

## บทที่ 6

### สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

#### 6.1 สรุปผลการศึกษา

ในการวิจัยเรื่อง ทักษะคิดของผู้บริโภคต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ของโรงเรียนป่าจี้วังแดงวิทยา อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ทราบถึงทัศนคติของผู้บริโภคต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ของโรงเรียนป่าจี้วังแดงวิทยารวมถึงศึกษาลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคมของผู้บริโภคในชุมชน ตลอดจนศึกษาถึงข้อคิดเห็น ปัญหา และอุปสรรคในการซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ของผู้บริโภค ซึ่งได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม โดยการศึกษาผู้บริโภครายหนึ่งในพื้นที่อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่ จากตลาดจำนวน 4 แห่ง ที่โรงเรียนป่าจี้วังแดงวิทยาได้มีการวางจำหน่ายสินค้า ประกอบด้วย ตลาดป่าจี้ ตลาดบ้านปง ตลาดหนองออนและ ตลาดช่อแล ตลาดละ 51 ตัวอย่าง รวมจำนวน 204 ตัวอย่าง โดยใช้แบบทดสอบที่ประกอบด้วยคำถามที่เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค พฤติกรรมในการซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ ทัศนคติที่มีต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ ทั้งสินค้าเกษตรอินทรีย์ทั่วไปและสินค้าเกษตรอินทรีย์ของโรงเรียนป่าจี้วังแดงวิทยา รวมถึงข้อคิดเห็น ปัญหาและอุปสรรคในการซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ของโรงเรียนป่าจี้วังแดงวิทยา ซึ่งได้นำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา สถิติจากมาตรวัดแบบ likert scale, chi-square test และวิเคราะห์สรุปผลการศึกษาด้วยเชิงพรรณนา ตามลำดับ ผลของการศึกษาพบว่า

1. ข้อมูลทั่วไปกลุ่มผู้บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ของโรงเรียนป่าจี้วังแดงจำนวน 204 ตัวอย่าง ด้วยวิธีวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาพบว่า โดยส่วนมากผู้บริโภคตัวอย่างเป็นเพศหญิงจำนวน 116 คน เป็นเพศชายจำนวน 88 คน สาเหตุที่กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชายนั้น อันเนื่องมาจากบทบาทในการเป็นผู้จัดเตรียมจัดหาอาหารสำหรับการบริโภคในครัวเรือนนั้นในสังคมไทยโดยเฉพาะอย่างยิ่งในสังคมต่างจังหวัด เพศหญิงจะเป็นผู้ที่มีบทบาทมากกว่าเพศชาย โดยกลุ่มตัวอย่างมีอายุโดยเฉลี่ยอยู่ที่ 40.93 ปี เมื่อพิจารณาจะเป็นช่วงอายุที่อยู่ในวัยที่มีครอบครัวแล้ว และผู้บริโภคส่วนใหญ่จะมีระดับการศึกษาในระดับประถมศึกษา ซึ่งมีความสอดคล้องกับลักษณะทางด้านสังคมของพื้นที่ ๆ กลุ่มตัวอย่างอาศัยอยู่ ส่วนมากเป็นผู้มีสถานภาพสมรส ซึ่งถือว่าเป็นกลุ่มที่มีความห่วงใยในสุขภาพและความปลอดภัยในอาหารของสมาชิกในครอบครัวมากที่สุด

สำหรับการประกอบอาชีพของกลุ่มผู้บริโภคตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่จะประกอบอาชีพค้าขาย (ธุรกิจส่วนตัว) จำนวน 83 คน ซึ่งจะเป็นอาชีพประเภทขายอาหารในตลาด ขายของป่าและ

การระบายสินค้า เป็นต้น ส่วนอาชีพรองลงมา ซึ่งมีจำนวนต่างกัน ไม่มากนักคืออาชีพรับจ้างทั่วไป หรือเกษตรกร จำนวน 70 ราย เนื่องจากกลุ่มผู้บริโภคตัวอย่างส่วนใหญ่มีฐานะยากจน ไม่มีที่ดิน ดำเนินการเกี่ยวกับด้านเกษตรเป็นของตนเอง หรือมีน้อย นอกจากการทำเกษตรบนพื้นที่ของตนเองยังมีการรับจ้างทำการเกษตรในพื้นที่อื่นด้วย ในด้านรายได้จากการวิเคราะห์พบว่า โดยส่วนใหญ่กลุ่มผู้บริโภคตัวอย่างจะมีรายได้เฉลี่ยน้อยกว่า 4,000 บาทต่อเดือนและมีรายได้ครัวเรือนเฉลี่ย 6,001 – 8,000 บาทในครัวเรือนขนาดเล็กและ รายได้ของครัวเรือนที่มากกว่า 14,000 บาท เป็นกลุ่มที่มีประชากรในครัวเรือนหลายคน

เมื่อพิจารณาผู้บริโภคจากข้อมูลรายได้แล้วนั้นจะพบว่าส่วนใหญ่ผู้บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ของ โรงเรียนป่าจี่วังแดงวิทยามีรายได้น้อยสอดคล้องกับการผลการวิเคราะห์การประกอบอาชีพของกลุ่มผู้บริโภคตัวอย่าง ซึ่งเป็นอาชีพที่ให้รายได้น้อยตามลักษณะทางด้านสังคม

2. ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ทั่วไปและสินค้าเกษตรอินทรีย์ของ โรงเรียนป่าจี่วังแดงวิทยา ด้วยการศึกษา 6 ประเด็น ได้แก่ ด้านความถี่ในการซื้อสินค้า จำนวนที่ซื้อของผู้บริโภคต่อครั้ง ความนิยมในสินค้าของผู้บริโภค ความเชื่อมั่นในสินค้าของผู้บริโภค ลักษณะและสาเหตุการซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ และการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ ในด้านสิ่งที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ สถานที่วางจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์และระยะทางที่ผู้บริโภคเดินทางมาซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ ผลของการศึกษาพบว่า

ความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ทั่วไป ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 พบว่า จำนวนชนิดที่ซื้อมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ โดยผู้บริโภคตัวอย่างจะซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ทั่วไปมาบริโภคจำนวน 2 ชนิดต่อครั้งและจะซื้ออาทิตย์ละ 1 ครั้ง โดยสินค้าเกษตรอินทรีย์ทั่วไปที่ผู้บริโภคนิยมซื้อ ได้แก่ ผักกาด ถั่วฝักยาว ผักบุ้ง มะเขือเทศ แตงกวา ผักกาดหอม มะเขือ ผักทอง กะหล่ำ มะม่วง เนื้อหมูและ สินค้าแปรรูปบำรุงสุขภาพ ตามลำดับ เหตุที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ทั่วไป 2 ชนิดต่อครั้ง โดยซื้อ 1 ครั้งต่ออาทิตย์นั้น เป็นเพราะสินค้าเกษตรอินทรีย์ทั่วไปหาซื้อไม่ได้ง่ายสำหรับผู้บริโภค ซึ่งจะ มีจำหน่ายที่ตลาดขนาดใหญ่และห้างสรรพสินค้า โดยผู้บริโภคจะซื้อสินค้าเกษตรในตลาดใกล้บ้านเป็นส่วนมากและด้วยพฤติกรรมผู้บริโภคที่นิยมซื้อสินค้ามาปรุงอาหารเพื่อรับประทานในแต่ละวันเท่านั้น และอีกหนึ่งประเด็นคือลักษณะในการซื้อสินค้ามีความสัมพันธ์กับสาเหตุที่ผู้บริโภคซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ทั่วไป โดยผู้บริโภคมีลักษณะการซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ทั่วไปแบบตั้งใจด้วยความคิดเห็นที่ว่าเมื่อซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์มารับประทานแล้วจะทำให้มีสุขภาพดี ตัวของผู้บริโภคเองจะเป็นผู้ที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ทั่วไปมารับประทานมากที่สุดเพราะสามารถตัดสินใจซื้อได้ง่าย ทั้งนี้ ด้วยพฤติกรรมผู้บริโภคส่วนใหญ่คือผู้ปรุงอาหารจะเป็นผู้เลือกซื้อสินค้าด้วยตัวเอง

ความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ของโรงเรียนป่าจี้  
วังแดงวิทยา ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 พบว่ามีประเด็นที่สำคัญ 4 ประเด็น ได้แก่

(1) จำนวนชนิดที่ซื้อที่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์โรงเรียนป่า  
จี้วังแดงวิทยา โดยผู้บริโภคตัวอย่างจะซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ทั่วไปมาบริโภคจำนวน 2 ชนิดต่อครั้ง  
และจะซื้ออาทิตย์ละ 1 ครั้ง เพราะสินค้าเกษตรอินทรีย์ของโรงเรียนป่าจี้วังแดงวิทยามีจำนวนชนิด  
สินค้าให้เลือกซื้อน้อยกว่าสินค้าเกษตรที่ไม่ใช่อินทรีย์ ซึ่งผู้บริโภคจะนิยมซื้อผักกาดมากที่สุด

(2) ปัจจัยด้านความถี่ในการซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์มีความสัมพันธ์ต่อความนิยมในการ  
ซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์โรงเรียนป่าจี้วังแดงวิทยา ผู้บริโภคตัวอย่างส่วนใหญ่จะบริโภคอาทิตย์ละ 1  
ครั้งเพราะมีความนิยมซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ของโรงเรียนป่าจี้วังแดงวิทยา

(3) ปัจจัยด้านความถี่ในการซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์มีความสัมพันธ์ต่อความเชื่อมั่นในการ  
ซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์โรงเรียนป่าจี้วังแดงวิทยา ผู้บริโภคตัวอย่างส่วนใหญ่จะบริโภคอาทิตย์ละ 1  
ครั้งเพราะมีความเชื่อมั่นว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์ของโรงเรียนป่าจี้วังแดงวิทยาคือสินค้าเกษตร  
อินทรีย์จริง

(4) ปัจจัยด้านลักษณะในการซื้อสินค้ามีความสัมพันธ์ต่อสาเหตุที่ผู้บริโภคซื้อสินค้า  
เกษตรอินทรีย์โรงเรียนป่าจี้วังแดงวิทยา โดยผู้บริโภคจะมีลักษณะการซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์  
โรงเรียนป่าจี้วังแดงวิทยาแบบตั้งใจเพราะมีความคิดเห็นที่ว่าซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ของโรงเรียนป่า  
จี้วังแดงวิทยามารับประทานแล้วจะทำให้มีสุขภาพดี โดยระยะทางในการเดินทางมาตลาดของ  
ผู้บริโภคเพื่อซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ของโรงเรียนป่าจี้วังแดงวิทยานั้นส่วนใหญ่มีระยะทางจากบ้าน  
มาที่ตลาด 1 กิโลเมตรขึ้นไป - 2 กิโลเมตร แสดงให้เห็นว่าความสะดวกในด้านระยะทางมีส่วนใน  
การส่งเสริมให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์

จากการเปรียบเทียบพฤติกรรมการบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ทั่วไปและการบริโภคสินค้า  
เกษตรอินทรีย์ของโรงเรียนป่าจี้วังแดงวิทยาพบว่าผู้บริโภคมีการซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ 1 ครั้งต่อ  
สัปดาห์และครั้งละ 2 ชนิดมากที่สุดเช่นเดียวกัน ผู้บริโภคมีความรู้สึกนิยมในสินค้าเกษตรอินทรีย์  
ทั่วไปมากกว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์ของโรงเรียนป่าจี้วังแดงวิทยา เพราะภาพลักษณ์ของตัวสินค้า  
เกษตรอินทรีย์ทั่วไปในด้านมีป้ายบอกว่าเป็นสินค้าเกษตรอินทรีย์ มีตราสินค้าและ สินค้าที่วาง  
จำหน่ายดูมีคุณภาพ ผู้บริโภคมีความรู้สึกมั่นใจในสินค้าเกษตรอินทรีย์ของโรงเรียนป่าจี้วังแดงวิทยา  
มากกว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์ทั่วไป เพราะสินค้าเกษตรอินทรีย์ของโรงเรียนป่าจี้วังแดงวิทยาจำหน่าย  
ใกล้กับแหล่งผลิต ผู้บริโภคทราบแหล่งผลิตอย่างชัดเจน จากการศึกษาความสัมพันธ์ด้านพฤติกรรมการ  
บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ทั่วไปและการบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ของโรงเรียนป่าจี้วังแดง  
วิทยาแล้วทำให้ทราบว่าส่วนมากผู้บริโภคจะรับประทานสินค้าเกษตรอินทรีย์อาทิตย์ละครั้ง ครั้งละ  
2 ชนิดเพื่อความเพียงพอต่อการประกอบอาหารในแต่ละมื้อ โดยตั้งใจซื้อเพราะต้องการรักษา

สุขภาพ การได้รับประทานสินค้าเกษตรอินทรีย์บ้างในมือ ก็ถือว่าเป็นการช่วยรักษาสุขภาพได้และ การทำให้ผู้บริโภคมีความนิยมและความเชื่อมั่นว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์เป็นสินค้าเกษตรอินทรีย์จริง เป็นสิ่งสำคัญต่อการเกิดความถี่ในการซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ของโรงเรียนป่าจี้วังแดงวิทยา

3. ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ทั่วไปและสินค้าเกษตรอินทรีย์ของโรงเรียนป่าจี้วังแดงวิทยา โดยศึกษาถึงปัจจัยข้อมูลพื้นฐาน ลักษณะทั่วไปของผู้บริโภค ตัวอย่าง ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา สถานภาพ อาชีพและ รายได้ ที่คาดว่าจะส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ทั่วไปและสินค้าเกษตรอินทรีย์ของโรงเรียนป่าจี้วังแดงวิทยา ในด้านความถี่ในการบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ ความนิยมที่มีต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์และ ความมั่นใจที่มีต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ ผลของการศึกษาเป็นดังนี้

ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ทั่วไป โดยการศึกษาถึงความสัมพันธ์ด้านปัจจัยข้อมูลพื้นฐาน ลักษณะทั่วไปของผู้บริโภคตัวอย่างต่อพฤติกรรมสำคัญที่ส่งผลต่อการบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ทั่วไป ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 พบว่า การศึกษาถึงปัจจัยด้านอาชีพของผู้บริโภคส่งผลต่อพฤติกรรมด้านความเชื่อมั่นในการบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ทั่วไป แสดงให้เห็นว่าประสบการณ์การประกอบอาชีพส่งผลต่อความเชื่อมั่นในสินค้าเกษตรอินทรีย์ทั่วไป โดยผู้บริโภคส่วนใหญ่มีอาชีพรับจ้างทั่วไปหรือเกษตรกรมีความมั่นใจว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์ทั่วไปเป็นสินค้าเกษตรอินทรีย์จริง

ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ของโรงเรียนป่าจี้วังแดงวิทยา โดยการศึกษาถึงความสัมพันธ์ด้านปัจจัยข้อมูลพื้นฐาน ลักษณะทั่วไปของผู้บริโภคตัวอย่างต่อพฤติกรรมสำคัญที่ส่งผลต่อการบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ทั่วไป ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 พบว่ามี 4 ประเด็น ได้แก่

(1) ปัจจัยด้านการศึกษาของผู้บริโภคส่งผลต่อพฤติกรรมด้านความนิยมในการบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ของโรงเรียนป่าจี้วังแดงวิทยา โดยพบว่าผู้บริโภคที่มีการศึกษาในระดับประถมศึกษา มีความนิยมในสินค้าเกษตรอินทรีย์ของโรงเรียนป่าจี้วังแดงวิทยา

(2) ปัจจัยด้านอายุของผู้บริโภคส่งผลต่อพฤติกรรมด้านความเชื่อมั่นในการบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ของโรงเรียนป่าจี้วังแดงวิทยา โดยผู้บริโภคที่มีอายุ 51- 60 ปีมีความมั่นใจว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์ของโรงเรียนป่าจี้วังแดงวิทยาเป็นสินค้าเกษตรอินทรีย์จริง

(3) ปัจจัยด้านการศึกษาของผู้บริโภคส่งผลต่อพฤติกรรมด้านความเชื่อมั่นในการบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ของโรงเรียนป่าจี้วังแดงวิทยา โดยผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาในชั้นประถมศึกษา มีความมั่นใจว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์ของโรงเรียนป่าจี้วังแดงวิทยาเป็นสินค้าเกษตรอินทรีย์จริง

(4) ปัจจัยด้านสถานภาพของผู้บริโภคส่งผลต่อพฤติกรรมด้านความเชื่อมั่นในการบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ของ โรงเรียนป่าจี้วังแดงวิทยา โดยผู้บริโภคที่มีสถานภาพสมรสมีความมั่นใจว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์ของโรงเรียนป่าจี้วังแดงวิทยาเป็นสินค้าเกษตรอินทรีย์จริง

เมื่อเปรียบเทียบความสัมพันธ์ด้านปัจจัยข้อมูลพื้นฐาน ลักษณะทั่วไปของผู้บริโภคต่อพฤติกรรมการบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ทั่วไปและการบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ของโรงเรียนป่าจี้วังแดงวิทยาพบว่ามีเพียงปัจจัยด้านอาชีพที่ทำให้ผู้บริโภคมีความมั่นใจในสินค้าเกษตรอินทรีย์ทั่วไปคืออาชีพเกษตรกรหรือรับจ้างทั่วไปเพราะเป็นอาชีพของผู้บริโภคส่วนใหญ่และเป็นอาชีพที่คุ้นเคยกับสินค้าเกษตรมากที่สุด และเนื่องจากผู้บริโภคในชุมชนส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับประถมศึกษาจึงทำให้ผู้บริโภคที่มีการศึกษาในระดับนี้มีความนิยมในสินค้าเกษตรอินทรีย์ของโรงเรียนป่าจี้วังแดงและผู้บริโภคมีอายุเฉลี่ย 40.93 ปี มีการศึกษาในระดับประถมศึกษาและมีสถานภาพสมรสมีความมั่นใจว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์ของโรงเรียนป่าจี้วังแดงเป็นสินค้าเกษตรอินทรีย์จริง ซึ่งตรงตามลักษณะของผู้บริโภคตัวอย่างที่อยู่ในกลุ่มที่เป็นผู้ดูแลครอบครัวและมีความใส่ใจในสุขภาพ

4. ทักษะคิดของผู้บริโภคระดับชุมชนที่มีผลต่อการซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ ที่เกี่ยวกับการรับรู้ ความรู้สึกและพฤติกรรมทางการตลาดของสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่มีอยู่ทั่วไปและสินค้าเกษตรอินทรีย์ของโรงเรียนป่าจี้วังแดงวิทยา ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่ายและ การส่งเสริมการตลาด ผลการศึกษาเป็นดังนี้

ทัศนคติที่มีต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์โดยภาพรวม ผู้บริโภคมีทัศนคติที่ดีต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ โดยมีค่าเฉลี่ยความเห็นด้วยในระดับมาก ด้วยความคิดเห็นที่ว่า การรับประทานสินค้าเกษตรอินทรีย์เพื่อความต้องการในการดูแลสุขภาพเพราะทราบประโยชน์จากการบริโภคจะทำให้มีสุขภาพดีมากที่สุด ต้องการรับประทานเป็นประจำถึงแม้จะมีข้อจำกัดหลายด้านแต่หากพบเห็นและมีโอกาสก็จะซื้อมารับประทานนอกจากนี้ผู้บริโภคตัวอย่างมีทัศนคติระดับปานกลางในเรื่องถ้ามีการณรงค์ให้บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ก็จะบริโภคตามกระแสนิยม การณรงค์ให้มีการบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์จะช่วยกระตุ้นให้ผู้บริโภคนึกขึ้นได้และ เกิดความอยากที่จะบริโภค เพราะปัจจุบันมีการเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าเกษตรอินทรีย์เพิ่มขึ้นทำให้เกิดกระแสนิยมและการบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์เป็นเรื่องของคนรวยเนื่องจากผู้บริโภคส่วนใหญ่เข้าใจว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์มีราคาแพงกว่าสินค้าเกษตรทั่วไป

ทัศนคติที่มีต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่มีวางจำหน่ายโดยทั่วไปนั้น ผู้บริโภคตัวอย่างมีทัศนคติเห็นด้วยในระดับมากต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ทั่วไปมากที่สุดในเรื่องของควรมีการแสดงแสดงป้ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ มีตราสินค้า เพราะปัจจุบันจะสังเกตได้ว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่วางขายอยู่ทั่วไปไม่มีการแสดงป้ายจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่ชัดเจน วางจำหน่ายเช่นเดียวกับสินค้าเกษตร

ทั่วไปมีเพียงบรรจุกณฑ์เท่านั้นที่แสดงว่าเป็นสินค้าเกษตรอินทรีย์และ สินค้าเกษตรอินทรีย์บางร้าน ก็ไม่มีการแสดงตราสินค้าว่าเป็นสินค้าเกษตรอินทรีย์ทำให้ทราบได้ยากดังนั้นควรมีการแสดงตรา สินค้าที่ชัดเจนด้วย นอกจากนี้เป็นที่ทราบได้ว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์มีราคาสูงกว่าสินค้าเกษตรทั่วไป ผู้บริโภคตัวอย่างเห็นด้วยมากกับความคิดเห็นแสดงป้ายราคาระบุอย่างชัดเจนเพื่อสะดวกต่อการ ตัดสินใจซื้อ สินค้ามีคุณภาพมีบรรจุกณฑ์ที่เหมาะสม มีสินค้าเกษตรอินทรีย์ให้เลือกหลากหลาย เพียงพอต่อความต้องการ ทำให้เชื่อว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่นำมาจำหน่ายเป็นสินค้าเกษตรอินทรีย์ จริง มีรสชาติอร่อย มีสถานที่จำหน่ายเหมาะสม หาซื้อได้ง่าย ในลำดับท้ายสุดผู้บริโภคตัวอย่างมี ความเห็นด้วยมากในด้านมีพนักงานขายที่เหมาะสมและให้สินค้ามีราคาถูก อันเนื่องมาจากผู้บริโภค สินค้าเกษตรอินทรีย์ทั่วไปบางกลุ่มได้ซื้อสินค้าจากห้างสรรพสินค้า ซึ่งไม่มีพนักงานขายแนะนำ สินค้าและ ความคิดเห็นด้วยระดับมากในเรื่องของราคาถูก ซึ่งผู้บริโภคมีความเห็นด้วยว่ามีราคาขาย ที่เหมาะสม โดยมีความเข้าใจว่าการวางจำหน่ายบนห้างสรรพสินค้าย่อมมีต้นทุนที่สูงกว่าการ จำหน่ายในตลาดทั่วไป

ด้านทัศนคติที่มีต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ของ โรงเรียนป่าจี้วังแดงวิทยา ผู้บริโภคตัวอย่างมี ทัศนคติเห็นด้วยในระดับมากต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ของ โรงเรียนป่าจี้วังแดงวิทยามากที่สุดในเรื่อง ของการแสดงป้ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ มีตราสินค้าเพราะสินค้าเกษตรอินทรีย์ของ โรงเรียนป่าจี้วัง แดงวิทยาเป็นสินค้าที่วางจำหน่ายในตลาดที่อยู่ใกล้กับแหล่งผลิตหรือโรงเรียน ซึ่งกลุ่มผู้บริโภคเป็น ผู้บริโภคระดับชุมชนและจำหน่ายในราคาเท่ากับสินค้าเกษตรทั่วไป จึงไม่ได้มีการติดตราสินค้าและ การแสดงป้ายบอกว่าเป็นสินค้าเกษตรอินทรีย์ ทำให้ผู้บริโภคที่มาตลาดนั้นๆบ่งบอกเฉพาะกลุ่ม เท่านั้น จะทำให้ไม่ได้รับความสนใจจากกลุ่มผู้บริโภคอื่นเช่น ผู้บริโภคที่บังเอิญแวะเวียนมาที่ตลาด และ มีการแสดงป้ายราคาระบุอย่างชัดเจน เนื่องจากสินค้าเกษตรอินทรีย์ของ โรงเรียนป่าจี้วังแดง วิทยาได้จำหน่ายในราคาที่ถูกลงกว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์ทั่วไปการติดป้ายบอกราคาชัดเจนเป็นการ กระตุ้นการซื้อสินค้าของผู้บริโภคได้อีกทางหนึ่ง นอกจากนี้ผู้บริโภคเชื่อว่าเป็นสินค้าเกษตรอินทรีย์ ของโรงเรียนป่าจี้วังแดงวิทยาเป็นสินค้าเกษตรอินทรีย์จริง มีคุณภาพมีบรรจุกณฑ์ที่เหมาะสม มี สถานที่จำหน่ายที่เหมาะสมแล้ว นักเรียนเป็นผู้จำหน่ายเป็นพนักงานขายที่เหมาะสมเพราะเป็นการ ช่วยสร้างความเชื่อมั่นว่าเป็นสินค้าเกษตรอินทรีย์มาจากโรงเรียนป่าจี้วังแดงวิทยาจริง มีความเห็น ด้วยมากในเรื่องของการมีราคาถูก มีรสชาติอร่อยกว่าผักทั่วไป ในลำดับท้ายสุดผู้บริโภคตัวอย่างมี ความเห็นด้วยมากในด้านมีความหลากหลายเพียงพอต่อความต้องการ

เมื่อนำผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบด้านทัศนคติของผู้บริโภคพบว่าผู้บริโภคตัวอย่างมีทัศนคติ เห็นด้วยในระดับมากทั้งต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ทั่วไปและสินค้าเกษตรอินทรีย์ของโรงเรียนป่าจี้วัง แดงวิทยา โดยในสินค้าเกษตรอินทรีย์ทั่วไปนั้นผู้บริโภคมีทัศนคติที่ให้ความสำคัญระดับมากใน ด้านมีป้ายบอกว่าเป็นสินค้าเกษตรอินทรีย์ มีตราสินค้าและ แสดงป้ายราคาระบุอย่างชัดเจนเป็น

ลำดับต้นๆ ในส่วนของสินค้าเกษตรอินทรีย์ของโรงเรียนป่าจี้วังแดงวิทยาก็เช่นเดียวกัน แสดงให้เห็นว่า การแสดงให้เห็นชัดเจนว่าเป็นสินค้าเกษตรอินทรีย์โดยการมีป้ายแสดงว่าเป็นสินค้าเกษตรอินทรีย์ มีตราสินค้าและป้ายราคาระบุอย่างชัดเจน ทั้งสองสิ่งนี้จะเป็นปัจจัยที่สำคัญระดับต้นทางการตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่จะช่วยเพิ่มการตัดสินใจซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ของผู้บริโภคได้

5. ปัญหาและอุปสรรคในการซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ของโรงเรียนป่าจี้วังแดงวิทยาจากผู้บริโภคตัวอย่าง

การวิเคราะห์ผลจากการสัมภาษณ์ด้วยแบบสอบถามเกี่ยวกับการตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์ของโรงเรียนป่าจี้วังแดงวิทยา นอกจากการศึกษาในด้านพฤติกรรมและทัศนคติของผู้บริโภคแล้ว ยังได้มีแบบสอบถามข้อคิดเห็น เสนอแนะเพิ่มเติมจากผู้บริโภคตัวอย่าง ด้วยการสอบถาม 4 ประเด็นสำคัญทางการตลาดได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และ สื่อโฆษณา ซึ่งได้รวบรวม วิเคราะห์และ นำมาสรุปเป็นประเด็นต่างๆ โดยผลการศึกษาเป็นดังนี้

#### 1) ด้านผลิตภัณฑ์

ผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับมากต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ในด้านการมีป้ายแสดงว่าเป็นสินค้าเกษตรอินทรีย์และการมีตราสินค้าเป็นลำดับต้นๆ จากการศึกษาเห็นว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์ของโรงเรียนป่าจี้วังแดงวิทยาไม่มีตราสินค้าที่ระบุชัดเจนว่าเป็นสินค้าเกษตรอินทรีย์และโดยเฉพาะอย่างยิ่งการระบุว่าสินค้าเป็นสินค้าเกษตรอินทรีย์ของโรงเรียนป่าจี้วังแดงวิทยา ผลิตมาจากโรงเรียนป่าจี้วังแดงวิทยาและนักเรียนเป็นผู้ผลิตแม้ผู้บริโภคจะมีความนิยมในสินค้าเกษตรอินทรีย์ของโรงเรียนป่าจี้วังแดงวิทยาและมั่นใจว่าเป็นสินค้าเกษตรอินทรีย์จริง อย่างไรก็ตามการทำป้ายและตราสินค้าหมายถึงการเพิ่มต้นทุนทางการผลิตแต่สินค้าสินค้าเกษตรอินทรีย์ของโรงเรียนป่าจี้วังแดงวิทยามีพื้นที่การเพาะปลูกขนาดจำกัดและสินค้าถือว่าปริมาณน้อยในการจำหน่ายแต่ละครั้งการจัดทำป้ายและตราสินค้าจะทำให้กำไรจากการจำหน่ายลดลง

ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีการซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ของโรงเรียนป่าจี้วังแดงวิทยาในปริมาณน้อย โดยพบว่าส่วนใหญ่มีการซื้อเพียงอาทิตย์ละ 1 ครั้ง ครั้งละ 2 ชนิดเนื่องจากสินค้าเกษตรอินทรีย์ของโรงเรียนป่าจี้วังแดงวิทยามีปริมาณชนิดของสินค้าในการจำหน่ายน้อยในแต่ละครั้ง

#### 2) ด้านราคา

จากการศึกษาด้านราคาขายสินค้าเกษตรอินทรีย์ของโรงเรียนป่าจี้วังแดงวิทยาได้พบว่าผู้ซื้อส่วนใหญ่มีรายได้ไม่น้อยตามลักษณะพื้นฐานของผู้บริโภคที่อยู่ในชุมชน ผู้บริโภคจึงมีข้อคิดเห็นทางด้านราคาว่า ราคาที่จำหน่ายในปัจจุบัน (ราคาเดียวกับท้องตลาด) มีความเหมาะสมแล้ว ไม่ควรตั้งราคาขายแพงกว่า และมีบางส่วนที่อยากให้ตั้งราคาขายต่ำกว่าท้องตลาดเพราะผู้บริโภคกลุ่มดังกล่าวมีรายได้น้อย

### 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

จากการศึกษาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของโรงเรียนป่าจี้วังแดงวิทยาพบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับมากในด้านการมีสถานที่จำหน่ายที่เหมาะสม โดยต้องการให้เพิ่มสถานที่วางจำหน่ายเพราะการจำหน่ายเฉพาะในตลาดเย็นทำให้ผู้บริโภคมีความสะดวกไม่เพียงพอเพราะในบางครั้งจะมีเวลาซื้อสินค้าในช่วงเวลาอื่น ซึ่งโรงเรียนป่าจี้วังแดงวิทยายังไม่มีร้านจำหน่ายในโรงเรียน

### 4) ด้านสื่อโฆษณา

จากการศึกษาได้พบข้อคิดเห็นด้านสื่อโฆษณาพบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับมากในด้านแสดงป้ายบอกาสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่จำหน่ายเป็นสินค้าเกษตรอินทรีย์ของโรงเรียนป่าจี้วังแดงวิทยา ทางโรงเรียนยังไม่มีประชาสัมพันธ์อย่างจริงจัง

นอกจากนี้ยังต้องการให้มีการติดป้ายโฆษณาสินค้าเกษตรอินทรีย์ของโรงเรียนป่าจี้วังแดงวิทยา รวมไปถึงการเผยแพร่ข้อมูลและประโยชน์จากการรับประทานสินค้าเกษตรอินทรีย์ของโรงเรียนป่าจี้วังแดงวิทยาให้มากขึ้น โดยเฉพาะทางวิทยุชุมชนเนื่องจากผู้บริโภคในชุมชนมีความใกล้ชิดและให้ความสนใจกับสื่อด้านนี้มากที่สุดเมื่อเทียบกับสื่อในด้านอื่นๆ

## 6.2 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาด้วยการสัมภาษณ์จากแบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติและพฤติกรรมของผู้บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ของโรงเรียนป่าจี้วังแดงวิทยา ทำให้ทราบข้อเสนอแนะจากผู้บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ของโรงเรียนป่าจี้วังแดงวิทยาและได้นำมาเสนอแนะให้กับเกษตรกรผู้ผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์รายย่อยที่มีพื้นที่เพาะปลูกและมีปริมาณสินค้าจำหน่ายที่จำกัด โดยสามารถแบ่งผลออกเป็นส่วนต่างๆ ทางด้านการตลาด ดังนี้

### 1) ด้านผลิตภัณฑ์

ผู้บริโภคให้ความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์กับตราสินค้าจากแหล่งผลิต ตราสินค้าเกษตรอินทรีย์และการระบุราคาจำหน่ายอย่างชัดเจนเป็นอย่างมาก แต่เนื่องจากโรงเรียนป่าจี้วังแดงวิทยามีพื้นที่การเพาะปลูกขนาดจำกัดและมีปริมาณสินค้าจำหน่ายน้อยในแต่ละครั้ง ดังนั้นผู้ผลิตควรมีการจัดการดังกล่าวด้วยความเหมาะสม เช่น การมีป้าย ณ จุดขายว่าเป็นสินค้าเกษตรอินทรีย์ มีการระบุราคาขาย แหล่งผลิตเพื่อให้ผู้บริโภคสามารถตรวจสอบได้และ ตัวสินค้าควรทำให้มีคุณภาพ มีความสะอาดเพราะจะช่วยให้สินค้าสินค้าเกษตรอินทรีย์เป็นที่น่าสนใจมากขึ้น การมีบรรจุภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ เช่น การห่อสินค้าด้วยใบตอง การใช้ชะลอมแทนถุงพลาสติก เป็นต้น

เนื่องจากชนิดของสินค้ามีจำนวนน้อยในการจำหน่ายแต่ละครั้ง ดังนั้นทางผู้ผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์รายย่อยควรหาวิธีเพิ่มชนิดผลผลิต เช่น การรวมกลุ่มเกษตรกรที่สนใจในพื้นที่ให้ทำการผลิต



เพื่อส่งขาย โดยจัดตั้งกลุ่มผู้ผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ในพื้นที่ โดยผ่านการตรวจสอบ ควบคุมจากกลุ่มเป็นต้น

## 2) ด้านราคา

จากการศึกษาด้านราคาจำหน่ายจากผู้บริโภคพบว่ากลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นกลุ่มลูกค้าที่อยู่ในชุมชน ควรตั้งราคาจำหน่ายราคาเดียวกับท้องตลาดเพราะผู้บริโภคที่อยู่ในชุมชนส่วนใหญ่มีรายได้น้อย และมีผู้บริโภคบางส่วนต้องการให้จำหน่ายราคาต่ำกว่าราคาตลาด ซึ่งผู้ผลิตสามารถพิจารณานำมาเป็นกลยุทธ์ด้านราคาจำหน่ายสำหรับชุมชนได้

## 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ควรมีการจำหน่ายสินค้าใกล้กับแหล่งผลิต โดยให้ครอบคลุมทั้งตลาดเช้า ตลาดเย็นและตลาดนัดชุมชนเพื่อสร้างความสะดวกในการซื้อสินค้าให้กับผู้บริโภคในชุมชนและมีการจำหน่ายหรือให้ผู้บริโภคสามารถเข้ามาดูการผลิตในแหล่งผลิตได้จะทำให้ผู้บริโภครู้จักแหล่งผลิตและเป็นการสร้างความมั่นใจว่าสินค้าที่ผลิตเป็นสินค้าเกษตรอินทรีย์จริงให้กับผู้บริโภค

## 4) ด้านสื่อโฆษณา

ควรมีการติดป้ายโฆษณาสินค้าเกษตรอินทรีย์ตามสถานที่ใกล้แหล่งจำหน่าย ควรมีการเผยแพร่ข้อมูลสินค้าเกษตรอินทรีย์ ทั้งด้านตัวผลิตภัณฑ์และโดยเฉพาะอย่างยิ่งประโยชน์จากการบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ในป้ายโฆษณาหรือผ่านทางวิทยุชุมชนเพราะเป็นสื่อที่เป็นที่นิยมและใกล้ชิดกับกลุ่มผู้บริโภค

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

การศึกษาในครั้งนี้ ได้ดำเนินการเฉพาะกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ใน อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่ ในการศึกษารุ่นต่อไปควรดำเนินการกับกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่อื่นๆเพื่อให้ได้ผลการศึกษาที่ครอบคลุมหรือได้ข้อสรุปที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้การศึกษาเกี่ยวกับสินค้าเกษตรอินทรีย์อื่นอย่างเฉพาะเจาะจงเช่น อาหารที่แปรรูปจากพืชผักเกษตรอินทรีย์ก็เป็นสิ่งที่มีการศึกษาเพิ่มเติมเพื่อรองรับการขยายตัวทางด้านการตลาดของสินค้าเกษตรอินทรีย์ในปัจจุบัน