเกษตรอินทรีย์

ตอนที่ 2 ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาพลักษณ์สินค้าเกษตรอินทรีย์

ตอนที่ 3 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ของผู้บริโภคกับภาพลักษณ์สินค้าเกษตรอินทรีย์

ตอนที่ 4 ผลการจัดสัมมนาผลการศึกษา

#### ตอนที่ 1 ความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาพลักษณ์สินค้าเกษตรอินทรีย์

ความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของสินค้าเกษตรอินทรีย์ในด้านต่างๆ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรอินทรีย์ ด้านคุณประโยชน์ต่อผู้บริโภคของสินค้าเกษตรอินทรีย์ ด้านคุณประโยชน์ต่อสิ่งแวดล้อมของสินค้าเกษตรอินทรีย์ ด้านระบบการผลิตของสินค้าเกษตรอินทรีย์ และด้านราคาและตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์ แบ่งระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคออกเป็น 5 ระดับ คือ ระดับมากที่สุด คะแนนเฉลี่ย 4.21 - 5.00 ระดับมาก คะแนนเฉลี่ย 3.41 - 4.20 ระดับปานกลาง คะแนนเฉลี่ย 2.61 - 3.40 ระดับน้อย คะแนนเฉลี่ย 1.81 - 2.60 และระดับน้อยที่สุด คะแนนเฉลี่ย 1.00 - 1.80 โดยนำเสนอด้วยร้อยละและค่าเฉลี่ย ดังแสดงในตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 ความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาพลักษณ์สินค้าเกษตรอินทรีย์

n = 400

ประเด็นความคิดเห็น	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ		
<b>1. ด้านผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรอินทรีย์</b>												
1.1 มีรสชาติดีกว่า	38	9.5	146	36.5	192	48.0	19	4.8	5	1.3	3.48	มาก
1.2 มีกลิ่นดีกว่า	40	10.0	138	34.5	202	50.5	17	4.3	3	0.8	3.49	มาก
1.3 มีสีและลักษณะตรงตามพันธุ์/ ชนิดสินค้า	43	10.8	159	39.8	188	47.0	8	2.0	2	0.5	3.58	มาก
1.4 มีความสดใหม่มากกว่า	86	21.5	181	45.3	123	30.8	8	2.0	2	0.5	3.85	มาก
1.5 สามารถเก็บไว้ได้นานกว่า	57	14.3	142	35.5	170	42.5	23	5.8	8	2.0	3.54	มาก
1.6 มีให้เลือกหลากหลาย	18	4.5	64	16.0	162	40.5	124	31.0	32	8.0	2.78	ปานกลาง
1.7 มีการรับรองมาตรฐานจาก หน่วยงานที่เป็นที่ยอมรับ	78	19.5	173	43.3	126	31.5	20	5.0	3	0.8	3.76	มาก
<b>2. ด้านคุณประโยชน์ต่อผู้บริโภคสินค้า เกษตรอินทรีย์</b>												
2.1 มีคุณค่าทางอาหารสูง	114	28.5	168	42.0	109	27.3	8	2.0	1	0.3	3.97	มาก
2.2 ปลอดภัยต่อสุขภาพของผู้บริโภค	199	49.8	166	41.5	29	7.3	6	1.5	0	0.0	4.39	มากที่สุด
2.3 ไม่มีสารเคมีหรือสารกำจัด	165	41.3	165	41.3	64	16.0	6	1.5	0	0.0	4.22	มากที่สุด
<b>ศัตรูพืชตกค้างในผลิตภัณฑ์</b>												
2.4 ไม่มี GMOs	111	27.8	181	45.3	99	24.8	7	1.8	2	0.5	3.98	มาก

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

n = 400

ประเด็นความคิดเห็น	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ		
<b>3. ด้านคุณประโยชน์ต่อสิ่งแวดล้อม</b>												
<b>ของสินค้าเกษตรอินทรีย์</b>												
3.1 คำนึงถึงระบบนิเวศของธรรมชาติ	143	35.8	160	40.0	93	23.3	4	1.0	0	0.0	4.11	มาก
3.2 ปลอดภัยต่อผู้ผลิต	173	43.3	178	44.5	41	10.3	8	2.0	0	0.0	4.29	มากที่สุด
3.3 ไม่มีสารเคมีหรือสารกำจัดศัตรูพืช	159	39.8	177	44.3	60	15.0	4	1.0	0	0.0	4.23	มากที่สุด
ตกค้างในสิ่งแวดล้อม												
<b>4. ด้านระบบการผลิตของสินค้า</b>												
<b>เกษตรอินทรีย์</b>												
4.1 มีการผลิตโดยไม่ใช้สารเคมีทุกชนิด	127	31.8	179	44.8	86	21.5	7	1.8	1	0.3	4.06	มาก
4.2 มีการผลิตโดยไม่ใช้ GMOs	121	30.3	178	44.5	93	23.3	7	1.8	1	0.3	4.03	มาก
4.3 มีการผลิตตามมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ทุกขั้นตอน	104	26.0	162	40.5	120	30.0	13	3.3	1	0.3	3.89	มาก
4.4 ระบบการผลิตต้องได้รับการรับรองมาตรฐานจากหน่วยงานที่เป็นที่ยอมรับ	115	28.8	190	47.5	92	23.0	3	0.8	0	0.0	4.04	มาก

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

n = 400

ประเด็นความคิดเห็น	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ		
<b>5. ด้านราคาและตลาดของสินค้า</b>												
<b>เกษตรอินทรีย์</b>												
5.1 ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	42	10.5	183	45.8	160	40.0	14	3.5	1	0.3	3.63	มาก
5.2 ราคาสูงกว่าสินค้าที่ผลิตในระบบ ทั่วไป	69	17.3	221	55.3	92	23.0	17	4.3	1	0.3	3.85	มาก
5.3 มีสถานที่จัดจำหน่ายเฉพาะ (ตลาดนัดสีเขียว, ร้านกรีน, ซูเปอร์มาร์เก็ต)	52	13.0	208	52.0	109	27.3	25	6.3	6	1.5	3.69	มาก
5.4 มีการจำหน่ายโดยระบบสมาชิก	27	6.8	91	22.8	145	36.3	105	26.3	32	8.0	2.94	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาพลักษณ์สินค้าเกษตรอินทรีย์ มีดังนี้

**1.1 ด้านผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรอินทรีย์** เมื่อพิจารณาในภาพรวม ผู้บริโภคมีความคิดเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรอินทรีย์ในระดับมากในประเด็นต่อไปนี้ตามลำดับ ได้แก่ ความสดใหม่ การรับรองมาตรฐานจากหน่วยงานที่เป็นที่ยอมรับ สีและลักษณะตรงตามพันธุ์/ชนิดสินค้า เก็บไว้ได้นาน มีกลิ่นและรสชาติที่ดีกว่า โดยมีรายละเอียดเมื่อจำแนกเป็นรายข้อ ดังนี้

1.1.1 รสชาติของสินค้าเกษตรอินทรีย์ ผู้บริโภคร้อยละ 48.0 มีความคิดเห็นว่ารสชาติของสินค้าเกษตรอินทรีย์ดีกว่าสินค้าทั่วไปในระดับปานกลาง แต่ในภาพรวมมีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยในระดับมาก (คะแนนเฉลี่ย 3.48)

1.1.2 กลิ่นของสินค้าเกษตรอินทรีย์ ผู้บริโภคร้อยละ 50.5 มีความคิดเห็นว่ากลิ่นของสินค้าเกษตรอินทรีย์ดีกว่าสินค้าทั่วไปในระดับปานกลาง แต่ในภาพรวมมีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยในระดับมาก (คะแนนเฉลี่ย 3.49)

1.1.3 สีและการมีลักษณะตรงตามพันธุ์/ชนิดของสินค้า ผู้บริโภคร้อยละ 47.0 มีความคิดเห็นว่าสีของสินค้าเกษตรอินทรีย์ดีกว่าสินค้าทั่วไปและมีลักษณะตรงตามพันธุ์/ชนิดของสินค้าในระดับปานกลาง แต่ในภาพรวมมีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยในระดับมาก (คะแนนเฉลี่ย 3.58)

1.1.4 ความสดใหม่ของสินค้าเกษตรอินทรีย์ ผู้บริโภคร้อยละ 45.3 มีความคิดเห็นว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์มีความสดใหม่กว่าสินค้าทั่วไปในระดับมาก และในภาพรวมมีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยในระดับมาก (คะแนนเฉลี่ย 3.85)

1.1.5 ระยะเวลาในการเก็บ ผู้บริโภคร้อยละ 42.5 มีความคิดเห็นว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์สามารถเก็บไว้ได้นานกว่าสินค้าทั่วไปในระดับปานกลาง แต่ในภาพรวมมีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยในระดับมาก (คะแนนเฉลี่ย 3.54)

1.1.6 ความหลากหลายของสินค้า ผู้บริโภคร้อยละ 40.5 มีความคิดเห็นว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์มีให้เลือกหลากหลายในระดับปานกลาง และในภาพรวมมีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยในระดับปานกลาง (คะแนนเฉลี่ย 2.78)

1.1.7 การรับรองมาตรฐานสินค้าเกษตรอินทรีย์ ผู้บริโภคร้อยละ 43.3 มีความคิดเห็นว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์มีการรับรองมาตรฐานสินค้าเกษตรอินทรีย์จากหน่วยงานที่เป็นที่ยอมรับในระดับมาก และในภาพรวมมีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยในระดับมาก (คะแนนเฉลี่ย 3.76)

**1.2 ด้านคุณประโยชน์ต่อผู้บริโภค** เมื่อพิจารณาในภาพรวม ผู้บริโภคมีความคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้าเกษตรอินทรีย์มีคุณประโยชน์ต่อผู้บริโภคในระดับมากที่สุดที่ประเด็นปลอดภัยต่อสุขภาพและไม่มีสารเคมีหรือสารกำจัดศัตรูพืชตกค้างในผลิตภัณฑ์ รองลงมาได้แก่ ไม่มี GMOs และมีคุณค่าทางอาหารสูง โดยมีรายละเอียดเมื่อจำแนกเป็นรายข้อ ดังนี้

1.2.1 คุณค่าทางอาหาร ผู้บริโภคร้อยละ 42.0 มีความคิดเห็นว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์มีคุณค่าทางอาหารสูงกว่าสินค้าทั่วไปในระดับมาก เช่นเดียวกับในภาพรวมมีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยในระดับมาก (คะแนนเฉลี่ย 3.97)

1.2.2 ความปลอดภัยต่อสุขภาพของผู้บริโภค ผู้บริโภคร้อยละ 49.8 มีความคิดเห็นว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์มีความปลอดภัยต่อสุขภาพมากกว่าสินค้าทั่วไปในระดับมากที่สุด เช่นเดียวกับในภาพรวมมีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยในระดับมากที่สุด (คะแนนเฉลี่ย 4.39)

1.2.3 การมีสารเคมีหรือสารกำจัดศัตรูพืชตกค้างในผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคร้อยละ 41.3 มีความคิดเห็นว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์ไม่มีสารเคมีหรือสารกำจัดศัตรูพืชตกค้างในผลิตภัณฑ์ในระดับมากที่สุด เช่นเดียวกับในภาพรวมมีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยในระดับมากที่สุด (คะแนนเฉลี่ย 4.22)

1.2.4 การไม่มี GMOs ในสินค้าเกษตรอินทรีย์ ผู้บริโภคร้อยละ 45.3 มีความคิดเห็นว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์ไม่มี GMOs ในระดับมาก เช่นเดียวกับในภาพรวมมีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยในระดับมาก (คะแนนเฉลี่ย 3.98)

**1.3 ด้านคุณประโยชน์ต่อสิ่งแวดล้อมของสินค้าเกษตรอินทรีย์** เมื่อพิจารณาในภาพรวม ผู้บริโภคมีความคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้าเกษตรอินทรีย์มีคุณประโยชน์ต่อสิ่งแวดล้อมในระดับมากที่สุดในประเด็นความปลอดภัยต่อผู้ผลิตและไม่มีสารเคมีหรือสารกำจัดศัตรูพืชตกค้างในสิ่งแวดล้อม และมีความคิดเห็นในระดับมากในประเด็น การคำนึงถึงระบบนิเวศของธรรมชาติ โดยมีรายละเอียดเมื่อจำแนกเป็นรายชื่อ ดังนี้

1.3.1 การคำนึงถึงระบบนิเวศของธรรมชาติ ผู้บริโภคร้อยละ 40.0 มีความคิดเห็นว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์มีคุณประโยชน์ในแง่การคำนึงถึงระบบนิเวศของธรรมชาติในระดับมาก เช่นเดียวกับในภาพรวมมีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยในระดับมาก (คะแนนเฉลี่ย 4.11)

1.3.2 ความปลอดภัยต่อผู้ผลิต ผู้บริโภคร้อยละ 44.5 มีความคิดเห็นว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์มีคุณประโยชน์ในแง่ความปลอดภัยต่อผู้ผลิตในระดับมาก แต่ในภาพรวมมีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยในระดับมากที่สุด (คะแนนเฉลี่ย 4.29)

1.3.3 การมีสารเคมีหรือสารกำจัดศัตรูพืชตกค้างในสิ่งแวดล้อม ผู้บริโภคร้อยละ 44.3 มีความคิดเห็นว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์มีคุณประโยชน์ในแง่ไม่มีสารเคมีหรือสารกำจัดศัตรูพืชตกค้างในสิ่งแวดล้อมในระดับมาก แต่ในภาพรวมมีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยในระดับมากที่สุด (คะแนนเฉลี่ย 4.23)

**1.4 ด้านระบบการผลิตของสินค้าเกษตรอินทรีย์** ผู้บริโภคมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระบบการผลิตของสินค้าเกษตรอินทรีย์ทุกประเด็นในระดับมาก โดยมีรายละเอียดดังนี้



1.4.1 การผลิตโดยไม่ใช้สารเคมีทุกชนิด ผู้บริโภคร้อยละ 44.8 มีความคิดเห็นว่าการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์มีการผลิตโดยไม่ใช้สารเคมีทุกชนิดในระดับมาก เช่นเดียวกับในภาพรวมมีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยในระดับมาก (คะแนนเฉลี่ย 4.06)

1.4.2 การผลิตโดยไม่ใช้ GMOs ผู้บริโภคร้อยละ 44.5 มีความคิดเห็นว่าการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์มีการผลิตโดยไม่ใช้ GMOs ในระดับมาก เช่นเดียวกับในภาพรวมมีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยในระดับมาก (คะแนนเฉลี่ย 4.03)

1.4.3 การผลิตตามมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ทุกขั้นตอน ผู้บริโภคร้อยละ 40.5 มีความคิดเห็นว่าการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์มีการผลิตตามมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ทุกขั้นตอน ในระดับมาก เช่นเดียวกับในภาพรวมมีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยในระดับมาก (คะแนนเฉลี่ย 3.89)

1.4.4 ระบบการผลิตต้องได้รับการรับรองมาตรฐานจากหน่วยงานที่เป็นที่ยอมรับ ผู้บริโภคร้อยละ 47.5 มีความคิดเห็นวาระบบการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ต้องได้รับการรับรองมาตรฐานจากหน่วยงานที่เป็นที่ยอมรับในระดับมาก เช่นเดียวกับในภาพรวมมีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยในระดับมาก (คะแนนเฉลี่ย 4.04)

**1.5 ด้านราคาและตลาดของสินค้าเกษตรอินทรีย์** เมื่อพิจารณาในภาพรวม ผู้บริโภคมีความคิดเห็นเกี่ยวกับราคาและตลาดของสินค้าเกษตรอินทรีย์ในระดับมากในประเด็น สินค้าเกษตรอินทรีย์มีราคาสูง มีราคาเหมาะสมกับคุณภาพ และมีสถานที่จัดจำหน่ายเฉพาะ โดยมีความคิดเห็นในระดับปานกลางในประเด็นสินค้าเกษตรอินทรีย์มีการจำหน่ายโดยระบบสมาชิก โดยมีรายละเอียดเมื่อจำแนกเป็นรายข้อ ดังนี้

1.5.1 ราคาของสินค้าเกษตรอินทรีย์เหมาะสมกับคุณภาพ ผู้บริโภคร้อยละ 45.8 มีความคิดเห็นว่สินค้าเกษตรอินทรีย์มีราคาเหมาะสมกับคุณภาพในระดับมาก เช่นเดียวกับในภาพรวมมีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยในระดับมาก (คะแนนเฉลี่ย 3.63)

1.5.2 ราคาของสินค้าเกษตรอินทรีย์สูงกว่าสินค้าที่ผลิตในระบบทั่วไป ผู้บริโภคร้อยละ 55.3 มีความคิดเห็นว่สินค้าเกษตรอินทรีย์มีราคาสูงกว่าสินค้าที่ผลิตในระบบทั่วไปในระดับมาก เช่นเดียวกับในภาพรวมมีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยในระดับมาก (คะแนนเฉลี่ย 3.85)

1.5.3 การมีสถานที่จัดจำหน่ายเฉพาะ (ตลาดนัดสีเขียว, ร้านกรีน, ซูเปอร์มาร์เก็ต) ผู้บริโภคร้อยละ 52.0 มีความคิดเห็นว่สินค้าเกษตรอินทรีย์มีสถานที่จัดจำหน่ายเฉพาะในระดับมาก เช่นเดียวกับในภาพรวมมีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยในระดับมาก (คะแนนเฉลี่ย 3.69)

1.5.4 สินค้าเกษตรอินทรีย์มีการจำหน่ายโดยระบบสมาชิก ผู้บริโภคร้อยละ 36.3 มีความคิดเห็นว่สินค้าเกษตรอินทรีย์มีการจำหน่ายโดยระบบสมาชิกในระดับปานกลาง เช่นเดียวกับในภาพรวมมีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยในระดับปานกลาง (คะแนนเฉลี่ย 2.94)

## ตอนที่ 2 ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาพลักษณ์สินค้าเกษตรอินทรีย์

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาพลักษณ์สินค้าเกษตรอินทรีย์ที่ศึกษา ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภค ปัจจัยด้านจิตวิทยา ปัจจัยด้านสังคม และปัจจัยด้านวัฒนธรรม

### 2.1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภค

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ ได้แก่ เพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ครอบครัวต่อเดือน จำนวนสมาชิกในครอบครัว ผู้ป่วยในครอบครัว จำนวนครั้งที่ซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ ชนิดสินค้าเกษตรอินทรีย์ และความรู้เกี่ยวกับสินค้าเกษตรอินทรีย์ ทำการวิเคราะห์โดยใช้การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แสดงในตารางที่ 4.2





ตารางที่ 4.2 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์

n = 400

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
<b>เพศ</b>		
ชาย	179	44.8
หญิง	221	55.2
<b>สถานภาพ</b>		
โสด	201	50.3
สมรส	179	44.8
หย่า	20	5.0
<b>ระดับการศึกษา</b>		
ต่ำกว่า ม.6	24	6.0
ม.6 / ปวช.หรือเทียบเท่า	32	8.0
ปวส. / อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	38	9.5
ปริญญาตรี	213	53.3
สูงกว่าปริญญาตรี	93	23.3
<b>อาชีพ</b>		
รับราชการ	123	30.8
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	40	10.0
พนักงานบริษัท	78	19.5
เจ้าของกิจการส่วนตัว	42	10.5
นักเรียน/นักศึกษา	36	9.0
เกษียณอายุ	17	4.3
อาชีพอื่นๆ ได้แก่ พนักงานของรัฐ ลูกจ้างหน่วยงานราชการ	64	16.0
ค้าขาย แม่บ้าน รับจ้างทั่วไป อาจารย์ นักวิจัย ผู้ช่วยวิจัย		

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

n = 400

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
<b>รายได้ครอบครัวต่อเดือน (บาทต่อเดือน)</b>		
น้อยกว่า 20,000	67	16.8
20,001 - 40,000	95	23.8
40,001 - 60,000	82	20.5
60,001 - 80,000	40	10.0
80,001 - 100,000	41	10.2
100,001 - 120,000	9	2.2
มากกว่า 120,000	30	7.5
ไม่ระบุ	36	9.0
รายได้ครอบครัวต่ำสุด (บาทต่อเดือน)	5,000.0	
รายได้ครอบครัวสูงสุด (บาทต่อเดือน)	350,000.0	
รายได้ครอบครัวเฉลี่ย (บาทต่อเดือน)	61,366.6	
ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	50,872.1	
<b>จำนวนสมาชิกในครอบครัว</b>		
1 - 2 คน	79	19.8
3 - 4 คน	210	52.5
5 - 6 คน	67	16.7
7 - 8 คน	9	2.2
9 - 10 คน	4	1.0
ไม่ระบุ	31	7.8
จำนวนสมาชิกน้อยสุด (คน)	1	
จำนวนสมาชิกมากที่สุด (คน)	10	
จำนวนสมาชิกเฉลี่ย (คน)	3.6	
ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	1.4	

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
n = 400		
<b>จำนวนเด็กในครอบครัว (n = 193)</b>		
1 - 2 คน	167	86.5
3 - 4 คน	23	11.9
5 - 6 คน	3	1.6
จำนวนเด็กน้อยสุด (คน)	1	
จำนวนเด็กมากที่สุด (คน)	6	
จำนวนเด็กเฉลี่ย (คน)	1.7	
ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	0.9	
<b>จำนวนผู้ใหญ่ในครอบครัว (n = 357)</b>		
1 - 2 คน	219	61.3
3 - 4 คน	116	32.5
5 - 6 คน	21	5.9
มากกว่า 7 คน	1	0.3
จำนวนผู้ใหญ่最少 (คน)	1	
จำนวนผู้ใหญ่มากที่สุด (คน)	9	
จำนวนผู้ใหญ่เฉลี่ย (คน)	2.5	
ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	1.2	
<b>จำนวนผู้สูงอายุในครอบครัว (n = 104)</b>		
1 คน	58	55.7
2 คน	45	43.3
3 คน	0	0.0
4 คน	0	0.0
5 คน	1	1.0
จำนวนผู้สูงอายุ最少 (คน)	1	
จำนวนผู้สูงอายุมากที่สุด (คน)	5	
จำนวนผู้สูงอายุเฉลี่ย (คน)	1.4	
ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	0.6	

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

n = 400

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
<b>ผู้ป่วยในครอบครัว</b>		
มีผู้ป่วย	88	22.0
ไม่มีผู้ป่วย	312	78.0
<b>ความถี่ในการซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์</b>		
ทุกสัปดาห์	260	65.0
อย่างน้อยเดือนละครั้ง	120	30.0
หลายๆ เดือนต่อครั้ง	20	5.0
<b>สินค้าเกษตรอินทรีย์ที่ซื้อ<sup>1/</sup></b>		
ผักสด	319	79.8
ผลไม้สด	188	47.0
ข้าว	207	51.8
เนื้อสัตว์	128	32.0
ผลิตภัณฑ์นม	140	35.0
ไข่	183	45.8
สินค้าเกษตรอินทรีย์แปรรูป	143	35.8
<b>ความรู้เกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์</b>		
เคยได้ยิน แต่ไม่แน่ใจ หมายความว่าอะไร	66	16.5
มีความรู้บ้างเล็กน้อยเกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์	278	69.5
มีความรู้ดีเกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์	56	14.0

หมายเหตุ: <sup>1/</sup> สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์กลุ่มตัวอย่าง มีดังนี้

**2.1.1 เพศ** พบว่า ผู้บริโภคเป็นผู้หญิงมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.2 และเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 44.8

**2.1.2 สถานภาพ** พบว่า ผู้บริโภคมีสถานภาพโสดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.3 รองลงมาคือ มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 44.8 และมีสถานภาพหย่า คิดเป็นร้อยละ 5.0

**2.1.3 ระดับการศึกษา** พบว่า ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลมีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.3 รองลงมาคือ มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 23.3 และน้อยที่สุดมีการศึกษต่ำกว่ามัธยมศึกษาปีที่ 6 คิดเป็นร้อยละ 6.0

**2.1.4 อาชีพ** พบว่า ผู้บริโภคมีอาชีพรับราชการมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 30.8 รองลงมาคือ มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท คิดเป็นร้อยละ 19.5 และน้อยที่สุดเกษียณอายุ คิดเป็นร้อยละ 4.3

**2.1.5 รายได้ครอบครัวต่อเดือน** พบว่า ผู้บริโภคมีรายได้ครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน 61,366.6 บาท มีรายได้ครอบครัวต่อเดือนมากที่สุดระหว่าง 20,001-40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 23.8 รองลงมาคือ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 40,001-60,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 20.5 และน้อยที่สุดมีรายได้ 100,001-120,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 2.2

**2.1.6 จำนวนสมาชิกในครอบครัว** พบว่า ผู้บริโภคมีจำนวนสมาชิกในครอบครัวเฉลี่ย 3.6 คน โดยมีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 3-4 คน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.5 รองลงมาคือ มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 1-2 คน คิดเป็นร้อยละ 19.8 และน้อยที่สุดมีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 5-6 คน คิดเป็นร้อยละ 16.7 จากจำนวนสมาชิกในครอบครัวได้แบ่งเป็นสมาชิกที่เป็นเด็ก ผู้ใหญ่ และผู้สูงอายุ ดังนี้

**1) จำนวนเด็กในครอบครัว** พบว่า ผู้บริโภคมีจำนวนเด็กในครอบครัวเฉลี่ย 1.7 คน โดยมีจำนวนเด็กในครอบครัว 1-2 คน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 86.5 รองลงมาคือ มีจำนวนเด็กในครอบครัว 3-4 คน คิดเป็นร้อยละ 11.9 และน้อยที่สุดมีจำนวนเด็กในครอบครัว 5-6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.6

**2) จำนวนผู้ใหญ่ในครอบครัว** พบว่า ผู้บริโภคมีจำนวนผู้ใหญ่ในครอบครัวเฉลี่ย 2.5 คน โดยมีจำนวนผู้ใหญ่ในครอบครัว 1-2 คน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 61.3 รองลงมาคือ มีจำนวนผู้ใหญ่ในครอบครัว 3-4 คน คิดเป็นร้อยละ 32.5 และน้อยที่สุดมีจำนวนผู้ใหญ่ในครอบครัว 9-10 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3

**3) จำนวนผู้สูงอายุในครอบครัว** พบว่า ผู้บริโภคมีจำนวนผู้สูงอายุในครอบครัวเฉลี่ย 1.4 คน โดยมีจำนวนผู้สูงอายุในครอบครัว 1 คน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.7 รองลงมาคือ มีจำนวนผู้สูงอายุในครอบครัว 2 คน คิดเป็นร้อยละ 43.3 และน้อยที่สุดมีจำนวนผู้สูงอายุในครอบครัว 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0

**2.1.7 ผู้ป่วยในครอบครัว** พบว่า ผู้บริโภคไม่มีผู้ป่วยในครอบครัวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 78.0 และมีผู้ป่วยในครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 22.0

**2.1.8 ความถี่ในการซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์** พบว่า ผู้บริโภคซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ทุกสัปดาห์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 65.0 รองลงมาคือ ซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์อย่างน้อยเดือนละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 30.0 และน้อยที่สุดซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์หลายๆ เดือนต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 5.0

**2.1.9 สินค้าเกษตรอินทรีย์ที่ซื้อ** พบว่า ผู้บริโภคนิยมซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ประเภท ผักสดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 79.8 รองลงมาคือ ซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ประเภทข้าว คิดเป็นร้อยละ 51.8 และน้อยที่สุดซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ประเภทผลไม้สด คิดเป็นร้อยละ 47.0

**2.1.10 ความรู้เกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์** พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความรู้บ้างเล็กน้อยเกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์ คิดเป็นร้อยละ 69.5 รองลงมาคือ เคยได้ยิน แต่ไม่แน่ใจหมายความว่าอะไร คิดเป็นร้อยละ 16.5 และน้อยที่สุดมีความรู้ดีเกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์ คิดเป็นร้อยละ 14.0

จากการทดสอบความรู้ของผู้บริโภคเกี่ยวกับสินค้าเกษตรอินทรีย์ โดยใช้แบบทดสอบ ผลที่ได้แสดงในตารางที่ 4.3





ตารางที่ 4.3 คะแนนความรู้ความเข้าใจของผู้บริโภคเกี่ยวกับสินค้าเกษตรอินทรีย์

คะแนนเต็ม 18 คะแนน

คะแนนความรู้ความเข้าใจของผู้บริโภคเกี่ยวกับ สินค้าเกษตรอินทรีย์	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
1 คะแนน	0	0.0
2 คะแนน	0	0.0
3 คะแนน	2	0.5
4 คะแนน	20	5.0
5 คะแนน	18	4.5
6 คะแนน	25	6.3
7 คะแนน	22	5.5
8 คะแนน	35	8.8
9 คะแนน	34	8.5
10 คะแนน	54	13.5
11 คะแนน	48	12.0
12 คะแนน	46	11.5
13 คะแนน	48	12.0
14 คะแนน	29	7.3
15 คะแนน	16	4.0
16 คะแนน	3	0.8
17 คะแนน	0	0.0
18 คะแนน	0	0.0
คะแนนต่ำสุด	3	
คะแนนสูงสุด	16	
คะแนนเฉลี่ย	10.0	
ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	3.0	

จากตารางที่ 4.3 คะแนนความรู้ความเข้าใจของผู้บริโภคเกี่ยวกับสินค้าเกษตรอินทรีย์ พบว่า ผู้บริโภคได้คะแนนต่ำสุด 3 คะแนน คะแนนสูงสุด 16 คะแนน และคะแนนเฉลี่ย 10.0 คะแนน โดยคะแนนสำหรับคำถามตอนที่ 1 ความหมายและหลักการของเกษตรอินทรีย์ (คะแนนเต็ม 7

คะแนน) ผู้บริโภคได้คะแนนต่ำสุด 2 คะแนน คะแนนสูงสุด 7 คะแนน และคะแนนเฉลี่ย 4.3 คะแนน สำหรับคำถามตอนที่ 2 ตราสัญลักษณ์สินค้าเกษตรอินทรีย์ (คะแนนเต็ม 11 คะแนน) ผู้บริโภคได้คะแนนต่ำสุด 0 คะแนน คะแนนสูงสุด 11 คะแนน และคะแนนเฉลี่ย 5.6 คะแนน โดยตราสัญลักษณ์หรือเครื่องหมายรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ที่ผู้บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์รู้จักมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ Organic Thailand (ร้อยละ 58.8) USDA (ร้อยละ 23.3) และ IFOAM (ร้อยละ 22.8) ตามลำดับ

## 2.2 ปัจจัยด้านจิตวิทยา

ผลการศึกษาถึงปัจจัยด้านจิตวิทยาที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ของผู้บริโภคเกี่ยวกับสินค้าเกษตรอินทรีย์ แสดงในตารางที่ 4.4 โดยพบว่า ความคิดเห็นของผู้บริโภคในระดับมากที่สุด ได้แก่ ผู้บริโภครู้สึกปลอดภัยจากสารเคมีเมื่อบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ รองลงมาได้แก่ผู้บริโภคมั่นใจว่าได้รับประโยชน์จากการบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ ผู้บริโภคพอใจในคุณค่าทางอาหารของสินค้าเกษตรอินทรีย์ ผู้บริโภคเกิดแรงจูงใจในการซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์จากสุขภาพร่างกาย ผู้บริโภคมั่นใจในตัวสินค้าเกษตรอินทรีย์ ผู้บริโภคคิดว่าการโฆษณามีส่วนกระตุ้นในการซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ และผู้บริโภคได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์ ตามลำดับ โดยมีรายละเอียดรายข้อดังนี้

2.2.1 การได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์ ผู้บริโภคร้อยละ 50.8 เคยได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์ในระดับปานกลาง เช่นเดียวกับในภาพรวมมีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยในระดับปานกลาง (คะแนนเฉลี่ย 3.06)

2.2.2 การโฆษณามีส่วนกระตุ้นในการซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ ผู้บริโภคร้อยละ 41.3 มีความคิดเห็นว่าการโฆษณามีส่วนกระตุ้นในการซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ในระดับปานกลาง เช่นเดียวกับในภาพรวมมีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยในระดับปานกลาง (คะแนนเฉลี่ย 3.40)

2.2.3 ความเชื่อในตัวสินค้าเกษตรอินทรีย์ ผู้บริโภคร้อยละ 52.5 มีความเชื่อในตัวสินค้าเกษตรอินทรีย์ในระดับมาก เช่นเดียวกับในภาพรวมมีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยในระดับมาก (คะแนนเฉลี่ย 3.72)

2.2.4 ความเชื่อที่ได้รับประโยชน์จากการบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ ผู้บริโภคร้อยละ 45.0 มีความเชื่อที่ได้รับประโยชน์จากการบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ในระดับมาก เช่นเดียวกับในภาพรวมมีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยในระดับมาก (คะแนนเฉลี่ย 4.09)

2.2.5 ความรู้สึกปลอดภัยจากสารเคมีเมื่อบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ ผู้บริโภคร้อยละ 42.0 มีความรู้สึกปลอดภัยจากสารเคมีเมื่อบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ในระดับมากที่สุด เช่นเดียวกับในภาพรวมมีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยในระดับมากที่สุด (คะแนนเฉลี่ย 4.24)

2.2.6 แรงจูงใจในการซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ ผู้บริโภคร้อยละ 37.3 มีความคิดเห็นว่าการซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์มีแรงจูงใจมาจากสุขภาพร่างกายในระดับมาก เช่นเดียวกับในภาพรวมมีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยในระดับมาก (คะแนนเฉลี่ย 3.84)

2.2.7 ความพอใจในคุณค่าทางอาหารของสินค้าเกษตรอินทรีย์ ผู้บริโภคร้อยละ 48.0 มีความพอใจในคุณค่าทางอาหารของสินค้าเกษตรอินทรีย์ในระดับมาก เช่นเดียวกับในภาพรวมมีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยในระดับมาก (คะแนนเฉลี่ย 3.99)



ตารางที่ 4.4 ปัจจัยด้านจิตวิทยาที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ของผู้บริโภคเกี่ยวกับสินค้าเกษตรอินทรีย์

ประเด็นความคิดเห็น	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ		
1. เคยได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ เกษตรอินทรีย์	14	3.5	94	23.5	203	50.8	79	19.8	10	2.5	3.06	ปานกลาง
2. การโฆษณามีส่วนกระตุ้นในการ ซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์	53	13.3	126	31.5	165	41.3	40	10.0	16	4.0	3.40	ปานกลาง
3. มีความเชื่อในตัวสินค้าเกษตร อินทรีย์	48	12.0	210	52.5	127	31.8	13	3.3	2	0.5	3.72	มาก
4. มีความเชื่อว่าได้รับประโยชน์จาก การบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์	135	33.8	180	45.0	76	19.0	5	1.3	4	1.0	4.09	มาก
5. รู้สึกปลอดภัยจากสารเคมีเมื่อ บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์	168	42.0	168	42.0	57	14.3	4	1.0	3	0.8	4.24	มากที่สุด
6. มีแรงจูงใจในการซื้อสินค้าเกษตร อินทรีย์เกิดจากสุขภาพร่างกาย	110	27.5	149	37.3	113	28.3	24	6.0	4	1.0	3.84	มาก
7. พอใจในคุณค่าทางอาหารของ สินค้าเกษตรอินทรีย์	109	27.3	192	48.0	87	21.8	10	2.5	2	0.5	3.99	มาก

## 2.3 ปัจจัยด้านวัฒนธรรม

ผลการศึกษาถึงปัจจัยด้านวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ของผู้บริโภคเกี่ยวกับสินค้าเกษตรอินทรีย์ แสดงในตารางที่ 4.5 โดยพบว่า ความคิดเห็นของผู้บริโภคในระดับมากที่สุด ได้แก่ การคำนึงถึงความปลอดภัยของสินค้าเป็นเรื่องสำคัญ รองลงมาได้แก่ การเลือกซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์จากร้านประจำที่คิดว่าไว้ใจได้ การเลือกซื้อสินค้าที่ได้รับการรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ (ระดับท้องถิ่นและในประเทศ) การชอบบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ การเลือกซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ระดับสากล และการซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่นำเข้ามาจากต่างประเทศตามลำดับ โดยมีรายละเอียดรายชื่อ ดังนี้

2.3.1 ความชอบบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ ผู้บริโภคร้อยละ 40.5 ชอบบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ในระดับปานกลาง แต่ในภาพรวมมีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยในระดับมาก (คะแนนเฉลี่ย 3.63)

2.3.2 การคำนึงถึงความปลอดภัยของสินค้าเป็นเรื่องสำคัญ ผู้บริโภคร้อยละ 44.5 คำนึงถึงความปลอดภัยของสินค้าเป็นเรื่องสำคัญในระดับมากที่สุด เช่นเดียวกับในภาพรวมมีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยในระดับมากที่สุด (คะแนนเฉลี่ย 4.23)

2.3.3 การเลือกซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์จากร้านประจำที่คิดว่าไว้ใจได้ ผู้บริโภคร้อยละ 37.5 เลือกซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์จากร้านประจำที่คิดว่าไว้ใจได้ในระดับมาก เช่นเดียวกับในภาพรวมมีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยในระดับมาก (คะแนนเฉลี่ย 3.99)

2.3.4 การเลือกซื้อสินค้าที่ได้รับการรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ (ระดับท้องถิ่นและในประเทศ) ผู้บริโภคร้อยละ 42.0 เลือกซื้อสินค้าที่ได้รับการรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ในระดับมาก เช่นเดียวกับในภาพรวมมีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยในระดับมาก (คะแนนเฉลี่ย 3.72)

2.3.5 การเลือกซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ระดับสากล ผู้บริโภคร้อยละ 39.0 เลือกซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ระดับสากลในระดับมาก เช่นเดียวกับในภาพรวมมีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยในระดับมาก (คะแนนเฉลี่ย 3.49)

2.3.6 การนิยมซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ ผู้บริโภคร้อยละ 33.3 นิยมซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่นำเข้ามาจากต่างประเทศในระดับน้อย เช่นเดียวกับในภาพรวมมีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยในระดับน้อย (คะแนนเฉลี่ย 2.13)

ตารางที่ 4.5 ปัจจัยด้านวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ของผู้บริโภคเกี่ยวกับสินค้าเกษตรอินทรีย์

ประเด็นความคิดเห็น	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ		
1.1 ชอบบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์	64	16.0	150	37.5	162	40.5	20	5.0	4	1.0	3.63	มาก
1.2 คำนึงถึงความปลอดภัยของ สินค้าเป็นสำคัญ	178	44.5	152	38.0	59	14.8	6	1.5	5	1.3	4.23	มากที่สุด
1.3 เลือกซื้อสินค้าจากร้านประจำที่ คิดว่าไว้ใจได้	141	35.3	150	37.5	83	20.8	15	3.8	11	2.8	3.99	มาก
1.4 เลือกซื้อสินค้าที่ได้รับการรับรอง มาตรฐานเกษตรอินทรีย์ (ระดับท้องถิ่น และในประเทศ)	78	19.5	168	42.0	127	31.8	19	4.8	8	2.0	3.72	มาก
1.5 เลือกซื้อสินค้าที่ได้รับการรับรอง มาตรฐานเกษตรอินทรีย์ระดับสากล	59	14.8	156	39.0	129	32.3	34	8.5	22	5.5	3.49	มาก
1.6 นิยมซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่ นำเข้าจากต่างประเทศ	8	2.0	37	9.3	89	22.3	133	33.3	133	33.3	2.13	น้อย



## 2.4 ปัจจัยด้านสังคม

ผลการศึกษาถึงปัจจัยด้านสังคมที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ของผู้บริโภคเกี่ยวกับสินค้าเกษตรอินทรีย์ แสดงในตารางที่ 4.6 โดยพบว่า ความคิดเห็นของผู้บริโภคในระดับมาก ได้แก่ สินค้าเกษตรอินทรีย์เป็นที่ยอมรับในสังคม รองลงมาได้แก่ ผู้บริโภคต้องการคำแนะนำจากผู้ขายก่อนซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ บุคคลในครอบครัวมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ ผู้บริโภคได้รับคำแนะนำจากเพื่อนในการซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ และผู้บริโภคบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ตามอย่างเพื่อน โดยมีรายละเอียดรายชื่อ ดังนี้

2.4.1 การบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ตามอย่างเพื่อน ผู้บริโภคร้อยละ 49.5 บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ตามอย่างเพื่อนในระดับปานกลาง เช่นเดียวกับในภาพรวมมีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยในระดับปานกลาง (คะแนนเฉลี่ย 2.82)

2.4.2 สินค้าเกษตรอินทรีย์เป็นที่ยอมรับในสังคม ผู้บริโภคร้อยละ 57.8 มีความคิดเห็นว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์เป็นที่ยอมรับในสังคมในระดับมาก เช่นเดียวกับในภาพรวมมีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยในระดับมาก (คะแนนเฉลี่ย 3.87)

2.4.3 การตัดสินใจซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่มีผลจากบุคคลในครอบครัว ผู้บริโภคร้อยละ 41.0 มีความคิดเห็นว่าการตัดสินใจซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์มีผลจากบุคคลในครอบครัวในระดับปานกลาง เช่นเดียวกับในภาพรวมมีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยในระดับปานกลาง (คะแนนเฉลี่ย 3.39)

2.4.4 ความต้องการคำแนะนำจากผู้ขายก่อนซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ ผู้บริโภคร้อยละ 40.5 ต้องการคำแนะนำจากผู้ขายก่อนซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ในระดับปานกลาง แต่ในภาพรวมมีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยในระดับมาก (คะแนนเฉลี่ย 3.64)

2.4.5 การได้รับคำแนะนำจากเพื่อนในการซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ ผู้บริโภคร้อยละ 48.5 ได้รับคำแนะนำจากเพื่อนในการซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ในระดับปานกลาง เช่นเดียวกับในภาพรวมมีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยในระดับปานกลาง (คะแนนเฉลี่ย 2.87)

ตารางที่ 4.6 ปัจจัยด้านสังคมที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ของผู้บริโภคเกี่ยวกับสินค้าเกษตรอินทรีย์

ประเด็นความคิดเห็น	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ		
2.1 บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ตาม อย่างเพื่อน	13	3.3	59	14.8	198	49.5	101	25.3	29	7.3	2.82	ปานกลาง
2.2 สินค้าเกษตรอินทรีย์เป็นที่ ยอมรับในสังคม	67	16.8	231	57.8	85	21.3	15	3.8	2	0.5	3.87	มาก
2.3 บุคคลในครอบครัวมีส่วนในการ ตัดสินใจซื้อ	49	12.3	130	32.5	164	41.0	43	10.8	14	3.5	3.39	ปานกลาง
2.4 ต้องการคำแนะนำจากผู้ขาย ก่อนซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์	73	18.3	141	35.3	162	40.5	16	4.0	8	2.0	3.64	มาก
2.5 ได้รับคำแนะนำจากเพื่อนในการ ซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์	16	4.0	66	16.5	194	48.5	96	24.0	28	7.0	2.87	ปานกลาง

### ตอนที่ 3 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ของผู้บริโภคกับภาพลักษณ์สินค้าเกษตรอินทรีย์

#### 3.1 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับภาพลักษณ์สินค้าเกษตรอินทรีย์

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับภาพลักษณ์สินค้าเกษตรอินทรีย์ วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ ระดับการศึกษา รายได้ และความรู้เกี่ยวกับสินค้าเกษตรอินทรีย์กับภาพลักษณ์สินค้าเกษตรอินทรีย์ โดยใช้การทดสอบไคสแควร์ ผลการวิเคราะห์จำแนกตามภาพลักษณ์รายชื่อ แสดงในตารางที่ 4.7

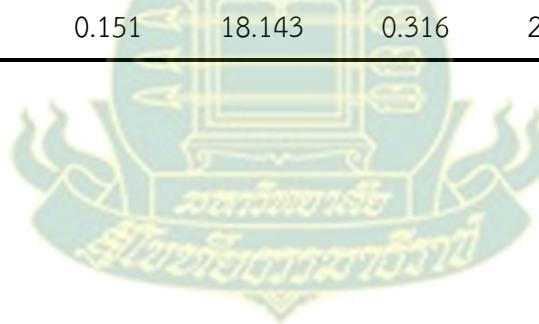


ตารางที่ 4.7 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับภาพลักษณ์สินค้าเกษตรอินทรีย์

n = 400

ภาพลักษณ์สินค้าเกษตรอินทรีย์	ปัจจัยส่วนบุคคล							
	เพศ		ระดับการศึกษา		รายได้		ความรู้เกี่ยวกับสินค้าเกษตรอินทรีย์	
	$\chi^2$	Sig.	$\chi^2$	Sig.	$\chi^2$	Sig.	$\chi^2$	Sig.
1. ผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรอินทรีย์	12.262	<b>0.016*</b>	24.058	0.088	23.553	0.487	16.678	<b>0.034*</b>
2. คุณประโยชน์ต่อผู้บริโภค	7.449	0.059	17.368	0.136	17.172	0.511	2.270	0.893
3. คุณประโยชน์ต่อสิ่งแวดล้อม	9.307	<b>0.025*</b>	27.984	<b>0.006*</b>	28.907	0.050	8.954	0.176
4. ระบบการผลิตของสินค้าเกษตรอินทรีย์	5.627	0.131	20.019	0.067	30.692	<b>0.031*</b>	7.186	0.304
5. ราคาและตลาดของสินค้าเกษตรอินทรีย์	6.726	0.151	18.143	0.316	25.932	0.357	15.861	<b>0.044*</b>

\* p<0.05



จากตารางที่ 4.7 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับภาพลักษณ์สินค้าเกษตรอินทรีย์ จำแนกตามรายด้าน พบว่า

**3.1.1 เพศ** มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์สินค้าเกษตรอินทรีย์ ในด้านผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรอินทรีย์ ( $\chi^2=12.262$ ) และด้านคุณสมบัติของสินค้าเกษตรอินทรีย์ ( $\chi^2=9.307$ ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**3.1.2 ระดับการศึกษา** มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์สินค้าเกษตรอินทรีย์ ในด้านคุณสมบัติของสินค้าเกษตรอินทรีย์ ( $\chi^2=27.984$ ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**3.1.3 รายได้** มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์สินค้าเกษตรอินทรีย์ ในด้านระบบการผลิตของสินค้าเกษตรอินทรีย์ ( $\chi^2=30.692$ ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**3.1.4 ความรู้เกี่ยวกับสินค้าเกษตรอินทรีย์** มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์สินค้าเกษตรอินทรีย์ ในด้านผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรอินทรีย์ ( $\chi^2=16.678$ ) และด้านราคาและตลาดของสินค้าเกษตรอินทรีย์ ( $\chi^2=15.861$ ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

### 3.2 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางจิตวิทยา ปัจจัยทางวัฒนธรรม และปัจจัยทางสังคมกับภาพลักษณ์สินค้าเกษตรอินทรีย์

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางจิตวิทยา ปัจจัยทางวัฒนธรรม และปัจจัยทางสังคมกับภาพลักษณ์สินค้าเกษตรอินทรีย์ ใช้การทดสอบไคสแควร์ ผลการวิเคราะห์จำแนกตามภาพลักษณ์รายข้อ แสดงในตารางที่ 4.8

ตารางที่ 4.8 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางจิตวิทยา ปัจจัยทางวัฒนธรรม และปัจจัยทางสังคมกับภาพลักษณ์สินค้าเกษตรอินทรีย์

ภาพลักษณ์สินค้าเกษตรอินทรีย์	ปัจจัย					
	ทางจิตวิทยา		ทางวัฒนธรรม		ทางสังคม	
	$\chi^2$	p-value	$\chi^2$	p-value	$\chi^2$	p-value
1. ผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรอินทรีย์	68.140	0.000*	66.791	0.000*	115.910	0.000*
2. คุณประโยชน์ต่อผู้บริโภค	92.395	0.000*	63.468	0.000*	69.130	0.000*
3. คุณประโยชน์ต่อสิ่งแวดล้อม	116.114	0.000*	81.416	0.000*	66.120	0.000*
4. ระบบการผลิตของสินค้าเกษตรอินทรีย์	134.534	0.000*	85.160	0.000*	59.133	0.000*
5. ราคาและตลาดของสินค้าเกษตรอินทรีย์	119.422	0.000*	100.928	0.000*	93.872	0.000*

\* p<0.05

จากตารางที่ 4.8 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางจิตวิทยา ปัจจัยทางวัฒนธรรม และ ปัจจัยทางสังคมกับภาพลักษณ์สินค้าเกษตรอินทรีย์ พบว่า

**3.2.1 ปัจจัยทางจิตวิทยา** มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์สินค้าเกษตรอินทรีย์ ในด้าน ผลผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรอินทรีย์ ด้านคุณประโยชน์ต่อผู้บริโภค ด้านคุณประโยชน์ต่อสิ่งแวดล้อม ด้านระบบการผลิตของสินค้าเกษตรอินทรีย์ และด้านราคาและตลาดของสินค้าเกษตรอินทรีย์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ( $\chi^2 = 68.140$ ,  $\chi^2 = 92.395$ ,  $\chi^2 = 116.114$ ,  $\chi^2 = 134.534$  และ  $\chi^2 = 119.422$  ตามลำดับ)

**3.2.2 ปัจจัยทางวัฒนธรรม** มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์สินค้าเกษตรอินทรีย์ ในด้าน ผลผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรอินทรีย์ ด้านคุณประโยชน์ต่อผู้บริโภค ด้านคุณประโยชน์ต่อสิ่งแวดล้อม ด้านระบบการผลิตของสินค้าเกษตรอินทรีย์ และด้านราคาและตลาดของสินค้าเกษตรอินทรีย์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ( $\chi^2 = 66.791$ ,  $\chi^2 = 63.468$ ,  $\chi^2 = 81.416$ ,  $\chi^2 = 85.160$  และ  $\chi^2 = 100.928$  ตามลำดับ)

**3.2.3 ปัจจัยทางสังคม** ความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์สินค้าเกษตรอินทรีย์ ในด้าน ผลผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรอินทรีย์ ด้านคุณประโยชน์ต่อผู้บริโภค ด้านคุณประโยชน์ต่อสิ่งแวดล้อม ด้านระบบการผลิตของสินค้าเกษตรอินทรีย์ และด้านราคาและตลาดของสินค้าเกษตรอินทรีย์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ( $\chi^2 = 115.910$ ,  $\chi^2 = 69.130$ ,  $\chi^2 = 66.120$ ,  $\chi^2 = 59.133$  และ  $\chi^2 = 93.872$  ตามลำดับ)

## ตอนที่ 4 ผลการจัดสัมมนาผลการศึกษา

จากการจัดสัมมนาผลการศึกษา โดยการนำเสนอผลการวิจัยต่อผู้ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ผู้บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ ผู้จัดจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ และผู้ผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ ซึ่งผู้เข้าร่วมสัมมนามีข้อเสนอแนะ ดังนี้

### 4.1 ด้านภาพลักษณ์สินค้าเกษตรอินทรีย์

**4.1.1 ด้านผลผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรอินทรีย์** มีความคิดเห็นว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์มี ความสดและมีรสชาติดีกว่าสินค้าเกษตรทั่วไป แต่มีความหลากหลายของสินค้าน้อยโดยเฉพาะสินค้า ที่มาจากสัตว์ เช่น เนื้อสัตว์ ไข่ไก่ และน้ำมัน เนื่องจากผู้บริโภคต้องการอาหารจำพวกโปรตีนที่มาจาก สัตว์ด้วยเช่นกัน นอกจากนี้ในด้านการรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ผู้บริโภคมีความรู้ความเข้าใจในเครื่องหมายรับรองน้อยมาก ไม่สามารถจำแนกความแตกต่างระหว่าง



สินค้าที่ระบุ “ผักอินทรีย์” “ผักปลอดภัย” “ผักอนามัย” “ผักไร้สาร” และ “ผักไฮโดรโปนิคส์” โดยมองว่าสินค้าดังกล่าวคือสินค้ากลุ่มเดียวกัน

**4.1.2 ด้านคุณภาพประโยชน์ต่อผู้บริโภค** มีความคิดเห็นว่าคุณภาพสินค้าเกษตรอินทรีย์มีผลดีต่อสุขภาพ ไม่มีสารเคมีตกค้าง และปลอดภัยต่อผู้บริโภค

**4.1.3 ด้านคุณภาพประโยชน์ต่อสิ่งแวดล้อม** มีความคิดเห็นว่าการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์มีผลดีต่อสิ่งแวดล้อมโดยลดการตกค้างของสารเคมีที่ใช้ในการเกษตร ส่งผลให้ดินที่ใช้ปลูกพืชมีคุณภาพดี นอกจากนี้สิ่งเหลือที่เกิดขึ้นก็ปลอดภัยต่อสิ่งแวดล้อม

**4.1.4 ด้านระบบการผลิตของสินค้าเกษตรอินทรีย์** มีความคิดเห็นว่าการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ปลอดภัยและมีผลดีต่อสุขภาพของเกษตรกรผู้ผลิต เกษตรกรมีการทำงานเป็นกลุ่ม/เครือข่าย มีวิถีชีวิตร่วมกันในการผลิต เกษตรกรมีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น แม้จะมีพื้นที่น้อยก็สามารถทำการเกษตรที่เลี้ยงตัวเองได้

**4.1.5 ด้านราคาและตลาดของสินค้าเกษตรอินทรีย์** มีความคิดเห็นว่าคุณภาพสินค้าเกษตรอินทรีย์มีราคาสูงกว่าสินค้าทั่วไป โดยเฉพาะสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่มีการขายในซูเปอร์มาร์เก็ตหรือร้านกรีน เนื่องจากต้นทุนในด้านการขนส่ง ซึ่งผู้จำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์มองว่าถ้าสามารถขยายตลาดลงสู่ท้องถิ่นมากขึ้นจะทำให้ราคาสินค้าเกษตรอินทรีย์ถูกลง

ในด้านตลาดของสินค้าเกษตรอินทรีย์มีความเห็นว่า ตลาดยังไม่กระจายครอบคลุมทุกพื้นที่ ทำให้ผู้บริโภคเข้าถึงสินค้าเกษตรอินทรีย์ได้ยาก และในตลาดหรือแหล่งจำหน่ายยังขาดความหลากหลายของสินค้าเกษตรอินทรีย์ โดยพบว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์ส่วนใหญ่ ได้แก่ ผักสดและข้าว มีสินค้าหรือผลิตภัณฑ์จากสัตว์น้อย นอกจากนี้ กรณีสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่วางจำหน่ายในซูเปอร์มาร์เก็ต ไม่มีการจัดแบ่งบริเวณจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์อย่างชัดเจน ทำให้ผู้บริโภคหาซื้อสินค้าได้ยาก

## 4.2 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

จากการจัดสัมมนาผลการศึกษา ผู้เข้าร่วมสัมมนามีข้อเสนอแนะอื่นๆ ดังนี้

1) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องรวมทั้งสถาบันการศึกษาควรจัดอบรมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรอินทรีย์แก่ผู้บริโภค เพื่อให้ผู้บริโภคมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์และสินค้าเกษตรอินทรีย์ และให้ผู้บริโภคสามารถแยกความแตกต่างระหว่างสินค้าเกษตรแต่ละประเภทได้ นอกจากนี้ ควรจัดอบรมคุณครูและผู้จำหน่ายเพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสินค้าเกษตรอินทรีย์ และสามารถถ่ายทอดให้กับนักเรียนและผู้ซื้อได้อย่างถูกต้อง

- 2) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรจัดทำเป็นคู่มือ/แผ่นพับเกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์เล่มเล็ก ๆ แจกให้กับประชาชน โดยมีความรู้เกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์ เกษตรธรรมชาติ ผักปลอดภัย ผักไฮโดรโปนิคส์
- 3) หน่วยงานภาครัฐที่ดำเนินการในเรื่องเกษตรอินทรีย์ควรมีการบูรณาการในการดำเนินงานอย่างเป็นรูปธรรม ไม่ควรแยกกันดำเนินงาน
- 4) การจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์นอกจากการวางจำหน่ายตามตลาดเฉพาะหรือในซูเปอร์มาร์เก็ตแล้ว ควรมีช่องทางจำหน่ายผ่านทางออนไลน์และการจัดส่งทางไปรษณีย์
- 5) ฉลากบรรจุภัณฑ์ของสินค้าควรมีระบุว่าเป็นผักที่ผลิตแบบไหน ไม่ใช่สารเคมี ปลอดสารเคมี หรือเกษตรอินทรีย์ กำกับไว้บนบรรจุภัณฑ์
- 6) ปัจจุบันผู้บริโภคนิยมบริโภคอาหารคลีน (clean) ควรมีการส่งเสริมให้ใช้สินค้าเกษตรอินทรีย์มาเป็นส่วนประกอบของอาหาร

