

ทัศนคติของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อตรารับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์  
Attitude of Consumers in Mueang Chiang Mai District Towards Certified-Organic Marks of  
Agricultural Products

ณัฐรดา เนตรสว่าง\* และวรัท วิจิษฐ์\*

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงทัศนคติของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อตรารับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ จากกลุ่มตัวอย่างที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ไปเพื่อบริโภคโดยที่อาศัย ศึกษา หรือประกอบอาชีพอยู่ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำนวน 300 คน และได้้นำข้อมูลที่เกี่ยวข้องมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และใช้สถิติอ้างอิง (Inferential Statistics) ได้แก่ Chi-Square One-way ANOVA การวิเคราะห์ความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD และ Pearson's Correlation

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุ 31 – 40 ปี วุฒิการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพธุรกิจ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท และซื้อผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ 2 – 3 ครั้งต่อสัปดาห์ มีทัศนคติเกี่ยวกับความรู้ ความเข้าใจต่อตรารับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ในภาพรวมอยู่ในระดับน้อยที่สุด ทัศนคติเกี่ยวกับความรู้สึกที่มีต่อตรารับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทัศนคติเกี่ยวกับความคิดเห็นในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ที่มีต่อตรารับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกตามข้อมูลทั่วไป พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่เก็บข้อมูล อายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกัน มีทัศนคติเกี่ยวกับความรู้ ความเข้าใจต่อตรารับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ในภาพรวมแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานที่เก็บข้อมูล อายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่ต่างกันมีทัศนคติเกี่ยวกับความรู้สึกที่มีต่อตรารับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ในภาพรวมแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกัน มีทัศนคติเกี่ยวกับความคิดเห็นในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ที่มีต่อตรารับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ในภาพรวมแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อตรารับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ ซึ่งได้แก่ ความรู้ ความเข้าใจ ความรู้สึก และความคิดเห็นต่อตรารับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ มีความสัมพันธ์กันในทางบวกที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ABSTRACT

This research aims to investigate the attitude of 300 consumers residing, studying or earning a living in Chiang Mai toward the certified-organic marks of agricultural products. The collected data were analyzed for number, percentage, mean and standard deviation. The inferential statistics included Chi-square, One-Way ANOVA. The LSD and Pearson's Correlation were applied to analyze.

\* นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

\*\* ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อาจารย์ประจำภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

The study results revealed that most of the respondents were females aged between 31 and 40 with undergraduate degrees, involving in business occupation with an average monthly income between 10,001 and 20,000 baht. Their frequency in buying organic farming produce was two to three times a week. Their attitude toward knowledge on the marks was generally at the lowest level. Their attitude toward feelings about certified organic produce was at a high level. Their attitude toward opinions on buying certified organic produce was also at a high level. When classified according to their general information, it was found that the respondents with different residential areas, ages, and average monthly income had a different attitude toward knowledge about the marks at a significance level of 0.05. Those with different residential areas, ages and average monthly income had a different attitude toward feelings about the marks at a significance level of 0.05. Those with different ages and average monthly income had a different attitude toward the opinions on buying certified organic produce at a significance level of 0.05. The attitude toward the marks on knowledge, understanding, feelings and opinions on the marks was positively related at a significance level of 0.05.

## บทนำ

ในปัจจุบันผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ (Organic Product) เริ่มเป็นที่รู้จักมากขึ้น เนื่องจากกระแสความนิยมของประชากรโลกในการเลือกบริโภคอาหารที่ปลอดภัยกับสุขภาพเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และต้องการหลีกเลี่ยงจากการบริโภคสินค้าเกษตรที่ใช้สารเคมีและมีสารพิษตกค้างในอาหารส่งผลต่อชีวิตและสุขภาพ ทำให้อัตราการเจ็บป่วยของประชากรโลกเพิ่มขึ้น จากปัญหานี้ผู้บริโภคจึงหันมาให้ความสนใจในการเลือกซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์เพิ่มขึ้น แม้ว่าราคาสินค้าเกษตรอินทรีย์จะแพงกว่าสินค้าเกษตรทั่วไป ส่งผลให้ตลาดเกษตรอินทรีย์ทั้งภายในและต่างประเทศมีแนวโน้มเติบโตเพิ่มสูงขึ้น โดยเฉพาะในสหรัฐอเมริกา ยุโรป และจีน (สุณัฐวิทย์ น้อยโสภา, 2558)

ในประเทศไทยการทำเกษตรอินทรีย์ที่มีมาตรฐานรับรองมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ แสดงให้เห็นว่าผู้ผลิตและผู้ประกอบการเกษตรอินทรีย์ให้ความสนใจในการขอตรารับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์เพิ่มมากขึ้น อาจสืบเนื่องมาจากผู้ผลิตและผู้ประกอบการต้องการสร้างความมั่นใจและความน่าเชื่อถือในผลิตภัณฑ์ให้กับผู้บริโภค แต่จากตลาดที่มีการเติบโตมากขึ้นจึงทำให้ผู้ผลิตบางรายอาศัยช่วงกระแสความนิยมนี้ มุ่งแสวงหาผลกำไรโดยไม่คำนึงถึงความปลอดภัยของผู้บริโภคเป็นหลัก ทำให้ขาดคุณธรรมจริยธรรม และจรรยาบรรณต่อผู้บริโภค นำสินค้าที่ไม่ได้ผ่านการผลิตด้วยหลักเกษตรอินทรีย์มาวางขาย แอบอ้างว่าเป็นผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ค่อนข้างมาก ประกอบกับประเทศไทยไม่มีกฎหมายควบคุมการใช้คำว่า “ผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์” “ผลผลิตเกษตรอินทรีย์” หรือ “ออร์แกนิก” (Organic Product) บนฉลากผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ จึงถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือการตลาดส่งผลให้ผู้บริโภคขาดความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ในท้องตลาด (สทกรณ กรีนเนท, 2558) ดังนั้นการสร้างความมั่นใจในผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ให้กับผู้บริโภคจึงเป็นเรื่องที่ทั้งภาครัฐ ภาคธุรกิจ และภาคประชาชน เริ่มให้ความสำคัญกันมากขึ้น มีการสร้างระบบมาตรฐานการตรวจรับรองและตรามาตรฐานผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์สำหรับผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์เพื่อแสดงให้เห็นความแตกต่างของผลผลิตทางการเกษตรทั่วไป และผลผลิตทางการเกษตรอินทรีย์ที่มาตรฐานรับรอง โดยมาตรฐานการรับรองนี้จะช่วยให้ผู้บริโภคมั่นใจกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์มากขึ้น

ในการทำเกษตรอินทรีย์ของแต่ละประเทศนั้น มีวิธีการและปัจจัยการผลิตที่หลากหลาย หรือตามธรรมชาติแวดล้อมของพื้นที่ผลิตแตกต่างกัน ทำให้แต่ละประเทศมีการสร้างระบบมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ของตนเอง เพื่อใช้ในการควบคุมจัดการผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ภายในประเทศ และสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่นำเข้าจากประเทศอื่นให้มีคุณภาพตามมาตรฐานเกษตรอินทรีย์เพื่อคุ้มครองผู้บริโภคและสุขภาพของประชากรในประเทศ หรือเพื่อช่วยเหลือเกษตรกรในประเทศของตนเอง จึงได้สร้างตรามาตรฐานมารับรองผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ตามขอบเขตวัตถุประสงค์ของตนเอง ทำให้ปัจจุบันในตลาดทั่วโลกมีตรารับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์อยู่มากมาย อีกทั้งยังมีตรารับรองมาตรฐานสินค้าเกษตรอื่นๆอีก เช่น เกษตรปลอดภัย เกษตรปลอดภัย เกษตรไร้ดิน เกษตรอนามัย เป็นต้น สำหรับผู้บริโภคแล้ว การมีตรารับรองมาตรฐานมากมายหลายองค์กรทำให้ผู้บริโภคเกิดความสับสนและไม่สามารถแยกแยะได้ เพราะผู้บริโภคไม่สามารถที่จะเข้าใจถึงรายละเอียดมาตรฐานทางเทคนิคที่แตกต่างกันได้ (มูลนิธิชีววัน, 2558)

สำหรับจังหวัดเชียงใหม่ มีประชากรมากเป็นอันดับหนึ่งของภาคเหนือ โดยประชากรในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีจำนวน 235,589 คน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2561) ถือเป็นตลาดผู้บริโภคที่มีขนาดใหญ่ และมีกำลังซื้อสูง และมีแหล่งขายผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์หลายแห่ง นอกจากนั้นยังเป็นจังหวัดที่ได้รับการสนับสนุนผลักดันจากภาครัฐให้เป็นศูนย์กลาง (Hub) ในการส่งเสริมสินค้าเกษตรอินทรีย์ของ 17 จังหวัดภาคเหนือ เป็นจังหวัดนำร่องสู่ตลาดเกษตรอินทรีย์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ทำให้อำเภอเมืองเชียงใหม่เป็นแหล่งข้อมูลที่เหมาะสมสำหรับการศึกษา (เดิหน้าบูรณาการเกษตรอินทรีย์เชียงใหม่, 2558)

จากเหตุผลข้างต้น ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อตรารับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ เนื่องจากตรารับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์เป็นสิ่งที่บ่งชี้ถึงความแตกต่างจากสินค้าเกษตรทั่วไป มีการตรวจสอบกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์ว่าปราศจากการใช้สารเคมีใดๆ ทำให้ผู้บริโภคมั่นใจในผลิตภัณฑ์มากขึ้น จึงอยากจะทราบว่าผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่มีความรู้ความเข้าใจ ความรู้สึก และพฤติกรรมอย่างไรต่อตรารับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ เพื่อนำข้อมูลการวิจัยนี้เป็นแนวทางให้ผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์เข้าใจความรู้สึกนึกคิด และพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อตรารับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์มากขึ้น สามารถตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของผู้บริโภคได้ ใช้เป็นส่วนประกอบในการตัดสินใจว่าจะเลือกตรารับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์มาใช้ในการแข่งขันหรือไม่

## วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาถึงทัศนคติของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อตรารับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์

## ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงทัศนคติของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อตรารับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์
2. เป็นแนวทางให้ผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์เข้าใจความรู้สึกนึกคิด และพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อตรารับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์มากขึ้น สามารถตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของผู้บริโภคได้ และใช้เป็นส่วนประกอบในการตัดสินใจ

## นิยามศัพท์

**ผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่** หมายถึง ผู้บริโภคที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป ที่สามารถตัดสินใจเลือกบริโภคสินค้าได้เองและเป็นกลุ่มที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ไปเพื่อบริโภค ที่อาศัย ศึกษา และประกอบอาชีพอยู่ในอำเภอเมืองเชียงใหม่

**ตรารับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์** หมายถึง สัญลักษณ์ที่แสดงให้เห็นทราบว่าผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์นี้ได้ผ่านการตรวจรับรองจากหน่วยงานที่รับรองมาตรฐานด้านเกษตรอินทรีย์ โดยผู้ประกอบการจะต้องมีการผลิต แปรรูป หรือการจัดการผลผลิตทางการเกษตรอินทรีย์ที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานที่หน่วยงานนั้นๆ ระบุไว้ รวมทั้งมีการทำสัญญาในการใช้ตรารับรองกับหน่วยงาน

**ผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์** หมายถึง ผลผลิตที่ได้จากการทำการเกษตรที่มีระบบเกษตรที่ผลิตอาหารด้วยความยั่งยืนทางสิ่งแวดล้อม สังคม เศรษฐกิจอาศัยกระบวนการทางนิเวศวิทยา ความหลากหลายทางชีวภาพและวงจรธรรมชาติที่มีลักษณะเฉพาะของแต่ละพื้นที่ เน้นหลักการปรับปรุงบำรุงดิน การเคารพต่อศักยภาพทางธรรมชาติของพืช สัตว์ และนิเวศการเกษตร เกษตรอินทรีย์จึงเป็นการลดใช้ปัจจัยภายนอกและหลีกเลี่ยงการใช้สารสังเคราะห์

**ทัศนคติ** หมายถึง ระดับความคิด ความรู้สึกต่อบางสิ่งหรือบางสถานการณ์ ซึ่งสามารถนำไปสู่พฤติกรรมที่จะแสดงออกตอบสนองต่อสิ่งเร้า ซึ่งอาจเป็นไปได้ทั้งเชิงบวกหรือเชิงลบ โดยที่ทัศนคติของแต่ละบุคคลเป็นผลจากการเรียนรู้ที่ได้จากประสบการณ์การรับรู้ที่ผ่านมา

## กรอบแนวคิดและทฤษฎี

ศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อตรารับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ โดยวัดทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วยทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ ด้านความเข้าใจ (Cognitive Component) ด้านความรู้สึก (Affective Component) และด้านพฤติกรรม (Behavioral Component) นอกจากนั้น

## วิธีการดำเนินการวิจัย

### 1. ขอบเขตประชากร

กลุ่มประชากรในการศึกษาคั้งนี้ คือ ประชากรที่อาศัยหรือศึกษาหรือประกอบอาชีพในอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป ซึ่งเป็นช่วงอายุที่สามารถตัดสินใจเลือกบริโภคสินค้าได้เอง และเป็นกลุ่มที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ไปเพื่อบริโภค

### 2. ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

เนื่องจากประชากรในการศึกษาคั้งนี้ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลในท้องถิ่น และไม่ทราบจำนวนประชากรจึงกำหนดขนาดตัวอย่างอ้างอิง จำนวน 300 ตัวอย่าง ตามตาราง Seymour Sudman (Sudman, 1967 อ้างถึงในกฤษณี รื่นรัมย์, 2553) และใช้วิธีการเก็บตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ซื้อผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์จากตลาดสด ตลาดนัดเกษตรอินทรีย์ ซูเปอร์มาร์เก็ต/ไฮเปอร์มาร์เก็ต ร้านสะดวกซื้อ และร้านค้าเฉพาะทาง สถานที่ละ 60 คน

### 3. ขั้นตอนและเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ขั้นตอนการศึกษาทำการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ สร้างแบบสอบถาม ทำการสำรวจแบบสอบถามและเก็บรวบรวมข้อมูล นำมาวิเคราะห์ สรุปผลและจัดทำรายงาน โดยเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา แบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

**ส่วนที่ 1** ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด สถานภาพ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน เวลาและความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ เป็นต้น

**ส่วนที่ 2** ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อตรารับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ ซึ่งได้แก่ ความรู้ ความเข้าใจ ความรู้สึก และพฤติกรรมที่มีต่อตรารับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์

**ส่วนที่ 3** ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะที่มีต่อตรารับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์เป็นคำถามปลายเปิด

### ผลการศึกษา

#### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิงร้อยละ 70.0 (210 คน) มีอายุ 31 – 40 ปี ร้อยละ 37.3 (112 คน) มีวุฒิการศึกษาปริญญาตรีร้อยละ 56.3 (169 คน) ประกอบอาชีพธุรกิจร้อยละ 29.0 (87 คน) มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท ร้อยละ 37.7 (113 คน) ซื้อผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ 2 - 3 ครั้งต่อสัปดาห์ ร้อยละ 43.7 (131 คน) และซื้อผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ที่ตลาดสด ร้อยละ 91.0 (273 คน)

**ส่วนที่ 2 ผลการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อตรารับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์** ซึ่งได้แก่ ความรู้ ความเข้าใจ ความรู้สึก และพฤติกรรมที่มีต่อตรารับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ ความเข้าใจต่อตรารับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์เฉลี่ยร้อยละ 30.83 (ระดับน้อยที่สุด) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 23.26 โดยมีช่วงคะแนนร้อยละ 0.0 - 49.0 มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 69.7 (209 คน) มีความรู้ ความเข้าใจต่อภาพตรารับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์เฉลี่ยร้อยละ 12.97 (ระดับน้อยที่สุด) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 18.29 โดยมีช่วงคะแนนร้อยละ 0.0 - 49.0 มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 91.0 (273 คน) และมีความรู้ ความเข้าใจต่อตรารับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ในภาพรวมเฉลี่ยร้อยละ 19.67 (ระดับน้อยที่สุด) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 16.70 โดยมีช่วงคะแนนร้อยละ 0.0 - 49.0 มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 90.0 (270 คน)

ความรู้สึกของผู้บริโภคที่มีต่อตรารับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 3 อันดับแรกคือ ตรารับรองเกษตรอินทรีย์ ทำให้รู้สึกว่าได้ดูแลสิ่งแวดล้อม ลดการใช้สารพิษต่อธรรมชาติมากกว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 รองลงมาคือ รู้สึกว่าผลิตภัณฑ์ที่มีตรารับรองเกษตรอินทรีย์มีความสะอาดปลอดภัยจากสารพิษมากกว่าผลิตภัณฑ์เกษตรทั่วไป มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 และรู้สึกว่าผลิตภัณฑ์ที่มีตรารับรองเกษตรอินทรีย์ดีต่อสุขภาพมากกว่าผลิตภัณฑ์เกษตรทั่วไป มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 ข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด 3 อันดับแรกคือ รู้สึกว่าการใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีตรารับรองเกษตรอินทรีย์ทำให้เป็นคนทันสมัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 รองลงมาคือ รู้สึกเชื่อถือตรารับรองเกษตรอินทรีย์ที่รู้จักอย่างแพร่หลาย มีชื่อเสียงและเห็นอยู่เป็นประจำมากกว่ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 และรู้สึกว่าผลิตภัณฑ์ที่มีตรารับรองเกษตรอินทรีย์เป็นสินค้าที่ดีที่สุดในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยเป็น 3.78

ความคิดเห็นในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ของผู้บริโภคที่มีต่อตรารับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 3 อันดับแรกคือ

มักเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ที่มีตรารับรองเกษตรอินทรีย์ที่ผ่านรู้จัก ค่อนข้างมากกว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 รองลงมาคือ มักเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีตรารับรองเกษตรอินทรีย์ที่มีชื่อเสียงและเห็นอยู่เป็นประจำมากกว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 และมักเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีตรารับรองเกษตรอินทรีย์ที่มีความรู้เกี่ยวกับตรารับรองนั้นมาก่อนแล้ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 ข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด 3 อันดับแรกคือ มักจะอ่านข้อมูลเกี่ยวกับตรารับรองเกษตรอินทรีย์จากผู้ขายหรือฉลากผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.32 รองลงมาคือ มักเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ที่มีตรารับรองเกษตรอินทรีย์จากคำแนะนำ เช่น เพื่อนญาติพี่น้อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.36 และมักจะหาข้อมูลเกี่ยวกับตรารับรองเกษตรอินทรีย์ก่อนตัดสินใจซื้อเสมอ มีค่าเฉลี่ยเป็น 3.37

#### ความสัมพันธ์ของทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อตรารับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์

ความรู้ ความเข้าใจ และความรู้สึก ต่อบรรณมาตรฐานผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ มีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ( $P < .0010$ ) และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .601 นั่นคือ หากผู้ตอบมีความรู้ ความเข้าใจต่อบรรณมาตรฐานผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์มาก ความรู้สึกต่อบรรณมาตรฐานผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์จะมากตามไปด้วยที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ความรู้ ความเข้าใจ และความคิดเห็นในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ที่มีต่อตรารับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ มีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ( $P < .0010$ ) และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .451 นั่นคือ หากผู้ตอบมีความรู้ ความเข้าใจต่อบรรณมาตรฐานผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์มาก ความคิดเห็นต่อบรรณมาตรฐานผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์จะมากตามไปด้วยที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ความรู้สึกและความคิดเห็นในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ที่มีต่อตรารับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ มีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ( $P < 0.010$ ) และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .579 นั่นคือ หากผู้ตอบมีความรู้สึกที่ดีต่อบรรณมาตรฐานผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์มาก ความคิดเห็นในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ที่มีตรารับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์จะมากตามไปด้วยที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

#### การอภิปรายผลการศึกษา

ผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติเกี่ยวกับความรู้ ความเข้าใจต่อบรรณมาตรฐานผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ ในภาพรวม อยู่ในระดับน้อยที่สุด เพราะผู้บริโภคมีความสับสนระหว่างผลิตภัณฑ์เกษตรปลอดภัย และผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ เนื่องจากตรารับรองผลิตภัณฑ์เกษตรถูกแบ่งออกเป็นสองกลุ่มใหญ่ๆ คือ ตรารับรองผลิตภัณฑ์เกษตรปลอดภัย และตรารับรองผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ ซึ่งผลิตภัณฑ์ที่มีตรารับรองผลิตภัณฑ์เกษตรปลอดภัยนั้น จะสามารถใช้สารเคมีในการทำการเกษตรได้ แต่ต้องมีค่าสารเคมีตกค้างไม่เกินค่ามาตรฐานที่กำหนด ในขณะที่ผลิตภัณฑ์ที่มีตรารับรองเกษตรอินทรีย์ต้องห้ามใช้สารเคมีทุกชนิดทุกกระบวนการผลิต และพยายามป้องกันการปนเปื้อนสารเคมีจากสภาพแวดล้อม อีกทั้งไม่สามารถผลิตผลิตภัณฑ์จากพืชที่ตัดแต่งพันธุกรรมได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ประชาธิ สังข์คำเฉลียง (2559) ที่ได้ศึกษาเรื่อง อิทธิพลของการรับรู้และความรู้เกี่ยวกับตรารับรองสินค้าเกษตรที่มีผลต่อการบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดขอนแก่น พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความรู้ที่ไม่ถูกต้องเกี่ยวกับตรารับรองสินค้าเกษตร ผู้บริโภคไม่สามารถจำแนกตรารับรองสินค้าเกษตรอินทรีย์ออกจากสินค้าเกษตรปลอดภัยได้มากกว่าร้อยละ 55

ทัศนคติเกี่ยวกับความรู้สึกของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อตรารับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก เพราะในปัจุบันผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อการดูแลสุขภาพในสุขภาพของตนเอง และรู้สึกเต็มใจที่จะจ่ายเงินเพื่อซื้อผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์มาบริโภค เนื่องจากรู้สึกว่าการผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีตรารับรองเกษตรอินทรีย์ดีต่อ

สุขภาพมีความสดใหม่ มีความสะอาดปลอดภัยจากสารพิษ อีกทั้งยังได้ดูแลสิ่งแวดล้อม ลดการใช้สารพิษต่อธรรมชาติ และมีคุณภาพค้ำค่ามากกว่าผลิตภัณฑ์เกษตรทั่วไป สอดคล้องกับงานวิจัยของ Tsakiridou, Boutsouki, Zotos and Mattas (2008) ที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความตระหนักถึงผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ โดยที่ผู้บริโภคโดยรวมมีความเชื่อว่าผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ เป็นผลิตภัณฑ์ที่ดีต่อสุขภาพ เนื่องจากไม่มีสารพิษตกค้าง และมีความรู้สึกปลอดภัยที่ได้บริโภค นอกจากนี้ผลิตภัณฑ์ที่มีตรารับรองเกษตรอินทรีย์จากหน่วยงานที่น่าเชื่อถือ ยังทำให้รู้สึกมั่นใจในผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์มากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของสมเกียรติ วงศ์ประเสริฐ (2560) ที่ทำการศึกษาเรื่อง ทักษะคิดต่อผลิตภัณฑ์อาหารอินทรีย์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้บริโภคมีทักษะคิดต่อผลิตภัณฑ์อาหารอินทรีย์อยู่ในระดับมาก

ทักษะคิดเกี่ยวกับความคิดเห็นในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อตรารับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เพราะว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีตรารับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ มากกว่าผลิตภัณฑ์ทั่วไป และจะอ่านข้อมูลเกี่ยวกับตรารับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์จากผู้ขายหรือฉลากผลิตภัณฑ์ก่อนที่จะซื้อเสมอ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปิลันธนา เป้นปลื้ม (2557) ที่ทำการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์: กรณีศึกษาผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ปัจจัยแรกในการพิจารณาเลือกซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ของผู้บริโภค คือ พิจารณาจากคุณภาพของสินค้า และพิจารณาลักษณะบรรจุภัณฑ์จากเครื่องหมายรับรองคุณภาพมากที่สุด

### ข้อเสนอแนะ

1. จากผลการศึกษาที่พบว่า ทักษะคิดเกี่ยวกับ ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่มีตรารับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ อยู่ในระดับน้อยที่สุด โดยเฉพาะเรื่องความแตกต่างระหว่างผลิตภัณฑ์เกษตรปลอดภัย และผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ ดังนั้น ควรมีการส่งเสริมให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ให้ชัดเจน สามารถเห็นถึงความแตกต่าง เช่น ผลิตภัณฑ์ที่มีตรารับรองเกษตรอินทรีย์ ต้องห้ามใช้สารเคมีทุกชนิดทุกกระบวนการผลิต และต้องไม่ตัดแต่งพันธุกรรม เป็นต้น โดยเฉพาะในกลุ่มผู้บริโภคในตลาดสด และซูเปอร์มาร์เก็ต/ไฮเปอร์มาร์เก็ต และทำให้ผู้บริโภครู้จักและคุ้นเคยกับภาพตรารับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ให้มากขึ้น

2. จากผลการศึกษาที่พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังไม่รู้จักภาพตรารับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์และผู้บริโภคบางส่วนรู้จักภาพตรารับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ แต่ไม่ทราบว่าภาพตรารับรองมาตรฐานเป็นภาพตรารับรองผลิตภัณฑ์เกษตรปลอดภัยหรือผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ ดังนั้น ควรมีการสื่อสารให้ผู้บริโภคได้รับความรู้ที่ถูกต้องและชัดเจน โดยเฉพาะในกลุ่มผู้บริโภคในตลาดสด อายุ 31-50 ปี และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 20,000 บาท

3. จากการศึกษาที่พบว่า ทักษะคิดเกี่ยวกับความรู้สึกของผู้บริโภคที่มีต่อตรารับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ อยู่ในระดับมาก ดังนั้น เพื่อเพิ่มระดับทักษะคิดเกี่ยวกับความรู้สึกให้ดีขึ้น ควรทำให้ผู้บริโภครู้สึกว่าการซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีตรารับรองเกษตรอินทรีย์ค้ำค่ามากกว่าผลิตภัณฑ์เกษตรทั่วไป เพิ่มความน่าเชื่อถือในผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ที่มีตรารับรองที่ได้รับมาตรฐานภายในประเทศ และมีการประชาสัมพันธ์ตรารับรองเกษตรอินทรีย์ที่ยังไม่เป็นที่รู้จักให้รู้จักแพร่หลายมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มผู้บริโภคในตลาดสด อายุ 31-50 ปี และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 20,000 บาท

4. จากการศึกษาที่พบว่า ทักษะคิดเกี่ยวกับความคิดเห็นในการเลือกซื้อของผู้บริโภคที่มีต่อตรารับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ อยู่ในระดับมาก ดังนั้น เพื่อเพิ่มระดับทักษะคิดเกี่ยวกับความคิดเห็นในการเลือกซื้อให้ดีขึ้น ควรทำให้ผู้บริโภคเห็นถึง

ความคุ้มค่าในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีตรารับรองเกษตรอินทรีย์ แม้ว่าผู้บริโภคจะต้องจ่ายเงินเพิ่มขึ้น มีการรณรงค์ให้ข้อมูลเกี่ยวกับตรารับรองเกษตรอินทรีย์จากผู้ขายหรือฉลากผลิตภัณฑ์ ให้กับผู้บริโภคก่อนตัดสินใจซื้อเสมอ และสามารถทำให้ผู้บริโภคแนะนำการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรอินทรีย์ที่มีตรารับรองเกษตรอินทรีย์แก่ญาติพี่น้อง เพื่อน คนที่รู้จักได้ โดยเฉพาะในกลุ่มผู้บริโภคในตลาดสด อายุ 31-50 ปี และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 20,000 บาท

5. จากการศึกษาที่พบว่า ทักษะคิดเกี่ยวกับความรู้ ความเข้าใจ ความรู้สึก และความคิดเห็นในการเลือกซื้อ มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกันทางบวก ดังนั้น หากผู้ประกอบการสามารถเพิ่มทัศนคติของผู้บริโภคทั้ง 3 องค์ประกอบ คือ ความรู้ความเข้าใจ ความรู้สึก โดยการประชาสัมพันธ์ สื่อสารข้อมูลที่เป็นประโยชน์ สร้างภาพลักษณ์ให้กับผลิตภัณฑ์ที่มีตรารับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ ทำให้ผู้บริโภครู้จักและจดจำตรารับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ได้ และเห็นถึงความสำคัญของตรารับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ก็จะทำให้ผู้บริโภคเกิดพฤติกรรมการซื้อเพิ่มมากขึ้น

6. จากการศึกษาที่พบว่า ผู้บริโภคมีทัศนคติเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจในเรื่องผลิตภัณฑ์ที่มีตรารับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ อยู่ในระดับน้อยที่สุด แต่ผู้บริโภคกลับมีทัศนคติเกี่ยวกับความรู้สึกและพฤติกรรมต่อผลิตภัณฑ์ที่มีตรารับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ อยู่ในระดับมาก กล่าวได้ว่าเพียงแคผู้บริโภครู้จักได้เห็นตรารับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ ก็ทำให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อผลิตภัณฑ์ที่มีตรารับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ โดยที่ไม่จำเป็นต้องมีความรู้ความเข้าใจมากนัก ดังนั้น หากผู้ประกอบการมีตรารับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์บนผลิตภัณฑ์ ก็สามารถทำให้ผู้บริโภครู้สึกดีต่อผลิตภัณฑ์และเกิดเป็นพฤติกรรมการซื้อได้

### บรรณานุกรม

เดิหน้ำบูรณาการเกษตรอินทรีย์เชียงใหม่. (2558). สืบค้นจาก

<http://www.chiangmainews.co.th/page/?p=393843>

ปริชาติ แสงคำเฉลียง. (2559). อิทธิพลของการรับรู้และความรู้เกี่ยวกับตรารับรองสินค้าเกษตรที่มีผลต่อการบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดขอนแก่น. *วารสารแก่นเกษตร*, 44(2), 247-256 .

ปิลันธนา แป้นปลื้ม. (2557). พฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์: กรณีศึกษาผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (รายงานวิจัย). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

มูลนิธิวันชีวัน. (2558). *ตรารับรองมาตรฐานสินค้าอินทรีย์ที่ควรรู้จัก*. สืบค้นจาก <http://www.nawachione.org/articles/ตรารับรองมาตรฐานอินทรีย์ที่ควรรู้จัก>.

สมเกียรติ วงศ์ประเสริฐ. (2560). *ทัศนคติต่อสินค้าอาหารอินทรีย์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพ*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).

สหกรณ์ กรีนเนท จำกัด. (2558). *เกษตรอินทรีย์คืออะไร*. สืบค้นจาก <http://www.greennet.or.th/article/317>

สุนัฐวิทย์ น้อยโสภณ. (2558). เกษตรอินทรีย์ โอกาสการส่งออกของเกษตรกรไทยในตลาดโลก.

*วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยธนบุรี*, 4(18), 83-91.

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2561). *จำนวนประชากรจังหวัดเชียงใหม่*. สืบค้นจาก

[https://www.chiangmaihealth.go.th/cmpho\\_web/detail\\_article2.php?info\\_id=671](https://www.chiangmaihealth.go.th/cmpho_web/detail_article2.php?info_id=671).

Tsakiridou, E., Boutsouki, C., Zotos, C. & Mattas, K. (2008). Attitudes and behaviour towards organic products: an exploratory study. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 36(2), 158-175.