

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้ของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาพลักษณ์สินค้าเกษตรอินทรีย์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล” ผู้วิจัยได้กล่าวถึงสรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. สรุป

1.1 วัตถุประสงค์ของการวิจัย การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา

1.1.1 ความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาพลักษณ์สินค้าเกษตรอินทรีย์

1.1.2 ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาพลักษณ์สินค้าเกษตรอินทรีย์

1.1.3 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ของผู้บริโภคกับภาพลักษณ์สินค้าเกษตรอินทรีย์

1.2 วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล การเลือกกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบบังเอิญ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่ซื้อสินค้าจากสถานที่จำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 400 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวม คือ แบบสอบถามและการจัดสัมมนาเพื่อนำเสนอผลการศึกษาต่อผู้บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์และผู้ที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งรวบรวมข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากผู้เข้าร่วมสัมมนาที่เป็นประโยชน์ต่อการศึกษาวิจัย วิเคราะห์ข้อมูลโดยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การทดสอบไคสแควร์ เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ

1.3 สรุปผลการวิจัย

1.3.1 *ความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาพลักษณ์สินค้าเกษตรอินทรีย์* จากผลการศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ต่อภาพลักษณ์ของสินค้าเกษตรอินทรีย์ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านคุณสมบัติของผู้บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ ด้านคุณสมบัติต่อสิ่งแวดล้อม

ของสินค้าเกษตรอินทรีย์ ด้านระบบการผลิตของสินค้าเกษตรอินทรีย์ และด้านราคาและตลาดของสินค้าเกษตรอินทรีย์ พบว่า ผู้บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของสินค้าเกษตรอินทรีย์ด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก ได้แก่ สินค้าเกษตรอินทรีย์เป็นสินค้าที่มีรสชาติ กลิ่น สี และลักษณะตรงตามพันธุ์/ชนิดสินค้า สินค้าเกษตรอินทรีย์เป็นสินค้าที่มีความสดใหม่ สามารถเก็บไว้ได้นานกว่าสินค้าเกษตรอื่นๆ สินค้าเกษตรอินทรีย์เป็นสินค้าที่มีให้เลือกหลากหลาย รวมทั้งมีการรับรองมาตรฐานจากหน่วยงานที่เป็นที่ยอมรับ

สำหรับความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อภาพลักษณ์ของสินค้าเกษตรอินทรีย์ด้านคุณประโยชน์ต่อผู้บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ พบว่า ผู้บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์มีความคิดเห็นในระดับมากที่สุดว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์ปลอดภัยต่อสุขภาพของผู้บริโภค และไม่มีสารเคมีหรือสารกำจัดศัตรูพืชตกค้างในผลิตภัณฑ์

ด้านคุณประโยชน์ต่อสิ่งแวดล้อมของสินค้าเกษตรอินทรีย์ พบว่า ผู้บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์มีความคิดเห็นในระดับมากที่สุดว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์มีความปลอดภัยต่อผู้ผลิต และไม่มีสารเคมีหรือสารกำจัดศัตรูพืชตกค้างในสิ่งแวดล้อม

ด้านระบบการผลิตของสินค้าเกษตรอินทรีย์ พบว่า ผู้บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์มีความคิดเห็นในระดับมากที่สุดต่อภาพลักษณ์ของสินค้าเกษตรอินทรีย์ในด้านการผลิตว่า การผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์นั้นไม่ใช่สารเคมีทุกชนิด ไม่ใช่ GMOs และมีการผลิตตามมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ทุกขั้นตอน รวมทั้งระบบการผลิตต้องได้รับการรับรองมาตรฐานจากหน่วยงานที่เป็นที่ยอมรับ

ด้านราคาและตลาดของสินค้าเกษตรอินทรีย์ พบว่า ผู้บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์มีความคิดเห็นในระดับมากที่สุดต่อภาพลักษณ์ของสินค้าเกษตรอินทรีย์ ในด้านราคาเหมาะสมกับคุณภาพ และสินค้าเกษตรอินทรีย์มีราคาสูงกว่าสินค้าที่ผลิตในระบบเกษตรทั่วไป รวมทั้งสินค้าเกษตรอินทรีย์เป็นสินค้าที่มีสถานที่จัดจำหน่ายเฉพาะ (ตลาดนัดสีเขียว, ร้านกรีน, ซูเปอร์มาร์เก็ต)

1.3.2 ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาพลักษณ์สินค้าเกษตรอินทรีย์

1) ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภค ผู้บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีสถานภาพโสด จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพรับราชการ มีรายได้ในครอบครัวระหว่าง 20,001-40,000 บาทต่อเดือน โดยผู้บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 3-4 คน ประกอบด้วยเด็ก 1-2 คน ผู้ใหญ่ 1-2 คน และผู้สูงอายุ 1 คน ซึ่งส่วนใหญ่ไม่มีผู้ป่วยในครอบครัว ผู้บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ส่วนใหญ่ซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ ทุกสัปดาห์ โดยสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่นิยมซื้อมากที่สุด คือ ผักสด รองลงมาคือ ข้าวและผลไม้สด ทั้งนี้ พบว่า ผู้บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์เล็กน้อย

จากผลการศึกษาด้านความรู้ความเข้าใจของผู้บริโภคเกี่ยวกับสินค้าเกษตรอินทรีย์ พบว่า ผู้บริโภคมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความหมายและหลักการของเกษตรอินทรีย์ (ตอนที่ 1) โดยมีคะแนนเฉลี่ย 4.3 คะแนนจากคะแนนเต็ม 7 คะแนน และมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับตราสัญลักษณ์สินค้าเกษตรอินทรีย์ (ตอนที่ 2) โดยมีคะแนนเฉลี่ย 5.6 คะแนนจากคะแนนเต็ม 11 คะแนน และมีคะแนนรวมทั้งสองตอนเฉลี่ย 10.0 คะแนนจากคะแนนเต็ม 16 คะแนน

2) **ปัจจัยด้านจิตวิทยา** พบว่า ผู้บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ในเรื่องของความรู้สึกปลอดภัยจากสารเคมีเมื่อบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์

3) **ปัจจัยด้านวัฒนธรรม** พบว่า ในด้านวัฒนธรรมผู้บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ในเรื่องของการคำนึงถึงความปลอดภัยของสินค้าเป็นสิ่งสำคัญ

4) **ปัจจัยด้านสังคม** สำหรับในด้านสังคม พบว่า ผู้บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ให้ความสำคัญในระดับมาก ในเรื่องของสินค้าเกษตรอินทรีย์เป็นที่ยอมรับในสังคมและต้องการคำแนะนำจากผู้ขายก่อนซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์

1.3.3 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ของผู้บริโภคกับภาพลักษณ์สินค้าเกษตรอินทรีย์

1) **ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับภาพลักษณ์สินค้าเกษตรอินทรีย์** จากผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคกับภาพลักษณ์สินค้าเกษตรอินทรีย์ พบว่า เพศ มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์สินค้าเกษตรอินทรีย์ในด้านผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรอินทรีย์และคุณประโยชน์ต่อสิ่งแวดล้อม ($p < 0.05$) ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์สินค้าเกษตรอินทรีย์ในด้านคุณประโยชน์ต่อสิ่งแวดล้อม ($p < 0.05$) รายได้ มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์สินค้าเกษตรอินทรีย์ในด้านระบบการผลิตของสินค้าเกษตรอินทรีย์ ($P < 0.05$) ความรู้เกี่ยวกับสินค้าเกษตรอินทรีย์มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์สินค้าเกษตรอินทรีย์ในด้านผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรอินทรีย์ ราคาและตลาดของสินค้าเกษตรอินทรีย์ ($p < 0.05$)

2) **ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางจิตวิทยา ปัจจัยทางวัฒนธรรมและปัจจัยทางสังคมกับภาพลักษณ์สินค้าเกษตรอินทรีย์** ปัจจัยทางจิตวิทยา ปัจจัยทางวัฒนธรรม และปัจจัยทางสังคม มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์สินค้าเกษตรอินทรีย์ทุกด้านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$)

1.3.4 **ผลการจัดสัมมนาผลการศึกษา** จากการจัดสัมมนาผลการศึกษา โดยการนำเสนอผลการวิจัยต่อผู้ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ผู้บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ ผู้จำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ และผู้ผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ ซึ่งผู้เข้าร่วมสัมมนามีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1) **ด้านภาพลักษณ์สินค้าเกษตรอินทรีย์** ได้แก่ สินค้าเกษตรอินทรีย์มีความสดและมีรสชาติดีกว่าสินค้าเกษตรทั่วไป แต่มีความหลากหลายของสินค้าน้อย สินค้าเกษตรอินทรีย์ มี

ผลดีต่อสุขภาพ ไม่มีสารเคมีตกค้าง และปลอดภัยต่อผู้บริโภค มีผลดีต่อสิ่งแวดล้อมโดยลดการตกค้างของสารเคมีที่ใช้ในการเกษตร ส่งผลให้ดินที่ใช้ปลูกพืชมีคุณภาพดี มีผลดีต่อสุขภาพของเกษตรกรผู้ผลิต เกษตรกรมีการทำงานเป็นกลุ่ม/เครือข่าย มีวิถีชีวิตร่วมกันในการผลิต เกษตรกรมีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น สินค้าเกษตรอินทรีย์มีราคาสูงกว่าสินค้าทั่วไป ตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์ยังไม่กระจายครอบคลุมทุกพื้นที่ ทำให้ผู้บริโภคเข้าถึงสินค้าเกษตรอินทรีย์ได้ยาก

2) ข้อเสนอแนะอื่นๆ ได้แก่ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องรวมทั้งสถาบันการศึกษา ควรจัดอบรมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรอินทรีย์แก่ผู้บริโภค จัดทำเป็นคู่มือ/แผ่นพับเกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์เล่มเล็กๆ แจกให้กับประชาชน หน่วยงานภาครัฐที่ดำเนินการในเรื่องเกษตรอินทรีย์ควรมีการบูรณาการในการดำเนินงานอย่างเป็นรูปธรรม ควรมีช่องทางจำหน่ายผ่านทางออนไลน์และการจัดส่งทางไปรษณีย์ ฉลากบรรจุภัณฑ์ของสินค้าควรมีระบุว่าเป็นผักที่ผลิตแบบไหน ไม่ใช่สารเคมีปลอดภัย หรือเกษตรอินทรีย์ กำกับไว้บนบรรจุภัณฑ์

2. อภิปรายผล

2.1 ภาพลักษณ์ของสินค้าเกษตรอินทรีย์

ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคมีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของสินค้าเกษตรอินทรีย์ในด้านของลักษณะสินค้า ดังนี้ สินค้าเกษตรอินทรีย์มีความสดใหม่ มีการรับรองมาตรฐานจากหน่วยงานที่เป็นที่ยอมรับ มีสีและลักษณะตรงตามพันธุ์/ชนิดสินค้า สามารถเก็บไว้ได้นานกว่า มีกลิ่นที่ดีกว่า มีรสชาติดี ปลอดภัยต่อสุขภาพของผู้บริโภค ไม่มีสารเคมีหรือสารกำจัดศัตรูพืชหรือสารปฏิชีวนะตกค้างในผลิตภัณฑ์ ไม่มี GMOs และมีคุณค่าทางอาหารสูงกว่าสินค้าเกษตรทั่วไป เนื่องจากสินค้าเกษตรอินทรีย์มีการผลิตโดยไม่ใช้สารกำจัดแมลง สารกำจัดวัชพืช ปุ๋ยเคมี สารปฏิชีวนะ สารเร่งการเจริญเติบโต และเป็นสินค้าที่ไม่มีการตัดต่อทางพันธุกรรม (Honkanen et al., 2006) ผู้บริโภคจึงมีทัศนคติว่า สินค้าเกษตรอินทรีย์ดีกว่าสินค้าทั่วไป ทั้งในด้านคุณภาพ รสชาติ สุขภาพ โภชนะ ความปลอดภัย (Phuong, 2013; Lea and Worsley, 2005; Padel and Foster, 2005; Baker et al., 2004; Lockie et al., 2004; Magnusson et al., 2001; Tregear et al., 1994 and Hay, 1989)

ในด้านระบบการผลิตของสินค้าเกษตรอินทรีย์และคุณประโยชน์ต่อสิ่งแวดล้อมของสินค้าเกษตรอินทรีย์ ผู้บริโภคมีความเห็นว่า สินค้าเกษตรอินทรีย์มีความปลอดภัยต่อผู้ผลิตและคำนึงถึงระบบนิเวศของสภาพแวดล้อม เนื่องจากการผลิตที่ไม่มีการใช้สารเคมีที่ทำให้ตกค้างในสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลถึงสภาพแวดล้อมและสมดุลของระบบนิเวศ และอาจทำให้เกิดมลภาวะ (Haas et al., 2013) และจากการศึกษาของ ประทานทิพย์ กระมล (2557) พบว่าปัจจัยที่สำคัญที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคในการให้ราคาสินค้ามากขึ้นและทำให้มีการเพิ่มปริมาณการซื้อขึ้นนั้นเกี่ยวข้องกับความรู้ความเข้าใจระบบ

เกษตรกรที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และทัศนคติด้านคุณภาพผลผลิต ความปลอดภัยจากสารเคมีปนเปื้อนในผลผลิต และการได้รับข่าวสารความรู้จากการรณรงค์และประชาสัมพันธ์อย่างสม่ำเสมอในตลาดเกษตรกร

สำหรับด้านราคาและตลาดของสินค้าเกษตรอินทรีย์ ผู้บริโภคมีความเห็นว่า สินค้าเกษตรอินทรีย์มีราคาสูงกว่าสินค้าที่ผลิตในระบบทั่วไป มีการจำหน่ายในสถานที่จัดจำหน่ายเฉพาะ เช่น ตลาดนัดสีเขียว ร้านกรีน และซูเปอร์มาร์เก็ต อย่างไรก็ตามผู้บริโภคเห็นว่าราคาของสินค้าเกษตรอินทรีย์มีความเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้าที่ได้รับ เนื่องจากมีการผลิตที่เอาใจใส่ ผลิตในจำนวนไม่มากนัก และไม่มีการใช้สารเคมีในการผลิต ทำให้ผลผลิตบางส่วนเสียหายจากแมลงศัตรูพืช หรือมีลักษณะไม่สวยงามทำให้ต้องมีการคัดผลผลิตบางส่วนออก ไม่นำมาจำหน่าย จากการศึกษาเกี่ยวกับการบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ในต่างประเทศพบว่า สินค้าเกษตรอินทรีย์ในทุกประเทศที่มีการศึกษามีราคาสูงกว่าสินค้าทั่วไปเช่นกัน (ปีลันธนา เป้นปลื้ม และมณฑิชา พุทธาคำ, 2556; Sangkumchaliang and Huang, 2012; Haas et al., 2013; Phuong, 2013 and Mukul et al., 2013)

2.2 ปัจจัยที่เกี่ยวกับการรับรู้ของผู้บริโภคเกี่ยวกับสินค้าเกษตรอินทรีย์

จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านวัฒนธรรมที่ผู้บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ให้ความสำคัญคือการคำนึงถึงความปลอดภัยของสินค้าเป็นสำคัญ ปัจจัยด้านสังคมได้แก่สินค้าเกษตรอินทรีย์เป็นที่ยอมรับในสังคม และปัจจัยด้านจิตวิทยาที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญคือความรู้สึกลดภัยจากสารเคมีเมื่อบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ ซึ่งจากปัจจัยต่างๆ เหล่านี้ล้วนส่งผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ของสินค้าเกษตรอินทรีย์ โดยการรับรู้ของผู้บริโภคจะเป็นผลมาจากปัจจัยต่างๆ ได้แก่ ปัจจัยภายนอกของผู้บริโภคได้แก่ ลักษณะของสินค้าและบริการที่ผู้บริโภครับรู้ และปัจจัยภายในของผู้บริโภคเช่น ความเต็มใจในการรับรู้ของผู้บริโภค ประสบการณ์ในอดีตของผู้บริโภค อารมณ์ของผู้บริโภค และปัจจัยการรับรู้ของผู้บริโภคด้านวัฒนธรรมและสังคม (วรวิทย์ พัฒนาอิทธิกุล, 2546 และเขาว์โรจนแสง, 2554) ซึ่งจากการศึกษาของ Mukul et al. (2013) พบว่า ความปลอดภัยของอาหาร ราคาความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม คุณค่าทางอาหาร และการรับสัมผัสของสินค้า มีผลต่อการรับรู้ของผู้บริโภคต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์

2.3 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ของผู้บริโภคกับภาพลักษณ์ของสินค้าเกษตรอินทรีย์

2.3.1 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับภาพลักษณ์ของสินค้าเกษตรอินทรีย์

ในด้านปัจจัยส่วนบุคคลที่เกี่ยวข้องการรับรู้ของผู้บริโภค จากผลการศึกษาพบว่า เพศมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์สินค้าเกษตรอินทรีย์ในด้านผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรอินทรีย์ และด้านคุณประโยชน์ต่อสิ่งแวดล้อม โดยผู้บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์จากการศึกษานี้ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงซึ่งเป็นผู้ดูแลด้านอาหารการกินในครัวเรือน เป็นผู้ซื้อสินค้าและอาหารสำหรับการบริโภคในครัวเรือนเป็นส่วนใหญ่

โดยในการเลือกซื้อสินค้าจะมีการเลือกสินค้าจากลักษณะภายนอกที่สามารถมองเห็นได้ เช่น ลักษณะ สี ความสดใหม่ กลิ่น มีการรับรองมาตรฐานจากหน่วยงานที่เป็นที่ยอมรับ ซึ่งจัดเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการรับรู้ของผู้บริโภคเกี่ยวกับสินค้า (วรวิทย์ พัฒนอธิกุล, 2546 และเชาว์ โรจนแสง, 2554)

ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์สินค้าเกษตรอินทรีย์ในด้านคุณประโยชน์ต่อสิ่งแวดล้อม เนื่องจากผู้บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์มากกว่าร้อยละ 70 จบการศึกษาในระดับปริญญาตรีและสูงกว่าและส่วนมากทำงานแล้ว ทำให้เป็นผู้ที่มีความรู้และประสบการณ์สูง โดยเฉพาะผู้บริโภคเพศหญิงที่มีความใส่ใจต่อสุขภาพของตนเองและครอบครัว รวมทั้งสภาพแวดล้อมรอบตัวเอง มีโอกาสในการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับมลภาวะที่เกิดขึ้น ทำให้มีการบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์เพิ่มมากขึ้น เนื่องจากเป็นสินค้าที่ปลอดภัยที่ได้จากการผลิตที่ไม่มีการใช้สารเคมี ทำให้ไม่มีสารเคมีตกค้างในสินค้าและสิ่งแวดล้อม (Lea and Worsley, 2005)

รายได้ มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์สินค้าเกษตรอินทรีย์ในด้านระบบการผลิตของสินค้าเกษตรอินทรีย์ ผู้บริโภคที่มีรายได้สูงมักจะมีการศึกษาสูง มีความใส่ใจเกี่ยวกับสุขภาพ จึงมีความต้องการบริโภคสินค้าที่มีความปลอดภัยต่อสุขภาพของตนเองและครอบครัว ทำให้มีการแสวงหาสินค้าที่มีระบบการผลิตที่ไม่ใช้สารเคมี ซึ่งสินค้าเกษตรอินทรีย์จัดเป็นสินค้าที่ปลอดภัยที่กลุ่มผู้บริโภคเหล่านี้สนใจบริโภค เนื่องจากมีการผลิตโดยไม่ใช้สารกำจัดแมลง สารกำจัดวัชพืช ปุ๋ยเคมี สารปฏิชีวนะ สารเร่งการเจริญเติบโต เป็นสินค้าที่ไม่มีการตัดต่อทางพันธุกรรม และมีการผลิตตามมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ ถึงแม้ว่าจะมีราคาสูงกว่าสินค้าทั่วไปก็ตาม

ความรู้เกี่ยวกับสินค้าเกษตรอินทรีย์มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์สินค้าเกษตรอินทรีย์ในด้านผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรอินทรีย์ และด้านราคาและตลาดของสินค้าเกษตรอินทรีย์ โดยผู้บริโภคที่มีความรู้เกี่ยวกับสินค้าเกษตรอินทรีย์ทั้งในแง่ของระบบการผลิต คุณลักษณะและคุณภาพของสินค้าเกษตรอินทรีย์ ย่อมยอมรับในการบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์แม้ว่าจะมีราคาสูงและมีตลาดจำหน่ายเฉพาะก็ตาม

ประทานทิพย์ กระทบ (2557) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อผลผลิตเกษตรอินทรีย์และปลอดภัยในตลาดเกษตรกรในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยที่สำคัญที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคในการให้ราคาสินค้ามากขึ้นและทำให้มีการเพิ่มปริมาณการซื้อนั้นเกี่ยวข้องกับความรู้ความเข้าใจระบบเกษตรที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และทัศนคติด้านคุณภาพผลผลิต ความปลอดภัยจากสารเคมีปนเปื้อนในผลผลิต และการได้รับข่าวสารความรู้จากการรณรงค์และประชาสัมพันธ์อย่างสม่ำเสมอในตลาดเกษตรกรและพบว่าผู้บริโภคในตลาดจำหน่ายผลผลิตเกษตรอินทรีย์มีความน่าจะเป็นที่จะจ่ายเงินเพื่อซื้อสินค้าเพิ่มสูงกว่าผู้บริโภคในตลาดที่จำหน่ายผลผลิตเกษตรปลอดภัย

2.3.2 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางจิตวิทยา ปัจจัยทางวัฒนธรรม และปัจจัยทางสังคมกับภาพลักษณ์ของสินค้าเกษตรอินทรีย์ จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยทางจิตวิทยา ปัจจัยทางวัฒนธรรม และปัจจัยทางสังคมมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์สินค้าเกษตรอินทรีย์ในทุกประเด็น ทั้งนี้เนื่องจากปัจจัยเหล่านี้เป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการรับรู้ของผู้บริโภคต่อสินค้าที่ต้องการซื้อ (วรวิทย์ พัฒนาอิทธิกุล, 2546 และเชาว์ โจรนแสง, 2554)

3. ข้อเสนอแนะ

3.1 ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

จากการศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้ของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาพลักษณ์สินค้าเกษตรอินทรีย์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ดังนี้

3.1.1 ผู้ผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ ภาพลักษณ์ของสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่ผู้บริโภครับรู้ในด้านต่างๆ มีดังนี้

1) **ด้านผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรอินทรีย์** คือ มีความสด มีการรับรองมาตรฐานจากหน่วยงานที่เป็นที่ยอมรับ มีสีและลักษณะตรงตามพันธุ์/ชนิดสินค้า สามารถเก็บไว้ได้นานกว่ามีกลิ่นและรสชาติที่ดีกว่าสินค้าทั่วไป และควรผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ให้มีหลากหลายชนิด

2) **ด้านคุณประโยชน์ต่อผู้บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์** คือ ความปลอดภัยต่อสุขภาพของผู้บริโภค ไม่มีสารเคมีหรือสารกำจัดศัตรูพืชตกค้างในผลิตภัณฑ์ ไม่มี GMOs และมีคุณค่าทางอาหารสูง

3) **ด้านคุณประโยชน์ต่อสิ่งแวดล้อมของสินค้าเกษตรอินทรีย์** คือ มีความปลอดภัยต่อผู้ผลิต ไม่มีสารเคมีหรือสารกำจัดศัตรูพืชตกค้างในสิ่งแวดล้อม และคำนึงถึงระบบนิเวศของธรรมชาติ

4) **ด้านระบบการผลิตของสินค้าเกษตรอินทรีย์** คือ มีการผลิตโดยไม่ใช้สารเคมีทุกชนิด ระบบการผลิตได้รับการรับรองมาตรฐานจากหน่วยงานที่เป็นที่ยอมรับ มีการผลิตโดยไม่ใช้ GMOs และมีการผลิตตามมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ทุกขั้นตอน

5) **ด้านราคาและตลาดของสินค้าเกษตรอินทรีย์** คือ มีราคาสูงกว่าสินค้าที่ผลิตในระบบทั่วไป ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพ มีสถานที่จัดจำหน่ายเฉพาะ เช่น ตลาดนัดสีเขียว ร้านกรีนและซูเปอร์มาร์เก็ต และมีการจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์โดยระบบสมาชิก

3.1.2 หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ และกระทรวงพาณิชย์ ควรมีการดำเนินการในด้านต่างๆ เพื่อให้เกษตรกรผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่มีภาพลักษณ์ตามที่ผู้บริโภคต้องการ เป็นที่ยอมรับ และมีการบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์เพิ่มมากขึ้น ดังนี้

- 1) กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ โดยกรมส่งเสริมการเกษตร กรมวิชาการ กรมปศุสัตว์ และหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ควรมีการให้ความรู้และความเข้าใจแก่ผู้ผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ในเรื่องของการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ตามมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ทุกขั้นตอนการผลิตจนถึงการแปรรูป เพื่อให้สินค้าตรงกับความต้องการของผู้บริโภค
- 2) กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ควรมีการประชาสัมพันธ์ถึงแหล่งผลิต โดยเฉพาะแหล่งผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์
- 3) กระทรวงพาณิชย์ โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรมีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าเกษตรอินทรีย์แก่ผู้บริโภค เพื่อให้ผู้บริโภคมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสินค้าเกษตรอินทรีย์มากขึ้น
- 4) กระทรวงพาณิชย์ โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรมีการประชาสัมพันธ์ถึงแหล่งขายสินค้าเกษตรอินทรีย์ให้ผู้บริโภคได้รับทราบ
- 5) กระทรวงพาณิชย์ โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรมีการควบคุมฉลากสินค้าเกษตรอินทรีย์อย่างเข้มงวด เพื่อไม่ให้ผู้บริโภคสับสนหรือถูกหลอกลวง

3.2 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

การวิจัยนี้ศึกษาเฉพาะปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้ของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาพลักษณ์สินค้าเกษตรอินทรีย์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งผลการวิจัยที่ได้เป็นผลที่ได้จากพื้นที่ที่ศึกษาเท่านั้น การนำผลการวิจัยไปใช้กับพื้นที่อื่นควรพิจารณาถึงสังคม วัฒนธรรมและการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคในแต่ละพื้นที่ด้วย เนื่องจากความแตกต่างทางด้านปัจจัยส่วนบุคคล การดำเนินชีวิตประจำวันของกลุ่มตัวอย่าง แหล่งผลิตและจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์

3.3 ข้อเสนอแนะในการดำเนินการวิจัยครั้งต่อไป

เพื่อให้การผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์มีภาพลักษณ์ตามที่ต้องการของผู้บริโภค เป็นที่ยอมรับและมีการบริโภคเพิ่มมากขึ้น ในการวิจัยครั้งต่อไปจึงควรวิจัยในประเด็นต่อไปนี้

- 3.3.1 ควรมีการศึกษาการรับรู้ภาพลักษณ์ของสินค้าเกษตรอินทรีย์ของผู้บริโภคในพื้นที่หรือในจังหวัดอื่นๆ โดยเฉพาะในจังหวัดที่มีการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์จำนวนมาก เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ของเกษตรกรต่อไป
- 3.3.2 ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ของสินค้าเกษตรอินทรีย์ของผู้บริโภค ทั้งในผู้ที่บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์อยู่แล้วและผู้ที่ไม่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ของเกษตรกรต่อไป