

ทัศนคติต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ของผู้บริโภค
ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต
สาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี
ปีการศึกษา 2553

**ATTITUDES TOWARD ORGANIC PRODUCTS OF
CONSUMERS IN LOWER NORTH-EASTERN REGION 1**

Ajchariyaporn Srimuenwai



**A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for
the Degree of Master of Management
Suranaree University of Technology
Academic Year 2010**

ทัศนคติต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ของผู้บริโภค

ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี อนุมัติให้นำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

(ผศ. ดร. โชคชัย วนฤ)

ประธานกรรมการ

(ผศ. ดร. สุนิตยา เกื้อนนาคี)

กรรมการ (อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์)

(ผศ. ดร. กาญจนา สุคันธศิริกุล)

กรรมการ

(ศ. ดร. ชูกิจ ลิ้มปิงานงค์)

รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ

(อ. ดร. พีรศักดิ์ สิริโยธิน)

คณบดีสำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม

อังกริยาพร ศรีหมื่นไวย : ทศนคคตตอสลนค้คคเกศตรอนทริยขงผู้บรโภคในภาคะวันออก
เลียงเหนือตอนล่าง 1 (ATTITUDES TOWARD ORGANIC PRODUCTS OF
CONSUMERS IN LOWER NORTH-EASTERN REGION 1)

อจกรยทที่บรคกษา : ผู้ช่วศาสตรจกรย ดร.สุนคคยา เตือนนาคค, 169 หน้า.

วัตถุประสงค์ขงการวจยค้คคนี้ เพศศคคษาทศนคคตตอสลนค้คคเกศตรอนทริยขงผู้บรโภค ใน
ภาคะวันออกเลียงเหนือตอนล่าง 1 และเพศศคคษาความแตกต่างขงทศนคคคและพฤติกรรมขง
ผู้บรโภคในภาคะวันออกเลียงเหนือตอนล่าง 1

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวจย คคค ผู้บรโภคที่รู้จกสลนค้คคเกศตรอนทริยทคคมีอายุตั้งแต 20 ปีข้
ไป จนวน 427 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คคค แบบสอบถาม สคคคคที่ใช้ในการ
วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก ค้าร้อยละ คค่าเฉลี่ย คค่าเบียงเบนมาตรฐาน การเปรยบเทียบความแตกต่าง
ระหว่งตัวแปร 2 ตัวที่ตัวอย่างเป้นอิสระตอกันด้วยค่า t และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเคยว

ผลการวจยพบว กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญเป้นเพศหญิง อายุระหว่ง 30 - 39 ปี จบการศคคษา
ระดับปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเคเดือน 10,000 – 20,000 บาท โดยแบ่งออกเป้น 2 กลุ่มคคค 1) กลุ่ม
ทคคไม่เคยบรโภคจนวน 232 คน สาเหตุทคคไม่เคยบรโภคเนองจกไม่มีข้อมูลเกยวกับสลนค้คคโดยมี
แนวโนมทคคจะบรโภคในอนาคต 2) กลุ่มทคคเคยบรโภคจนวน 195 คน เป้นการบรโภคเพศสุขภาพ
และพบว่าท้สองกลุ่มมีทศนคคคเชิงบวกกับความรู้สคคคปลอดภัยทคคได้บรโภคสลนค้คคเกศตรอนทริยและ
สลนค้คคเกศตรอนทริยเป้นสลนค้คคทคคต่อสุขภาพเนองจกไม่มีสารพิษตกค้าง โดยมทศนคคคเฉย ๆ ทคคว่า
สลนค้คคเกศตรอนทริยมีรสชาคคคคคกว่าสลนค้คคทัวไป รู้สคคคคเป้นคนท้นสมยทคคเลือกบรโภคสลนค้คคเกศตร
อนทริยและมคคความไว้วางใจผู้ผลิตสลนค้คคเกศตรอนทริย แต่มทศนคคคคเชิงลบวสลนค้คคเกศตรอนทริยมี
ให้เลอกไม่หลากหลาย ในขณะทคคท้สองกลุ่มยังคงมคคความเชอทคคไม่ถูกตองเกยวกับการผลิตและการ
เรยคชอคคคอินทริย คคคปลอดภัย สารพิษ คคคก่อนมยและการรับรอมมาตรฐานสลนค้คคเกศตรอนทริย จก
การทดสอบความแตกต่างขงทศนคคคโดยรวมขงท้สองกลุ่มแล้วพบว่าไม่มีควมแตกต่างกัน
อย่างมีนัยสำคัญ

ผลการทดสอบสมมติฐานทคคระดับ 0.05 พบว เพศ และ อายุขงผู้ที่เคยบรโภคและไม่เคย
บรโภคทคคแตกต่างกันมีทศนคคตตอสลนค้คคเกศตรอนทริยไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ อย่างไรก็ตาม
ระดับการศึกษาและรายได้เฉลี่ยต่อเคเดือนขงผู้ที่เคยบรโภคและไม่เคยบรโภคทคคแตกต่างกันมี
ทศนคคตตอสลนค้คคเกศตรอนทริยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

สาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ
ปีการศึกษา 2553

ลายมือชอ่นักศคคษา _____
ลายมือชอ้อจกรยทที่บรคกษา _____

AJCHARIYAPORN SRIMUENWAI : ATTITUDES TOWARD ORGANIC PRODUCTS OF CONSUMERS IN LOWER NORTH-EASTERN REGION 1.
THESIS ADVISOR : ASST. PROF. SUNITIYA THUANNADEE, Ph.D.,
169 PP.

ORGANIC PRODUCTS/ATTITUDES

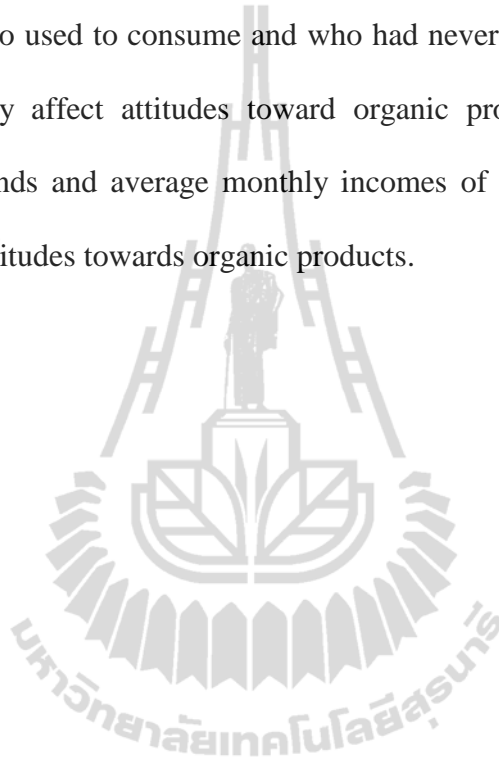
The purposes of this research were to study attitudes toward organic products of consumers in Lower North-eastern Region 1 and to study differences of attitudes and behaviors of these consumers.

Research sample group consisted of 427 consumers who are 20 years old up and knew about organic products. A questionnaire was applied for data collection. Statistics used for data analysis included percentage, mean, standard deviation, independent T-test, and One-way ANOVA.

The results revealed that the most samples were female aged 30-39 years old, graduated with bachelor degrees and got average monthly income of 10,000-20,000 Baht. These samples were divided into two groups i.e. 1) The group of 232 samples who had never consumed organic products since they had no product information but tended to consume in the future, and 2) The group of 195 samples who used to consume the products for their good health. It was found that the two groups had positive attitudes and felt safe when they consumed the products. They also felt that the products were good for their health as there was no pesticide residue. The respondents did not feel any difference between the taste of organic products and that of other products. They had a negative attitude that variety of organic products was limited. Both two groups still had misconception on production and definition of organic vegetable,

chemical-free vegetables, hygienical vegetables and certification of organic product standard. According to the test of attitude differences, it was found that there were no statistical significant differences between the two groups.

The results of hypothesis test at 0.05 indicated that different genders and ages of consumers, both who used to consume and who had never consumed organic products, did not significantly affect attitudes toward organic products. However, different education backgrounds and average monthly incomes of the two groups significantly affected different attitudes towards organic products.



School of Management Technology

Student's Signature_____

Academic Year 2010

Advisor's Signature_____

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์นี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี เนื่องจากได้รับความช่วยเหลืออย่างดียิ่ง ทั้งด้านวิชาการ และด้านการดำเนินงานวิจัย จากบุคคลและกลุ่มบุคคลต่าง ๆ ได้แก่

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุนิตยา เกื้อนนาคี อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่กรุณาให้คำปรึกษา แนะนำ และช่วยตรวจทานแก้ไขวิทยานิพนธ์เล่มนี้จนเสร็จสมบูรณ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.โชคชัย วนภู ประธานคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา สุคันธศิริกุล กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ที่ช่วยให้แนวคิดและแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ จนวิทยานิพนธ์เล่มนี้เสร็จสมบูรณ์ และศาสตราจารย์เกียรติคุณ ดร.นันทกร บุญเกิด ที่ช่วยประเมินความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถาม

คณาจารย์สาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารีทุกท่านที่กรุณาถ่ายทอดความรู้ในแขนงวิชาต่าง ๆ และเพื่อนร่วมเรียนระดับปริญญาโท สาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ รุ่นที่ 3 ทุกท่านที่คอยแนะนำและเป็นกำลังใจในการเรียนมาโดยตลอด

สำหรับคุณงามความดีอันใดที่เกิดจากวิทยานิพนธ์เล่มนี้ ผู้วิจัยขอมอบให้กับบิดา มารดา ซึ่งเป็นที่รักและเคารพยิ่ง

อัจฉริยาพร ศรีหมื่นไวย

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อ (ภาษาไทย)	ก
บทคัดย่อ (ภาษาอังกฤษ)	ข
กิตติกรรมประกาศ	ง
สารบัญ	จ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพ	ค
บทที่	
1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	8
1.3 สมมติฐานการวิจัย	8
1.4 กรอบแนวคิดการวิจัย	9
1.5 ขอบเขตของการวิจัย	10
1.6 ตัวแปรที่ศึกษาในงานวิจัย	10
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	10
1.8 คำนิยามศัพท์	11
2 ปรัชญาบรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	12
2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	12
2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค	12
2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ	18
2.3 แนวคิดทางการตลาด	22
2.4 แนวความคิดของสินค้าเกษตรอินทรีย์	28
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	32
3 วิธีดำเนินการวิจัย	37
3.1 ระเบียบวิธีวิจัย	37

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	37
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	39
3.4 การสร้างและหาประสิทธิภาพของเครื่องมือ.....	42
3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	43
3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	43
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	45
4.1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	45
4.2 พฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	46
4.3 ทักษะคิดของผู้ที่ไม่เคยบริโภคน้ำมันทอดอินทรีย์.....	55
4.4 ทักษะคิดของผู้ที่เคยบริโภคน้ำมันทอดอินทรีย์.....	64
4.5 ความแตกต่างของทักษะคิดของผู้ที่เคยบริโภคน้ำมันทอดอินทรีย์และผู้ที่ไม่เคยบริโภคน้ำมันทอดอินทรีย์.....	72
4.6 ผลการทดสอบสมมติฐาน.....	76
4.7 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ.....	140
5 บทสรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	141
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	142
5.2 อภิปรายผล.....	146
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	149
รายการอ้างอิง.....	152
ภาคผนวก ก.....	157
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	158
ภาคผนวก ข.....	165
ผลการวิเคราะห์ทางสถิติ.....	166
ประวัติผู้เขียน.....	169

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
3.1 จำนวนประชากร	37
3.2 จำนวนกลุ่มตัวอย่างแยกตามจังหวัด	38
3.3 ข้อคำถามที่ใช้ในการวิจัย	39
3.4 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาครอนบัก ของแบบสอบถาม	42
4.1 จำนวนและร้อยละของวัยทำงาน จำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์	45
4.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการบริโภค	47
4.3 จำนวนและร้อยละของผู้ที่ไม่เคยบริโภค จำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์	47
4.4 จำนวนและร้อยละของผู้ที่ไม่เคยบริโภค จำแนกตามพฤติกรรม	48
4.5 จำนวนและร้อยละของผู้ที่เคยบริโภค จำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์	51
4.6 จำนวนและร้อยละของผู้ที่เคยบริโภค จำแนกตามพฤติกรรม	52
4.7 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับทัศนคติของผู้ที่ไม่เคยบริโภค	56
4.8 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นด้านความตั้งใจที่จะแสดงออกซึ่งพฤติกรรมของผู้ที่ไม่เคยบริโภค	57
4.9 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นด้านความรู้สึกของผู้ที่ไม่บริโภค	58
4.10 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นด้านความเชื่อของผู้ที่ไม่เคยบริโภค	59
4.11 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับทัศนคติของผู้ที่ไม่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดสุรินทร์	60
4.12 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นด้านความตั้งใจที่จะแสดงออกซึ่งพฤติกรรมของผู้ที่ไม่เคยบริโภคในจังหวัดสุรินทร์	60
4.13 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นด้านความรู้สึกของผู้ที่ไม่เคยบริโภคในจังหวัดสุรินทร์	61

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.14 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นด้านความเชื่อของผู้ที่ไม่เคย บริโภคในจังหวัดสุรินทร์.....	61
4.15 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นด้านความเชื่อของผู้ที่เคยบริโภค สินค้าเกษตรอินทรีย์.....	65
4.16 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นด้านความตั้งใจที่จะแสดงออก ซึ่งพฤติกรรมของผู้ที่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์.....	65
4.17 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นด้านความรู้สึ ของผู้ที่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์.....	66
4.18 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นด้านความเชื่อ ของผู้ที่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์.....	67
4.19 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับทัศนคติ ของผู้ที่เคยบริโภคในจังหวัดสุรินทร์.....	69
4.20 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นด้านความตั้งใจที่จะแสดงออก ซึ่งพฤติกรรมของผู้ที่เคยบริโภคในจังหวัดสุรินทร์.....	69
4.21 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นด้านความรู้สึ ของผู้ที่เคยบริโภคในจังหวัดสุรินทร์.....	70
4.22 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นด้านเชื่อ ของผู้ที่เคยบริโภคในจังหวัดสุรินทร์.....	71
4.23 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่า t ที่ใช้วิเคราะห์ทัศนคติต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ จำแนกตามเพศของผู้ที่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์.....	77
4.24 ค่าสถิติที่ใช้วิเคราะห์ทัศนคติต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ จำแนกตามอายุของผู้ที่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์.....	80
4.25 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติ ด้านความเชื่อที่ว่ากระบวนการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ช่วยลดการทำลาย ความสมบูรณ์ของดินและน้ำ จำแนกตามอายุของผู้ที่เคยบริโภคเป็นรายคู่.....	83

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.26 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติ ด้านความเชื่อที่ว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์เป็นสินค้าที่ดีต่อสุขภาพเนื่องจาก ไม่มีสารพิษตกค้าง จำแนกตามอายุของผู้ที่เคยบริโภคเป็นรายคู่.....	84
4.27 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติ ด้านความรู้สึกรู้สึกว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์มีให้เลือกไม่หลากหลาย จำแนกตามอายุของผู้ที่เคยบริโภคเป็นรายคู่.....	84
4.28 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติ ด้านความรู้สึกรู้สึกว่าเป็นคนทันสมัยที่เลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ จำแนกตามอายุของผู้ที่เคยบริโภคเป็นรายคู่.....	85
4.29 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติ ด้านความตั้งใจที่จะแสดงออกซึ่งพฤติกรรมที่จะเลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ ก็ต่อเมื่อมีปัญหาด้านสุขภาพ จำแนกตามอายุของผู้ที่เคยบริโภคเป็นรายคู่.....	86
4.30 ค่าสถิติที่ใช้วิเคราะห์ทัศนคติต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ที่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์.....	87
4.31 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติ ด้านความเชื่อที่ว่ากระบวนการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ช่วยลดการทำลายความสมบูรณ์ ของดินและน้ำจำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ที่เคยบริโภคเป็นรายคู่.....	89
4.32 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติ ด้านความเชื่อที่ว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์ดีต่อสุขภาพเนื่องจาก ไม่มีสารพิษตกค้าง จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ที่เคยบริโภคเป็นรายคู่.....	90
4.33 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติ ด้านความเชื่อที่ว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์มีรสชาติดีกว่าสินค้าทั่วไป จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ที่เคยบริโภคเป็นรายคู่.....	90

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.34 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติ ด้านความรู้สึกรู้สึกว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์มีให้เลือกไม่หลากหลาย จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ที่เคยบริโภคเป็นรายคู่.....	91
4.35 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติ ด้านความรู้สึกรู้สึกว่าเป็นคนทันสมัยที่เลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ที่เคยบริโภคเป็นรายคู่.....	92
4.36 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติ ด้านความรู้สึกรู้สึกภูมิใจที่เลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์เพราะมีส่วนช่วยป้องกัน สิ่งแวดล้อม จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ที่เคยบริโภคเป็นรายคู่.....	92
4.37 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติ ด้านความตั้งใจที่จะไม่บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์เพราะหาซื้อได้ยาก จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ที่เคยบริโภคเป็นรายคู่.....	93
4.38 ค่าสถิติที่ใช้วิเคราะห์ทัศนคติต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ จำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ที่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์.....	94
4.39 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติ ด้านความเชื่อว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์มีคุณค่าทางโภชนาการมากกว่าสินค้าทั่วไป จำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่.....	96
4.40 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติ ด้านความเชื่อที่ว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์รสชาติดีกว่าสินค้าทั่วไป จำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่.....	97
4.41 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติ ด้านความเชื่อที่ว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์ต้องได้รับการรับรองจากหน่วยงาน ที่เกี่ยวข้องเท่านั้น จำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่.....	97

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.42 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติ ด้านความรู้สึกเต็มใจที่จะจ่ายเงินซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ซึ่งมีราคาสูง จำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่.....	98
4.43 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติ ด้านความรู้สึกว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์มีให้เลือกไม่หลากหลาย จำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่.....	99
4.44 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติ ด้านความรู้สึกมั่นใจในคุณภาพสินค้ามากขึ้นหากได้รับความรู้เกี่ยวกับ การรับประทานจากผู้ขาย จำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่.....	100
4.45 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติ ด้านความรู้สึกภูมิใจที่เลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์เพราะมีส่วนช่วยป้องกัน สิ่งแวดล้อมจำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่.....	101
4.46 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติ ด้านความตั้งใจที่จะชักชวนให้คนอื่นบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ จำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่.....	102
4.47 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติ ด้านความตั้งใจที่จะไม่ซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ถ้าหากมีรูปลักษณ์ไม่สวย จำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่.....	103
4.48 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติ ด้านความตั้งใจที่จะเลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ก็ต่อเมื่อได้ศึกษาข้อมูลอย่างดีแล้ว จำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่.....	104
4.49 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่า t ที่ใช้วิเคราะห์ทัศนคติต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ จำแนกตามเพศของผู้ที่ไม่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์.....	105
4.50 ค่าสถิติที่ใช้วิเคราะห์ทัศนคติต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ จำแนกตามอายุของผู้ที่ไม่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์.....	108

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.51 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติ ด้านความเชื่อที่ว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์ต้องได้รับการรับรองจากหน่วยงานที่ เกี่ยวข้องเท่านั้น จำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ที่ไม่เคยบริโภคเป็นรายคู่.....	111
4.52 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติ ด้านความเชื่อที่ว่าผักอินทรีย์ ผักปลอดสารพิษ ผักอนามัย เกิดจากวิธีการปลูกที่เหมือนกัน เพียงแต่เรียกชื่อต่างกัน จำแนกตามอายุของผู้ที่ไม่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์.....	111
4.53 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติ ด้านความรู้สึกละอายใจไม่เชื่อว่าสินค้าที่ติดฉลาก“Organic” หรือ “อินทรีย์” เป็น สินค้าเกษตรอินทรีย์ จำแนกตามอายุของผู้ที่ไม่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์.....	112
4.54 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติ ด้านความตั้งใจที่จะชักชวนให้คนอื่นบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ จำแนกตามอายุของผู้ที่ไม่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์.....	113
4.55 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติ ด้านความตั้งใจที่จะเลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ก็ต่อเมื่อมีปัญหาด้านสุขภาพ จำแนกตามอายุของผู้ที่ไม่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์.....	113
4.56 ค่าสถิติที่ใช้วิเคราะห์ทัศนคติต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ที่ไม่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์.....	114
4.57 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติ ด้านความเชื่อที่ว่ากระบวนการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ช่วยลดการทำลายความสมบูรณ์ ของดินและน้ำ จำแนกตามระดับการศึกษา ของผู้ที่ไม่เคยบริโภคเป็นรายคู่.....	116
4.58 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติ ด้านความเชื่อที่ว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์เป็นสินค้าที่ดีต่อสุขภาพเนื่องจากไม่มีสารพิษตกค้าง จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ที่ไม่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์.....	117

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.59 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติ ด้านความเชื่อที่ว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์มีคุณค่าทางโภชนาการมากกว่าสินค้าทั่วไป จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ที่ไม่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์.....	118
4.60 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติ ด้านความเชื่อที่ว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์มีรสชาติดีกว่าสินค้าทั่วไป จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ที่ไม่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์.....	118
4.61 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติ ด้านความเชื่อที่ว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์ต้องได้รับการรับรองจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เท่านั้น จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ที่ไม่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์.....	119
4.62 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติ ด้านความเชื่อที่ว่าผักอินทรีย์ ผักปลอดสารพิษ ผักอนามัย เกิดจากการปลูกที่เหมือนกันเพียงแต่เรียกชื่อต่างกัน จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ที่ไม่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์.....	120
4.63 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติ ด้านความรู้สึกไม่เชื่อว่าสินค้าที่ติดฉลาก “Organic” หรือ “อินทรีย์” เป็น สินค้า เกษตรอินทรีย์ จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ที่ไม่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์.....	120
4.64 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติ ด้านความรู้สึกมีความไว้วางใจผู้ผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ที่ไม่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์.....	121
4.65 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติ ด้านความรู้สึกเต็มใจที่จะจ่ายเงินซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ซึ่งมีราคาสูงกว่าสินค้าทั่วไป จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ที่ไม่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์.....	122
4.66 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติ ด้านความรู้สึกมั่นใจในคุณภาพสินค้ามากขึ้นหากได้รับความรู้เกี่ยวกับการรับประทาน จากผู้ขาย จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ที่ไม่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์.....	122

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.67 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติ ด้านความรู้สึกว่าเป็นคนทันสมัยที่เลือกบริ โภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ที่ไม่เคยบริ โภคสินค้าเกษตรอินทรีย์.....	123
4.68 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติ ด้านความรู้สึกภูมิใจที่เลือกบริ โภคสินค้าเกษตรอินทรีย์เพราะมีส่วนช่วยป้องกัน สิ่งแวดล้อม จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ที่ไม่เคยบริ โภคสินค้าเกษตรอินทรีย์.....	123
4.69 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติ ด้านความตั้งใจที่จะชักชวนให้คนอื่นบริ โภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ที่ไม่เคยบริ โภคสินค้าเกษตรอินทรีย์.....	124
4.70 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติ ด้านความตั้งใจที่จะไม่ซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ถ้าหากมีรูปลักษณ์ไม่สวย จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ที่ไม่เคยบริ โภคสินค้าเกษตรอินทรีย์.....	124
4.71 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติ ด้านความตั้งใจที่จะเลือกบริ โภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ก็ต่อเมื่อมีปัญหาด้านสุขภาพ จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ที่ไม่เคยบริ โภคสินค้าเกษตรอินทรีย์.....	125
4.72 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติ ด้านตั้งใจที่จะเลือกบริ โภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ก็ต่อเมื่อได้ศึกษาข้อมูลอย่างดีแล้ว จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ที่ไม่เคยบริ โภคสินค้าเกษตรอินทรีย์.....	126
4.73 ค่าสถิติที่ใช้วิเคราะห์ทัศนคติต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ จำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ที่ไม่เคยบริ โภคสินค้าเกษตรอินทรีย์.....	126
4.74 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติ ด้านความเชื่อที่ว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์มีคุณค่าทางโภชนาการมากกว่าสินค้าทั่วไป จำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ที่ไม่เคยบริ โภคเป็นรายคู่.....	129

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.75 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติ ด้านความเชื่อที่ว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์มีรสชาติดีกว่าสินค้าทั่วไป จำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ที่ไม่เคยบริโภคเป็นรายคู่.....	130
4.76 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติ ด้านความเชื่อที่ว่าผักอินทรีย์ปลอดสารพิษ ผักอนามัย เกิดจาก วิธีการปลูกที่เหมือนกันเพียงเรียกชื่อต่างกัน จำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ที่ไม่เคยบริโภคเป็นรายคู่.....	131
4.77 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติ ด้านความรู้สึกว่าไม่เชื่อว่าสินค้าที่ติดฉลาก “Organic” หรือ “อินทรีย์” เป็นสินค้าเกษตรอินทรีย์ จำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ที่ไม่เคยบริโภคเป็นรายคู่.....	132
4.78 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติ ด้านความรู้สึกเต็มใจที่จะจ่ายเงินซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ซึ่งมีราคาสูงกว่าสินค้าทั่วไป จำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ที่ไม่เคยบริโภคเป็นรายคู่.....	133
4.79 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติ ด้านความรู้สึกปลอดภัยที่ได้บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ จำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ที่ไม่เคยบริโภคเป็นรายคู่.....	134
4.80 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติ ด้านความรู้สึกมั่นใจในคุณภาพสินค้ามากขึ้นหากได้รับความรู้เกี่ยวกับการรับประทาน จากผู้ขาย จำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ที่ไม่เคยบริโภคเป็นรายคู่.....	135
4.81 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติ ด้านความรู้สึกว่าเป็นคนทันสมัยที่เลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ จำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ที่ไม่เคยบริโภคเป็นรายคู่.....	136

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.82 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติ ด้านความตั้งใจที่จะไม่บริโภคน้ำมันก๊าดอินทรีย์เพราะหาซื้อได้ยาก จำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ที่ไม่เคยบริโภคเป็นรายคู่.....	137
4.83 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติ ด้านความตั้งใจที่จะเลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ก็ต่อเมื่อมีปัญหาด้านสุขภาพ จำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ที่ไม่เคยบริโภคเป็นรายคู่.....	138
4.84 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติ ด้านความตั้งใจที่จะเลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ก็ต่อเมื่อได้ศึกษาข้อมูลอย่างดีแล้ว จำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ที่ไม่เคยบริโภคเป็นรายคู่.....	139



สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	9
2.1 แบบจำลองพฤติกรรมการซื้อตาม S-R Theory.....	13
2.2 องค์ประกอบทัศนคติ 3 ประการ.....	19
2.3 ส่วนประสมทางการตลาด.....	25
4.1 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยขององค์ประกอบด้านความเชื่อ ของผู้ที่เคยบริโภคและไม่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์.....	73
4.2 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยขององค์ประกอบด้านความรู้สึ ของผู้ที่เคยบริโภคและไม่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์.....	74
4.2 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยขององค์ประกอบด้านความตั้งใจที่จะแสดงออกซึ่งพฤติกรรม ของผู้ที่เคยบริโภคและไม่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์.....	75

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

เกษตรอินทรีย์ (Organic Agriculture) เกิดขึ้นครั้งแรกในกลุ่มประเทศของทวีปยุโรป โดยเกิดจากแนวคิดของ F. H. King และ Sir Albert Howard นักวิทยาศาสตร์ด้านการเกษตร ในปี ค.ศ. 1943 Sir Albert Howard ได้วางหลักการเกษตรอินทรีย์ที่สำคัญไว้เป็นครั้งแรกโดยได้ จัดพิมพ์ผลงานสำคัญชื่อว่า An Agricultural Testament ซึ่งเป็นการศึกษาจากระบบเกษตรกรรม แบบพื้นเมืองของประเทศทางตะวันออก ได้แก่ จีน เกาหลี ญี่ปุ่น และอินเดีย โดยมีหลักการที่สำคัญ คือ สุขภาพที่ดีเป็นพื้นฐานของสิ่งมีชีวิตทั้งหมดบนพื้น โลก สุขภาพที่ดีมีความเกี่ยวข้องกับ ดิน พืช สัตว์ และมนุษย์ ซึ่งจะเชื่อมโยงประสานซึ่งกันและกัน (วรรณลดา สุนันท์พงศ์ศักดิ์, www, 2547)

ปี ค.ศ. 1972 มีการก่อตั้งสหพันธ์เกษตรอินทรีย์นานาชาติ (International Federation of Organic Agriculture Movements - IFOAM) โดยความคิดริเริ่มของประชาชนกลุ่มเกษตรกรในประเทศฝรั่งเศส ร่วมกับสมาชิกประเทศต่าง ๆ ได้แก่ อินเดีย อังกฤษ เยอรมัน และแคนาดา เป็นองค์กรเอกชนด้านเกษตรอินทรีย์ซึ่งจัดตั้งขึ้นเพื่อกำหนดมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ที่ใช้ทั่วโลกให้มี หลักการเดียวกัน แต่ในทางปฏิบัติมีวิธีที่หลากหลาย ขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมของแต่ละท้องถิ่น หลักการสำคัญมี 4 ประการ ได้แก่

1. หลักการด้านสุขภาพ (Health) คือ ต้องส่งเสริมและสร้างความยั่งยืนให้กับ สุขภาพ โดยมุ่งเน้นที่จะผลิตอาหารที่มีคุณภาพสูง และมีคุณค่าทางโภชนาการ เพื่อสนับสนุนให้ มนุษย์ได้มีสุขภาพที่ดีขึ้น ด้วยเหตุนี้ เกษตรอินทรีย์จึงเลือกที่จะปฏิเสธการใช้ปุ๋ยเคมี สารเคมีกำจัด ศัตรูพืช เวชภัณฑ์ และสารปรุงแต่งอาหารที่อาจมีอันตรายต่อสุขภาพ

2. หลักการด้านระบบนิเวศน์ (Ecology) คือ การผลิตต้องสอดคล้องกับวิถีแห่ง ธรรมชาติรวมถึงช่วยให้ระบบและวัฏจักรธรรมชาติเพิ่มพูนและยั่งยืนมากขึ้น โดยการเรียนรู้และ สร้างระบบนิเวศน์ให้เหมาะสมกับการผลิตแต่ละชนิด เช่น กรณีปลูกพืชเกษตรกรจะต้องปรับปรุง ดินให้มีชีวิต หรือกรณีเลี้ยงสัตว์เกษตรกรต้องใส่ใจกับระบบนิเวศน์โดยรวมของฟาร์ม หรือกรณี เพาะเลี้ยงสัตว์น้ำเกษตรกรต้องใส่ใจกับระบบนิเวศน์ของบ่อเลี้ยง เป็นต้น เกษตรกรควรใช้ปัจจัย การผลิตและพลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ เน้นการใช้ซ้ำ การหมุนเวียน เพื่อที่จะอนุรักษ์ทรัพยากร และสิ่งแวดล้อมให้มีความยั่งยืน

3. หลักการด้านความเป็นธรรม (Fairness) คือ ต้องตั้งอยู่บนความสัมพันธ์ที่มีความเป็นธรรมระหว่างสิ่งแวดล้อมโดยรวมและสิ่งมีชีวิต เช่น ความสัมพันธ์ของคนที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิตและการจัดการผลผลิตในทุกระดับ เริ่มต้นจากเกษตรกร คนงาน ผู้แปรรูป ผู้จัดจำหน่าย ผู้ค้า และผู้บริโภค รวมถึงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่นำมาใช้ในการผลิตและการบริโภค ความเป็นธรรมนี้รวมถึงความเท่าเทียม การเคารพ ความยุติธรรม และการมีส่วนร่วมในการปกป้องพิทักษ์โลก ทั้งในระหว่างมนุษย์ด้วยกันเอง และระหว่างมนุษย์กับสิ่งมีชีวิตอื่น

4. หลักการด้านการมีจิตสำนึกที่ดี (Care) คือ การบริหารจัดการต้องดำเนินการอย่างระมัดระวังและรับผิดชอบ เพื่อปกป้องสุขภาพและความเป็นอยู่ของผู้คนทั้งในปัจจุบันและอนาคต รวมทั้งพิทักษ์ปกป้องสภาพแวดล้อมโดยรวม ดังนั้นการนำเทคโนโลยีการผลิตใหม่ ๆ มาใช้จะต้องมีการประเมินผลกระทบโดยพิจารณาถึงความจำเป็นและระบบคุณค่าของผู้ที่เกี่ยวข้องโดยเฉพาะผู้ที่อาจจะได้รับผลกระทบ และจะต้องมีการปรึกษาหารืออย่างโปร่งใสและมีส่วนร่วม (วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี, www, 2554)

ในปี ค.ศ. 1973 มีการก่อตั้งสถาบันวิจัยด้านเกษตรอินทรีย์ชื่อว่า Forschungsinstitut für Biologischen Landbau (FiBL) หรือ The Research Institute of Organic Agriculture ประเทศสวิตเซอร์แลนด์ ซึ่งถูกพัฒนาให้เป็นสถาบันวิจัยด้านเกษตรอินทรีย์ที่ใหญ่ที่สุดของโลก

จากรายงานผลการศึกษาด้านเกษตรอินทรีย์เรื่อง “The World of Organic Agriculture: Statistic and Emerging Trends 2008” โดยความร่วมมือของหลายหน่วยงาน เช่น IFOAM FiBL และ Foundation Ecology and Agriculture พบว่าพื้นที่เพาะปลูกที่อยู่ภายใต้การรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ในปัจจุบันมีอยู่ประมาณ 30.4 ล้านเฮกเตอร์ เพิ่มขึ้นจากสถิติเดิมประมาณ 1.8 ล้านเฮกเตอร์ โดยประเทศที่มีพื้นที่เพาะปลูกมากที่สุด คือ ออสเตรเลีย (12.3 ล้านเฮกเตอร์) รองลงมา ได้แก่ จีน (2.3 ล้านเฮกเตอร์) อาร์เจนตินา (2.2 ล้านเฮกเตอร์) และสหรัฐอเมริกา (1.6 ล้านเฮกเตอร์) เมื่อคิดสัดส่วนพื้นที่เพาะปลูกด้วยระบบเกษตรอินทรีย์ตามทวีปต่าง ๆ พบว่า ทวีปเอเชียและทวีปออสเตรเลีย มีสัดส่วนมากที่สุด คือ ร้อยละ 42 ของพื้นที่ทั้งหมด รองลงมา ได้แก่ ทวีปยุโรป (ร้อยละ 24) ทวีปอเมริกาใต้ (ร้อยละ 16) ตามลำดับ (ศูนย์ปฏิบัติการตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์, www, 2551) จากรายงานของกองสนเทศเศรษฐกิจ กรมเศรษฐกิจระหว่างประเทศ พบว่าตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์โลกมีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้นเรื่อย ๆ เนื่องจากประชากรมีความรู้มากขึ้น โดยเฉพาะในประเทศพัฒนาแล้ว ประชากรเริ่มตระหนักถึงความสำคัญของความปลอดภัยในการบริโภคอาหาร และกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (กรองยุโรปเพื่อไทย, www, 2551) จากข้อมูล พ.ศ. 2550 พบว่าตลาดอาหารเกษตรอินทรีย์ทั่วโลกมีมูลค่าตลาดอาหารเกษตรอินทรีย์โลกในปี 2550 เติบโตเพิ่มขึ้น 10.9% เมื่อเทียบกับปี 2549 คิดเป็นมูลค่าตลาดสูงถึง 1.4 ล้านล้านบาท และคาดการณ์ว่าในปี 2555 มูลค่าตลาดจะเพิ่มสูงขึ้นถึง 2.2 ล้านล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น

53.6% เมื่อเทียบจากปี 2550 โดยผลิตภัณฑ์ ที่มีมูลค่าตลาดมากที่สุด ได้แก่ ผลไม้ และผัก คิดเป็นสัดส่วน 35.4% ของมูลค่าตลาดรวมอาหารเกษตรอินทรีย์ ทั้งนี้ ตลาดที่มีขนาดใหญ่และผู้บริโภคมีกำลังซื้อสูง ได้แก่ สหภาพยุโรป เช่น เยอรมนี อิตาลี รวมถึงสหรัฐฯ แคนาดา และญี่ปุ่น โดยส่วนแบ่งการตลาดของสหภาพยุโรปและสหรัฐอเมริกา รวมกันครองตลาดถึงร้อยละ 96 ของมูลค่าตลาดเกษตรอินทรีย์โลก (ศูนย์รวบรวมข้อมูลธุรกิจเฟรนไชส์ที่ใหญ่ที่สุดในโลก, www, 2011) ปัจจุบันมีการคาดการณ์มูลค่าการตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์ทั่วโลกในปี พ.ศ. 2555 ประมาณ 3.25 ล้านล้านบาท (สายสวรรค์ ขยันยิ่ง, www, 2554) เห็นได้ว่าแนวโน้มการเจริญเติบโตของตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์โลกมีเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่ถึงอย่างงั้นยังมีสัดส่วนน้อยเมื่อเทียบกับการค้าผลิตภัณฑ์อาหารโดยรวมของโลก ดังนั้นจึงเป็น โอกาสของสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่จะขยายตลาดได้ต่อไป โดยมีปัจจัยหนุนสำคัญที่ทำให้ความต้องการสินค้าเกษตรอินทรีย์มีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง ดังนี้

1. การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค ผู้บริโภคในตลาดโลกถึง 1 ใน 3 เริ่มเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการบริโภคหันมาบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์มากขึ้นจากปัจจัยสนับสนุนของกระแสการรักษาสุขภาพและกระแสการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ทำให้เกิดความต้องการสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งสิ่งที่เห็นได้อย่างชัดเจนถึงแนวโน้มที่แจ่มใสของสินค้าเกษตรอินทรีย์คือ ช่องทางการจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์เข้ามาอยู่ในช่องทางการจัดจำหน่ายหลัก โดยเฉพาะซูเปอร์มาร์เก็ต ซึ่งเป็นแหล่งจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคของผู้บริโภคในปัจจุบัน จากที่สินค้าเกษตรอินทรีย์เคยจัดจำหน่ายในมุมเฉพาะ ร้านจำหน่ายสินค้าเพื่อสุขภาพ และการจัดจำหน่ายโดยตรงของเกษตรกร อย่างไรก็ตามปัจจัยสำคัญในการเลือกซื้อสินค้าอาหารและเครื่องดื่มที่เป็นสินค้าเกษตรอินทรีย์ 5 อันดับแรก คือ รสชาติ คุณค่าทางโภชนาการ มีปริมาณการผลิตที่สม่ำเสมอ การผลิตเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และราคา ซึ่งถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ประเทศผู้ผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ต้องตระหนักถึงปัจจัยเหล่านี้

2. มาตรการกีดกันทางการค้าต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับสินค้าเกษตร โดยเฉพาะมาตรการด้านสุขอนามัย และมาตรการด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งเมื่อแต่ละประเทศเริ่มมีข้อตกลงที่จะดำเนินนโยบายเขตการค้าเสรีระหว่างกัน โดยการลดภาษีและลดการอุดหนุนต่าง ๆ ที่เป็นอุปสรรคทางการค้า ทำให้แต่ละประเทศเริ่มหันมาเข้มงวดในมาตรการที่ไม่ใช่มาตรการทางภาษีมากขึ้น โดยเฉพาะการตรวจสอบปริมาณสารเคมีตกค้างในผลิตภัณฑ์ และการใช้สารเคมีต้องห้ามในขั้นตอนการผลิต ดังนั้นบรรดาประเทศผู้ส่งออกสินค้าเกษตรจึงปรับการผลิต โดยการหันมาขยายการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์มากยิ่งขึ้น นอกจากนี้รัฐบาลหลายประเทศมีมาตรการจูงใจให้เกษตรกรหันมาผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ การศึกษาวิจัยการผลิต การตลาด และพฤติกรรมผู้บริโภค ทั้งนี้เพื่อให้เกษตรกรสามารถผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ตรงตามความต้องการของตลาด

3. การปรับมาตรฐานสินค้าเกษตรอินทรีย์ให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน ทั้งในด้านการ

ผลิต การค้า การตรวจสอบสินค้า และมาตรฐานฉลากสินค้าเกษตรอินทรีย์ แม้ว่าหลักสำคัญในการตรวจสอบสินค้าเกษตรอินทรีย์คือ การตรวจสอบถึงระดับขั้นตอนการผลิตว่าไม่มีการใช้สารเคมี แต่ในปัจจุบันแต่ละประเทศต่างก็มีการกำหนดมาตรฐานรายละเอียดในการตรวจสอบสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่แตกต่างกันซึ่งนับว่าเป็นอุปสรรคสำคัญประการหนึ่งในการขยายตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์ ดังนั้นองค์การระหว่างประเทศ ได้แก่ โคเด็กซ์ (Codex Alimentarius) ซึ่งเป็นความร่วมมือระหว่างองค์การอาหารและเกษตรแห่งสหประชาชาติและองค์การอนามัยโลก และ IFOAM จึงร่วมมือกันเพื่อปรับปรุงมาตรฐานสินค้าเกษตรอินทรีย์ให้เป็นมาตรฐานสากล ซึ่งการปรับมาตรฐานดังกล่าวจะช่วยให้ประเทศต่าง ๆ เกิดความเข้าใจในทิศทางเดียวกันและทำให้เกิดความชัดเจนในการดำเนินงานมากยิ่งขึ้น (ศูนย์วิจัยกสิกรรมไทย, www, 2547)

การศึกษาความต้องการที่แท้จริงของผู้บริโภคเป็นสิ่งสำคัญเพื่อการวางแผนการผลิตและการวางแผนการตลาดทั้งภายในและภายนอกประเทศ ซึ่งจากการศึกษาของ Willer and Youssefi 2006 พบว่า ตลาดในยุโรป ประเทศที่มีการขายปลีกมากและเติบโตมาเรื่อย ๆ คือ อังกฤษ เดนมาร์ก สวีเดน เยอรมนี และเนเธอร์แลนด์ ประเทศที่มีความจำเป็นที่จะต้องนำเข้าเพิ่มขึ้น คือ อิตาลี สวิตเซอร์แลนด์ และประเทศที่เข้าถึงสินค้าเกษตรอินทรีย์ค่อนข้างยาก คือ ออสเตรีย ฟินแลนด์ ฝรั่งเศส ไอร์แลนด์ นอร์เวย์ และสเปน สำหรับทัศนคติของผู้บริโภคในยุโรป พบว่า ร้อยละ 59 รู้ว่าเกษตรอินทรีย์ไม่ใช้สารเคมี ร้อยละ 53 เชื่อว่าอาหารเกษตรอินทรีย์เพราะถูกสุขลักษณะ และร้อยละ 43 เชื่อว่ามีรสชาติดีกว่าอาหารทั่วไป ในขณะที่ตลาดอเมริกามีการเปลี่ยนแปลงไปมาก คือ อเมริกามีผู้ผลิตสินค้าทางด้านนี้มากขึ้น และมีการนำเข้าวัตถุดิบเกษตรอินทรีย์มากขึ้นด้วย ปัจจุบันอเมริกามีร้านขายผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์รวม 12,256 แห่ง โดยเครือข่ายใหญ่ คือ Whole Foods, Wild Oats และ Traders' Joe ส่วนการกระจายตัวในตลาด 5 อันดับแรก คือ แคลิฟอร์เนีย 1,937 ร้าน ฟลอริดา 853 ร้าน เทกซัส 785 ร้าน นิวยอร์ก 751 ร้าน และอิลลินอยส์ 518 ร้าน ทัศนคติของผู้บริโภคในอเมริกาพบว่า คนอเมริการ้อยละ 87 คาดหวังเรื่องรสชาติ ร้อยละ 83 คาดหวังเรื่องของรูปลักษณะของสินค้า ร้อยละ 74 คาดหวังเรื่องความสะดวก ร้อยละ 70 คาดหวังเรื่องระดับความสูงงอม และ ร้อยละ 57 คาดหวังเรื่องคุณค่าทางโภชนาการ สำหรับปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจซื้อของคนอเมริกันพบว่า ร้อยละ 12 ระบุว่าที่ตัดสินใจซื้อเพราะทราบว่าเป็นสินค้าเกษตรอินทรีย์ ร้อยละ 32 ระบุว่าสินค้าที่มีแนวโน้มปลอดภัยมากกว่าอาหารประเภทอื่น และ ร้อยละ 79 เชื่อมันมากกว่าอาหารในซูเปอร์มาร์เก็ต (บลี้อคความรู้, www, 2554)

สำหรับประเทศไทย เกษตรอินทรีย์เริ่มเข้ามามีบทบาทตั้งแต่ปี พ.ศ. 2535 และมีการกำหนดใช้มาตรฐานการผลิตพืชอินทรีย์หลังจากผ่านการปรับปรุงแก้ไขครั้งสุดท้ายเมื่อวันที่ 18 ตุลาคม พ.ศ. 2543 โดยคณะทำงานเฉพาะกิจปรับปรุงมาตรฐานการผลิตพืชอินทรีย์ของประเทศไทยและผ่านการเห็นชอบของคณะกรรมการบริหารงานวิจัยและพัฒนาเกษตรอินทรีย์ กรมวิชาการเกษตร

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ซึ่งนอกจากการกำหนดมาตรฐานพืชอินทรีย์แล้ว ทางกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ยังดำเนินการกำหนดมาตรฐานสัตว์น้ำอินทรีย์และปศุสัตว์อินทรีย์ทั้งนี้เพื่อให้มาตรฐานเกษตรอินทรีย์ในประเทศนั้นครอบคลุมสินค้าเกษตรทุกประเภท ซึ่งเมื่อนำสินค้าเกษตรอินทรีย์เหล่านี้ไปแปรรูปก็ยิ่งถือว่าสินค้าอาหารเหล่านั้นเป็นสินค้าอินทรีย์ด้วย จากข้อมูลล่าสุดในปี พ.ศ. 2550 ประเทศไทยมีพื้นที่การปลูกเกษตรอินทรีย์ 119,722.81 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 0.091 ของพื้นที่เกษตรกรรมทั้งหมดของประเทศซึ่งมีจำนวน 131,270,000 ไร่ ลดลงจากปี พ.ศ. 2549 จำนวน 21,217.17 ไร่ และมีฟาร์มเกษตรอินทรีย์จำนวน 3,924 ฟาร์ม คิดเป็นร้อยละ 0.077 จากจำนวนฟาร์มทั้งหมดในประเทศจำนวน 5,100,000 แห่ง ลดลงจากปี พ.ศ. 2549 จำนวน 3,640 ฟาร์ม (สหกรณ์กรีนเนท, www, 2553) ซึ่งศูนย์วิจัยกสิกรรมไทยได้ทำการศึกษาปัญหาการลดลงของพื้นที่การผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ไว้ดังนี้

1. ความสับสนของเกษตรกรและผู้บริโภคในเรื่องมาตรฐานผลผลิตของเกษตรอินทรีย์และอาหารสุขภาพอื่น ๆ โดยเฉพาะความแตกต่างของมาตรฐานผลผลิตเกษตรปลอดภัยจากสารพิษหรือสินค้าเกษตรออร์แกนิกและเกษตรอินทรีย์ซึ่งผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังมีความเข้าใจว่าผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษหรือไร้สารพิษ คือ ผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ เนื่องจากเกษตรกรและผู้บริโภคยังไม่มีความรู้เพียงพอในการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ ซึ่งในประเด็นนี้ทางหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องและภาคเอกชนได้เร่งดำเนินการส่งเจ้าหน้าที่ออกไปให้คำแนะนำ ให้คำปรึกษากับเกษตรกร และให้ความรู้ที่ถูกต้องแก่ผู้บริโภค เพื่อส่งเสริมให้มีการผลิตและการบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ รวมทั้งการเร่งประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภคเข้าใจในเรื่องสินค้าเกษตรอินทรีย์ เพื่อขยายฐานผู้บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ในประเทศให้เพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้การประชาสัมพันธ์ถึงหลักเกณฑ์การผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ของไทยที่อิงมาตรฐานสากลก็จะมีส่วนช่วยอย่างมากต่อการขยายการส่งออกสินค้าเกษตรอินทรีย์ของไทย สินค้าเกษตรอินทรีย์ที่น่าสนใจสำหรับเกษตรกรไทย คือ ข้าว ผัก ผลไม้เมืองร้อน เครื่องเทศ สมุนไพร ชา กาแฟ ผลิตภัณฑ์ปศุสัตว์ และผลิตภัณฑ์ประมงโดยเฉพาะผลิตภัณฑ์จากการเพาะเลี้ยงชายฝั่ง ซึ่งสินค้าเหล่านี้ไทยมีความได้เปรียบในการผลิต และสินค้าไทยเป็นที่รู้จักอย่างดีในตลาดโลก ดังนั้นการหันมาผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ในประเทศที่ได้รับการรับรองจากหน่วยงานราชการเท่ากับเป็นการเพิ่มทางเลือกให้กับผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศ

2. ปัจจุบันมีการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์เพียงไม่กี่ชนิด เนื่องจากประเทศไทยยังอยู่ในช่วงระยะเริ่มต้นของการพัฒนาเกษตรอินทรีย์การผลิตจึงยังเป็นการผลิตแบบง่าย ๆ ที่ไม่ได้ใช้เทคโนโลยีที่ซับซ้อน และเป็นการผลิตสินค้าเกษตรพื้นฐาน เช่น ข้าว ผัก ผลไม้สด เป็นต้น การแปรรูปผลิตภัณฑ์ยังมีอยู่น้อย เพราะวัตถุดิบมีปริมาณไม่มากและปริมาณการผลิตยังขาดความต่อเนื่อง ทั้งนี้เพื่อให้เกษตรกรมีความมั่นใจทั้งในด้านการผลิตและการตลาด ซึ่งการเพิ่มความหลากหลาย

ของสินค้าและการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคจะเป็นการช่วยในการเจาะขยายตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

3. ราคาสินค้าเกษตรอินทรีย์อยู่ในเกณฑ์สูงเมื่อเปรียบเทียบกับราคาสินค้าเกษตรอินทรีย์แพงกว่าสินค้าเกษตรทั่วไปเฉลี่ยประมาณร้อยละ 15-30 ในกรณีของเกษตรกรรายย่อย และประมาณร้อยละ 5-10 ในกรณีของเกษตรกรรายใหญ่หรือเกษตรกรที่รวมตัวกันเป็นเครือข่ายหรือสหกรณ์ ทำให้ตลาดยังจำกัดอยู่เฉพาะในกลุ่มผู้มีรายได้สูง สาเหตุที่สินค้าเกษตรอินทรีย์มีราคาแพงก็เพราะต้นทุนการผลิตอยู่ในเกณฑ์สูง อันเป็นผลจากผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่อยู่ในเกณฑ์ที่ต่ำกว่าการทำเกษตรกรรมปกติ และต้องใช้แรงงานในการดูแลโดยเฉพาะในเรื่องการกำจัดแมลงศัตรูมากกว่า นอกจากนี้การผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์มีโอกาที่จะถูกศัตรูพืชสร้างความเสียหายได้ง่ายถ้าเกษตรกรไม่รู้จักรักษาป้องกันอย่างถูกวิธี ทำให้เมื่อคำนวณต้นทุนการผลิตแล้วจะสูงกว่าสินค้าเกษตรทั่วไป อย่างไรก็ตามคาดว่าเมื่อมีการส่งเสริมการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์เพิ่มมากขึ้น ราคาสินค้าเกษตรอินทรีย์มีแนวโน้มจะลดลง และมีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น (ศูนย์ปฏิบัติการข้อมูลการตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์, www, 2551)

ในเดือนมกราคม พ.ศ. 2548 รัฐบาลไทยได้สนับสนุนยุทธศาสตร์เกษตรอินทรีย์ให้เป็นวาระแห่งชาติ เพื่อความปลอดภัยของผู้บริโภค ลดการใช้สารเคมีในระบบการผลิตและเตรียมความพร้อมให้ประเทศไทยเป็นครัวโลก (Kitchen of The World) ซึ่งถือเป็นก้าวสำคัญในการจูงใจให้เกษตรกรหันไปทำเกษตรอินทรีย์เพื่อผลิตอาหารที่มีคุณภาพและปลอดภัยในเชิงพาณิชย์ ในปี พ.ศ. 2549 มีพื้นที่เกษตรอินทรีย์รวมทั้งสิ้น 137,500 ไร่ คิดเป็นสัดส่วนพื้นที่ทำเกษตรอินทรีย์ไม่ถึงร้อยละ 0.1 ของพื้นที่เกษตรกรรมทั้งหมดของประเทศ จากรายงานเดือนมกราคม พ.ศ. 2551 ประเทศไทยมีพื้นที่ทำการเกษตรอินทรีย์ ทั้งกลุ่มพืชผัก การประมง และปศุสัตว์รวมทั้งสิ้น 140,963 ไร่ (ศูนย์ปฏิบัติการข้อมูลการตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์, www, 2551) โดยที่สถาบันอาหารได้เปิดเผยส่วนมูลค่าตลาดเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยในปี พ.ศ. 2549 มีมูลค่าประมาณ 947 ล้านบาท แบ่งเป็นมูลค่าตลาดภายในประเทศ 520 ล้านบาท และมูลค่าตลาดส่งออก 427 ล้านบาท ซึ่งการจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ของไทยไปยังต่างประเทศ มีตลาดส่งออกที่สำคัญอันดับ 1 ได้แก่ กลุ่มประเทศในสหภาพยุโรป รองลงมา คือ ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา และสิงคโปร์ ตามลำดับ โดยมีข้าวเป็นสินค้าส่งออกหลัก รองลงมา ได้แก่ ผัก ผลไม้ ข้าวโพด สมุนไพร และเครื่องเทศ (ผู้จัดการออนไลน์, www, 2551) และได้มีการศึกษาปัญหาและอุปสรรคของการเกษตรอินทรีย์ไทยด้านการผลิตและการส่งเสริมการตลาดของ ซึ่งสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ก็ได้จัดทำการวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อน (SWOT Analysis) สภาพการณ์ของเกษตรอินทรีย์ไทยปี พ.ศ. 2550 พบว่า ประเทศไทยมีจุดแข็ง ในเรื่องของความเหมาะสมทางภูมิศาสตร์ เกษตรกรมีประสบการณ์ มีเครือข่ายองค์กรพัฒนาเอกชนที่เข้มแข็ง และเกษตรกรเริ่มให้ความสนใจกับ

มาตรฐานการผลิต แต่มีจุดอ่อน คือ เกษตรกรและผู้บริโภคขาดความเข้าใจอย่างแท้จริง ขาดการพัฒนาในด้านพัฒนาและวิจัย ความเคยชินของเกษตรกรในการใช้สารเคมี ไม่มีระบบข้อมูล และระบบมาตรฐานไทยยังไม่เป็นที่น่าเชื่อถือ ในขณะที่ภาครัฐให้ความสำคัญในการแก้ปัญหา รวมถึงความต้องการการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของโลกเพิ่มขึ้นจึงถือได้ว่าเป็นโอกาสที่ดี แต่อย่างไรก็ตามยังมีข้อจำกัดในเรื่องการบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ในประเทศซึ่งมีจำกัด รวมถึงการแข่งขันในตลาดโลกเพิ่มขึ้น

ดังนั้นรัฐบาลจึงได้ออกแผนปฏิบัติการพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ พ.ศ. 2551-2554 เพื่อสร้างความมั่นคงทางอาหาร รายได้และแก้ปัญหาความยากจนของเกษตรกร เกิดการปรับวิถีการผลิตทางการเกษตรที่เกื้อกูลธรรมชาติ นำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน ตลอดจนเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของสินค้าเกษตรอินทรีย์ และสร้างเครือข่ายให้เข้มแข็งและเชื่อมโยงทั้งระบบ รวมถึงพัฒนาให้ไทยเป็นแหล่งผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ของภูมิภาค โดยมีกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ การเกษตร กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี กระทรวงอุตสาหกรรม และสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ เป็นผู้รับผิดชอบในการดำเนินงาน ซึ่งมียุทธศาสตร์หลัก 4 ข้อ โดยการส่งเสริมให้มีการสร้างความรู้และความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์ต่อผู้บริโภคเป็นส่วนหนึ่งของยุทธศาสตร์ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2551) และยุทธศาสตร์ข้างต้นยังมีความสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550-2554) ซึ่งได้กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ให้มีการส่งเสริมการทำเกษตรอินทรีย์เพื่อฟื้นฟูสภาพดิน ลดการใช้สารเคมี และยกระดับคุณภาพสินค้า รวมถึงส่งเสริมการผลิตสินค้าที่ปลอดภัย ปลอดภัยสารพิษ เพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันทางเศรษฐกิจ โดยกลุ่มภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ประกอบด้วย จังหวัดนครราชสีมา ชัยภูมิ บุรีรัมย์ และสุรินทร์ ได้วางแผนพัฒนาการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ ให้ได้มาตรฐานเกษตรอินทรีย์และการแปรรูปสินค้า เพิ่มประสิทธิภาพการผลิต และสร้างความมั่นคงด้านอาหาร สนับสนุนนโยบายครัวของโลก

จากการศึกษาปัญหาของตลาดเกษตรอินทรีย์และการแก้ไขปัญหาดังกล่าวของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องนั้นต้องใช้ข้อมูลหลายด้านเพื่อประกอบการวางแผนงานให้เป็นไปตามยุทธศาสตร์ซึ่งข้อมูลในส่วนของผู้บริโภคก็เป็นประเด็นที่ต้องทำการศึกษาเพื่อทำการวางแผนการสื่อสารทางการตลาด โดยมีหนึ่งปัจจัยทางจิตวิทยาที่นักการตลาดให้ความสนใจ คือ ทักษะคิด เนื่องจากเป็นตัวกำหนดท่าทีหรือความมีใจใฝ่ใฝ่ที่มีต่อผลิตภัณฑ์หรือวัตถุต่าง ๆ โดยการศึกษาทำความเข้าใจในเรื่องทักษะคิดของผู้บริโภคเป็นอย่างดีจะเป็นพื้นฐานสำคัญที่จะนำไปสู่การวางแผนการตลาดที่ดี (ดารา ทีปะปาล , 2546) ทักษะคิดเป็นสิ่งที่ประกอบขึ้นมาจากองค์ประกอบ 3 ประการ คือ ความเข้าใจ (Cognition) ความรู้สึก (Affect) และพฤติกรรม (Conation) (Schiffman and Kanuk, 2007) โดยแต่ละองค์ประกอบนั้นมี

ความสัมพันธ์กัน เริ่มตั้งแต่ผู้บริโภคจะรวบรวมความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะทำให้เกิดการเรียนรู้และความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ จากนั้นจะเกิดเป็นความรู้สึกต่อผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะมีผลจงใจทำให้เกิดพฤติกรรม ดังนั้นถ้าต้องการมีอิทธิพลเหนือพฤติกรรมผู้บริโภค ต้องให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ต่อผู้บริโภค รวมถึงการใช้สิ่งเร้าอื่นๆ เข้าไปในตัวผู้บริโภคเพื่อเป็นการสร้างอิทธิพลให้มีความเข้าใจและความรู้สึกเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่อก่อให้เกิดแนวโน้มที่จะซื้อ ในส่วนของพฤติกรรมซื้อและการใช้ของผู้บริโภคจะช่วยให้ นักการตลาดสามารถจัดกลยุทธ์การตลาดที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม

ดังนั้นการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาทัศนคติต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ของผู้บริโภค โดยศึกษาในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ได้แก่ จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดชัยภูมิ จังหวัดบุรีรัมย์ และจังหวัดสุรินทร์ ซึ่งเป็นไปตามยุทธศาสตร์การพัฒนาคะวันออกเฉียงเหนือ ตอนล่าง 1 เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนการตลาดและสื่อสารการตลาดเพื่อกระตุ้นตลาดให้เกิดความต้องการการบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์เพิ่มมากขึ้น

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ทัศนคติต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ของผู้บริโภคในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ได้มีการกำหนดวัตถุประสงค์ที่สำคัญดังต่อไปนี้

1.2.1 เพื่อศึกษาทัศนคติต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ของผู้บริโภคในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1

1.2.2 เพื่อศึกษาความแตกต่างของทัศนคติต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ของผู้บริโภคในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1

1.2.3 เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1

1.3 สมมติฐานการวิจัย

จากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลต่าง ๆ ผู้วิจัยได้มีการตั้งสมมติฐานการวิจัย เพื่อใช้เป็นกรอบและแนวทางในการวิจัยดังต่อไปนี้

สมมติฐานที่ 1 เพศของผู้ที่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่แตกต่างกันจะมีทัศนคติต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 อายุของผู้ที่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่แตกต่างกันจะมีทัศนคติต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 ระดับการศึกษาของผู้ที่เคยบริโภคน้ำมันคั่วเกษตรอินทรีย์ที่แตกต่างกันจะมีทัศนคติต่อสินค้าน้ำมันคั่วเกษตรอินทรีย์ต่างกัน

สมมติฐานที่ 4 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ที่เคยบริโภคน้ำมันคั่วเกษตรอินทรีย์ที่แตกต่างกันจะมีทัศนคติต่อสินค้าน้ำมันคั่วเกษตรอินทรีย์ต่างกัน

สมมติฐานที่ 5 เพศของผู้ที่ไม่เคยบริโภคน้ำมันคั่วเกษตรอินทรีย์ที่แตกต่างกันจะมีทัศนคติต่อสินค้าน้ำมันคั่วเกษตรอินทรีย์ต่างกัน

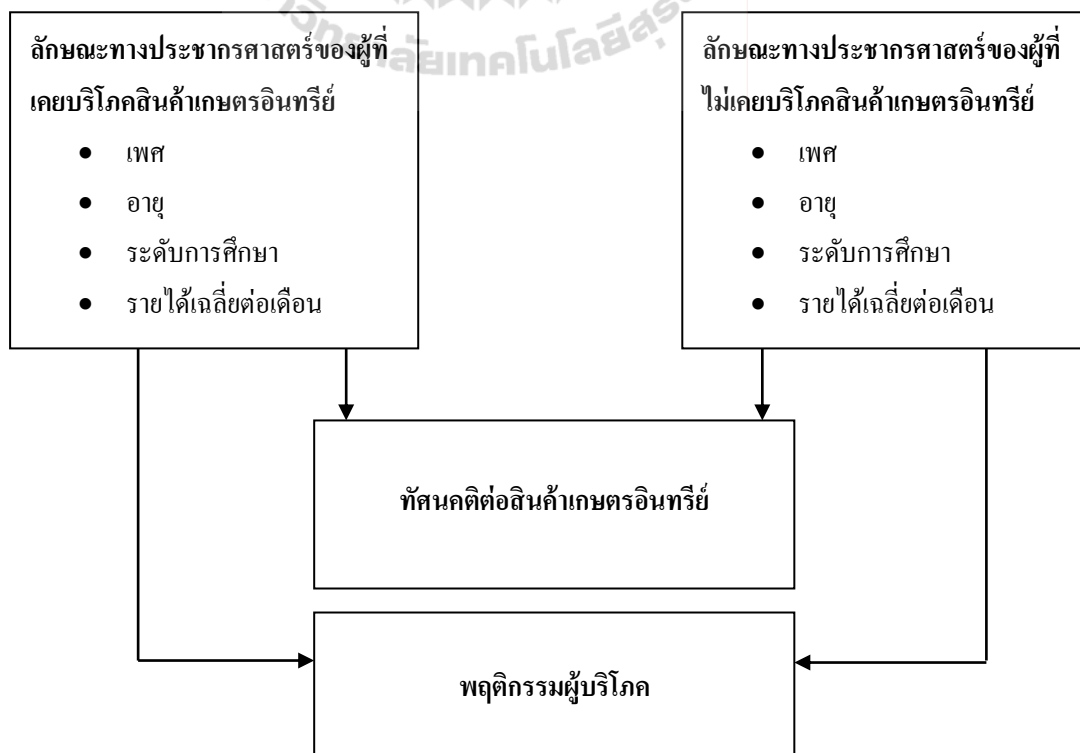
สมมติฐานที่ 6 อายุของผู้ที่ไม่เคยบริโภคน้ำมันคั่วเกษตรอินทรีย์ที่แตกต่างกันจะมีทัศนคติต่อสินค้าน้ำมันคั่วเกษตรอินทรีย์ต่างกัน

สมมติฐานที่ 7 ระดับการศึกษาของผู้ที่ไม่เคยบริโภคน้ำมันคั่วเกษตรอินทรีย์ที่ต่างกันจะมีทัศนคติต่อสินค้าน้ำมันคั่วเกษตรอินทรีย์ต่างกัน

สมมติฐานที่ 8 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ที่ไม่เคยบริโภคน้ำมันคั่วเกษตรอินทรีย์ที่แตกต่างกันจะมีทัศนคติต่อสินค้าน้ำมันคั่วเกษตรอินทรีย์ต่างกัน

1.4 กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการประมวลผลข้อมูลต่าง ๆ ในเบื้องต้น ผู้วิจัยได้สรุปเป็นกรอบแนวคิดที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ และสมมติฐานข้างต้นของการวิจัยครั้งนี้ ดังแสดงในภาพที่ 1.1



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

1.5 ขอบเขตของการวิจัย

ในการศึกษาเรื่องทัศนคติต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ของผู้บริโภคเฉพาะในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 จะศึกษาเฉพาะประชากรใน 4 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดนครราชสีมา ชัยภูมิ บุรีรัมย์ และสุรินทร์ ซึ่งแบ่งตามยุทธศาสตร์การพัฒนาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10

1.6 ตัวแปรที่ศึกษาในงานวิจัย

1.6.1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ที่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่ต่างกันจะมีทัศนคติต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ต่างกัน

ตัวแปรต้น (Independent Variables) คือ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ที่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ ประกอบด้วย 4 ตัวแปร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตัวแปรตาม (Dependent Variables) คือ ทัศนคติต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์

1.6.2 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ที่ไม่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่ต่างกันจะมีทัศนคติต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ต่างกัน

ตัวแปรต้น (Independent Variables) คือ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ของผู้ที่ไม่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ ประกอบด้วย 4 ตัวแปร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตัวแปรตาม (Dependent Variables) คือ ทัศนคติต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยหวังว่าผู้ที่เกี่ยวข้อง เช่น นักการตลาด ฟาร์มเพาะปลูก ฟาร์มปศุสัตว์ หน่วยงานราชการ ตลอดจนธุรกิจต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับสินค้าเกษตรอินทรีย์ จะได้รับผลประโยชน์ดังต่อไปนี้

- 1.7.1 เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์ด้านการตลาด
- 1.7.2 เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์
- 1.7.3 เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสื่อสารทางการตลาดให้แก่ผู้บริโภค

1.8 คำนิยามศัพท์

ทัศนคติ หมายถึง ความรู้ความเข้าใจ หรือความเชื่อ ความรู้สึก และความตั้งใจที่จะแสดงออกซึ่งพฤติกรรมที่มีต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์

สินค้าเกษตรอินทรีย์ หมายถึง สินค้าประเภท ข้าว ผัก และเนื้อสัตว์ ที่ผลิตมาจากระบบเกษตรที่เน้นการปรับปรุงดิน ลดการใช้ปัจจัยการผลิตภายนอกและหลีกเลี่ยงการใช้สารเคมีสังเคราะห์ เช่น ปุ๋ย สารกำจัดศัตรูพืชและเวชภัณฑ์สำหรับสัตว์ โดยพยายามประยุกต์ใช้ธรรมชาติในการเพิ่มผลผลิตและพัฒนาความความต้านทานต่อโรคของพืชและสัตว์

ผู้บริโภค (Consumer) หมายถึง ประชากรที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป ทั้งที่เคยบริโภคและไม่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 หมายถึง จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดชัยภูมิ จังหวัดบุรีรัมย์ และจังหวัดสุรินทร์

พฤติกรรม หมายถึง การกระทำของบุคคลในการค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมินผล และการใช้จ่ายเพื่อให้ได้สินค้าเกษตรอินทรีย์



บทที่ 2

ปริทัศน์วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่องทัศนคติต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ของผู้บริโภคในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ได้ทำการศึกษาค้นคว้าแนวคิดทฤษฎี บทความและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการอ้างอิงการศึกษางานวิจัย ดังต่อไปนี้

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ
- 2.3 แนวคิดทางการตลาด
- 2.4 แนวความคิดของสินค้าเกษตรอินทรีย์
- 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

2.1.1 ความหมายและความสำคัญของพฤติกรรมผู้บริโภค

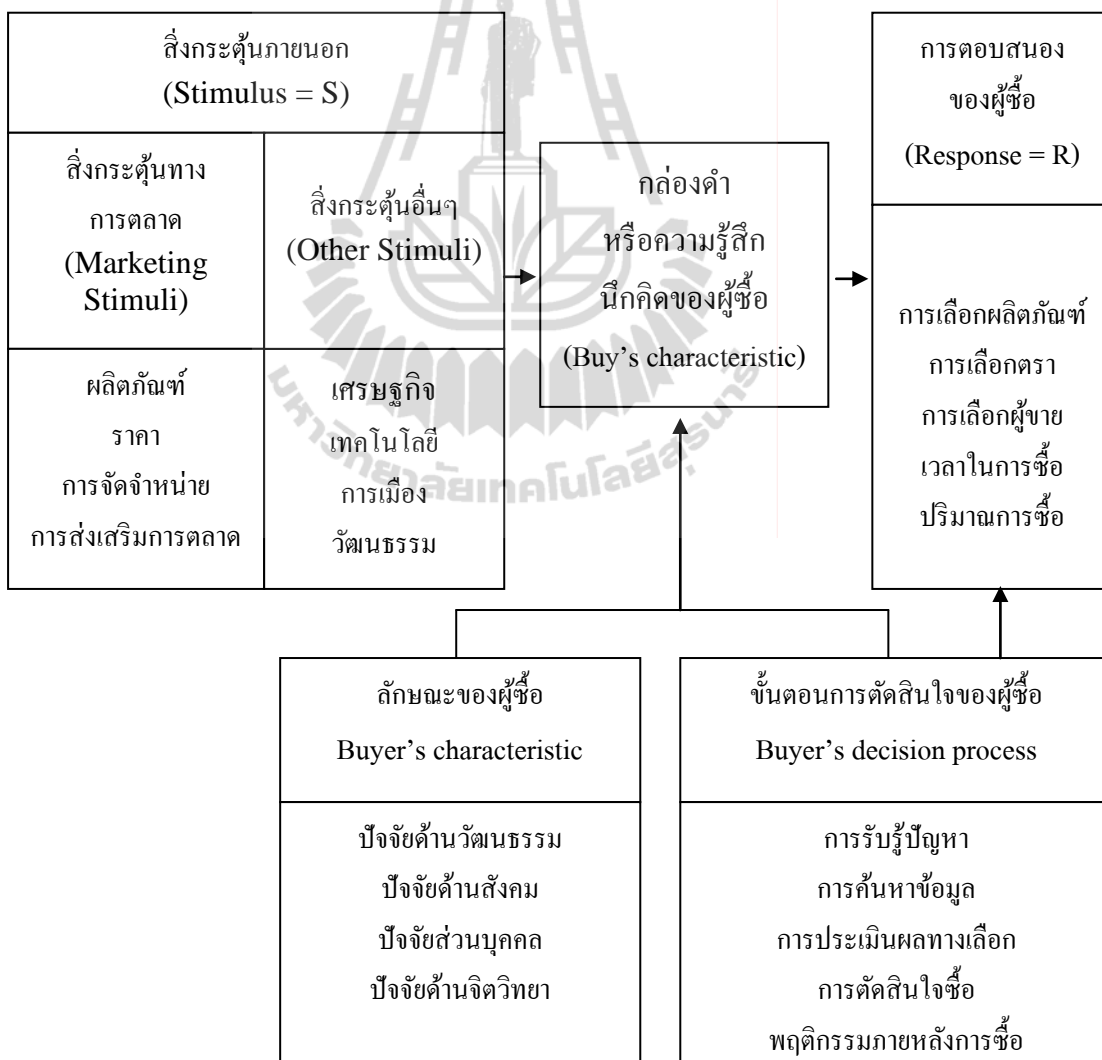
Schiffman and Kanuk (2007) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง พฤติกรรมซึ่งบุคคลทำการค้นหา (Searching) การซื้อ (Purchasing) การใช้ (Using) การประเมินผล (Evaluating) และการใช้จ่าย (Disposing) ในผลิตภัณฑ์การบริการโดยคาดว่าจะตอบสนองความต้องการของตนได้ สอดคล้องกับ Kotler (2006) ที่กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การศึกษาเกี่ยวกับการซื้อและการใช้ผลิตภัณฑ์ และการได้รับบริการของผู้บริโภค ทั้งปัจเจกบุคคล กลุ่มและองค์กร อันจะนำไปสู่ความพึงพอใจ ความต้องการตามความคิดและประสบการณ์ของผู้บริโภค และ Solomon (2004) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมการตัดสินใจและการกระทำของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับการซื้อและการใช้สินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจ ซึ่ง Blackwell, Miniard and Engel (2006) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง กระบวนการตัดสินใจและลักษณะกิจกรรมของแต่ละบุคคลเมื่อทำการประเมินผล (Evaluating) การได้รับ (Obtaining) การใช้ (Using) และการดำเนินการภายหลังการบริโภค (Disposing) สินค้าและบริการ

การทำความเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคจึงเป็นสิ่งสำคัญต่อความสำเร็จของการตลาดในระยะยาวและสอดคล้องกับแนวความคิดทางการตลาด (Marketing Concept) ซึ่งถือเป็นปัจจัยที่สำคัญที่

จะบรรลุจุดมุ่งหมายคือการพิจารณาถึงความจำเป็นและความต้องการของเป้าหมาย แล้วส่งมอบความพึงพอใจให้ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลเหนือกว่าคู่แข่ง

2.1.2 แบบจำลองพฤติกรรมของผู้บริโภค

Philip Kotler (2003) กล่าวว่า จุดเริ่มต้นของการทำความเข้าใจพฤติกรรมของผู้ซื้อเป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ โดยเริ่มต้นจากการที่เกิดสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ที่ทำให้เกิดความต้องการ ผ่านสิ่งกระตุ้นเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's Black box) ซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ ความรู้สึกของผู้ซื้อจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่าง ๆ ของผู้ซื้อซึ่งจะนำไปสู่การตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer Response) ตามภาพที่ 2.1



ภาพที่ 2.1 แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภคตาม S-R Theory

ที่มา : ปรับปรุงจาก Kotler, 2003 : 184

จุดเริ่มต้นของแบบจำลองนี้อยู่ที่มีสิ่งกระตุ้นให้เกิดความต้องการก่อนแล้วทำให้เกิดการตอบสนองดังนั้นจึงอาจเรียกแบบจำลองนี้ว่า S-R Theory โดยมีรายละเอียดของทฤษฎีดังนี้

2.1.2.1 สิ่งกระตุ้น (Stimulus) สิ่งกระตุ้นอาจเกิดขึ้นเองทั้งภายในและภายนอกแต่นักการตลาดจะสนใจที่จะจัดการและกระตุ้นความต้องการภายนอกเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ซึ่งถือว่าสิ่งกระตุ้นเป็นมูลเหตุจูงใจให้เกิดการซื้อสินค้า สิ่งกระตุ้นภายนอกประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing Stimulus) เป็นสิ่งที่นักการตลาดสามารถควบคุมและจัดการให้เกิดขึ้นได้เป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ประกอบด้วย

- สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ (Product)
- สิ่งกระตุ้นด้านราคา (Price)
- สิ่งกระตุ้นด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution or Place)
- สิ่งกระตุ้นด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

ส่วนที่ 2 สิ่งกระตุ้นอื่น ๆ (Other Stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการผู้บริโภคที่อยู่ภายนอกซึ่งเป็นที่ควบคุมไม่ได้ ประกอบด้วย

- สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ (Economic)
- สิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยี (Technological)
- สิ่งกระตุ้นทางกฎหมายและการเมือง (Law and Political)
- สิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรม (Cultural)

2.1.2.2 กล่องดำหรือความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's black box) เป็นความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อที่ผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถทราบได้จึงต้องพยายามค้นหาความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ รวมถึงกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคด้วย

- ลักษณะของผู้ซื้อ (Buyer's Characteristics) ลักษณะของผู้ซื้อที่มีอิทธิพลมาจากปัจจัยต่างๆ คือ ด้านวัฒนธรรม ด้านสังคม ด้านส่วนบุคคล ด้านจิตวิทยา

- กระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer Decision Process) ประกอบด้วยขั้นตอนต่างๆ คือ การรับรู้ความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมภายหลังการซื้อ

2.1.2.3 การตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's Response) หรือการตัดสินใจของผู้บริโภคหรือผู้ซื้อ (Buyer's purchase decision) ผู้บริโภคจะต้องมีการตัดสินใจในประเด็นต่างๆ ดังนี้

- การเลือกผลิตภัณฑ์ (Product Choice)

- การเลือกตราสินค้า (Brand Choice)
- การเลือกผู้ขาย (Dealer Choice)
- การเลือกเวลาในการซื้อ (Purchase Timing)
- การเลือกปริมาณในการซื้อ (Purchase amount)

2.1.3 ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

ลักษณะของผู้ซื้อหรือผู้บริโภคจะได้รับอิทธิพลจากปัจจัยต่างๆ ดังนี้

2.1.3.1 ปัจจัยทางวัฒนธรรม (Cultural factors) เป็นสัญลักษณ์และสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น เป็นที่ยอมรับจากรุ่นหนึ่ง ไปสู่อีกหนึ่ง โดยเป็นตัวกำหนดและควบคุมพฤติกรรมของมนุษย์ในสังคมหนึ่งค่านิยมในวัฒนธรรมจะกำหนดลักษณะของสังคม และกำหนดความแตกต่างของสังคมหนึ่งจากสังคมอื่น วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่กำหนดความต้องการและพฤติกรรมของบุคคลแบ่งออกเป็น

- วัฒนธรรมพื้นฐาน (Culture) เป็นลักษณะพื้นฐานของบุคคลในสังคม เช่น ลักษณะนิสัยของคนไทย ซึ่งเกิดจากการหล่อหลอมพฤติกรรมของสังคมไทย ทำให้มีลักษณะพฤติกรรมที่คล้ายคลึงกัน

- วัฒนธรรมกลุ่มย่อย (Subculture) เป็นวัฒนธรรมของแต่ละกลุ่มที่มีลักษณะเฉพาะและแตกต่างกัน ซึ่งมีอยู่ภายในสังคมขนาดใหญ่และสลับซับซ้อน วัฒนธรรมย่อยเกิดจากพื้นฐานทางภูมิศาสตร์และลักษณะพื้นฐานของมนุษย์ ประกอบด้วย กลุ่มเชื้อชาติ กลุ่มศาสนา กลุ่มผิวสี พื้นที่ทางภูมิศาสตร์หรือท้องถิ่น กลุ่มอาชีพ กลุ่มย่อยด้านอายุ กลุ่มย่อยด้านเพศ และชั้นทางสังคม

2.1.3.2 ปัจจัยด้านสังคม (Social factor) เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวัน และมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ ประกอบด้วย

- กลุ่มอ้างอิง เป็นกลุ่มที่บุคคลเข้าไปเกี่ยวข้องกับ ซึ่งจะมีอิทธิพลต่อทัศนคติความคิดเห็น และค่านิยมของบุคคลในกลุ่มอ้างอิง โดยแบ่งออกเป็น 2 ระดับ คือ ระดับปฐมภูมิ ได้แก่ ครอบครัว เพื่อนสนิท และเพื่อนบ้าน ระดับทุติยภูมิ ได้แก่ กลุ่มบุคคลชั้นนำในสังคม เพื่อนร่วมอาชีพ และร่วมสถาบัน บุคคลในกลุ่มต่าง ๆ ในสังคม

- ครอบครัว บุคคลในครอบครัวถือว่ามีอิทธิพลมากที่สุด ทัศนคติ ความคิดเห็น และค่านิยมของบุคคลเหล่านี้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของครอบครัว

- บทบาทและสถานะ บุคคลจะเกี่ยวข้องกับหลายกลุ่ม เช่น ครอบครัว กลุ่มอ้างอิง องค์กร และสถาบันต่าง ๆ บุคคลจะมีบทบาทและสถานะที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม

2.1.3.3 ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal factors) การตัดสินใจของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลของคนทางด้านต่าง ๆ ได้แก่

- อายุ ผู้บริ โภคที่มีอายุแตกต่างกันจะมีความต้องการผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกัน

- วงจรชีวิตครอบครัว เป็นขั้นตอนการดำรงชีวิตของบุคคลในลักษณะของการมีครอบครัว การดำรงชีวิตในแต่ละขั้นตอนเป็นสิ่งที่มอิทธิพลต่อความต้องการทัศนคติ และค่านิยมของบุคคล ทำให้เกิดความต้องการในผลิตภัณฑ์และพฤติกรรมที่ซื้อที่แตกต่างกัน

- อาชีพของแต่ละบุคคล จะนำไปสู่ความจำเป็นและความต้องการสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน

- รายได้ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ และยังเกี่ยวข้องกับอำนาจในการซื้อและทัศนคติเกี่ยวกับการจ่ายเงิน

- รูปแบบการดำรงชีวิต ขึ้นอยู่กับวัฒนธรรม ชั้นของสังคม และกลุ่มอาชีพของแต่ละบุคคล การเลือกผลิตภัณฑ์ของบุคคลอยู่กับค่านิยมและรูปแบบการดำรงชีวิต โดยรูปแบบการดำรงชีวิตของบุคคลจะแสดงออกมาในรูปของกิจกรรม ความสนใจและความคิดเห็น

2.1.3.4. ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา (Psychological factor) การเลือกซื้อของบุคคลได้รับอิทธิพลจากปัจจัยทางจิตวิทยา ซึ่งถือได้ว่าเป็นปัจจัยภายในตัวผู้บริโภคที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อและการใช้สินค้า ประกอบด้วย

- การจูงใจ หมายถึง สิ่งกระตุ้นที่อยู่ในตัวบุคคล ซึ่งกระตุ้นให้บุคคลปฏิบัติ การจูงใจเกิดภายในตัวบุคคล แต่อาจถูกกระทบจากปัจจัยทางวัฒนธรรม

- การรับรู้ เป็นกระบวนการซึ่งแต่ละบุคคลได้รับการเลือกสรรจัดระเบียบ และตีความหมายข้อมูล เพื่อที่จะสร้างภาพที่มีความหมายหรือหมายถึงกระบวนการความเข้าใจของบุคคลที่มีต่อโลกที่เขาอาศัยอยู่ การรับรู้เป็นกระบวนการแต่ละบุคคล ซึ่งขึ้นอยู่กับ ความเชื่อ ประสบการณ์ ความต้องการ อารมณ์และสิ่งกระตุ้น โดยจะพิจารณาเป็นกระบวนการการกลั่นกรอง การรับรู้จะแสดงถึงความรู้สึกจากประสาทสัมผัสทั้ง 5 ได้แก่ การได้เห็น การได้กลิ่น การได้ยิน การได้รสชาติ และการได้ความรู้สึก

- การเรียนรู้ หมายถึง การเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมแบบความโน้มเอียงของพฤติกรรมจากประสบการณ์ที่ผ่านมา การเรียนรู้ของบุคคลเกิดขึ้นเมื่อบุคคลได้รับสิ่งกระตุ้นและเกิดการตอบสนอง การเรียนรู้เกิดจากอิทธิพลหลายอย่าง เช่น ทัศนคติ ความเชื่อ และประสบการณ์ในอดีต

- ความน่าเชื่อถือ เป็นความคิดที่บุคคลยึดถือเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งเป็นผลมาจากประสบการณ์ในอดีต

- ทัศนคติ หมายถึง การประเมินความพึงพอใจหรือไม่พอใจของบุคคลหรือความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

- บุคลิกภาพ หมายถึง ลักษณะด้านจิตวิทยาที่แตกต่างกันของบุคคล ซึ่งนำไปสู่การตอบสนองต่อสิ่งแวดล้อมที่มีแนวโน้มเหมือนเดิมและสอดคล้องกัน

- แนวคิดของตนเอง หมายถึงความรู้สึกนึกคิดที่บุคคลมีต่อตนเอง หรือความคิดที่บุคคลคิดว่าบุคคลอื่น (สังคม) มีความคิดเห็นต่อตนอย่างไร

2.1.4 กระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ

ขั้นตอนการตัดสินใจของผู้ซื้อ ประกอบด้วยขั้นตอนดังต่อไปนี้

2.1.4.1 การรับรู้ปัญหา (Problem of Need Recognition) ผู้บริโภคจะรับรู้ถึงปัญหาและความจำเป็นที่ต้องใช้สินค้าหรือบริการ ที่ได้รับการกระตุ้นทั้งจากภายในและภายนอกจนเกิดความต้องการที่จะหาสิ่งใดสิ่งหนึ่ง มาช่วยแก้ปัญหา

2.1.4.2 การแสวงหาข้อมูล (Search for Information) ผู้บริโภคจะทำการหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าจากแหล่งข้อมูลภายในที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้าในประกอบด้วย แหล่งบุคคล แหล่งการค้าแหล่งชุมชน แหล่งผู้ใช้ แต่ในบางครั้งต้องหาเพิ่มเติมจากแหล่งภายนอกด้วย เพื่อช่วยในการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการ

2.1.4.3 การประเมินทางเลือก (Alternative Evaluation) คือ การที่ผู้บริโภคจะนำข้อมูลที่ได้มาพิจารณา และประเมินผลทางเลือกเพื่อหาสินค้าหรือบริการที่ดีที่สุดสำหรับผู้บริโภค

2.1.4.4 การตัดสินใจและกระทำการซื้อ (Purchase or Choice) หมายถึง การตัดสินใจเลือกทางเลือกใดทางเลือกหนึ่ง พร้อมกับดำเนินการเพื่อให้ได้ทางเลือกนั้นมา

2.1.4.5 ความรู้สึกหลังซื้อ (Post Purchase Feeling or Outcomes of Choice) หมายถึง ความรู้สึกภายนอกหลังจากที่ผู้บริโภคได้ทดลองใช้สินค้าหรือบริการที่เลือกซื้อแล้วแบ่งออกเป็นความรู้สึกพอใจและไม่พอใจ ในสินค้าและบริการนั้น ความพอใจเกิดขึ้นเมื่อผลลัพธ์จากการใช้ตรงกับผู้บริโภคคาดหวังไว้และถ้าหากผู้บริโภคผิดหวังกับการใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้น จะรู้สึกไม่พอใจ

2.1.5 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2550) กล่าวว่า การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการค้นหาพฤติกรรม การซื้อและการใช้ของผู้บริโภคเพื่อทราบถึงความต้องการและพฤติกรรม การซื้อของผู้บริโภค คำตอบที่ได้จะช่วยให้นักการตลาดสามารถวางแผนกลยุทธ์เพื่อสามารถสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม โดยคำถามที่ใช้ในการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภค คือ 6Ws และ 1H ซึ่งประกอบไปด้วย WHO? WHAT? WHY? WHOM? WHEN? WHERE? และ HOW? เพื่อหาคำตอบ 7Os อันประกอบด้วย Occupants Objects Objectives Organization Occasions Outlets และ Operations ซึ่งการใช้คำถาม 7 คำถาม เพื่อหาคำตอบ 7 ประการ ดังต่อไปนี้

2.1.5.1 ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the target market?) เป็นคำถามเพื่อหาคำตอบเกี่ยวกับกลุ่มเป้าหมาย (Occupants) ด้านประชากรศาสตร์ ภูมิศาสตร์ จิตวิทยา พฤติกรรมศาสตร์

2.1.5.2 ผู้บริโภคซื้ออะไร (What dose the consumer buy?) เป็นคำถามเพื่อหาคำตอบเกี่ยวกับสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ (Objects) คือ คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ และความแตกต่างที่เหนือกว่าคู่แข่ง

2.1.5.3 ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the consumer buy?) เป็นคำถามเพื่อหาคำตอบเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ที่ต้องการซื้อ เพื่อตอบสนองความต้องการด้านร่างกายและจิตวิทยา

2.1.5.4 ใครมีส่วนร่วมในการซื้อ (Who participates in the buying?) เป็นคำถามเพื่อหาคำตอบเกี่ยวกับบทบาทของกลุ่มต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ (Organizations) ประกอบด้วยผู้ริเริ่ม ผู้มีอิทธิพล ผู้ตัดสินใจซื้อ ผู้ซื้อและผู้ใช้

2.1.5.5 ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the consumer buy?) เป็นคำถามเพื่อหาคำตอบเกี่ยวกับโอกาสในการซื้อสินค้าและบริการอื่นๆ (Occasions)

2.1.5.6 ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the market buy?) เป็นคำถามเพื่อหาคำตอบเกี่ยวกับแหล่งหรือช่องทางที่ผู้บริโภคจะไปซื้อ (Outlets) บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป เช่น ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านสะดวกซื้อ

2.1.5.7 ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the market buy?) เป็นคำถามที่ต้องหาคำตอบเกี่ยวกับขั้นตอนการตัดสินใจซื้อสินค้า (Operations) ประกอบด้วยการรับรู้

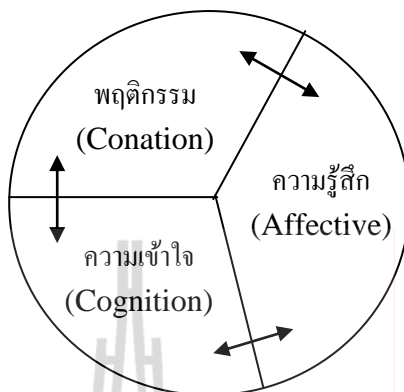
2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ

2.2.1 ความหมายและความสำคัญของทัศนคติ

Schiffman and Kanuk (2007) กล่าวว่า ทัศนคติ หมายถึงความโน้มเอียงที่บุคคลเรียนรู้ เพื่อให้มีพฤติกรรมที่สอดคล้องกับลักษณะที่พึงพอใจหรือไม่พึงพอใจที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดซึ่งสอดคล้องกับ Ajzen and Fishen (1980) ได้ให้ความหมายว่าเป็นการตอบสนองว่าชอบหรือไม่ชอบต่อสิ่งต่าง ๆ โดยแสดงออกในรูปของความเชื่อ ความรู้สึกหรือพฤติกรรม การศึกษาและทำความเข้าใจเกี่ยวกับทัศนคติของผู้บริโภคเพื่อให้นักการตลาดสามารถจัดกลยุทธ์การตลาดที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม

2.2.2 องค์ประกอบของทัศนคติ

Schiffman and Kanuk (2007) กล่าวว่าไว้ว่า โมเดลองค์ประกอบทัศนคติ 3 ประการ (Tricomponent attitude model) หมายถึง โมเดลทัศนคติซึ่งประกอบด้วย 3 ส่วน ดังนี้



ภาพที่ 2.2 องค์ประกอบทัศนคติ 3 ประการ

ที่มา : Schiffman and Kanuk, 2007 : 235

2.2.2.1 ส่วนของความเข้าใจ (Cognition component) คือ ความรู้ (Knowledge) การรับรู้ (Perception) และความเชื่อ (Beliefs) อาจแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล สำหรับในส่วนของความรู้และการรับรู้ที่ได้รับจากประสบการณ์และข้อมูลที่เกี่ยวข้องจากหลายแหล่งข้อมูล ซึ่งความรู้และผลกระทบต่อการรับรู้จะกำหนดความเชื่อ (Beliefs)

2.2.2.2 ส่วนของความรู้สึก (Affective component) จะสะท้อนถึงอารมณ์ (Emotion) หรือความรู้สึก (Feeling) ของผู้บริโภคที่มีต่อความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

2.2.2.3 ส่วนของพฤติกรรม (Conative component หรือ Behavior หรือ Doing) จะสะท้อนถึงแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมของผู้บริโภค หรือ แนวโน้มการกระทำที่แสดงออก หรือ ความโน้มเอียงที่จะซื้อสินค้า

2.2.3 ลำดับขั้นตอนของการเกิดทัศนคติ

ลำดับขั้นตอนของผลกระทบ 3 ประการ (Three hierarchies of effects) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2550) มี 3 รูปแบบ คือ

2.2.3.1 ลำดับขั้นตอนการเรียนรู้ที่เป็นมาตรฐาน ทฤษฎีนี้เริ่มตั้งแต่ทำให้ผู้บริโภคเกิดความรู้ความเข้าใจ (Cognition) และทำให้เกิดความรู้สึก (Affect) ที่ดี ทำให้เกิดพฤติกรรม (Behavior) และจะทำให้เกิดทัศนคติ

2.2.3.2 ทฤษฎีลำดับขั้นตอนความสลับซับซ้อนในการตัดสินใจซื้อต่ำ ทฤษฎีนี้เริ่มตั้งแต่เกิดความรู้ความเข้าใจ (Cognition) จากนั้นทำให้เกิดพฤติกรรมการซื้อ (Behavior) เมื่อเกิดพฤติกรรมแล้วจะทำให้เกิดความรู้สึกที่ดี (Affective) เมื่อเกิดความรู้สึกที่ดีแล้วจะนำไปสู่การเกิดทัศนคติ

2.2.3.3 ลำดับขั้นตอนการมีประสบการณ์ เริ่มจากการเกิดความรู้สึก (Affect) เกิดพฤติกรรม (Behavior) และเกิดความรู้ความเข้าใจ (Cognition) ตามลำดับ

2.2.4 ประเภทของทัศนคติ

การแสดงออกทางทัศนคติสามารถแบ่งได้เป็น 3 ประเภท (องค์ความรู้พัฒนาตน, www, 2554) คือ

2.2.4.1 ทัศนคติในทางบวก (Positive Attitude) คือ การแสดงออก หรือความรู้สึกต่อสิ่งแวดล้อมในทางที่ดี เช่น การยอมรับ การเห็นด้วย การพอใจ เป็นต้น

2.2.4.2 ทัศนคติในทางลบ (Negative Attitude) คือ การแสดงออก หรือความรู้สึกต่อสิ่งแวดล้อมในทางที่ไม่ดี เช่น การไม่ยอมรับ การไม่เห็นด้วย การไม่พอใจ เป็นต้น

2.2.4.3 การไม่แสดงออกทางทัศนคติ หรือมีทัศนคติเฉย ๆ คือ มีทัศนคติเป็นกลาง อาจจะเพราะว่าไม่มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องนั้น ๆ

จะเห็นได้ว่าการแสดงออกของทัศนคตินั้น เกิดจากการก่อตัวของความรู้ ความเข้าใจ ความเชื่อ ความรู้สึก จนสามารถแสดงพฤติกรรมต่าง ๆ ออกมา

2.2.5 อิทธิพลของการสื่อสารต่อการเกิดทัศนคติและการเปลี่ยนแปลง

ทัศนคติเป็นสิ่งที่สามารถสร้างขึ้นได้ สามารถเปลี่ยนแปลงได้ และสามารถชักจูงโน้มน้าวให้คล้อยตามได้ โดยอาศัยการสื่อสารเพื่อให้ผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงทัศนคติไปในทิศทางที่ต้องการ (ดารา ทีปะปาล, 2542) ได้แก่

2.2.5.1 คุณลักษณะของผู้ส่งสาร มีอิทธิพลต่อผู้รับสารเป็นอย่างมาก จึงต้องมีคุณสมบัติดังนี้

- ผู้ส่งสารที่มีความน่าเชื่อถือ สามารถแบ่งออกเป็น 2 พวก คือ ผู้ที่มีความน่าเชื่อถือ ได้แก่ ผู้มีความซื่อสัตย์สุจริต มีศักดิ์ศรี มีคุณธรรม และ ผู้เชี่ยวชาญ ได้แก่ ผู้มีการศึกษาระดับสูง ในสาขาวิชาต่าง ๆ เช่น แพทย์ นักวิทยาศาสตร์ อาจารย์ และนักวิศวกร เป็นต้น

- ผู้ส่งสารที่มีชื่อเสียงโด่งดัง อาจมีชื่อเสียงทางใดทางหนึ่งที่เป็นที่ยอมรับและรักจกอย่างแพร่หลาย เช่น นักกีฬา นักร้อง ดารา เป็นต้น โดยผู้ส่งสารเหล่านี้สามารถเปลี่ยนทัศนคติของผู้บริโภคได้ด้วยเหตุผลหลายประการ เช่น สามารถดึงดูดความสนใจมายังโฆษณามากขึ้น

2.2.5.2 คุณลักษณะของสิ่งดึงดูดใจ สามารถนำมาใช้เพื่อเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมของผู้บริโภคได้มาก ที่นิยมใช้กัน ได้แก่

- การจูงใจด้วยความกลัว เป็นการแสดงให้เห็นผลหรืออันตรายที่จะเกิดขึ้นในทางไม่ดี อาจใช้ความกลัวทางด้านร่างกาย เช่น ฟันผุ ปอดอักเสบ เป็นต้น หรือใช้ความกลัวด้านสังคม เช่น ไม่ทันสมัย ไม่ได้รับการยอมรับ เป็นต้น แต่สิ่งต้องระวังคือการใช้วิธีการจูงใจให้เกิดความกลัวมากเกินไปจนเป็นสาเหตุให้ผู้บริโภคปฏิเสธไม่ยอมรับข่าวสาร

- การจูงใจด้วยอารมณ์ขัน เพื่อดึงดูดความสนใจ แต่ต้องคำนึงถึงว่า อย่ามุ่งเน้นอารมณ์ขันมากเกินไป จนทำให้ผู้บริโภคมองข้ามสิ่งสำคัญคือตัวผลิตภัณฑ์

- การจูงใจด้วยการสร้างอารมณ์ เพื่อให้เกิดความชอบมากขึ้น เป็นการสร้างทัศนคติให้เกิดขึ้นในทางบวกต่อผลิตภัณฑ์และทำให้เกิดความชอบตามไปด้วย

2.2.5.3 คุณลักษณะโครงสร้างของข่าวสาร สามารถก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของผู้บริโภคได้ ซึ่งนักการตลาดมักจะนำเสนอเฉพาะประโยชน์ของผลิตภัณฑ์

2.2.6 กลยุทธ์การเปลี่ยนแปลงทัศนคติของผู้บริโภค

วิธีการในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ต้องพิจารณาในแต่ละองค์ประกอบของทัศนคติและปรับเปลี่ยนไปที่ระดับตอนต้นนี้ (นิตยาพร เสมอใจ, 2550)

2.2.6.1 การเปลี่ยนแปลงองค์ประกอบด้านความเข้าใจ สามารถปรับเปลี่ยนได้ถ้าหากมีความรู้ความเข้าใจเกิดขึ้น

- การเปลี่ยนความเชื่อ เป็นการเปลี่ยนความเชื่อที่มีต่อคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์

- การเพิ่มความเชื่อใหม่ เป็นการเพิ่มความเชื่อใหม่เข้าไปกับความเชื่อเดิมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ เพื่อช่วยเสริมให้ระดับความเชื่อรวมที่มีต่อผลิตภัณฑ์สูงขึ้น

- การปรับระดับความสำคัญ เป็นการอธิบายถึงคุณสมบัติข้ออื่น ๆ ว่ามีความสำคัญอย่างไร นอกเหนือจากสิ่งที่ผู้บริโภคได้รับรู้มาก่อนหน้านี้ เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความเข้าใจและปรับเปลี่ยนทัศนคติไปในทางที่ดีขึ้น

- การเปลี่ยนอุดมคติ โดยการให้ข้อมูลที่มากเพียงพอและสร้างอุดมคติต่อผลิตภัณฑ์จะช่วยให้ผู้บริโภคเปิดรับพิจารณาผลิตภัณฑ์ได้มากขึ้น

2.2.6.2 การเปลี่ยนองค์ประกอบด้านความรู้สึก สามารถทำได้ 3 วิธีดังนี้

- การวางเงื่อนไขแบบคลาสสิก โดยการเสนอสิ่งที่ผู้บริโภคชื่นชอบควบคู่กับผลิตภัณฑ์ เป็นการสร้างเงื่อนไขเชื่อมโยงสิ่งที่ชอบกับผลิตภัณฑ์ เช่น การใช้กลุ่มอ้างอิงที่ผู้บริโภคชื่นชอบหรือรูปแบบของการดำเนินชีวิต เป็นต้น จนกลายเป็นภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์

- การสร้างความชื่นชอบต่อโฆษณา ความประทับใจที่มีต่อโฆษณาสามารถสร้างความชื่นชอบต่อผลิตภัณฑ์ให้แก่ผู้บริโภคได้

- การใช้ความถี่เปลี่ยนความรู้สึกของผู้บริโภค การสร้างความคุ้นเคยโดยการตอกย้ำข้อมูล รักษาความถี่เข้าไปเรื่อย ๆ เช่น การย้ำชื่อบ่อย ๆ ให้จดจำได้ การเปิดเพลงใหม่บ่อย ๆ จนเกิดความคุ้นเคย จนในที่สุดเกิดความชื่นชอบไปเอง เป็นต้น

2.2.6.3 การเปลี่ยนแปลงองค์ประกอบด้านพฤติกรรม การกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดการใช้ก่อน ซึ่งอาจนำไปสู่การเกิดความรู้สึกและความเข้าใจที่ดีขึ้น จนสามารถพัฒนาไปสู่การเกิด

ทัศนคติในทางบวกได้ นักการตลาดสามารถนำมาใช้โดยการกระตุ้นให้ผู้บริโภคซื้อหรือใช้ผลิตภัณฑ์ก่อน และสร้างความมั่นใจว่าจะได้รับผลประโยชน์ที่ดีเป็นการตอบแทน โดยการแจกตัวอย่างให้ทดลองใช้ จำนวนด้วยขนาดทดลอง มีคู่มือแจกซื้อ มีการขายพ่วงกับผลิตภัณฑ์อื่น เป็นต้น

นักการตลาดสามารถนำทัศนคติมาปรับใช้ในการสร้างให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าโดยการสร้างทัศนคติของผู้บริโภคให้สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ หรือ ศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคแล้วพัฒนาหรือปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับทัศนคติของผู้บริโภค แต่อย่างไรก็ตามการเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ไม่ดีที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งทำได้ยากกว่าการสร้างทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่งใหม่สำหรับผู้บริโภคไม่เคยรู้จักมาก่อน ดังนั้นการสร้างทัศนคติที่มีตั้งแต่เริ่มแรกย่อมสร้างความได้เปรียบในการเข้าถึงผู้บริโภค เมื่อผู้บริโภคเกิดทัศนคติที่ดีตั้งแต่แรกก็จะเปิดรับสิ่งอื่น ๆ ได้ง่ายขึ้น

2.3 แนวคิดทางการตลาด

2.3.1 การแบ่งส่วนตลาด การกำหนดตลาดเป้าหมาย และการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2550) กล่าวว่า มีผู้วิจัยทางการตลาดได้ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้บริโภคพบว่า ผู้บริโภคจะมีพฤติกรรมแตกต่างกัน ผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะเด่นและแตกต่างกันจะมีผลกระทบต่อความจำเป็นเฉพาะอย่าง ด้วยเหตุนี้จึงได้เกิดแนวความคิดในการแบ่งส่วนตลาด (Market Segmentation) เป็นการกระทำอย่างหนึ่งที่แบ่งตลาดออกเป็นกลุ่มผู้ซื้อที่แตกต่างกัน จากนั้นจึงกำหนดตลาดเป้าหมาย (Market Targeting) โดยอาศัยการประเมินส่วนตลาดในแต่ละส่วนตลาด และการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ในตลาด (Positioning)

2.3.1.1 การแบ่งส่วนตลาด เป็นการแบ่งกลุ่มผู้ซื้อที่มีความแตกต่างกัน หรือเป็นการจัดกลุ่มผู้ซื้อที่มีลักษณะและความต้องการคล้ายคลึงกันเป็นกลุ่มโดยอาศัยเกณฑ์ต่าง ๆ ดังต่อไปนี้ (สิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์, 2547)

- ด้านประชากรศาสตร์ เช่น เพศ อายุ รายได้ การศึกษา ศาสนา สัญชาติ ขนาดครอบครัว อาชีพ เป็นต้น
- ด้านภูมิศาสตร์ เช่น ภูมิภาค ภูมิอากาศ ลักษณะของเมือง จำนวนประชากร ทวีป เป็นต้น
- ด้านพฤติกรรมศาสตร์ เช่น โอกาสในการซื้อ อัตราการใช้ของลูกค้านำประโยชน์ของสินค้า ทัศนคติต่อสินค้า เป็นต้น
- ด้านจิตวิทยา เช่น รูปแบบการดำรงชีวิต บุคลิกภาพ สิ่งจูงใจ เป็นต้น
- ด้านเทคโนโลยี เช่น การยอมรับเทคโนโลยี เป็นต้น

2.3.1.2 การกำหนดตลาดเป้าหมาย เป็นขั้นตอนที่ผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายจะต้องเลือกตลาดเพื่อกำหนดเป็นตลาดเป้าหมายของตน การเลือกตลาดเป้าหมายอาจจะเลือกส่วนตลาด

เพียงตลาดเดียว มากกว่าหนึ่งส่วนตลาด หรือเลือกทุกส่วนตลาดก็ได้ ซึ่งการเลือกตลาดเป้าหมาย มี 3 ทางเลือก คือ

- ตลาดไม่แตกต่าง หรือตลาดมหาชน (Mass marketing) เป็นการเลือกตลาดรวมเป็นตลาดเป้าหมาย เพราะผู้ผลิตหรือผู้จำหน่าย พิจารณาแล้วว่า ตลาดมีความต้องการคล้ายคลึงกันหรือไม่แตกต่างกัน (สิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์, 2547) จึงเลือกใช้กลยุทธ์ตลาดรวม (Market aggregation strategy) หรือกลยุทธ์ที่ไม่แตกต่างกัน (Undifferentiated marketing strategy) เป็นการใช้ส่วนประสมทางการตลาดแบบเดียวกันกับกลุ่มผู้ซื้อที่อยู่ในตลาดเป้าหมาย การตลาดไม่แตกต่างจะเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ที่ถูกค้ามีความต้องการในคุณสมบัติของสินค้าคล้ายกันเป็นการใช้ส่วนประสมทางการตลาดหนึ่งชุด (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2543)

- ตลาดแตกต่างหรือตลาดหลายส่วน (Segment marketing) เป็นการเลือกตลาดย่อยที่ถูกแบ่งจากตลาดใหญ่มากกว่าหนึ่งส่วนตลาด เนื่องจากผู้ผลิตหรือผู้จำหน่าย พิจารณาแล้วว่าตลาดแต่ละส่วนมีความต้องการแตกต่างกัน (สิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์, 2547) จึงเลือกใช้กลยุทธ์หลายส่วนตลาด (Multiple segment strategy) เป็นการให้น้ำหนักกับประสมทางการตลาดแต่ละตลาดแตกต่างกันทำให้เกิดส่วนประสมทางการตลาดหลายชุด (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2543)

- ตลาดส่วนเดียว หรือตลาดมุ่งเฉพาะส่วน (Niche marketing) เป็นการเลือกตลาดย่อยเพียงหนึ่งส่วนตลาดเท่านั้น (สิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์, 2547) จึงเลือกใช้กลยุทธ์มุ่งเฉพาะตลาดส่วนเดียว (Single segment strategy) เป็นการใช้ส่วนประสมทางการตลาดหนึ่งชุดที่สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดเป้าหมายที่ถูกเลือกจากตลาดรวม (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2543)

2.3.1.3 การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ เป็นขั้นตอนที่ดำเนินการต่อจากการเลือกตลาดเป้าหมาย ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ที่ถูกกำหนดขึ้นมาจะต้องมีลักษณะสอดคล้องกับความต้องการของตลาดเป้าหมาย ดังนั้นต้องวิเคราะห์ออกมาให้ได้ว่าตลาดเป้าหมายมีความต้องการอย่างไร เน้นคุณสมบัติส่วนใดของผลิตภัณฑ์ผู้มีหน้าที่กำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์จึงนำคุณสมบัติที่ตลาดเป้าหมายต้องการมากำหนดเป็นตำแหน่งผลิตภัณฑ์และสามารถเลือกใช้กลยุทธ์ในการกำหนดตำแหน่งได้หลายวิธี เช่น

- การกำหนดตำแหน่งตามราคาและคุณภาพ เช่น กำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ว่า คุณภาพดี ราคาสูง

- การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ตามลักษณะผู้ใช้ผลิตภัณฑ์เป็นการกำหนดตำแหน่งที่แสดงให้เห็นว่าผลิตภัณฑ์ดังกล่าวเหมาะกับผู้ใช้กลุ่มใด เช่น บ้านเอื้ออาทร บ้านสำหรับผู้มีรายได้น้อย

- การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ตามคุณสมบัติ หรือประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ เป็นการกำหนดตำแหน่งโดยนำเอาคุณสมบัติ หรือประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ มาเป็นตัวกำหนด เช่น ยาคุมไปยี่เจียน ใช้คุมใช้ทาในหลอดเดียวกัน

- การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ตามการใช้หรือการนำไปใช้ เป็นการแสดงให้เห็นว่าผลิตภัณฑ์นั้นนำไปใช้อย่างไร เช่น ซอสบางยี่ห้อระบุว่าสามารถใช้ได้ทั้งแกง นึ่ง ทอด

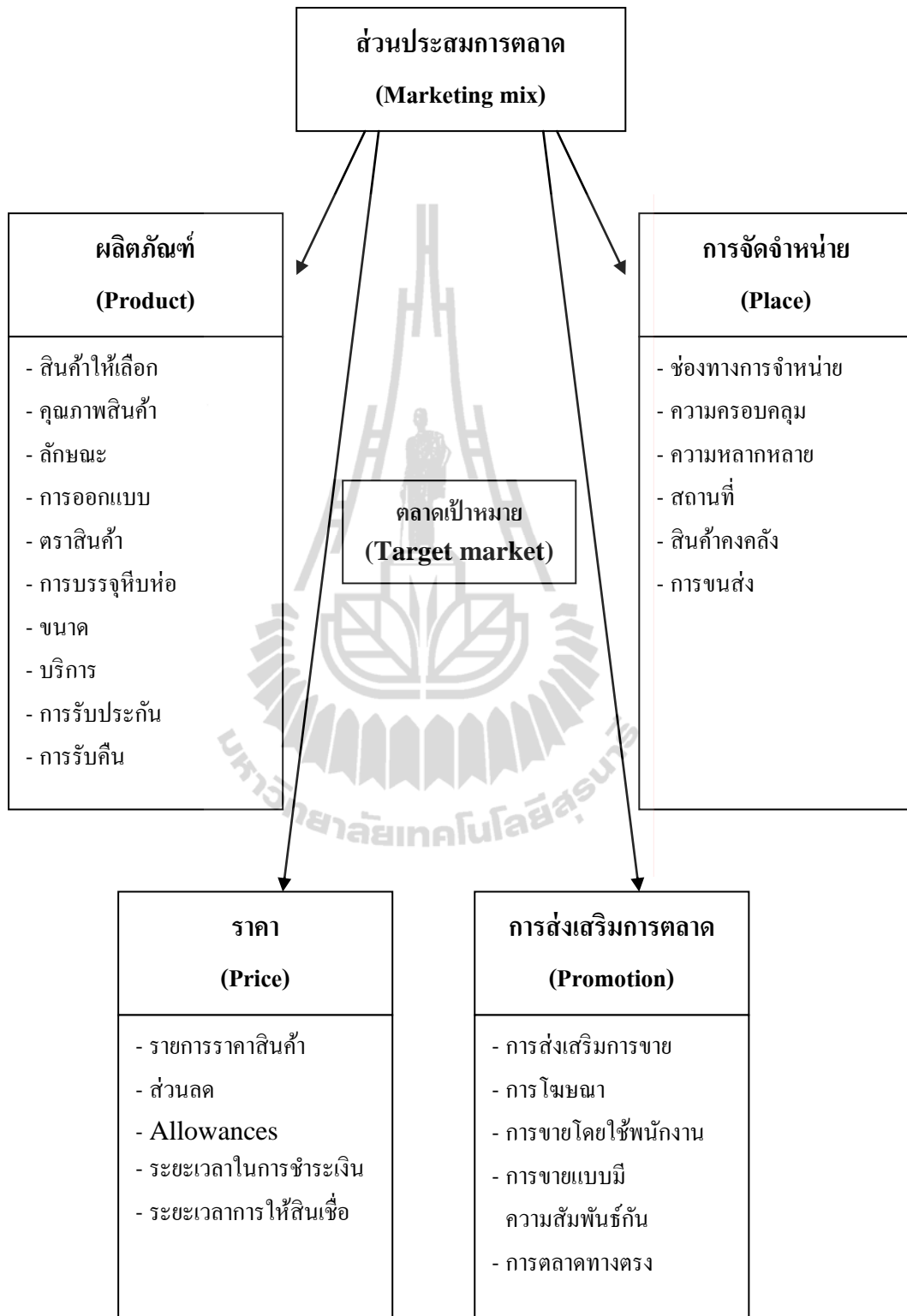
- การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ตามระดับชั้นผลิตภัณฑ์ เป็นการแสดงให้เห็นว่าผลิตภัณฑ์ยี่ห้อนั้นเป็นผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในระดับใด เช่น การกำหนดตำแหน่งว่าผลิตภัณฑ์ของตนเป็นผลิตภัณฑ์สำหรับผู้สูงอายุ ซึ่งแสดงว่าเป็นผลิตภัณฑ์ชั้นดี

- การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์เพื่อแสดงการแข่งขัน เป็นความพยายามบอกกับตลาดว่าผลิตภัณฑ์ของตนดีกว่าคู่แข่ง เช่น ผงซักฟอกบางยี่ห้อระบุว่า ฉ่ำแพงกว่าทำไม

- การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์แบบผสมผสานเป็นการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์โดยยึดหลักเกณฑ์หลายๆ อย่างร่วมกัน เช่น การนำทั้งคุณสมบัติของสินค้าและการแข่งขันมารวมกำหนดเป็นตำแหน่งผลิตภัณฑ์

2.3.2 ส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing mix หรือ 4P's) คือ เครื่องมือหรือปัจจัยทางการตลาดที่ควบคุมได้ ซึ่งธุรกิจต้องใช้ร่วมกัน เพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจแก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย หรือกระตุ้นให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเกิดความต้องการสินค้าและบริการ ประกอบด้วยส่วนประกอบ 4 ประการ ดังนี้



ภาพที่ 2.3 ส่วนประสมทางการตลาด

ที่มา : Kotler, 2006 : 19

2.3.2.1 ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่น่าเสนอต่อผู้บริโภค เพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจให้กับผู้บริโภค ผลิตภัณฑ์ประกอบด้วย สินค้า บริการ และความคิด ซึ่งสินค้า (Goods) เป็นสิ่งที่สัมผัสได้ แต่บริการ (Service) สัมผัสไม่ได้ เกิดจากการใช้ความพยายามของมนุษย์ ส่วนความคิด (Idea) อาจจะเป็นปรัชญา บทเรียน แนวคิดและข้อเสนอแนะ โดยที่ผลิตภัณฑ์ต้องมีรรถประโยชน์ (Utility) มีคุณค่า (Value) ในสายตาของผู้บริโภค ซึ่งผู้บริโภคจะเกิดการตัดสินใจซื้อก็ต่อเมื่อมีการยอมรับในผลิตภัณฑ์นั้น

การกำหนดกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ต้องคำนึงปัจจัยดังต่อไปนี้

- การวางแผนแนวคิดเกี่ยวกับสินค้า (Product concept)
 1. การสร้างความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์
 2. การสร้างความแตกต่างด้านบริการ
 3. การสร้างความแตกต่างด้านบุคลากร
 4. การสร้างความแตกต่างด้านภาพลักษณ์
- การกำหนดคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ (Product attributes) เช่น ประโยชน์พื้นฐาน รูปร่างลักษณะ คุณภาพ การบรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า เป็นต้น
- การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Product Positioning) เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้แสดงจุดเด่น มีคุณค่าในจิตใจของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย เพื่อแสดงตำแหน่งที่แตกต่าง
- การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product development) เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีลักษณะใหม่หรือปรับปรุงให้ดีขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้มากขึ้น
 - กลยุทธ์ส่วนประสมผลิตภัณฑ์ (Product mix) และสายผลิตภัณฑ์ (Product line) โดยกำหนดว่าสายผลิตภัณฑ์ควรมีสินค้าอะไรบ้างเพื่อจะได้เปรียบทางการแข่งขัน

2.3.2.2 ราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ราคาเป็น P ตัวที่สองที่เกิดขึ้นมาถัดจาก Product ราคาเป็นต้นทุน (Cost) ของผู้บริโภค โดยผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า กับ ราคา ของผลิตภัณฑ์ ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้นการกำหนดกลยุทธ์ด้านราคาต้องคำนึงถึง คุณค่าที่รับรู้ (Perceived value) ในสายตาของผู้บริโภคซึ่งต้องพิจารณาต้นทุนของผลิตภัณฑ์ ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง การแข่งขัน และปัจจัยอื่นๆ ร่วมด้วย

2.3.2.3 การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขายทำการขาย (Personal selling) และการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้คน (No personal selling) เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารมีหลายประการซึ่งอาจเลือกใช้หนึ่งหรือหลายเครื่องมือต้องใช้หลักการเลือกใช้

เครื่องมือสื่อสารแบบผสมประสานกัน (Integrated Marketing Communication : IMC) โดยพิจารณาเครื่องมือให้เหมาะสมกับผู้บริโภค ผลิตภัณฑ์ คู่แข่งขัน ให้บรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกัน ประกอบไปด้วยเครื่องมือที่สำคัญดังนี้

- การโฆษณา (Advertising) เป็นกลยุทธ์ที่เกี่ยวข้องกับ

1. การสร้างสรรค์งานโฆษณา (Creative strategy) และ กลวิธี

การโฆษณา (Advertising tactics)

2. กลยุทธ์สื่อ (Media strategy)

- แผนการประชาสัมพันธ์ (Public relations) แบ่งออกเป็น 3 ระยะ คือ

1. แผนก่อนวางผลิตภัณฑ์ เช่น การให้ข่าว แลงข่าว แจกข่าว เขียนบทความสนับสนุน การให้สัมภาษณ์ เป็นต้น

2. แผนในการวางผลิตภัณฑ์ เช่น แลงข่าวสื่อมวลชน แลงข่าวกลุ่มผู้ขาย เปิดตัวสินค้า ทำข่าว กิจกรรมอื่นๆ เป็นต้น

3. แผนหลังจากวางผลิตภัณฑ์แล้ว เช่น สร้างภาพลักษณ์ด้วยการให้ข่าว การจัดกิจกรรมส่งเสริมสังคม การจัดกิจกรรมพิเศษ เป็นต้น

- พนักงานขาย (Personal selling) ทำการจัดอบรมพนักงานขาย จัดประชุมพนักงานขาย จัดทำคู่มือการขาย จัดทำสื่อต่างๆ ช่วยพนักงานขาย

- การส่งเสริมการขาย (Sales promotion) มีวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

1. เพื่อกระตุ้นให้เกิดการทดลองใช้ผลิตภัณฑ์

2. เพื่อรักษาความภักดีต่อตราสินค้าของผู้บริโภค

3. เพื่อเพิ่มปริมาณการซื้อให้มากขึ้น

4. เป็นการเสริมสร้างขวัญและกำลังใจ

5. เป็นการกระตุ้นการตัดสินใจซื้อ

- การจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรม ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์การไปยังตลาด สถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมายก็คือ สถาบันการตลาด ส่วนกิจกรรมจะเป็นกิจกรรมที่ช่วยในการกระจายตัวสินค้า ประกอบด้วย การขนส่ง การคลังสินค้า และการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง การจัดจำหน่ายจึงประกอบด้วย 2 ส่วนดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, 2543)

- ช่องทางการจำหน่าย (Channel of distribution) หมายถึง กระบวนการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคหรือผู้ใช้ ซึ่งอาจจะมีหลายขั้นตอน ในระบบช่องทางการจำหน่ายประกอบด้วย ผู้ผลิต คนกลาง ผู้บริโภค หรือผู้ซื้ออุตสาหกรรม

- การกระจายตัวสินค้า (Market logistics) หมายถึง งานที่เกี่ยวข้องกับการวางแผน การปฏิบัติการตามแผน และการควบคุมการเคลื่อนย้ายวัตถุดิบ ปัจจัยการผลิต และสินค้าสำเร็จรูป จากจุดเริ่มต้นไปยังจุดสุดท้ายในการบริโภคเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า การกระจายตัวสินค้าที่สำคัญ คือ การขนส่ง การเก็บรักษาสินค้าและการคลังสินค้า และการบริหารสินค้าคงเหลือ

2.4 แนวความคิดของสินค้าเกษตรอินทรีย์

2.4.1 ความสำคัญของเกษตรอินทรีย์

เกษตรอินทรีย์ ถือเป็นทางเลือกสำคัญในการพัฒนาการเกษตรที่ยั่งยืน เนื่องจากสินค้าเกษตรอินทรีย์เป็นสินค้าที่มีความสำคัญและมีศักยภาพทางการตลาดตามกระแสของโลกซึ่งให้ความสำคัญกับความห่วงใยในสุขภาพและสิ่งแวดล้อม โดยนับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2548 รัฐบาลได้มีการผลักดันการจัดตั้งคณะกรรมการพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ เพื่อเป็นกลไกรับผิดชอบหลักในการกำหนดนโยบายและขับเคลื่อนการพัฒนาเกษตรอินทรีย์ของประเทศให้เกิดผลอย่างเป็นรูปธรรม พร้อมทั้งได้มีการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2551-2554) เพื่อใช้เป็นกรอบทิศทางการพัฒนาเกษตรอินทรีย์ของประเทศอย่างเป็นระบบ โดยมีแนวคิดและหลักการสำคัญซึ่งมุ่งเน้นการพัฒนาแบบองค์รวมที่มีคนเป็นศูนย์กลางเพื่อแก้ปัญหาความยากจน บนพื้นฐานปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง และเน้นการดำเนินงานในเชิงบูรณาการทุกภาคส่วนอย่างเป็นระบบ เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตและเสริมสร้างสุขภาพที่ดีแก่เกษตรกรและผู้บริโภคในการผลิตและบริโภคอาหารที่ปลอดภัยจากสารเคมีและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม อันจะนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนต่อไป ดังนั้น แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ จึงเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการบูรณาการและผลักดันการพัฒนาเกษตรอินทรีย์ รวมถึงยังใช้เป็นกรอบแนวทางในการติดตามประเมินผลและกำกับการดำเนินงานของทุกภาคส่วนให้สอดคล้องกับเป้าหมายที่กำหนดได้ (สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ, www, 2552)

ยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2551-2554) ประกอบไปด้วย 4 ยุทธศาสตร์หลัก ได้แก่

1. ยุทธศาสตร์การเสริมสร้างและจัดการองค์ความรู้และนวัตกรรม มีมาตรการ 3 ด้าน ได้แก่

1.1 การสนับสนุนงานวิจัยและพัฒนาเพื่อสร้างองค์ความรู้และนวัตกรรมด้านเกษตรอินทรีย์ที่เหมาะสมทั้งห่วงโซ่อุปทาน ตั้งแต่การผลิต ดูแลรักษาเก็บเกี่ยว การแปรรูป บรรจุภัณฑ์ การขนส่ง ไปจนถึงการตลาดเพื่อสร้างมูลค่า

1.2 การส่งเสริม ให้มีการสร้างความรู้และความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์ทั้งต่อผู้ผลิต ผู้ประกอบการ ผู้บริโภคและเจ้าหน้าที่

1.3 การจัดทำฐานข้อมูลด้านเกษตรอินทรีย์ในทุกระดับ โดยจัดทำฐานข้อมูลเกษตรอินทรีย์ให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน

2. ยุทธศาสตร์การพัฒนาการเกษตรอินทรีย์ตามวิถีพื้นบ้าน มีมาตรการ 2 ด้าน ได้แก่

2.1 การพัฒนาการผลิตและสร้างเครือข่ายสู่การพึ่งพาตนเอง โดยสนับสนุนให้มีการผลิตปัจจัยการผลิตที่เป็นอินทรีย์วัตถุดิบอย่างเพียงพอ เช่น เมล็ดพันธุ์ ปุ๋ยอินทรีย์ เป็นต้น

2.2 การพัฒนาช่องทางการตลาดรองรับผลผลิตส่วนเกิน โดยพัฒนาและสร้างเครือข่ายเชื่อมโยงทางการค้าและการตลาดของสินค้าเกษตรอินทรีย์ โดยพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการที่จะนำผลิตภัณฑ์สินค้าอินทรีย์ในท้องถิ่นออกสู่ตลาด รวมทั้งสนับสนุนการดำเนินงานของตลาดชุมชนและตลาดเชิงสถาบันอย่างต่อเนื่อง เช่น โรงเรียน โรงพยาบาล เป็นต้น

3. ยุทธศาสตร์การเสริมสร้างศักยภาพการเกษตรอินทรีย์เชิงพาณิชย์ มาตรการ 3 ด้าน ได้แก่

3.1 การพัฒนาการผลิตและเครือข่ายทั้งระบบเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็ง โดยสนับสนุนการสร้างและเชื่อมโยงเครือข่ายเกษตรกร สถาบันเกษตรกรและเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนให้มีความเข้มแข็ง

3.2 การพัฒนาระบบมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ไทยโดยศึกษาบทวนและพัฒนาระบบมาตรฐานและการตรวจรับรองของประเทศไทยให้เป็นระบบ และเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคทั้งในประเทศและต่างประเทศ

3.3 การพัฒนาการตลาดสู่สากลโดยจัดทำแผนประชาสัมพันธ์ให้ความรู้เกี่ยวกับสินค้าเกษตรอินทรีย์อย่างต่อเนื่อง

4. ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการเพื่อพัฒนาเกษตรอินทรีย์ มีมาตรการ 2 ด้าน ได้แก่

4.1 การจัดให้มีกลไกระดับนโยบายในการบริหารจัดการและขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์อย่างเป็นเอกภาพ มีการบูรณาการแผน งบประมาณและประสานการปฏิบัติกับทุกภาคส่วนในทุกระดับ และติดตามประเมินผลการพัฒนาเกษตรอินทรีย์อย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง

4.2 การจัดให้มีระบบการประสานความร่วมมือของทุกภาคส่วนในการขับเคลื่อนการพัฒนาเกษตรอินทรีย์ในทุกระดับ โดยให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในแผนปฏิบัติการพัฒนาเกษตรอินทรีย์และเสริมสร้างความร่วมมือกับต่างประเทศ

2.4.2 ตลาดเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย

ตลาดเกษตรอินทรีย์เกิดขึ้นตั้งแต่ช่วงปี พ.ศ. 2533-พ.ศ.2534 โดยกระแสความตื่นตัวด้านสุขภาพและสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภค โดยเฉพาะการบริโภค "อาหารเพื่อสุขภาพ" ที่ผู้บริโภคตื่นตัวเกี่ยวกับความเชื่อมโยงของการรักษาสุขภาพและการบริโภคอาหารที่ปลอดภัยและมีประโยชน์ จนทำให้ "ธุรกิจอาหารสุขภาพ" เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว ซึ่งทำให้ตลาดผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ได้เริ่มเปิดตัวขึ้น รวมถึงหน่วยงานราชการได้มีนโยบายในการส่งเสริมอาหารปลอดภัย เช่น ผักอนามัย ผักปลอดภัยจากสารพิษ ซึ่งทำให้ผู้บริโภคเกิดความสับสนระหว่างความแตกต่างของผลผลิตอาหารปลอดภัยกับเกษตรอินทรีย์ ส่งผลให้ตลาดเกษตรอินทรีย์ในประเทศมีการเติบโตได้ค่อนข้างช้าผนวกกับเกิดวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจในช่วงปี พ.ศ. 2541 ส่งผลให้ตลาดเกษตรอินทรีย์เกิดการชะลอการเติบโต (สหกรณ์กรีนเนท, www, 2553)

ตลาดเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทยเริ่มฟื้นตัวตั้งแต่ปี พ.ศ. 2546 เมื่อมีการจัดประชุมนานาชาติเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย โดยสมาพันธ์เกษตรอินทรีย์นานาชาติ และองค์การอาหารและการเกษตรแห่งสหประชาชาติโดยมูลนิธิสายใยแผ่นดินและกรีนเนทเป็นเจ้าภาพหลัก การมีกิจกรรมเกษตรอินทรีย์ระหว่างประเทศในครั้งนั้นกระตุ้นให้เกิดความสนใจทั้งในการผลิต การบริโภค และการผลักดันนโยบายด้านเกษตรอินทรีย์อย่างเป็นทางการมากขึ้น ส่งผลให้มีการฟื้นตัวของตลาดเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย นอกจากนี้ ยังมีปัจจัยสำคัญอื่น ๆ ที่ทำให้เกิดการขยายตัวของตลาดเกษตรอินทรีย์เพิ่มขึ้น เช่น การใช้ตรารับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ ของสำนักงานมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ (มกท.) และของกรมวิชาการเกษตร ซึ่งทำให้ผู้บริโภคสามารถแยกแยะความแตกต่างระหว่างผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์กับผลิตภัณฑ์อาหารปลอดภัยได้สะดวกมากขึ้น

สหกรณ์กรีนเนทได้จำแนกผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ออกเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

1) ผลผลิตอินทรีย์ยังไม่รับรองตามมาตรฐาน โดยผู้ผลิตเริ่มต้นทำการผลิตตามแนวทางเกษตรอินทรีย์ โดยอยู่ในระยะพัฒนาการผลิต แต่ยังไม่ได้สมัครขอรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์จากหน่วยงานตรวจสอบรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ แต่มีการตรวจสอบภายในระดับกลุ่มด้วยตัวเอง

2) ผลผลิตอินทรีย์ระยะปรับเปลี่ยน ซึ่งพื้นที่การผลิตที่ขอรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์จากหน่วยงานตรวจสอบและรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ที่เชื่อถือได้ และได้รับการรับรองว่าระบบการผลิตอยู่ในระหว่าง “ระยะปรับเปลี่ยน” ซึ่งถือเป็นช่วงการฟื้นฟูสภาพแวดล้อมและความอุดมสมบูรณ์ของดินและช่วงสลายนตัวของสารเคมีการเกษตรที่อาจตกค้างมาก่อน โดยทั่วไป ช่วงระยะการปรับเปลี่ยนของการผลิตพืชล้มลุก (ผักและพืชไร่) จะใช้เวลา 12 - 24 เดือน ส่วนการผลิตไม้ยืนต้น มีช่วงระยะการปรับเปลี่ยนจะใช้เวลา 18 - 36 เดือน

3) ผลผลิตอินทรีย์รับรองมาตรฐาน เป็นผลผลิตที่ได้จากระบบการผลิตที่อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ไม่มีการใช้สารเคมีสังเคราะห์ สารเคมีทางการเกษตรและปุ๋ยเคมี รวมถึงเป็นระบบที่

เกื้อกูลต่อสิ่งแวดล้อม โดยพื้นที่ทำการผลิตได้รับการตรวจสอบและรับรองจากหน่วยตรวจรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ และผ่านระยะปรับเปลี่ยนแล้ว

2.4.3 ความหมายและความแตกต่างของสินค้า

กลุ่มงานส่งเสริมและพัฒนาเกษตรอินทรีย์ ส่วนส่งเสริมและบริการพัฒนาคุณภาพสินค้า สำนักพัฒนาคุณภาพสินค้าเกษตร กรมส่งเสริมการเกษตร ได้สรุปความหมายและข้อแตกต่างของสินค้าเกษตรอินทรีย์ สินค้าเกษตรไร้สารพิษ สินค้าเกษตรปลอดภัยจากสารพิษ และสินค้าเกษตรอนามัยไว้ดังนี้

สินค้าเกษตรอินทรีย์ (Organic Products) หมายถึง สินค้าที่ผลิตภายใต้ระบบการจัดการการผลิตด้านการเกษตรแบบองค์รวมที่เกื้อหนุนต่อระบบนิเวศ รวมถึงความหลากหลายทางชีวภาพ วงจรชีวภาพ โดยเน้นการใช้วัสดุธรรมชาติ หลีกเลี่ยงการใช้วัตถุสังเคราะห์ และไม่ใช้พืช สัตว์ หรือจุลินทรีย์ที่ได้มาจากเทคนิคการดัดแปลงทางพันธุกรรม (Genetic modification : GMO) หรือพันธุวิศวกรรม (Genetic engineering) มีการจัดการกับผลิตภัณฑ์ โดยเน้นการแปรรูปด้วยความระมัดระวัง เพื่อรักษาสภาพการเป็นเกษตรอินทรีย์ และคุณภาพที่สำคัญของผลิตภัณฑ์ในทุกขั้นตอน

สินค้าเกษตรไร้สารพิษ หมายถึง สินค้าเกษตรที่ระบบการผลิตไม่มีการใช้สารเคมีใด ๆ ทั้งสิ้น ไม่ว่าจะเป็นสารเคมีเพื่อป้องกันและปราบศัตรูพืชหรือปุ๋ยเคมีทุกชนิด แต่ใช้ปุ๋ยอินทรีย์ทั้งหมด และผลผลิตที่เก็บเกี่ยวแล้วต้องไม่มีพิษใด ๆ ทั้งสิ้น ผลผลิตที่ได้เป็น Pesticide-free Vegetable ทั้งนี้ ไม่ระบุถึงการห้ามใช้ GMO

สินค้าเกษตรปลอดภัยจากสารพิษ หมายถึง สินค้าเกษตรที่ระบบการผลิตมีการใช้สารเคมีในการป้องกันและปราบศัตรูพืชรวมทั้งปุ๋ยเคมีเพื่อการเจริญเติบโต ผลผลิตที่เก็บเกี่ยวได้ยังมีพิษตกค้างไม่เกินปริมาณที่กำหนดไว้เพื่อความปลอดภัยของผู้บริโภคตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 163 พ.ศ. 2538 ทั้งนี้ ไม่ได้ระบุถึงการห้ามใช้ GMO

สินค้าเกษตรอนามัย หมายถึง สินค้าเกษตรที่ระบบการผลิตที่มีการใช้สารเคมีในการป้องกันและปราบศัตรูพืช รวมทั้งปุ๋ยเคมีเพื่อการเจริญเติบโต ผลผลิตที่เก็บเกี่ยวได้ยังมีสารพิษตกค้างไม่เกินปริมาณที่กำหนดไว้เพื่อความปลอดภัยของผู้บริโภค และมีความสะอาดผ่านกรรมวิธีการปฏิบัติก่อนและหลังการเก็บเกี่ยว ตลอดจนการขนส่งและการบรรจุหีบห่อได้ตามคุณลักษณะตามมาตรฐาน ซึ่งมีการผลิตเหมือนกับสินค้าเกษตรปลอดภัยจากพิษ

ในการท้าวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาสินค้าเกษตรอินทรีย์ 3 ประเภท ได้แก่

1. ข้าวอินทรีย์ (Organic rice) เป็นข้าวที่ได้จากการผลิตแบบเกษตรอินทรีย์ซึ่งเป็นวิธีการผลิตข้าวที่หลีกเลี่ยงการใช้สารเคมี หรือสารสังเคราะห์ต่าง ๆ เป็นต้นว่า ปุ๋ยเคมี สารควบคุมการเจริญเติบโตของพืช สารควบคุมและกำจัดวัชพืช สารป้องกันกำจัดโรคแมลงสัตว์ศัตรูข้าว และ

ฮอร์โมนต่าง ๆ ตลอดจนไม่ใช่เมล็ดพันธุ์ข้าวที่เกิดจากการตัดต่อทางพันธุกรรม (GMO) เน้นการใช้อินทรีย์วัตถุในทุกขั้นตอนการผลิตและการเก็บรักษาผลผลิต เช่น ใช้ปุ๋ยคอก ปุ๋ยหมัก ปุ๋ยพืชสด ในการปรับปรุงเพิ่มความอุดมสมบูรณ์ของดิน เพื่อให้ต้นข้าวมีความอุดมสมบูรณ์ แข็งแรงตามธรรมชาติ สามารถต้านทานต่อโรคและแมลงได้ดี หากมีความจำเป็นให้ใช้วัสดุจากธรรมชาติหรือสารสกัดจากพืชตามบัญชีที่อนุญาตให้ใช้ได้ ทั้งนี้ต้องไม่มีสารพิษตกค้างปนเปื้อนในผลผลิต ในดิน และในน้ำ เป็นการรักษาสภาพแวดล้อมและได้ผลผลิตที่มีคุณภาพดี ทำให้ชาวนาและผู้บริโภคมีสุขภาพดี คุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น (กรมส่งเสริมการเกษตร, www, 2551)

2. ผักอินทรีย์ (Organic vegetable) เป็นผักที่ปลูกโดยไม่ใช้สารเคมี แต่ใช้ประโยชน์จากวัสดุธรรมชาติแทนลดการใช้ปัจจัยการผลิตจากภายนอก และไม่ใช้เมล็ดพันธุ์ที่เกิดจากการตัดต่อทางพันธุกรรม ซึ่งเกษตรอินทรีย์เป็นระบบการผลิตที่มุ่งเน้นความปลอดภัยของผู้ผลิตและผู้บริโภค รวมทั้งการรักษาสมดุลธรรมชาติไปพร้อมๆกัน

3. เนื้อสัตว์อินทรีย์ที่เกิดจากการกระบวนการผลิตที่มีระบบการจัดการผลิตปศุสัตว์ที่มีความสัมพันธ์กลมกลืนระหว่างดิน พืช สัตว์ที่เหมาะสม โดยให้ความสำคัญเลี้ยงสัตว์ที่ปล่อยตามพฤติกรรมธรรมชาติของสัตว์ และใช้อาหารอินทรีย์ที่ผลิตได้ภายในพื้นที่เป็นหลัก ส่งเสริมให้สัตว์มีสุขภาพดี เน้นการป้องกันโรคโดยการจัดการฟาร์มที่ดี หลีกเลี่ยงการใช้ยาและสารเคมี (ปศุสัตว์อินทรีย์, www, 2551)

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่องทัศนคติต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ของผู้บริโภคในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาและรวบรวมงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยสรุปดังนี้

Tsakiridou, Boutsouki, Zotos and Mattas (2008) ศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ของผู้บริโภคกรีก โดยทำการศึกษาทัศนคติและการบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่แตกต่างกันตามลักษณะประชากรศาสตร์ และความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและพฤติกรรม จากการศึกษาพบว่าร้อยละ 67.40 ของกลุ่มตัวอย่าง มีความตระหนักถึงสินค้าเกษตรอินทรีย์ ซึ่งในจำนวนนี้ร้อยละ 43.6 ซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์เป็นประจำ ซึ่งผู้ที่ตระหนักถึงสินค้าเกษตรอินทรีย์ ร้อยละ 68 เป็นเพศหญิง ร้อยละ 65.8 เป็นผู้ที่แต่งงานแล้ว ร้อยละ 43.4 จบการศึกษาระดับอุดมศึกษา พบว่าเพศ มีทัศนคติไม่แตกต่างกัน ผู้ที่มีการศึกษาสูงกว่าจะมีความเชื่อในคุณค่าของสินค้าเกษตรอินทรีย์สูงกว่าผู้ที่มีการศึกษาน้อยกว่า ผู้ที่มีรายได้สูงกว่าจะมีทัศนคติเชิงบวกต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์สูงกว่ารายได้ต่ำกว่า และผู้ที่มีอายุสูงกว่าจะมีทัศนคติเชิงบวกสูงกว่าอายุน้อย ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบทัศนคติของกลุ่มผู้ที่ซื้อ และไม่ซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ พบว่าผู้ที่ซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์มีทัศนคติเชิงบวกมากกว่าผู้ที่ไม่ซื้ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยกลุ่มผู้ที่ซื้อจะมี

ความพึงพอใจในคุณภาพและความหลากหลายของสินค้าเกษตรอินทรีย์ รวมถึงข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมและสุขภาพ ในขณะที่กลุ่มผู้ที่ไม่ซื้อให้ความสำคัญกับด้านราคา

Lea and Worsley (2005) ศึกษาความเชื่อเกี่ยวกับอาหารอินทรีย์และความสัมพันธ์กับลักษณะทางประชากรและค่านิยมของผู้บริโภคชาวออสเตรเลีย จากผู้ตอบแบบสอบถาม 223 คน พบว่าเพศต่างกันมีความเชื่อต่ออาหารอินทรีย์ที่แตกต่างกัน โดยเพศหญิงมีความเชื่อต่ออาหารอินทรีย์มากกว่าเพศชาย หากอาหารดังกล่าวมีการเพิ่มวิตามินและเกลือแร่ ผู้ที่มีอายุสูงกว่าจะมีความเชื่อต่ออาหารอินทรีย์มากกว่าผู้ที่มีอายุน้อย การศึกษาที่แตกต่างกันมีความเชื่อไม่แตกต่างกัน และพบว่าปัจจัยที่ทำให้อาหารอินทรีย์มีคุณค่า คือการเป็นหนึ่งเดียวกับธรรมชาติ การรักษาสีเขียวสิ่งแวดล้อม และคุณภาพของอาหารอินทรีย์

Radman (2005) ทำการศึกษาเกี่ยวกับการบริโภคและการรับรู้สินค้าเกษตรอินทรีย์ของประชากรในโครเอเชีย จำนวน 179 คน พบว่าร้อยละ 90 ของผู้ตอบแบบสอบถามเชื่อว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์มีความแตกต่างจากสินค้าทั่วไป โดยร้อยละ 65 เป็นเพศหญิง ซึ่งซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์บ่อยกว่าเพศชาย ผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปมีการซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์มากกว่าผู้มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา ร้อยละ 46 หาซื้อจากซูเปอร์มาร์เก็ต ร้อยละ 20 ซื้อจากแหล่งผลิตโดยตรง โดยสินค้าส่วนใหญ่ที่เลือกซื้อ ได้แก่ ผักและผลไม้ และสำหรับครอบครัวที่มีเด็กอายุต่ำกว่า 14 ปี จะซื้อนมและผลิตภัณฑ์จากนม ซึ่งคนส่วนใหญ่ร้อยละ 46 ยินดีจ่ายในราคาที่เพิ่มขึ้นไม่เกินร้อยละ 20 จากราคาปกติ ด้านภาพลักษณ์ของสินค้าเกษตรอินทรีย์ ผู้บริโภคมองว่าเป็นสินค้าเพื่อสุขภาพ รองลงมาเป็นสินค้าที่มีคุณภาพดี มีราคาแพง และรสชาติดีตามลำดับ

Chen (2009) ศึกษาการตระหนักถึงสุขภาพ และการตระหนักต่อสิ่งแวดล้อม ที่ส่งผลต่อวิถีแห่งสุขภาพ (Healthy lifestyle) และทัศนคติต่ออาหารอินทรีย์ของชาวไต้หวัน พบว่าการตระหนักถึงสุขภาพ และทัศนคติต่อสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อวิถีแห่งสุขภาพ และทัศนคติต่ออาหารอินทรีย์ โดยที่การตระหนักถึงสุขภาพจะมีความสัมพันธ์ในระดับที่สูงกว่าการตระหนักต่อสิ่งแวดล้อม

Petchdakul (2004) ศึกษาเกี่ยวกับโอกาสของอาหารเกษตรอินทรีย์ในยุโรป กรณีศึกษาประเทศเยอรมัน สหราชอาณาจักร และฝรั่งเศส โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความผันแปรของส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยความแตกต่างด้านประชากร และพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้บริโภคชาวยุโรปที่มีต่ออาหารเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทย โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริโภคชาวยุโรปจำนวน 344 ราย ได้จำแนกกลุ่มของผู้บริโภคไว้สองกลุ่ม คือกลุ่มผู้บริโภคอาหารเกษตรอินทรีย์ และกลุ่มผู้บริโภคที่ไม่บริโภคอาหารเกษตรอินทรีย์ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านประชากรไม่มีผลต่อความถี่และปริมาณในการซื้ออาหารเกษตรอินทรีย์ ยกเว้นปัจจัยด้านรายได้ที่ผลปฏิสัมพันธ์บางประการมีผลต่อลักษณะทางสังคม ประชากร และความ

แผนแปรทางการตลาด ปัจจัยด้านคุณค่าอาหารความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ และรสชาติของอาหาร ให้ผลเป็นที่น่าพึงพอใจ ในขณะที่การรับรู้ทางด้านรูปลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ให้ผลที่ไม่น่าพึงพอใจ การวิเคราะห์แบบจัดกลุ่มผู้ซื้อแบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มสุขภาพ 2) กลุ่มที่ตระหนักทางด้านสิ่งแวดล้อมและสังคม 3) กลุ่มที่ใส่ใจสุขภาพ 4) กลุ่มสมัยนิยม โดยผู้บริโภคอาหารเกษตรอินทรีย์ได้แก่ กลุ่มที่ตระหนักด้านสิ่งแวดล้อมและสังคม

กัลยาณี กุลชัยและพิรัช กุลชัย (2549) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรม ทักษะคิด และปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคผักอินทรีย์ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวนตัวอย่าง 110 คน พบว่า ผู้บริโภคผักอินทรีย์ส่วนใหญ่บริโภคมานานกว่า 4 ปี จะเลือกซื้อผักจากซูเปอร์มาร์เก็ตมากที่สุด โดยพิจารณาจากฉลากข้างถุงที่แสดงว่าเป็นผักอินทรีย์เป็นลำดับแรก เหตุผลที่เลือกบริโภคผักอินทรีย์มากที่สุดคือมีความปลอดภัยจากสารเคมี ซึ่งมีทักษะคิดว่าผักอินทรีย์ที่จำหน่ายในซูเปอร์มาร์เก็ตตามห้างสรรพสินค้าเชื่อถือได้ในระดับที่มากที่สุด รองลงมาคือมีทักษะคิดเรื่องของการรับรองมาตรฐาน โดยหน่วยงานของราชการมีผลต่อการตัดสินใจซื้อเพราะสร้างความมั่นใจในคุณภาพผักอินทรีย์ให้มีความน่าเชื่อถือ ราคาสินค้าและฉลากผักอินทรีย์มีความสำคัญต่อการตัดสินใจ มีการประชาสัมพันธ์ผักอินทรีย์ตามสื่อต่าง ๆ ยังไม่แพร่หลาย ยินดีที่จะจ่ายเงินเพิ่มในการบริโภคผักอินทรีย์เพื่อลดความเสี่ยงในการเจ็บป่วย มีความเชื่อว่าการบริโภคผักอินทรีย์จะให้คุณค่าทางอาหารสูง ยินดีที่จะซื้อผักอินทรีย์ถึงแม้ว่าผักจะมีลักษณะไม่สวยงาม และคิดว่าจะยังมีแหล่งจำหน่ายและชนิดให้เลือกน้อยตามลำดับ สำหรับปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคผักอินทรีย์มากที่สุดได้แก่ ห่วงใยสุขภาพ เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างพบว่าอาชีพ ระดับรายได้ ระดับการศึกษา รายจ่ายครัวเรือนที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อการบริโภคผักอินทรีย์แตกต่างกัน และทักษะคิดที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยในการบริโภคผักอินทรีย์ที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

โครงการต่อเนื่องรับการสนับสนุนจากสหภาพยุโรปเกี่ยวกับการผลิตอินทรีย์และการบริโภคปลาแซลมอน (2004) ได้จัดทำวิจัยเรื่อง ความเข้าใจและความรู้ลึกของผู้บริโภคยุโรป กรณีการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ เป็นการศึกษาความเข้าใจและการรับรู้ของผู้บริโภคอาหารปลอดภัยประเภทปลาแซลมอนอินทรีย์ ทำการสำรวจในกลุ่มตัวอย่าง 5 ประเทศ คือ ฝรั่งเศส เยอรมัน นอร์เวย์ สเปน และสหราชอาณาจักร พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความสับสนเกี่ยวกับความหมายของคำว่าอินทรีย์ และไม่ทราบการออกใบรับรองและการติดฉลากอินทรีย์ ผู้บริโภคหลายคนไม่แน่ใจ และสงสัยเกี่ยวกับการผลิตปลาแซลมอน ซึ่งผู้บริโภคจำนวนมากไม่ไว้วางใจการกำกับดูแลอาหารอินทรีย์และการผลิตปลาแซลมอน

พริยา สิริภัทรไพศาล (2550) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภคและส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อแนวโน้ม การตัดสินใจซื้อผักปลอดภัยในซูเปอร์มาร์เก็ตเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งได้แก่ ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา ส่วนประสมทางการตลาด พบว่า

ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 25 – 34 ปี สถานภาพโสด การศึกษาสูงสุดอยู่ในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 20,000 บาท มีปัจจัยทางด้านจิตวิทยา ได้แก่ ด้านการรับรู้ และด้านแรงจูงใจ โดยรวมอยู่ในระดับสูง และมีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับดี ในด้านพฤติกรรมผู้บริโภคผูกปลดสารพิษโดยการนำผักมาผัด และบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคผักปลดสารพิษ คือ ตัวผู้บริโภคเอง โดยส่วนใหญ่ซื้อผักปลดสารพิษจากซูเปอร์มาเกต ปัจจัยหลักที่ทำให้ตัดสินใจซื้อผักปลดสารพิษโดยรวม อยู่ในระดับมีแนวโน้มการตัดสินใจซื้อสูง

ณัฐพร สิริลัพท์ (2551) ศึกษาความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับสินค้าผักอินทรีย์เปรียบเทียบกับผักที่ได้รับสารเคมี โดยสัมภาษณ์ผู้บริโภคที่ซื้อผักในซูเปอร์มาร์เก็ตระดับกลางและซูเปอร์มาร์เก็ตระดับบน รวม 6 แห่ง จำนวน 210 คนในกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับทัศนคติต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์และความเต็มใจที่จะจ่ายส่วนเพิ่มของราคาสำหรับผักอินทรีย์ พบว่าผู้บริโภคซื้อผักในซูเปอร์มาร์เก็ตทั้งสองระดับ มีความเต็มใจที่จะจ่ายส่วนต่างราคาสูงสุดของสินค้าผักอินทรีย์สามชนิด คือ ผักคะน้า ผักกวางตุ้ง และถั่วฝักยาว เปรียบเทียบกับผักที่ได้รับสารเคมีเท่ากับ 68.64 บาทต่อกิโลกรัม และทำการแยกวิเคราะห์ค่าความเต็มใจที่จะจ่ายของผู้บริโภคที่ซื้อผักในซูเปอร์มาร์เก็ตแต่ละระดับ พบว่า ผู้ที่ซื้อผักในซูเปอร์มาร์เก็ตระดับบนมีความเต็มใจที่จะจ่ายส่วนต่างราคาสูงสุดเท่ากับ 73.93 บาทต่อกิโลกรัม ส่วนผู้ที่ซื้อผักในซูเปอร์มาร์เก็ตระดับกลางมีความเต็มใจที่จะจ่ายส่วนต่างราคาสูงสุด 64.40 บาทต่อกิโลกรัม โดยปัจจัยด้านเศรษฐกิจและสังคมที่มีอิทธิพลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายอย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ สถานที่ซื้อผัก รายได้ครัวเรือน อายุ จำนวนบุตร ระดับการศึกษา และจำนวนสมาชิกในครัวเรือน

นันทนา จินดาสุรารักษ์ และ สมฤดี ศรีพนมธนากร (2547) ศึกษาเรื่องทัศนคติและพฤติกรรมในการเลือกซื้อข้าวอินทรีย์ในร้านค้าปลีกเฉพาะด้านของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าสื่อที่ได้รับการประชาสัมพันธ์มากที่สุด คือ การแนะนำจากบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่ใกล้ชิดหรือเชื่อถือได้ ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะมีความรู้เกี่ยวกับข้าวอินทรีย์ในเรื่องกระบวนการผลิตที่หลีกเลี่ยงการใช้สารเคมีและปุ๋ยเคมีทุกชนิด รวมทั้งเป็นการรักษาสภาพแวดล้อม และรักษาความสมดุลของระบบนิเวศ ประโยชน์ของข้าวอินทรีย์คือทำให้ผู้บริโภคมีสุขภาพอนามัย และคุณภาพชีวิตที่ดี ผู้บริโภคส่วนใหญ่นิยมทำการเลือกซื้อข้าวอินทรีย์จากร้านโกลเดนเฟลต และในการเลือกซื้อจะพิจารณาดราสินค้า โดยตราสินค้าที่เลือกซื้อมากที่สุด คือ เลมอนฟาร์ม ผู้บริโภคมีความชอบข้าวอินทรีย์ในด้านคุณภาพและความสะอาดของสินค้า โดยข้าวกล้องขาวได้รับความนิยมมากที่สุด สิ่งที่ทำให้ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นในข้าวอินทรีย์ คือ โลโก้มาตรฐานรับรองจากองค์กรที่เชื่อถือได้บนบรรจุภัณฑ์ การซื้อข้าวอินทรีย์ของผู้บริโภคส่วนใหญ่มักซื้อมาเพื่อ

รับประทานเองความถี่ในการซื้อ 1 ครั้งต่อเดือน ขนาดบรรจุภัณฑ์ที่นิยมคือ 2 กิโลกรัม และบรรจุในถุงพลาสติกด้วยระบบสูญญากาศ ในด้านราคาผู้บริโภคส่วนใหญ่คิดว่าเหมาะสมแล้วในระดับราคา 30 บาทต่อ 1 กิโลกรัม จากการศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคต่อส่วนประสมการตลาดในมุมมองผู้บริโภคพบว่าในด้านความจำเป็นและความต้องการ ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการเป็นสินค้าเพื่อสุขภาพซึ่งเป็นคุณสมบัติของข้าวอินทรีย์ที่สำคัญมากที่สุด ในด้านต้นทุนผู้บริโภคพบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการที่นอกเหนือจากการจำหน่ายข้าวอินทรีย์แล้วร้านค้ามีการจำหน่ายสินค้าอินทรีย์ชนิดอื่นร่วมด้วยมากที่สุด ในด้านความสะดวกสบายผู้บริโภคให้ความสำคัญกับความสะอาดภายในร้านมากที่สุด และในด้านการสื่อสารผู้บริโภคให้ความสำคัญกับสื่อโฆษณาโดยนิตยสารวารสารหรือหนังสือพิมพ์ และการให้คำแนะนำของพนักงานขายมากที่สุด

องค์กรมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ภาคเหนือ (2549) ได้จัดทำรายงานการวิจัยเรื่องทัศนคติที่มีต่ออาหารเกษตรอินทรีย์ เพื่อเสนอต่อมูลนิธิเกษตรกรรมยั่งยืน (ประเทศไทย) โดยใช้แบบสัมภาษณ์กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 496 คน พบว่า ชนิดของผักที่เลือกซื้อเป็นประจำจะเลือกซื้อผักที่วางขายในตลาดทั่วไปและผักปลอดสารพิษ ส่วนเหตุผลที่คำนึงในการเลือกซื้อจะคำนึงถึงด้านสุขภาพมากกว่าทัศนคติส่วนตัวและการรักษาสีสิ่งแวดล้อมตามลำดับ ผู้บริโภครู้จักเกษตรอินทรีย์ จำนวน 389 คน และเคยซื้อผักเกษตรอินทรีย์มาใช้ประกอบอาหารเป็นจำนวน 107 คน ผู้บริโภคคิดว่าคุณสมบัติของผักเกษตรอินทรีย์ คือ มีความปลอดภัยจากสารพิษ และมีผลดีต่อสุขภาพ และการหาซื้อผักเกษตรอินทรีย์ผู้บริโภคคิดว่าหาซื้อยาก และไม่ทราบแหล่งจัดจำหน่าย ราคาของผักเกษตรอินทรีย์ ผู้บริโภคคิดว่ามีราคาแพงและผู้บริโภคทราบข้อมูลเกี่ยวกับอาหารเกษตรอินทรีย์มาจากสื่อโทรทัศน์จากการสำรวจทัศนคติของผู้บริโภคเกี่ยวกับอาหารเกษตรอินทรีย์ พบว่าจำนวนผู้บริโภคที่คิดว่าอาหารเกษตรอินทรีย์มีคุณสมบัติในด้านความปลอดภัยจากสารพิษ ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม และมีผลดีต่อสุขภาพ

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่องทัศนคติต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ของผู้บริโภคในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตอนล่าง 1 เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) รูปแบบการวิจัยเป็นแบบเชิงสำรวจ (Survey Research) มีการกำหนดวัตถุประสงค์และสมมติฐานการวิจัย กำหนดประชากรและขนาดกลุ่มตัวอย่าง และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งได้ทำแบบสอบถาม โดยการค้นคว้าจากเอกสารและแนวความคิด ทฤษฎีของนักวิชาการต่าง ๆ รวมถึงผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางประกอบในการวิจัย

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.2.1 ประชากร

ประชากร คือ ผู้บริโภคที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป ที่อาศัยอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตอนล่าง 1 ได้แก่ จังหวัดนครราชสีมา ชัยภูมิ บุรีรัมย์ และสุรินทร์ ดังมีจำนวนประชากรแสดงในตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 จำนวนประชากร

จังหวัด	จำนวนประชากรอายุ 20 ปีขึ้นไป
นครราชสีมา	1,855,173
ชัยภูมิ	812,810
บุรีรัมย์	1,076,990
สุรินทร์	955,596
รวมทั้งสิ้น	4,700,569

ที่มา : กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย, www, 2554

3.2.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้บริโภคที่รู้จักสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่อาศัยอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ได้แก่ จังหวัดนครราชสีมา ชัยภูมิ บุรีรัมย์ และสุรินทร์ ทำการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) และทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) การกำหนดขนาดตัวอย่าง ได้จากการคำนวณด้วยสูตรแบบไม่ทราบจำนวนประชากร (อ้างถึงใน ชานินทร์ ศิลป์จารุ, 2550) ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

$$n = \frac{P(1-P)(Z)^2}{e^2}$$

- เมื่อ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
 $P(1-P)$ = ค่าความแปรปรวนของค่าสัดส่วน โดยกำหนดให้ P มีค่าเท่ากับ 0.5
 e = ค่าเปอร์เซ็นต์ความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่าง ในการศึกษาครั้งนี้ กำหนดค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้เท่ากับ 0.05
 Z = ระดับความเชื่อมั่น ในการศึกษาครั้งนี้ใช้ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ดังนั้น Z มีค่าเท่ากับ 1.96

เมื่อนำตัวเลขไปแทนค่าในสูตร จะได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง เท่ากับ

$$n = \frac{0.5(1-0.5)(1.96)^2}{0.05^2} = 384.16 \text{ หรือ } 384 \text{ ตัวอย่าง}$$

ขนาดกลุ่มตัวอย่างใช้แบบสอบถามอย่างน้อย 384 ชุด ซึ่งการศึกษาในครั้งนี้ได้เพิ่มจำนวนแบบสอบถามเป็น 450 ชุด เพื่อครอบคลุมความคลาดเคลื่อนจากการเก็บข้อมูลไม่ได้ตามเป้าหมาย (ชานินทร์ ศิลป์จารุ, 2550) โดยแบ่งตามสัดส่วนของประชากรในแต่ละจังหวัด ดังการคำนวณจำนวนกลุ่มตัวอย่างแยกตามจังหวัดแสดงในตารางที่ 3.2

ตารางที่ 3.2 จำนวนกลุ่มตัวอย่างแยกตามจังหวัด

จังหวัด	จำนวนประชากรอายุ 20 ปีขึ้นไป	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง (คน)
นครราชสีมา	1,855,173	178
ชัยภูมิ	812,810	78
บุรีรัมย์	1,076,990	103
สุรินทร์	955,596	91
รวมทั้งสิ้น	4,700,569	450

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยนี้ เป็นแบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ของผู้บริโภค ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามที่สำรวจถึงข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบสำรวจรายการ (check list) กำหนดให้ใช้มาตราแบบบัญญัติ (Nominal Scale) และมาตราเรียงลำดับ (Ordinal Scale) ประกอบด้วยคำถาม 4 ข้อ ซึ่งเกี่ยวข้องกับเพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของผู้บริโภค โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ผู้ที่ไม่เคยบริโภคและผู้ที่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ ซึ่งใช้คำถามในการค้นหาพฤติกรรมของผู้บริโภคคือ 6Ws และ 1H (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2550) จำนวน 9 ข้อ โดยใช้ลักษณะคำถามแบบสำรวจรายการ (check list) เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างเลือกตอบตามความเป็นจริง

ส่วนที่ 3 ทัศนคติต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ เป็นแบบวัดที่ได้ปรับปรุงมาจากแบบวัดทัศนคติของ Lea and Worsley (2005), Tsakiridou (2007), Ozcelik and Ucar (2008), Biemans (2011) และสัมภาษณ์เจาะลึกผู้บริโภคโดยใช้กรอบแนวคิดทฤษฎีของ Schiffman และ Kanuk มีจำนวน 20 ข้อ แบ่งเป็นข้อคำถามเชิงบวก 14 ข้อ (1, 2, 3, 4, 5, 8, 9, 11, 12, 13, 14, 15, 17 และ 20) และข้อคำถามเชิงลบ 6 ข้อ (6, 7, 10, 16, 18 และ 19) ดังนี้

ตารางที่ 3.3 ข้อคำถามที่ใช้ในงานวิจัย

ข้อที่	คำถาม	ลักษณะคำถาม
1	กระบวนการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ช่วยลดการทำลายความสมบูรณ์ของดินและน้ำ	เชิงบวก
2	สินค้าเกษตรอินทรีย์เป็นสินค้าที่ดีต่อสุขภาพเนื่องจากไม่มีสารพิษตกค้าง	เชิงบวก
3	สินค้าเกษตรอินทรีย์มีคุณค่าทางโภชนาการมากกว่าสินค้าทั่วไป	เชิงบวก
4	สินค้าเกษตรอินทรีย์มีรสชาติดีกว่าสินค้าทั่วไป	เชิงบวก
5	สินค้าเกษตรอินทรีย์ต้องได้รับการรับรองจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเท่านั้น	เชิงบวก
6	ผักอินทรีย์ ผักปลอดสารพิษ ผักอนามัย เกิดจากวิธีการปลูกที่เหมือนกันเพียงแต่เรียกชื่อต่างกัน	เชิงลบ

ตารางที่ 3.3 (ต่อ)

ข้อที่	คำถาม	ลักษณะคำถาม
7	ท่านไม่เชื่อว่าสินค้าที่ติดฉลาก “Organic” หรือ “อินทรีย์” เป็นสินค้าเกษตรอินทรีย์	เชิงลบ
8	ท่านมีความไว้วางใจผู้ผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์	เชิงบวก
9	ท่านเต็มใจที่จะจ่ายเงินซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ซึ่งมีราคาสูงกว่าสินค้าทั่วไป	เชิงบวก
10	ท่านรู้สึกว่าคุณภาพสินค้าเกษตรอินทรีย์มีให้เลือกไม่หลากหลาย	เชิงลบ
11	ท่านรู้สึกปลอดภัยที่ได้บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์	เชิงบวก
12	ท่านรู้สึกมั่นใจในคุณภาพสินค้ามากขึ้นหากได้รับความรู้เกี่ยวกับการรับประทานจากผู้ขาย	เชิงบวก
13	ท่านรู้สึกเป็นคนทันสมัยที่เลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์	เชิงบวก
14	ท่านรู้สึกภูมิใจที่เลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์เพราะมีส่วนช่วยป้องกันสิ่งแวดล้อม	เชิงบวก
15	ท่านจะชักชวนให้คนอื่นบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์	เชิงบวก
16	ท่านจะไม่ซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ถ้าหากมีรูปลักษณ์ไม่สวย	เชิงลบ
17	ท่านจะซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์เพิ่มมากขึ้นถ้าหากมันมีราคาไม่แพง	เชิงบวก
18	ท่านจะไม่บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์เพราะหาซื้อได้ยาก	เชิงลบ
19	ท่านจะเลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ก็ต่อเมื่อท่านมีปัญหาด้านสุขภาพ	เชิงลบ
20	ท่านจะเลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ก็ต่อเมื่อท่านได้ศึกษาข้อมูลอย่างดีแล้ว	เชิงบวก

โดยใช้ลักษณะคำถามแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างเลือกตอบระหว่างไม่เห็นด้วยอย่างมาก ไม่เห็นด้วย เฉย ๆ เห็นด้วย เห็นด้วยอย่างมาก และมีการกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนข้อความของแบบสอบถาม ดังนี้

ระดับความคิดเห็น	ระดับคะแนน
เห็นด้วยอย่างมาก	5
เห็นด้วย	4
เฉย ๆ	3
ไม่เห็นด้วย	2
ไม่เห็นด้วยอย่างมาก	1

ดังนี้

ในส่วน of ข้อคำถามเชิงลบเมื่อผู้ตอบแบบสอบถามตอบแล้วจะทำการ Recode คะแนน

5	ให้ระดับคะแนน	1
4	ให้ระดับคะแนน	2
3	ให้ระดับคะแนน	3
2	ให้ระดับคะแนน	4
1	ให้ระดับคะแนน	5

การกำหนดเกณฑ์ในการพิจารณาแบ่งระดับทัศนคติ จากการคำนวณค่าอันตรภาคชั้น ดังนี้

$$\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} = \frac{\text{คะแนนมากที่สุด-คะแนนน้อยที่สุด}}{\text{จำนวนอันตรภาคชั้น}}$$

$$\text{จากการคำนวณได้อันตรภาคชั้น} = 0.8$$

เกณฑ์การพิจารณาแบ่งระดับทัศนคติจากการคำนวณค่าอันตรภาคชั้น เป็นดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	ระดับทัศนคติ
4.21 – 5.00	ทัศนคติเชิงบวกมาก
3.41 – 4.20	ทัศนคติเชิงบวก
2.61 – 3.40	ทัศนคติเฉย ๆ
1.81 – 2.60	ทัศนคติเชิงลบ
1.00 – 1.80	ทัศนคติเชิงลบมาก

3.4 การสร้างและหาประสิทธิภาพของเครื่องมือ

1. ศึกษาเอกสาร หนังสือ บทความ และงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติของผู้บริโภค และสัมภาษณ์เจาะลึกผู้บริโภค จำนวน 5 ราย นำมาใช้ในการกำหนดข้อคำถามในแบบสอบถามใน ส่วนที่ 2 และส่วนที่ 3 เมื่อได้ร่างแบบสอบถามแล้วจึงนำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เพื่อ ตรวจสอบว่าครอบคลุมเนื้อหาในการศึกษาวิจัยหรือไม่

2. เมื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เห็นชอบร่างแบบสอบถามตามข้อ 1 แล้ว จึงทำการ ติดต่อผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน ในสาขาทางด้านตลาด และสาขาเทคโนโลยีการเกษตร เพื่อประเมิน ความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้เชี่ยวชาญได้มีข้อเสนอแนะให้มีการเพิ่มข้อ คำถามเพื่อให้ความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย

3. นำแบบสอบถามที่ผ่านการประเมินความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา ตามข้อ 2 มาทำการทดสอบ แบบสอบถามจากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 10 ราย เพื่อตรวจสอบความเข้าใจในคำถามของ ผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งหลังจากการทดสอบผู้วิจัยได้มีการปรับปรุงแบบสอบถามเล็กน้อยตาม ข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม

4. นำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลจากผู้บริโภค จำนวน 30 ราย และหาค่าสัมประสิทธิ์ อัลฟาครอนบัก (Cronbach's Alpha Coefficient) เพื่อวัดค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของ แบบสอบถาม ซึ่งเกณฑ์ที่ยอมรับได้ คือ ค่าความเชื่อมั่นที่มากกว่า 0.70 ขึ้นไป (Nunnally and Bernstein, 1994) ซึ่งจากผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาครอนบัก ของแบบสอบถาม ได้ค่า ความน่าเชื่อถือแสดงในตาราง 3.4

ตารางที่ 3.4 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาครอนบักของแบบสอบถาม

องค์ประกอบของ ทัศนคติ	จำนวนคำถาม (ข้อ)	ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาครอนบัก (n = 30)
1. ด้านความเชื่อ	6	0.793
2. ด้านความรู้สึกรู้สึก	8	0.718
3. ด้านความตั้งใจที่จะ แสดงออกซึ่งพฤติกรรม	6	0.736

ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาครอนบักของข้อคำถามมีค่าเกินกว่าเกณฑ์ที่กำหนด สรุปได้ว่าแบบสอบถามนี้ มีค่าความน่าเชื่อถือที่ยอมรับได้

5. จัดทำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์นำไปใช้ในการเก็บข้อมูลจริงต่อไป

3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Data) และข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Data) จากแหล่งข้อมูล ดังต่อไปนี้

3.5.1 แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ เป็นข้อมูลที่จัดเก็บจากหน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ สื่ออินเทอร์เน็ต ตลอดจนการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย เช่น วิทยานิพนธ์ หนังสืออ้างอิง หนังสือทั่วไป รายงานการวิจัย บทความทางวิชาการ เป็นต้น

3.5.2 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ ดำเนินการเก็บแบบสอบถามปลายปิดจำนวน 427 ชุด จากกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา 176 ชุด จังหวัดชัยภูมิ 69 ชุด จังหวัดบุรีรัมย์ 93 ชุด และจังหวัดสุรินทร์ 89 ชุด

3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ใช้สถิติค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 - 4 ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ซึ่งประกอบด้วยเพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ของผู้ที่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่แตกต่างกันจะมีทัศนคติต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ใช้สถิติเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปร 2 ตัวที่ตัวอย่างเป็นอิสระต่อกัน (Independent-Sample T Test) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance: One Way ANOVA) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หากพบว่ามีความแตกต่างกัน ทำการทดสอบรายคู่โดยใช้วิธี LSD (Least significant difference) เพื่อทดสอบความแตกต่างรายคู่

สมมติฐานที่ 5 - 8 ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ซึ่งประกอบด้วยเพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ที่ไม่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่แตกต่างกันจะมีทัศนคติต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ใช้สถิติเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปร 2 ตัวที่ตัวอย่างเป็นอิสระต่อกัน (Independent-Sample T Test) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance: One Way ANOVA) อย่างมีนัยสำคัญทาง

สถิติที่ระดับ 0.05 หากพบว่ามีค่าความแตกต่างกัน ทำการทดสอบรายคู่โดยใช้วิธี LSD (Least significant difference) เพื่อทดสอบความแตกต่างรายคู่

3. การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาความแตกต่างของทัศนคติของผู้ที่เคยบริโภคและไม่เคยบริโภค ใช้สถิติเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปร 2 ตัวที่ตัวอย่างเป็นอิสระต่อกัน (Independent-Sample T Test) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4. การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมของผู้บริโภคและไม่เคยบริโภค ใช้สถิติค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในบทนี้เป็นการนำเสนอผลการวิจัยเรื่องทัศนคติต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ของผู้บริโภคในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 โดยประชากรที่ศึกษาคือ ผู้บริโภคที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป ที่อาศัยอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ได้แก่ จังหวัดนครราชสีมา ชัยภูมิ บุรีรัมย์ และ สุรินทร์ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามมีจำนวนทั้งสิ้น 450 ชุด ได้แบบสอบถามที่ สมบูรณ์และนำมาวิเคราะห์ข้อมูลจำนวน 427 ชุด โดยแบ่งเป็น จังหวัดนครราชสีมา 176 ชุด จังหวัด ชัยภูมิ 69 ชุด จังหวัดบุรีรัมย์ 93 ชุด และจังหวัดสุรินทร์ 89 ชุด ซึ่งสามารถแบ่งการวิเคราะห์ได้เป็น 7 ส่วน ดังนี้

- 4.1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม
- 4.2 พฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม
- 4.3 ทัศนคติของผู้ที่ไม่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์
- 4.4 ทัศนคติของผู้ที่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์
- 4.5 ความแตกต่างของทัศนคติของผู้ที่เคยบริโภคและผู้ที่ไม่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์
- 4.6 ผลการทดสอบสมมติฐาน
- 4.7 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

4.1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ในส่วนนี้แสดงผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แสดงในตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของผู้บริโภคทั้งหมด จำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	171	40.05
หญิง	256	59.95
รวม	427	100.00

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์	จำนวน(คน)	ร้อยละ
2. อายุ		
20 – 29 ปี	122	28.57
30 – 39 ปี	259	60.66
40 – 49 ปี	31	7.26
50 ปีขึ้นไป	15	3.51
รวม	427	100.00
3. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	86	20.14
ระดับปริญญาตรี	247	57.85
สูงกว่าระดับปริญญาตรี	94	22.01
รวม	427	100.00
4. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	99	23.18
10,000 – 20,000 บาท	173	40.52
20,001 – 30,000 บาท	51	11.94
มากกว่า 30,000 บาท	104	24.36
รวม	427	100.00

จากตารางที่ 4.1 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 256 คน คิดเป็นร้อยละ 59.95 มีอายุระหว่าง 30 - 39 ปี จำนวน 259 คน คิดเป็นร้อยละ 60.66 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 247 คน คิดเป็นร้อยละ 57.85 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 40.52

4.2 พฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม

ในส่วนนี้แสดงผลการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการบริโภค ได้แก่ ผู้ที่ไม่เคยบริโภค และผู้ที่เคยบริโภค แสดงในตารางที่ 4.2 การวิเคราะห์ผลของผู้ที่ไม่เคยบริโภค จำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ และจำแนกตามพฤติกรรม แสดงในตารางที่ 4.3 และ

4.4 ตามลำดับ และการวิเคราะห์ผลของผู้ที่เคยบริโภคน้ำดื่มตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ และจำแนกตามพฤติกรรม แสดงในตารางที่ 4.5 และ 4.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการบริโภค

พฤติกรรม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เคยบริโภค	232	54.33
เคยบริโภค	195	45.67
รวม	427	100.00

จากตารางที่ 4.2 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมที่ไม่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ จำนวน 232 คน คิดเป็นร้อยละ 54.33 และมีพฤติกรรมที่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ จำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 45.67

ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของผู้ที่ไม่เคยบริโภค จำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	110	47.41
หญิง	122	52.59
รวม	232	100.00
2. อายุ		
20 – 29 ปี	62	26.72
30 – 39 ปี	155	66.81
40 - 49 ปี	8	3.45
50 ปีขึ้นไป	7	3.02
รวม	232	100.00
3. ระดับการศึกษาสูงสุด		
ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	45	19.40
ระดับปริญญาตรี	146	62.93
สูงกว่าระดับปริญญาตรี	41	17.67
รวม	232	100.00

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
4. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	50	21.55
10,000 – 20,000 บาท	93	40.09
20,001 – 30,000 บาท	21	9.05
มากกว่า 30,000 บาท	68	29.31
รวม	232	100.00

จากตารางที่ 4.3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 52.59 มีอายุระหว่าง 30 - 39 ปี จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 66.81 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 62.93 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 40.09

ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของผู้ที่ไม่เคยบริโภค จำแนกตามพฤติกรรม

พฤติกรรม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เหตุผลที่สำคัญที่สุดที่ไม่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์		
ไม่มีข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า	68	29.31
ราคาแพง	60	25.86
ไม่มีความจำเป็นต้องบริโภค	49	21.12
หาซื้อยาก	37	15.95
อื่น ๆ (ไม่มีความสนใจ/ไม่เห็นประโยชน์)	12	5.17
ไม่เชื่อถือในคุณภาพ	6	2.59
รวม	232	100.00
2. ถ้ามีโอกาสบริโภค ประเภทสินค้าที่จะเลือกบริโภคก่อน		
ผักอินทรีย์	162	69.83
ข้าวอินทรีย์	58	25.00
เนื้อสัตว์อินทรีย์	12	5.17
รวม	232	100.00

ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

พฤติกรรม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
3. ถ้าจะซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการซื้อมากที่สุด		
ตัวเอง	167	71.98
สมาชิกในครอบครัว	56	24.14
เพื่อน	5	2.16
พนักงานขาย	4	1.72
รวม	232	100.00
4. ความเต็มใจที่จะจ่ายเงินซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ในราคาที่สูงกว่าของสินค้าทั่วไปกี่เปอร์เซ็นต์		
ต่ำกว่า 10 %	135	58.19
10 – 20 %	87	37.50
30 % ขึ้นไป	8	3.45
21 – 30 %	2	0.86
รวม	232	100.00
5. แหล่งข้อมูลที่สะดวกในการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าเกษตรอินทรีย์		
งานแสดงสินค้า	155	18.00
โทรทัศน์	150	17.42
หนังสือพิมพ์	103	11.96
อินเทอร์เน็ต	101	11.73
แผ่นป้ายโฆษณา	97	11.27
นิตยสาร/วารสาร	79	9.18
แผ่นพับใบปลิว	79	9.18
การบอกต่อโดยบุคคล	75	8.71
วิทยุ	21	2.44
อื่น ๆ (ผู้ขายสินค้าโดยตรง)	1	0.11
รวม	861	100.00

ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

พฤติกรรม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
6. ถ้าซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ แหล่งจำหน่ายที่จะเลือกซื้อ		
สินค้าเกษตรอินทรีย์		
ห้างสรรพสินค้า	96	41.38
ผู้ผลิตโดยตรง	67	28.88
งานแสดงสินค้า	32	13.79
ร้านค้าเพื่อสุขภาพ	19	8.19
ตลาดสด	14	6.04
ตลาดนัด	3	1.29
หน่วยงานราชการ	1	0.43
รวม	232	100.00
7. ปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการเลือกซื้อสินค้า		
คุณภาพสินค้า	90	38.79
ราคา	71	30.61
สะดวกในการซื้อหา	69	29.74
การส่งเสริมการตลาด	2	0.86
รวม	232	100.00
8. แนวโน้มพฤติกรรมการบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์		
มีแนวโน้มที่จะบริโภค	133	57.33
บริโภคแน่นอน	94	40.52
มีแนวโน้มที่จะไม่บริโภค	3	1.29
ไม่บริโภคแน่นอน	2	0.86
รวม	232	100.00

หมายเหตุ : ข้อที่มีผลรวมมากกว่า 232 คน เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ และจำนวนตัวเลขร้อยละ หมายถึง ร้อยละของคำตอบ

จากตารางที่ 4.4 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ส่วนใหญ่ให้เหตุผลว่าที่ไม่เคยบริโภคเนื่องจากไม่มีข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า ร้อยละ 29.31 รองลงมาคือ ราคาแพง ร้อยละ 25.86 และไม่มีความจำเป็นต้องบริโภค ร้อยละ 21.12 ถ้ามีโอกาสบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ส่วนมากจะเลือกบริโภคผักอินทรีย์ ร้อยละ 69.83 รองลงมาคือ ข้าวอินทรีย์ ร้อยละ 25.00 และ

เมื่อสัปดาห์อินทรีย์ ร้อยละ 5.17 บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อมากที่สุดคือ ตัวเอง ร้อยละ 71.98 รองลงมาคือสมาชิกในครอบครัว ร้อยละ 24.14 โดยมีความเต็มใจที่จ่ายเงินซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ในราคาที่สูงกว่าราคาของสินค้าทั่วไปต่ำกว่า 10 % ร้อยละ 58.19 รองลงมาคือ 10-20 % ร้อยละ 37.50 และ 30 % ขึ้นไป ร้อยละ 3.45 แหล่งข้อมูลที่สะดวกในการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าเกษตรอินทรีย์ตามคืองานแสดงสินค้า ร้อยละ 18.00 รองลงมาคือโทรทัศน์ ร้อยละ 17.42 และหนังสือพิมพ์ ร้อยละ 11.96 ส่วนมากจะเลือกซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ในห้างสรรพสินค้า คิดเป็น ร้อยละ 41.38 รองลงมาคือซื้อกับผู้ผลิตโดยตรง ร้อยละ 28.88 และงานแสดงสินค้า ร้อยละ 13.79 ตามลำดับ ปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการเลือกซื้อคือคุณภาพสินค้า ร้อยละ 38.79 รองลงมาคือราคา ร้อยละ 30.61 และสะดวกในการซื้อหา ร้อยละ 29.74 ตามลำดับ โดยผู้ที่ไม่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์มีแนวโน้มที่จะบริโภค ร้อยละ 57.33 รองลงมาคือบริโภคแน่นอน ร้อยละ 40.52 และมีแนวโน้มที่จะไม่บริโภค ร้อยละ 1.29 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละของผู้ที่เคยบริโภค จำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	61	31.28
หญิง	134	68.72
รวม	195	100.00
2. อายุ		
20 – 29 ปี	60	30.77
30 – 39 ปี	104	53.33
40 - 49 ปี	23	11.79
50 ปีขึ้นไป	8	4.11
รวม	195	100.00
3. ระดับการศึกษาสูงสุด		
ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	41	21.03
ระดับปริญญาตรี	101	51.79
สูงกว่าระดับปริญญาตรี	53	27.18
รวม	195	100.00

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
4. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	49	25.13
10,000 – 20,000 บาท	80	41.03
20,001 – 30,000 บาท	30	15.38
มากกว่า 30,000 บาท	36	18.46
รวม	195	100.00

จากตารางที่ 4.5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เคยบริโภคน้ำมันก๊าดอินทรีย์ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 68.70 มีอายุระหว่าง 30 - 39 ปี จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 53.30 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 51.80 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 41.00

ตารางที่ 4.6 จำนวนและร้อยละของผู้ที่เคยบริโภคน้ำมันก๊าดอินทรีย์ จำแนกตามพฤติกรรม

พฤติกรรม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. สิ้นค้าอินทรีย์ประเภทที่บริโภคบ่อยที่สุดและเหตุผล		
ผักอินทรีย์เพราะมีความปลอดภัยไม่มีการปนเปื้อนของสารเคมี	90	46.15
ข้าวอินทรีย์เพราะมีความปลอดภัยไม่มีการปนเปื้อนของสารเคมี	36	18.47
ผักอินทรีย์เพราะหาซื้อได้ง่ายและสะดวก	32	16.41
ผักอินทรีย์เพราะมีราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	11	5.64
ผักอินทรีย์เพราะมีการประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ	11	5.64
ผักอินทรีย์เพราะอื่น ๆ (ปลูกเองที่บ้าน)	7	3.59
ข้าวอินทรีย์เพราะมีราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	4	2.05
ข้าวอินทรีย์เพราะหาซื้อได้ง่ายและสะดวก	3	1.54
ข้าวอินทรีย์เพราะมีการประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ	1	0.51
รวม	195	100.00

ตารางที่ 4.6 (ต่อ)

พฤติกรรม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
2. เหตุผลที่สำคัญที่สุดในการบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์		
ในครั้งแรก		
เพื่อสุขภาพ	150	76.92
เพื่อต้องการทดลองบริโภค	24	12.31
บริโภคตามกระแสนิยม	12	6.15
เพื่อสิ่งแวดล้อม	7	3.59
อื่น ๆ (ประหยัด เนื่องจากปลูกเอง)	2	1.03
รวม	195	100.00
3. บุคคลที่มีอิทธิพลมากที่สุดในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์		
ตัวเอง	133	68.20
สมาชิกในครอบครัว	58	29.74
เพื่อน	2	1.03
พนักงานขาย	2	1.03
รวม	195	100.00
4. จำนวนครั้งที่ซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์		
1 – 2 ครั้งต่อสัปดาห์	71	36.41
1 – 2 ครั้งต่อเดือน	68	34.87
อื่น ๆ (นาน ๆ ครั้ง เมื่อพบเจอหรือมีโอกาส)	38	19.49
เป็นประจำ	18	9.23
รวม	195	100.00
5. จำนวนเงินที่ใช้จ่ายในการซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ต่อครั้ง		
50 – 200 บาท	116	59.49
ไม่เกิน 50 บาท	32	16.41
201 – 350 บาท	31	15.90
มากกว่า 350 บาท	16	8.20
รวม	195	100.00

ตารางที่ 4.6 (ต่อ)

พฤติกรรม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
6. แหล่งจำหน่ายที่เลือกซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์บ่อยที่สุด		
ห้างสรรพสินค้า	99	50.77
ตลาดนัด	26	13.33
งานแสดงสินค้า	22	11.28
ผู้ผลิตโดยตรง	22	11.28
หน่วยงานราชการ	9	4.62
ตลาดสด	7	3.59
ร้านค้าเพื่อสุขภาพ	6	3.08
อื่น ๆ (ปลูกเองที่บ้าน)	4	2.05
รวม	195	100.00
7. ปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการเลือกซื้อสินค้า		
คุณภาพสินค้า	90	46.15
สะดวกในการซื้อหา	79	40.51
ราคา	21	10.77
การส่งเสริมการตลาด	5	2.57
รวม	195	100.00
8. ประเภทสื่อที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจสินค้าเกษตรอินทรีย์		
โทรทัศน์	109	23.80
การบอกต่อโดยบุคคล	64	13.97
งานแสดงสินค้า	64	13.97
นิตยสาร/วารสาร	58	12.66
หนังสือพิมพ์	39	8.52
อินเทอร์เน็ต	37	8.08
แผ่นป้ายโฆษณา	33	7.21
แผ่นพับใบปลิว	30	6.55
วิทยุ	23	5.02
อื่น ๆ (ไม่มีสื่อประเภทใดที่มีผลต่อการตัดสินใจ)	1	0.22
รวม	458	100.00

หมายเหตุ : ข้อที่มีผลรวมมากกว่า 195 คน เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

และจำนวนตัวเลขร้อยละ หมายถึง ร้อยละของคำตอบ

จากตารางที่ 4.6 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ส่วนใหญ่เลือกบริโภคผักอินทรีย์เนื่องจากมีความปลอดภัยไม่มีการปนเปื้อนของสารเคมี ร้อยละ 46.15 รองลงมา คือ ข้าวอินทรีย์เนื่องจากมีความปลอดภัยไม่มีการปนเปื้อนของสารเคมี ร้อยละ 18.47 และผักอินทรีย์เนื่องจากหาซื้อได้ง่ายและสะดวก ร้อยละ 16.41 ส่วนใหญ่ให้เหตุผลที่สำคัญที่สุดในการบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ในครั้งแรก คือ เพื่อสุขภาพ ร้อยละ 76.92 รองลงมาคือ เพื่อต้องการทดลองบริโภค ร้อยละ 12.31 และบริโภคตามกระแสนิยม ร้อยละ 6.15 ตามลำดับ สำหรับบุคคลที่มีอิทธิพลมากที่สุดในการตัดสินใจซื้อส่วนใหญ่ คือ ตัวเอง ร้อยละ 68.20 รองลงมาคือ สมาชิกในครอบครัว ร้อยละ 29.74 โดยส่วนใหญ่จะซื้อจำนวน 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ ร้อยละ 36.41 รองลงมาคือ 1-2 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 34.87 และนาน ๆ ครั้ง ร้อยละ 19.49 ซึ่งไม่มีความแน่นอน ส่วนใหญ่จะจ่ายค่าใช้จ่ายในแต่ละครั้งที่ซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์จำนวน 50-200 บาท ร้อยละ 59.49 รองลงมาคือ ไม่เกิน 50 บาท ร้อยละ 16.41 และ 200-350 บาท ร้อยละ 15.90 ตามลำดับ ส่วนใหญ่จะเลือกซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ในห้างสรรพสินค้า ร้อยละ 50.77 รองลงมาคือ ตลาดนัด ร้อยละ 13.33 ปัจจัยส่วนใหญ่ที่สำคัญที่สุดในการเลือกซื้อจากแหล่งจำหน่าย คือ คุณภาพสินค้า ร้อยละ 46.15 รองลงมา คือ สะดวกในการซื้อ ร้อยละ 40.51 และราคา ร้อยละ 10.77 ตามลำดับ และสื่อส่วนใหญ่ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์คือ โทรทัศน์ ร้อยละ 23.80 รองลงมาคือ การบอกต่อโดยบุคคล และงานแสดงสินค้า ร้อยละ 13.97

4.3 ทักษะของผู้ที่ไม่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์

ในส่วนนี้แสดงผลของทักษะของผู้ที่ไม่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 องค์ประกอบ ได้แก่ ด้านความเชื่อ ความรู้สึก และความตั้งใจที่จะแสดงออกซึ่งพฤติกรรม โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

ระดับความคิดเห็น	ระดับคะแนน
เห็นด้วยอย่างมาก	5
เห็นด้วย	4
เฉย ๆ	3
ไม่เห็นด้วย	2
ไม่เห็นด้วยอย่างมาก	1

สำหรับข้อคำถามที่เป็นเชิงลบ (ⁿ หมายถึงข้อความเชิงลบ) เมื่อผู้ตอบแบบสอบถามตอบแล้วจะทำการ Recode คะแนนเพื่อทำให้เป็นข้อคำถามเชิงบวกดังนี้

- 5 ให้ระดับคะแนน 1
 4 ให้ระดับคะแนน 2
 3 ให้ระดับคะแนน 3
 2 ให้ระดับคะแนน 4
 1 ให้ระดับคะแนน 5

การแปลคะแนนเฉลี่ยเป็นระดับทัศนคติจากการคำนวณค่าอันตรภาคชั้น เป็นดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	ระดับทัศนคติ
4.21 – 5.00	ทัศนคติเชิงบวกมาก
3.41 – 4.20	ทัศนคติเชิงบวก
2.61 – 3.40	ทัศนคติเฉย ๆ
1.81 – 2.60	ทัศนคติเชิงลบ
1.00 – 1.80	ทัศนคติเชิงลบมาก

และวิเคราะห์ผลด้วยค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน แสดงผลในตารางที่ 4.7

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับทัศนคติของผู้ที่ไม่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์

ความคิดเห็นเกี่ยวกับ ทัศนคติ	\bar{X}	S.D.	ระดับ ทัศนคติ	ลำดับ
ทัศนคติต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์	3.58	0.42	เชิงบวก	
ด้านความตั้งใจที่จะแสดงออกซึ่งพฤติกรรม	4.05	0.62	เชิงบวก	1
ด้านความรู้สึกลึก	3.53	0.50	เชิงบวก	2
ด้านความเชื่อ	3.16	0.54	เฉย ๆ	3

จากตารางที่ 4.7 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับทัศนคติของผู้ที่ไม่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับทัศนคติเชิงบวก โดยให้ความสำคัญเรียงตามลำดับคือ ด้านความตั้งใจที่จะแสดงออกซึ่งพฤติกรรม ที่ค่าเฉลี่ย 4.05 ด้านความรู้สึกลึก ที่ค่าเฉลี่ย 3.53 และด้านความเชื่อ ที่ค่าเฉลี่ย 3.16

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นด้านความตั้งใจที่จะแสดงออกซึ่งพฤติกรรมของผู้ที่ไม่เคยบริโภค

ความคิดเห็นด้านความตั้งใจที่จะแสดงออกซึ่งพฤติกรรม	\bar{X}	S.D.	ระดับทัศนคติ	ลำดับ
จะไม่ซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ถ้าหากมีรูปลักษณ์ไม่สวย ⁿ	4.66	0.78	เชิงบวกมาก	1
จะซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์เพิ่มมากขึ้นถ้าหากมันมีราคาไม่แพง	4.58	0.85	เชิงบวกมาก	2
จะเลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ก็ต่อเมื่อมีปัญหาด้านสุขภาพ ⁿ	4.06	0.94	เชิงบวก	3
จะเลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ก็ต่อเมื่อได้ศึกษาข้อมูลอย่างดีแล้ว	3.88	1.29	เชิงบวก	4
จะชักชวนให้คนอื่นบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์	3.59	0.73	เชิงบวก	5
จะไม่บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์เพราะหาซื้อได้ยาก ⁿ	3.51	1.31	เชิงบวก	6

หมายเหตุ ⁿ หมายถึงข้อความเชิงลบ

จากตารางที่ 4.8 พบว่าทัศนคติด้านความตั้งใจที่จะแสดงออกซึ่งพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยบริโภคให้ความสำคัญเรียงตามลำดับคือ มีทัศนคติที่จะซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ถึงแม้ว่าจะมีรูปลักษณ์ไม่สวย ที่ค่าเฉลี่ย 4.66 จะซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์เพิ่มมากขึ้นถ้าหากมันมีราคาไม่แพง ที่ค่าเฉลี่ย 4.58 โดยที่มีทัศนคติที่จะเลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ถึงแม้ว่าจะไม่มีปัญหาด้านสุขภาพ ที่ค่าเฉลี่ย 4.06 จะเลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ก็ต่อเมื่อได้ศึกษาข้อมูลอย่างดีแล้ว ที่ค่าเฉลี่ย 3.88 จะชักชวนให้คนอื่นบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ ที่ค่าเฉลี่ย 3.59 และจะบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ถึงแม้ว่าจะหาซื้อได้ยาก ที่ค่าเฉลี่ย 3.51

ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นด้านความรู้สึกของผู้ที่ไม่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์

ความคิดเห็นด้านความรู้สึก	\bar{X}	S.D.	ระดับทัศนคติ	ลำดับ
รู้สึกปลอดภัยที่ได้บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์	4.17	0.77	เชิงบวก	1
ไม่เชื่อว่าสินค้าที่ติดฉลาก “Organic” หรือ “อินทรีย์” เป็นสินค้าเกษตรอินทรีย์ ^a	4.10	0.96	เชิงบวก	2
รู้สึกมั่นใจในคุณภาพสินค้ามากขึ้นหากได้รับความรู้เกี่ยวกับการรับประทานจากผู้ขาย	4.06	1.12	เชิงบวก	3
รู้สึกภูมิใจที่เลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์เพราะมีส่วนช่วยป้องกันสิ่งแวดล้อม	3.62	0.97	เชิงบวก	4
เต็มใจที่จะจ่ายเงินซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ซึ่งมีราคาสูงกว่าสินค้าทั่วไป	3.56	0.89	เชิงบวก	5
รู้สึกเป็นคนทันสมัยที่เลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์	3.32	0.73	เฉย ๆ	6
มีความไว้วางใจผู้ผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์	3.13	0.82	เฉย ๆ	7
รู้สึกว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์มีให้เลือกไม่หลากหลาย ^a	2.32	1.04	เชิงลบ	8

หมายเหตุ ^a หมายถึงข้อความเชิงลบ

จากตารางที่ 4.9 พบว่าทัศนคติด้านความรู้สึกของผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์เรียงตามลำดับคือ มีทัศนคติเกี่ยวกับความรู้สึกปลอดภัยที่ได้บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ ที่ค่าเฉลี่ย 4.17 รู้สึกว่าสินค้าที่ติดฉลาก “Organic” หรือ “อินทรีย์” เป็นสินค้าเกษตรอินทรีย์จริง ที่ค่าเฉลี่ย 4.10 รู้สึกมั่นใจในคุณภาพสินค้ามากขึ้นหากได้รับความรู้เกี่ยวกับการรับประทานจากผู้ขาย ที่ค่าเฉลี่ย 4.06 รู้สึกภูมิใจที่เลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์เพราะมีส่วนช่วยป้องกันสิ่งแวดล้อม ที่ค่าเฉลี่ย 3.62 และรู้สึกเต็มใจที่จะจ่ายเงินซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ซึ่งมีราคาสูงกว่า

สินค้าทั่วไป ที่ค่าเฉลี่ย 3.56 โดยที่มีความรู้สึกว่าเป็นคนทันสมัยที่เลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ ที่ค่าเฉลี่ย 3.32 มีความรู้สึกไว้วางใจผู้ผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ ที่ค่าเฉลี่ย 3.13 แต่มีความรู้สึกว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์มีให้เลือกหลากหลาย ที่ค่าเฉลี่ย 2.32

ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นด้านความเชื่อของผู้ที่ไม่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์

ความคิดเห็นด้านความเชื่อ	\bar{X}	S.D.	ระดับทัศนคติ	ลำดับ
สินค้าเกษตรอินทรีย์เป็นสินค้าที่ดีต่อสุขภาพเนื่องจากไม่มีสารพิษตกค้าง	3.89	0.78	เชิงบวก	1
กระบวนการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ช่วยลดการทำลายความสมบูรณ์ของดินและน้ำ	3.81	0.88	เชิงบวก	2
สินค้าเกษตรอินทรีย์มีคุณค่าทางโภชนาการมากกว่าสินค้าทั่วไป	3.63	0.95	เชิงบวก	3
สินค้าเกษตรอินทรีย์มีรสชาติดีกว่าสินค้าทั่วไป	3.22	1.14	เฉย ๆ	4
ผักอินทรีย์ ผักปลอดสารพิษ ผักอนามัย เกิดจากวิธีการปลูกที่เหมือนกันเพียงแต่เรียกชื่อต่างกัน ^๓	2.83	1.27	เฉย ๆ	5
สินค้าเกษตรอินทรีย์ต้องได้รับการรับรองจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเท่านั้น	1.60	1.18	เชิงลบมาก	6

หมายเหตุ ^๓ หมายถึงข้อความเชิงลบ

จากตารางที่ 4.10 พบว่าทัศนคติด้านความเชื่อของผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยบริโภคให้มีความสำคัญเรียงตามลำดับคือ มีทัศนคติเกี่ยวกับความเชื่อที่ว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์เป็นสินค้าที่ดีต่อสุขภาพเนื่องจากไม่มีสารพิษตกค้าง ที่ค่าเฉลี่ย 3.89 มีความเชื่อที่ว่ากระบวนการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ช่วยลดการทำลายความสมบูรณ์ของดินและน้ำ ที่ค่าเฉลี่ย 3.81 มีความเชื่อที่ว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์มีคุณค่าทางโภชนาการมากกว่าสินค้าทั่วไป ที่ค่าเฉลี่ย 3.63 ในขณะที่มีทัศนคติเกี่ยวกับความเชื่อที่ว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์มีรสชาติดีกว่าสินค้าทั่วไป ที่ค่าเฉลี่ย 3.22 และความเชื่อที่ว่าผัก

อินทรีย์ ผักปลอดสารพิษ ผักอนามัย เกิดจากวิธีการปลูกที่ต่างกันจึงเรียกชื่อต่างกัน ที่ค่าเฉลี่ย 2.83 แต่มีทัศนคติความเชื่อที่ว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์ต้องได้รับการรับรองจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเท่านั้น ที่ค่าเฉลี่ย 1.60

ในส่วนนี้แสดงผลการศึกษาทัศนคติของผู้ที่ไม่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์เฉพาะจังหวัดสุรินทร์ ซึ่งเป็นจังหวัดที่มีวิสัยทัศน์ว่า เกษตรอินทรีย์เป็นเลิศ และมีการจัดตั้งศูนย์ปฏิบัติการเกษตรอินทรีย์ จังหวัดสุรินทร์ขึ้น อีกทั้งยังเป็นที่ตั้งของศูนย์ข้อมูลทางการตลาดของสินค้าเกษตรอินทรีย์ของกระทรวงพาณิชย์ โดยมีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 25 คน

ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับทัศนคติของผู้ที่ไม่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดสุรินทร์

ความคิดเห็นเกี่ยวกับทัศนคติ	\bar{X}	S.D.	ระดับทัศนคติ	ลำดับ
ทัศนคติต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์	3.53	0.31	เชิงบวก	
ด้านความตั้งใจที่จะแสดงออกซึ่งพฤติกรรม	4.83	0.47	เชิงบวก	1
ด้านความรู้สึกรู้สึก	3.53	0.35	เชิงบวก	2
ด้านความเชื่อ	2.99	0.53	เฉย ๆ	3

จากตารางที่ 4.11 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับทัศนคติของผู้ที่ไม่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดสุรินทร์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับทัศนคติเชิงบวก โดยให้ความสำคัญเรียงตามลำดับ คือ ด้านความตั้งใจที่จะแสดงออกซึ่งพฤติกรรม ที่ค่าเฉลี่ย 4.83 ด้านความรู้สึกรู้สึก ที่ค่าเฉลี่ย 3.53 และด้านความเชื่อ ที่ค่าเฉลี่ย 2.99

ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นด้านความตั้งใจที่จะแสดงออกซึ่งพฤติกรรมของผู้ที่ไม่เคยบริโภคในจังหวัดสุรินทร์

ความคิดเห็นด้านความตั้งใจที่จะแสดงออกซึ่งพฤติกรรม	\bar{X}	S.D.	ระดับทัศนคติ	ลำดับ
จะไม่ซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ถ้าหากมีรูปลักษณ์ไม่สวย ⁿ	4.80	0.41	เชิงบวกมาก	1
จะซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์เพิ่มมากขึ้นถ้าหากมันมีราคาไม่แพง	4.72	0.54	เชิงบวกมาก	2

ตารางที่ 4.12 (ต่อ)

ความคิดเห็นด้านความตั้งใจที่จะ แสดงออกซึ่งพฤติกรรม	\bar{X}	S.D.	ระดับ ทัศนคติ	ลำดับ
จะเลือกบริโภคนสินค้าเกษตรอินทรีย์ก็ ต่อเมื่อมีปัญหาด้านสุขภาพ ^๓	4.16	0.75	เชิงบวก	3
จะเลือกบริโภคนสินค้าเกษตรอินทรีย์ก็ ต่อเมื่อได้ศึกษาข้อมูลอย่างดีแล้ว	4.04	1.24	เชิงบวก	4
จะชักชวนให้คนอื่นบริโภคสินค้า เกษตรอินทรีย์	3.56	0.71	เชิงบวก	5
จะไม่บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ เพราะหาซื้อได้ยาก ^๓	3.20	1.35	เฉย ๆ	6

หมายเหตุ^๓ หมายถึงข้อความเชิงลบ

จากตารางที่ 4.12 พบว่าทัศนคติด้านความตั้งใจที่จะแสดงออกซึ่งพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยบริโภคในจังหวัดสุรินทร์มีทัศนคติที่จะซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ถึงแม้ว่าจะมีรูปลักษณ์ไม่สวย ที่ค่าเฉลี่ย 4.72 จะซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์เพิ่มมากขึ้นถ้าหากมันมีราคาไม่แพง ที่ค่าเฉลี่ย 4.72 ในขณะที่มีทัศนคติที่จะเลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ถึงแม้ว่าจะไม่มีปัญหาด้านสุขภาพ ที่ค่าเฉลี่ย 4.16 จะเลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ก็ต่อเมื่อได้ศึกษาข้อมูลอย่างดีแล้ว ที่ค่าเฉลี่ย 4.04 โดยที่มีทัศนคติที่จะบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ถึงแม้ว่าจะหาซื้อได้ยาก ที่ค่าเฉลี่ย 3.20

ตารางที่ 4.13 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นด้านความรู้สึของผู้ที่ไม่เคยบริโภคในจังหวัดสุรินทร์

ความคิดเห็น ด้านความรู้สึ	\bar{X}	S.D.	ระดับ ทัศนคติ	ลำดับ
ไม่เชื่อว่าสินค้าที่ติดฉลาก “Organic” หรือ “อินทรีย์” เป็นสินค้าเกษตรอินทรีย์ ^๓	4.36	0.81	เชิงบวกมาก	1
รู้สึกปลอดภัยที่ได้บริโภคสินค้า เกษตรอินทรีย์	4.24	0.66	เชิงบวกมาก	2

ตารางที่ 4.13 (ต่อ)

ความคิดเห็น ด้านความรู้สึก	\bar{X}	S.D.	ระดับ ทัศนคติ	ลำดับ
รู้สึกมั่นใจในคุณภาพสินค้ามากขึ้น หากได้รับความรู้เกี่ยวกับการ รับประทานจากผู้ขาย	3.88	1.24	เชิงบวก	3
เต็มใจที่จะจ่ายเงินซื้อสินค้าเกษตร อินทรีย์ซึ่งมีราคาสูงกว่าสินค้าทั่วไป	3.48	0.87	เชิงบวก	4
รู้สึกภูมิใจที่เลือกบริโภคสินค้าเกษตร อินทรีย์เพราะมีส่วนช่วยป้องกัน สิ่งแวดล้อม	3.36	0.95	เฉย ๆ	5
รู้สึกเป็นคนทันสมัยที่เลือกบริโภค สินค้าเกษตรอินทรีย์	3.28	0.61	เฉย ๆ	6
มีความไว้วางใจผู้ผลิตสินค้าเกษตร อินทรีย์	3.04	0.54	เฉย ๆ	7
รู้สึกว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์มีให้เลือก ไม่หลากหลาย ^๓	2.56	1.04	เชิงลบ	8

หมายเหตุ ^๓ หมายถึงข้อความเชิงลบ

จากตารางที่ 4.13 พบว่าทัศนคติด้านความรู้สึกผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยบริโภคใน
จังหวัดสุรินทร์มีทัศนคติเกี่ยวกับความรู้สึกเชื่อว่าสินค้าที่ติดฉลาก “Organic” หรือ “อินทรีย์” เป็น
สินค้าเกษตรอินทรีย์จริง ที่ค่าเฉลี่ย 4.36 มีความรู้สึกปลอดภัยที่ได้บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ ที่
ค่าเฉลี่ย 4.24 มีความรู้สึกมั่นใจในคุณภาพสินค้ามากขึ้นหากได้รับความรู้เกี่ยวกับการรับประทาน
จากผู้ขาย ที่ค่าเฉลี่ย 3.88 ในขณะที่มีความรู้สึกภูมิใจที่เลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์เพราะมี
ส่วนช่วยป้องกันสิ่งแวดล้อม ที่ค่าเฉลี่ย 3.36 มีความรู้สึกว่าเป็นคนทันสมัยที่เลือกบริโภคสินค้า
เกษตรอินทรีย์ ที่ค่าเฉลี่ย 3.28 และมีความรู้สึกไว้วางใจผู้ผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ ที่ค่าเฉลี่ย 3.04
แต่มีความรู้สึกว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์มีให้เลือกหลากหลาย ที่ค่าเฉลี่ย 2.56

ตารางที่ 4.14 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นด้านความเชื่อของผู้ที่ไม่เคยบริโภคในจังหวัดสุรินทร์

ความคิดเห็น ด้านความเชื่อ	\bar{X}	S.D.	ระดับ ทัศนคติ	ลำดับ
สินค้าเกษตรอินทรีย์เป็นสินค้าที่ดีต่อสุขภาพเนื่องจากไม่มีสารพิษตกค้าง	3.72	0.68	เชิงบวก	1
กระบวนการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ช่วยลดการทำลายความสมบูรณ์ของดินและน้ำ	3.72	0.68	เชิงบวก	1
สินค้าเกษตรอินทรีย์มีคุณค่าทางโภชนาการมากกว่าสินค้าทั่วไป	3.40	1.00	เฉย ๆ	2
สินค้าเกษตรอินทรีย์มีรสชาติดีกว่าสินค้าทั่วไป	2.92	1.04	เฉย ๆ	3
ผักอินทรีย์ ผักปลอดสารพิษ ผักอนามัย เกิดจากวิธีการปลูกที่เหมือนกันเพียงแต่เรียกชื่อต่างกัน ^๓	2.84	1.11	เฉย ๆ	4
สินค้าเกษตรอินทรีย์ต้องได้รับการรับรองจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเท่านั้น	1.32	0.75	เชิงลบมาก	5

หมายเหตุ ^๓ หมายถึงข้อความเชิงลบ

จากตารางที่ 4.14 พบว่าทัศนคติด้านความเชื่อของผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยบริโภคในจังหวัดสุรินทร์มีทัศนคติเกี่ยวกับความเชื่อที่ว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์เป็นสินค้าที่ดีต่อสุขภาพเนื่องจากไม่มีสารพิษตกค้าง ที่ค่าเฉลี่ย 3.72 มีความเชื่อที่ว่ากระบวนการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ช่วยลดการทำลายความสมบูรณ์ของดินและน้ำ ที่ค่าเฉลี่ย 3.72 ในขณะที่มีความเชื่อที่ว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์มีคุณค่าทางโภชนาการมากกว่าสินค้าทั่วไป ที่ค่าเฉลี่ย 3.40 มีความเชื่อที่ว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์มีรสชาติดีกว่าสินค้าทั่วไป ที่ค่าเฉลี่ย 2.92 มีความเชื่อที่ว่าผักอินทรีย์ ผักปลอดสารพิษ ผักอนามัย เกิดจากวิธีการปลูกที่ต่างกันจึงเรียกชื่อต่างกัน ที่ค่าเฉลี่ย 2.84 โดยที่มีทัศนคติความเชื่อที่ว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์ต้องได้รับการรับรองจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเท่านั้น ที่ค่าเฉลี่ย 1.32

4.4 ทักษะของผู้ที่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์

ในส่วนนี้แสดงผลของทัศนคติต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ของผู้ที่เคยบริโภค ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 องค์ประกอบ ได้แก่ ด้านความเชื่อ ความรู้สึก และความตั้งใจที่จะแสดงออกซึ่งพฤติกรรม โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

	ระดับคะแนน
ระดับความคิดเห็น	
เห็นด้วยอย่างมาก	5
เห็นด้วย	4
เฉย ๆ	3
ไม่เห็นด้วย	2
ไม่เห็นด้วยอย่างมาก	1

สำหรับข้อคำถามที่เป็นเชิงลบ (หมายถึงข้อความเชิงลบ) เมื่อผู้ตอบแบบสอบถามตอบแล้ว จะทำการ Recode คะแนนเพื่อทำให้เป็นข้อคำถามเชิงบวกดังนี้

5	ให้ระดับคะแนน 1
4	ให้ระดับคะแนน 2
3	ให้ระดับคะแนน 3
2	ให้ระดับคะแนน 4
1	ให้ระดับคะแนน 5

การแปลคะแนนเฉลี่ยเป็นระดับทัศนคติจากการคำนวณค่าอันตรภาคชั้น เป็นดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	ระดับทัศนคติ
4.21 – 5.00	ทัศนคติเชิงบวกมาก
3.41 – 4.20	ทัศนคติเชิงบวก
2.61 – 3.40	ทัศนคติเฉย ๆ
1.81 – 2.60	ทัศนคติเชิงลบ
1.00 – 1.80	ทัศนคติเชิงลบมาก

และวิเคราะห์ผลด้วยค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน แสดงผลในตารางที่ 4.15

ตารางที่ 4.15 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับทัศนคติของผู้ที่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์

ความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของทัศนคติ	\bar{X}	S.D.	ระดับทัศนคติ	ลำดับ
ทัศนคติต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์	3.56	0.46	เชิงบวก	
ด้านความตั้งใจที่จะแสดงออกซึ่งพฤติกรรม	3.96	0.69	เชิงบวก	1
ด้านความรู้สึกรู้สึก	3.60	0.54	เชิงบวก	2
ด้านความเชื่อ	3.11	0.54	เชิงบวก	3

จากตารางที่ 4.15 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับทัศนคติของผู้ที่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับทัศนคติเชิงบวก ที่ค่าเฉลี่ย 3.56 โดยให้ความสำคัญเรียงตามลำดับคือ ด้านความตั้งใจที่จะแสดงออกซึ่งพฤติกรรม ที่ค่าเฉลี่ย 3.96 รองลงมาคือด้านความรู้สึกรู้สึก ที่ค่าเฉลี่ย 3.60 และด้านความเชื่อ ที่ค่าเฉลี่ย 3.11

ตารางที่ 4.16 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นด้านความตั้งใจที่จะแสดงออกซึ่งพฤติกรรมของผู้ที่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์

ความคิดเห็นด้านความตั้งใจที่จะแสดงออกซึ่งพฤติกรรม	\bar{X}	S.D.	ระดับทัศนคติ	ลำดับ
จะซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์เพิ่มมากขึ้นถ้าหากมันมีราคาไม่แพง	4.53	0.85	เชิงบวกมาก	1
จะไม่ซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ถ้าหากมีรูปลักษณ์ไม่สวย"	4.38	0.94	เชิงบวกมาก	2
จะชักชวนให้คนอื่นบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์	4.06	0.91	เชิงบวก	3
จะเลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ก็ต่อเมื่อมีปัญหาด้านสุขภาพ"	3.81	0.97	เชิงบวก	4
จะไม่บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์เพราะหาซื้อได้ยาก"	3.54	1.29	เชิงบวก	5

ตารางที่ 4.16 (ต่อ)

จะเลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ก็ต่อเมื่อได้ศึกษาข้อมูลอย่างดีแล้ว	3.46	1.15	เชิงบวก	6
---	------	------	---------	---

หมายเหตุⁿ หมายถึงข้อความเชิงลบ

จากตารางที่ 4.16 พบว่าในด้านความตั้งใจที่จะแสดงออกซึ่งพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ให้ความสำคัญเรียงตามลำดับคือ มีทัศนคติที่จะซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์เพิ่มมากขึ้นถ้าหากมันมีราคาไม่แพง ที่ค่าเฉลี่ย 4.53 จะซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ถึงแม้ว่าจะมีรูปลักษณ์ไม่สวย ที่ค่าเฉลี่ย 4.38 ซึ่งจะชักชวนให้คนอื่นบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ ที่ค่าเฉลี่ย 4.06 จะเลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ถึงแม้ว่าจะไม่มีปัญหาด้านสุขภาพ ที่ค่าเฉลี่ย 3.81 จะบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ถึงแม้ว่าจะหาซื้อได้ยาก ที่ค่าเฉลี่ย 3.54 และจะเลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ก็ต่อเมื่อได้ศึกษาข้อมูลอย่างดีแล้ว ที่ค่าเฉลี่ย 3.46

ตารางที่ 4.17 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นด้านความรู้สึกของผู้ที่เลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์

ความคิดเห็นด้านความรู้สึก	\bar{X}	S.D.	ระดับทัศนคติ	ลำดับ
รู้สึกปลอดภัยที่ได้บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์	4.42	0.74	เชิงบวกมาก	1
รู้สึกมั่นใจในคุณภาพสินค้ามากขึ้นหากได้รับความรู้เกี่ยวกับการรับประทานจากผู้ขาย	4.05	0.10	เชิงบวก	2
ไม่เชื่อว่าสินค้าที่ติดฉลาก “Organic” หรือ “อินทรีย์” เป็นสินค้าเกษตรอินทรีย์ ⁿ	4.04	0.93	เชิงบวก	3
เต็มใจที่จะจ่ายเงินซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ซึ่งมีราคาสูงกว่าสินค้าทั่วไป	3.77	1.01	เชิงบวก	4
รู้สึกภูมิใจที่เลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์เพราะมีส่วนช่วยป้องกันสิ่งแวดล้อม	3.71	0.87	เชิงบวก	5

ตารางที่ 4.17 (ต่อ)

ความคิดเห็น ด้านความรู้สึกรู้สึก	\bar{X}	S.D.	ระดับ ทัศนคติ	ลำดับ
มีความไว้วางใจผู้ผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์	3.39	0.82	เฉย ๆ	6
รู้สึกเป็นคนทันสมัยที่เลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์	3.19	1.01	เฉย ๆ	7
รู้สึกว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์มีให้เลือกไม่หลากหลาย ^a	2.22	1.20	เชิงลบ	8

หมายเหตุ ^a หมายถึงข้อความเชิงลบ

จากตารางที่ 4.17 พบว่าทัศนคติด้านความรู้สึกรู้สึกของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยบริโภคให้ความสำคัญเรียงตามลำดับคือ มีความรู้สึกปลอดภัยที่ได้บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ ที่ค่าเฉลี่ย 4.42 มีความรู้สึกมั่นใจในคุณภาพสินค้ามากขึ้นหากได้รับความรู้เกี่ยวกับการรับประทานจากผู้ขาย ที่ค่าเฉลี่ย 4.05 และมีความรู้สึกที่คิดว่าสินค้าที่คิดจลลาค “Organic” หรือ “อินทรีย์” เป็นสินค้าเกษตรอินทรีย์จริง ที่ค่าเฉลี่ย 4.04 ในขณะที่มีความรู้สึกไว้วางใจผู้ผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ 3.39 และความรู้สึกเป็นคนทันสมัยที่เลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ 3.19 แต่มีความรู้สึกที่คิดว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์มีให้เลือกหลากหลาย ที่ค่าเฉลี่ย 2.22

ตารางที่ 4.18 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นด้านความเชื่อของผู้ที่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์

ความคิดเห็น ด้านความเชื่อ	\bar{X}	S.D.	ระดับ ทัศนคติ	ลำดับ
สินค้าเกษตรอินทรีย์เป็นสินค้าที่ดีต่อสุขภาพเนื่องจากไม่มีสารพิษตกค้าง	3.94	0.95	เชิงบวก	1
สินค้าเกษตรอินทรีย์มีคุณค่าทางโภชนาการมากกว่าสินค้าทั่วไป	3.81	0.91	เชิงบวก	2

ตารางที่ 4.18 (ต่อ)

ความคิดเห็น ด้านความเชื่อ	\bar{X}	S.D.	ระดับ ทัศนคติ	ลำดับ
กระบวนการผลิตสินค้าเกษตร อินทรีย์ช่วยลดการทำลายความ สมบูรณ์ของดินและน้ำ	3.73	0.98	เชิงบวก	3
สินค้าเกษตรอินทรีย์มีรสชาติดีกว่า สินค้าทั่วไป	3.39	1.08	เฉย ๆ	4
ผักอินทรีย์ ผักปลอดสารพิษ ผัก อนามัย เกิดจากวิธีการปลูกที่ เหมือนกันเพียงแต่เรียกชื่อต่างกัน ⁿ	1.94	1.01	เชิงลบ	5
สินค้าเกษตรอินทรีย์ต้องได้รับการ รับรองจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เท่านั้น	1.84	1.22	เชิงลบ	6

หมายเหตุⁿ หมายถึงข้อความเชิงลบ

จากตารางที่ 4.18 พบว่าทัศนคติด้านความเชื่อของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยบริโภคให้ความสำคัญเรียงตามลำดับคือ มีทัศนคติเกี่ยวกับความเชื่อที่ว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์เป็นสินค้าที่ดีต่อสุขภาพเนื่องจากไม่มีสารพิษตกค้าง ที่ค่าเฉลี่ย 3.94 มีความเชื่อว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์มีคุณค่าทางโภชนาการมากกว่าสินค้าทั่วไป ที่ค่าเฉลี่ย 3.81 และมีความเชื่อว่ากระบวนการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ช่วยลดการทำลายความสมบูรณ์ของดินและน้ำ ที่ค่าเฉลี่ย 3.73 โดยที่มีความเชื่อที่ว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์มีรสชาติดีกว่าสินค้าทั่วไป ที่ค่าเฉลี่ย 3.39 แต่มีความเชื่อที่ว่าผักอินทรีย์ ผักปลอดสารพิษ ผักอนามัย เกิดจากวิธีการปลูกที่ต่างกันจึงเรียกชื่อต่างกัน ที่ค่าเฉลี่ย 1.94 และเชื่อว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์ต้องได้รับการรับรองจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเท่านั้น ที่ค่าเฉลี่ย 1.84

ในส่วนนี้แสดงผลการศึกษาทัศนคติของผู้ที่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์เฉพาะจังหวัดสุรินทร์ โดยมีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 64 คน

ตารางที่ 4.19 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับทัศนคติของผู้ที่เคยบริโภค ในจังหวัดสุรินทร์

ความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของทัศนคติ	\bar{X}	S.D.	ระดับทัศนคติ	ลำดับ
ทัศนคติต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์	3.56	0.50	เชิงบวก	
ด้านความตั้งใจที่จะแสดงออกซึ่งพฤติกรรม	3.83	0.64	เชิงบวก	1
ด้านความรู้สึกล	3.55	0.58	เชิงบวก	2
ด้านความเชื่อ	3.29	0.64	เฉย ๆ	3

จากตารางที่ 4.15 ผลการวิเคราะห์ทัศนคติเกี่ยวกับทัศนคติของผู้ที่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดสุรินทร์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับทัศนคติเชิงบวก ที่ค่าเฉลี่ย 3.56 โดยให้ความสำคัญเรียงตามลำดับคือ ด้านความตั้งใจที่จะแสดงออกซึ่งพฤติกรรม ที่ค่าเฉลี่ย 3.83 รองลงมาคือด้านความรู้สึกล ที่ค่าเฉลี่ย 3.55 และด้านความเชื่อ ที่ค่าเฉลี่ย 3.29 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.20 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นด้านความตั้งใจที่จะแสดงออกซึ่งพฤติกรรมของผู้ที่เคยบริโภคในจังหวัดสุรินทร์

ความคิดเห็นด้านความตั้งใจที่จะแสดงออกซึ่งพฤติกรรม	\bar{X}	S.D.	ระดับทัศนคติ	ลำดับ
จะซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์เพิ่มมากขึ้นถ้าหากมันมีราคาไม่แพง	4.42	0.91	เชิงบวกมาก	1
จะไม่ซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ถ้าหากมีรูปลักษณ์ไม่สวย"	4.22	0.92	เชิงบวกมาก	2
จะชักชวนให้คนอื่นบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์	3.92	0.86	เชิงบวก	3
จะเลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ก็ต่อเมื่อมีปัญหาด้านสุขภาพ"	3.80	1.01	เชิงบวก	4
จะเลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ก็ต่อเมื่อได้ศึกษาข้อมูลอย่างดีแล้ว	3.39	1.05	เฉย ๆ	5

ตารางที่ 4.20 (ต่อ)

ความคิดเห็นด้านความตั้งใจที่จะแสดงออกซึ่งพฤติกรรม	\bar{X}	S.D.	ระดับทัศนคติ	ลำดับ
จะไม่บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์เพราะหาซื้อได้ยาก ⁿ	3.20	1.36	เฉย ๆ	6

หมายเหตุⁿ หมายถึงข้อความเชิงลบ

จากตารางที่ 4.20 พบว่าในด้านความตั้งใจที่จะแสดงออกซึ่งพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยบริโภคในจังหวัดสุรินทร์มีทัศนคติที่จะซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์เพิ่มมากขึ้นถ้าหากมันมีราคาไม่แพง ที่ค่าเฉลี่ย 4.42 จะซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ถึงแม้ว่าจะมีอุปสรรคไม่สวย ที่ค่าเฉลี่ย 4.21 โดยที่จะชักชวนให้คนอื่นบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่ค่าเฉลี่ย 3.92 จะเลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ถึงแม้ว่าจะไม่มีปัญหาด้านสุขภาพ ที่ค่าเฉลี่ย 3.80 ในขณะที่มีความตั้งใจที่จะเลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ก็ต่อเมื่อได้ศึกษาข้อมูลอย่างดีแล้ว มีค่าเฉลี่ย 3.40 และจะบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ถึงแม้จะหาซื้อได้ยาก ที่ค่าเฉลี่ย 3.20

ตารางที่ 4.21 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านความรู้สึของผู้ที่เคยบริโภคในจังหวัดสุรินทร์

ความคิดเห็นด้านความรู้สึก	\bar{X}	S.D.	ระดับทัศนคติ	ลำดับ
รู้สึกปลอดภัยที่ได้บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์	4.41	0.94	เชิงบวกมาก	1
รู้สึกมั่นใจในคุณภาพสินค้ามากขึ้นหากได้รับความรู้เกี่ยวกับการรับประทานจากผู้ขาย	3.91	0.95	เชิงบวก	2
รู้สึกภูมิใจที่เลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์เพราะมีส่วนช่วยป้องกันสิ่งแวดล้อม	3.81	0.83	เชิงบวก	3
ไม่เชื่อว่าสินค้าที่ติดฉลาก “Organic” หรือ “อินทรีย์” เป็นสินค้าเกษตรอินทรีย์ ⁿ	3.73	0.98	เชิงบวก	4

ตารางที่ 4.21 (ต่อ)

ความคิดเห็น ด้านความรู้สึกรู้สึก	\bar{X}	S.D.	ระดับ ทัศนคติ	ลำดับ
เต็มใจที่จะจ่ายเงินซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ซึ่งมีราคาสูงกว่าสินค้าทั่วไป	3.63	1.11	เชิงบวก	5
มีความไว้วางใจผู้ผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์	3.44	0.92	เชิงบวก	6
รู้สึกเป็นคนทันสมัยที่เลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์	3.20	0.96	เฉย ๆ	7
รู้สึกว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์มีให้เลือกไม่หลากหลาย ^a	2.31	1.20	เชิงลบ	8

หมายเหตุ ^a หมายถึงข้อความเชิงลบ

จากตารางที่ 4.21 พบว่าทัศนคติด้านความรู้สึกรู้สึกของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยบริโภคในจังหวัดสุรินทร์มีความรู้สึกปลอดภัยที่ได้บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ ที่ค่าเฉลี่ย 4.41 มีความรู้สึกมั่นใจในคุณภาพสินค้ามากขึ้นหากได้รับความรู้เกี่ยวกับการรับประทานจากผู้ขาย ที่ค่าเฉลี่ย 3.91 มีความรู้สึกภูมิใจที่เลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์เพราะมีส่วนช่วยป้องกันสิ่งแวดล้อม ที่ค่าเฉลี่ย 3.81 มีความรู้สึกที่คิดว่าสินค้าที่ติดฉลาก “Organic” หรือ “อินทรีย์” เป็นสินค้าเกษตรอินทรีย์จริง ที่ค่าเฉลี่ย 3.73 มีความรู้สึกเต็มใจที่จะจ่ายเงินซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ซึ่งมีราคาสูงกว่าสินค้าทั่วไป ที่ค่าเฉลี่ย 3.63 และมีความรู้สึกไว้วางใจผู้ผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ ที่ค่าเฉลี่ย 3.43 ในขณะที่มีความรู้สึกเป็นคนทันสมัยที่เลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ ที่ค่าเฉลี่ย 3.21 แต่มีความรู้สึกที่คิดว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์มีให้เลือกหลากหลาย ที่ค่าเฉลี่ย 2.31

ตารางที่ 4.22 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นด้านความเชื่อของผู้ที่เคยบริโภคในจังหวัดสุรินทร์

ความคิดเห็น ด้านความเชื่อ	\bar{X}	S.D.	ระดับ ทัศนคติ	ลำดับ
สินค้าเกษตรอินทรีย์เป็นสินค้าที่ดีที่สุด สุขภาพเนื่องจากไม่มีสารพิษตกค้าง	4.08	0.88	เชิงบวก	1

ตารางที่ 4.22 (ต่อ)

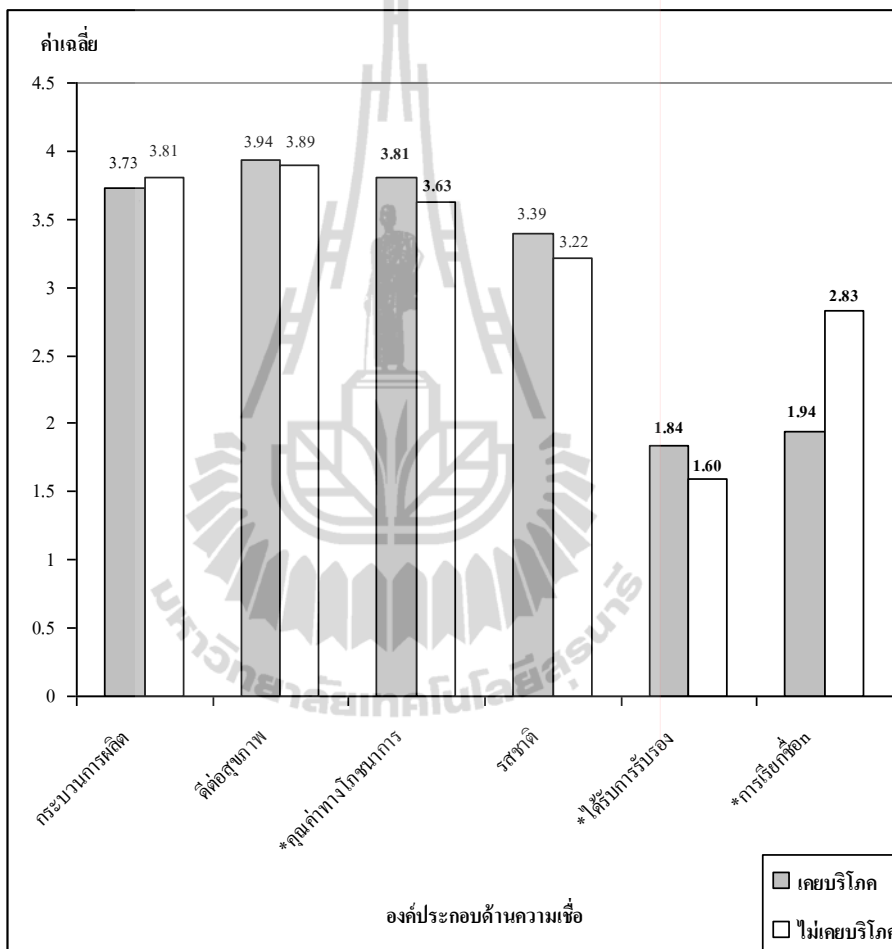
ความคิดเห็น ด้านความเชื่อ	\bar{X}	S.D.	ระดับ ทัศนคติ	ลำดับ
สินค้าเกษตรอินทรีย์มีคุณค่าทางโภชนาการมากกว่าสินค้าทั่วไป	3.85	0.96	เชิงบวก	2
กระบวนการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ช่วยลดการทำลายความสมบูรณ์ของดินและน้ำ	3.80	1.01	เชิงบวก	3
สินค้าเกษตรอินทรีย์มีรสชาติดีกว่าสินค้าทั่วไป	3.37	1.06	เฉย ๆ	4
สินค้าเกษตรอินทรีย์ต้องได้รับการรับรองจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเท่านั้น	2.66	1.41	เฉย ๆ	5
ผักอินทรีย์ ผักปลอดสารพิษ ผักอนามัย เกิดจากวิธีการปลูกที่เหมือนกันเพียงแต่เรียกชื่อต่างกัน ^๓	2.00	0.99	เชิงลบ	6

หมายเหตุ^๓ หมายถึงข้อความเชิงลบ

จากตารางที่ 4.22 พบว่าทัศนคติด้านความเชื่อของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยบริโภคในจังหวัดสุรินทร์มีความเชื่อที่ว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์เป็นสินค้าที่ดีต่อสุขภาพเนื่องจากไม่มีสารพิษตกค้าง ที่ค่าเฉลี่ย 4.08 มีความเชื่อที่ว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์มีคุณค่าทางโภชนาการมากกว่าสินค้าทั่วไป มีค่าเฉลี่ย 3.86 และเชื่อว่ากระบวนการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ช่วยลดการทำลายความสมบูรณ์ของดินและน้ำ มีค่าเฉลี่ย 3.80 ในขณะที่มีความเชื่อที่ว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์มีรสชาติดีกว่าสินค้าทั่วไป ที่ค่าเฉลี่ย 3.38 และเชื่อที่ว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์ต้องได้รับการรับรองจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเท่านั้น ที่ค่าเฉลี่ย 2.66 แต่มีความเชื่อที่ว่าผักอินทรีย์ ผักปลอดสารพิษ ผักอนามัย เกิดจากวิธีการปลูกที่ต่างกันจึงเรียกชื่อต่างกัน ที่ค่าเฉลี่ย 2.00

4.5 ความแตกต่างของทัศนคติของผู้ที่เคยบริโภคและผู้ที่ไม่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์

ในส่วนนี้แสดงความแตกต่างของทัศนคติของผู้ที่เคยบริ โภคและไม่เคยบริ โภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 องค์ประกอบ ได้แก่ ด้านความเชื่อ ความรู้สึก และความตั้งใจที่จะแสดงออกซึ่งพฤติกรรม ซึ่งพบว่าผู้ที่เคยบริ โภคและไม่เคยบริ โภคสินค้าเกษตรอินทรีย์มีทัศนคติต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ ดังแสดงผลตามภาพที่ 4.1- 4.3



หมายเหตุ ⁿ หมายถึงข้อความเชิงลบ

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

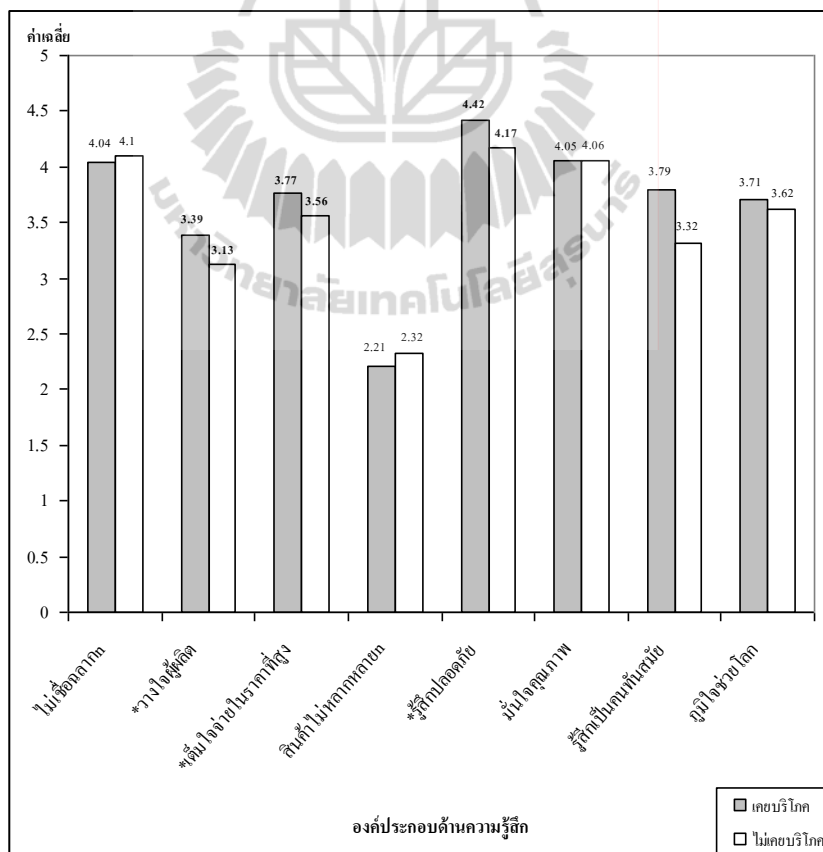
ภาพที่ 4.1 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยขององค์ประกอบด้านความเชื่อของผู้ที่เคยบริ โภคและไม่เคยบริ โภคสินค้าเกษตรอินทรีย์

จากภาพที่ 4.1 พบว่าผู้ที่เคยบริ โภคและไม่เคยบริ โภคมีทัศนคติด้านความเชื่อที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 3 รายข้อย่อย ดังนี้

1. ผู้ที่เคยบริ โภคมีความเชื่อว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์มีคุณค่าทางโภชนาการมากกว่าสินค้าทั่วไปมากกว่าผู้ที่ไม่เคยบริ โภคสินค้าเกษตรอินทรีย์

2. ผู้ที่เคยบริโภคมีความเชื่อว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์ต้องได้รับการรับรองจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเท่านั้นมากกว่าผู้ที่ไม่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ โดยที่ค่าเฉลี่ยของผู้ที่เคยบริโภคอยู่ในระดับทัศนคติเชิงลบและค่าเฉลี่ยของผู้ที่ไม่เคยบริโภคอยู่ในระดับทัศนคติเชิงลบมาก แสดงว่าผู้ที่ไม่เคยบริโภคมีความเชื่อว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์ไม่จำเป็นต้องได้รับการรับรองจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมากกว่าผู้ที่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ จึงกล่าวได้ว่าทั้งสองกลุ่มมีความเชื่อที่ไม่ถูกต้องเกี่ยวกับการรับรองมาตรฐานสินค้าเกษตรอินทรีย์

3. ผู้ที่เคยบริโภคมีความเชื่อที่ไม่ถูกต้องเกี่ยวกับวิธีการปลูกและการเรียกชื่อของผักอินทรีย์ ผักปลอดสารพิษ ผักอนามัยมากกว่าผู้ที่ไม่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ โดยที่ค่าเฉลี่ยของผู้ที่เคยบริโภคอยู่ในระดับทัศนคติเชิงลบและค่าเฉลี่ยของผู้ที่ไม่เคยบริโภคอยู่ในระดับทัศนคติเฉย ๆ แสดงว่าผู้ที่ไม่เคยบริโภคมีความสับสนเกี่ยวกับวิธีการปลูกและการเรียกชื่อของผักอินทรีย์ ผักปลอดสารพิษ และผักอนามัย ในขณะที่ผู้ที่ไม่เคยบริโภคมีทัศนคติเฉย ๆ กับข้อความนี้ซึ่งอาจเกิดจากไม่มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องดังกล่าว

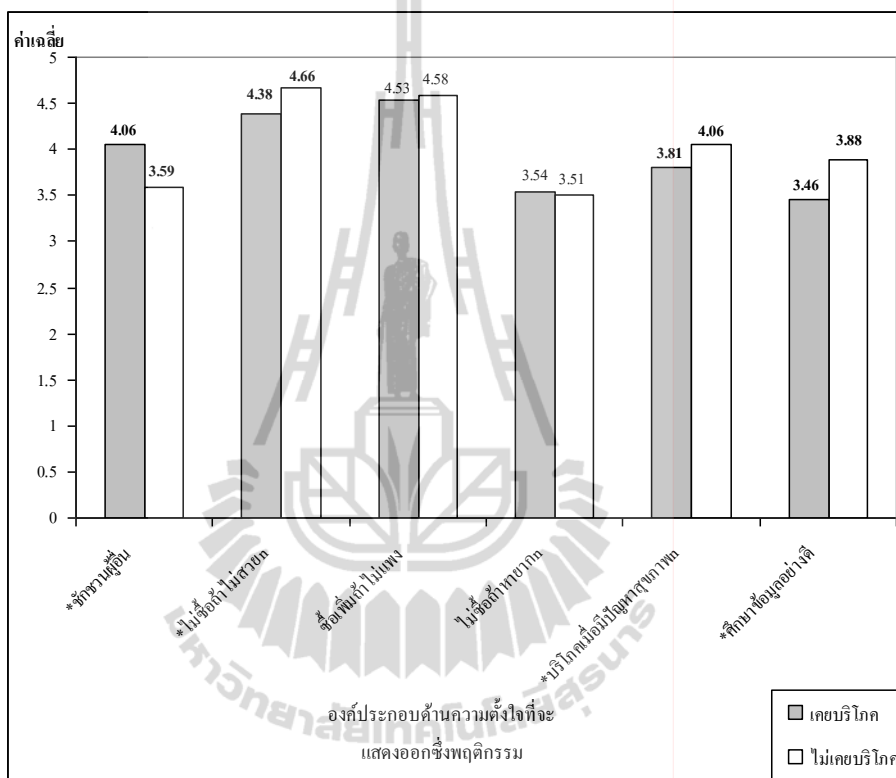


หมายเหตุⁿ หมายถึงข้อความเชิงลบ

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ภาพที่ 4.2 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยขององค์ประกอบด้านความรู้สึกของผู้ที่เคยบริโภคและไม่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์

จากภาพที่ 4.2 พบว่าผู้ที่เคยบริโภคและไม่เคยบริโภคมีทัศนคติด้านความรู้สึกที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 3 รายข้อย่อย คือ ผู้ที่เคยบริโภคมีความรู้สึกไว้วางใจผู้ผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ มีความรู้สึกเต็มใจที่จะจ่ายเงินซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ซึ่งมีราคาสูงกว่าสินค้าทั่วไปและมีความรู้สึกปลอดภัยที่ได้บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์มากกว่าผู้ที่ไม่เคยบริโภค



หมายเหตุⁿ หมายถึงข้อความเชิงลบ

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ภาพที่ 4.3 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยขององค์ประกอบด้านความตั้งใจที่จะแสดงออกซึ่งพฤติกรรมของผู้ที่เคยบริโภคและไม่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์

จากภาพที่ 4.3 พบว่าผู้ที่เคยบริโภคและไม่เคยบริโภคมีทัศนคติด้านความตั้งใจที่จะแสดงออกซึ่งพฤติกรรมที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 4 รายข้อย่อย ดังนี้

1. ผู้ที่เคยบริโภคจะชักชวนให้คนอื่นบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์มากกว่าผู้ที่ไม่เคยบริโภค แสดงว่าผู้ที่เคยบริโภคมีทัศนคติที่ดีจากการบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์จึงมีความตั้งใจที่จะชักชวนผู้อื่นให้หันมาบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์
2. ผู้ที่ไม่เคยบริโภคจะซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ถึงแม้ว่าจะมีอุปสรรคไม่สะดวกมากกว่าผู้ที่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ แสดงว่าผู้ที่ไม่เคยบริโภคมีความตั้งใจที่จะบริโภคสินค้าเกษตร

อินทรีย์ในอนาคตซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลพฤติกรรมการบริโภคของผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีแนวโน้มที่จะบริโภคในอนาคต

3. ผู้ที่ไม่เคยบริโภคจะเลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ถึงแม้ว่าจะไม่มีปัญหาทางด้านสุขภาพมากกว่าผู้ที่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ แสดงว่าผู้ที่ไม่เคยบริโภคมีความตั้งใจที่จะบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลพฤติกรรมการบริโภคของผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีแนวโน้มที่จะบริโภคในอนาคต

4. ผู้ที่ไม่เคยบริโภคจะเลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ก็ต่อเมื่อได้ศึกษาข้อมูลอย่างดีแล้วมากกว่าผู้ที่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลพฤติกรรมการบริโภคของผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่ให้เหตุผลที่สำคัญที่สุดที่ผู้ที่ไม่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์เนื่องจากไม่มีข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าที่จะบริโภคดังนั้นจึงมีความตั้งใจที่จะศึกษาข้อมูลอย่างดีถึงจะเลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ในอนาคต

4.6 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ที่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์เพื่อทดสอบสมมติฐานที่ 1 จะใช้การสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปร 2 ตัวที่ตัวอย่างเป็นอิสระต่อกัน (Independent-Sample T Test) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ก็ต่อเมื่อค่า p value น้อยกว่า 0.05 สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานที่ 2-4 จะใช้การทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่ม โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance: One Way ANOVA) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ก็ต่อเมื่อค่า P value น้อยกว่า 0.05 หากผลการทดสอบสมมติฐานพบว่ามีความแตกต่างกัน จะมีการทดสอบเป็นรายคู่โดยใช้วิธี LSD (Least significant difference) เพื่อทดสอบความแตกต่างรายคู่ โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานที่ 1

H_{0a} เพศของผู้ที่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่แตกต่างกันจะมีทัศนคติต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ไม่ต่างกัน

H_{1a} เพศของผู้ที่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่แตกต่างกันจะมีทัศนคติต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ต่างกัน

ตารางที่ 4.23 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่า t ที่ใช้วิเคราะห์ทัศนคติต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ จำแนกตามเพศของผู้ที่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์

ความสำคัญขององค์ประกอบ ของทัศนคติ	เพศชาย		เพศหญิง		t	p value
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
ด้านความเชื่อ	3.45	0.65	3.52	0.60	-0.713	0.478
กระบวนการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ช่วยลดการทำลายความสมบูรณ์ของดินและน้ำ	3.61	0.97	3.79	0.98	-1.226	0.223
สินค้าเกษตรอินทรีย์เป็นสินค้าที่ดีต่อสุขภาพเนื่องจากไม่มีสารพิษตกค้าง	3.84	1.02	3.99	0.91	-1.026	0.307
สินค้าเกษตรอินทรีย์มีคุณค่าทางโภชนาการมากกว่าสินค้าทั่วไป	3.89	1.05	3.78	0.85	0.713	0.478
สินค้าเกษตรอินทรีย์มีรสชาติดีกว่าสินค้าทั่วไป	3.21	1.13	3.48	1.05	-1.551	0.124
สินค้าเกษตรอินทรีย์ต้องได้รับการรับรองจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเท่านั้น	1.79	1.21	1.87	1.24	-0.078	1.884
ผักอินทรีย์ ฝักปลอดสารพิษ ฝักอนามัย เกิดจากวิธีการปลูกที่เหมือนกันเพียงแต่เรียกชื่อต่างกัน ⁿ	1.93	0.91	1.94	1.05	-0.040	0.968

ตารางที่ 4.23 (ต่อ)

ความสำคัญขององค์ประกอบ ของทัศนคติ	เพศชาย		เพศหญิง		t	p value
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
ด้านความรู้สึกรู้สึก	3.59	0.61	3.61	0.51	-0.272	0.786
ไม่เชื่อว่าสินค้าที่ติดฉลาก “Organic” หรือ “อินทรีย์” เป็นสินค้าเกษตรอินทรีย์ ⁿ	4.13	1.01	4.00	0.89	0.872	0.385
มีความไว้วางใจผู้ผลิตสินค้า เกษตรอินทรีย์	3.41	0.76	3.38	0.85	0.240	0.811
เต็มใจที่จะจ่ายเงินซื้อสินค้า เกษตรอินทรีย์ซึ่งมีราคาสูง กว่าสินค้าทั่วไป	3.89	1.05	3.71	0.99	1.061	0.291
รู้สึกที่สินค้าเกษตรอินทรีย์มี ให้เลือกไม่หลากหลาย ⁿ	1.98	1.19	4.36	0.80	-1.834	0.069
รู้สึกปลอดภัยที่ได้บริโภค สินค้าเกษตรอินทรีย์	4.36	0.80	4.45	0.71	-0.732	0.466
รู้สึกมั่นใจในคุณภาพสินค้า มากขึ้นหากได้รับความรู้ เกี่ยวกับการรับประทานจาก ผู้ชาย	4.26	0.98	3.96	1.00	2.017	0.046*
รู้สึกเป็นคนทันสมัยที่เลือก บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์	2.98	1.07	3.28	0.97	-1.865	0.065
รู้สึกภูมิใจที่เลือกบริโภค สินค้าเกษตรอินทรีย์เพราะมี ส่วนช่วยป้องกันสิ่งแวดล้อม	3.63	1.07	3.75	0.77	-0.704	0.483
ด้านความตั้งใจที่จะแสดงออก ซึ่งพฤติกรรม	4.05	0.71	3.92	0.68	1.157	0.250
จะชักชวนให้คนอื่นบริโภค สินค้าเกษตรอินทรีย์	4.21	0.86	3.99	0.93	1.678	0.096

ตารางที่ 4.23 (ต่อ)

ความสำคัญขององค์ประกอบ ของทัศนคติ	เพศชาย		เพศหญิง		t	p value
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
จะไม่ซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ ถ้าหากมีรูปลักษณ์ไม่สวย ⁿ	4.46	0.92	4.35	0.95	0.752	0.454
จะซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์เพิ่ม มากขึ้นถ้าหากมันมีราคาไม่ แพง	4.61	0.84	4.50	0.85	0.816	0.416
จะไม่บริโภคสินค้าเกษตร อินทรีย์เพราะหาซื้อได้ยาก ⁿ	3.67	1.41	3.48	1.22	0.929	0.355
จะเลือกบริโภคสินค้าเกษตร อินทรีย์ก็ต่อเมื่อมีปัญหาด้าน สุขภาพ ⁿ	3.61	0.82	3.90	1.03	-2.155	0.033*
จะเลือกบริโภคสินค้าเกษตร อินทรีย์ก็ต่อเมื่อได้ศึกษา ข้อมูลอย่างดีแล้ว	3.74	1.29	3.33	1.05	2.171	0.032*

หมายเหตุⁿ หมายถึงข้อความเชิงลบ

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.23 ผลการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างเพศชายกับเพศหญิง พบว่า ผู้ที่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่มีเพศต่างกันมีทัศนคติต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ ได้แก่ ด้านความเชื่อ ความรู้สึก และความตั้งใจที่จะแสดงออกซึ่งพฤติกรรม ไม่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อในแต่ละด้านพบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ดังนี้

ด้านความเชื่อ เพศชายที่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์โดยรวมมีความเชื่อว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์มีคุณค่าทางโภชนาการมากกว่าสินค้าทั่วไป ในขณะที่เพศหญิงที่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์โดยรวมมีความเชื่อว่ากระบวนการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ช่วยลดการทำลายความสมบูรณ์

ของดินและน้ำ ซึ่งเพศชายกับเพศหญิงที่เคยบริโภคน้ำดื่มบรรจุขวดอินทรีย์มีทัศนคติแต่ละรายข้อย่อย ด้านความเชื่อไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

ด้านความรู้สึก เพศชายและเพศหญิงที่เคยบริโภคน้ำดื่มบรรจุขวดอินทรีย์โดยรวมมีความรู้สึกปลอดภัยที่ได้บริโภคน้ำดื่มบรรจุขวดอินทรีย์ ในขณะที่เพศชายรู้สึกมั่นใจในคุณภาพสินค้ามากขึ้นหากได้รับความรู้เกี่ยวกับการรับประทานจากผู้ขายมากกว่าเพศหญิงอย่างมีนัยสำคัญ

ด้านความตั้งใจที่จะแสดงออกซึ่งพฤติกรรม เพศชายและเพศหญิงที่เคยบริโภคน้ำดื่มบรรจุขวดอินทรีย์โดยรวมมีความตั้งใจที่จะซื้อสินค้าบรรจุขวดอินทรีย์เพิ่มมากขึ้นถ้าหากมันมีราคาไม่แพง ในขณะที่เพศหญิงจะเลือกบริโภคน้ำดื่มบรรจุขวดอินทรีย์แม้ว่าจะไม่มีปัญหาด้านสุขภาพมากกว่าเพศชาย และ เพศชายจะเลือกบริโภคน้ำดื่มบรรจุขวดอินทรีย์ก็ต่อเมื่อได้ศึกษาข้อมูลอย่างดีแล้วมากกว่าเพศหญิงอย่างมีนัยสำคัญ

สมมติฐานที่ 2

H_{0b} อายุของผู้ที่เคยบริโภคน้ำดื่มบรรจุขวดอินทรีย์ที่แตกต่างกันจะมีทัศนคติต่อสินค้าบรรจุขวดอินทรีย์ไม่ต่างกัน

H_{1b} อายุของผู้ที่เคยบริโภคน้ำดื่มบรรจุขวดอินทรีย์ที่แตกต่างกันจะมีทัศนคติต่อสินค้าบรรจุขวดอินทรีย์ต่างกัน

ตารางที่ 4.24 ค่าสถิติที่ใช้วิเคราะห์ทัศนคติต่อสินค้าบรรจุขวดอินทรีย์ จำแนกตามอายุของผู้ที่เคยบริโภคน้ำดื่มบรรจุขวดอินทรีย์

ความสำคัญขององค์ประกอบของทัศนคติ	F	p value
ด้านความเชื่อ	2.377	0.071
กระบวนการผลิตสินค้าบรรจุขวดอินทรีย์ช่วยลดการทำลายความสมบูรณ์ของดินและน้ำ	3.402	0.019*
สินค้าบรรจุขวดอินทรีย์เป็นสินค้าที่ดีต่อสุขภาพเนื่องจากไม่มีสารพิษตกค้าง	5.084	0.002*
สินค้าบรรจุขวดอินทรีย์มีคุณค่าทางโภชนาการมากกว่าสินค้าทั่วไป	0.344	0.793
สินค้าบรรจุขวดอินทรีย์มีรสชาติดีกว่าสินค้าทั่วไป	2.103	0.101

ตารางที่ 4.24 (ต่อ)

ความสำคัญขององค์ประกอบของทัศนคติ	F	p value
สินค้าเกษตรอินทรีย์ต้องได้รับการรับรองจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเท่านั้น	0.444	0.722
ผักอินทรีย์ ผักปลอดสารพิษ ผักอนามัย เกิดจากวิธีการปลูกที่เหมือนกันเพียงแต่เรียกชื่อต่างกัน ⁿ	0.122	0.947
ด้านความรู้	0.960	0.413
ไม่เชื่อว่าสินค้าที่ติดฉลาก “Organic” หรือ “อินทรีย์” เป็นสินค้าเกษตรอินทรีย์ ⁿ	0.571	0.634
มีความไว้วางใจผู้ผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์	2.548	0.057
เต็มใจที่จะจ่ายเงินซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ซึ่งมีราคาสูงกว่าสินค้าทั่วไป	1.497	0.217
รู้สึกว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์มีให้เลือกไม่หลากหลาย ⁿ	4.682	0.004*
รู้สึกปลอดภัยที่ได้บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์	2.158	0.094
รู้สึกมั่นใจในคุณภาพสินค้ามากขึ้นหากได้รับความรู้เกี่ยวกับการรับประทานจากผู้ขาย	0.091	0.965
รู้สึกเป็นคนที่ทันสมัยที่เลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์	3.141	0.026*
รู้สึกภูมิใจที่เลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์เพราะมีส่วนช่วยป้องกันสิ่งแวดล้อม	0.759	0.518
ด้านความตั้งใจที่จะแสดงออกซึ่งพฤติกรรม	1.505	0.215
จะชักชวนให้คนอื่นบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์	0.523	0.667
จะไม่ซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ถ้าหากมีรูปลักษณ์ไม่สวย ⁿ	1.281	0.282
จะซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์เพิ่มมากขึ้นถ้าหากมันมีราคาไม่แพง	1.901	0.131

ตารางที่ 4.24 (ต่อ)

ความสำคัญขององค์ประกอบของทัศนคติ	F	p value
จะไม่บริโภคลิ้นค้าเกษตรอินทรีย์เพราะหาซื้อได้ยาก ⁿ	0.775	0.509
จะเลือกบริโภคลิ้นค้าเกษตรอินทรีย์ก็ต่อเมื่อมีปัญหาด้านสุขภาพ ⁿ	4.473	0.005*
จะเลือกบริโภคลิ้นค้าเกษตรอินทรีย์ก็ต่อเมื่อได้ศึกษาข้อมูลอย่างดีแล้ว	1.305	0.274

หมายเหตุⁿ หมายถึงข้อความเชิงลบ

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.24 ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) พบว่าผู้ที่เคยบริโภคลิ้นค้าเกษตรอินทรีย์ที่มีอายุแตกต่างกันโดยรวมมีทัศนคติต่อสินค้านี้ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาในแต่ละรายชื่อย่อยพบความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มในด้านความเชื่อเกี่ยวกับกระบวนการผลิตสินค้านี้ช่วยลดการทำลายความสมบูรณ์ของดินและน้ำ และเชื่อว่าสินค้านี้เป็นสินค้าที่ดีต่อสุขภาพเนื่องจากไม่มีสารพิษตกค้าง สำหรับด้านความรู้สึกพบความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มที่มีความรู้สึกที่สินค้านี้มีให้เลือกไม่หลากหลายและรู้สึกเป็นคนทันสมัยที่เลือกบริโภคลิ้นค้าเกษตรอินทรีย์ ในขณะที่ด้านความตั้งใจที่จะแสดงออกซึ่งพฤติกรรมพบความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มที่จะเลือกบริโภคลิ้นค้าเกษตรอินทรีย์ก็ต่อเมื่อมีปัญหาด้านสุขภาพ จึงได้ทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD ปรากฏผลดังตารางที่ 4.25 - 4.29

ตารางที่ 4.25 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติด้านความเชื่อที่ว่ากระบวนการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ช่วยลดการทำลายความสมบูรณ์ของดินและน้ำ จำแนกตามอายุของผู้ที่เคยบริโภคเป็นรายกลุ่ม

อายุ (ปี)	\bar{X}	20-29	30-39	40-49	50 ปีขึ้นไป
		3.95	3.58	4.04	3.25
20 – 29	3.95	-	-	-	-
30 – 39	3.58	-0.37*	-	-	-
40 – 49	4.04	0.09	0.46*	-	-
50 ปีขึ้นไป	3.25	-0.70	-0.33	-0.79*	-

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ที่เคยบริโภคที่มีอายุ 20-29 ปีและอายุ 40-49ปีมีทัศนคติด้านความเชื่อที่ว่ากระบวนการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ช่วยลดการทำลายความสมบูรณ์ของดินและน้ำมากกว่าผู้ที่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่มีอายุ 30-39 ปี และผู้ที่เคยบริโภคที่มีอายุ 40-49 ปีมีทัศนคติด้านความเชื่อที่ว่ากระบวนการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ช่วยลดการทำลายความสมบูรณ์ของดินและน้ำมากกว่าผู้ที่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญ

ในขณะที่ผู้ที่เคยบริโภคที่มีอายุ 40-49 ปี มีทัศนคติด้านความเชื่อที่ว่ากระบวนการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ช่วยลดการทำลายความสมบูรณ์ของดินและน้ำมากกว่าผู้ที่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่มีอายุ 20-29 ปี และผู้ที่เคยบริโภคที่มีอายุ 20-29 ปีและ 30-39 ปี มีทัศนคติด้านความเชื่อที่ว่ากระบวนการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ช่วยลดการทำลายความสมบูรณ์ของดินและน้ำมากกว่าผู้ที่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป อย่างไม่มีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.26 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติด้านความเชื่อที่ว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์เป็นสินค้าที่ดีต่อสุขภาพเนื่องจากไม่มีสารพิษตกค้าง จำแนกตามอายุของผู้ที่เคยบริโภคเป็นรายคู่

อายุ (ปี)	\bar{X}	20-29	30-39	40-49	50 ปีขึ้นไป
		4.22	3.76	4.26	3.38
20 – 29	4.22	-	-	-	-
30 – 39	3.76	-0.46*	-	-	-
40 – 49	4.26	0.04	0.50*	-	-
50 ปีขึ้นไป	3.38	-0.84*	-0.38	-0.88*	-

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ที่เคยบริโภคที่มีอายุ 20-29 ปีและอายุ 40-49 ปีมีทัศนคติความเชื่อที่ว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์เป็นสินค้าที่ดีต่อสุขภาพเนื่องจากไม่มีสารพิษตกค้างมากกว่าผู้ที่เคยบริโภคที่มีอายุ 30-39 ปีและ 50 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญ

ในขณะที่ผู้ที่เคยบริโภคที่มีอายุ 40-49 ปี มีทัศนคติความเชื่อที่ว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์เป็นสินค้าที่ดีต่อสุขภาพเนื่องจากไม่มีสารพิษตกค้างมากกว่าผู้ที่เคยบริโภคที่มีอายุ 20-29 ปี และผู้ที่เคยบริโภคที่มีอายุ 30-39 ปี มีทัศนคติความเชื่อที่ว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์เป็นสินค้าที่ดีต่อสุขภาพเนื่องจากไม่มีสารพิษตกค้างมากกว่าผู้ที่เคยบริโภคที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไปอย่างไม่มีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.27 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติด้านความรู้สึกรู้สึกว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์มีให้เลือกไม่หลากหลาย จำแนกตามอายุของผู้ที่เคยบริโภคเป็นรายคู่

อายุ (ปี)	\bar{X}	20-29	30-39	40-49	50 ปีขึ้นไป
		1.90	2.48	2.13	1.38
20 – 29	1.90	-	-	-	-
30 – 39	2.48	0.58*	-	-	-
40 – 49	2.13	0.23	-0.35	-	-
50 ปีขึ้นไป	1.38	-0.52	-1.10*	-0.75	-

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ที่เคยบริโภคน้ำมันที่มีอายุ 30-39 ปีมีทัศนคติความรู้สึกลดลงกว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์มีให้เลือกลดลงหลายมากกว่าผู้ที่เคยบริโภคอายุ 20-29 ปีและอายุ 50 ปีขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญ

ในขณะที่ผู้ที่เคยบริโภคที่มีอายุ 40-49 ปีและอายุ 50 ปีขึ้นไป มีทัศนคติความรู้สึกลดลงกว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์มีให้เลือกลดลงหลายมากกว่าผู้ที่เคยบริโภคอายุ 20-29 ปีและผู้ที่เคยบริโภคที่มีอายุ 30-39 ปีมีทัศนคติความรู้สึกลดลงกว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์มีให้เลือกลดลงหลายมากกว่าผู้ที่เคยบริโภคอายุ 40-49 ปีอย่างไม่มีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.28 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติด้านความรู้สึกลดลงว่าเป็นคนทันสมัยที่เลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ จำแนกตามอายุของผู้ที่เคยบริโภคเป็นรายคู่

อายุ (ปี)	\bar{X}	20-29	30-39	40-49	50 ปีขึ้นไป
		3.38	3.02	3.57	2.88
20 – 29	3.38	-	-	-	-
30 – 39	3.02	-0.36*	-	-	-
40 – 49	3.57	0.19	0.55*	-	-
50 ปีขึ้นไป	2.88	-0.50	-0.14	-0.69	-

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ที่เคยบริโภคที่มีอายุ 20-29 ปีและอายุ 40-49 ปีมีทัศนคติด้านความรู้สึกลดลงว่าเป็นคนทันสมัยที่เลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์มากกว่าผู้ที่เคยบริโภคอายุ 30-39 ปีอย่างมีนัยสำคัญ

ในขณะที่ผู้ที่เคยบริโภคที่มีอายุ 40-49 ปีมีทัศนคติด้านความรู้สึกลดลงว่าเป็นคนทันสมัยที่เลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์มากกว่าผู้ที่เคยบริโภคอายุ 20-29 ปีและอายุ 50 ปีขึ้นไปอย่างไม่มีนัยสำคัญ และผู้ที่เคยบริโภคอายุ 20-29 ปีมีทัศนคติด้านความรู้สึกลดลงว่าเป็นคนทันสมัยที่เลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์มากกว่าอายุ 50 ปีขึ้นไปอย่างไม่มีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.29 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติด้านความตั้งใจที่จะแสดงออกซึ่งพฤติกรรมที่จะเลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ก็ต่อเมื่อมีปัญหาด้านสุขภาพ จำแนกตามอายุของผู้ที่เคยบริโภคเป็นรายคู่

อายุ (ปี)	\bar{X}	20-29	30-39	40-49	50 ปีขึ้นไป
		3.78	3.97	3.17	3.75
20 – 29	3.78	-	-	-	-
30 – 39	3.97	0.19	-	-	-
40 – 49	3.17	-0.61*	-0.80*	-	-
50 ปีขึ้นไป	3.75	-0.03	-0.22	0.58	-

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ที่เคยบริโภคที่มีอายุ 20-29 ปีและอายุ 30-39 ปีมีทัศนคติที่จะเลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ถึงแม้ว่าจะไม่มีปัญหาด้านสุขภาพมากกว่าผู้ที่เคยบริโภคอายุ 40-49 ปีอย่างมีนัยสำคัญ

ในขณะที่ผู้ที่เคยบริโภคที่มีอายุ 30-39 ปีมีทัศนคติที่จะเลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ถึงแม้ว่าจะไม่มีปัญหาด้านสุขภาพมากกว่าผู้ที่เคยบริโภคอายุ 20-29 ปี และอายุ 50 ปีขึ้นไปอย่างไม่มีนัยสำคัญ และผู้ที่เคยบริโภคอายุ 20-29 ปีมีทัศนคติที่จะเลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ถึงแม้ว่าจะไม่มีปัญหาด้านสุขภาพมากกว่าผู้ที่เคยบริโภคอายุ 50 ปีขึ้นไปอย่างไม่มีนัยสำคัญ

สมมติฐานที่ 3

H_0 ระดับการศึกษาของผู้ที่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่แตกต่างกันจะมีทัศนคติต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ไม่ต่างกัน

H_a ระดับการศึกษาของผู้ที่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่แตกต่างกันจะมีทัศนคติต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ต่างกัน

ตารางที่ 4.30 ค่าสถิติที่ใช้วิเคราะห์ทัศนคติต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ที่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์

ความสำคัญขององค์ประกอบของทัศนคติ	F	p value
ด้านความเชื่อ	11.006	0.000*
กระบวนการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ช่วยลดการทำลายความสมบูรณ์ของดินและน้ำ	11.313	0.000*
สินค้าเกษตรอินทรีย์เป็นสินค้าที่ดีต่อสุขภาพเนื่องจากไม่มีสารพิษตกค้าง	22.578	0.000*
สินค้าเกษตรอินทรีย์มีคุณค่าทางโภชนาการมากกว่าสินค้าทั่วไป	2.531	0.082
สินค้าเกษตรอินทรีย์มีรสชาติดีกว่าสินค้าทั่วไป	11.872	0.000*
สินค้าเกษตรอินทรีย์ต้องได้รับการรับรองจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเท่านั้น	0.597	0.552
ผักอินทรีย์ ผักปลอดสารพิษ ผักอนามัย เกิดจากวิธีการปลูกที่เหมือนกันเพียงแต่เรียกชื่อต่างกัน ^๓	0.421	0.657
ด้านความรู้สึ	6.157	0.003*
ไม่เชื่อว่าสินค้าที่ติดฉลาก “Organic” หรือ “อินทรีย์” เป็นสินค้าเกษตรอินทรีย์ ^๓	0.424	0.655
มีความไว้วางใจผู้ผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์	1.168	0.313
เต็มใจที่จะจ่ายเงินซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ซึ่งมีราคาสูงกว่าสินค้าทั่วไป	1.318	0.270
รู้สึกที่สินค้าเกษตรอินทรีย์มีให้เลือกไม่หลากหลาย ^๓	4.730	0.010*
รู้สึกปลอดภัยที่ได้บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์	1.173	0.312
รู้สึกมั่นใจในคุณภาพสินค้ามากขึ้นหากได้รับความรู้เกี่ยวกับการรับประทานจากผู้ขาย	2.181	0.116

ตารางที่ 4.30 (ต่อ)

ความสำคัญขององค์ประกอบของทัศนคติ	F	p value
รู้สึกเป็นคนทันสมัยที่เลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์	24.917	0.000*
รู้สึกภูมิใจที่เลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์เพราะมีส่วนช่วยป้องกันสิ่งแวดล้อม	9.686	0.000*
ด้านความตั้งใจที่จะแสดงออกซึ่งพฤติกรรม	1.480	0.230
จะชักชวนให้คนอื่นบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์	1.287	0.278
จะไม่ซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ถ้าหากมีรูปลักษณ์ไม่สวย ⁿ	3.086	0.048
จะซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์เพิ่มมากขึ้นถ้าหากมันมีราคาไม่แพง	1.281	0.280
จะไม่บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์เพราะหาซื้อได้ยาก ⁿ	3.516	0.032*
จะเลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ก็ต่อเมื่อมีปัญหาด้านสุขภาพ ⁿ	0.997	0.371
จะเลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ก็ต่อเมื่อได้ศึกษาข้อมูลอย่างดีแล้ว	1.254	0.288

หมายเหตุⁿ หมายถึงข้อความเชิงลบ

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.30 ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) พบว่าผู้ที่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันโดยรวมมีทัศนคติต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาในแต่ละรายข้อย่อยพบความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มในด้านความเชื่อที่ว่ากระบวนการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ช่วยลดการทำลายความสมบูรณ์ของดินและน้ำ โดยเชื่อว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์เป็นสินค้าที่ดีต่อสุขภาพเนื่องจากไม่มีสารพิษตกค้าง และเชื่อว่าสินค้าเกษตร

อินทรีย์มีรสชาติดีกว่าสินค้าทั่วไป สำหรับด้านความรู้สึกพบความแตกต่างกันระหว่างกลุ่ม โดยมีความรู้สึกว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์มีให้เลือกไม่หลากหลาย รู้สึกเป็นคนทันสมัยที่เลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์และรู้สึกภูมิใจที่เลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์เพราะมีส่วนช่วยป้องกันสิ่งแวดล้อม ในขณะที่ด้านความตั้งใจที่จะแสดงออกซึ่งพฤติกรรมพบความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มที่จะไม่บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์เพราะหาซื้อได้ยาก จึงได้ทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD ปรากฏผลดังตารางที่ 4.31 และ 4.37

ตารางที่ 4.31 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติด้านความเชื่อที่ว่ากระบวนการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ช่วยลดการทำลายความสมบูรณ์ของดินและน้ำ จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ที่เคยบริโภคเป็นรายคู่

ระดับการศึกษา	\bar{X}	ต่ำกว่าระดับ	ระดับ	สูงกว่าระดับ
		ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาตรี
		3.66	4.00	3.26
ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	3.66	-	-	-
ระดับปริญญาตรี	4.00	0.34*	-	-
สูงกว่าระดับปริญญาตรี	3.26	-0.40*	-0.74*	-

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ที่เคยบริโภคที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีมีความเชื่อที่ว่ากระบวนการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ช่วยลดการทำลายความสมบูรณ์ของดินและน้ำ มากกว่าผู้ที่เคยบริโภคที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี

ในขณะที่ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมีความเชื่อที่ว่ากระบวนการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ช่วยลดการทำลายความสมบูรณ์ของดินและน้ำ มากกว่าผู้ที่เคยบริโภคที่มีการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรีอย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.32 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติด้านความเชื่อที่ว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์เป็นสินค้าที่ดีต่อสุขภาพเนื่องจากไม่มีสารพิษตกค้าง จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ที่เคยบริโภคเป็นรายคู่

ระดับการศึกษา	\bar{X}	ต่ำกว่าระดับ	ระดับ	สูงกว่าระดับ
		ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาตรี
		3.82	4.31	3.34
ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	3.82	-	-	-
ระดับปริญญาตรี	4.31	0.49*	-	-
สูงกว่าระดับปริญญาตรี	3.34	-0.48*	-0.97*	-

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ที่เคยบริโภคที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีมีความเชื่อที่ว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์เป็นสินค้าที่ดีต่อสุขภาพเนื่องจากไม่มีสารพิษตกค้างมากกว่าผู้ที่เคยบริโภคที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรีและสูงกว่าระดับปริญญาตรี

ในขณะที่ผู้ที่เคยบริโภคที่มีการศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรีมีความเชื่อที่ว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์เป็นสินค้าที่ดีต่อสุขภาพเนื่องจากไม่มีสารพิษตกค้างมากกว่าผู้ที่เคยบริโภคที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.33 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติด้านความเชื่อที่ว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์มีรสชาติดีกว่าสินค้าทั่วไป จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ที่เคยบริโภคเป็นรายคู่

ระดับการศึกษา	\bar{X}	ต่ำกว่าระดับ	ระดับ	สูงกว่าระดับ
		ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาตรี
		3.56	3.63	2.81
ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	3.56	-	-	-
ระดับปริญญาตรี	3.63	0.07	-	-
สูงกว่าระดับปริญญาตรี	2.81	-0.75*	-0.82*	-

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ที่เคยบริโภคน้ำดื่มที่มีการศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรีและระดับปริญญาตรีมีความเชื่อว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์มีรสชาติดีกว่าสินค้าทั่วไปมากกว่าผู้ที่เคยบริโภคน้ำดื่มที่มีการศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญ

ในขณะที่ผู้ที่เคยบริโภคน้ำดื่มที่มีการศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรีมีความเชื่อว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์มีรสชาติดีกว่าสินค้าทั่วไปมากกว่าผู้ที่เคยบริโภคน้ำดื่มที่มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีอย่างไม่มีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.34 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติด้านความรู้สึกว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์มีให้เลือกไม่หลากหลาย จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ที่เคยบริโภคน้ำดื่มเป็นรายคู่

ระดับการศึกษา	\bar{X}	ต่ำกว่าระดับ	ระดับ	สูงกว่าระดับ
		ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาตรี
		1.73	2.29	2.45
ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	1.73	-	-	-
ระดับปริญญาตรี	2.29	0.56*	-	-
สูงกว่าระดับปริญญาตรี	2.45	0.72*	0.16	-

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ที่เคยบริโภคน้ำดื่มที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีและสูงกว่าระดับปริญญาตรีมีความรู้สึกว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์มีให้เลือกหลากหลายมากกว่าผู้ที่เคยบริโภคน้ำดื่มที่มีการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญ

ในขณะที่ผู้ที่เคยบริโภคน้ำดื่มที่มีการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรีมีความรู้สึกว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์มีให้เลือกหลากหลายมากกว่าผู้ที่เคยบริโภคน้ำดื่มที่มีระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 4.35 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติด้านความรู้สึกว่าเป็นคนทันสมัยที่เลือกบริโกลสินค้าเกษตรอินทรีย์ จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ที่เคยบริโภคเป็นรายคู่

ระดับการศึกษา	\bar{X}	ต่ำกว่าระดับ	ระดับ	สูงกว่าระดับ
		ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาตรี
		3.22	3.55	2.47
ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	3.22	-	-	-
ระดับปริญญาตรี	3.55	0.33*	-	-
สูงกว่าระดับปริญญาตรี	2.47	-0.75*	-1.08*	-

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ที่เคยบริโภคที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมีความรู้สึกว่าเป็นคนทันสมัยที่เลือกบริโภคสินค้านค้าเกษตรอินทรีย์มากกว่าผู้ที่เคยบริโภคที่มีการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรีและผู้บริโภคที่มีการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี

ในขณะที่ผู้บริโภคที่มีการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรีมีความรู้สึกว่าเป็นคนทันสมัยที่เลือกบริโภคสินค้านค้าเกษตรอินทรีย์มากกว่าผู้ที่มีการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.36 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติด้านความรู้สึกภูมิใจที่เลือกบริโภคสินค้านค้าเกษตรอินทรีย์เพราะมีส่วนช่วยป้องกันสิ่งแวดล้อม จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ที่เคยบริโภคเป็นรายคู่

ระดับการศึกษา	\bar{X}	ต่ำกว่าระดับ	ระดับ	สูงกว่าระดับ
		ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาตรี
		3.83	3.89	3.28
ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	3.83	-	-	-
ระดับปริญญาตรี	3.89	0.06	-	-
สูงกว่าระดับปริญญาตรี	3.28	-0.55*	-0.61*	-

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ที่เคยบริโภคที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรีและผู้ที่เคยบริโภคที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมีความรู้สึกภูมิใจที่เลือกบริโภคสินค้านค้าเกษตรอินทรีย์เพราะมี

ส่วนช่วยป้องกันสิ่งแวดล้อมมากกว่าผู้บริโภครู้สึกว่าระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญ

ในขณะที่ผู้ที่เคยบริโภคที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมีความรู้สึกภูมิใจที่เลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์เพราะมีส่วนช่วยป้องกันสิ่งแวดล้อมมากกว่าผู้บริโภครู้สึกว่าระดับปริญญาตรี อย่างไม่มีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.37 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติด้านความตั้งใจที่จะไม่บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์เพราะหาซื้อได้ยาก จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ที่เคยบริโภคเป็นรายคู่

ระดับการศึกษา	\bar{X}	ต่ำกว่าระดับ	ระดับ	สูงกว่าระดับ
		ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาตรี
		4.00	3.45	3.36
ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	4.00	-	-	-
ระดับปริญญาตรี	3.45	-0.55*	-	-
สูงกว่าระดับปริญญาตรี	3.36	-0.64*	-0.09	-

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ที่เคยบริโภคที่มีการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรีมีความตั้งใจที่จะบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ถึงแม้ว่าจะหาซื้อได้ยากมากกว่าผู้ที่เคยบริโภคที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีและสูงกว่าระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญ ในขณะที่ผู้ที่เคยบริโภคที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมีความตั้งใจที่จะบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ถึงแม้ว่าจะหาซื้อได้ยากมากกว่าผู้ที่เคยบริโภคที่มีการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี อย่างไม่มีนัยสำคัญ

สมมติฐานที่ 4

H_{0d} รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ที่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่แตกต่างกันจะมีทัศนคติต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ไม่ต่างกัน

H_{1d} รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ที่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่แตกต่างกันจะมีทัศนคติต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ต่างกัน

ตารางที่ 4.38 ค่าสถิติที่ใช้วิเคราะห์ทัศนคติต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ที่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์

ความสำคัญขององค์ประกอบของทัศนคติ	F	p value
ด้านความเชื่อ	4.848	0.003*
กระบวนการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ช่วยลดการทำลายความสมบูรณ์ของดินและน้ำ	1.333	0.265
สินค้าเกษตรอินทรีย์เป็นสินค้าที่ดีต่อสุขภาพเนื่องจากไม่มีสารพิษตกค้าง	2.164	0.094
สินค้าเกษตรอินทรีย์มีคุณค่าทางโภชนาการมากกว่าสินค้าทั่วไป	6.422	0.000*
สินค้าเกษตรอินทรีย์มีรสชาติดีกว่าสินค้าทั่วไป	3.231	0.024*
สินค้าเกษตรอินทรีย์ต้องได้รับการรับรองจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเท่านั้น	2.700	0.047*
ผักอินทรีย์ ผักปลอดสารพิษ ผักอนามัย เกิดจากวิธีการปลูกที่เหมือนกันเพียงแต่เรียกชื่อต่างกัน ^๓	0.271	0.846
ด้านความรู้สึ	4.084	0.008*
ไม่เชื่อว่าสินค้าที่ติดฉลาก “Organic” หรือ “อินทรีย์” เป็นสินค้าเกษตรอินทรีย์ ^๓	2.218	0.087
มีความไว้วางใจผู้ผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์	2.357	0.073
เต็มใจที่จะจ่ายเงินซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ซึ่งมีราคาสูงกว่าสินค้าทั่วไป	3.717	0.012*
รู้สึกที่สินค้าเกษตรอินทรีย์มีให้เลือกไม่หลากหลาย ^๓	4.517	0.004*
รู้สึกปลอดภัยที่ได้บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์	2.030	0.111
รู้สึกมั่นใจในคุณภาพสินค้ามากขึ้นหากได้รับความรู้เกี่ยวกับการรับประทานจากผู้ขาย	12.306	0.000*

ตารางที่ 4.38 (ต่อ)

ความสำคัญขององค์ประกอบของทัศนคติ	F	p value
รู้สึกเป็นคนทันสมัยที่เลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์	2.379	0.071
รู้สึกภูมิใจที่เลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์เพราะมีส่วนช่วยป้องกันสิ่งแวดล้อม	4.956	0.002*
ด้านความตั้งใจที่จะแสดงออกซึ่งพฤติกรรม	2.917	0.035*
จะชักชวนให้คนอื่นบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์	5.252	0.002*
จะไม่ซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ถ้าหากมีรูปลักษณ์ไม่สวย ⁿ	3.395	0.019*
จะซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์เพิ่มมากขึ้นถ้าหากมันมีราคาไม่แพง	2.150	0.095
จะไม่บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์เพราะหาซื้อได้ยาก ⁿ	1.032	0.380
จะเลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ก็ต่อเมื่อมีปัญหาด้านสุขภาพ ⁿ	1.383	0.249
จะเลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ก็ต่อเมื่อได้ศึกษาข้อมูลอย่างดีแล้ว	3.640	0.014*

หมายเหตุⁿ หมายถึงข้อความเชิงลบ

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.38 ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) พบว่าผู้ที่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่มีระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันโดยรวมมีทัศนคติต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาในแต่ละรายข้อย่อยพบความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มในด้านความเชื่อที่ว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์มีคุณค่าทางโภชนาการมากกว่าสินค้าทั่วไป สินค้าเกษตรอินทรีย์มีรสชาติดีกว่าสินค้าทั่วไป และสินค้าเกษตรอินทรีย์ต้องได้รับการรับรองจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเท่านั้น สำหรับ

ด้านความรู้สึกรับความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มที่มีความรู้สึกมีความเต็มใจที่จะจ่ายเงินซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ซึ่งมีราคาสูงกว่าสินค้าทั่วไป รู้สึกว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์มีให้เลือกไม่หลากหลาย รู้สึกมั่นใจในคุณภาพมากขึ้นหากได้รับความรู้เกี่ยวกับการรับประทานจากผู้ขาย และรู้สึกภูมิใจที่เลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์เพราะมีส่วนช่วยป้องกันสิ่งแวดล้อม ในขณะที่ด้านความตั้งใจที่จะแสดงออกซึ่งพฤติกรรมพบความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มที่จะชักชวนให้คนอื่นบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ จะไม่ซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ถ้าหากมีรูปลักษณะไม่สวย และจะเลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ก็ต่อเมื่อได้ศึกษาข้อมูลอย่างดีแล้ว จึงได้ทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD ปรากฏผลดังตารางที่ 4.39 และ 4.48

ตารางที่ 4.39 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติด้านความเชื่อที่ว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์มีคุณค่าทางโภชนาการมากกว่าสินค้าทั่วไป จำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ที่เคยบริโภคเป็นรายคู่

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)	\bar{X}	ต่ำกว่า	10,000 -	20,001 -	มากกว่า
		10,000	20,000	30,000	30,000
		3.76	3.99	4.07	3.28
ต่ำกว่า 10,000	3.76	-	-	-	-
10,000 - 20,000	3.99	0.23	-	-	-
20,001 - 30,000	4.07	0.31	0.08	-	-
มากกว่า 30,000	3.28	-0.48*	-0.71*	-0.79*	-

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ที่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท 10,000 - 20,000 บาท และ 20,001 - 30,000 บาทมีความเชื่อที่ว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์มีคุณค่าทางโภชนาการมากกว่าสินค้าทั่วไปมากกว่าผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญ

ในขณะที่ผู้ที่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 - 20,000 บาท และ 20,001 - 30,000 บาทมีความเชื่อที่ว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์มีคุณค่าทางโภชนาการมากกว่าสินค้าทั่วไปมากกว่าผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท อย่างไม่มีนัยสำคัญ และผู้ที่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาทมีความเชื่อที่ว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์มีคุณค่าทางโภชนาการมากกว่าสินค้าทั่วไปมากกว่าผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 - 20,000 บาท อย่างไม่มีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.40 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติด้านความเชื่อที่ว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์รสชาติดีกว่าสินค้าทั่วไป จำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ที่เคยบริโภคเป็นรายคู่

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)	\bar{X}	ต่ำกว่า	10,000 -	20,001 -	มากกว่า
		10,000	20,000	30,000	30,000
		3.61	3.45	3.47	2.92
ต่ำกว่า 10,000	3.61	-	-	-	-
10,000 – 20,000	3.45	-0.16	-	-	-
20,001 – 30,000	3.47	-0.14	-	-	-
มากกว่า 30,000	2.92	-0.69*	-0.53*	-0.55*	-

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ที่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท 10,000 – 20,000 บาท และ 20,001 – 30,000 บาท มีความเชื่อที่ว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์รสชาติดีกว่าสินค้าทั่วไปมากกว่าผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญ

ในขณะที่ผู้ที่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มีความเชื่อที่ว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์รสชาติดีกว่าสินค้าทั่วไปมากกว่าผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท และ 20,001 – 30,000 บาท อย่างไม่มีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.41 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติด้านความเชื่อที่ว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์ต้องได้รับการรับรองจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเท่านั้น จำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ที่เคยบริโภคเป็นรายคู่

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)	\bar{X}	ต่ำกว่า	10,000 -	20,001 -	มากกว่า
		10,000	20,000	30,000	30,000
		4.22	4.06	4.67	3.86
ต่ำกว่า 10,000	4.22	-	-	-	-
10,000 – 20,000	4.06	-0.16	-	-	-
20,001 – 30,000	4.67	0.45	-0.61*	-	-
มากกว่า 30,000	3.86	-0.36	-0.20	-0.81*	-

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ที่เคยบริโภคน้ำมันก๊าดอินทรีย์ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาทมีความเชื่อที่ว่าสินค้าน้ำมันก๊าดอินทรีย์ต้องได้รับการรับรองจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเท่านั้นมากกว่าผู้ที่เคยบริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 10,000-20,000 บาท และผู้ที่เคยบริโภคที่มีรายได้มากกว่า 30,000 บาทอย่างมีนัยสำคัญ

ในขณะที่ผู้ที่เคยบริโภคสินค้าน้ำมันก๊าดอินทรีย์ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มีความเชื่อที่ว่าสินค้าน้ำมันก๊าดอินทรีย์ต้องได้รับการรับรองจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเท่านั้นมากกว่าผู้ที่เคยบริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 10,000-20,000 บาท และผู้ที่เคยบริโภคที่มีรายได้มากกว่า 30,000 บาท อย่างไม่มีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.42 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติด้านความรู้สึกเต็มใจที่จะจ่ายเงินซื้อสินค้าน้ำมันก๊าดอินทรีย์ซึ่งมีราคาสูง จำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ที่เคยบริโภคเป็นรายคู่

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)	\bar{X}	ต่ำกว่า	10,000 -	20,001 -	มากกว่า
		10,000	20,000	30,000	30,000
		3.82	3.78	4.17	3.36
ต่ำกว่า 10,000	3.82	-	-	-	-
10,000 – 20,000	3.78	-0.04	-	-	-
20,001 – 30,000	4.17	0.35	0.39	-	-
มากกว่า 30,000	3.36	-0.46*	-0.42*	-0.81*	-

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ที่เคยบริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท 10,000-20,000 บาท และ 20,001-30,000 บาท มีความรู้สึกเต็มใจที่จะจ่ายเงินซื้อสินค้าน้ำมันก๊าดอินทรีย์ซึ่งมีราคาสูงมากกว่าผู้ที่เคยบริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญ

ในขณะที่ผู้ที่เคยบริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท มีความรู้สึกเต็มใจที่จะจ่ายเงินซื้อสินค้าน้ำมันก๊าดอินทรีย์ซึ่งมีราคาสูงมากกว่าผู้ที่เคยบริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท และ 10,000-20,000 บาท และผู้ที่เคยบริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท มีความรู้สึกเต็มใจที่จะจ่ายเงินซื้อสินค้าน้ำมันก๊าดอินทรีย์ซึ่งมีราคาสูงมากกว่าผู้ที่เคยบริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท อย่างไม่มีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.43 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติด้านความรู้สึกว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์มีให้เลือกไม่หลากหลาย จำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ที่เคยบริโภคเป็นรายคู่

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)	\bar{X}	ต่ำกว่า	10,000 -	20,001 -	มากกว่า
		10,000	20,000	30,000	30,000
		1.73	2.28	2.33	2.64
ต่ำกว่า 10,000	1.73	-	-	-	-
10,000 – 20,000	2.28	0.55*	-	-	-
20,001 – 30,000	2.33	0.60*	0.05	-	-
มากกว่า 30,000	2.64	0.91*	0.36	0.31	-

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ที่เคยบริโภคที่รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท 20,001-30,000 บาทและมากกว่า 30,000 บาท มีความรู้สึกที่สินค้าเกษตรอินทรีย์มีให้เลือกหลากหลายมากกว่าผู้ที่เคยบริโภคที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญ

ในขณะที่ผู้ที่เคยบริโภคที่รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาทและมากกว่า 30,000 บาท มีความรู้สึกที่สินค้าเกษตรอินทรีย์มีให้เลือกหลากหลายมากกว่าผู้ที่เคยบริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท และผู้ที่เคยบริโภคที่รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท มีความรู้สึกที่สินค้าเกษตรอินทรีย์มีให้เลือกหลากหลายมากกว่าผู้ที่เคยบริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท อย่างไรก็ตามไม่มีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.44 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติด้านความรู้สึกมั่นใจในคุณภาพสินค้ามากขึ้นหากได้รับความรู้เกี่ยวกับการรับประกันจากผู้ขายจำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ที่เคยบริโภคเป็นรายคู่

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)	\bar{X}	ต่ำกว่า	10,000 -	20,001 -	มากกว่า
		10,000	20,000	30,000	30,000
		3.90	4.20	4.70	3.39
ต่ำกว่า 10,000	3.90	-	-	-	-
10,000 – 20,000	4.20	0.30	-	-	-
20,001 – 30,000	4.70	0.80*	0.50*	-	-
มากกว่า 30,000	3.39	-0.51*	-0.81*	-1.31*	-

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ที่เคยบริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาทมีความรู้สึกมั่นใจในคุณภาพสินค้ามากขึ้นหากได้รับความรู้เกี่ยวกับการรับประกันจากผู้ขายมากกว่าผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท และ 10,000-20,000 บาท และผู้ที่เคยบริโภคที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท 10,000-20,000 บาท 20,001-30,000 บาท มีความรู้สึกมั่นใจในคุณภาพสินค้ามากขึ้นหากได้รับความรู้เกี่ยวกับการรับประกันจากผู้ขายมากกว่าผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญ

ในขณะที่ผู้ที่เคยบริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท มีความรู้สึกมั่นใจในคุณภาพสินค้ามากขึ้นหากได้รับความรู้เกี่ยวกับการรับประกันจากผู้ขายมากกว่าผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท อย่างไม่มีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.45 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติด้านความรู้สึกรูมิใจที่เลือกบริโภคนสินค้าเกษตรอินทรีย์เพราะมีส่วนช่วยป้องกันสิ่งแวดล้อมจำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ที่เคยบริโภคเป็นรายคู่

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)	\bar{X}	ต่ำกว่า	10,000 -	20,001 -	มากกว่า
		10,000	20,000	30,000	30,000
		3.80	3.84	3.83	3.22
ต่ำกว่า 10,000	3.80	-	-	-	-
10,000 – 20,000	3.84	0.04	-	-	-
20,001 – 30,000	3.83	0.03	-0.01	-	-
มากกว่า 30,000	3.22	-0.57*	-0.62*	-0.61*	-

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ที่เคยบริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท 10,000-20,000 บาท และ 20,001-30,000 บาท มีความรู้สึกภูมิใจที่เลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์เพราะมีส่วนช่วยป้องกันสิ่งแวดล้อมมากกว่าผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญ

ในขณะที่ผู้ที่เคยบริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท และ 20,001-30,000 บาท มีความรู้สึกภูมิใจที่เลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์เพราะมีส่วนช่วยป้องกันสิ่งแวดล้อมมากกว่าผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท และผู้ที่เคยบริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท มีความรู้สึกภูมิใจที่เลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์เพราะมีส่วนช่วยป้องกันสิ่งแวดล้อมมากกว่าผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท อย่างไม่มีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.46 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติด้านความตั้งใจที่จะชักชวนให้คนอื่นบริโภคน้ำมันก๊าดอินทรีย์ จำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ที่เคยบริโภคเป็นรายคู่

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)	\bar{X}	ต่ำกว่า	10,000 -	20,001 -	มากกว่า
		10,000	20,000	30,000	30,000
		4.18	4.04	4.43	3.61
ต่ำกว่า 10,000	4.18	-	-	-	-
10,000 – 20,000	4.04	-0.14	-	-	-
20,001 – 30,000	4.43	0.25	0.39*	-	-
มากกว่า 30,000	3.61	-0.57*	-0.43*	-0.82	-

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ที่เคยบริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาทมีความตั้งใจที่จะชักชวนให้คนอื่นบริโภคอินทรีย์มากกว่าผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท และผู้ที่เคยบริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มีความตั้งใจที่จะชักชวนให้คนอื่นบริโภคอินทรีย์มากกว่าผู้ที่เคยบริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญ

ในขณะที่ผู้ที่เคยบริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาทมีความตั้งใจที่จะชักชวนให้คนอื่นบริโภคอินทรีย์มากกว่าผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท และ มากกว่า 30,000 บาท อย่างไม่มีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.47 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติด้านความตั้งใจที่จะซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ถ้าหากมีรูปลักษณ์ไม่สวย จำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ที่เคยบริโภคเป็นรายคู่

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)	\bar{X}	ต่ำกว่า	10,000 -	20,001 -	มากกว่า
		10,000	20,000	30,000	30,000
		4.43	4.34	4.80	4.08
ต่ำกว่า 10,000	4.43	-	-	-	-
10,000 – 20,000	4.34	-0.09	-	-	-
20,001 – 30,000	4.80	0.37	0.46*	-	-
มากกว่า 30,000	4.08	-0.35	-0.26	-0.72*	-

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ที่เคยบริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาทมีความตั้งใจที่จะซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ถึงแม้ว่าจะมีรูปลักษณ์ไม่สวยมากกว่าผู้ที่เคยบริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาทและมากกว่า 30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญ

ในขณะที่พบว่า ผู้ที่เคยบริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาทมีความตั้งใจที่จะซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ถึงแม้ว่าจะมีรูปลักษณ์ไม่สวยมากกว่าผู้ที่เคยบริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาทและมากกว่า 30,000 บาท และผู้ที่เคยบริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาทมีความตั้งใจที่จะซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ถึงแม้ว่าจะมีรูปลักษณ์ไม่สวยมากกว่าผู้ที่เคยบริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท อย่างไม่มีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.48 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติด้านความตั้งใจที่จะเลือกบริโภคนสินค้าเกษตรอินทรีย์ก็ต่อเมื่อได้ศึกษาข้อมูลอย่างดีแล้ว จำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ที่เคยบริโภคเป็นรายคู่

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)	\bar{X}	ต่ำกว่า	10,000 -	20,001 -	มากกว่า
		10,000	20,000	30,000	30,000
		3.51	3.31	4.03	3.22
ต่ำกว่า 10,000	3.51	-	-	-	-
10,000 – 20,000	3.31	-0.20	-	-	-
20,001 – 30,000	4.03	0.52*	0.72*	-	-
มากกว่า 30,000	3.22	-0.29	-0.09	-0.81*	-

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ที่เคยบริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท มีความตั้งใจที่จะเลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ก็ต่อเมื่อได้ศึกษาข้อมูลอย่างดีแล้วมากกว่าผู้ที่เคยบริโภคที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท 10,000-20,000 บาท และมากกว่า 30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญ

ในขณะที่ผู้ที่เคยบริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มีความตั้งใจที่จะเลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ก็ต่อเมื่อได้ศึกษาข้อมูลอย่างดีแล้วมากกว่าผู้ที่เคยบริโภคที่มีรายได้ 10,000 - 20,000 บาท และมากกว่า 30,000 บาท และผู้ที่เคยบริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท มีความตั้งใจที่จะเลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ก็ต่อเมื่อได้ศึกษาข้อมูลอย่างดีแล้วมากกว่าผู้ที่เคยบริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท อย่างไม่มีนัยสำคัญ

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ที่ไม่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์เพื่อทดสอบสมมติฐานที่ 5 จะใช้การสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปร 2 ตัวที่ตัวอย่างเป็นอิสระต่อกัน (Independent-Sample T Test) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ก็ต่อเมื่อค่า p value น้อยกว่า 0.05 สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานที่ 6-8 จะใช้การทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่ม โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance: One Way ANOVA) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ก็ต่อเมื่อค่า p value น้อยกว่า 0.05 หากผลการทดสอบสมมติฐานพบว่ามีความแตกต่างกัน จะมีการทดสอบเป็นรายคู่โดยใช้วิธี LSD (Least significant difference) เพื่อทดสอบความแตกต่างรายคู่ โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานที่ 5

H_{0a} เพศของผู้ที่ไม่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่แตกต่างกันจะมีทัศนคติต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ไม่ต่างกัน

H_{2a} เพศของผู้ที่ไม่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่แตกต่างกันจะมีทัศนคติต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ต่างกัน

ตารางที่ 4.49 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่า t ที่ใช้วิเคราะห์ทัศนคติต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ จำแนกตามเพศ ของผู้ที่ไม่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์

ความสำคัญขององค์ประกอบ ของทัศนคติ	เพศชาย		เพศหญิง		t	p value
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
ด้านความเชื่อ	3.68	0.51	3.58	0.60	1.413	0.159
กระบวนการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ช่วยลดการทำลายความสมบูรณ์ของดินและน้ำ	3.96	0.90	3.67	0.85	2.536	0.012*
สินค้าเกษตรอินทรีย์เป็นสินค้าที่ดีต่อสุขภาพเนื่องจากไม่มีสารพิษตกค้าง	3.92	0.73	3.86	0.83	0.654	0.514
สินค้าเกษตรอินทรีย์มีคุณค่าทางโภชนาการมากกว่าสินค้าทั่วไป	3.78	0.89	3.48	0.97	2.436	0.016*
สินค้าเกษตรอินทรีย์มีรสชาติดีกว่าสินค้าทั่วไป	2.98	0.99	3.43	1.23	-3.101	0.002*
สินค้าเกษตรอินทรีย์ต้องได้รับการรับรองจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเท่านั้น	1.46	0.98	1.72	1.32	1.697	0.091
ผักอินทรีย์ ผักปลอดสารพิษ ผักอนามัย เกิดจากวิธีการปลูกที่เหมือนกันเพียงแต่เรียกชื่อต่างกัน ^a	2.91	1.30	2.75	1.24	0.927	0.355

ตารางที่ 4.49 (ต่อ)

ความสำคัญขององค์ประกอบ ของทัศนคติ	เพศชาย		เพศหญิง		t	p value
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
ด้านความรู้สึ	3.61	0.48	3.47	0.52	2.147	0.033*
ไม่เชื่อว่าสินค้าที่ติดฉลาก “Organic” หรือ “อินทรีย์” เป็นสินค้าเกษตรอินทรีย์ ⁿ	4.06	1.02	4.13	0.90	-0.533	0.594
มีความไว้วางใจผู้ผลิตสินค้า เกษตรอินทรีย์	3.16	0.89	3.10	0.74	0.601	0.548
เต็มใจที่จะจ่ายเงินซื้อสินค้า เกษตรอินทรีย์ซึ่งมีราคาสูง กว่าสินค้าทั่วไป	3.83	0.70	3.31	0.97	4.667	0.000*
รู้สึกที่สินค้าเกษตรอินทรีย์มี ให้เลือกไม่หลากหลาย ⁿ	2.29	0.97	2.35	1.10	-0.453	0.651
รู้สึกปลอดภัยที่ได้บริโภค สินค้าเกษตรอินทรีย์	4.18	0.79	4.16	0.76	0.255	0.799
รู้สึกมั่นใจในคุณภาพสินค้า มากขึ้นหากได้รับความรู้ เกี่ยวกับการรับประทานจาก ผู้ชาย	4.50	0.89	3.66	1.17	6.176	0.000*
รู้สึกเป็นคนทันสมัยที่เลือก บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์	3.20	0.56	3.43	0.85	-2.418	0.016*
รู้สึกภูมิใจที่เลือกบริโภค สินค้าเกษตรอินทรีย์เพราะมี ส่วนช่วยป้องกันสิ่งแวดล้อม	3.64	0.84	3.60	1.08	0.300	0.767
ด้านความตั้งใจที่จะแสดงออก ซึ่งพฤติกรรม	4.08	0.65	4.02	0.58	0.714	0.476
จะชักชวนให้คนอื่นบริโภค สินค้าเกษตรอินทรีย์	3.60	0.61	3.58	0.82	0.191	0.849

ตารางที่ 4.49 (ต่อ)

ความสำคัญขององค์ประกอบ ของทัศนคติ	เพศชาย		เพศหญิง		t	p value
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
จะไม่ซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ ถ้าหากมีรูปลักษณ์ไม่สวย ⁿ	4.66	0.79	4.66	0.78	-0.003	0.998
จะซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์เพิ่ม มากขึ้นถ้าหากมันมีราคาไม่ แพง	4.57	0.87	4.58	0.84	-0.082	0.935
จะไม่บริโภคสินค้าเกษตร อินทรีย์เพราะหาซื้อได้ยาก ⁿ	3.22	1.29	3.78	1.29	-3.309	0.001*
จะเลือกบริโภคสินค้าเกษตร อินทรีย์ก็ต่อเมื่อมีปัญหาด้าน สุขภาพ ⁿ	4.29	0.91	3.86	0.91	3.588	0.000*
จะเลือกบริโภคสินค้าเกษตร อินทรีย์ก็ต่อเมื่อได้ศึกษา ข้อมูลอย่างดีแล้ว	4.13	1.18	3.66	1.34	2.847	0.005*

หมายเหตุⁿ หมายถึงข้อความเชิงลบ

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.49 ผลการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างเพศชายกับเพศหญิง พบว่า ผู้ที่ไม่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่มีเพศต่างกันมีทัศนคติต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ในด้านความเชื่อและด้านความตั้งใจที่จะแสดงออกซึ่งพฤติกรรมไม่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในขณะที่ผู้ที่ไม่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่มีเพศต่างกันมีทัศนคติต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ในด้านความรู้สึกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อในแต่ละด้านพบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ดังนี้

ด้านความเชื่อ เพศชายมีความเชื่อว่ากระบวนการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ช่วยลดการทำลายความสมบูรณ์ของดินและน้ำ และมีความเชื่อว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์มีคุณค่าทางโภชนาการ

มากกว่าสินค้าทั่วไปมากกว่าเพศหญิงอย่างมีนัยสำคัญ แต่เพศหญิงมีความเชื่อว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์มีรสชาติดีกว่าสินค้าทั่วไปมากกว่าเพศชายอย่างมีนัยสำคัญ

ด้านความรู้สึก เพศชายที่ไม่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ส่วนใหญ่มีความรู้สึกมั่นใจในคุณภาพสินค้ามากขึ้นหากได้รับความรู้เกี่ยวกับการรับประทานจากผู้ขาย แต่เพศหญิงที่ไม่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ส่วนใหญ่มีความรู้สึกปลอดภัยที่ได้บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ ในขณะที่เพศชายรู้สึกเต็มใจที่จะจ่ายเงินซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ซึ่งมีราคาสูงกว่าสินค้าทั่วไป และรู้สึกมั่นใจในคุณภาพสินค้ามากขึ้นหากได้รับความรู้เกี่ยวกับการรับประทานจากผู้ขายมากกว่าเพศหญิงอย่างมีนัยสำคัญ และเพศหญิงรู้สึกเป็นคนทันสมัยที่เลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์มากกว่าเพศชายอย่างมีนัยสำคัญ

ด้านความตั้งใจที่จะแสดงออกซึ่งพฤติกรรม เพศชายและเพศหญิงที่ไม่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ส่วนใหญ่มีความตั้งใจซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ถึงแม้ว่าจะมีอุปสรรคไม่สวย ในขณะที่เพศหญิงจะเลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ถึงแม้ว่าจะหาซื้อได้ยากมากกว่าเพศชายอย่างมีนัยสำคัญ และ เพศชายจะเลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์โดยไม่จำเป็นต้องมีปัญหาด้านสุขภาพก่อนและจะเลือกบริโภคต่อไปเมื่อได้ศึกษาข้อมูลอย่างดีแล้วมากกว่าเพศหญิงอย่างมีนัยสำคัญ

สมมติฐานที่ 6

H_{0b} อายุของผู้ที่ไม่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่แตกต่างกันจะมีทัศนคติต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ไม่ต่างกัน

H_{2b} อายุของผู้ที่ไม่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่แตกต่างกันจะมีทัศนคติต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ต่างกัน

ตารางที่ 4.50 ค่าสถิติที่ใช้วิเคราะห์ทัศนคติต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ของผู้ที่ไม่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ จำแนกตามอายุของผู้ที่ไม่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์

ความสำคัญขององค์ประกอบของทัศนคติ	F	p value
ด้านความเชื่อ	0.591	0.621
กระบวนการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ช่วยลดการทำลายความสมบูรณ์ของดินและน้ำ	1.042	0.375
สินค้าเกษตรอินทรีย์เป็นสินค้าที่ดีต่อสุขภาพเนื่องจากไม่มีสารพิษตกค้าง	0.098	0.961

ตารางที่ 4.50 (ต่อ)

ความสำคัญขององค์ประกอบของทัศนคติ	F	p value
สินค้าเกษตรอินทรีย์มีคุณค่าทางโภชนาการมากกว่าสินค้าทั่วไป	0.407	0.748
สินค้าเกษตรอินทรีย์มีรสชาติดีกว่าสินค้าทั่วไป	2.327	0.075
สินค้าเกษตรอินทรีย์ต้องได้รับการรับรองจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเท่านั้น	5.913	0.001*
ผักอินทรีย์ ผักปลอดสารพิษ ผักอนามัย เกิดจากวิธีการปลูกที่เหมือนกันเพียงแต่เรียกชื่อต่างกัน ⁿ	4.346	0.005*
ด้านความรู้สึกลึก	1.352	0.258
ไม่เชื่อว่าสินค้าที่ติดฉลาก “Organic” หรือ “อินทรีย์” เป็นสินค้าเกษตรอินทรีย์ ⁿ	10.291	0.000*
มีความไว้วางใจผู้ผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์	1.661	0.176
เต็มใจที่จะจ่ายเงินซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ซึ่งมีราคาสูงกว่าสินค้าทั่วไป	0.216	0.885
รู้สึกที่สินค้าเกษตรอินทรีย์มีให้เลือกไม่หลากหลาย ⁿ	0.725	0.538
รู้สึกปลอดภัยที่ได้บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์	1.330	0.265
รู้สึกมั่นใจในคุณภาพสินค้ามากขึ้นหากได้รับความรู้เกี่ยวกับการรับประทานจากผู้ขาย	0.473	0.701
รู้สึกเป็นคนทันสมัยที่เลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์	1.548	0.203
รู้สึกภูมิใจที่เลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์เพราะมีส่วนช่วยป้องกันสิ่งแวดล้อม	0.487	0.692
ด้านความตั้งใจที่จะแสดงออกซึ่งพฤติกรรม	2.971	0.033*
จะชักชวนให้คนอื่นบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์	6.144	0.000*

ตารางที่ 4.50 (ต่อ)

ความสำคัญขององค์ประกอบของทัศนคติ	F	p value
จะไม่ซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ถ้าหากมีรูปลักษณ์ไม่สวย ⁿ	2.291	0.079
จะซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์เพิ่มมากขึ้นถ้าหากมันมีราคาไม่แพง	0.981	0.402
จะไม่บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์เพราะหาซื้อได้ยาก ⁿ	1.161	0.326
จะเลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ก็ต่อเมื่อมีปัญหาด้านสุขภาพ ⁿ	2.963	0.033*
จะเลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ก็ต่อเมื่อได้ศึกษาข้อมูลอย่างดีแล้ว	0.208	0.890

หมายเหตุⁿ หมายถึงข้อความเชิงลบ
* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.50 ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) พบว่าผู้ที่ไม่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่มีอายุแตกต่างกันโดยรวมมีทัศนคติต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาในแต่ละรายข้อย่อยพบความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มในด้านความเชื่อว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์ต้องได้รับการรับรองจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเท่านั้น และเชื่อว่าผักอินทรีย์ ผักปลอดสารพิษ ผักอนามัย เกิดจากวิธีการปลูกที่เหมือนกันเพียงแต่เรียกชื่อต่างกัน สำหรับด้านความรู้สึกพบความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มที่มีความรู้สึกไม่เชื่อว่าสินค้าที่ติดฉลาก “Organic” หรือ “อินทรีย์” เป็นสินค้าเกษตรอินทรีย์ ในขณะที่ด้านความตั้งใจที่จะแสดงออกซึ่งพฤติกรรมพบความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มที่จะชักชวนให้คนอื่นบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์และจะเลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ก็ต่อเมื่อมีปัญหาด้านสุขภาพ จึงได้ทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD ปรากฏผลดังตารางที่ 4.51 และ 4.55

ตารางที่ 4.51 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติด้านความเชื่อที่ว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์ต้องได้รับการรับรองจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเท่านั้น จำแนกตามอายุของผู้ที่ไม่เคยบริโภคเป็นรายคู่

อายุ (ปี)	\bar{X}	20-29	30-39	40-49	50 ปีขึ้นไป
		3.92	4.62	4.25	4.00
20 – 29	3.92	-	-	-	-
30 – 39	4.62	0.70*	-	-	-
40 – 49	4.25	0.33	-0.37	-	-
50 ปีขึ้นไป	4.00	0.08	-0.62	-0.25	-

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีอายุ 30-39 ปี มีความเชื่อที่ว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์ต้องได้รับการรับรองจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมากกว่าผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีอายุ 20-29 ปี อย่างมีนัยสำคัญ

ในขณะที่ผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีอายุ 40-49 ปีและมากกว่า 50 ปีขึ้นไป มีความเชื่อที่ว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์ต้องได้รับการรับรองจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมากกว่าผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีอายุ 20-29 ปี และผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีอายุ 30-39 ปี มีความเชื่อที่ว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์ต้องได้รับการรับรองจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมากกว่าผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีอายุ 40-49 ปีและมากกว่า 50 ปีขึ้นไป รวมถึงผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีอายุ 40-49 ปีมีความเชื่อที่ว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์ต้องได้รับการรับรองจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมากกว่าผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป อย่างไม่มีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.52 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติด้านความเชื่อที่ว่าผักอินทรีย์ ผักปลอดสารพิษ ผักอนามัย เกิดจากวิธีการปลูกที่เหมือนกันเพียงแต่เรียกชื่อต่างกัน จำแนกตามอายุของผู้ที่ไม่เคยบริโภคเป็นรายคู่

อายุ (ปี)	\bar{X}	20-29	30-39	40-49	50 ปีขึ้นไป
		3.13	2.65	2.88	4.00
20 – 29	3.13	-	-	-	-
30 – 39	2.65	-0.48*	-	-	-
40 – 49	2.88	-0.25	0.23	-	-
50 ปีขึ้นไป	4.00	0.87	1.35*	1.12	-

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีอายุ 20-29 ปี และ 50 ปีขึ้นไปมีความเชื่อที่ถูกต้องเกี่ยวกับวิธีการปลูกและการเรียกชื่อ ผักอินทรีย์ ผักปลอดสารพิษ และผักอนามัยมากกว่าผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีอายุ 30-39 ปี อย่างมีนัยสำคัญ

ในขณะที่ผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไปมีความเชื่อที่ถูกต้องเกี่ยวกับวิธีการปลูกและการเรียกชื่อ ผักอินทรีย์ ผักปลอดสารพิษ และผักอนามัยมากกว่าผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีอายุ 20-29 ปี และอายุ 40-49 ปี และผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีอายุ 40-49 ปีมีความเชื่อที่ถูกต้องเกี่ยวกับวิธีการปลูกและการเรียกชื่อ ผักอินทรีย์ ผักปลอดสารพิษ และผักอนามัยมากกว่าผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีอายุ 30-39 ปี แต่น้อยกว่าอายุ 20-29 ปี อย่างไม่มีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.53 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติด้านความรู้สึกไม่เชื่อว่าสินค้าที่ติดฉลาก “Organic” หรือ “อินทรีย์” เป็นสินค้าเกษตรอินทรีย์ จำแนกตามอายุของผู้ที่ไม่เคยบริโภคเป็นรายคู่

อายุ (ปี)	\bar{X}	20-29	30-39	40-49	50 ปีขึ้นไป
		3.56	4.30	4.50	4.00
20 – 29	3.56	-	-	-	-
30 – 39	4.30	0.74*	-	-	-
40 – 49	4.50	0.94*	0.20	-	-
50 ปีขึ้นไป	4.00	0.44	-0.30	-0.50	-

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีอายุ 30-39 ปี และอายุ 40-49 ปีมีความรู้สึกเชื่อว่าสินค้าที่ติดฉลาก “Organic” หรือ “อินทรีย์” เป็นสินค้าเกษตรอินทรีย์มากกว่าผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีอายุ 20-29 ปี อย่างมีนัยสำคัญ

ในขณะที่ผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีอายุ 40-49 ปีมีความรู้สึกเชื่อว่าสินค้าที่ติดฉลาก “Organic” หรือ “อินทรีย์” เป็นสินค้าเกษตรอินทรีย์มากกว่าผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีอายุ 30-39 ปี และผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไปมีความรู้สึกเชื่อว่าสินค้าที่ติดฉลาก “Organic” หรือ “อินทรีย์” เป็นสินค้าเกษตรอินทรีย์มากกว่าผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีอายุ 20-29 ปี แต่น้อยกว่าอายุ 30-39 ปีและอายุ 40-49 ปี อย่างไม่มีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.54 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติด้านความตั้งใจที่จะชักชวนให้คนอื่นบริโภคลิ้นค้าเกษตรอินทรีย์ จำแนกตามอายุของผู้ที่ไม่เคยบริโภคเป็นรายคู่

อายุ (ปี)	\bar{X}	20-29	30-39	40-49	50 ปีขึ้นไป
		3.37	3.72	3.00	3.29
20 – 29	3.37	-	-	-	-
30 – 39	3.72	0.35*	-	-	-
40 – 49	3.00	-0.37	-0.72*	-	-
50 ปีขึ้นไป	3.29	-0.08	-0.43	0.29	-

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีอายุ 30-39 ปี มีความตั้งใจที่จะชักชวนให้คนอื่นบริโภคลิ้นค้าเกษตรอินทรีย์มากกว่าผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีอายุ 20-29 ปีและอายุ 40-49 ปี อย่างมีนัยสำคัญ

ในขณะที่ผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีอายุ 20-29 ปี มีความตั้งใจที่จะชักชวนให้คนอื่นบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์มากกว่าผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีอายุ 40-49 ปีและอายุ 50 ปีขึ้นไป และผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไปมีความตั้งใจที่จะชักชวนให้คนอื่นบริโภคลิ้นค้าเกษตรอินทรีย์มากกว่าผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีอายุ 40-49 ปีแต่น้อยกว่าอายุ 30-39 ปี อย่างไม่มีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.55 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติด้านความตั้งใจที่จะเลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ก็ต่อเมื่อมีปัญหาด้านสุขภาพ จำแนกตามอายุของผู้ที่ไม่เคยบริโภคเป็นรายคู่

อายุ (ปี)	\bar{X}	20-29	30-39	40-49	50 ปีขึ้นไป
		3.90	4.17	3.38	3.86
20 – 29	3.90	-	-	-	-
30 – 39	4.17	0.27	-	-	-
40 – 49	3.38	-0.52	-0.79*	-	-
50 ปีขึ้นไป	3.86	-0.04	-0.31	0.48	-

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีอายุ 30-39 ปี มีความตั้งใจที่จะเลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์โดยไม่จำเป็นต้องมีปัญหาด้านสุขภาพ มากกว่าผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีอายุ 40-49 ปี อย่างมีนัยสำคัญ ในขณะที่ผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีอายุ 20-29 ปี มีความตั้งใจที่จะเลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์โดยไม่จำเป็นต้องมีปัญหาด้านสุขภาพ มากกว่าผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีอายุ 40-49 ปีและอายุ 50 ปีขึ้นไปแต่น้อยกว่าอายุ 30-39 ปี และผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป มีความตั้งใจที่จะเลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์โดยไม่จำเป็นต้องมีปัญหาด้านสุขภาพ มากกว่าผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีอายุ 40-49 ปีแต่น้อยกว่าอายุ 30-39 ปี อย่างไม่มีนัยสำคัญ

สมมติฐานที่ 7

H_0 ระดับการศึกษาของผู้ที่ไม่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่แตกต่างกันจะมีทัศนคติต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ไม่ต่างกัน

H_a ระดับการศึกษาของผู้ที่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่แตกต่างกันจะมีทัศนคติต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ต่างกัน

ตารางที่ 4.56 ค่าสถิติที่ใช้วิเคราะห์ทัศนคติต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ที่ไม่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์

ความสำคัญขององค์ประกอบของทัศนคติ	F	p value
ด้านความเชื่อ	12.807	0.000*
กระบวนการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ช่วยลดการทำลายความสมบูรณ์ของดินและน้ำ	12.097	0.000*
สินค้าเกษตรอินทรีย์เป็นสินค้าที่ดีต่อสุขภาพเนื่องจากไม่มีสารพิษตกค้าง	4.398	0.013*
สินค้าเกษตรอินทรีย์มีคุณค่าทางโภชนาการมากกว่าสินค้าทั่วไป	25.661	0.000*
สินค้าเกษตรอินทรีย์มีรสชาติดีกว่าสินค้าทั่วไป	8.022	0.000*
สินค้าเกษตรอินทรีย์ต้องได้รับการรับรองจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเท่านั้น	6.426	0.002*

ตารางที่ 4.56 (ต่อ)

ความสำคัญขององค์ประกอบของทัศนคติ	F	p value
ผักอินทรีย์ ผักปลอดสารพิษ ผักอนามัย เกิดจากวิธีการปลูกที่เหมือนกันเพียงแต่เรียกชื่อต่างกัน ⁿ	11.110	0.000*
ด้านความรู้สึกล	15.357	0.000*
ไม่เชื่อว่าสินค้าที่ติดฉลาก “Organic” หรือ “อินทรีย์” เป็นสินค้าเกษตรอินทรีย์ ⁿ	3.853	0.023*
มีความไว้วางใจผู้ผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์	9.373	0.000*
เต็มใจที่จะจ่ายเงินซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ซึ่งมีราคาสูงกว่าสินค้าทั่วไป	57.957	0.000*
รู้สึกที่สินค้าเกษตรอินทรีย์มีให้เลือกไม่หลากหลาย ⁿ	0.006	0.994
รู้สึกปลอดภัยที่ได้บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์	2.560	0.080
รู้สึกมั่นใจในคุณภาพสินค้ามากขึ้นหากได้รับความรู้เกี่ยวกับการรับประทานจากผู้ขาย	60.233	0.000*
รู้สึกเป็นคนทันสมัยที่เลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์	5.526	0.005*
รู้สึกภูมิใจที่เลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์เพราะมีส่วนช่วยป้องกันสิ่งแวดล้อม	9.059	0.000*
ด้านความตั้งใจที่จะแสดงออกซึ่งพฤติกรรม	5.188	0.006*
จะชักชวนให้คนอื่นบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์	9.307	0.000*
จะไม่ซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ถ้าหากมีรูปลักษณ์ไม่สวย ⁿ	4.048	0.019*
จะซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์เพิ่มมากขึ้นถ้าหากมันมีราคาไม่แพง	1.574	0.210
จะไม่บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์เพราะหาซื้อได้ยาก ⁿ	1.876	0.155

ตารางที่ 4.56 (ต่อ)

ความสำคัญขององค์ประกอบของทัศนคติ	F	p value
จะเลือกบริโภคนสินค้าเกษตรอินทรีย์ก็ต่อเมื่อมีปัญหาด้านสุขภาพ ⁿ	7.894	0.000*
จะเลือกบริโภคนสินค้าเกษตรอินทรีย์ก็ต่อเมื่อได้ศึกษาข้อมูลอย่างดีแล้ว	14.252	0.000*

หมายเหตุⁿ หมายถึงข้อความเชิงลบ

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.48 ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) พบว่าผู้ที่ไม่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันโดยรวมมีทัศนคติต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาในแต่ละรายชื่อย่อยพบความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มในด้านความเชื่อทุกรายชื่อย่อย สำหรับด้านความรู้สึกทุกรายชื่อย่อยยกเว้นรู้สึกว่าคุณค่าสินค้าเกษตรอินทรีย์มีให้เลือกไม่หลากหลายและรู้สึกปลอดภัยที่ได้บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ และด้านความตั้งใจที่จะแสดงออกซึ่งพฤติกรรมทุกรายชื่อย่อยยกเว้นจะซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์เพิ่มมากขึ้นถ้าหากมันมีราคาไม่แพงและจะไม่บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์เพราะหาซื้อได้ยาก จึงได้ทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD ปรากฏผลดังตารางที่ 4.57 และ 4.72

ตารางที่ 4.57 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติด้านความเชื่อที่ว่ากระบวนการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ช่วยลดการทำลายความสมบูรณ์ของดินและน้ำ จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ที่ไม่เคยบริโภคเป็นรายคู่

ระดับการศึกษา	\bar{X}	ต่ำกว่าระดับ	ระดับ	สูงกว่าระดับ
		ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาตรี
		3.67	4.00	3.29
ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	3.67	-	-	-
ระดับปริญญาตรี	4.00	0.33*	-	-
สูงกว่าระดับปริญญาตรี	3.29	-0.38*	-0.71*	-

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีมีความเชื่อที่ว่ากระบวนการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ช่วยลดการทำลายความสมบูรณ์ของดินและน้ำมากกว่าผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรีและสูงกว่าระดับปริญญาตรี และผู้ที่มีการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรีมีความเชื่อที่ว่ากระบวนการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ช่วยลดการทำลายความสมบูรณ์ของดินและน้ำมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.58 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติด้านความเชื่อที่ว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์เป็นสินค้าที่ดีต่อสุขภาพเนื่องจากไม่มีสารพิษตกค้าง จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ที่ไม่เคยบริโภคเป็นรายคู่

ระดับการศึกษา	\bar{X}	ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	ระดับปริญญาตรี	สูงกว่าระดับปริญญาตรี
		3.71	4.01	3.68
ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	3.71	-	-	-
ระดับปริญญาตรี	4.01	0.30*	-	-
สูงกว่าระดับปริญญาตรี	3.68	-0.03	-0.33*	-

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีมีความเชื่อที่ว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์เป็นสินค้าที่ดีต่อสุขภาพเนื่องจากไม่มีสารพิษตกค้าง มากกว่าผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรีและสูงกว่าระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญ และผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรีมีความเชื่อที่ว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์เป็นสินค้าที่ดีต่อสุขภาพเนื่องจากไม่มีสารพิษตกค้าง มากกว่าผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี อย่างไม่มีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.59 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติด้านความเชื่อที่ว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์มีคุณค่าทางโภชนาการมากกว่าสินค้าทั่วไป จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ที่ไม่เคยบริโภคเป็นรายคู่

ระดับการศึกษา	\bar{X}	ต่ำกว่าระดับ ปริญญาตรี	ระดับ ปริญญาตรี	สูงกว่าระดับ ปริญญาตรี
		3.76	3.83	2.76
ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	3.76	-	-	-
ระดับปริญญาตรี	3.83	0.73	-	-
สูงกว่าระดับปริญญาตรี	2.76	-0.10*	-1.07*	-

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรีและระดับปริญญาตรีมีความเชื่อที่ว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์มีคุณค่าทางโภชนาการมากกว่าสินค้าทั่วไปมากกว่าผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญ

ในขณะที่ผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมีความเชื่อที่ว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์มีคุณค่าทางโภชนาการมากกว่าสินค้าทั่วไปมากกว่าผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี อย่างไม่มีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.60 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติด้านความเชื่อที่ว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์มีรสชาติดีกว่าสินค้าทั่วไป จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ที่ไม่เคยบริโภคเป็นรายคู่

ระดับการศึกษา	\bar{X}	ต่ำกว่าระดับ ปริญญาตรี	ระดับ ปริญญาตรี	สูงกว่าระดับ ปริญญาตรี
		3.67	3.23	2.71
ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	3.67	-	-	-
ระดับปริญญาตรี	3.23	-0.44*	-	-
สูงกว่าระดับปริญญาตรี	2.71	-0.96*	-0.52*	-

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ที่ไม่เคยบริโภคน้ำดื่มที่มีการศึกษาดำรงระดับปริญญาตรีมีความเชื่อที่ว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์มีรสชาติดีกว่าสินค้าทั่วไปมากกว่าผู้ที่ไม่เคยบริโภคน้ำดื่มที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีและสูงกว่าระดับปริญญาตรี และผู้ที่ไม่เคยบริโภคน้ำดื่มที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมีความเชื่อที่ว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์มีรสชาติดีกว่าสินค้าทั่วไปมากกว่าผู้ที่ไม่เคยบริโภคน้ำดื่มที่มีการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.61 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติด้านความเชื่อที่ว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์ต้องได้รับการรับรองจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเท่านั้น จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ที่ไม่เคยบริโภคน้ำดื่มเป็นรายคู่

ระดับการศึกษา	\bar{X}	ต่ำกว่าระดับ	ระดับ	สูงกว่าระดับ
		ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาตรี
		3.91	4.45	4.78
ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	3.91	-	-	-
ระดับปริญญาตรี	4.45	0.54*	-	-
สูงกว่าระดับปริญญาตรี	4.78	0.87*	0.33	-

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ที่ไม่เคยบริโภคน้ำดื่มที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีและสูงกว่าระดับปริญญาตรีมีความเชื่อที่ว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์ต้องได้รับการรับรองจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมากกว่าผู้ที่ไม่เคยบริโภคน้ำดื่มที่มีการศึกษาดำรงระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญ

ในขณะที่ผู้ที่ไม่เคยบริโภคน้ำดื่มที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าระดับปริญญาตรีมีความเชื่อที่ว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์ต้องได้รับการรับรองจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมากกว่าผู้ที่ไม่เคยบริโภคน้ำดื่มที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อย่างไม่มีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.62 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติด้านความเชื่อที่ว่า ผักอินทรีย์ ผักปลอดสารพิษ ผักอนามัย เกิดจากการปลูกที่เหมือนกันเพียงแต่เรียกชื่อต่างกัน จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ที่ไม่เคยบริโภคเป็นรายคู่

ระดับการศึกษา	\bar{X}	ต่ำกว่าระดับ ปริญญาตรี	ระดับ ปริญญาตรี	สูงกว่าระดับ ปริญญาตรี
		3.49	2.78	2.27
ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	3.49	-	-	-
ระดับปริญญาตรี	2.78	-0.71*	-	-
สูงกว่าระดับปริญญาตรี	2.27	-1.22*	-0.51*	-

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรีมีความเชื่อที่ถูกต้องเกี่ยวกับวิธีการปลูกและการเรียกชื่อ ผักอินทรีย์ ผักปลอดสารพิษ และผักอนามัยมากกว่าผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีและสูงกว่าระดับปริญญาตรี และผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมีความเชื่อที่ถูกต้องเกี่ยวกับวิธีการปลูกและการเรียกชื่อ ผักอินทรีย์ ผักปลอดสารพิษ และผักอนามัยมากกว่าผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.63 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติด้านความรู้สึกไม่เชื่อว่าสินค้าที่ติดฉลาก “Organic” หรือ “อินทรีย์” เป็นสินค้าเกษตรอินทรีย์ จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ที่ไม่เคยบริโภคเป็นรายคู่

ระดับการศึกษา	\bar{X}	ต่ำกว่าระดับ ปริญญาตรี	ระดับ ปริญญาตรี	สูงกว่าระดับ ปริญญาตรี
		3.96	4.04	4.46
ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	3.96	-	-	-
ระดับปริญญาตรี	4.04	0.08	-	-
สูงกว่าระดับปริญญาตรี	4.46	0.50*	0.42*	-

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรีความรู้สึกไม่เชื่อว่าสินค้าที่ติดฉลาก “Organic” หรือ “อินทรีย์” เป็นสินค้าเกษตรอินทรีย์ มากกว่าผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่

มีการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรีและระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญ ในขณะที่ผู้ที่ไม่เคยบริโภครักที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีความรู้ถึงเชื่อว่าสินค้าที่ติดฉลาก “Organic” หรือ “อินทรีย์” เป็นสินค้าเกษตรอินทรีย์ มากกว่าผู้ที่ไม่เคยบริโภครักที่มีการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี อย่างไม่มีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.64 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติด้านความรู้ถึงว่ามีความไว้วางใจผู้ผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ที่ไม่เคยบริโภครักเป็นรายคู่

ระดับการศึกษา	\bar{X}	ต่ำกว่าระดับ	ระดับ	สูงกว่าระดับ
		ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาตรี
		3.33	3.20	2.66
ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	3.33	-	-	-
ระดับปริญญาตรี	3.20	-0.13	-	-
สูงกว่าระดับปริญญาตรี	2.66	-0.67*	-0.54*	-

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ที่ไม่เคยบริโภครักที่มีการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรีและระดับปริญญาตรีมีความไว้วางใจผู้ผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์มากกว่าผู้ที่ไม่เคยบริโภครักที่มีการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญ

ในขณะที่ผู้ที่ไม่เคยบริโภครักที่มีการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรีมีความไว้วางใจผู้ผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์มากกว่าผู้ที่ไม่เคยบริโภครักที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อย่างไม่มีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.65 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติด้านความรู้สึกเต็มใจที่จะจ่ายเงินซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ซึ่งมีราคาสูงกว่าสินค้าทั่วไป จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ที่ไม่เคยบริโภคเป็นรายคู่

ระดับการศึกษา	\bar{X}	ต่ำกว่าระดับ	ระดับ	สูงกว่าระดับ
		ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาตรี
		3.60	3.85	2.46
ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	3.60	-	-	-
ระดับปริญญาตรี	3.85	0.25*	-	-
สูงกว่าระดับปริญญาตรี	2.46	-1.14*	-1.39*	-

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมีความรู้สึกเต็มใจที่จะจ่ายเงินซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ซึ่งมีราคาสูงกว่าสินค้าทั่วไป มากกว่าผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีการศึกษาด้านต่ำกว่าระดับปริญญาตรีและสูงกว่าระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.66 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติด้านความรู้สึกมั่นใจในคุณภาพสินค้ามากขึ้นหากได้รับความรู้เกี่ยวกับการรับประทานจากผู้ขาย จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ที่ไม่เคยบริโภคเป็นรายคู่

ระดับการศึกษา	\bar{X}	ต่ำกว่าระดับ	ระดับ	สูงกว่าระดับ
		ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาตรี
		3.96	4.47	2.71
ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	3.96	-	-	-
ระดับปริญญาตรี	4.47	0.51*	-	-
สูงกว่าระดับปริญญาตรี	2.71	-1.25*	-1.76*	-

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมีความรู้สึกมั่นใจในคุณภาพสินค้ามากขึ้นหากได้รับความรู้เกี่ยวกับการรับประทานจากผู้ขาย มากกว่าผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีการศึกษาด้านต่ำกว่าระดับปริญญาตรีและสูงกว่าระดับปริญญาตรี และผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีการศึกษาด้านต่ำกว่าระดับปริญญาตรีมีความรู้สึกมั่นใจในคุณภาพสินค้ามากขึ้นหากได้รับความรู้

เกี่ยวกับการรับประทานจากผู้ขาย มากกว่าผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.67 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติด้านความรู้สึกรู้สึกว่าเป็นคนทันสมัยที่เลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ที่ไม่เคยบริโภคเป็นรายคู่

ระดับการศึกษา	\bar{X}	ต่ำกว่าระดับ	ระดับ	สูงกว่าระดับ
		ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาตรี
		3.00	3.40	3.37
ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	3.00	-	-	-
ระดับปริญญาตรี	3.40	0.40*	-	-
สูงกว่าระดับปริญญาตรี	3.37	0.37*	-0.03	-

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีและสูงกว่าระดับปริญญาตรีมีความรู้สึกรู้สึกว่าเป็นคนทันสมัยที่เลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์มากกว่าผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญ ในขณะที่ผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีมีความรู้สึกรู้สึกว่าเป็นคนทันสมัยที่เลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์มากกว่าผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี อย่างไม่มีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.68 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติด้านความรู้สึกรู้สึกภูมิใจที่เลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์เพราะมีส่วนช่วยป้องกันสิ่งแวดล้อม จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ที่ไม่เคยบริโภคเป็นรายคู่

ระดับการศึกษา	\bar{X}	ต่ำกว่าระดับ	ระดับ	สูงกว่าระดับ
		ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาตรี
		3.73	3.74	3.05
ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	3.73	-	-	-
ระดับปริญญาตรี	3.74	0.01	-	-
สูงกว่าระดับปริญญาตรี	3.05	-0.68*	-0.69*	-

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ที่ไม่เคยบริโภคน้ำดื่มที่มีการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรีและระดับปริญญาตรีมีความรู้สึกภูมิใจที่เลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์เพราะมีส่วนช่วยป้องกันสิ่งแวดล้อม มากกว่าผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.69 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติด้านความตั้งใจที่จะชักชวนให้คนอื่นบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ที่ไม่เคยบริโภคเป็นรายคู่

ระดับการศึกษา	\bar{X}	ต่ำกว่าระดับ	ระดับ	สูงกว่าระดับ
		ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาตรี
		3.33	3.56	3.98
ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	3.33	-	-	-
ระดับปริญญาตรี	3.56	0.23	-	-
สูงกว่าระดับปริญญาตรี	3.98	0.65*	0.42*	-

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรีมีความตั้งใจที่จะชักชวนให้คนอื่นบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์มากกว่าผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรีและระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญ ในขณะที่ผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมีความตั้งใจที่จะชักชวนให้คนอื่นบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์มากกว่าผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี อย่างไม่มีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.70 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติด้านความตั้งใจที่จะไม่ซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ถ้าหากมีรูปลักษณ์ไม่สวย จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ที่ไม่เคยบริโภคเป็นรายคู่

ระดับการศึกษา	\bar{X}	ต่ำกว่าระดับ	ระดับ	สูงกว่าระดับ
		ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาตรี
		4.38	4.71	4.80
ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	4.39	-	-	-
ระดับปริญญาตรี	4.71	0.33*	-	-
สูงกว่าระดับปริญญาตรี	4.80	0.42*	0.09	-

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีและสูงกว่าระดับปริญญาตรีความตั้งใจที่จะซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์แม้ว่าจะมีรูปลักษณ์ไม่สวย มากกว่าผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีการศึกษาค่ำกว่าระดับปริญญาตรี มีอย่างมีนัยสำคัญ

ในขณะที่ผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรีความตั้งใจที่จะซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์แม้ว่าจะมีรูปลักษณ์ไม่สวย มากกว่าผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีอย่างไม่มีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.71 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติด้านความตั้งใจที่จะเลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ก็ต่อเมื่อมีปัญหาด้านสุขภาพ จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ที่ไม่เคยบริโภคเป็นรายคู่

ระดับการศึกษา	\bar{X}	ต่ำกว่าระดับ	ระดับ	สูงกว่าระดับ
		ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาตรี
		3.67	4.24	3.88
ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	3.67	-	-	-
ระดับปริญญาตรี	4.24	0.57*	-	-
สูงกว่าระดับปริญญาตรี	3.88	0.21	-0.36*	-

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมีความตั้งใจที่จะเลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ถึงแม้ว่าจะไม่มีปัญหาด้านสุขภาพ มากกว่าผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีการศึกษาค่ำกว่าระดับปริญญาตรีและสูงกว่าระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญ

ในขณะที่ผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรีมีความตั้งใจที่จะเลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ถึงแม้ว่าจะไม่มีปัญหาด้านสุขภาพ มากกว่าผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีการศึกษาค่ำกว่าระดับปริญญาตรีอย่างไม่มีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.72 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติด้านความตั้งใจที่จะเลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ก็ต่อเมื่อได้ศึกษาข้อมูลอย่างดีแล้ว จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ที่ไม่เคยบริโภคเป็นรายคู่

ระดับการศึกษา	\bar{X}	ต่ำกว่าระดับ ปริญญาตรี	ระดับ ปริญญาตรี	สูงกว่าระดับ ปริญญาตรี
		3.69	4.17	3.05
ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	3.69	-	-	-
ระดับปริญญาตรี	4.17	0.48*	-	-
สูงกว่าระดับปริญญาตรี	3.05	-0.64*	1.12*	-

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมีความตั้งใจที่จะเลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ก็ต่อเมื่อได้ศึกษาข้อมูลอย่างดีแล้วมากกว่าผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรีและสูงกว่าระดับปริญญาตรี และผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรีมีความตั้งใจที่จะเลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ก็ต่อเมื่อได้ศึกษาข้อมูลอย่างดีแล้วมากกว่าผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญ

สมมติฐานที่ 8

H_{0d} รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ที่ไม่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่แตกต่างกันจะมีทัศนคติต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ไม่ต่างกัน

H_{2d} รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ที่ไม่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่แตกต่างกันจะมีทัศนคติต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ต่างกัน

ตารางที่ 4.73 ค่าสถิติที่ใช้วิเคราะห์ทัศนคติต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ที่ไม่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์

ความสำคัญขององค์ประกอบของทัศนคติ	F	p value
ด้านความเชื่อ	2.587	0.054
กระบวนการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ช่วยลดการทำลายความสมบูรณ์ของดินและน้ำ	0.523	0.667

ตารางที่ 4.73 (ต่อ)

ความสำคัญขององค์ประกอบของทัศนคติ	F	p value
สินค้าเกษตรอินทรีย์เป็นสินค้าที่ดีต่อสุขภาพเนื่องจากไม่มีสารพิษตกค้าง	0.315	0.815
สินค้าเกษตรอินทรีย์มีคุณค่าทางโภชนาการมากกว่าสินค้าทั่วไป	5.234	0.002*
สินค้าเกษตรอินทรีย์มีรสชาติดีกว่าสินค้าทั่วไป	3.475	0.017*
สินค้าเกษตรอินทรีย์ต้องได้รับการรับรองจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเท่านั้น	2.220	0.087
ผักอินทรีย์ ผักปลอดสารพิษ ผักอนามัย เกิดจากวิธีการปลูกที่เหมือนกันเพียงแต่เรียกชื่อต่างกัน ⁿ	3.235	0.023*
ด้านความรู้สึกลึก	3.580	0.015*
ไม่เชื่อว่าสินค้าที่ติดฉลาก “Organic” หรือ “อินทรีย์” เป็นสินค้าเกษตรอินทรีย์ ⁿ	3.683	0.013*
มีความไว้วางใจผู้ผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์	1.622	0.185
เต็มใจที่จะจ่ายเงินซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ซึ่งมีราคาสูงกว่าสินค้าทั่วไป	13.273	0.000*
รู้สึกที่สินค้าเกษตรอินทรีย์มีให้เลือกไม่หลากหลาย ⁿ	0.577	0.630
รู้สึกปลอดภัยที่ได้บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์	8.115	0.000*
รู้สึกมั่นใจในคุณภาพสินค้ามากขึ้นหากได้รับความรู้เกี่ยวกับการรับประทานจากผู้ขาย	16.249	0.000*
รู้สึกเป็นคนทันสมัยที่เลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์	3.215	0.024*
รู้สึกภูมิใจที่เลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์เพราะมีส่วนช่วยป้องกันสิ่งแวดล้อม	1.385	0.248

ตารางที่ 4.73 (ต่อ)

ความสำคัญขององค์ประกอบของทัศนคติ	F	p value
ด้านความตั้งใจที่จะแสดงออกซึ่งพฤติกรรม	3.273	0.022*
จะชักชวนให้คนอื่นบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์	1.901	0.130
จะไม่ซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ถ้าหากมีรูปลักษณ์ไม่สวย ⁿ	0.976	0.405
จะซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์เพิ่มมากขึ้นถ้าหากมันมีราคาไม่แพง	0.443	0.723
จะไม่บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์เพราะหาซื้อได้ยาก ⁿ	2.750	0.044*
จะเลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ก็ต่อเมื่อมีปัญหาด้านสุขภาพ ⁿ	14.265	0.000*
จะเลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ก็ต่อเมื่อได้ศึกษาข้อมูลอย่างดีแล้ว	14.549	0.000*

หมายเหตุⁿ หมายถึงข้อความเชิงลบ

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.73 ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) พบว่าผู้ที่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่มีระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน โดยรวมมีทัศนคติต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาในแต่ละรายชื่อย่อยพบความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มในด้านความเชื่อว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์มีคุณค่าทางโภชนาการมากกว่าสินค้าทั่วไป สินค้าเกษตรอินทรีย์มีรสชาติดีกว่าสินค้าทั่วไป และผักอินทรีย์ ผักปลอดสารพิษ ผักอนามัย เกิดจากวิธีการปลูกที่เหมือนกันเพียงแต่เรียกชื่อต่างกัน สำหรับด้านความรู้สึกพบความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มที่มีความรู้สึกไม่เชื่อว่าสินค้าที่ติดฉลาก “Organic” หรือ “อินทรีย์” เป็นสินค้าเกษตรอินทรีย์ มีความเต็มใจที่จะจ่ายเงินซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ซึ่งมีราคาสูงกว่าสินค้าทั่วไป รู้สึกปลอดภัยที่ได้บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ รู้สึกมั่นใจในคุณภาพมากขึ้นหากได้รับความรู้เกี่ยวกับการรับประทานจากผู้ขาย และรู้สึกเป็นคนที่ทันสมัยที่เลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ ในขณะที่ด้านความตั้งใจที่จะแสดงออกซึ่งพฤติกรรม

พบความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มที่จะไม่บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์เพราะหาซื้อได้ยาก และจะเลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ก็ต่อเมื่อมีปัญหาด้านสุขภาพ จึงได้ทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD ปรากฏผลดังตารางที่ 4.74 และ 4.84

ตารางที่ 4.74 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติด้านความเชื่อที่ว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์มีคุณค่าทางโภชนาการมากกว่าสินค้าทั่วไป จำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ที่ไม่เคยบริโภคเป็นรายคู่

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)	\bar{X}	ต่ำกว่า	10,000 -	20,001 -	มากกว่า
		10,000	20,000	30,000	30,000
		3.50	3.41	3.81	3.96
ต่ำกว่า 10,000	3.50	-	-	-	-
10,000 - 20,000	3.41	-0.09	-	-	-
20,001 - 30,000	3.81	0.31	0.40	-	-
มากกว่า 30,000	3.96	0.46*	0.55*	0.15	-

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาทมีความเชื่อที่ว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์มีคุณค่าทางโภชนาการมากกว่าสินค้าทั่วไปมากกว่าผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท และ 10,000-20,000 บาทอย่างมีนัยสำคัญ

ในขณะที่ผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาทมีความเชื่อที่ว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์มีคุณค่าทางโภชนาการมากกว่าสินค้าทั่วไปมากกว่าผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาทแต่น้อยกว่าผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท และผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาทมีความเชื่อที่ว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์มีคุณค่าทางโภชนาการมากกว่าสินค้าทั่วไปมากกว่าผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท อย่างไรก็ตามไม่มีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.75 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติด้านความเชื่อที่ว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์มีรสชาติดีกว่าสินค้าทั่วไป จำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ที่ไม่เคยบริโภคเป็นรายคู่

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)	\bar{X}	ต่ำกว่า	10,000 -	20,001 -	มากกว่า
		10,000	20,000	30,000	30,000
		3.50	2.94	3.38	3.35
ต่ำกว่า 10,000	3.50	-	-	-	-
10,000 – 20,000	2.94	-0.56*	-	-	-
20,001 – 30,000	3.38	-0.12	0.44	-	-
มากกว่า 30,000	3.35	-0.15	0.41*	-0.03	-

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาทและมากกว่า 30,000 บาทมีความเชื่อที่ว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์มีรสชาติดีกว่าสินค้าทั่วไปมากกว่าผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญ

ในขณะที่ผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาทมีความเชื่อที่ว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์มีรสชาติดีกว่าสินค้าทั่วไปมากกว่าผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท และผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท และผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาทมีความเชื่อที่ว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์มีรสชาติดีกว่าสินค้าทั่วไปมากกว่าผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาทแต่น้อยกว่าผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท อย่างไม่มีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.76 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติด้านความเชื่อที่ว่า ผักอินทรีย์ ผักปลอดสารพิษ ผักอนามัย เกิดจากวิธีการปลูกที่เหมือนกันเพียงเรียกชื่อต่างกัน จำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ที่ไม่เคยบริโภคเป็นรายคู่

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)	\bar{X}	ต่ำกว่า	10,000 -	20,001 -	มากกว่า
		10,000	20,000	30,000	30,000
		3.28	2.66	3.00	2.68
ต่ำกว่า 10,000	3.28	-	-	-	-
10,000 - 20,000	2.66	-0.62*	-	-	-
20,001 - 30,000	3.00	-0.28	0.34	-	-
มากกว่า 30,000	2.68	-0.60*	0.02	-0.32	-

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาทมีความเชื่อที่ถูกต้องเกี่ยวกับวิธีการปลูกและการเรียกชื่อ ผักอินทรีย์ ผักปลอดสารพิษ และผักอนามัยมากกว่าผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาทและผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญ ในขณะที่ผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาทมีความเชื่อที่ถูกต้องเกี่ยวกับวิธีการปลูกและการเรียกชื่อ ผักอินทรีย์ ผักปลอดสารพิษ และผักอนามัยมากกว่าผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท และผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาทมีความเชื่อที่ถูกต้องเกี่ยวกับวิธีการปลูกและการเรียกชื่อ ผักอินทรีย์ ผักปลอดสารพิษ และผักอนามัยมากกว่าผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาทแต่น้อยกว่าผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท อย่างไม่มีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.77 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติด้านความรู้สึกว่าไม่เชื่อว่าสินค้าที่ติดฉลาก “Organic” หรือ “อินทรีย์” เป็นสินค้าเกษตรอินทรีย์ จำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ที่ไม่เคยบริโภคเป็นรายคู่

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)	\bar{X}	ต่ำกว่า	10,000 -	20,001 -	มากกว่า
		10,000	20,000	30,000	30,000
		3.74	4.15	4.05	4.31
ต่ำกว่า 10,000	3.74	-	-	-	-
10,000 – 20,000	4.15	0.41*	-	-	-
20,001 – 30,000	4.05	0.31	-0.10	-	-
มากกว่า 30,000	4.31	0.57*	0.16	0.26	-

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาทและมากกว่า 30,000 บาทมีความรู้สึกเชื่อว่าสินค้าที่ติดฉลาก “Organic” หรือ “อินทรีย์” เป็นสินค้าเกษตรอินทรีย์ มากกว่าผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญ

ในขณะที่ผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาทมีความรู้สึกเชื่อว่าสินค้าที่ติดฉลาก “Organic” หรือ “อินทรีย์” เป็นสินค้าเกษตรอินทรีย์ มากกว่าผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาทแต่น้อยกว่าผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท และผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาทมีความรู้สึกเชื่อว่าสินค้าที่ติดฉลาก “Organic” หรือ “อินทรีย์” เป็นสินค้าเกษตรอินทรีย์ มากกว่าผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาทและผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท อย่างไม่มีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.78 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติด้านความรู้สึกเต็มใจที่จะจ่ายเงินซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ซึ่งมีราคาสูงกว่าสินค้าทั่วไป จำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ที่ไม่เคยบริโภคเป็นรายคู่

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)	\bar{X}	ต่ำกว่า	10,000 -	20,001 -	มากกว่า
		10,000	20,000	30,000	30,000
		3.72	3.15	3.71	3.94
ต่ำกว่า 10,000	3.72	-	-	-	-
10,000 – 20,000	3.15	-0.57*	-	-	-
20,001 – 30,000	3.71	-0.01	0.56*	-	-
มากกว่า 30,000	3.94	0.22	0.79*	0.23	-

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท 20,001-30,000 บาทและมากกว่า 30,000 บาท มีความรู้สึกเต็มใจที่จะจ่ายเงินซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ซึ่งมีราคาสูงกว่าสินค้าทั่วไปมากกว่าผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาทอย่างมีนัยสำคัญ

ในขณะที่ผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท และมากกว่า 30,000 บาท มีความรู้สึกเต็มใจที่จะจ่ายเงินซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ซึ่งมีราคาสูงกว่าสินค้าทั่วไปมากกว่าผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท และผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท มีความรู้สึกเต็มใจที่จะจ่ายเงินซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ซึ่งมีราคาสูงกว่าสินค้าทั่วไปมากกว่าผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาทอย่างไม่มีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.79 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติด้านความรู้สึกลดดอกเบี้ยที่ได้บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ จำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ที่ไม่เคยบริโภคเป็นรายคู่

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)	\bar{X}	ต่ำกว่า	10,000 -	20,001 -	มากกว่า
		10,000	20,000	30,000	30,000
		4.20	4.42	3.76	3.93
ต่ำกว่า 10,000	4.20	-	-	-	-
10,000 - 20,000	4.42	0.22	-	-	-
20,001 - 30,000	3.76	-0.44*	-0.66*	-	-
มากกว่า 30,000	3.93	-0.27*	-0.49*	0.17	-

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีรายได้อีกต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท และ 10,000-20,000 บาท มีความรู้สึกปลอดภัยที่ได้บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ มากกว่าผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีรายได้อีกต่อเดือน 20,001-30,000 บาทและมากกว่า 30,000 อย่างมีนัยสำคัญ

ในขณะที่ผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีรายได้อีกต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มีความรู้สึกปลอดภัยที่ได้บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ มากกว่าผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีรายได้อีกต่อเดือน 10,000-20,000 บาท และผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีรายได้อีกต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท มีความรู้สึกปลอดภัยที่ได้บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ มากกว่าผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีรายได้อีกต่อเดือน 20,001-30,000 บาท อย่างไม่มีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.80 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติด้านความรู้สึกมั่นใจในคุณภาพสินค้ามากขึ้นหากได้รับความรู้เกี่ยวกับการรับประทานจากผู้ขาย จำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ที่ไม่เคยบริโภคเป็นรายคู่

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)	\bar{X}	ต่ำกว่า	10,000 -	20,001 -	มากกว่า
		10,000	20,000	30,000	30,000
		4.22	3.54	4.05	4.66
ต่ำกว่า 10,000	4.22	-	-	-	-
10,000 – 20,000	3.54	-0.68*	-	-	-
20,001 – 30,000	4.05	-0.17	0.51*	-	-
มากกว่า 30,000	4.66	0.44*	1.12*	0.61*	-

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท 20,001-30,000 บาทและมากกว่า 30,000 บาท มีความรู้สึกมั่นใจในคุณภาพสินค้ามากขึ้นหากได้รับความรู้เกี่ยวกับการรับประทานจากผู้ขาย มากกว่าผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท และผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท มีความรู้สึกมั่นใจในคุณภาพสินค้ามากขึ้นหากได้รับความรู้เกี่ยวกับการรับประทานจากผู้ขาย มากกว่าผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 และ 20,001-30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญ

ในขณะที่ผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 มีความรู้สึกมั่นใจในคุณภาพสินค้ามากขึ้นหากได้รับความรู้เกี่ยวกับการรับประทานจากผู้ขาย มากกว่าผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาทอย่างไม่มีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.81 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติด้านความรู้สึกว่าเป็นคนทันสมัยที่เลือกบริโภคลินค้าเกษตรอินทรีย์ จำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ที่ไม่เคยบริโภคเป็นรายคู่

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)	\bar{X}	ต่ำกว่า	10,000 -	20,001 -	มากกว่า
		10,000	20,000	30,000	30,000
		3.12	3.42	3.05	3.41
ต่ำกว่า 10,000	3.12	-	-	-	-
10,000 – 20,000	3.42	0.30*	-	-	-
20,001 – 30,000	3.05	-0.07	-0.37*	-	-
มากกว่า 30,000	3.41	0.29*	-0.01	0.36*	-

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท และมากกว่า 30,000 บาท มีความรู้สึกว่าเป็นคนทันสมัยที่เลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์มากกว่าผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท และผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท และมากกว่า 30,000 บาทมีความรู้สึกว่าเป็นคนทันสมัยที่เลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์มากกว่าผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญ

ในขณะที่ผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาทและมากกว่า 30,000 บาทมีความรู้สึกว่าเป็นคนทันสมัยที่เลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์มากกว่าผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท อย่างไม่มีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.82 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติด้านความตั้งใจที่จะไม่บริโภคน้ำมันก๊าดอินทรีย์เพราะหาซื้อได้ยาก จำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ที่ไม่เคยบริโภคเป็นรายคู่

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)	\bar{X}	ต่ำกว่า	10,000 -	20,001 -	มากกว่า
		10,000	20,000	30,000	30,000
		3.38	3.70	3.95	3.22
ต่ำกว่า 10,000	3.38	-	-	-	-
10,000 - 20,000	3.70	0.32	-	-	-
20,001 - 30,000	3.95	0.57	0.25	-	-
มากกว่า 30,000	3.22	-0.16	-0.48*	-0.73*	-

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาทและ 20,001-30,000 บาท มีความตั้งใจที่จะบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ถึงแม้ว่าจะหาซื้อได้ยากมากกว่าผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญ

ในขณะที่ผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาทและ 20,001-30,000 บาท มีความตั้งใจที่จะบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ถึงแม้ว่าจะหาซื้อได้ยากมากกว่าผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท และผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท มีความตั้งใจที่จะบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ถึงแม้ว่าจะหาซื้อได้ยากมากกว่าผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท อย่างไม่มีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.83 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติด้านความตั้งใจที่จะเลือกบริโภคนสินค้าเกษตรอินทรีย์ก็ต่อเมื่อมีปัญหาด้านสุขภาพ จำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ที่ไม่เคยบริโภคเป็นรายคู่

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)	\bar{X}	ต่ำกว่า	10,000 -	20,001 -	มากกว่า
		10,000	20,000	30,000	30,000
		3.98	3.88	3.38	4.59
ต่ำกว่า 10,000	3.98	-	-	-	-
10,000 – 20,000	3.88	-0.09	-	-	-
20,001 – 30,000	3.38	-0.60*	-0.50*	-	-
มากกว่า 30,000	4.59	0.61*	0.71*	1.21*	-

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาทและ 10,000 – 20,000 บาท มีความตั้งใจที่จะเลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ถึงแม้ว่าจะไม่มีปัญหาด้านสุขภาพมากกว่าผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000-30,000 บาท และผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 30,000 บาทมีความตั้งใจที่จะเลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ถึงแม้ว่าจะไม่มีปัญหาด้านสุขภาพมากกว่าผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท 10,000-20,000 บาทและ 20,001- 30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญ

ในขณะที่ผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 มีความตั้งใจที่จะเลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ถึงแม้ว่าจะไม่มีปัญหาด้านสุขภาพมากกว่าผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท อย่างไม่มีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.84 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติด้านความตั้งใจที่จะเลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ก็ต่อเมื่อได้ศึกษาข้อมูลอย่างดีแล้ว จำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ที่ไม่เคยบริโภคเป็นรายคู่

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)	\bar{X}	ต่ำกว่า	10,000 -	20,001 -	มากกว่า
		10,000	20,000	30,000	30,000
		4.10	3.27	4.57	4.34
ต่ำกว่า 10,000	4.10	-	-	-	-
10,000 – 20,000	3.27	-0.83*	-	-	-
20,001 – 30,000	4.57	0.47	1.30*	-	-
มากกว่า 30,000	4.34	0.24	1.07*	-0.23	-

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท มีความตั้งใจที่จะเลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ถึงแม้ว่าจะไม่มีปัญหาด้านสุขภาพมากกว่าผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท และผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001- 30,000 บาท และมากกว่า 30,000 บาทมีความตั้งใจที่จะเลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ถึงแม้ว่าจะไม่มีปัญหาด้านสุขภาพมากกว่าผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญ

ในขณะที่ผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001- 30,000 บาท และมากกว่า 30,000 บาทมีความตั้งใจที่จะเลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ถึงแม้ว่าจะไม่มีปัญหาด้านสุขภาพมากกว่าผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท และผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001- 30,000 บาท มีความตั้งใจที่จะเลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ถึงแม้ว่าจะไม่มีปัญหาด้านสุขภาพมากกว่าผู้ที่ไม่เคยบริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท อย่างไม่มีนัยสำคัญ

โดยมีการยืนยันผลการวิเคราะห์ด้วยวิธี Duncan พบว่าให้ค่าไม่แตกต่างจากการวิเคราะห์ด้วยวิธี LSD

4.7 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

ในส่วนนี้แสดงผลของข้อเสนอแนะจากผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยบริโภคและเคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์โดยแบ่งเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการตลาด ดังนี้

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ได้เสนอแนะไว้ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ ควรมีการตรวจสอบสินค้าว่าเป็นสินค้าเกษตรอินทรีย์จริง ๆ และเพิ่มปริมาณและความหลากหลายของสินค้า
2. ด้านราคา ควรมีราคาไม่แตกต่างจากสินค้าทั่วไป เป็นราคาให้ผู้บริโภคส่วนใหญ่ยอมรับได้
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ควรเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายให้มากขึ้นเพื่อจะได้เข้าถึงผู้บริโภคได้ง่าย และมีป้ายบอกอย่างชัดเจน ซึ่งในปัจจุบันจะมีวางขายที่ห้างสรรพสินค้าเป็นส่วนใหญ่ทำให้ดูเป็นสินค้าสำหรับผู้ที่มีรายได้สูง จึงควรจัดตลาดนัดเกษตรอินทรีย์ทุกสัปดาห์
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด ควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์และสื่อโฆษณาให้สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้มากขึ้น ทั้งในส่วนของผลิตภัณฑ์ ประโยชน์และคุณค่าที่จะได้รับ แหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ และควรจัดเป็นกิจกรรมแสดงสินค้าเกษตรอินทรีย์

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ได้เสนอแนะไว้ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ ควรเพิ่มชนิดของสินค้าให้หลากหลายมากขึ้น และเพิ่มปริมาณของสินค้าให้มากขึ้น รวมถึงการบรรจุภัณฑ์สินค้าให้สามารถจัดเก็บไว้ได้นานขึ้นและมีความสวยงามโดดเด่นเน้นธรรมชาติ
2. ด้านราคา สินค้าที่มีวางจำหน่ายในห้างสรรพสินค้ามีราคาที่สูงมาก ควรมีการปรับลดราคาให้อยู่ในระดับไม่สูงกว่าสินค้าทั่วไปมากเกินไป
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ควรเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายให้มากขึ้นเพื่อจะได้สะดวกในการซื้อ ซึ่งส่วนใหญ่จะจำหน่ายตามห้างสรรพสินค้าและตามแหล่งผลิต
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด ควรมีการจัดงานแสดงสินค้าเกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์บ่อยขึ้น และควรมีรายการส่งเสริมการขายเกี่ยวกับสินค้าเกษตรอินทรีย์เพื่อให้ผู้บริโภคซื้อเป็นประจำ

บทที่ 5

บทสรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ของผู้บริโภคในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 โดยมีวัตถุประสงค์ในการวิจัย คือ 1) เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ 2) เพื่อศึกษาความแตกต่างของทัศนคติต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ของผู้บริโภค 3) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ เพื่อนำผลการวิจัยไปเสนอแนะและเป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดและสื่อสารการตลาด เพื่อกระตุ้นตลาดให้เกิดความต้องการการบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์เพิ่มมากขึ้น โดยศึกษาองค์ประกอบของทัศนคติ ได้แก่ ด้านความเชื่อ ความรู้สึก และความตั้งใจที่จะแสดงออกซึ่งพฤติกรรม โดยมีสมมุติฐานของการวิจัยดังนี้ 1) ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของผู้ที่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ ซึ่งประกอบด้วยเพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 2) ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของผู้ที่ไม่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ ซึ่งประกอบด้วยเพศ อายุ ระดับการศึกษาและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ได้แก่ จังหวัดนครราชสีมา ชัยภูมิ บุรีรัมย์ และสุรินทร์ จำนวน 4,700,569 คน ทำการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) และทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) ซึ่งกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยการคำนวณจากสูตรแบบไม่ทราบจำนวนประชากร ได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 384 คน ทั้งนี้ผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถามทั้งสิ้น 450 ชุด เพื่อครอบคลุมความคลาดเคลื่อนจากการเก็บข้อมูลไม่ได้ตามเป้าหมาย และได้กลับคืนมา 427 ชุด คิดเป็นร้อยละ 94.89 โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามทั้งสิ้น 3 ส่วน ได้แก่ 1) ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม 2) พฤติกรรมของผู้บริโภค 3) ทัศนคติต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ ซึ่งผลการทดสอบค่าความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของแบบสอบถามได้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาครอนบัคไม่ต่ำกว่า 0.70 จึงสรุปได้ว่าแบบสอบถามนี้มีค่าความน่าเชื่อถือที่ยอมรับได้

ในการวิเคราะห์ข้อมูล นำข้อมูลที่เก็บได้จากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ โดยข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งประกอบด้วยเพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน รวมถึงพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม ทำการวิเคราะห์ด้วยสถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย การ

วิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ในส่วนของทัศนคติต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ ทำการวิเคราะห์ด้วยสถิติค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาความแตกต่างของทัศนคติของผู้ที่เคยบริโภคกับไม่เคยบริโภค และทดสอบสมมติฐานทางด้านเพศใช้สถิติเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปร 2 ตัวที่ตัวอย่างเป็นอิสระต่อกัน (Independent-Sample T Test) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านอื่น ๆ ใช้การทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่ม ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance: One Way ANOVA) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หากผลการทดสอบสมมติฐานพบมีความแตกต่างกัน จะทำการทดสอบเป็นรายคู่โดยใช้วิธี LSD (Least significant difference) เพื่อทดสอบความแตกต่างรายคู่ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จากการวิจัยสามารถสรุปผลได้ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 สรุปผลการวิจัยข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

การศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้วิจัยครั้งนี้ส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง จำนวน 256 คน คิดเป็นร้อยละ 59.95 มีอายุระหว่าง 30 - 39 ปี จำนวน 259 คน คิดเป็นร้อยละ 60.66 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 247 คน คิดเป็นร้อยละ 57.85 ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 - 20,000 บาท จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 40.52

5.1.2 สรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์

วัตถุประสงค์ที่ 1

เพื่อศึกษาทัศนคติต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ของผู้บริโภค ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตอนล่าง 1 โดยแบ่งการศึกษาออกเป็น 2 ส่วนคือ

1. ทัศนคติของผู้ที่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ การศึกษาพบว่า ผู้ที่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์โดยรวมมีทัศนคติเชิงบวกต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ คือมีความตั้งใจที่จะแสดงพฤติกรรมที่ดีต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ มีความรู้สึกที่ดีต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ และมีความเชื่อโดยรวมถูกต้องเกี่ยวกับสินค้าเกษตรอินทรีย์ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

1.1 ด้านความตั้งใจที่จะแสดงออกซึ่งพฤติกรรม ผู้ที่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์โดยรวมมีทัศนคติเชิงบวก โดยมีทัศนคติเชิงบวกมากกับความตั้งใจที่จะซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์เพิ่มขึ้นถ้าหากมันมีราคาไม่แพง รองลงมาคือมีความตั้งใจที่จะซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ถึงแม้ว่าจะมีรูปลักษณ์ไม่สวย และมีทัศนคติเชิงบวกที่จะชักชวนให้คนอื่นบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ ในขณะที่

ที่ผู้ที่เคยบริโภคในจังหวัดสุรินทร์ยังคงมีทัศนคติเฉย ๆ ที่จะเลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ก็ต่อเมื่อได้ศึกษาข้อมูลอย่างดีแล้วและจะไม่บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์เพราะหาซื้อยาก

1.2 ด้านความรู้ ผู้ที่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์โดยรวมมีทัศนคติเชิงบวก โดยมีทัศนคติเชิงบวกมากกว่าความรู้ที่ปลอดภัยที่ได้บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ และมีทัศนคติเชิงบวกกับความรู้ที่มั่นใจในคุณภาพสินค้ามากขึ้นหากได้รับความรู้เกี่ยวกับการรับประทานจากผู้ขาย มีความรู้สึกเชื่อว่าสินค้าที่ติดฉลาก “Organic” หรือ “อินทรีย์” เป็นสินค้าเกษตรอินทรีย์จริง มีความรู้สึกเต็มใจที่จะจ่ายเงินซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ซึ่งมีราคาสูงกว่าสินค้าทั่วไป ในขณะที่มีทัศนคติเฉย ๆ กับความรู้ที่ไว้วางใจผู้ผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์และรู้สึกเป็นคนทันสมัยที่เลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ แต่ยังมีทัศนคติเชิงลบกับความรู้ที่รู้สึกว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์มีให้เลือกไม่หลากหลาย แต่ผู้ที่เคยบริโภคในจังหวัดสุรินทร์มีทัศนคติเชิงบวกกับความรู้ที่ไว้วางใจผู้ผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์

1.3 ด้านความเชื่อ ผู้ที่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ส่วนใหญ่มีทัศนคติเชิงบวก โดยมีทัศนคติเชิงบวกกับความเชื่อที่ว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์เป็นสินค้าที่ดีต่อสุขภาพเนื่องจากไม่มีสารพิษตกค้าง และความเชื่อที่ว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์มีคุณค่าทางโภชนาการมากกว่าสินค้าทั่วไป ในขณะที่มีทัศนคติเฉย ๆ เกี่ยวกับความเชื่อที่ว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์มีรสชาติดีกว่าสินค้าทั่วไป แต่ยังคงมีความเชื่อที่ไม่ถูกต้องเกี่ยวกับวิธีการปลูกและการเรียกชื่อของผักอินทรีย์ ผักปลอดสารพิษ และผักอนามัย และการรับรองมาตรฐานสินค้าเกษตรอินทรีย์จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง แต่ที่ผู้ที่เคยบริโภคในจังหวัดสุรินทร์มีทัศนคติเฉย ๆ เกี่ยวกับการรับรองมาตรฐานสินค้าเกษตรอินทรีย์จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยเพื่อให้ทราบถึงทัศนคติต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ของผู้ที่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ได้มีการตั้งสมมุติฐานและได้ผลการวิเคราะห์ที่สามารถสรุปได้ดังนี้

สมมุติฐานที่ 1 เพศของผู้ที่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่แตกต่างกันจะมีทัศนคติต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ต่างกัน จากผลการวิจัยพบว่าเพศชาย และเพศหญิงมีทัศนคติต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมุติฐานที่ 2 อายุของผู้ที่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่แตกต่างกันจะมีทัศนคติต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ต่างกัน จากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มอายุที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมุติฐานที่ 3 ระดับการศึกษาของผู้ที่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่แตกต่างกันจะมีทัศนคติต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ต่างกัน จากผลการวิจัยพบว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมุติฐานที่ 4 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ที่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่แตกต่างกัน จะมีทัศนคติต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ต่างกัน จากผลการวิจัยพบว่า ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. ทัศนคติของผู้ที่ไม่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ การศึกษาพบว่า ผู้ที่ไม่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์โดยรวมมีทัศนคติเชิงบวกต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ คือมีความตั้งใจที่จะแสดงพฤติกรรมที่ดีต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ มีความรู้สึกที่ดีมากต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์และมีความเชื่อโดยรวมที่ถูกต้องเกี่ยวกับสินค้าเกษตรอินทรีย์ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

2.1 ด้านความตั้งใจที่จะแสดงออกซึ่งพฤติกรรม ผู้ที่ไม่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์โดยรวมมีทัศนคติเชิงบวก โดยที่มีทัศนคติเชิงบวกมากกับความตั้งใจที่จะซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ถึงแม้ว่าจะมีอุปสรรคไม่สวย และความตั้งใจที่จะซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์เพิ่มมากขึ้นถ้าหากมันมีราคาไม่แพง และมีทัศนคติเชิงบวกกับความตั้งใจที่จะเลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ถึงแม้ว่าจะไม่มีปัญหาด้านสุขภาพ ความตั้งใจจะเลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ก็ต่อเมื่อได้ศึกษาข้อมูลอย่างดีแล้ว ความตั้งใจที่จะชักชวนให้คนอื่นบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ และตั้งใจที่จะบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ถึงแม้จะหาซื้อได้ยาก

2.2 ด้านความรู้สึก ผู้ที่ไม่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ส่วนใหญ่มีทัศนคติเชิงบวก โดยที่มีทัศนคติเชิงบวกกับความรู้สึกปลอดภัยที่ได้บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ ความรู้สึกเชื่อว่าสินค้าที่ติดฉลาก “Organic” หรือ “อินทรีย์” เป็นสินค้าเกษตรอินทรีย์จริง และความรู้สึกมั่นใจในคุณภาพสินค้ามากขึ้นหากได้รับความรู้เกี่ยวกับการรับประทานจากผู้ขาย ความรู้สึกภูมิใจที่เลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์เพราะมีส่วนช่วยป้องกันสิ่งแวดล้อม และความรู้สึกเต็มใจที่จะจ่ายเงินซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ซึ่งมีราคาสูงกว่าสินค้าทั่วไป โดยมีทัศนคติเฉย ๆ กับความรู้สึกว่าเป็นคนทันสมัยที่เลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์และรู้สึกไว้วางใจผู้ผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ แต่ยังมีทัศนคติเชิงลบกับความรู้สึกว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์มีให้เลือกไม่หลากหลาย ในขณะที่ผู้ที่ไม่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์โดยรวมมีความรู้สึกที่คิดว่าสินค้าที่ติดฉลาก “Organic” หรือ “อินทรีย์” เป็นสินค้าเกษตรอินทรีย์จริงมากกว่ามีความรู้สึกปลอดภัยที่ได้บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ อีกทั้งยังมีทัศนคติเฉย ๆ กับความรู้สึกภูมิใจที่เลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์เพราะมีส่วนช่วยป้องกันสิ่งแวดล้อม

2.3 ด้านความเชื่อ ผู้ที่ไม่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ส่วนใหญ่มีทัศนคติเชิงบวก โดยที่มีทัศนคติเชิงบวกกับความเชื่อที่ว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์เป็นสินค้าที่ดีต่อสุขภาพเนื่องจากไม่มีสารพิษตกค้าง ความเชื่อที่ว่ากระบวนการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ช่วยลดการทำลายความสมบูรณ์ของดินและน้ำ และความเชื่อที่ว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์มีคุณค่าทางโภชนาการมากกว่าสินค้าทั่วไป ในขณะที่มีทัศนคติเฉย ๆ เกี่ยวกับความเชื่อที่ว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์มีรสชาติดีกว่าสินค้าทั่วไป และความเชื่อที่ว่าผักอินทรีย์ ผักปลอดสารพิษ ผักอนามัย เกิดจากวิธีการปลูกที่เหมือนกันเพียงแต่

เรียกชื่อต่างกัน แต่มีความเชื่อที่ไม่ถูกต้องเกี่ยวกับการรับรองมาตรฐานสินค้าเกษตรอินทรีย์จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ในขณะที่ผู้ที่ไม่เคยบริโภคในจังหวัดสุรินทร์โดยรวมมีทัศนคติเฉย ๆ กับความเชื่อที่ว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์มีคุณค่าทางโภชนาการมากกว่าสินค้าทั่วไป

ในการวิจัยเพื่อให้ทราบถึงทัศนคติของผู้ที่ไม่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ได้มีการตั้งสมมุติฐานและได้ผลการวิเคราะห์ที่สามารถสรุปได้ดังนี้

สมมุติฐานที่ 5 เพศของผู้ที่ไม่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่แตกต่างกันจะมีทัศนคติต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ต่างกัน จากผลการวิจัยพบว่าเพศชาย และเพศหญิงมีทัศนคติต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมุติฐานที่ 6 อายุของผู้ที่ไม่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่แตกต่างกันจะมีทัศนคติต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ต่างกัน จากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มอายุที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมุติฐานที่ 7 ระดับการศึกษาของผู้ที่ไม่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่แตกต่างกันจะมีทัศนคติต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ต่างกัน จากผลการวิจัยพบว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมุติฐานที่ 8 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ที่ไม่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่แตกต่างกันจะมีทัศนคติต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ต่างกัน จากผลการวิจัยพบว่า ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

วัตถุประสงค์ที่ 2

เพื่อศึกษาความแตกต่างของทัศนคติต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ของผู้บริโภค ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 การศึกษาพบว่า ผู้ที่เคยบริโภคและผู้ที่ไม่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ส่วนใหญ่มีทัศนคติต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ ดังนี้

ด้านความเชื่อ ผู้ที่เคยบริโภคมีความเชื่อที่ว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์มีคุณค่าทางโภชนาการมากกว่าสินค้าทั่วไป มีความเชื่อที่ว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์ต้องได้รับการรับรองจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเท่านั้นและมีความเชื่อที่ไม่ถูกต้องเกี่ยวกับวิธีการปลูกและการเรียกชื่อของผักอินทรีย์ ผักปลอดสารพิษ ผักอนามัยมากกว่าผู้ที่ไม่เคยบริโภค

ด้านความรู้สึก ผู้ที่เคยบริโภคมีความรู้สึกไว้วางใจผู้ผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ มีความรู้สึกเต็มใจที่จะจ่ายเงินซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ซึ่งมีราคาสูงกว่าสินค้าทั่วไปและมีความรู้สึกปลอดภัยที่ได้บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ มากกว่าผู้ที่ไม่เคยบริโภค

ด้านความตั้งใจที่จะแสดงออกซึ่งพฤติกรรม ผู้ที่เคยบริโภคจะชักชวนให้คนอื่นบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์มากกว่าผู้ที่ไม่เคยบริโภค แต่ผู้ที่ไม่เคยบริโภคจะซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ถึงแม้ว่าจะมีอุปสรรคไม่สวย จะเลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ถึงแม้ว่าจะไม่มีปัญหาทางด้านสุขภาพ และจะเลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ก็ต่อเมื่อได้ศึกษาข้อมูลอย่างดีแล้วมากกว่าผู้ที่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์

วัตถุประสงค์ที่ 3

เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตอนล่าง 1 การศึกษาพบว่าส่วนใหญ่มีพฤติกรรมที่ไม่เคยบริโภค จำนวน 232 คน คิดเป็นร้อยละ 54.33 และมีพฤติกรรมที่เคยบริโภค จำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 45.67

3.1 ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ส่วนใหญ่ให้เหตุผลที่สำคัญที่สุดที่ไม่เคยบริโภคเนื่องจากไม่มีข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า ร้อยละ 29.31 ถ้ามีโอกาสบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์จะเลือกบริโภคผักเกษตรอินทรีย์ ร้อยละ 69.83 บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อมากที่สุดคือ ตัวเอง ร้อยละ 71.98 โดยมีความเต็มใจที่จ่ายเงินซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ในราคาที่สูงกว่าราคาของสินค้าทั่วไปต่ำกว่า 10 % ร้อยละ 58.19 แหล่งข้อมูลที่สะดวกในการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าเกษตรอินทรีย์ตามงานแสดงสินค้า ร้อยละ 18.00 แหล่งจำหน่ายที่จะเลือกซื้อคือ ห้างสรรพสินค้า ร้อยละ 41.38 ปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการเลือกซื้อคือคุณภาพสินค้า ร้อยละ 38.79 โดยผู้ที่ไม่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์มีแนวโน้มที่จะบริโภค ร้อยละ 57.33

3.2 ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ส่วนใหญ่เลือกบริโภคผักอินทรีย์เนื่องจากมีความปลอดภัยไม่มีการปนเปื้อนของสารเคมี ร้อยละ 46.15 เหตุผลที่สำคัญที่สุดในการบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ในครั้งแรกคือ เพื่อสุขภาพ ร้อยละ 76.92 บุคคลที่มีอิทธิพลมากที่สุดในการตัดสินใจซื้อคือ ตัวเอง ร้อยละ 68.20 จำนวนครั้งที่ซื้อคือ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ ร้อยละ 36.41 ค่าใช้จ่ายในแต่ละครั้งที่ซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์คือ 50-200 บาท ร้อยละ 59.49 แหล่งจำหน่ายที่ซื้อบ่อยที่สุดคือ ห้างสรรพสินค้า ร้อยละ 50.77 ปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการเลือกซื้อจากแหล่งจำหน่ายคือ คุณภาพสินค้า ร้อยละ 46.15 สื่อที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์คือ โทรทัศน์ ร้อยละ 23.80

5.2 อภิปรายผล

ผลจากการศึกษาทัศนคติต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ของผู้บริโภคในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตอนล่าง 1 มีประเด็นที่สำคัญ สามารถนำมาอภิปรายตามผลการศึกษาดังนี้

ประเด็นที่ 1 ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีทัศนคติเชิงบวกต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Tsakiridou, Boutsouki, Zotos and Mattas (2008) พบว่าร้อยละ 67.40 ของกลุ่มตัวอย่างมีความตระหนักถึงสินค้าเกษตรอินทรีย์ โดยที่ผู้บริโภคโดยรวมมีความเชื่อว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์เป็นสินค้าที่ดีต่อสุขภาพเนื่องจากไม่มีสารพิษตกค้าง และมีความรู้สึกปลอดภัยที่ได้บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Radman (2005) พบว่า ผู้บริโภคมองสินค้าเกษตรอินทรีย์เป็นสินค้าเพื่อสุขภาพ รองลงมาเป็นสินค้าที่มีคุณภาพดี มีราคาแพง และรสชาติดี และ Chen (2009) พบว่าการตระหนักถึงสุขภาพ และการตระหนักต่อสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อทัศนคติต่ออาหารอินทรีย์ รวมถึงงานวิจัยของ กัลยาณี กุลชัยและพีรชัย กุลชัย (2549) พบว่าเหตุผลที่เลือกบริโภคผักอินทรีย์มากที่สุดคือมีความปลอดภัยจากสารเคมี และจากงานวิจัยของ นันทนา จินดาสุรารักษ์ และ สมฤดี ศรีพนมธนากร (2547) ศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคต่อส่วนประสมการตลาดในมุมมองผู้บริโภคพบว่าในด้านความจำเป็นและความต้องการ ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการเป็นสินค้าเพื่อสุขภาพซึ่งเป็นคุณสมบัติของข้าวอินทรีย์ที่สำคัญมากที่สุด

ในขณะที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังมีความเชื่อที่ว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์ไม่จำเป็นต้องได้รับการรับรองจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของโครงการต่อเนื่องรับการสนับสนุนจากสหภาพยุโรป (2004) พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความสับสนเกี่ยวกับความหมายของคำว่าอินทรีย์ และไม่ทราบการออกใบรับรองและการติดฉลากอินทรีย์ทำให้ผู้บริโภคไม่แน่ใจและสงสัยเกี่ยวกับการผลิต แต่แตกต่างจากผลการวิจัยของ กัลยาณี กุลชัยและพีรชัย กุลชัย (2549) พบว่าผู้บริโภคมีทัศนคติเรื่องของการรับรองมาตรฐานโดยหน่วยงานของราชการมีผลต่อการตัดสินใจซื้อเพราะสร้างความมั่นใจในคุณภาพผักอินทรีย์ให้มีความน่าเชื่อถือ โดยที่ตราสินค้าและฉลากผักอินทรีย์มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อ รวมถึงงานวิจัยของ นันทนา จินดาสุรารักษ์ และ สมฤดี ศรีพนมธนากร (2547) พบว่า สิ่งที่ทำให้ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นในข้าวอินทรีย์ คือ โลโก้มาตรฐานรับรองจากองค์กรที่เชื่อถือได้บนบรรจุภัณฑ์

ประเด็นที่ 2 การศึกษาความแตกต่างของทัศนคติของผู้ที่เคยบริโภคและไม่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ ซึ่งหากพิจารณาทัศนคติโดยภาพรวมไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ แต่เมื่อพิจารณารายด้านพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ คือ 1) ด้านความเชื่อ ผู้ที่เคยบริโภคมีความเชื่อที่ว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์มีคุณค่าทางโภชนาการมากกว่าสินค้าทั่วไปมากกว่าผู้ที่ไม่เคยบริโภค 2) ด้านความรู้สึก ผู้ที่เคยบริโภคมีความรู้สึกไว้วางใจผู้ผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ มีความรู้สึกเต็มใจที่จะจ่ายเงินซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ซึ่งมีราคาสูงกว่าสินค้าทั่วไปและมีความรู้สึกปลอดภัยที่ได้บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ มากกว่าผู้ที่ไม่เคยบริโภค และ 3) ด้านความตั้งใจที่จะแสดงออกซึ่งพฤติกรรม ผู้ที่เคยบริโภคจะชักชวนให้คนอื่นบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์มากกว่าผู้ที่ไม่เคยบริโภค ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Tsakiridou, Boutsouki, Zotos and Mattas (2008) ที่

พบว่าผู้ที่ซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์มีทัศนคติเชิงบวกมากกว่าผู้ที่ไม่ซื้ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยกลุ่มผู้ที่ซื้อจะมีความพึงพอใจในคุณภาพและความหลากหลายของสินค้าเกษตรอินทรีย์ รวมถึงข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมและสุขภาพ ในขณะที่กลุ่มผู้ที่ไม่ซื้อให้ความสำคัญกับราคา

ประเด็นที่ 3 ความแตกต่างด้านประชากรศาสตร์ต่อทัศนคติต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ ซึ่งแบ่งเป็นลักษณะประชากรศาสตร์ได้ดังนี้

เพศ ของผู้ที่เคยบริโภคและไม่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ มีทัศนคติต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ สอดคล้องกับงานวิจัย Tsakiridou, Boutsouki, Zotos and Mattas (2008) แต่ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ Lea and Worsley (2005) ซึ่งพบว่าเพศหญิงมีทัศนคติเชิงบวกต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์มากกว่าเพศชาย

อายุ ของผู้ที่เคยบริโภคและไม่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ มีทัศนคติต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ Lea and Worsley (2005) พบว่าผู้ที่มีอายุสูงกว่าจะมีความเชื่อต่ออาหารอินทรีย์มากกว่าผู้ที่มีอายุน้อย และงานวิจัยของ Tsakiridou, Boutsouki, Zotos and Mattas (2008) พบว่าผู้ที่มีอายุสูงกว่าจะมีทัศนคติเชิงบวกสูงกว่าผู้ที่มีอายุน้อย

ระดับการศึกษา ของผู้ที่เคยบริโภคและไม่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ มีทัศนคติต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งการวิจัยนี้พบว่าระดับปริญญาตรีสูงสุด รองลงมาคือต่ำกว่าปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ Tsakiridou, Boutsouki, Zotos and Mattas (2008) ซึ่งพบว่าผู้ที่มีการศึกษาสูงกว่าจะมีความเชื่อในคุณค่าของสินค้าเกษตรอินทรีย์สูงกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำกว่า และไม่สอดคล้องกับ Lea and Worsley (2005) ซึ่งพบว่าการศึกษาที่แตกต่างกันมีความเชื่อไม่แตกต่างกัน รวมถึงงานวิจัยของ กัลยาณี กุลชัยและพีรชัย กุลชัย (2549) พบว่าการศึกษาที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อการบริโภคผักอินทรีย์ที่แตกต่างกัน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ของผู้ที่เคยบริโภคและไม่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ มีทัศนคติต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งจากงานวิจัยมีความแตกต่างที่ไม่เป็นไปตามแนวโน้มจากมากไปน้อยหรือน้อยไปมาก ซึ่งไม่สอดคล้องกับ Tsakiridou, Boutsouki, Zotos and Mattas (2008) พบว่าผู้ที่มีรายได้สูงกว่าจะมีทัศนคติเชิงบวกต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์สูงกว่ารายได้ต่ำกว่า รวมถึงงานวิจัยของ กัลยาณี กุลชัยและพีรชัย กุลชัย (2549) พบว่าระดับรายได้ที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อการบริโภคผักอินทรีย์ที่แตกต่างกัน

ประเด็นที่ 4 ศึกษาพฤติกรรมของผู้ที่เคยบริโภคและไม่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ ดังนี้

ผู้ที่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ พบว่า เหตุผลที่สำคัญที่สุดในการบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ในครั้งแรกคือ เพื่อสุขภาพ ร้อยละ 76.92 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Chen (2009) พบว่าการตระหนักถึงสุขภาพจะมีความสัมพันธ์ในระดับที่สูงกว่าการตระหนักต่อสิ่งแวดล้อม และRadman (2005) พบว่าผู้บริโภคมองว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์ เป็นสินค้าเพื่อสุขภาพ รองลงมาเป็นสินค้าที่มีคุณภาพดี มีราคาแพง และรสชาติดีตามลำดับ และองค์กรมมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ภาคเหนือ (2549) พบว่าเหตุผลในการเลือกซื้อจะคำนึงถึงด้านสุขภาพมากกว่าทัศนคติส่วนตัวและการรักษาสิ่งแวดล้อมตามลำดับ และงานวิจัยนี้พบว่าบุคคลที่มีอิทธิพลมากที่สุดในการตัดสินใจซื้อคือ ตัวเอง ร้อยละ 68.2 สอดคล้องกับ พุริยา สิริภัทรไพศาล (2550) ซึ่งพบว่าบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคผักปลอดสารพิษ คือ ตัวผู้บริโภคเอง

ผู้ที่ไม่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ ให้เหตุผลที่สำคัญที่สุดที่ไม่เคยบริโภค เนื่องจากไม่มีข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย องค์กรมมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ภาคเหนือ (2549) พบว่า ผู้บริโภคคิดว่าหาซื้อผักอินทรีย์ยาก และไม่ทราบแหล่งจัดจำหน่าย รวมถึงงานวิจัยโครงการต่อเนื่องรับการสนับสนุนจากสหภาพยุโรป (2004) ซึ่งพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความสับสนเกี่ยวกับความหมายของคำว่าอินทรีย์ และไม่ทราบการออกไปรับรองและการติดฉลากอินทรีย์ ทำให้ผู้บริโภคไม่แน่ใจและสงสัยเกี่ยวกับการผลิต ซึ่งผู้บริโภคจำนวนมากไม่ไว้วางใจการกำกับดูแลอาหารอินทรีย์และการผลิตปลาแซลมอน

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปประยุกต์ใช้

จากการวิจัยทัศนคติต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ของผู้บริโภคในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตอนล่าง 1 สามารถสรุปข้อเสนอแนะจากงานวิจัยได้ดังนี้

5.3.1.1 จากข้อมูลของผู้ที่ไม่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ส่วนใหญ่ให้เหตุผลที่ไม่เคยบริโภคเนื่องจากไม่มีข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า แต่มีทัศนคติเชิงบวกต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์และมีแนวโน้มที่จะบริโภค โดยมีปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการเลือกซื้อคือคุณภาพของสินค้า ข้อมูลเบื้องต้นดังกล่าวสามารถนำไปสร้างสิ่งกระตุ้นให้เกิดความต้องการบริโภค โดยเริ่มต้นจากการสื่อสารให้ผู้บริโภคได้รับรู้ถึงตัวผลิตภัณฑ์ เช่น คุณค่าและประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ การบรรจุภัณฑ์ และตราสินค้า โดยใช้แหล่งข้อมูลที่ผู้บริโภคสามารถรับรู้ได้สะดวกที่สุด จากข้อมูลนี้คือ งานแสดงสินค้า ซึ่งจะสร้างโอกาสให้ทั้งผู้ผลิต ผู้ประกอบการ และผู้บริโภค รวมถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้แลกเปลี่ยนข้อมูลที่เป็นประโยชน์เพื่อนำกลับไปปรับปรุงและพัฒนาสินค้าต่อไป รองลงมาคือ โทรทัศน์ ซึ่งเป็นสื่อที่ผู้บริโภคได้รับทั้งภาพและเสียง

5.3.1.2 จากข้อมูลของผู้ที่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ส่วนใหญ่ให้เหตุผลที่สำคัญที่สุดในการตัดสินใจซื้อสินค้าในครั้งแรกคือเพื่อสุขภาพ โดยส่วนใหญ่บริโภคผักอินทรีย์ เพราะมีความปลอดภัยไม่มีการปนเปื้อนของสารเคมี โดยมีทัศนคติเชิงบวกต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ โดยมีความตั้งใจที่จะซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์เพิ่มมากขึ้นถ้าหากมันมีราคาไม่แพง และมีความรู้สึกรว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์มีให้เลือกไม่หลากหลาย ซึ่งเป็นสัญญาณที่ดีต่อผู้ผลิตและผู้ประกอบการ รวมถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่จะส่งเสริมให้มีการผลิตสินค้าโดยเพิ่มความหลากหลายของสินค้า และเพิ่มปริมาณสินค้าในท้องตลาดให้มากขึ้นอาจส่งผลให้ราคาของสินค้าลดลงตามหลักเศรษฐศาสตร์ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในด้านของราคาสินค้าเกษตรอินทรีย์ซึ่งจากผลการศึกษาพบว่าผู้ที่เคยบริโภคมีความตั้งใจที่จะซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์เพิ่มมากขึ้นถ้าหากมันมีราคาไม่แพง

5.3.1.3 จากข้อมูลทัศนคติด้านความเชื่อที่ว่า ผักอินทรีย์ ผักปลอดสารพิษ ผักอนามัย เกิดจากวิธีการปลูกที่เหมือนกันเพียงแต่เรียกชื่อต่างกันนั้น ทำให้ทราบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังขาดความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ และความเชื่อเกี่ยวกับการรับรองมาตรฐานสินค้าเกษตรอินทรีย์จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทำให้ทราบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังขาดความเข้าใจเกี่ยวกับการรับรองมาตรฐานสินค้าเกษตรอินทรีย์ ดังนั้นผู้ที่เกี่ยวข้องควรทำการเพิ่มข้อมูลการประชาสัมพันธ์ในเรื่องนี้เพื่อให้ผู้บริโภคมีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง อาจผ่านทางสื่อที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อมากที่สุดของผู้บริโภคคือ โทรทัศน์ หรือ งานแสดงสินค้า

5.3.1.4 จากข้อมูลทัศนคติที่มีต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ของผู้บริโภคในจังหวัดสุรินทร์ พบว่า ผู้ที่ไม่เคยบริโภคโดยรวมมีทัศนคติเฉย ๆ กับความรู้สึกรู้สึกภูมิใจที่เลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์เพราะมีส่วนช่วยป้องกันสิ่งแวดล้อมและสินค้าเกษตรอินทรีย์มีคุณค่าทางโภชนาการมากกว่าสินค้าทั่วไป ในขณะที่ผู้ที่เคยบริโภคโดยรวมมีทัศนคติเฉย ๆ ในเรื่องของการรับรองมาตรฐานจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จากข้อมูลดังกล่าว ควรมีการประชาสัมพันธ์เพิ่มเติมในส่วนของผู้บริโภคกับการมีส่วนร่วมในการดูแลสิ่งแวดล้อม การเปรียบเทียบคุณค่าทางโภชนาการระหว่างสินค้าเกษตรอินทรีย์กับสินค้าทั่วไป และความสำคัญของมาตรฐานการรับรองสินค้าเกษตรอินทรีย์ เพื่อให้ผู้บริโภคมีความรู้ความเข้าใจเพิ่มมากขึ้นและมีทัศนคติที่ดีและถูกต้องกับเรื่องดังกล่าว

5.3.2 ข้อเสนอแนะจากผู้วิจัย

จากผลการศึกษาและข้อจำกัดในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในการทำการวิจัยในครั้งต่อไป ดังนี้

5.3.2.1 การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาทัศนคติซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของปัจจัยด้านจิตวิทยา โดยเป็นหนึ่งในปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งในการวิจัยครั้งต่อไปควรทำการศึกษาในด้านอื่น ๆ เช่น การรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าเกษตรอินทรีย์ รูปแบบการดำเนินชีวิตกับการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าเกษตร รวมถึงการศึกษาเปรียบเทียบคุณค่าทางโภชนาการของสินค้าเกษตรอินทรีย์กับสินค้าทั่วไปในประเทศไทย เพื่อใช้เป็นข้อมูลการอ้างอิงคุณสมบัติและประโยชน์ของสินค้าเกษตรอินทรีย์ให้ผู้บริโภคเกิดความมั่นใจในสินค้าเพิ่มมากขึ้น

5.3.2.2 การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 เท่านั้น ควรมีการศึกษากลุ่มตัวอย่างในพื้นที่อื่น ๆ ด้วย เนื่องจากแหล่งที่อยู่อาศัยที่ต่างกันอาจมีผลให้ทัศนคติของผู้บริโภคแตกต่างกันด้วย

5.3.2.3 ในการศึกษาครั้งต่อไปควรทำการศึกษาเจาะลึกในกลุ่มผู้ที่ไม่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์เพื่อค้นหาสิ่งที่สามารถกระตุ้นให้เกิดการบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์



รายการอ้างอิง

กรมการปกครอง.กระทรวงมหาดไทย. ข้อมูลสถิติเกี่ยวกับจำนวนประชากร 2554. [ออนไลน์]. ได้

จาก: www.dopa.go.th

กรมปศุสัตว์. ระบบการผลิตเกษตรอินทรีย์. [ออนไลน์]. ได้จาก : <http://www.dld.go.th/organic/principle/principle.html>

กรมส่งเสริมการเกษตร. 2551. หลักการผลิตข้าวอินทรีย์ [ออนไลน์]. ได้จาก :

<http://www.servicelink.doae.go.th/webpage/book%20PDF/rice/r015.pdf>

กรองยุโรปเพื่อไทย. 2551. โอกาสและข้อจำกัดของเกษตรอินทรีย์ไทย [ออนไลน์]. ได้จาก :

<http://news.thaieurope.net/content/view/2819/211/>

กัลยาณี กุลชัยและพีรชัย กุลชัย. (2549). พฤติกรรม ทักษะคติ และปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคผักอินทรีย์ในเขตกรุงเทพมหานคร. งานวิจัยเพื่อการประชุมทางวิชาการของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ครั้งที่ 44.

นัตยาพร เสมอใจ.(2550).พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : บริษัท ซีเอ็ดดูเคชั่น จำกัด (มหาชน).

ดารา ทีปะปาล.(2542).พฤติกรรมผู้บริโภค. พิมพ์ครั้งที่ 1 : ห้างหุ้นส่วนจำกัด รุ่งเรืองสาส์นการพิมพ์.

ชานินทร์ ศิลป์จารุ. (2550). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ: บริษัท วี.อินเตอร์ พรีนซ์ จำกัด.

ผู้จัดการออนไลน์. 2551. สถาบันอาหารชี้เกษตรอินทรีย์โลกมาแรงแนะผู้ประกอบการเร่งบุกตลาด [ออนไลน์]. ได้จาก : <http://www.manager.co.th/SMEs/ViewNews.aspx?NewsID=9510000081759>

ณัฐพร สิริลัพท์.(2551). ความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับสินค้าผักอินทรีย์เปรียบเทียบกับผักที่ได้รับสารเคมี. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

นันทนา จินดาสุรารักษ์ และ สมฤดี ศรีพนมธนากร. (2547). ทักษะคติและพฤติกรรมในการเลือกซื้อข้าวอินทรีย์ในร้านค้าปลีกเฉพาะด้านของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. ศึกษาอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

บล็อกความรู้. 2554. รวมรายงาน-โอกาส เจาะตลาดเกษตรอินทรีย์ [ออนไลน์]. ได้จาก :

<http://www.wiseknow.com/blog/2008/10/02/985/#axzz1MwdvSuUe>

พริยา สิริภัทรไพศาล. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภคและส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อแนวโน้มการตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษในซูเปอร์มาร์เก็ตเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

วรรณลดา สุนันทพงศ์ศักดิ์. (2547). เกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย [ออนไลน์]. ได้จาก <http://www.organicthailand.com>

วิกิพีเดียสารานุกรมเสรี. 2554. เกษตรอินทรีย์. [ออนไลน์]. ได้จาก :

<http://th.wikipedia.org/wiki/%E0%B9%80%E0%B8%81%E0%B8%A9%E0%B8%95%E0%B8%A3%E0%B8%AD%E0%B8%B4%E0%B8%99%E0%B8%97%E0%B8%A3%E0%B8%B5%E0%B8%A2%E0%B9%8C>

ศิริวรรณ เสรีรัตน์.(2550).พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : บริษัท ซีระฟิล์ม และไซเท็กซ์ จำกัด.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2543). หลักการตลาด. กรุงเทพฯ: บริษัท ซีระฟิล์ม และไซเท็กซ์ จำกัด.

ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์. (2547). หลักการตลาด. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ท็อป

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. 2547. สินค้าเกษตรอินทรีย์-โอกาสของไทยในตลาดโลก [ออนไลน์]. ได้จาก :

<http://positioningmag.com/prnews/prnews.aspx?id=24865>

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. 2551. เกษตรอินทรีย์ไทยโอกาสก้าวไกลหากภาครัฐเร่งยกระดับมาตรฐานการผลิต [ออนไลน์]. ได้จาก : <http://library.dip.go.th/multim6/edoc/17137.pdf>

ศูนย์ปฏิบัติข้อมูลการตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์. 2551. ตลาดเกษตรอินทรีย์โลกเติบโตอย่างต่อเนื่อง [ออนไลน์]. ได้จาก: http://www.organic.moc.go.th/view_news.aspx?data_id=554&control_id=121&pv=32&view=1

ศูนย์ปฏิบัติข้อมูลการตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์. 2551. สินค้าอินทรีย์โอกาสของไทยในตลาดโลก

[ออนไลน์]. ได้จาก: http://pcoc.moc.go.th/moc_cim/uploadfile/32/txt/สินค้าเกษตรอินทรีย์1.txt

ศูนย์รวบรวมข้อมูลธุรกิจเฟรนไชส์ที่ใหญ่ที่สุดในโลก. 2551. แนวโน้มกระแสผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มเกษตรอินทรีย์กำลังมาแรง [ออนไลน์]. ได้จาก : <http://www.thaifranchise>

[center.com/document/show.php?docuID=198](http://www.thaifranchise.com/document/show.php?docuID=198)

สหกรณ์กรีนเนท. 2553. ภาพรวมการผลิตเกษตรอินทรีย์ไทย [ออนไลน์]. ได้จาก :

<http://www.greennet.or.th/Research/t5102.html>

สายสวรรค์ ขยันยิ่ง. 2554. หนูนเกษตรอินทรีย์ หลังตลาดยุโรปนิยม [ออนไลน์]. ได้จาก :

<http://www.saisawankhayanying.com/tag/%E0%B9%80%E0%B8%A8%E0%B8%A3%E0%B8%A9%E0%B8%90%E0%B8%81%E0%B8%B4%E0%B8%88/>

- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2551. **แผนยุทธศาสตร์การ
พัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ ฉบับที่ 1 พ.ศ.2551-2554 และแผนปฏิบัติการพัฒนาเกษตร
อินทรีย์แห่งชาติ พ.ศ.2551-2554** [ออนไลน์]. ได้จาก : <http://www.nesdb.go.th/Default.aspx?tabid=256>
- สำนักงานนวัตกรรม. 2552. **มุมมองที่มีต่อแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ**
[ออนไลน์]. ได้จาก : <http://www.nia.or.th/innolinks/page.php?issue=200908§ion=1>
- องค์กรมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ภาคเหนือ.(2549) **ทัศนคติที่มีผลต่ออาหารเกษตรอินทรีย์**. รายงาน
การวิจัยโครงการนำร่องเพื่อพัฒนาเกษตรกรรมยั่งยืนของเกษตรกรรายย่อยภูมินิวศ
เชียงใหม่-ลำพูน.
- องค์ความรู้พัฒนาตนเอง. **ทัศนคติ** [ออนไลน์]. ได้จาก <http://www.novabizz.com/NovaAce>
อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2546). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ : บริษัท บุ๊คลิง จำกัด
- Ajzen, I. and Fishbein, M. (1980). **Understanding Attitudes and Predicting Behavior**.
Engelwood Cliffs, NJ : Prentice-Hall. อ้างถึงใน นิตยาพร เสมอใจ.(2550). **พฤติกรรม
ผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ : บริษัท ซีเอ็ดดูเคชั่น จำกัด (มหาชน).
- Biemans, S., Z. (2011). **Polish consumer food choices and beliefs about organic food**. British
Food Journal 113(1) : 122-137
- Blackwell, R. D., Miniard, P. W. and Engel, J. F. (2006). **Consumer Behavior**. 10th ed. Canda :
Thomson South-Western. อ้างถึงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์.(2538). **พฤติกรรมผู้บริโภค**.
กรุงเทพฯ:กรุงเทพฯ : บริษัท ซีระฟิล์ม และไซเท็กซ์ จำกัด.
- Chen, M., f. (2009). **Attitude toward organic foods among Taiwanese as related to health
consciousness, environmental attitudes, and the mediation effects of a healthy
lifestyle**. Journal : 165-178
- Kotler, P. (2003). **Marketing Management**. 11th ed. New Jersey : Prentice-Hall. อ้างถึงใน
ศิริวรรณ เสรีรัตน์.(2538). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ:กรุงเทพฯ : บริษัท ซีระฟิล์ม
และไซเท็กซ์ จำกัด.
- Kotler, Philip. (2006). **Marketing Management**. 12th ed . Pearson : Prentice Hall
- Lea, E. and Worsley, T. (2005). **Australians' organic food beliefs. Demographics and Values**.
British Food Journal 107(11) : 855-869
- Petchdakul, N. (2004). **Opportunities of thai organic food in the European Countries:
Case studies of Germany, The United Kingdom and France**. Ph.D. Business
Administration, Thammasat University.

- Nunnally, J. C. and Bernstein, I. H. (1994). **Psychometric Theory**. 3rd ed. New York: McGraw-Hill Book Company.
- Ozcelik, A. A., Ucar, A. (2008). **Turkish academic staffs' perception of organic food**. British Food Journal 110(9) : 948-960.
- Project funded by the European Union FAIR programme (DGXII-ELSA). (2004). **The European consumers' understanding and perceptions of the "Organic" food regime**. British food Journal 106(2) : 93-105
- Radman, M. (2005). **Consumer consumption and perception of organic products in Croatia**. British Food Journal 107(4) : 263-273
- Tsakiridou, E., Boutsouki, C., Zotos, C. and Mattas, K. (2008). **Attitudes and behaviour towards organic products: an exploratory study**. International Journal of Retail & Distribution Management 36(2) : 158-175.
- Schiffman, L. G. and Kanuk, L. L. (2007). **Consumer behavior**. 5th ed. New Jersey : Prentice-Hall. อ้างอิงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : บริษัท ซีระฟิล์ม และ โซเท็กซ์ จำกัด.
- Solomon, Michael R. (2004). **Consumer Behavior : Buying, Having and Being**. 6th ed. New jersey : Prentice Hall.





แบบสอบถาม

แบบสอบถามฉบับนี้ เป็นส่วนประกอบในการจัดทำวิทยานิพนธ์เรื่อง ทักษะติดต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ของผู้บริโภค ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตอนล่าง 1 (นครราชสีมา ชัยภูมิ บุรีรัมย์ สุรินทร์) ซึ่งการวิจัยนี้ทำการศึกษาผู้ที่รู้จักสินค้าเกษตรอินทรีย์ทั้งที่เคยบริโภคและไม่เคยบริโภค สินค้าเกษตรอินทรีย์เพื่อให้ผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำข้อมูลไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์ด้านการตลาดและการสื่อสารทางการตลาด

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม และขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

แบบสอบถามนี้แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 3 ทักษะที่มีต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์

นางสาวอัจฉริยาพร ศรีหมื่นไวย

นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

คำนิยามศัพท์

- **สินค้าเกษตรอินทรีย์** หมายถึง สินค้าประเภท ข้าว ผัก และเนื้อสัตว์ ที่ผลิตมาจากระบบเกษตรที่เน้นการปรับปรุงดิน ลดการใช้ปัจจัยการผลิตภายนอกและหลีกเลี่ยงการใช้สารเคมีสังเคราะห์ เช่น ปุ๋ย สารกำจัดศัตรูพืชและเวชภัณฑ์สำหรับสัตว์ โดยพยายามประยุกต์ใช้ธรรมชาติในการเพิ่มผลผลิตและพัฒนาความความต้านทานต่อโรคของพืชและสัตว์
- **พฤติกรรม** หมายถึง การกระทำของบุคคลในการค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมินผลและการใช้จ่ายเพื่อให้ได้สินค้าเกษตรอินทรีย์
- **ทัศนคติ** หมายถึง ความรู้ความเข้าใจหรือความเชื่อ ความรู้สึก และความตั้งใจที่จะแสดงออกซึ่งพฤติกรรมที่มีต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่อง หมายความว่าตรงกับตัวท่านมากที่สุด

1. เพศ

- ชาย หญิง

2. อายุ

- 20 -29 ปี 30 -39 ปี 40 -49 ปี 50 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษาสูงสุด

- ต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรี

4. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- ต่ำกว่า 10,000 บาท 10,000 - 20,000 บาท
 20,001 – 30,000 บาท มากกว่า 30,000 บาท

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่อง หมายความว่าตามความเป็นจริง

1. ท่านเคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์หรือไม่

- ไม่เคยบริโภค (ตอบคำถามในส่วนที่ 2.1) หน้า 3
 เคยบริโภค (ตอบคำถามในส่วนที่ 2.2) หน้า 4

ส่วนที่ 2.1 สำหรับผู้ที่ไม่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่อง หมายความว่าตามความเป็นจริง

1. เหตุผลที่สำคัญที่สุดที่ท่านไม่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ (ตอบเพียงข้อเดียว)

- 1.1) ราคาแพง 1.2) ไม่เชื่อถือในคุณภาพ
 1.3) หาซื้อยาก 1.4) ไม่มีความจำเป็นต้องบริโภค
 1.5) ไม่มีข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า 1.6) อื่น ๆ โปรดระบุ.....

2. ถ้าท่านมีโอกาสบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ ท่านจะเลือกบริโภคสินค้าประเภทใดก่อน

- 2.1) ข้าวอินทรีย์ 2.2) ผักอินทรีย์ 2.3) เนื้อสัตว์อินทรีย์

3. ถ้าท่านจะซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ บุคคลใดที่จะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อมากที่สุด (ตอบเพียงข้อเดียว)

- 3.1) ตัวเอง 3.2) สมาชิกในครอบครัว
 3.3) เพื่อน 3.4) พนักงานขาย
 3.5) อื่น ๆ โปรดระบุ.....

4. ท่านเต็มใจที่จะจ่ายเงินซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ในราคาที่สูงกว่าของราคาสินค้าทั่วไปกี่เปอร์เซ็นต์

- 4.1) ต่ำกว่า 10 % 4.2) 10 – 20 %
 4.3) 21 – 30 % 4.4) 30 % ขึ้นไป

5. แหล่งข้อมูลใดที่ท่านสะดวกในการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าเกษตรอินทรีย์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 5.1) โทรทัศน์ | <input type="checkbox"/> 5.2) วิทยุ |
| <input type="checkbox"/> 5.3) หนังสือพิมพ์ | <input type="checkbox"/> 5.4) นิตยสาร/วารสาร |
| <input type="checkbox"/> 5.5) แผ่นพับใบปลิว | <input type="checkbox"/> 5.6) แผ่นป้ายโฆษณา |
| <input type="checkbox"/> 5.7) การบอกต่อโดยบุคคล | <input type="checkbox"/> 5.8) งานแสดงสินค้า |
| <input type="checkbox"/> 5.9) อินเทอร์เน็ต | <input type="checkbox"/> 5.10) อื่น ๆ โปรดระบุ..... |
6. ถ้าท่านจะซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ ท่านคิดว่าจะเลือกซื้อจากแหล่งใด (ตอบเพียงข้อเดียว)
- | | | |
|--|--|--|
| <input type="checkbox"/> 6.1) ห้างสรรพสินค้า | <input type="checkbox"/> 6.2) ร้านค้าเพื่อสุขภาพ | <input type="checkbox"/> 6.3) งานแสดงสินค้า |
| <input type="checkbox"/> 6.4) โรงพยาบาล | <input type="checkbox"/> 6.5) หน่วยงานราชการ | <input type="checkbox"/> 6.6) ผู้ผลิตโดยตรง |
| <input type="checkbox"/> 6.7) ตลาดสด | <input type="checkbox"/> 6.8) ตลาดนัด | <input type="checkbox"/> 6.9) อื่น ๆ โปรดระบุ..... |
7. ปัจจัยใดที่สำคัญที่สุดในการเลือกซื้อสินค้าจากแหล่งจำหน่าย (ตอบเพียงข้อเดียว)
- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 7.1) ราคา | <input type="checkbox"/> 7.2) คุณภาพสินค้า |
| <input type="checkbox"/> 7.3) สะดวกในการซื้อหา | <input type="checkbox"/> 7.4) การส่งเสริมการตลาด |
8. แนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ของท่าน
- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 8.1) บริโภคแน่นอน | <input type="checkbox"/> 8.2) มีแนวโน้มที่จะบริโภค |
| <input type="checkbox"/> 8.3) มีแนวโน้มที่จะไม่บริโภค | <input type="checkbox"/> 8.4) ไม่บริโภคแน่นอน |
9. ข้อเสนอแนะ
- 9.1.ด้านผลิตภัณฑ์
-
- 9.2 ด้านราคา
-
- 9.3 ด้านช่องทางการจำหน่าย
-
- 9.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด
-

ผู้ที่ไม่เคยบริโภคข้ามไปทำในส่วนที่ 3 หน้า 6

ส่วนที่ 2.2 สำหรับผู้ที่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่อง หน้าข้อความตามความเป็นจริง

1. ท่านบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ประเภทใดบ่อยที่สุด (ตอบเพียงข้อเดียว)
 - 1.1) ข้าวอินทรีย์ เพราะ
 - 1.1.1) ข้าวอินทรีย์มีความปลอดภัยไม่มีการปนเปื้อนของสารเคมี
 - 1.1.2) ข้าวอินทรีย์มีราคาเหมาะสมกับคุณภาพ
 - 1.1.3) ข้าวอินทรีย์หาซื้อได้ง่ายและสะดวก
 - 1.1.4) ข้าวอินทรีย์มีการประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆ
 - 1.1.5) อื่นๆ โปรดระบุ.....
 - 1.2) ผักอินทรีย์ เพราะ
 - 1.2.1) ผักอินทรีย์มีความปลอดภัยไม่มีการปนเปื้อนของสารเคมี
 - 1.2.2) ผักอินทรีย์มีราคาเหมาะสมกับคุณภาพ
 - 1.2.3) ผักอินทรีย์หาซื้อได้ง่ายและสะดวก
 - 1.2.4) ผักอินทรีย์มีการประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆ
 - 1.2.5) อื่นๆ โปรดระบุ.....
 - 1.3) เนื้อสัตว์อินทรีย์ เพราะ
 - 1.2.1) เนื้อสัตว์อินทรีย์มีความปลอดภัยไม่มีการปนเปื้อนของสารเคมี
 - 1.2.2) เนื้อสัตว์อินทรีย์มีราคาเหมาะสมกับคุณภาพ
 - 1.2.3) เนื้อสัตว์อินทรีย์หาซื้อได้ง่ายและสะดวก
 - 1.2.4) เนื้อสัตว์อินทรีย์มีการประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆ
 - 1.2.5) อื่นๆ โปรดระบุ.....
2. เหตุผลที่สำคัญที่สุดในการบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ในครั้งแรกของท่าน (ตอบเพียงข้อเดียว)
 - 2.1) เพื่อสุขภาพ
 - 2.2) เพื่อสิ่งแวดล้อม
 - 2.3) บริโภคตามกระแสนิยม
 - 2.4) เพื่อต้องการทดลองบริโภค
 - 2.5) อื่น ๆ โปรดระบุ.....
3. บุคคลที่มีอิทธิพลต่อท่านมากที่สุดในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์(ตอบเพียงข้อเดียว)
 - 3.1) ตัวเอง
 - 3.2) สมาชิกในครอบครัว
 - 3.3) เพื่อน
 - 3.4) พนักงานขาย
 - 3.5) อื่น ๆ โปรดระบุ.....
4. ท่านซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์บ่อยแค่ไหน (ตอบเพียงข้อเดียว)
 - 4.1) เป็นประจำทุกวัน
 - 4.2) 1 – 2 ครั้งต่อสัปดาห์
 - 4.3) 1 – 2 ครั้งต่อเดือน
 - 4.4) อื่น ๆ โปรดระบุ.....

5. ท่านใช้จ่ายในการซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ครั้งละประมาณเท่าใด (ตอบเพียงข้อเดียว)
- 5.1) ไม่เกิน 50 บาท 5.2) 51 - 200 บาท
- 5.3) 201 - 350 บาท 5.4) มากกว่า 350 บาท
6. ท่านซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์จากแหล่งใดบ่อยที่สุด (ตอบเพียงข้อเดียว)
- 6.1) ห้างสรรพสินค้า 6.2) ร้านค้าเพื่อสุขภาพ 6.3) งานแสดงสินค้า
- 6.4) โรงพยาบาล 6.5) หน่วยงานราชการ 6.6) ผู้ผลิตโดยตรง
- 6.7) ตลาดสด 6.8) ตลาดนัด 6.9) อื่น ๆ โปรดระบุ.....
7. ปัจจัยใดที่สำคัญที่สุดในการเลือกซื้อสินค้าจากแหล่งจำหน่าย (ตอบเพียงข้อเดียว)
- 7.1) ราคา 7.2) คุณภาพสินค้า
- 7.3) สะดวกในการซื้อหา 7.4) การส่งเสริมการขาย
8. ท่านได้รับอิทธิพลจากสื่อประเภทใดในการตัดสินใจซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ (ตอบมากกว่า 1 ข้อ)
- 8.1) โทรทัศน์ 8.2) วิทยุ
- 8.3) หนังสือพิมพ์ 8.4) นิตยสาร/วารสาร
- 8.5) แผ่นพับใบปลิว 8.6) แผ่นป้ายโฆษณา
- 8.7) การบอกต่อโดยบุคคล 8.8) งานแสดงสินค้า
- 8.9) อินเทอร์เน็ต 8.10) อื่น ๆ โปรดระบุ.....
9. ข้อเสนอแนะ
- 9.1.ด้านผลิตภัณฑ์
-
- 9.2 ด้านราคา
-
- 9.3 ด้านช่องทางการจำหน่าย
-
- 9.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด
-

ส่วนที่ 3 ทศนคติที่มีต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในตาราง ตามความเห็นของท่านเกี่ยวกับสินค้าเกษตรอินทรีย์
ซึ่งมีระดับคะแนนความคิดเห็น ดังนี้

- 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างมาก
- 2 หมายถึง ไม่เห็นด้วย
- 3 หมายถึง เฉย ๆ
- 4 หมายถึง เห็นด้วย
- 5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างมาก

ความคิดเห็น	ระดับความคิดเห็น				
	1	2	3	4	5
1. กระบวนการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ช่วยลดการทำลายความสมบูรณ์ของดินและน้ำ	1	2	3	4	5
2. สินค้าเกษตรอินทรีย์เป็นสินค้าที่ดีต่อสุขภาพเนื่องจากไม่มีสารพิษตกค้าง	1	2	3	4	5
3. สินค้าเกษตรอินทรีย์มีคุณค่าทางโภชนาการมากกว่าสินค้าทั่วไป		2	3	4	5
4. สินค้าเกษตรอินทรีย์มีรสชาติดีกว่าสินค้าทั่วไป	1	2	3	4	5
5. สินค้าเกษตรอินทรีย์ต้องได้รับการรับรองจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเท่านั้น	1	2	3	4	5
6. ผักอินทรีย์ ผักปลอดสารพิษ ผักอนามัย เกิดจากวิธีการปลูกที่เหมือนกันเพียงแต่เรียกชื่อต่างกัน	1	2	3	4	5
7. ท่านไม่เชื่อว่าสินค้าที่ติดฉลาก “Organic” หรือ “อินทรีย์” เป็นสินค้าเกษตรอินทรีย์	1	2	3	4	5
8. ท่านมีความไว้วางใจผู้ผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์	1	2	3	4	5
9. ท่านเต็มใจที่จะจ่ายเงินซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ซึ่งมีราคาสูงกว่าสินค้าทั่วไป	1	2	3	4	5
10. ท่านรู้สึกว่าคุณค่าสินค้าเกษตรอินทรีย์มีให้เลือกไม่หลากหลาย	1	2	3	4	5

ความคิดเห็น	ระดับความคิดเห็น				
	1	2	3	4	5
11. ท่านรู้สึกปลอดภัยที่ได้บริโภคน้ำมันคั่วเกษตรอินทรีย์	1	2	3	4	5
12. ท่านรู้สึกมั่นใจในคุณภาพสินค้ามากขึ้นหากได้รับความรู้เกี่ยวกับการรับประทานจากผู้ขาย	1	2	3	4	5
13. ท่านรู้สึกเป็นคนทันสมัยที่เลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์	1	2	3	4	5
14. ท่านรู้สึกภูมิใจที่เลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์เพราะมีส่วนช่วยป้องกันสิ่งแวดล้อม	1	2	3	4	5
15. ท่านจะชักชวนให้คนอื่นบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์	1	2	3	4	5
16. ท่านจะไม่ซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ถ้าหากมีรูปลักษณ์ไม่สวย	1	2	3	4	5
17. ท่านจะซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์เพิ่มมากขึ้นถ้าหากมันมีราคาไม่แพง	1	2	3	4	5
18. ท่านจะไม่บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์เพราะหาซื้อได้ยาก		2	3	4	5
19. ท่านจะเลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ก็ต่อเมื่อท่านมีปัญหาด้านสุขภาพ	1	2	3	4	5
20. ท่านจะเลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ก็ต่อเมื่อท่านได้ศึกษาข้อมูลอย่างดีแล้ว	1	2	3	4	5

ขอบพระคุณท่านที่เสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ ข.1 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่า t ที่ใช้วิเคราะห์ทัศนคติต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ ของผู้ที่เคยบริโภคและไม่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์

ความสำคัญขององค์ประกอบ ของทัศนคติ	ผู้ที่เคยบริโภค		ผู้ที่ไม่เคยบริโภค		t	P value
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
ด้านความเชื่อ	3.50	0.62	3.62	0.56	2.310	0.020*
กระบวนการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ช่วยลดการทำลายความสมบูรณ์ของดินและน้ำ	3.73	0.98	3.81	0.88	0.847	0.398
สินค้าเกษตรอินทรีย์เป็นสินค้าที่ดีต่อสุขภาพเนื่องจากไม่มีสารพิษตกค้าง	3.94	0.95	3.89	0.78	-0.604	0.546
สินค้าเกษตรอินทรีย์มีคุณค่าทางโภชนาการมากกว่าสินค้าทั่วไป	3.81	0.91	3.63	0.95	-2.054	0.041*
สินค้าเกษตรอินทรีย์มีรสชาติดีกว่าสินค้าทั่วไป	3.39	1.08	3.22	1.14	-1.624	0.107
สินค้าเกษตรอินทรีย์ต้องได้รับการรับรองจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเท่านั้น*	4.16	1.23	4.40	1.18	2.068	0.039*
ผักอินทรีย์ ผักปลอดสารพิษ ผักอนามัย เกิดจากวิธีการปลูกที่เหมือนกันเพียงแต่เรียกชื่อต่างกัน*	1.94	1.01	2.83	1.27	8.070	0.000*
ด้านความรู้สึ	3.60	0.54	3.53	0.50	-1.270	0.205
ไม่เชื่อว่าสินค้าที่ติดฉลาก “Organic” หรือ “อินทรีย์” เป็นสินค้าเกษตรอินทรีย์*	4.04	0.93	4.10	0.96	0.635	0.526
มีความไว้วางใจผู้ผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์	3.39	0.82	3.13	0.82	-3.275	0.001*

ตารางที่ ข.1 (ต่อ)

ความสำคัญขององค์ประกอบ ของทัศนคติ	ผู้ที่เคยบริโภค		ผู้ที่ไม่เคยบริโภค		t	P value
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
เต็มใจที่จะจ่ายเงินซื้อสินค้า เกษตรอินทรีย์ซึ่งมีราคาสูง กว่าสินค้าทั่วไป	3.77	1.01	3.56	0.89	-2.297	0.021*
รู้สึกว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์มี ให้เลือกไม่หลากหลาย*	2.22	1.20	2.23	1.04	0.984	0.320
รู้สึกปลอดภัยที่ได้บริโภค สินค้าเกษตรอินทรีย์	4.42	0.74	4.17	0.77	-3.444	0.001*
รู้สึกมั่นใจในคุณภาพสินค้า มากขึ้นหากได้รับความรู้ เกี่ยวกับการรับประทานจาก ผู้ขาย	4.05	0.99	4.06	1.12	0.088	0.930
รู้สึกเป็นคนทันสมัยที่เลือก บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์	3.19	1.01	3.32	0.73	1.487	0.138
รู้สึกภูมิใจที่เลือกบริโภค สินค้าเกษตรอินทรีย์เพราะมี ส่วนช่วยป้องกันสิ่งแวดล้อม	3.71	0.87	3.62	0.97	-1.079	0.281
ด้านความตั้งใจที่จะแสดงออก ซึ่งพฤติกรรม	3.96	0.69	4.05	0.62	1.329	0.180
จะชักชวนให้คนอื่นบริโภค สินค้าเกษตรอินทรีย์	4.06	0.90	3.59	4.06	-5.771	0.000*
จะไม่ซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ ถ้าหากมีอุปสรรคไม่สะดวก*	4.38	0.94	4.66	0.78	3.291	0.001*

ตารางที่ ข.1 (ต่อ)

ความสำคัญขององค์ประกอบ ของทัศนคติ	ผู้ที่เคยบริโภค		ผู้ที่ไม่เคยบริโภค		t	P value
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
จะซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์เพิ่ม มากขึ้นถ้าหากมันมีราคาไม่ แพง	4.53	0.85	4.58	0.85	0.536	0.592
จะไม่บริโภคสินค้าเกษตร อินทรีย์เพราะหาซื้อได้ยาก*	3.54	1.29	3.51	1.32	-0.202	0.840
จะเลือกบริโภคสินค้าเกษตร อินทรีย์ก็ต่อเมื่อมีปัญหาด้าน สุขภาพ*	3.81	0.97	4.06	0.94	2.738	0.006*
จะเลือกบริโภคสินค้าเกษตร อินทรีย์ก็ต่อเมื่อได้ศึกษา ข้อมูลอย่างดีแล้ว	3.46	1.15	3.88	1.29	3.592	0.000*

หมายเหตุ * หมายถึงข้อความเชิงลบ

ประวัติผู้เขียน

นางสาวอัจฉริยาพร ศรีหมื่นไวย เกิดเมื่อวันที่ 10 สิงหาคม 2523 เป็นบุตรของนายพันศักดิ์ ศรีหมื่นไวยและนางกาญจนา ศรีหมื่นไวย ที่อยู่ปัจจุบัน 38 ถนนพลสำน ตำบลในเมือง อำเภอเมือง นครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา

สำเร็จการศึกษาระดับชั้นประถมศึกษาที่โรงเรียนอนุบาลนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1-6 ที่โรงเรียนสุรนารีวิทยา จังหวัดนครราชสีมา และสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาบริหารธุรกิจ (การบัญชี) ที่สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ นครราชสีมา ในปีการศึกษา 2548 ได้เข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาโท หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ สำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี จังหวัดนครราชสีมา ปัจจุบันประกอบอาชีพนักบัญชีอิสระ

