

การยอมรับผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ในมุมมองผู้บริโภคจังหวัดเชียงใหม่
Accepting organic products from a consumer perspective
in Chiang Mai Province

รัตนวาลี คำเดช¹ ลัดดา ปินตา²

Rattanawalee Khamdej, Ladda Pinta

บทคัดย่อ (Abstract)

การวิจัยนี้วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับการยอมรับผลผลิตเกษตรอินทรีย์ในมุมมองผู้บริโภค และปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับผลผลิตเกษตรอินทรีย์ในมุมมองผู้บริโภค จังหวัดเชียงใหม่ รูปแบบการวิจัยเป็นแบบผสมผสาน โดยกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริโภคผลผลิตเกษตรอินทรีย์ จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 385 คน และการสัมภาษณ์เชิงคุณภาพ คือ ผู้บริโภคผลผลิตเกษตรอินทรีย์ และเกษตรกรที่ทำเกษตรอินทรีย์ จำนวน 5 คน รวมทั้งสิ้น 10 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ร้อยละ ค่าเฉลี่ย แจกแจงความถี่ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบความแปรปรวนแบบทางเดียว วิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ผลการศึกษาพบว่า แรงจูงใจในการซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ในมุมมองผู้บริโภค จังหวัดเชียงใหม่ อยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับได้แก่ ด้านพฤติกรรม รองลงมาได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสถานที่ และด้านจิตวิทยา ตามลำดับ การรับรู้คุณค่าผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ในมุมมองผู้บริโภค จังหวัดเชียงใหม่อยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับได้แก่ การรับรู้คุณค่าด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาได้แก่ การรับรู้คุณค่าด้านความปลอดภัย การรับรู้คุณค่าด้านราคา การรับรู้คุณค่าด้านสุขภาพ และการรับรู้คุณค่าด้านสิ่งแวดล้อม ตามลำดับ การรู้จักเกษตรอินทรีย์เกษตรอินทรีย์ในมุมมองผู้บริโภค จังหวัดเชียงใหม่ ภาพรวม อยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับได้แก่ ตรารับรองเกษตรอินทรีย์ รองลงมาได้แก่ มาตรฐานเกษตรอินทรีย์ และคุณภาพเกษตรอินทรีย์ จากการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) พบว่า ตัวแปรต้น การรู้จักเกษตรอินทรีย์สามารถพยากรณ์การยอมรับผลผลิตเกษตรอินทรีย์ในมุมมองผู้บริโภค จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 มีค่าสัมประสิทธิ์ตัวกำหนด (R Square) สูงสุดคือ 0.049

คำสำคัญ (Keywords): การยอมรับ; ผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์; ผู้บริโภค

Received: 2021-02-19 Revised: 2021-07-27 Accepted: 2021-07-28

^{1 2} หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
Master of Business Administration, Business Administration, Rajamangala University of Technology
Lanna, Corresponding Author e-mail: phung.walee@gmail.com

Abstract

The objective of this study was to study the level of acceptance of organic produce from a consumer perspective and factors affecting the acceptance of organic produce from the consumer perspective Chiang Mai Province. The sample group is consumers of organic products 385 people in Chiang Mai province and qualitative interviews are consumers of organic produce and farmers who do organic agriculture, number 5 people, totaling 10 people. The data was analyzed by using percentage; Mean, Standard Deviation and hypothesis testing are Independent-Sample T-test, One-way variance and analysis of multiple regression analysis and linear regression analysis using coefficients, find predictors and create forecasting equations.

The study found that Incentives for purchasing organic products from a consumer perspective Chiang Mai Province Was at a high level (mean = 3.88) when considering the mean, descending, behavioral, followed by product, location and psychology respectively. The perception of the value of organic products from the consumer perspective Chiang Mai province was at a high level (mean = 3.79) when considering the descending mean, namely. The second was the perceived value of safety, Price value recognition Perception of health value and perception of environmental value respectively. Knowing organic agriculture Organic farming from a consumer perspective Chiang Mai Province, the overall picture is at a high level (mean = 3.53) when considering the high to low mean, namely organic certification seal followed by Organic standards And the quality of organic agriculture, respectively. From the Multiple Regression Analysis, it was found that the initial variables of organic agriculture were able to predict the acceptance of organic agricultural products from the consumer perspective Chiang Mai Province. The statistical significance level of 0.01 with the highest determinant coefficient (R Square) is 0.049.

Keywords: Accepting; Organic Products; Consumer Perspective

บทนำ (Introduction)

ปัจจุบันความสมดุลทางธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมมีการเปลี่ยนแปลงมากขึ้น รวมถึงมลภาวะที่เป็นพิษมีเพิ่มขึ้น อันส่งผลต่ออันตรายต่อสุขภาพร่างกายและการดำรงชีวิต จึงทำให้พฤติกรรมผู้บริโภคทั่วโลกเปลี่ยนแปลงไป โดยเริ่มตระหนักถึงการดูแลสุขภาพมากขึ้น เริ่มใส่ใจและ

ให้ความสำคัญเรื่องในการบริโภคเพื่อประโยชน์ต่อร่างกาย และปลอดภัยจากสารพิษสะสม พืชกรรมดังกล่าวส่งผลให้เกษตรกรอินทรีย์ (Organic food) ได้รับการยอมรับและมีความนิยมเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากมีกระบวนการผลิตที่ปราศจากสารเคมีในกระบวนการผลิตเพราะปลอดภัยจากยาฆ่าแมลง สารเร่งการเจริญเติบโต (ฮอร์โมน) และสารสังเคราะห์ประเภทต่างๆ ที่ใช้เพื่อเพิ่มผลผลิต ซึ่งแตกต่างจากการทำเกษตรแบบเคมี โดยการบริโภคผลผลิตที่มาจากการทำเกษตรแบบเคมี นอกจากเป็นอันตรายต่อผู้บริโภคและผู้ผลิตแล้ว ยังก่อให้เกิดปัญหาทางด้านสิ่งแวดล้อมจากการตกค้างของสารเคมีที่ปนเปื้อนที่เกิดขึ้นจากกระบวนการเพาะปลูกและเก็บเกี่ยวไปสู่ดิน น้ำ และอากาศ เป็นที่มาของโรคร้ายต่างๆ หรือโรคร้ายใหม่ๆ มากมาย ถือได้ว่าเป็นภัยเงียบที่คุกคามสุขภาพร่างกายของผู้ผลิตและผู้บริโภคตลอดเวลา ดังคำกล่าวที่ว่า “ตายผ่อนส่ง” และที่สำคัญ การเกษตรแบบเคมียังส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจของเกษตรกร เนื่องจากต้นทุนการผลิตที่เพิ่มสูงขึ้นตามราคาสารเคมีและปริมาณการใช้สารเคมีในกระบวนการผลิต โดยที่เกษตรกรไม่สามารถควบคุมราคาผลผลิตเนื่องจากไม่สามารถกำหนดราคาเองได้ ต้องอาศัยกลไกทางการตลาดเป็นตัวควบคุมรวมถึงราคาผลผลิตทางเกษตรที่ไม่มีความแน่นอน ณ เวลานี้ทางเลือกที่เกษตรกรจะสร้างความมั่นคงในอาชีพและความสมบูรณ์ของสุขภาพกายและใจ รวมทั้งร่วมรักษาสีเขียวสิ่งแวดล้อมที่ดีให้คงอยู่ต่อไป คือการทำเกษตรโดยปฏิเสธการใช้สารเคมีทุกชนิดหรือที่เรียกว่าการทำเกษตรอินทรีย์ โดย “การทำเกษตรอินทรีย์” คือที่มาของผลผลิตที่มีคุณค่าสำหรับผู้บริโภค ผู้ผลิต และสิ่งแวดล้อม โดยการปฏิเสธสารเคมีทุกชนิด เพื่อผลผลิตที่ปลอดภัยจากสารเคมี และความปลอดภัยของผู้บริโภค ผู้ผลิต รวมทั้งความสมบูรณ์ของสิ่งแวดล้อมและระบบนิเวศวิทยา

ปัจจุบันผู้บริโภคทั่วโลกมีการบริโภคผลผลิตอินทรีย์เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยจากการศึกษา พบว่า ทวีปอเมริกาและยุโรปเป็นผู้บริโภครายใหญ่ที่มีการบริโภครวมกันประมาณร้อยละ 96 แต่เนื่องภายในประเทศมีกำลังการผลิตที่ไม่เพียงพอ จึงต้องนำเข้าสินค้าเกษตรอินทรีย์จากประเทศอื่นๆ ทั่วโลก อย่างไรก็ตาม นอกจากทวีปอเมริกา และยุโรป พบว่ายังมีประเทศอื่นๆ เช่น ญี่ปุ่น จีน สิงคโปร์ ก็มีความต้องการบริโภคเพิ่มขึ้นด้วยเช่นกัน มูลค่าการบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ทั่วโลกในปี พ.ศ.2555 มีประมาณ 64 พันล้านดอลลาร์ สำหรับประเทศไทยมีการส่งออกสินค้าเกษตรอินทรีย์ประมาณ 94 ล้านดอลลาร์ หรือประมาณร้อยละ 0.15 เท่านั้น จากตัวเลขการบริโภคและการส่งออกทำให้เห็นว่าโอกาสการส่งออกสินค้าเกษตรอินทรีย์สู่ตลาดโลกยังมีช่องว่างให้เกษตรกรไทยเข้าไปมีส่วนแบ่งตลาดได้อย่างแน่นอนทั้งในระยะสั้นและระยะยาว ถ้าองค์กรภาครัฐและเอกชนร่วมมือกันส่งเสริมเกษตรกรในการทำเกษตรอินทรีย์ โอกาสก็จะเกิดขึ้นเร็วกว่าเดิมแต่ถ้าปล่อยให้เกษตรกรต้องสู้เพียงลำพังเกษตรอินทรีย์ของไทยคงยากที่จะเติบโตต่อไปและคงไม่สามารถแข่งขันกับคู่แข่งในตลาดโลกได้อย่างแน่นอน (สุณัฐวิทย์ น้อยโสภณ, 2558)

เกษตรอินทรีย์ (Organic Farming or Organic Agriculture) เมื่อพิจารณาตามความหมายที่สำนักงานพัฒนาคุณภาพสินค้าเกษตร กรมส่งเสริมการเกษตรให้คำจำกัดความว่า “เกษตรอินทรีย์” เป็นระบบการผลิตที่คำนึงถึงสภาพแวดล้อม รักษาสมดุลของธรรมชาติและ

หลากหลายทางชีวภาพ โดยที่ระบบการจัดการนิเวศวิทยาที่คล้ายคลึงกับธรรมชาติ หลีกเลี่ยงการใช้สารสังเคราะห์ ไม่ว่าจะเป็นปุ๋ยเคมี สารเคมีกำจัดศัตรูพืชและฮอร์โมนต่างๆ ตลอดจนไม่ใช้พืชหรือสัตว์ที่เกิดจากการตัดต่อทางพันธุกรรมซึ่งอาจสร้างมลพิษในสภาพแวดล้อม เน้นการใช้อินทรีย์วัตถุ เช่น ปุ๋ยคอก ปุ๋ยหมัก ปุ๋ยพืชสด และปุ๋ยชีวภาพในการปรับปรุงความอุดมสมบูรณ์ เพื่อให้ต้นพืชมีความแข็งแรง สามารถต้านทานโรคและแมลงด้วยตนเอง รวมถึงการพินิจปัญหาชาวบ้านมาใช้ประโยชน์ ดังนั้น ผลผลิตที่ได้จะปลอดภัยจากสารพิษ ทำให้ปลอดภัยทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภค รวมทั้งไม่ทำให้สภาพแวดล้อมเสื่อมโทรมในระยะยาว ปัจจุบันเกษตรกรและผู้บริโภคจำนวนมากยังมีความเข้าใจผิดว่าผลผลิตที่มาจาก การเพาะปลูกด้วยระบบ Hydroponic หรือ การปลูกพืชโดยไม่ใช้ดิน เป็นผลผลิตที่ปลอดสารเคมีหรือ เป็นเกษตรอินทรีย์

เกษตรอินทรีย์โลกยังคงมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น โดยมีพื้นที่ผลิตเพิ่มขึ้น 20% และการตลาดเพิ่มขึ้น 12% จากการรายงานสถิติเกษตรอินทรีย์ (The World of Organic Agriculture: Statistics and Emerging Trends 2018) ที่จัดพิมพ์โดยสถาบันวิจัยเกษตรอินทรีย์ (Research Institute of Organic Agriculture-FiBL) ในสวิตเซอร์แลนด์และ IFOAM-Organics International แสดงการขยายตัวของพื้นที่การผลิตเกษตรอินทรีย์โลกที่ขยายตัว 20% (73 ล้านไร่) ในช่วงระหว่างปี 2559-2560 โดยข้อมูลปีล่าสุด (2560) ใน 178 ประเทศทั่วโลกมีพื้นที่เกษตรอินทรีย์รวมกันกว่า 436.25 ล้านไร่ (จากเดิม 361.25 ล้านไร่) ส่วนจำนวนเกษตรกรที่ทำเกษตรอินทรีย์ก็เพิ่มขึ้นเป็น 2.9 ล้านครอบครัว (จากปีก่อน 2.7 ล้านครอบครัว) ซึ่งเพิ่มขึ้นเพียงแค่ 5% โดยประเทศที่มีเกษตรกรทำเกษตรอินทรีย์มากที่สุดคือ อินเดีย (835,200 ฟาร์ม) ยูกันดา (210,352 ฟาร์ม) และเม็กซิโก (210,000 ฟาร์ม) ในส่วนของตลาดออร์แกนิก จากการประเมินของบริษัท Ecovia Intelligence ตลาดออร์แกนิกในปี 2560 น่าจะมีมูลค่าเกือบ 90,000 ล้านยูโร (ปีก่อน 80,000 ล้านยูโร) เพิ่มขึ้นราว 12% โดยตลาดใหญ่ที่สุดอยู่ที่สหรัฐ มีมูลค่าสูงถึง 40,000 ล้านยูโร รองลงมาคือตลาดออร์แกนิกในเยอรมัน (10,000 ล้านยูโร) ฝรั่งเศส (7,900 ล้านยูโร) และจีน (7,600 ล้านยูโร) (สหพันธ์ กรีนเนท, 2562)

จากการขยายตัวของการผลิต และการตลาดเกษตรอินทรีย์ ได้มีเกษตรกรกว่า 1.8 ล้านคน ที่ทำเกษตรอินทรีย์ทั่วโลก โดยมีพื้นที่เกษตรอินทรีย์ (ที่ได้รับการรับรองแล้ว รวมระยะปรับเปลี่ยนด้วย) 232.5 ล้านไร่ โดย 3 ประเทศแรกที่มีพื้นที่เกษตรอินทรีย์มากที่สุดคือ ออสเตรเลีย อาร์เจนตินา และสหรัฐอเมริกา แต่ประเทศที่มีเกษตรอินทรีย์มากที่สุด 3 อันดับแรก คือ อินเดีย ยูกันดา และเม็กซิโก ในส่วนของตลาด จากการศึกษาของ Organic Monitor ซึ่งเป็นหน่วยงานวิจัยเรื่องตลาดเกษตรอินทรีย์โลกได้ประเมินเกษตรอินทรีย์ในปี 2554 ว่ามีมูลค่าราว 63,000 ล้านเหรียญสหรัฐ โดยสหรัฐอเมริกามีตลาดออร์แกนิกที่ใหญ่ที่สุด รองลงมาคือ เยอรมัน และฝรั่งเศส แต่ประเทศที่มีสัดส่วนการซื้อสินค้าออร์แกนิกต่อประชากรสูงสุดคือ สวิตเซอร์แลนด์ เดนมาร์ก และลักเซมเบิร์ก และในเอเชียมีเกษตรกรกว่า 6 แสนครอบครัวที่ทำเกษตรอินทรีย์ โดยมีพื้นที่รวมกันกว่า 23.125 ล้านไร่ (10% ของพื้นที่เกษตรอินทรีย์ทั่วโลก) ประเทศจีน มีพื้นที่เกษตรอินทรีย์มากที่สุดใน

เอเชียคือ 11.875 ล้านไร่ รองลงมา คืออินเดีย (6.875 ล้านไร่) คาซัคสถาน ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย ส่วนประเทศไทยอยู่อันดับที่ 7 ส่วนตลาดเกษตรอินทรีย์ในตลาดเอเชียก็เติบโตอย่างต่อเนื่องเช่นกัน เนื่องจากความตื่นตัวของผู้บริโภค โดยเฉพาะประเทศที่มีฐานะทางเศรษฐกิจค่อนข้างดี เช่น ญี่ปุ่น จีน เกาหลีใต้ ไต้หวัน ฮองกง มาเลเซีย และสิงคโปร์ (สหกรณ์ กรีนเนท, 2556)

จากที่กล่าวไปแล้วในช่วงต้นจะเห็นได้ว่า ในปัจจุบันตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์ได้มีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว เนื่องจากการเกิดกระแสการดูแลสุขภาพของประชาชนทั่วโลก ให้ผู้บริโภคหันมาใส่ใจในการเลือกซื้ออาหารที่ปลอดภัยและปราศจากสารเคมีต่าง ๆ ที่เป็นพิษต่อร่างกาย ทำให้เกษตรกรหลายรายหันมาใช้วิธีการทำเกษตรแนวใหม่เรียกว่า เกษตรอินทรีย์ เพื่อช่วยลดต้นทุนการผลิตและเพื่อให้ได้ผลผลิตตามความต้องการของตลาด การใช้ประโยชน์จากธรรมชาติให้เกิดประโยชน์สูงสุดลดการใช้ปัจจัยการผลิตภายนอก และหลีกเลี่ยงการใช้สารเคมีสังเคราะห์ ซึ่งวิธีการทำเกษตรแนวนี้จะไม่เป็นอันตรายต่อผู้ผลิตและผู้บริโภคผู้ผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ของไทยยังมีจำนวนจำกัด ผลผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ของไทยส่วนใหญ่ยังเป็นสินค้าพื้นฐาน เช่น ข้าว ผักและผลไม้ เป็นต้น ส่วนการแปรรูปสินค้ายังมีน้อย เพราะวัตถุดิบมีจำนวนไม่มาก ทำให้การผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ยังมีจำนวนน้อย ผู้ผลิตสามารถเป็นผู้กำหนดการตลาดได้ค่อนข้างมาก ราคาผลผลิตก็มีแนวโน้มสูงกว่าราคาสินค้าเกษตรทั่วไปประมาณร้อยละ 20-50 เนื่องจากผลผลิตต่อพื้นที่ต่ำกว่า การเกษตรที่ใช้สารเคมี ทำให้มีปริมาณการผลิตต่ำกว่าความต้องการของตลาด (สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์, 2554)

การผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ มีหลักการสำคัญคือ ต้องไม่มีการใช้สารเคมีใดๆ ในขั้นตอนการผลิต ซึ่งการตรวจสอบสินค้าเกษตรอินทรีย์นั้นจะต้องย้อนไปตรวจสอบถึงแหล่งผลิต การใช้ที่ดินที่จะปลูก น้ำ สภาพแวดล้อม รวมทั้งปัจจัยการผลิตต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นเมล็ดพันธุ์ ปุ๋ย และสารกำจัดแมลง โดยปัจจัยเหล่านี้ต้องไม่มีการปนเปื้อนของสารเคมี และไม่มีการใช้สารตัดแต่งพันธุกรรมในการผลิต ซึ่งเกษตรที่ต้องการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ต้องสมัครรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์จากหน่วยงานตรวจสอบรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ (กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์, 2558)

การทำเกษตรอินทรีย์จึงถือได้ว่าเป็นระบบหนึ่งของการผลิตทางการเกษตรที่อยู่ในทางเลือกของการพัฒนาการเกษตรแบบยั่งยืน (Sustainable Agriculture) ทั้งนี้ในประเทศไทยทั้งภาครัฐและเอกชนเริ่มตื่นตัวที่จะพัฒนาสินค้าเกษตรของไทยให้มีคุณภาพและปราศจากสารพิษตกค้างมากขึ้น หลังจากทีกลุ่มประเทศผู้นำเข้าสินค้าเกษตรของไทยเริ่มตรวจสอบคุณภาพสินค้าอย่างเข้มงวด เนื่องจากพบว่ามีสารเคมีปนเปื้อนซึ่งสร้างความเสียหายให้กับภาคเกษตรเป็นอย่างมาก ดังนั้น ทางภาครัฐจึงควรมีการรณรงค์ให้เกษตรกรหันมาทำเกษตรอินทรีย์กันมากขึ้น จึงทำให้การเกษตรอินทรีย์เป็นกลยุทธ์ที่ใช้ในการพัฒนาระบบการผลิตการเกษตรของประเทศ ในด้านของภาครัฐ รัฐบาลมีนโยบายที่พยายามแก้ไขปัญหาด้านการปรับเปลี่ยนระบบการผลิตสินค้าเกษตรมาเป็นระบบเกษตรปลอดภัยด้วยการลดอัตราการใช้สารเคมีและส่งเสริมเกษตรกรรมทางเลือกมาอย่าง

ต่อเนื่อง ซึ่งมีหลายรูปแบบและหนึ่งในรูปแบบนั้นก็คือ “เกษตรอินทรีย์” โดยแผนยุทธศาสตร์การพัฒนากฎอินทรีย์แห่งชาติ พ.ศ. 2558–2564 มีวัตถุประสงค์เพื่อมุ่งเน้นส่งเสริมสนับสนุนการพัฒนาการผลิตสินค้าและบริการเกษตรอินทรีย์ รวมถึงการบริหารจัดการและการขับเคลื่อนเกษตรอินทรีย์ให้เป็นมาตรฐานการผลิตระบบเกษตรอินทรีย์และได้รับการตรวจรับรองความเป็นอินทรีย์เพื่อส่งเสริมให้ผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์เข้าสู่ตลาดได้กว้างขึ้น (ชลิต ชูขจร, 2558) รวมถึงในปัจจุบันผู้บริโภคให้ความสำคัญกับผลผลิตเกษตรที่ปลอดภัยต่อสารเคมี เนื่องจากกระแสความสำคัญของสุขภาพและความตระหนักถึงภัยของสารเคมีเกษตรที่ตกค้างในผลผลิต ในจังหวัดเชียงใหม่กระแสความสำคัญของพืชผักปลอดสารพิษมีทั้งจากฝั่งเกษตรกรและผู้บริโภค โดยมีการรณรงค์งานวิจัยและงานพัฒนาในด้านการผลิตและการตลาดเพื่อให้มีผลผลิตเกษตรที่ปลอดภัยจากสารเคมีตั้งแต่แปลงเกษตรจนถึงโต๊ะอาหารของผู้บริโภค เกษตรกรกระจายผลผลิตที่ปลอดภัยจากสารเคมีผ่านทั้งระบบตลาดทั่วไป ร้านค้าเพื่อสุขภาพ ห้างสรรพสินค้า หน่วยงานราชการ รวมถึง ตลาดเกษตรกร ซึ่งตลาดเกษตรกรนับเป็นช่องทางการกระจายผลผลิตเกษตรที่สำคัญของเกษตรกรรายย่อยอย่างมาก ทั้งนี้หากต้องการพัฒนาระบบเกษตรไปสู่การเกษตรที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมการขยายตลาดทางเลือกไปสู่ชุมชนอื่นหรือในอำเภอรอบนอกในจังหวัดเชียงใหม่ หรือการพัฒนาในจังหวัดอื่นๆ นับเป็นสิ่งสำคัญ ต้องทราบถึงการยอมรับผลผลิตเกษตรอินทรีย์ในมุมมองผู้บริโภคจังหวัดเชียงใหม่ โดยทำการวิเคราะห์ถึง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับผลผลิตเกษตรอินทรีย์ อันได้แก่แรงจูงใจในการซื้อสินค้า การรับรู้คุณค่า และการรู้จักเกษตรอินทรีย์

บทความวิจัยนี้จะนำเสนอผลการศึกษารายการยอมรับผลผลิตเกษตรอินทรีย์ในมุมมองผู้บริโภค จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อเป็นแนวทางในการส่งเสริมการปลูกในเกษตรกรและการเลือกใช้ผลผลิตเกษตรอินทรีย์ในกลุ่มผู้บริโภค อันส่งผลให้แนวโน้มการเกษตรอินทรีย์สูงขึ้นและมีประสิทธิภาพสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย (Research Objective)

1. เพื่อศึกษาระดับการยอมรับผลผลิตเกษตรอินทรีย์ในมุมมองผู้บริโภค จังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับผลผลิตเกษตรอินทรีย์ในมุมมองผู้บริโภค จังหวัดเชียงใหม่

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

วิธีการดำเนินการวิจัยฉบับนี้ จะใช้การวิจัยเชิงปริมาณการระหว่าง วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative) คือการวิจัยเชิงสำรวจ และการสัมภาษณ์ในเชิงคุณภาพ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรได้แก่ ผู้บริโภคผลผลิตเกษตรอินทรีย์ จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงทำการกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในกรณีที่ไม่ทราบค่าประชากรของ Cochran (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2548, หน้า 193) โดยใช้ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 และยอมให้เกิดความคลาดเคลื่อนในการเลือกตัวอย่างร้อยละ 5 จากการคำนวณ ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้เท่ากับ 385 ตัวอย่าง ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ ผู้บริโภคผลผลิตเกษตรอินทรีย์ที่ซื้อสินค้ามากกว่า 4 ครั้งต่อเดือน จำนวน 5 ท่าน และเกษตรกรที่ทำเกษตรอินทรีย์ จำนวน 5 ท่าน รวมทั้งหมด 10 ท่าน

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการยอมรับผลผลิตเกษตรอินทรีย์ในมุมมองผู้บริโภค จังหวัดเชียงใหม่ โดยนำเครื่องมือที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ขอคำแนะนำ และตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ของข้อคำถามจากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน ได้ค่า IOC เท่ากับ 0.80 นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขแล้ว ไปเก็บข้อมูล (Try-Out) จำนวน 30 ชุด แล้วนำมาวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α) ของครอนบาค (Cronbach) ซึ่งได้ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ เท่ากับ 0.90

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ตัวแปรข้อมูลทั่วไปของบุคคล จะใช้ค่าการวิเคราะห์เกี่ยวกับสถานภาพของบุคคลของผู้บริโภคผลผลิตเกษตรอินทรีย์ จังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ร้านที่ซื้อ ความถี่ในการซื้อ และปริมาณที่ซื้อต่อครั้ง ใช้วิธีคำนวณโดยหาค่าความถี่ และร้อยละ (Percentage) การวิเคราะห์ตัวแปรต้นหรือตัวแปรตามจะใช้ค่าการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการยอมรับผลผลิตเกษตรอินทรีย์ในมุมมองผู้บริโภค จังหวัดเชียงใหม่ 3 ด้านคือ แรงจูงใจในการซื้อสินค้า การรับรู้คุณค่า และการรู้จักเกษตรอินทรีย์ ด้วยการคำนวณหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าความเบี่ยงเบน มาตรฐาน (Standard Deviation) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ จะใช้การตีความข้อมูลจากการสัมภาษณ์ เพื่อเพิ่มเติมคำอธิบายตารางจากการสำรวจให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ผลการวิจัย (Research Results)

ส่วนที่ 1 การวิจัยเชิงปริมาณ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 275 คน คิดเป็นร้อยละ 71.43 ส่วนใหญ่เป็นมีอายุ 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 47.53 มีสถานะสมรส คิดเป็นร้อยละ 69.61 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 59.74 มีอาชีพ พ่อบ้าน/แม่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 30.39 รายได้ต่อเดือน 10,000-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 54.29 ส่วนใหญ่ซื้อจากซูเปอร์มาร์เก็ต คิดเป็นร้อยละ 30.39 ส่วนใหญ่ซื้อ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 34.81

ตอนที่ 2 แรงจูงใจในการซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ในมุมมองผู้บริโภค จังหวัดเชียงใหม่

ค่าเฉลี่ยของแรงจูงใจในการซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ในมุมมองผู้บริโภค จังหวัดเชียงใหม่อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.88) เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อยได้แก่ ด้านพฤติกรรม รองลงมาได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสถานที่ และด้านจิตวิทยา ตามลำดับ

ตอนที่ 3 การรับรู้คุณค่าผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ในมุมมองผู้บริโภค จังหวัดเชียงใหม่

ค่าเฉลี่ยของการรับรู้คุณค่าผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ในมุมมองผู้บริโภค จังหวัดเชียงใหม่อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.79) เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อยได้แก่ การรับรู้คุณค่าด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาได้แก่ การรับรู้คุณค่าด้านความปลอดภัย การรับรู้คุณค่าด้านราคา การรับรู้คุณค่าด้านสุขภาพ และการรับรู้คุณค่าด้านสิ่งแวดล้อม ตามลำดับ

ตอนที่ 4 การรู้จักเกษตรอินทรีย์เกษตรอินทรีย์ในมุมมองผู้บริโภค จังหวัดเชียงใหม่

ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรู้จักเกษตรอินทรีย์เกษตรอินทรีย์ในมุมมองผู้บริโภค จังหวัดเชียงใหม่ ภาพรวม อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.53) เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อยได้แก่ ตรารับรองเกษตรอินทรีย์ รองลงมาได้แก่ มาตรฐานเกษตรอินทรีย์ และคุณภาพเกษตรอินทรีย์ ตามลำดับ ตามลำดับ

ตอนที่ 5 การยอมรับเกษตรอินทรีย์เกษตรอินทรีย์ในมุมมองผู้บริโภค จังหวัดเชียงใหม่

ค่าเฉลี่ยของการรู้จักเกษตรอินทรีย์เกษตรอินทรีย์ในมุมมองผู้บริโภค จังหวัดเชียงใหม่ด้านคุณภาพเกษตรอินทรีย์ อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.53) เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย 5 ลำดับแรก ได้แก่ ผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ที่ผ่านการรับรองมาตรฐาน รองลงมาได้แก่ คุณค่าทางอาหารของผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ ตรารับรองผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ การปลูกพืชระบบเกษตรอินทรีย์ แนวคิดเกษตรอินทรีย์ คุณภาพของผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์และคุณภาพของผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ ตามลำดับ

ตอนที่ 6 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย

ตัวแปรการรู้จักเกษตรกรอินทรีย์ มีความสัมพันธ์กับตัวแปร การยอมรับผลผลิตเกษตรกรอินทรีย์ และการรับรู้คุณค่า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จากการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter พบว่า ตัวแปรต้น การรู้จักเกษตรกรอินทรีย์สามารถพยากรณ์การยอมรับผลผลิตเกษตรกรอินทรีย์ในมุมมองผู้บริโภค จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 มีค่าสัมประสิทธิ์ตัวกำหนด (R Square) สูงสุดคือ 0.049 หมายความว่า การรู้จักเกษตรกรอินทรีย์ สามารถอธิบายการยอมรับผลผลิตเกษตรกรอินทรีย์ในมุมมองผู้บริโภค จังหวัดเชียงใหม่ ได้ร้อยละ 4.9 ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 95.1 เกิดจากอิทธิพลของตัวแปรอื่น โดยปัจจัยดังกล่าวสามารถอธิบายความแปรปรวนของการยอมรับผลผลิตเกษตรกรอินทรีย์ในมุมมองผู้บริโภค และมีค่าความคลาดเคลื่อนของการพยากรณ์ที่ 0.222 ซึ่งสามารถสร้างสมการถดถอย ได้ดังนี้

$$Y (\text{การยอมรับผลผลิตเกษตรกรอินทรีย์ในมุมมองผู้บริโภค จังหวัดเชียงใหม่}) = 2.264 + 0.358 (\text{การรู้จักเกษตรกรอินทรีย์})$$

ส่วนที่ 2 การวิจัยเชิงคุณภาพ

กลุ่มที่ 1 ผู้บริโภคผลผลิตเกษตรกรอินทรีย์

ร้านที่ซื้อ ได้แก่ โครงการหลวง ตลาดจริงใจมาเก็ต ตลาดทั่วไป ห้าง ซูเปอร์มาเก็ต เหตุผลที่ซื้อ ได้แก่ ใกล้ที่ทำงาน สะดวก ใกล้ที่พัก ปลอดภัย เชื่อถือได้ ราคาที่ซื้อ 50 – 1,500 บาท / ครั้ง ความถี่ในการซื้อ 1-3 ครั้ง / สัปดาห์ สาเหตุที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์เกษตรกรอินทรีย์ เนื่องจากสะดวก ง่าย ใกล้บ้าน ไม่มีการใช้สารสังเคราะห์ และสารเคมี สามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์ได้ง่าย เนื่องจากชอบออกกำลังกายจึงหาอาหารที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพที่สุด สามารถใช้ตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้าได้ไว้วางใจว่าปลอดภัยแน่นอน จุดเริ่มต้นของการบริโภคผลิตภัณฑ์เกษตรกรอินทรีย์ เนื่องจากเห็นว่า สะดวก และปลอดภัยต่อสุขภาพ ปัญหาเรื่องสุขภาพ ได้กลืนสารเคมี / ยาฆ่าแมลงออกมาจากผัก ทุเลาหุ่น และสุขภาพร่างกาย ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เกษตรกรอินทรีย์ก่อนตัดสินใจซื้อได้รับข้อมูลจากคนใกล้ตัว ได้รับแหล่งข้อมูลมาจากอินเทอร์เน็ต ได้รับแหล่งข้อมูลจากอาจารย์ในมหาวิทยาลัย

แนวคิดเกี่ยวกับการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เกษตรกรอินทรีย์ มีมาตรฐานในการรับรองสินค้าที่เชื่อถือได้ มีการตรวจสอบสินค้าก่อนนำมาจัดจำหน่าย มีมาตรฐานที่เท่ากันในทุก ๆ ร้าน ซึ่งมาตรฐานเกษตรกรอินทรีย์เป็นเกณฑ์ข้อกำหนดขั้นต่ำที่เกษตรกรผู้ผลิตจะต้องปฏิบัติตาม เพื่อให้ได้สินค้าที่ดีมีคุณภาพ มีตรารับรองสินค้าที่มั่นใจได้ว่าปลอดภัยแน่นอน มีตรารับรองจึงทำให้สินค้า

มีความน่าเชื่อถือเป็นอย่างมาก มั่นใจได้ว่าผักที่เราบริโภคมีความปลอดภัยไร้สารพิษ เป็นหนึ่งในตัวช่วยในการตัดสินใจซื้อสินค้า ตรารับรองสินค้าเกษตรอินทรีย์ทำให้สามารถมั่นใจได้ว่าสินค้าทุกชนิดมีความปลอดภัยและได้รับการรับรองแล้ว มีคุณภาพที่สม่ำเสมอในทุก ๆ ครั้งที่จัดจำหน่ายทำให้มั่นใจได้ว่าเราใช้ของที่ตีมีคุณภาพ เนื่องจากมีการรับรองและตรวจสอบตามมาตรฐานแล้ว คุณภาพสินค้าจึงเป็นที่พึงพอใจของผู้บริโภค เป็นสิ่งที่ทำให้มั่นใจว่าสินค้าที่ซื้อไปมีคุณภาพที่เท่ากันในทุก ๆ ครั้งที่ซื้อ คุณภาพสินค้าเกษตรอินทรีย์ทำให้มั่นใจได้ว่าสินค้ามีมาตรฐานที่ผ่านการตรวจสอบตามขั้นตอนต่าง ๆ แล้วปลอดภัยและดีต่อสุขภาพของผู้บริโภค

กลุ่มที่ 2 ผู้ทำเกษตรอินทรีย์

ส่วนใหญ่เป็นเพศชายและเพศหญิง อายุ 30-70 ปี อาชีพ เกษตรกร รายได้ต่อเดือน 15,000 - 50,000 บาท พื้นที่ปลูก 1-3 ไร่ ประสบการณ์การปลูก 2-5 ปี พื้นที่การถือครองเป็นของตนเอง รายได้จากการเกษตร 50,000- 100,000 บาท/ปี แหล่งเงินทุนเพื่อการซื้อปัจจัยทางการเกษตรของตนเองและเงินกู้ มีทั้งเคยและไม่เคยทำเกษตรแบบมีสารเคมี สาเหตุที่ท่านเลือกทำเกษตรอินทรีย์ ปัญหาทางด้านสุขภาพเนื่องจากโดนสารเคมีมากจนเกินไป มีราคาของผลผลิตสูง อยากทานสินค้าที่ปลอดภัยและดีต่อสุขภาพ รายได้น้อยไม่เพียงพอต่อการใช้จ่ายต่าง ๆ ทดลองบริโภคในครัวเรือนจุดเริ่มต้นของการทำเกษตรอินทรีย์ เนื่องจากมีปัญหาทางด้านสุขภาพจึงทดลองทำเกษตรอินทรีย์ ทดลองปลูกใช้กินเองในครัวเรือน เนื่องจากอยากให้ผู้บริโภคได้มีสุขภาพที่ดี การหาข้อมูลเกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์ก่อนตัดสินใจทำจากแหล่งใด ได้แก่ อินเทอร์เน็ต หนังสือ และการลงผิดลองถูกและคำแนะนำจากคนใกล้ชิด ได้รับข้อมูลจากคนใกล้ชิดและครอบครัว

แนวคิดอย่างไรในการทำเกษตรอินทรีย์ แรงจูงใจในการซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค ผลิตภัณฑ์ที่สะอาดปราศจากสารเคมี ผลิตภัณฑ์ที่ดีต่อสุขภาพของผู้บริโภค ราคาไม่แพงจนเกินไป สามารถบริโภคในระยะยาวได้อย่างไม่มีผลข้างเคียง ราคาสอดคล้องกับภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน การรับรู้คุณค่าผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคสินค้ามีความน่าเชื่อถือและผู้บริโภคสามารถมั่นใจในสินค้าโดยผ่านการตรวจสอบแหล่งที่มาของสินค้าได้ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพหรือสิ่งที่ได้รับ การรับรู้คุณค่าด้านสุขภาพส่งผลต่อความตั้งใจซื้อของผู้บริโภค ตรารับรองสินค้าเกษตรอินทรีย์ สร้างความมั่นใจให้ผู้บริโภคว่าสินค้ามีการตรวจสอบและเชื่อถือได้ สร้างความมั่นใจให้ผู้บริโภคว่าสินค้ามีการตรวจสอบและเชื่อถือได้ สร้างความมั่นใจให้ผู้บริโภคว่าสินค้ามีการตรวจสอบและเชื่อถือได้ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคคุณภาพสินค้าเกษตรอินทรีย์ สินค้ามีคุณภาพที่เท่ากันในทุก ๆ ชนิด มีความน่าเชื่อถือในคุณภาพที่จะได้รับ สามารถลดความเสี่ยงจากการปนเปื้อนเชื้อโรคหรือสารเคมีต่างๆ มีโภชนาการสูงกว่าปกติทั่วไป ผักและผลไม้อร์แกนิกมีคุณภาพเหนือกว่าผักผลไม้ทั่วไป

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

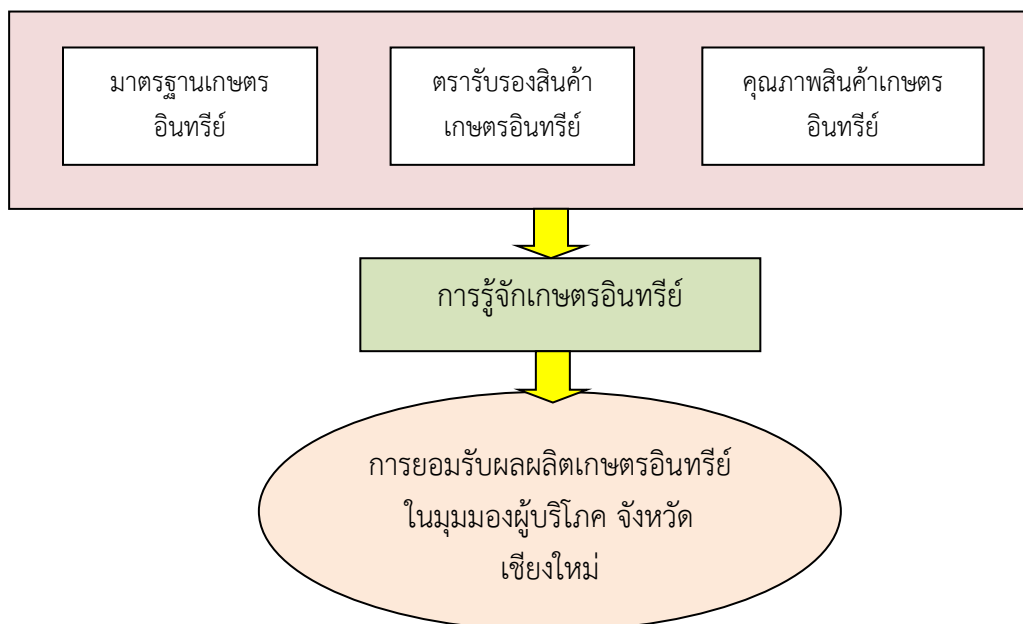
การรู้จักเกษตรกรอินทรีย์ส่งผลต่อการยอมรับผลผลิตเกษตรกรอินทรีย์ในมุมมองผู้บริโภค จังหวัดเชียงใหม่ โดยการรู้จักเกษตรกรอินทรีย์จะผ่านทางการรู้จักสินค้าที่ได้รับการรับรองมาตรฐานเกษตรกรอินทรีย์ จะได้รับสิทธิในการใช้ตราสัญลักษณ์ขอหน่วยงานรับรองในฉลากของผลิตภัณฑ์นั้นๆ เพื่อให้ผู้บริโภคไม่สับสนกับสินค้าที่ผลิตในระบบทั่วไป และมั่นใจว่าสินค้านั้นเป็นผลิตภัณฑ์อินทรีย์จากการศึกษา พบว่า ตัวแปรการรู้จักเกษตรกรอินทรีย์ มีความสัมพันธ์กับตัวแปร การยอมรับผลผลิตเกษตรกรอินทรีย์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สอดคล้องกับการศึกษาของปาริชาติ แสงคำเนียง และเพียรศักดิ์ ภักดี (2559) ได้ศึกษาอิทธิพลของการรับรู้และความรู้เกี่ยวกับตรารับรองสินค้าเกษตรที่มีผลต่อการบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดขอนแก่น ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคกลุ่มผู้บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์มีแนวโน้มที่จะมีความรู้ในระดับดีเกี่ยวกับเกษตรกรอินทรีย์ เมื่อเทียบกับกลุ่มผู้ที่ไม่บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ แต่อย่างไรก็ตามผู้บริโภคส่วนใหญ่ก็ยังไม่มีความรู้ที่ถูกต้องเกี่ยวกับตรารับรองสินค้าเกษตร นอกจากนี้ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ที่ถูกต้องที่มีต่อตรารับรองสินค้าเกษตรอินทรีย์นั้นยังส่งผลต่อความเชื่อมั่นในตรารับรองอีกด้วย องค์การต่างๆ ที่เกี่ยวข้องอาจจะต้องให้ความสำคัญ ในเรื่องของการประชาสัมพันธ์และให้ข้อมูลเกี่ยวกับตราสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่ถูกต้องให้แก่ผู้บริโภค เพื่อสร้างความเชื่อมั่น และยังส่งผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ในอนาคตอีกด้วย ทั้งนี้เนื่องจาก สินค้าเกษตรอินทรีย์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานเกษตรกรอินทรีย์ จะได้รับสิทธิในการใช้ตราสัญลักษณ์ขอหน่วยงานรับรองในฉลากของผลิตภัณฑ์นั้นๆ เพื่อให้ผู้บริโภคไม่สับสนกับสินค้าที่ผลิตในระบบทั่วไป และมั่นใจว่าสินค้านั้นเป็นผลิตภัณฑ์อินทรีย์ (มูลนิธิชีวิน, 2555) โดยการรู้จักเกษตรกรอินทรีย์ ประกอบด้วย การรู้จักมาตรฐานเกษตรกรอินทรีย์ ตรารับรองสินค้าเกษตรอินทรีย์ และคุณภาพสินค้าเกษตรอินทรีย์ ซึ่งจะเป็นการทำให้เกิดความเข้าใจในเป็นแนวทางการผลิตที่ให้ความสำคัญกับคุณภาพและความปลอดภัยอาหารของผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งผู้ผลิต ผู้บริโภค รวมทั้งการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับกระแสโลกในปัจจุบัน ที่ได้เห็นความสำคัญในการผลักดันเรื่องนี้ โดยการการตรวจรับรองมาตรฐานสินค้าเกษตรอินทรีย์ของไทยตามมาตรฐานสินค้าเกษตร (มกษ.) เป็นการตรวจสอบและรับรองกระบวนการผลิตทุกขั้นตอนจากฟาร์มจนถึงมือผู้บริโภค ตั้งแต่ระบบการผลิต การแปรรูป การบรรจุ การแสดงฉลาก และการจำหน่าย ดังนั้นการรู้จักเกษตรกรอินทรีย์ย่อมส่งผลต่อการยอมรับผลผลิตเกษตรกรอินทรีย์ในมุมมองผู้บริโภค

โดยมีความสอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์เชิงคุณภาพที่ใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) พบว่า ส่วนใหญ่ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เกษตรกรอินทรีย์ก่อนตัดสินใจซื้อได้รับ

ข้อมูลจากคนใกล้ตัว ได้รับแหล่งข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต ได้รับแหล่งข้อมูลจากอาจารย์ในมหาวิทยาลัย ชี้ให้เห็นว่า ผู้บริโภคมีการค้นหาข้อมูล ซึ่งทำให้ผู้บริโภครู้จักสินค้าเกษตรอินทรีย์ โดยการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ มาจากการมีมาตรฐานในการรับรองสินค้าที่เชื่อถือได้ มีการตรวจสอบสินค้าก่อนนำมาจัดจำหน่าย มีมาตรฐานที่เท่ากันในทุก ๆ ร้าน มีตรารับรองสินค้าที่มั่นใจได้ว่าปลอดภัยไร้สารพิษแน่นอน มีตรารับรองจึงทำให้สินค้ามีความน่าเชื่อถือเป็นอย่างมาก มั่นใจได้ว่าผักที่เราบริโภคมีความปลอดภัยไร้สารพิษ เป็นหนึ่งในตัวช่วยในการตัดสินใจซื้อสินค้า ตรารับรองสินค้าเกษตรอินทรีย์ทำให้สามารถมั่นใจได้ว่าสินค้าทุกชนิดมีความปลอดภัยและได้รับการรับรองแล้ว มีคุณภาพที่สม่ำเสมออยู่ในทุก ๆ ครั้งที่จัดจำหน่ายทำให้มั่นใจได้ว่าเราใช้ของที่ดีมีคุณภาพ เนื่องจากมีการรับรองและตรวจสอบตามมาตรฐานแล้ว คุณภาพสินค้าจึงเป็นที่พึงพอใจของผู้บริโภค เป็นสิ่งที่ทำให้มั่นใจว่าสินค้าที่ซื้อไปมีคุณภาพที่เท่ากันในทุก ๆ ครั้งที่ซื้อ เช่นเดียวกับผู้ทำเกษตรอินทรีย์ที่เห็นว่า ตรารับรองสินค้าเกษตรอินทรีย์ สร้างความมั่นใจให้ผู้บริโภคว่าสินค้ามีการตรวจสอบและเชื่อถือได้ สร้างความมั่นใจให้ผู้บริโภคว่าสินค้ามีการตรวจสอบและเชื่อถือได้ สร้างความมั่นใจให้ผู้บริโภคว่าสินค้ามีการตรวจสอบและเชื่อถือได้ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อของผู้บริโภค และคุณภาพสินค้าเกษตรอินทรีย์ สินค้ามีคุณภาพที่เท่ากันในทุก ๆ ชนิด มีความน่าเชื่อถือในคุณภาพที่จะได้รับเช่นเดียวกัน

องค์ความรู้จากการวิจัย (Research Knowledge)

ผลจากการศึกษาพบว่า การรู้จักเกษตรอินทรีย์ มีความสัมพันธ์กับตัวแปร การยอมรับผลผลิตเกษตรอินทรีย์ โดยปัจจัยดังกล่าวสามารถอธิบายความแปรปรวนของการยอมรับผลผลิตเกษตรอินทรีย์ในมุมมองผู้บริโภค ซึ่งสามารถสร้างเป็นรูปแบบการยอมรับผลผลิตเกษตรอินทรีย์ได้ดังนี้



ภาพที่ 1 การยอมรับผลผลิตเกษตรอินทรีย์

ที่มา: จากการสังเคราะห์ของผู้วิจัย

โดยการรู้จักเกษตรอินทรีย์ ประกอบด้วย การรู้จักมาตรฐานของเกษตรอินทรีย์ ตรารับรองสินค้าเกษตรอินทรีย์ และคุณภาพของสินค้าเกษตรอินทรีย์

บทความนี้ ทำให้พบว่าแรงจูงใจในการซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ในมุมมองผู้บริโภค จังหวัด เชียงใหม่ อยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับได้แก่ ด้านพฤติกรรม รองลงมาได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสถานที่ และด้านจิตวิทยา ตามลำดับ การรับรู้คุณค่าผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ในมุมมองผู้บริโภค จังหวัดเชียงใหม่ อยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับได้แก่ การรับรู้คุณค่าด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาได้แก่ การรับรู้คุณค่าด้านความปลอดภัย การรับรู้คุณค่าด้านราคา การรับรู้คุณค่าด้านสุขภาพ และการรับรู้คุณค่าด้านสิ่งแวดล้อม ตามลำดับ การรู้จักเกษตรอินทรีย์เกษตรอินทรีย์ในมุมมองผู้บริโภค จังหวัดเชียงใหม่ ภาพรวม อยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับได้แก่ ตรารับรองเกษตรอินทรีย์ รองลงมาได้แก่ มาตรฐานเกษตรอินทรีย์ และคุณภาพเกษตรอินทรีย์ จากการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) พบว่า ตัวแปรต้น การรู้จักเกษตรอินทรีย์สามารถพยากรณ์การยอมรับผลผลิตเกษตรอินทรีย์ในมุมมองผู้บริโภค จังหวัดเชียงใหม่ โดยการรู้จักเกษตรอินทรีย์ ประกอบด้วย การรู้จักมาตรฐานของเกษตรอินทรีย์ ตรารับรองสินค้าเกษตรอินทรีย์ และคุณภาพของสินค้าเกษตรอินทรีย์

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1 ภาครัฐควรมีการรณรงค์ส่งเสริมการเข้าถึงแหล่งข้อมูลความรู้เพื่อการสร้างความรู้ การเรียนรู้ของประชาชนในเรื่องเกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์ ตลอดจนการปลูกฝังจิตสำนึกของการรับผิดชอบต่อสังคมให้กับเด็กและเยาวชนในสังคม ผ่านการสื่อสารสาธารณะและการพัฒนาหลักสูตร อาทิ การโฆษณาประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์ในเรื่องต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นความหมายของเกษตรอินทรีย์ ประโยชน์ที่ได้รับจากการบริโภคอาหารอินทรีย์ และความเข้าใจเกี่ยวกับหน่วยงานและตราในการรับรองมาตรฐานที่มีอยู่หลากหลาย เป็นต้น

1.2 จากผลการศึกษาจะเห็นได้ว่า การรู้จักสินค้าเกษตรอินทรีย์ส่งผลต่อการยอมรับผลผลิตเกษตรอินทรีย์ในมุมมองผู้บริโภค ดังนั้น ควรมีการสร้างและพัฒนาสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่มีมาตรฐานให้เป็นที่ยอมรับของตลาดต่างประเทศ รวมถึงการสร้างระบบตรวจสอบรับรองสินค้าเกษตรอินทรีย์แบบ One Stop Service การจัดทำฐานข้อมูลเกษตรอินทรีย์ ให้มีความสมบูรณ์ครอบคลุมทั้งทางด้านการผลิต ด้านการแปรรูป ด้านการตลาด รวมถึงการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีทางเลือกด้านเกษตรอินทรีย์ และนวัตกรรมผลิตภัณฑ์อินทรีย์ ครอบคลุมการศึกษาและวิจัยปัจจัยการผลิต โดยกระบวนการมีส่วนร่วมจากภาคีต่าง ๆ

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาถึงประเด็นอื่นๆ สำหรับกลุ่มเกษตรอินทรีย์ เช่น ประเด็นการจัดการความรู้ การสร้างมูลค่าเพิ่มและรวมถึงการวางแผนธุรกิจของกลุ่มเกษตรกรเกษตรอินทรีย์

2.2 ควรขยายผลการวิจัยไปยังพื้นที่อื่น ๆ เพื่อให้เกิดมุมมองและผลลัพธ์งานวิจัย พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคที่กว้างขึ้น

เอกสารอ้างอิง (References)

- นิโลบล ตรีเสนห์จิต. (2553). *แรงจูงใจ และทัศนคติด้านผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อถุงผ้าในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ปรีชาติ แสงคำเฉลียง เพียรศักดิ์ ภักดี. (2559). อิทธิพลของการรับรู้และความรู้เกี่ยวกับตรารับรองสินค้าเกษตรที่มีผลต่อการบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดขอนแก่น. *วารสารแก่นเกษตร*. 44(2), 247-256.
- มูลนิธินวชีวิน. (2555). *ตรารับรองมาตรฐานสินค้าอินทรีย์ที่ควรรู้จัก*, สืบค้น 25 มิถุนายน 2563. จาก <http://www.nawachione.org>,
- ยุ่น นานา ชุน. (2560). *การรับรู้คุณค่าที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อผักและผลไม้อร์แกนิกของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สหกรณ์กรีนเนท. (2562). *เกษตรอินทรีย์โลกยังคงขยายตัว*. สืบค้น 27 เมษายน 2562. จาก www.greenet.or.th/news/1981

- สุนัธรวิชัย น้อยโสภณ. (2558). เกษตรอินทรีย์ โอกาสการส่งออกของเกษตรกรไทยในตลาดโลก. *วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยธนบุรี*, 9(18), 83-91.
- หัตถินทร์ สอนปะละ และลำสัน เลิศกุลประหยัด. (2560.) แรงจูงใจและส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อเซรามิกของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเอาร์ทเลทเซรามิก จังหวัดลำปาง. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี* 1. (11), 124-136.
- อรอนงค์ พิงชู. (2557). การศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์และอิทธิพลต่อการตั้งใจซื้อสินค้าออร์แกนิก ร้านค้า A ของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี. *ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.*
- อริศรา รุ่งแสง. (2555). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. *สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การจัดการ) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.*
- อัมพล ชูสนุก, จอมพล เวชการ, ฉวีวรรณ ชูสนุก และกิตติ เจริญพรพานิชกุล. (2559). อิทธิพลของการทำการตลาดแบบบูรณาการต่อคุณค่าตราสินค้า ความพึงพอใจ และความจงรักภักดีของลูกค้าในการเลือกซื้ออาคารชุด บริษัท แอล.พี.เอ็น.ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน). *วารสารบริหารธุรกิจศรีนครินทรวิโรฒ*, 8(1), 13-26.

