



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 8

The 8th STOU National Research Conference

พฤติกรรมการใช้สินค้าเกษตรและความรู้ความเข้าใจของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าเกษตร

Consumption Behavior of Agricultural Products and Consumer Insights on Agricultural Products

ปัทมาภรณ์ ธาราสุนทร (Pattamapon Tharasunthorn)¹ ณกมล จันทร์สม (Nakamol Chansom)²

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ของการวิจัยไว้ 4 ข้อ คือ 1) เพื่อศึกษาระดับความรู้ความเข้าใจของผู้บริโภคที่มีต่อมาตรฐานสินค้าเกษตร 2) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความรู้ความเข้าใจในมาตรฐานของสินค้าเกษตรที่แตกต่างกัน 3) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้สินค้าเกษตรที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความรู้ความเข้าใจในมาตรฐานสินค้าเกษตรที่แตกต่างกัน 4) เพื่อศึกษาทัศนคติที่มีต่อระดับความรู้ความเข้าใจที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความรู้ความเข้าใจในมาตรฐานสินค้าเกษตรที่แตกต่างกัน ในการศึกษานี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน จากผู้ที่ใช้บริการ Tops Market ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ซื้อผลิตภัณฑ์เกษตรมากกว่า 4 ครั้ง/เดือน เฉลี่ย 1- 500 บาท/ครั้ง ซึ่งตนเองเป็นผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเกษตรมากที่สุด ตรามาตรฐานเป็นปัจจัยที่ทำให้เลือกซื้อสินค้าเกษตรมากที่สุด ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าเกษตรที่ตลาดสดมากที่สุด เมื่อทดสอบสมมติฐานพบว่า อายุที่แตกต่างกันส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจในมาตรฐาน Q ที่แตกต่างกัน สถานภาพสมรสที่แตกต่างกันส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจในมาตรฐาน GAP ที่แตกต่างกัน ทัศนคติที่มีของระดับความรู้ความเข้าใจในสินค้าเกษตรที่แตกต่างกันส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจในมาตรฐาน GAP ที่ไม่แตกต่างกัน

คำสำคัญ พฤติกรรมการใช้สินค้าเกษตร ความรู้ความเข้าใจของผู้บริโภค สินค้าเกษตร

¹ นักศึกษาหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต patta2thara@gmail.com

² อาจารย์ ดร.ประจำคณะบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต nakamol@rsu.ac.th



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 8

The 8th STOU National Research Conference

Abstract

This research has been purposed into 4 issues as 1) To study the consumers' levels of knowledge and understanding about the standard of agricultural products. 2) To study different consumers' personal factors effecting the different knowledge and understanding about the standard of agricultural products. 3) To study the behavior of different agricultural products effecting the different knowledge and understanding about the standard of agricultural products 4) To study attitudes towards different knowledge and understanding effecting different knowledge and understanding about agricultural products as the research employs the questionnaire as the tools for collecting data from representative sample of 400 people based on the customers shopping in Tops Market Mall. The result of the research found that majority of representative samples buy agricultural products more than 4 times per month 1 - 500 baht on average each time as they themselves most influence their decisions in buying agricultural products, standard brand is the factor that makes them buy agricultural products most. Majority of consumers decide to buy agricultural products at fresh markets. When being tested the hypothesis found that different ages Effects knowledge, understanding about Q standard, different marital status effects different GAP, different levels of educational degrees, Attitudes towards the different levels of knowledge and understanding about different agricultural products Effects knowledge, understanding about GAP standard are not different

Keywords: Usage habits agricultural products, Consumer insights, Agricultural products



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 8

The 8th STOU National Research Conference

บทนำ

นับตั้งแต่ประเทศไทยเข้าเป็นสมาชิกองค์การการค้าโลก หรือ WTO และได้มีการบังคับใช้ความตกลงด้านมาตรการสุขอนามัยและสุขอนามัยพืช (Agreement on the Application of Sanitary and Phytosanitary Measures :SPS) ทำให้ประเทศไทยต้องกำหนดมาตรฐานด้านมาตรฐานและความปลอดภัยอาหาร ควบคุมการส่งออก นำเข้าสินค้าเกษตรและอาหาร โดยกำหนดมาตรฐานสำหรับสินค้าเกษตรเพื่อควบคุมสินค้าเกษตรให้ได้คุณภาพ มีความปลอดภัยต่อผู้บริโภคเป็นที่เชื่อถือต่อการประกอบกิจการค้าสินค้าเกษตรทั้งภายในและต่างประเทศ และเพื่อให้สอดคล้องกับพันธกรณีระหว่างประเทศ แต่จากการศึกษาของ Sangkumchaliang and Huang (2012) เป็นการศึกษาในช่วงระหว่างปลายปี 2542 ต่อต้นปี 2543 โดยการสุ่มสัมภาษณ์ผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่จำนวน 390 คน ผลการศึกษาพบว่า 36.0% ของผู้ที่สุ่มสำรวจไม่เคยได้รับรู้เกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์ 30.2% ระบุว่า เคยได้ยินแต่ไม่เคยซื้อ และ 36.1% ที่เคยได้ยินและซื้อสินค้าออร์แกนิก ปัจจัยส่วนตัว/ครอบครัวที่สำคัญของผู้ซื้อคือ เพศ ระดับการศึกษา การมีเด็กในครอบครัว ในขณะที่ระดับรายได้ไม่ค่อยมีความสำคัญในการเลือกซื้อเท่าใดนัก และเหตุผลสำคัญในการเลือกซื้อสินค้าออร์แกนิกก็คือ ปลอดภัยจากสารเคมีกำจัดศัตรูพืช (90%) มีความปลอดภัยกว่าเพราะมีการตรวจสอบรับรอง (88%) มีความสดกว่า (64%) และมีรสชาติดีกว่า (50%) แต่ประเด็นที่น่าเป็นห่วงมากก็คือ 71% ของผู้บริโภคที่บอกว่า เคยได้ยินเกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์ยอมรับว่า รู้เรื่องเกษตรอินทรีย์น้อยมาก รวมทั้งมีผู้บริโภค 26.8% ที่คิดว่า ไม่มีความแตกต่างระหว่างสินค้าออร์แกนิกและสินค้าปลอดภัย และ 23.4% ไม่ทราบว่ามีความแตกต่างระหว่างสินค้า 2 ประเภทนี้หรือในอีกนัยหนึ่ง มีผู้บริโภคเพียงครึ่งหนึ่ง (49.8%) เท่านั้นที่รู้ว่ามี ความแตกต่างระหว่างสินค้าออร์แกนิกและสินค้าปลอดภัย

ในงานศึกษาของรัชดา สิริภานุพงศ์ (2547) ที่ทำการสำรวจผู้บริโภคผักออร์แกนิกและผักปลอดภัยจากสารพิษจำนวน 400 คน ในเขตกรุงเทพฯ พบว่า ปัจจัยส่วนตัว เช่น อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้ส่วนตัว รายได้ครอบครัว ความรู้และทัศนคติเกี่ยวกับผักอินทรีย์ มีความสัมพันธ์กับการบริโภคผักอินทรีย์อย่างมีนัยสำคัญ ส่วนปัจจัยด้านการตลาดที่มีความสำคัญต่อการเลือกซื้อนั้น ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีความสำคัญมากที่สุด

กัลยาณี กุลชัย และพีรชัย กุลชัย (2549) ทำการสำรวจเฉพาะผู้บริโภคผักออร์แกนิก 110 คน ในเขตกรุงเทพฯ พบว่า ผู้บริโภคจะเลือกซื้อผักมาประกอบอาหารเองเป็นประจำ และส่วนใหญ่เป็นผู้บริโภคที่เลือกซื้อผักออร์แกนิกมานานกว่า 4 ปี โดยจะเลือกซื้อผักอินทรีย์ที่มีฉลากแสดงว่าเป็นผักอินทรีย์เป็นลำดับแรก และเหตุผลสามลำดับแรกของการเลือกซื้อผักอินทรีย์ คือ ความปลอดภัยจากสารเคมี สุขภาพของครอบครัว และเชื่อว่าผักอินทรีย์สะอาด

การศึกษาของ Roitner-Schobesberger, Darnhofer, Somsook, Vogl (2008) ที่ทำการสำรวจผู้บริโภค 848 คนในกรุงเทพฯ และพบว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาสูงและมีรายได้สูง (ซึ่งเป็นความสัมพันธ์กันเองอยู่แล้ว) จะมีแนวโน้มในการเลือกซื้ออาหารออร์แกนิกมากกว่า รวมทั้งผู้บริโภคที่มีอายุมาก รวมทั้งมีครอบครัวที่มีเด็ก ผู้บริโภคกว่าครึ่งหนึ่งที่รู้จักตรารับรองของผักปลอดภัยจากสารพิษ และมีเพียง 10% ที่รู้จักตรารับรองเกษตรอินทรีย์ แต่ที่น่าตกใจก็คือ มีผู้บริโภคมากกว่าครึ่งหนึ่งที่คิดว่าตรารับรองอาหารอนามัยและปลอดภัยจากสารพิษก็คือตรารับรองเกษตรอินทรีย์ซึ่งสอดคล้องกับผลของการสำรวจความเข้าใจของผู้บริโภค ที่ 46% ของผู้บริโภคเข้าใจว่า ผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์และปลอดภัยจากสารพิษนั้นไม่แตกต่างกัน

ส่วนการศึกษาของ Till Ahnert (2011) จาก German-Thai Chamber of Commerce ที่ได้สัมภาษณ์ผู้บริโภค 385 คนในห้างท็อปส์มาร์เก็ตและเซ็นทรัลฟู้ดฮอลล์ พบว่า ผู้บริโภคราว 62% เคยได้ยินเกี่ยวกับสินค้าออร์แกนิก และ 80% ของผู้บริโภคใน



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 8

The 8th STOU National Research Conference

กลุ่มนี้ เลือกซื้อสินค้าออร์แกนิก โดยกว่า 90% เลือกซื้อเพราะเหตุผลด้านความปลอดภัยในการบริโภคอาหารออร์แกนิก ซึ่งเหตุผลนี้เป็นปัจจัยสำคัญของผู้บริโภคในทุกกลุ่ม ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มที่มีระดับรายได้ที่ต่างกัน อายุ สถานภาพการแต่งงาน และเพศ ส่วนเหตุผลลำดับรองลงมาในการเลือกซื้ออาหารออร์แกนิกคือเรื่อง การรักษาสิ่งแวดล้อม ทำให้สุขภาพดี มั่นใจในสินค้าเกษตรอินทรีย์ และเหมาะกับการปรุงอาหารที่บ้าน โดยผู้บริโภคออร์แกนิกจำแนกแยกแยะผลิตภัณฑ์ออร์แกนิกกับผลิตภัณฑ์ทั่วไปผ่านทางป้ายสินค้า ในร้านขายปลีก การแสดงฉลาก และตรารับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์

ในการสำรวจความรับรู้ของพนักงานในเครือบริษัทปูนซิเมนต์ไทย ที่สนใจในเรื่องสุขภาพ จำนวน 23 คน 25 มีนาคม 2554 โดยความร่วมมือระหว่างมูลนิธิปูนซิเมนต์ไทยและมูลนิธิสายใยแผ่นดิน พบว่า มีผู้บริโภคที่สนใจในเรื่องสุขภาพเพียง 19.3% ที่เข้าใจเกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์อย่างถูกต้อง ผู้บริโภคส่วนใหญ่เข้าใจว่า อาหารปลอดภัย (เช่น เกษตรปลอดสารพิษ ไร้สารพิษ ปลอดภัยจากสารพิษ ปลอดสารเคมี) ไม่ต่างไปจากเกษตรอินทรีย์ ซึ่งทำให้ผู้บริโภคส่วนใหญ่สับสนระหว่างตรารับรองมาตรฐาน โดยเฉพาะตรารับรองอาหารปลอดภัย (ตรารับรอง Q) ที่ผู้บริโภคเกือบครึ่งหนึ่งเข้าใจว่าเป็นตรารับรองเกษตรอินทรีย์ ส่วนเหตุผลในการเลือกซื้ออาหารออร์แกนิกที่สำคัญคือ ความปลอดภัยด้านสารเคมีการเกษตร ความปลอดภัยด้านฮอร์โมน/ยาปฏิชีวนะ (ปศุสัตว์ สัตว์ปีก สัตว์น้ำ) และเพราะอาหารออร์แกนิกมีคุณค่าทางโภชนาการมากกว่า โดย 39% ของผู้บริโภคจะซื้ออาหารออร์แกนิกเดือนละ 1 – 2 ครั้ง และกว่าครึ่งของผู้บริโภคได้เลือกซื้ออาหารออร์แกนิกเพิ่มขึ้นในช่วงปีที่ผ่านมา

ในช่วงระหว่างเดือนพฤษภาคม-มิถุนายน ปี 2556 ศูนย์วิจัยแอแบค นวัตกรรมทางสังคม การจัดการและธุรกิจ (SIMBA) มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ (ไทยรัฐออนไลน์ 2556 และ Digital Media 2556) ได้ทำการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุมากกว่า 18 ปี จำนวน 650 ตัวอย่าง ภายใต้การศึกษา “ออร์แกนิกไลฟ์สไตล์ของคนกรุง” และพบว่า มีผู้บริโภคมากถึง 86.9% ที่ระบุว่า เคยบริโภคอาหารออร์แกนิก โดย 21.7% รับประทานเป็นประจำหรือทุกวัน 42.8% รับเป็นทานเป็นบางครั้ง และ 35.5% นานๆ ครั้ง นอกจากนี้ 56.3% ของกลุ่มตัวอย่างมีความเข้าใจว่า อาหารออร์แกนิกเป็นอาหารที่ไม่มีสารเคมีปนเปื้อนเจือปนและปลอดภัยกับร่างกาย แต่ขณะเดียวกัน เหตุผลหลักในการเลือกซื้ออาหารออร์แกนิกกลับเป็นเพราะคุณค่าทางอาหารที่ครบถ้วน (69.8%) เพื่อสุขภาพของตนและคนในครอบครัว (55.2%) และมีรสชาติที่อร่อย (28.3%) โดยสินค้าที่ผู้บริโภคในกลุ่มตัวอย่างนิยมซื้อมากที่สุดคือ ผักและผลไม้ (87.5%) ไข่หรือเนื้อสัตว์ (32.5%) นมหรือเครื่องดื่ม (21.8%) และอาหารแห้ง (11.1%) และช่องทางการขายในกลุ่มไฮเปอร์มาร์เก็ตเป็นที่ที่ผู้บริโภคเลือกไปซื้ออาหารออร์แกนิกมากที่สุด (36.0%) รองลงมาคือ ตลาดสด (21.5%) ซูเปอร์มาร์เก็ต (18.7%) ร้านเพื่อสุขภาพ (12.9%) และร้านสะดวกซื้อ (10.9%) ส่วนสื่อที่ผู้บริโภคในกลุ่มตัวอย่างได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับอาหารออร์แกนิกมากที่สุดคือ สื่อโทรทัศน์ (70.6%) นิตยสาร (46.5%) และหนังสือพิมพ์ (34.5%)

ผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังคงไม่สามารถแยกแยะความแตกต่างระหว่างผักอินทรีย์และผักปลอดภัยประเภทอื่น และผู้บริโภคมีความรู้ในเรื่องตรารับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ระดับน้อย มีความสับสนต่อชื่อที่ใช้เรียกผักอินทรีย์และตรารับรองมาตรฐานผักอินทรีย์ระดับกลาง แต่ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นต่อตรารับรองเกษตรอินทรีย์ระดับมาก แต่มีความเชื่อมั่นต่อตราสินค้าที่รับรองตนเองในระดับกลาง

ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาวิจัยเรื่องความรู้ความเข้าใจในมาตรฐานสินค้าเกษตร ของผู้บริโภคที่เข้ามาใช้บริการในห้างสรรพสินค้า Top Market ทั้งนี้เพื่อนำผลของการวิจัยเป็นแนวทางในการสร้างความรับรู้ให้แก่ผู้บริโภคในเรื่องของความรู้ความเข้าใจในมาตรฐานสินค้าเกษตร



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 8
The 8th STOU National Research Conference

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาระดับความรู้ความเข้าใจของผู้บริโภคที่มีต่อมาตรฐานสินค้าเกษตร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความรู้ความเข้าใจในมาตรฐานของสินค้าเกษตรที่แตกต่างกัน
3. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้สินค้าเกษตรที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความรู้ความเข้าใจในมาตรฐานสินค้าเกษตรที่แตกต่างกัน
4. เพื่อศึกษาทัศนคติที่มีของระดับความรู้ความเข้าใจที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความรู้ความเข้าใจในมาตรฐานสินค้าเกษตรที่แตกต่างกัน

ระเบียบวิธีวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัยวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการใช้สินค้าเกษตรและความรู้ความเข้าใจของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าเกษตร” ในห้างสรรพสินค้า Top Market ในช่วงเดือนพฤษภาคม 2561 เท่านั้น

- ประชากรศาสตร์ที่ศึกษาคือผู้มาใช้บริการซื้อสินค้าเกษตรในห้างสรรพสินค้า Top Market
- ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย
- ตัวแปรอิสระ ได้แก่

1) ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภค ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

2) พฤติกรรมการใช้สินค้าเกษตร ประกอบด้วย ความถี่ในการซื้อสินค้า จำนวนเงินที่ซื้อสินค้า บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ ปัจจัยในการเลือกซื้อ ซื้อสินค้าจากแหล่งไหนมากที่สุด

3) ทัศนคติที่มีของระดับความรู้ความเข้าใจในสินค้าเกษตร โดยใช้ทฤษฎี Rating Scale 5 ระดับ

ตัวแปรตาม ได้แก่ ความรู้ความเข้าใจในมาตรฐานเกษตร ประกอบด้วย

- ความรู้ความเข้าใจในมาตรฐาน Q
- ความรู้ความเข้าใจในมาตรฐาน GAP
- ความรู้ความเข้าใจในมาตรฐาน IFOAM
- ความรู้ความเข้าใจในมาตรฐาน Organic Thailand
- ความรู้ความเข้าใจในมาตรฐานอินทรีย์วิถีไทย Earth Safe

ผลการวิจัย

จากการวิจัยกลุ่มตัวอย่างสามารถจำแนกข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ได้ดังนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 244 คน คิดเป็นร้อยละ 61.0 จำแนกตามกลุ่มอายุ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 50 ปีขึ้นไป จำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 52.0 จำแนกตามสถานภาพสมรส กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส จำนวน 225 คน คิดเป็น



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 8

The 8th STOU National Research Conference

ร้อยละ 56.3 จำแนกตามระดับการศึกษา กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 223 คน คิดเป็นร้อยละ 55.8 จำแนกตามอาชีพ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเป็นข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 32.5 จำแนกตามรายได้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ 15,000 - 30,000 บาท จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 32.8

การศึกษาพฤติกรรมการซื้อสินค้าเกษตรสามารถจำแนกข้อมูลเกี่ยวกับด้านพฤติกรรมการซื้อสินค้าเกษตรได้ดังนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ซื้อผลิตภัณฑ์เกษตรมากกว่า 4 ครั้ง/เดือน คิดเป็นร้อยละ 37.0 จำแนกตามกลุ่มหรือบุคคลใดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเกษตรมากที่สุด กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ตนเองเป็นผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเกษตรมากที่สุด จำนวน 226 คน คิดเป็นร้อยละ 56.5 จำแนกตามปัจจัยใดที่ทำให้ท่านเลือกซื้อสินค้าเกษตรมากที่สุด กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกตามมาตรฐาน จำนวน 194 คน คิดเป็นร้อยละ 48.5 จำแนกตามสถานที่ที่เลือกซื้อสินค้าเกษตรมากที่สุด กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกซื้อสินค้าที่ตลาดสด จำนวน 209 คน คิดเป็นร้อยละ 52.3 จำแนกตามการเลือกซื้อสินค้าเกษตรต่อครั้งในราคาเท่าไร กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกซื้อสินค้าในราคา 1-500 บาท จำนวน 311 คน คิดเป็นร้อยละ 77.8

การศึกษาทัศนคติที่มีของระดับความรู้ความเข้าใจในสินค้าเกษตร กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีทัศนคติที่มีของระดับความรู้ความเข้าใจในสินค้าเกษตรอยู่ที่ปานกลาง จำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 52.0 มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.0600 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ S.D. = 0.89072

การศึกษาเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจในมาตรฐานเกษตร 1) จำแนกตามมาตรฐาน Q กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ตอบผิดในข้อที่ 1 ผลผลิตทางการเกษตรที่ได้รับมาตรฐาน Q คือผลผลิตที่ห้ามใช้สารเคมีในกระบวนการเพาะปลูกหรือเลี้ยงสัตว์ จำนวน 191 คน คิดเป็นร้อยละ 47.8 กลุ่มตัวอย่างไม่ทราบคำตอบในข้อที่ 2 เครื่องหมายรับรอง Q หมายถึง เครื่องหมายรับรองที่กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ประกาศใช้เพื่อแสดงถึงการให้การรับรองสินค้าเกษตรและอาหารว่าเป็นผลผลิตเกษตรอินทรีย์ จำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 44.5 กลุ่มตัวอย่างไม่ทราบคำตอบในข้อที่ 3 เครื่องหมายรับรองมาตรฐาน Q สามารถช่วยลดผลกระทบด้านสุขภาพและสิ่งแวดล้อมจากสารเคมีกำจัดศัตรูพืช จำนวน 284 คน คิดเป็นร้อยละ 71.0 กลุ่มตัวอย่างตอบผิดในข้อที่ 4 เครื่องหมายรับรองมาตรฐาน Q สามารถช่วยลดผลกระทบด้านสุขภาพและสิ่งแวดล้อมจากสารเคมีกำจัดศัตรูพืช จำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 49.5 2) จำแนกตามมาตรฐาน GAP กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่ทราบคำตอบในข้อที่ 1 มาตรฐาน GAP เกษตรกรสามารถใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชได้ จำนวน 233 คน คิดเป็นร้อยละ 58.3 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่ทราบคำตอบในข้อที่ 2 มาตรฐาน GAP แหล่งน้ำต้องมีมาตรฐาน น้ำที่ใช้ต้องได้จากแหล่งที่ไม่มีสภาพแวดล้อมซึ่งก่อให้เกิดการปนเปื้อนวัตถุดิบทรายและจุลินทรีย์ จำนวน 222 คน คิดเป็นร้อยละ 55.5 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่ทราบคำตอบในข้อที่ 3 เกษตรกรที่จะได้ตรารับรองมาตรฐาน GAP สามารถทำการเพาะปลูกในที่ใดก็ได้ในประเทศไทย จำนวน 237 คน คิดเป็นร้อยละ 59.3 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่ทราบคำตอบในข้อที่ 4 ผักไฮโดรโปนิคส์ สามารถขอมาตรฐาน GAP ได้ จำนวน 231 คน คิดเป็นร้อยละ 57.8 3) จำแนกตามมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ IFOAM กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่ทราบคำตอบในข้อที่ 1 มาตรฐาน IFOAM คือมาตรฐานเกษตรอินทรีย์สากล จำนวน 232 คน คิดเป็นร้อยละ 58.0 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่ทราบคำตอบในข้อที่ 2 มาตรฐานเกษตรอินทรีย์ IFOAM เกษตรกรสามารถใช้เมล็ดพันธุ์ที่ผ่านการตัดต่อพันธุกรรม หรือ GMOs เพื่อความปลอดภัยของผลผลิตได้ จำนวน 259 คน คิดเป็นร้อยละ 64.8 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่ทราบคำตอบในข้อที่ 3 การขอรับรองมาตรฐาน IFOAM นั้น เกษตรกรต้องแบกรับภาระในด้านค่าธรรมเนียมใบรับรอง ค่าตรวจแปลง และค่าประสานงานอื่นๆในราคาสูง จำนวน 285 คน คิดเป็นร้อยละ 71.3 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่ทราบคำตอบในข้อที่ 4 เกษตรกรผู้เลี้ยงปศุสัตว์ที่ได้รับรอง



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 8

The 8th STOU National Research Conference

มาตรฐาน IFOAM นั้น จะต้องแสดงใบรับรองพืชอาหารสัตว์และแหล่งที่มาของอาหารสัตว์ เช่น ต้นกล้วยที่ใช้ทำอาหารสัตว์ ต้องมีใบรับรองพืชเกษตรอินทรีย์ จำนวน 273 คน คิดเป็นร้อยละ 68.3 4) จำแนกตามมาตรฐาน Organic Thailand กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ตอบผิดในข้อที่ 1 เครื่องหมายรับรองมาตรฐาน Organic Thailand เป็นการรับรองคุณภาพว่าผลิตผลหรือผลิตภัณฑ์นั้นๆ ปลอดภัยจากสารเคมีตกค้าง จำนวน 222 คน คิดเป็นร้อยละ 55.5 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่ทราบคำตอบในข้อที่ 2 ขั้นตอนการตรวจรับรองที่เข้มข้นทำให้ตรามาตรฐาน Organic Thailand เป็นที่ยอมรับของต่างประเทศ จำนวน 221 คน คิดเป็นร้อยละ 55.3 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่ทราบคำตอบในข้อที่ 3 ระยะเวลาปรับเปลี่ยนจากเกษตรเคมี เป็นเกษตรอินทรีย์ ใช้ระยะเวลาปรับเปลี่ยน 1 ปีสำหรับพืชล้มลุก (ข้าว ข้าวโพด ถั่วต่างๆ) และ 3 ปี สำหรับพืชสวนทุกชนิด จำนวน 261 คน คิดเป็นร้อยละ 65.3 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่ทราบคำตอบในข้อที่ 4 เกษตรกรสามารถใช้สารเคมีได้บางส่วนในกรณีที่ไม่สามารถหาสารชีวภาพได้แต่ต้องใช้เท่าที่จำเป็นเท่านั้น จำนวน 199 คน คิดเป็นร้อยละ 49.8 5) จำแนกตามมาตรฐานอินทรีย์วิถีไทย Earth Safe กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่ทราบคำตอบในข้อที่ 1 เกษตรกรที่ได้รับมาตรฐานอินทรีย์วิถีไทย คือเกษตรกรที่ทำเกษตรเชิงเดี่ยว จำนวน 259 คน คิดเป็นร้อยละ 64.8 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่ทราบคำตอบในข้อที่ 2 มาตรฐานอินทรีย์วิถีไทย เกษตรกรไม่สามารถใช้สารเคมีทุกชนิดและพืชตัดต่อพันธุกรรม GMOs จำนวน 242 คน คิดเป็นร้อยละ 60.5 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่ทราบคำตอบในข้อที่ 3 เกษตรกรที่ได้รับมาตรฐานอินทรีย์วิถีไทย สามารถผลิตเพื่อขายส่งให้แก่พ่อค้าคนกลางได้ทั้งหมด จำนวน 236 คน คิดเป็นร้อยละ 59.0 8 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่ทราบคำตอบในข้อที่ 4 ผู้บริโภคสามารถตรวจสอบการผลิตย้อนกลับได้ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่ทราบคำตอบ จำนวน 209 คน คิดเป็นร้อยละ 52.3

การศึกษาค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในแต่ละมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบถูก กลุ่มตัวอย่างมาตรฐาน Q มีค่าเฉลี่ย = 0.35 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D. = 0.87 มาตรฐาน GAP มีค่าเฉลี่ย = 1.12 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D. = 1.23 มาตรฐานเกษตรอินทรีย์ IFOAM มีค่าเฉลี่ย = 1.06 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D. = 1.38 มาตรฐาน Organic Thailand มีค่าเฉลี่ย = 0.59 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D. = 0.82 และมาตรฐานอินทรีย์วิถีไทย Earth Safe มีค่าเฉลี่ย = 1.07 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D. = 1.18

ผลการวิเคราะห์สมมติฐาน

การทดสอบสมมติฐานการวิจัย เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยของตัวแปรอิสระที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม โดยตัวแปรอิสระที่ใช้ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และทัศนคติที่มีของระดับความรู้ความเข้าใจในสินค้าเกษตร ตัวแปรตาม ได้แก่ ความรู้ความเข้าใจในมาตรฐาน Q, ความรู้ความเข้าใจในมาตรฐาน GAP, ความรู้ความเข้าใจในมาตรฐาน IFOAM, ความรู้ความเข้าใจในมาตรฐาน Organic Thailand, ความรู้ความเข้าใจในมาตรฐานอินทรีย์วิถีไทย Earth Safe

ผลการวิเคราะห์สมมติฐาน เพศที่แตกต่างกันส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจในมาตรฐาน Q มาตรฐาน GAP มาตรฐาน IFOAM มาตรฐานอินทรีย์วิถีไทย Earth Safe ไม่แตกต่างกัน ส่วนเพศที่แตกต่างกันส่งผลต่อมาตรฐาน Organic Thailand ที่แตกต่างกัน

อายุที่แตกต่างกันส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจในมาตรฐาน GAP มาตรฐาน IFOAM มาตรฐาน Organic Thailand มาตรฐานอินทรีย์วิถีไทย Earth Safe ไม่แตกต่างกัน ส่วนอายุที่แตกต่างกันส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจในมาตรฐาน Q ที่แตกต่างกัน และหากวิเคราะห์เป็นรายคู่พบว่า มี 4 คู่ ประกอบด้วย (1) ไม่เกิน 20 ปี กับ 21-30 ปี (2) ไม่เกิน 20 ปี กับ 31-40 ปี (3) ไม่เกิน 20 ปี กับ 41-50 ปี (4) ไม่เกิน 20 ปี กับ 50 ปีขึ้นไป



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 8

The 8th STOU National Research Conference

สถานภาพสมรสที่ต่างกันส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจในมาตรฐาน Q มาตรฐาน IFOAM มาตรฐาน Organic Thailand มาตรฐานอินทรีย์วิถีไทย Earth Safe ไม่แตกต่างกัน ส่วนสถานภาพสมรสที่ต่างกันส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจในมาตรฐาน GAP และหากวิเคราะห์เป็นรายคู่พบว่ามี 1 คู่ ประกอบด้วย (1) โสดกับหย่าร้าง/หม้าย ระดับการศึกษาที่ต่างกันส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจในมาตรฐาน Q มาตรฐาน GAP มาตรฐาน IFOAM มาตรฐาน Organic Thailand มาตรฐานอินทรีย์วิถีไทย Earth Safe ไม่แตกต่างกัน

อาชีพที่ต่างกันส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจในมาตรฐาน Q มาตรฐาน GAP มาตรฐาน IFOAM มาตรฐาน Organic Thailand มาตรฐานอินทรีย์วิถีไทย Earth Safe ไม่แตกต่างกัน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกันส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจในมาตรฐาน Q มาตรฐาน GAP มาตรฐาน IFOAM มาตรฐาน Organic Thailand มาตรฐานอินทรีย์วิถีไทย Earth Safe ไม่แตกต่างกัน

ทัศนคติที่มีของระดับความรู้ความเข้าใจในสินค้าเกษตรที่ต่างกันส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจในมาตรฐาน GAP ไม่แตกต่างกัน ส่วนทัศนคติที่มีของระดับความรู้ความเข้าใจในสินค้าเกษตรแตกต่างกันส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจในมาตรฐาน Q ที่แตกต่างกัน และหากวิเคราะห์เป็นรายคู่พบว่ามี 3 คู่ ประกอบด้วย (1) น้อยกับปานกลาง (2) น้อยกับมาก (3) น้อยกับมากที่สุด ทัศนคติที่มีของระดับความรู้ความเข้าใจในสินค้าเกษตรแตกต่างกันส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจในมาตรฐาน IFOAM ที่แตกต่างกัน และหากวิเคราะห์เป็นรายคู่พบว่ามี 6 คู่ ประกอบด้วย (1) น้อยที่สุดกับมาก (2) น้อยที่สุดกับมากที่สุด (3) น้อยกับมาก (4) น้อยกับมากที่สุด (5) ปานกลางกับมาก (6) ปานกลางกับมากที่สุด ทัศนคติที่มีของระดับความรู้ความเข้าใจในสินค้าเกษตรแตกต่างกันส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจในมาตรฐาน Organic Thailand ที่แตกต่างกัน และหากวิเคราะห์เป็นรายคู่พบว่ามี 2 คู่ ประกอบด้วย (1) น้อยกับมากที่สุด (2) ปานกลางกับมากที่สุด ทัศนคติที่มีของระดับความรู้ความเข้าใจในสินค้าเกษตรแตกต่างกันส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจในมาตรฐานอินทรีย์วิถีไทย Earth Safe ที่แตกต่างกัน และหากวิเคราะห์เป็นรายคู่พบว่ามี 4 คู่ ประกอบด้วย (1) น้อยที่สุดกับมาก (2) น้อยที่สุดกับมากที่สุด (3) น้อยกับมากที่สุด (4) ปานกลางกับมากที่สุด

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการใช้สินค้าเกษตรและความรู้ความเข้าใจของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าเกษตร มีประเด็นสำคัญที่สามารถนำมาอภิปรายผลได้ ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์เป็นข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ลักษณะประชากรศาสตร์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 50 ปีขึ้นไป ระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี สถานภาพสมรส อาชีพส่วนใหญ่เป็นข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีรายได้ 15,000 - 30,000 บาท ซึ่งผลการวิจัยสอดคล้องกับแนวความคิดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541, น.204) ที่กล่าวว่า บุคคลที่มีเพศและอายุแตกต่างกันจะมีความต้องการในตัวสินค้าและบริการที่ต่างกัน ซึ่งสาเหตุที่ได้ข้อมูลออกมาดังกล่าว เกิดจากวิธีการเก็บแบบสอบถาม โดยส่วนใหญ่ผู้ที่ให้ข้อมูลเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย และผลงานวิจัยนี้ยังสอดคล้องกับแนวความคิดของ อุดลย์ จาตุรงค์กุล (2545, น.38-39) ที่กล่าวว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ รวมถึง อายุ เพศ วงจรชีวิตของครอบครัว การศึกษา รายได้ เป็นต้น ลักษณะดังกล่าวมีความสำคัญต่อการตลาดเพราะเกี่ยวข้องกับอุปสงค์ (Demand) ในตัวสินค้า

2. การวิเคราะห์ข้อมูลการซื้อสินค้าของผู้ตอบแบบสอบถาม



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 8

The 8th STOU National Research Conference

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการซื้อขายสินค้า พบว่า การศึกษาพฤติกรรมการซื้อขายสินค้าเกษตรของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ซื้อผลิตภัณฑ์เกษตรมากกว่า 4 ครั้ง/เดือน ตนเองเป็นผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเกษตรมากที่สุด กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกซื้อสินค้าเกษตรที่ตรงมาตรฐาน ตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกซื้อสินค้าที่ตลาดสด และเลือกซื้อสินค้าในราคา 1-500 บาท ซึ่งผลการวิจัยสอดคล้องกับแนวความคิดของ ไมตรี เสงะรักษ์ (2558, น.44) ที่กล่าวว่า พฤติกรรมการซื้อขายสินค้าเกษตรของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ซื้อผลิตภัณฑ์เกษตร 1 ครั้งต่อสัปดาห์ขึ้นไป และเห็นว่าการติดฉลากอาหารออร์แกนิกทำให้เกิดความเชื่อมั่นในตัวผลิตภัณฑ์ว่าปลอดภัยและมีจริง

3. การวิเคราะห์ข้อมูลทัศนคติที่มีของระดับความรู้ความเข้าใจในสินค้าเกษตรของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษาข้อมูลทัศนคติที่มีของระดับความรู้ความเข้าใจในสินค้าเกษตร ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีทัศนคติที่มีของระดับความรู้ความเข้าใจในสินค้าเกษตรอยู่ที่ปานกลาง ซึ่งผลการวิจัยสอดคล้องกับแนวความคิดของ ปรีชาติ แสงคำเฉลียง และเพียรศักดิ์ ภักดี (แก่นเกษตร 44(2) : 247-256 (2559)) จากผลการสำรวจผู้บริโภคเกี่ยวกับการรับรู้และสอบถามถึงความรู้ที่มีเกี่ยวกับตรารับรองสินค้าเกษตร พบว่าการรับรู้และตรารับรองสินค้าการเกษตร ผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่ทราบความเป็นจริงแน่ชัดเกี่ยวกับกระบวนการที่เกษตรกรใช้ในการขอรับรองและการได้ใบรับรองมารับรองสินค้าเกษตร ซึ่งผลการสำรวจเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับงานวิจัยที่ได้ทำการสำรวจในกรุงเทพมหานคร (Roitner-Schobesberger et al., 2008)

4. การวิเคราะห์ข้อมูลความรู้ความเข้าใจในมาตรฐานเกษตรของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษาข้อมูลความรู้ความเข้าใจในมาตรฐานเกษตร ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเข้าใจในมาตรฐานสินค้าเกษตรอยู่น้อย ซึ่งผลการวิจัยสอดคล้องกับแนวความคิดของ ปรีชาติ แสงคำเฉลียง และเพียรศักดิ์ ภักดี (แก่นเกษตร 44(2) : 247-256 (2559)) จากผลการวิเคราะห์พบว่าผู้บริโภคมากกว่าร้อยละ 55.00 ไม่สามารถจำแนกตรารับรองสินค้าเกษตรอินทรีย์ออกจากสินค้าเกษตรปลอดภัยได้เนื่องจากผู้บริโภคมีความรู้ความเข้าใจตรารับรองอาหารปลอดภัยคือตรารับรองเกษตรอินทรีย์ด้วยเช่นกัน ถึงแม้ว่าผู้บริโภคมากกว่าครึ่งจะมีความรู้ความเข้าใจที่ไม่ถูกต้องเกี่ยวกับตรารับรองสินค้าเกษตรปลอดภัย แต่ผู้บริโภคมากกว่าร้อยละ 85.00 นั้นมีความรู้ที่ถูกต้องเกี่ยวกับตรารับรองสินค้าอินทรีย์ โดยผู้บริโภคสามารถระบุได้ถูกต้องว่าตรารับรองสินค้าอินทรีย์มีลักษณะเป็นเช่นไร ผู้บริโภคนอกจากนี้ความรู้ของผู้บริโภคที่มีต่อตราสินค้าเกษตรอินทรีย์ยังส่งผลถึงความเชื่อมั่นในตราสินค้าเกษตรอินทรีย์ นอกจากนี้จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ที่ถูกต้องที่มีต่อตรารับรองสินค้าเกษตรอินทรีย์นั้นยังส่งผลต่อความเชื่อมั่นในตรารับรองอีกด้วย

5. การวิเคราะห์ทัศนคติที่มีของระดับความรู้ความเข้าใจในสินค้าเกษตร กับความรู้ความเข้าใจในมาตรฐานสินค้าเกษตร

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามในส่วนของการรู้ความเข้าใจในมาตรฐานสินค้าเกษตร Q มีความเข้าใจที่คาดเคลื่อน เนื่องจากตอบไม่ตรงกับความรู้ความเข้าใจของตนเอง ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความเข้าใจน้อยที่สุด ตอบคำถามได้ถูกต้องมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความเข้าใจน้อย ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความเข้าใจปานกลาง มากและมากที่สุด ตอบคำถามได้ถูกต้องตามเข้าใจของตนเองตามลำดับ แม้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามจะเข้าใจว่าตนเองมีความเข้าใจ แต่จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามตอบคำถามผิดกว่าครึ่งหนึ่ง ซึ่งทำให้เห็นได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความสับสนและไม่เข้าใจในมาตรฐานสินค้าเกษตร Q อย่างแท้จริง ในส่วนของมาตรฐานสินค้าเกษตร GAP และมาตรฐานสินค้าเกษตร IFOAM นั้น ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบคำถามได้ถูกต้องตามความรู้ความเข้าใจของตนเอง ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความเข้าใจน้อยที่สุด ตอบคำถามได้ถูกต้องน้อยที่สุด และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความเข้าใจน้อย ปานกลาง มากและมากที่สุด ตอบ



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 8

The 8th STOU National Research Conference

คำถามได้ถูกต้องตามระดับความเข้าใจของตนตามลำดับ ในส่วนของมาตรฐานสินค้าเกษตร Organic Thailand นั้น ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเข้าใจที่คาดเคลื่อน เนื่องจากตอบไม่ตรงกับความเข้าใจของตนเอง ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความเข้าใจน้อยที่สุด ตอบคำถามได้ถูกต้องมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความเข้าใจน้อยและปานกลาง ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความเข้าใจมากและมากที่สุด ตอบคำถามได้ถูกต้องตามเข้าใจของตนตามลำดับ ซึ่งทำให้เห็นได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความสับสนและไม่เข้าใจในมาตรฐานสินค้าเกษตร Organic Thailand อย่างแท้จริง และในส่วนของมาตรฐานสินค้าเกษตรอินทรีย์วิถีไทย Earth Safe นั้น ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบคำถามได้ถูกต้องตามความเข้าใจของตนเอง ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความเข้าใจน้อยที่สุด ตอบคำถามได้ถูกต้องน้อยที่สุด และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความเข้าใจน้อย ปานกลางมากและมากที่สุด ตอบคำถามได้ถูกต้องตามระดับความเข้าใจของตนตามลำดับ

ผลการศึกษาข้อมูลความรู้ความเข้าใจในมาตรฐานสินค้าเกษตร ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเข้าใจในมาตรฐานสินค้าเกษตรในระดับน้อย ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับแนวความคิดของ ปรีชาติ แสงคำเฉลียง และเพียรศักดิ์ ภักดี (แก่นเกษตร 44(2) : 247 – 256 (2559)) จากผลการวิเคราะห์พบว่าผู้บริโภคมากกว่าร้อยละ 55 ไม่สามารถจำแนกตรารับรองสินค้าเกษตรอินทรีย์ออกจากสินค้าเกษตรปลอดภัยได้ เนื่องจากผู้บริโภคมีความรู้ความเข้าใจว่าตรารับรองอาหารปลอดภัย คือตรารับรองเกษตรอินทรีย์ด้วยเช่นกัน

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาค้นคว้าเรื่อง พฤติกรรมการใช้สินค้าเกษตรและความรู้ความเข้าใจของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าเกษตร ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. จากการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุ 50 ปีขึ้นไป สถานภาพสมรสแล้ว ศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี อาชีพเป็นข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ รายได้เฉลี่ย 15,000 - 30,000 บาท มีความสนใจในสินค้าเกษตร ดังนั้นจึงควรให้ความรู้ที่ถูกต้องเกี่ยวกับมาตรฐานผลผลิตทางการเกษตรเพื่อไม่ให้เกิดความเข้าใจผิดในการเลือกซื้อสินค้าในอนาคต

2. จากการศึกษาพฤติกรรมการซื้อสินค้าเกษตรพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ซื้อผลิตภัณฑ์เกษตรมากกว่า 4 ครั้ง/เดือน ตนเองเป็นผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ตรามาตรฐานคือปัจจัยที่ทำให้เลือกซื้อสินค้าเกษตร เลือกซื้อสินค้าเกษตรที่ตลาดสดมากที่สุดและซื้อสินค้าในราคา 1-500 บาท จึงพบว่าสินค้าเกษตรมีอัตราความต้องการที่บ่อยครั้งแต่ราคาการซื้อต่อครั้งไม่ควรเกิน 500 บาท ตลาดคือสถานที่เลือกซื้อ และตรามาตรฐานคือสิ่งสำคัญในการที่คนจะเลือกซื้อสินค้า ถ้าสินค้าทำได้ตรงความต้องการก็คงยังอัตราในการซื้อบ่อยอยู่

3. จากการศึกษาเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจในมาตรฐานเกษตร พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่ทราบคำตอบถึง 19 ข้อ และ 1 ข้อ ตอบผิด ในทั้งหมด 20 คำถาม จึงแนะนำว่าควรให้ทุกหน่วยงานประชาสัมพันธ์และให้ความรู้ผู้บริโภคในเรื่องของมาตรฐานให้มากเพราะคนส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้อสินค้าจากมาตรฐาน แต่กลับไม่มีความรู้ในมาตรฐานที่ตนเองเลือกซื้อ ควรเร่งให้ความรู้กับผู้บริโภคเพื่อการเลือกซื้อที่ถูกต้องและไม่ทำให้เกิดความเข้าใจผิด

4. การศึกษาทัศนคติที่มีของระดับความรู้ความเข้าใจในสินค้าเกษตร กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีทัศนคติที่มีของระดับความรู้ความเข้าใจในสินค้าเกษตรอยู่ที่ปานกลาง ซึ่งจากการทดสอบพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่ค่อยมีความรู้ในด้าน



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 8 The 8th STOU National Research Conference

มาตรฐาน ซึ่งมีความขัดแย้งกัน จึงแนะนำว่าควรให้ทุกหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนเร่งให้ความรู้แก่ผู้บริโภคอย่างเร่งด่วน เนื่องจากผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังไม่สามารถแยกแยะความแตกต่างระหว่างผลผลิตทางการเกษตรที่ใช้สารเคมี และที่ไม่ใช้สารเคมี หรือที่เรียกว่าเกษตรอินทรีย์ (Organic) และไม่ทราบว่าเครื่องหมายรับรองมาตรฐานต่าง ๆ นั้น มีหมายความว่าอย่างไร

เอกสารอ้างอิง

- กัลยาณี กุลชัยและพีรชัย กุลชัย. (2549). พฤติกรรม ทศนคติและปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคผักอินทรีย์ในเขตกรุงเทพมหานคร. สืบค้นเมื่อ 5 มีนาคม 2561, จาก <http://www.lib.ku.ac.th/KUCONF/KC4410009.pdf>
- ปภาดา ชินวงศ์. (2556). ออร์แกนิกไลฟ์สไตล์ของคนกรุง. สืบค้นเมื่อ 7 มีนาคม 2561, จาก <https://www.thairath.co.th/content/350968>
- ไมตรี เสงะรักษ์. (2558). ส่วนประสมทางการตลาดและการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคอาหารออร์แกนิก. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี.
- รัชดา สิริภานุพงศ์. (2547). พฤติกรรมผู้บริโภคและอุปสงค์ในการบริโภคผักของครัวเรือนในกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, คณะเศรษฐศาสตร์, สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). การบริหารการตลาดยุคใหม่. สืบค้นเมื่อ 7 มีนาคม 2561, จาก http://thesis.swu.ac.th/swuthesis/Mark/Duangrat_P.pdf
- อดุลย์ จาตุรงค์กุลและดลยา จาตุรงค์กุล. (2545). พฤติกรรมผู้บริโภค (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Parichard Sangkumchalianga and Wen-Chi Huang. Consumers' Perceptions and Attitudes of Organic Food Products in Northern Thailand. International Food and Agribusiness Management Review Volume 15, Issue 1, 2012 Retrieved from http://www.academia.edu/5137295/Consumers_Perceptions_and_Attitudes_of_Organic_Food_Products_in_Northern_Thailand
- Roitner-Schobesberger, Darnhofer, Somsook, Vogl. (2008). Consumer perceptions of organic foods in Bangkok, Thailand. Retrieved from <https://econpapers.repec.org/RePEc:eee:jfpoli:v:33:y:2008:i:2:p:112-121>
- Till Ahnert. (2011). German-Thai Chamber of Commerce. Retrieved from <http://www.greenet.or.th/article/1781>