



ใบรับรองวิทยานิพนธ์
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์เกษตร)

ปริญญา

เศรษฐศาสตร์เกษตร

เศรษฐศาสตร์เกษตรและทรัพยากร

สาขา

ภาควิชา

เรื่อง ยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์ต่อความตระหนักรู้ของผู้บริโภค

Organic Development Strategies on Consumers' Awareness

นามผู้วิจัย นางสาวพนารัตน์ พรายเมฆ

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประพิณวดี ศิริสุภักดิ์เกษม, Ph.D.)

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์บุญจิต จิตาภิวัฒน์กุล, Ph.D.)

หัวหน้าภาควิชา

(รองศาสตราจารย์เรืองไร โตกฤษณะ, Ph.D.)

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์รับรองแล้ว

(รองศาสตราจารย์กัญญา ชีระกุล, D.Agr.)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ เดือน พ.ศ.

วิทยานิพนธ์

เรื่อง

ยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์ต่อความตระหนักรู้ของผู้บริโภค

Organic Development Strategies on Consumers' Awareness

โดย

นางสาวพนารัตน์ ทรายเมฆ

เสนอ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์เกษตร)

พ.ศ. 2553

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

พนารัตน์ พรายเมฆ 2553: ยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์ต่อความตระหนักของผู้บริโภค
ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์เกษตร) สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์เกษตร
ภาควิชาเศรษฐศาสตร์เกษตรและทรัพยากร อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก:
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประพิณวดี ศิริสุกัลักษณ์, Ph.D. 220 หน้า

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์พัฒนาการของยุทธศาสตร์เกษตรอินทรีย์ปีพ.ศ. 2549-2552 และยุทธศาสตร์เกษตรอินทรีย์ปีพ.ศ. 2551-2554 วิเคราะห์ความตระหนักของผู้บริโภคต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ รวมถึงการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์

ผลการวิเคราะห์พัฒนาการของยุทธศาสตร์เกษตรอินทรีย์ปีพ.ศ. 2549-2552 และยุทธศาสตร์เกษตรอินทรีย์ปีพ.ศ. 2551-2554 โดยใช้ล่อจิลเคิลเฟรมเว็ค พบว่า แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์ปี 2549-2552 ทั้ง 5 ยุทธศาสตร์ ได้มีการดำเนินงานเป็นไปตามเป้าหมายที่ตั้งไว้และมากกว่าเป้าหมาย ความก้าวหน้าของแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์ปี 2551-2554 โดยภาพรวมแล้วยุทธศาสตร์ทั้ง 5 ใน แผนยุทธศาสตร์ปี 2549-2552 ได้ถูกกระจายและผนวกเข้าด้วยกันภายใต้ ยุทธศาสตร์ทั้ง 4 ของแผนยุทธศาสตร์ปี 2551-2554 ทั้งยังมีบางกิจกรรมที่มีการต่อเนื่อง ประเด็นที่น่าพิจารณาระหว่างแผนยุทธศาสตร์ทั้งสองคือโครงสร้างการบริหารแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์ปี 2551-2554 ในระดับอนุกรรมการมีรัฐมนตรีว่าการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์เป็นประธาน กระทรวงที่รับผิดชอบหลักได้มีการขยายมากขึ้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ขยายความร่วมมือระหว่างองค์กรมากขึ้น และได้เพิ่มบทบาทในการประยุกต์ใช้และนวัตกรรมด้านเกษตรอินทรีย์

ผลการวิเคราะห์ความตระหนักของผู้บริโภคต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ โดยใช้เกณฑ์การวัดแบบลิเจิต พบว่า ผู้บริโภคมากกว่าครึ่งมีระดับความตระหนักรู้ด้านเกษตรอินทรีย์ในภาพรวม ด้านการผลิต ด้านตลาดในระดับปานกลางจนถึงมากที่สุด ยกเว้นความตระหนักรู้ด้านมาตรฐานและการรับรองนั้นผู้บริโภคที่มีการตระหนักรู้ในระดับปานกลางจนถึงมากที่สุดร้อยละ 43.50 เท่านั้น

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อข้าวอินทรีย์ โดยใช้แบบจำลองโพรบิท พบว่า อายุ รายได้ต่อเดือน การมีสมาชิกในครอบครัวที่ต้องดูแลเรื่องอาหารเป็นพิเศษ ความรู้ด้านการผลิต และความรู้ด้านตลาด มีผลต่อความน่าจะเป็นในทางบวก ดังนั้นจึงควรมีการประชาสัมพันธ์ในด้านการผลิต การตลาด มาตรฐานและการรับรองเกี่ยวกับข้าวอินทรีย์ให้เพิ่มมากขึ้น โดยเน้นกลุ่มผู้ที่มีรายได้สูง กลุ่มผู้สูงอายุ และกลุ่มผู้บริโภคหรือครอบครัวที่มีผู้บริโภครู้ด้านอาหารเป็นพิเศษ

ลายมือชื่อนิสิต

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

Panarat Paimake 2010: Organic Development Strategies on Consumers' Awareness
Master of Science (Agricultural Economics), Major Field: Agriculture Economics, Department of
Agricultural and Resource Economics. Thesis Advisor: Assistant Professor
Prapinwadee Sirisupluxana, Ph.D. 220 pages.

The objectives of this study were to analyze organic development strategies 2006-2009 and organic development strategies 2008-2011 and to analyze the consumers' awareness on organic product including the decision of consumer on organic product buying.

The result of the analysis of organic development strategies 2006-2009 and organic development strategies 2008-2011 obtained by logical framework method founded that organic development strategies 2006-2009 accomplished according to the targets and exceed the targets. The analysis of two development strategies plan founded that all 5 strategies of organic development strategies 2006-2009 were assigned and annexed to the 4 strategies of the organic development strategies 2008-2011 and some activities have been continued. The important differences between the two strategy plans are the administration structure of subcommittee under MOAC was chaired by the Minister of Agriculture and Co-operatives; key responsible ministries have been expanded; concerned agencies have been enlarged for more involvement and co-operation among agencies; and the subcommittee was set up for increasing application and new innovation of organic agriculture.

The result of consumers' awareness on organic product ranked by Likert scale founded more than 50 per cent of interviewed consumers had medium to the highest levels of awareness on all organic policy, production, and marketing. However, only 43.50 per cent of the respondents' awareness on standard and certification were indicated at the level of medium to the highest level.

Result of the decision of consumer on organic rice buying by the prohibit model founded the ages, income per month, patient or patient family, knowledge of production and knowledge of market were positive factors inducing consumer to purchase more organic rice. As a result, policy maker should launch more campaigns on production, marketing, standard and certification of organic rice, especially to focus on consumer groups that are high income, senior citizen, patient and patient family.

Student's signature

Thesis Advisor's signature

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณท่านผู้ช่วยศาสตราจารย์ บุญจิต ฐิตาภิวัฒนกุล ที่ได้กรุณาเสียสละเวลาในการชี้แนะแนวทาง คำปรึกษา ข้อเสนอแนะต่าง ๆ ตรวจทานแก้ไขข้อบกพร่องของวิทยานิพนธ์ด้วยความเอาใจใส่ ทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ รวมถึงให้โอกาสในการเป็นผู้ช่วยนักวิจัย ทำให้ผู้วิจัยมีประสบการณ์สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ได้เป็นอย่างมาก อีกทั้งเงินทุนที่ได้รับจากการเป็นผู้ช่วยนักวิจัยยังสามารถนำมาใช้ดำเนินการเก็บข้อมูลภาคสนามของผู้วิจัยอีกด้วย และขอกราบขอบพระคุณท่านผู้ช่วยศาสตราจารย์ ประพิณวดี ศิริสุภลักษณ์ ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำเพิ่มเติม โดยเฉพาะกระบวนการวิเคราะห์และแปลผล เพื่อให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ผู้วิจัยขอขอบคุณร้านเอเดน ร้านไทสบายบายเขาค้อทะเลภู เครื่องขยายตลาดสีเขียว และร้านโป๊ะปัก ที่อนุญาตให้ผู้วิจัยได้เข้าไปสอบถามผู้บริโภครวมทั้งขอขอบพระคุณผู้บริโภครวม ๆ ท่าน ที่เสียสละเวลาอันมีค่าในการให้ข้อมูลเพื่อใช้ในการศึกษาครั้งนี้

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ บิดา และมารดา ที่ให้การสนับสนุนและเป็นกำลังใจให้กับผู้วิจัยมาโดยตลอด ขอขอบคุณพี่สาวและน้องชายที่เป็นกำลังใจให้เสมอมา ขอขอบคุณเพื่อนๆ พี่ ๆ และน้องๆ ทุกคนที่ให้ความช่วยเหลือในการเก็บข้อมูล และให้คำแนะนำด้วยดีตลอดมา รวมทั้งขอขอบพระคุณผู้ที่เกี่ยวข้องที่ไม่ได้เอ่ยนามทุกท่าน ซึ่งได้มีส่วนช่วยเหลือให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยดี จึงขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้ และผู้วิจัยขอมอบส่วนดีและประโยชน์อาจเกิดขึ้นจากวิทยานิพนธ์เล่มนี้ แต่บิดา มารดา และคณาจารย์ผู้อบรมสั่งสอนผู้วิจัยทุก ๆ ท่าน หากมีข้อผิดพลาดหรือบกพร่องประการใดที่ปรากฏขึ้นในวิทยานิพนธ์เล่มนี้ ผู้วิจัยขอน้อมรับแต่เพียงผู้เดียว

พนารัตน์ พรายเมฆ

มิถุนายน 2553

สารบัญ

หน้า

สารบัญตาราง	(3)
สารบัญภาพ	(7)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	5
ขอบเขตการวิจัย	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
นิยามศัพท์	6
วิธีการศึกษา	7
บทที่ 2 การตรวจเอกสาร	12
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	12
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	29
เครื่องมือในการวิเคราะห์	39
กรอบแนวคิดของการวิจัย	50
ขั้นตอนการศึกษา	51
บทที่ 3 สถานการณ์การผลิต การตลาด และการพัฒนาเกษตรอินทรีย์	53
ส่วนที่ 1 สถานการณ์การผลิตเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทย	53
ส่วนที่ 2 สถานการณ์ตลาดเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทย	67
ส่วนที่ 3 การพัฒนาเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทย	77
บทที่ 4 ผลการศึกษา	81
ส่วนที่ 1 พัฒนาการของยุทธศาสตร์เกษตรอินทรีย์ปีพ.ศ. 2549-2552	
และยุทธศาสตร์เกษตรอินทรีย์ปีพ.ศ. 2551-2554	82
ส่วนที่ 2 ข้อมูลเบื้องต้นของลักษณะปัจจัยส่วนบุคคล การรับรู้ นโยบายเกษตรอินทรีย์และการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อหรือไม่ซื้อข้าวอินทรีย์	105

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ความตระหนักของผู้บริโภคต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์	130
ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อข้าวอินทรีย์	136
ส่วนที่ 5 สรุปผลการดำเนินนโยบายเกษตรอินทรีย์ที่มีต่อผู้บริโภค	141
บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ	147
สรุป	147
ข้อเสนอแนะ	162
เอกสารและสิ่งอ้างอิง	164
ภาคผนวก	172
ภาคผนวก ก ข้อมูลการเก็บตัวอย่างในกรุงเทพมหานคร	173
ภาคผนวก ข แบบสอบถามผู้บริโภค	178
ภาคผนวก ค โครงการภายใต้ยุทธศาสตร์เกษตรอินทรีย์ปี 2549-2552 และยุทธศาสตร์เกษตรอินทรีย์ปี 2551-2554	186
ภาคผนวก ง การวิเคราะห์แบบลอจิสติกส์ของแผนยุทธศาสตร์ การพัฒนาเกษตรอินทรีย์ปี 2549-2552 และ แผนยุทธศาสตร์การพัฒนา เกษตรอินทรีย์แห่งชาติ ฉบับที่ 1 พ.ศ. 2551-2554	193
ภาคผนวก จ หน่วยราชการที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเกษตรอินทรีย์	209
ภาคผนวก ฉ การประมวลผลทางคอมพิวเตอร์	217
ประวัติการศึกษา และการทำงาน	220

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1.1	รายละเอียดการสุ่มตัวอย่างเพื่อแจกแบบสอบถาม	8
2.1	สรุปเอกสารและงานวิจัยที่ทำการตรวจเอกสาร	37
2.2	สื่อภาพยนตร์แบบย่อ 4 โรล 4 คอลัมน์	41
2.3	เกณฑ์การให้คะแนนความตระหนักของผู้บริโภคในด้านต่างๆ	48
3.1	ผลผลิตข้าวหอมมะลิอินทรีย์ที่ได้การรับรองมาตรฐานในปีการเพาะปลูก 2551/2552 จำแนกตามมาตรฐานการรับรองที่เกษตรกรได้รับ	61
3.2	ผู้ผลิตสัณ้ข้าวอินทรีย์รายจังหวัดจากข้อมูลกิจกรรมในปีพ.ศ. 2551 ของกรมประมง	66
3.3	ประเภทของผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ในประเทศไทยในปี พ.ศ. 2551	68
3.4	การเปรียบเทียบราคาผลผลิตอินทรีย์กับผลผลิตแบบธรรมดาระหว่างปีพ.ศ. 2543-2547	74
4.1	การวิเคราะห์แบบลอจิสติกส์ของยุทธศาสตร์ที่ 1-5 ของแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์ปี 2549-2552	84
4.2	สรุปผลการดำเนินงานของโครงการในยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์ปี 2549-52	89

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.3	การเปรียบเทียบสาระสำคัญของแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์ปี 2549-2552 และปี 2551-2554	92
4.4	เปรียบเทียบโครงสร้างการบริหารงานของยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์	101
4.5	จำแนกกลุ่มผู้บริโภค	106
4.6	ลักษณะส่วนบุคคลของผู้บริโภค	107
4.7	ระยะเวลาในการเริ่มซื้อข้าวอินทรีย์ของผู้บริโภค	112
4.8	ปริมาณและระยะเวลาในการบริโภคข้าวอินทรีย์	112
4.9	แหล่งที่มาของการรับรู้ข้อมูลข้าวอินทรีย์	113
4.10	ระดับการตัดสินใจซื้อหลังจากการรับรู้ข้อมูลข้าวอินทรีย์	114
4.11	การได้ยิน (รับรู้/ตระหนัก) ข้อมูลของผู้บริโภค	115
4.12	การรับรู้ข้อมูลสินค้าเกษตรอินทรีย์ของผู้บริโภค	118
4.13	ความน่าเชื่อถือของแหล่งจำหน่ายข้าวอินทรีย์	120
4.14	ระดับราคาที่คุณบริโภคข้าวอินทรีย์ยอมรับได้	121

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.15	นโยบายเกษตรอินทรีย์ที่ภาครัฐควรปรับปรุง	122
4.16	ระดับความเชื่อถือมาตรฐานผลิตภัณฑ์อินทรีย์ของรัฐ	124
4.17	ความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับปริมาณการบริโภคอาหารอินทรีย์ของคนไทย	124
4.18	ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อหรือไม่ซื้อข้าวอินทรีย์	126
4.19	ระดับความตระหนักรู้ด้านเกษตรอินทรีย์ของผู้บริโภค	131
4.20	ระดับความตระหนักรู้ด้านการผลิตของผู้บริโภค	131
4.21	ระดับความตระหนักรู้ด้านตลาดของผู้บริโภค	133
4.22	ระดับความตระหนักรู้ด้านมาตรฐานและการรับรองของผู้บริโภค	134
4.23	จำนวนผู้บริโภคที่มีความตระหนักรู้ในระดับมากและระดับมากที่สุดในด้านเกษตรอินทรีย์ภาพรวม ด้านการผลิต ด้านตลาด และด้านมาตรฐานและการรับรอง	135
4.24	ผลการประมาณค่าโดยใช้แบบจำลองโพรบิทในแบบจำลองการตัดสินใจซื้อข้าวอินทรีย์	138

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางผนวกที่		หน้า
1	จำนวนประชากร พื้นที่ ความหนาแน่น และจำนวนบ้านจำแนกตามเขต ปี 2551	176
2	ภาพรวมยุทธศาสตร์เกษตรอินทรีย์ปี 2549-2552	187
3	ภาพรวมยุทธศาสตร์เกษตรอินทรีย์ปี 2551-2554 และ โครงการที่ต่อเนื่องจาก แผนยุทธศาสตร์เกษตรอินทรีย์ปี 2549-2552	190
4	การวิเคราะห์แบบลอจิสติกส์ของยุทธศาสตร์ที่ 1-5 ของแผนยุทธศาสตร์ การพัฒนาเกษตรอินทรีย์ปี 2549-2552	194
5	การวิเคราะห์แบบลอจิสติกส์ของยุทธศาสตร์ที่ 1-4 ของแผนยุทธศาสตร์ การพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ ฉบับที่ 1 พ.ศ. 2551-2554	199
6	การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อข้าวอินทรีย์โดยใช้แบบจำลองโพรบิท	218
7	การคำนวณค่าผลกระทบส่วนเพิ่ม (Marginal Effect) ของการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อข้าวอินทรีย์	219

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
2.1	รูปแบบพฤติกรรมผู้บริโภคร และปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค	13
2.2	กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค	15
2.3	ปริมาณการใช้ปัจจัยการผลิตที่เหมาะสมเมื่อพิจารณาต้นทุนเอกชนและต้นทุนสังคม	18
2.4	ตลาดข้าวหอมมะลิภายใต้ข่าวสารสมบูรณ์ (Complete information)	20
2.5	เส้นอุปทานลูกผสม (Hybrid supply function) ของข้าวหอมมะลิธรรมดาและอินทรีย์ ภายใต้ข้อมูลตลาดข้าวหอมมะลิ (Asymmetric information)	21
2.6	ตลาดดุลยภาพข้าวหอมมะลิภายใต้ข้อมูลด้านข่าวสาร (Asymmetric information)	22
2.7	กรณีมาตรการความปลอดภัยด้านอาหารทำให้ต้นทุนการผลิตและการตลาดสูงขึ้น โดยที่เส้นอุปสงค์คงที่	23
2.8	กรณีมาตรการความปลอดภัยด้านอาหารทำให้ต้นทุนการผลิต และการตลาดสูงขึ้น โดยที่เส้นอุปสงค์เพิ่มสูงขึ้น	25
2.9	กรณีมาตรการความปลอดภัยด้านอาหารทำให้ต้นทุนการผลิตและการตลาดลดลง และอุปสงค์คงที่	26

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่		หน้า
2.10	กรณีมาตรการความปลอดภัยด้านอาหารทำให้ต้นทุนการตลาดลดลงและ อุปสงค์ผู้บริโภคเพิ่มสูงขึ้น	28
2.11	กรอบแนวคิดในการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การเลือกซื้อข้าวอินทรีย์ ในแบบจำลองการตัดสินใจซื้อข้าวอินทรีย์	46
2.12	กรอบแนวคิดของการวิจัย	51
2.13	ขั้นตอนการศึกษา	52
3.1	เครื่องหมายรับรองผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ Organic thailand	55
3.2	ตรารับรองอาหารปลอดภัย	56
3.3	เครื่องหมายรับรองผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ มกท.	56
3.4	เครื่องหมายรับรองผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ EcoCert	57
3.5	เครื่องหมายรับรองผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ Soil association organic standard	57
3.6	เครื่องหมายรับรองผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ OMIC/JAS	58
3.7	เครื่องหมายรับรองผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ Bioagricert	58
3.8	เครื่องหมายรับรองผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ BCS	59

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่		หน้า
3.9	เครื่องหมายรับรองผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ USDA ORGANIC	59
4.1	ความต่อเนื่องและเชื่อมโยงของโครงการระหว่างแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์ปี 2549-2552 และแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติปี 2551-2554	96
4.2	จำนวน โครงการที่มีความต่อเนื่องกันระหว่างแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์ปี 2549-2552 และแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติปี 2551-2554	98
4.3	โครงสร้างการบริหารงานยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์ปี 2549-2552	99
4.4	โครงสร้างการบริหารงานยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์ปี 2551-2554	100

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยเป็นสมาชิกขององค์การการค้าโลก (World trade organization: WTO) จึงต้องปฏิบัติตามพันธกรณีการส่งออกสินค้าเกษตรเข้าสู่ประเทศคู่ค้า โดยสินค้าเกษตรนั้นต้องเป็นสินค้าที่มีคุณภาพตามมาตรฐานสากล ปราศจากโรคแมลงและสิ่งปนเปื้อน รวมทั้งการสร้างความปลอดภัยต่อสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากการผลิตสินค้านั้นๆ ซึ่งหากไม่ปฏิบัติตามอาจนำมาสู่การปฏิเสธการค้าขาย ดังนั้นการพัฒนาการเกษตรให้ผลผลิตดีมีคุณภาพจึงเป็นเรื่องสำคัญและเร่งด่วน ในปีพ.ศ. 2540 กรมวิชาการเกษตรได้ทำการรณรงค์เรื่องการเกษตรที่ดีและเหมาะสม (Good agricultural practice: GAP) แต่จากการดำเนินงานพบว่า GAP ไม่สามารถนำไปสู่การปฏิบัติได้เป็นรูปธรรมและเกษตรกรไม่สามารถปฏิบัติตาม GAP ได้อย่างเป็นระบบ และในช่วงเวลาเดียวกันนั้นกระแสเรื่องเกษตรอินทรีย์กำลังได้รับความนิยมอย่างมาก ในกลุ่มประเทศพัฒนาแล้ว เช่น ยุโรป สหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่น โดยข้อมูลจากกรมส่งเสริมการส่งออกพบว่า มูลค่าการตลาดของอาหารอินทรีย์มีมูลค่ามากกว่า 14,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐอเมริกา หรือประมาณ 560,000 ล้านบาท อัตราการเติบโตเฉลี่ยที่ร้อยละ 25 ต่อปี จึงเป็นโอกาสของประเทศไทยที่จะดำเนินการเรื่องเกษตรอินทรีย์ (สมคิด ดิสถาวร, ม.ป.ป.)

รัฐบาลไทยได้ดำเนินการแถลงนโยบายต่อรัฐสภาเมื่อวันที่ 26 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2544 ว่า รัฐบาลมีนโยบายสนับสนุนการทำเกษตรแบบผสมผสาน เกษตรกรรมทางเลือก และเกษตรอินทรีย์ โดยคณะรัฐมนตรีได้มีมติเมื่อวันที่ 12 พฤศจิกายน พ.ศ. 2544 ให้จังหวัดสุรินทร์เป็นจังหวัดนำร่องในการส่งเสริมเกษตรอินทรีย์ และในช่วงปี พ.ศ. 2547 รัฐบาลได้ดำเนินการรณรงค์และส่งเสริมให้เกษตรกรมีความรู้ความเข้าใจเรื่องปุ๋ยอินทรีย์อย่างถูกต้อง รวมทั้งให้ความสำคัญในการผลิตและรณรงค์การใช้ปุ๋ยอินทรีย์และปุ๋ยชีวภาพให้แพร่หลาย จนกระทั่งวันที่ 23 พฤศจิกายน พ.ศ. 2547 คณะรัฐมนตรีมีมติให้จัดทำแผนงานเชิงบูรณาการ “การพัฒนาเกษตรอินทรีย์” ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2549 และ วันที่ 4 มกราคม พ.ศ. 2548 มติคณะรัฐมนตรีเห็นชอบในหลักการยุทธศาสตร์เกษตรอินทรีย์ให้เป็นวาระแห่งชาติ (บริษัทอินโฟเอนิ่ง, 2550)

รัฐบาลจัดทำวาระแห่งชาติด้านการพัฒนาเกษตรอินทรีย์ ปีพ.ศ. 2549-2552 มีเป้าหมายเพื่อให้ขับเคลื่อนการพัฒนาเกษตรอินทรีย์ โดยให้ทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมปฏิบัติอย่างจริงจังและต่อเนื่อง เพื่อให้มีการปรับเปลี่ยนระบบการผลิตทางการเกษตรที่พึ่งพาการใช้ปุ๋ยเคมีและสารเคมีมาเป็นการพึ่งตนเองในการผลิตปุ๋ยอินทรีย์และสารชีวภาพเพื่อใช้เองภายในประเทศ ตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อนำประเทศไทยก้าวสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนและความอยู่เย็นเป็นสุขของประชาชนชาวไทย (บริษัทอินโฟไมนิ่ง, 2550) วาระแห่งชาติการพัฒนาเกษตรอินทรีย์ ปีพ.ศ. 2549-2552 ประกอบด้วย 5 ยุทธศาสตร์ ดังนี้ 1) ยุทธศาสตร์ด้านการรณรงค์ประชาสัมพันธ์ ได้แก่ การรณรงค์ประชาสัมพันธ์ โดยเผยแพร่ไปทุกช่องทางสื่อเพื่อให้เกษตรกรทั่วประเทศมีโอกาสรับรู้ถึงนโยบายและเจตนารมณ์ของรัฐบาลในเรื่องวาระแห่งชาติเกษตรอินทรีย์ 2) ยุทธศาสตร์ด้านการสร้างเครือข่ายแกนนำเกษตรกร ได้แก่ การฝึกอบรมเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานในสังกัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ สถาบันเครือข่ายเกษตรกร เพื่อเตรียมความพร้อมเป็นวิทยากร รวมทั้งการสร้างระบบเครือข่ายเกษตรกร 3) ยุทธศาสตร์ด้านการวิจัย ได้แก่ การวิจัยและพัฒนากระบวนการผลิตการทำปุ๋ยอินทรีย์ 4) ยุทธศาสตร์ด้านการสนับสนุน ได้แก่ การผลิตปัจจัยการผลิตอินทรีย์ และให้ความช่วยเหลือสนับสนุนข้อมูลทางด้านวิชาการต่างๆ 5) ยุทธศาสตร์ด้านการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์และส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การพัฒนาระบบการรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์และปัจจัยการผลิตเกษตรอินทรีย์ การส่งเสริมการตลาดและการแปรรูปในระดับประเทศและต่างประเทศรวมทั้งการบริหารจัดการและติดตามประเมินผล

หลังจากดำเนินการตามยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์ ในปีที่ 2 คือ ปี พ.ศ. 2550 สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติได้ดำเนินการเสนอแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ ฉบับที่ 1 พ.ศ. 2551 – 2554 และแผนปฏิบัติการพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ พ.ศ. 2551 – 2554 เพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงาน ซึ่งประกอบด้วย 1) ยุทธศาสตร์การเสริมสร้างและจัดการองค์ความรู้และนวัตกรรม ได้แก่ การสนับสนุนงานวิจัยและพัฒนาเพื่อสร้างองค์ความรู้ และนวัตกรรมด้านเกษตรอินทรีย์ที่เหมาะสม 2) ยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์ตามวิถีพื้นบ้าน ได้แก่ พัฒนาการผลิตและสร้างเครือข่ายสู่การพึ่งตนเองและพัฒนาช่องทางการตลาดรองรับผลผลิตส่วนเกิน 3) ยุทธศาสตร์การเสริมสร้างศักยภาพการเกษตรอินทรีย์เชิงพาณิชย์ ได้แก่ การพัฒนาการผลิตและเครือข่ายทั้งระบบเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็ง การพัฒนาระบบมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ไทย และการพัฒนาการตลาดสู่สากล 4) ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการเพื่อพัฒนาเกษตรอินทรีย์ ได้แก่ การจัดให้มีกลไกในระดับนโยบายในการบริหารจัดการและขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์อย่างเป็นเอกภาพ และจัดให้มีระบบประสานความร่วมมือของทุกภาคส่วนในการ

ขับเคลื่อนการพัฒนาเกษตรอินทรีย์ในทุกระดับ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2551)

จากการดำเนินนโยบายของรัฐบาลตามวาระแห่งชาติเกษตรอินทรีย์ถึงปัจจุบัน เป้าหมายสำคัญ คือ ผู้ผลิตและผู้บริโภคมีสุขภาพและคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น เกิดการปรับเปลี่ยนวิถีการผลิตสู่รูปแบบที่เกื้อกูลกับทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม มีความมั่นคงและความปลอดภัยทางอาหาร พื้นที่เกษตรอินทรีย์และกลุ่มเกษตรกรมีการขยายตัว ผลผลิตมีความหลากหลายและได้รับการส่งเสริมอย่างครบวงจร ระบบการตรวจสอบและรับรองมาตรฐานสินค้าเกษตรอินทรีย์ของไทยได้รับการยอมรับ สามารถเพิ่มสัดส่วนการผลิตและการส่งออกสินค้าเกษตรอินทรีย์อย่างต่อเนื่อง และมีการบริหารจัดการอย่างเป็นเอกภาพและเชื่อมโยงอย่างเป็นระบบ

การดำเนินนโยบายเกษตรอินทรีย์ของภาครัฐเพื่อมุ่งเน้นให้ประชาชนมีสุขภาพและคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นต้องมีการพัฒนาทั้งในด้านการผลิตและด้านการตลาด แต่จากการดำเนินนโยบายที่ผ่านมามาตรฐนเน้นโครงการพัฒนาผู้ผลิตเป็นส่วนสำคัญ โดยหากพิจารณาจากการจัดสรรงบประมาณปี 2551-2552 พบว่า กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ซึ่งรับผิดชอบโครงการเกี่ยวกับการผลิตได้รับงบประมาณมากที่สุด จำนวน 1,002.84 ล้านบาท ส่วนกระทรวงพาณิชย์ซึ่งรับผิดชอบโครงการด้านการตลาดได้รับงบประมาณ 14.79 ล้านบาท (คณะกรรมการพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ, 2552) แสดงให้เห็นว่าภาครัฐยังไม่ให้ความสำคัญในด้านตลาดหรือในส่วนที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภคมากนัก

การพัฒนา นโยบาย โดยให้ความสำคัญแก่ผู้บริโภคให้ได้รับรู้ข้อมูล ข่าวสารต่างๆ ด้านเกษตรอินทรีย์จากภาครัฐจะทำให้ผู้บริโภคทราบประโยชน์ที่ตนเองควรได้รับ และให้ความสำคัญกับการบริโภคอาหารเกษตรอินทรีย์ แต่ในทางตรงข้ามที่ผ่านมามาตรฐนยังขาดการณรงค์ส่งเสริมและให้ความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องแก่ผู้บริโภคทั่วไปให้ตระหนักถึงความสำคัญของการบริโภคอาหารอินทรีย์อย่างเพียงพอ (ศูนย์ปฏิบัติการข้อมูลการตลาดเกษตรอินทรีย์, 2551ก) ทำให้การดำเนินนโยบายเกษตรอินทรีย์ของภาครัฐไม่บรรลุเป้าหมายเท่าที่ควร ดังเห็นได้จากงานวิจัยของบริษัททีเอ็นไอเมอนิ่งที่กล่าวถึง ด้านการรับรู้เกี่ยวกับสินค้าเกษตรอินทรีย์นั้น พบว่า ผู้บริโภคร้อยละ 73.33 เชื่อมั่นในคุณภาพสินค้าเกษตรอินทรีย์อยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากผู้บริโภคไม่มั่นใจและแน่ใจว่าเป็นสินค้าเกษตรอินทรีย์แท้จริงหรือไม่ ในด้านการเลือกซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์นั้น พบว่า สินค้าเกษตรอินทรีย์หาซื้อได้ยากเนื่องจากมีสถานที่จำหน่ายอยู่น้อย เป็นต้น

การดำเนินยุทธศาสตร์เกษตรอินทรีย์มีโครงการส่งเสริมสินค้าเกษตรอินทรีย์หลากหลายชนิด เช่น ข้าวอินทรีย์ ผักและผลไม้อินทรีย์ สมุนไพรอินทรีย์ ฯลฯ โดยมีโครงการที่เกี่ยวข้องกับข้าวอินทรีย์ เช่น โครงการส่งเสริมการผลิตเมล็ดพันธุ์ขยายในการปลูกข้าวอินทรีย์ ปี 49 โครงการผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าวอินทรีย์ ทั้งเมล็ดพันธุ์คัดและพันธุ์หลัก ปี 49 โครงการตรวจสอบและรับรองข้าวอินทรีย์ ปี 52 และ โครงการพัฒนาและสนับสนุนระบบเชื่อมโยงการผลิต การแปรรูป และการตลาดสินค้าข้าวอินทรีย์ ปี 51 – 52 เป็นต้น

เมื่อพิจารณาสินค้าเกษตรอินทรีย์ของไทยทั้งหมด พบว่า ข้าวอินทรีย์เป็นผลผลิตที่มีศักยภาพการผลิตมากที่สุด โดยผลผลิตข้าวอินทรีย์คิดเป็นร้อยละ 80 ของผลผลิตสินค้าอินทรีย์ทั้งหมด (คณะกรรมการพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ, 2552) ข้าวอินทรีย์ที่ได้รับการตรวจรับรองมาตรฐานร้อยละ 96 จะส่งไปจำหน่ายยังตลาดต่างประเทศโดยเฉพาะประเทศแถบยุโรป ส่วนที่เหลือจะวางจำหน่ายภายในประเทศ กลุ่มเป้าหมายในการขายข้าวอินทรีย์ส่วนใหญ่ คือเป็นผู้มีการศึกษา มีความห่วงใยในสุขภาพ มีฐานะดีและเป็นชาวต่างประเทศ (เครือข่ายข้อมูลข้าวหอมมะลิอินทรีย์, ม.ป.ป.) ซึ่งแสดงให้เห็นว่าความต้องการสินค้าเกษตรอินทรีย์ในประเทศยังมีจำกัด ความตื่นตัวของผู้บริโภคด้านความปลอดภัยของอาหารยังไม่สูงเท่าในประเทศที่พัฒนาแล้ว (ศูนย์ปฏิบัติการข้อมูลการตลาดเกษตรอินทรีย์, 2551ข) ดังนั้นภาครัฐต้องการขยายตลาดข้าวอินทรีย์ภายในประเทศ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายสำคัญ คือ ผู้ผลิตและผู้บริโภคมีสุขภาพและคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น จะต้องดำเนินการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อข้าวอินทรีย์เพื่อกระตุ้นการบริโภคข้าวอินทรีย์ภายในประเทศ

การศึกษาครั้งนี้จึงต้องการทราบถึงพัฒนาการของยุทธศาสตร์เกษตรอินทรีย์ปีพ.ศ. 2549 - 2552 และยุทธศาสตร์เกษตรอินทรีย์ปีพ.ศ. 2551-2554 ว่าการดำเนินยุทธศาสตร์ของรัฐมีผลต่อการพัฒนาเกษตรอินทรีย์อย่างไร และผู้บริโภคที่มีความตระหนักต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ในระดับใด รวมทั้งการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อข้าวอินทรีย์เพื่อสนับสนุนการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมให้ผู้บริโภคสนใจบริโภคข้าวอินทรีย์เพิ่มมากขึ้น ซึ่งจะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อการพัฒนาเกษตรอินทรีย์ในระยะยาว

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์พัฒนาการของยุทธศาสตร์เกษตรอินทรีย์ปีพ.ศ. 2549-2552 และยุทธศาสตร์เกษตรอินทรีย์ปีพ.ศ. 2551-2554
2. เพื่อวิเคราะห์ความตระหนักของผู้บริโภคต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์
3. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์

ขอบเขตการวิจัย

เพื่อให้ได้ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ จึงทำการศึกษารอบคลุมเฉพาะประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร โดยกลุ่มตัวอย่างแบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม คือ 1. ผู้ที่รับรู้ว่านโยบายเกษตรอินทรีย์แต่ไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์ 2. ผู้ที่รับรู้ว่านโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นบางครั้ง 3. ผู้ที่รับรู้ว่านโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นประจำ และ 4. ผู้ที่ไม่เคยรับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์และไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์ ในส่วนของการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์นั้นเก็บข้อมูลเฉพาะข้าวอินทรีย์ โดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 800 คน ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 8 เขต ระหว่างวันที่ 10 ธันวาคม พ.ศ. 2552 ถึงวันที่ 30 มกราคม พ.ศ. 2553

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ เอกชน ซึ่งมีหน้าที่ดูแลรับผิดชอบการสร้างความรู้ความเข้าใจในการบริโภคอาหารอินทรีย์ให้แก่ประชาชน สามารถนำข้อมูลการวิเคราะห์พัฒนาการของยุทธศาสตร์เกษตรอินทรีย์ ข้อมูลความตระหนักของผู้บริโภคต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์และข้อมูลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อข้าวอินทรีย์ไปใช้ปรับปรุง แก้ไข เพื่อกำหนดยุทธศาสตร์เกษตรอินทรีย์ที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งการดำเนินการทั้งหมดนี้จะนำไปสู่เป้าหมายของวาระแห่งชาติเกษตรอินทรีย์ คือ ผู้ผลิตและผู้บริโภคมีสุขภาพและคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น

นิยามศัพท์

เกษตรอินทรีย์ (Organic agriculture) หมายถึง การทำการเกษตรด้วยหลักธรรมชาติ บนพื้นที่การเกษตรที่ไม่มีสารพิษตกค้างและหลีกเลี่ยงจากการปนเปื้อนของสารเคมีทางดิน ทางน้ำ และทางอากาศ เพื่อส่งเสริมความอุดมสมบูรณ์ของดิน ความหลากหลายทางชีวภาพ ในระบบนิเวศน์ และฟื้นฟูสิ่งแวดล้อมให้กลับคืนสู่สมดุลธรรมชาติโดยไม่ใช้สารเคมีสังเคราะห์หรือสิ่งที่ได้มาจากการตัดต่อพันธุกรรม ใช้ปัจจัยการผลิตที่มีแผนการจัดการอย่างเป็นระบบในการผลิตภายใต้มาตรฐานการผลิตเกษตรอินทรีย์ ให้ได้ผลผลิตสูงอุดมด้วยคุณค่าทางอาหารและปลอดภัยโดยมีต้นทุนการผลิตต่ำเพื่อคุณภาพชีวิต และเศรษฐกิจพอเพียง แก่มวลมนุษยชาติ และสรรพชีวิต (ศูนย์ปฏิบัติการข้อมูลการตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์, ม.ป.ป.)

ข้าวอินทรีย์ (Organic rice) หมายถึง ข้าวที่ได้จากการผลิตแบบเกษตรอินทรีย์ (Organic agriculture หรือ Organic farming) ซึ่งเป็นวิธีการผลิตที่หลีกเลี่ยงการใช้สารเคมี หรือสารสังเคราะห์ต่างๆ เป็นต้นว่า ปุ๋ยเคมี สารควบคุมการเจริญเติบโต สารควบคุมและกำจัดวัชพืช สารป้องกันกำจัดโรคแมลงและสัตว์ศัตรูข้าว ในทุกขั้นตอนการผลิตและในระหว่างการเก็บรักษาผลผลิต หากมีความจำเป็น แนะนำให้ใช้วัสดุจากธรรมชาติและสารสกัดจากพืชที่ไม่มีพิษต่อคน หรือไม่มีสารพิษตกค้างปนเปื้อนในผลิตผลในดินและน้ำ ในขณะที่เดียวกันก็เป็นการรักษาสภาพแวดล้อม ทำให้ได้ผลิตผลข้าวที่มีคุณภาพดี ปลอดภัยจากอันตรายของผลตกค้างส่งผลให้ผู้บริโภคมีสุขอนามัยและคุณภาพชีวิตที่ดี (กรมส่งเสริมการเกษตร, ม.ป.ป.)

ความตระหนัก (Awareness) หมายถึง การแสดงออกถึงความรู้สึกที่เกิดขึ้นภายใน อันเนื่องมาจากการที่บุคคลเคยรับรู้ มีความเข้าใจ มีประสบการณ์ โดยประเมินจากการเผชิญสถานการณ์ที่เกิดขึ้น และพร้อมต่อการแสดงออกถึงความรู้สึกตอบสนองต่อสิ่งนั้นตามความรู้สึก (ณัฐพัชร์ ทองคำ, 2549)

วิธีการศึกษา

1. การเก็บรวบรวมข้อมูล

1.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์หาคำตอบให้บรรลุวัตถุประสงค์ข้อ 2 และ 3 โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์จากตัวอย่างประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 800 คน

ในการศึกษาครั้งนี้ได้มีขั้นตอนในกำหนดกลุ่มตัวอย่างดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 คัดเลือกเขตในการเก็บตัวอย่าง โดยคัดเลือกเขตตามการจัดแบ่งพื้นที่ตามศักยภาพหรือลักษณะเฉพาะของพื้นที่ต่างๆ ซึ่งได้จัดแบ่งเขตทั้ง 50 เขต ออกเป็น 6 กลุ่มเขต โดยสำนักงานผังเมืองกรุงเทพมหานคร ได้แก่ กลุ่มกรุงเทพกลาง กลุ่มกรุงเทพใต้ กลุ่มกรุงเทพเหนือ กลุ่มกรุงเทพตะวันออก กลุ่มกรุงธนเหนือ และกลุ่มกรุงธนใต้ (ภาคผนวก ก)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษานี้แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม คือ 1. ผู้ที่รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์แต่ไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์ 2. ผู้ที่รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นบางครั้ง 3. ผู้ที่รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นประจำ และ 4. ผู้ที่ไม่เคยรับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์และไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์ ในส่วนของผู้ที่ซื้อข้าวอินทรีย์ใช้การคัดเลือกเขตพื้นที่แบบเจาะจง คือ เข้าไปสอบถามกลุ่มตัวอย่างในสถานที่ที่มีการจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์และสถานที่เหล่านั้นได้อนุญาตให้เข้าไปสอบถามผู้บริโภคซึ่งมีทั้งหมด 4 แห่ง ใน 4 เขต ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์ใช้การคัดเลือกเขตพื้นที่โดยใช้วิธีการสุ่มเลือกพื้นที่ (Area sampling) เพิ่มอีก 4 เขต รวมทั้งหมดเป็น 8 เขต ดังนี้

1. เขตบางกอกน้อย
2. เขตห้วยขวาง
3. เขตคลองเตย
4. เขตบางซื่อ
5. เขตจตุจักร
6. เขตราชเทวี

7. เขตพระโขนง

8. เขตปทุมวัน

จากนั้นทำการจัดสรรกลุ่มตัวอย่างในแต่ละเขตจากทั้งหมดจำนวน 800 คน ด้วยวิธีการเลือกขนาดตัวอย่างโดยใช้แบบสัดส่วน (Proportion sampling) ซึ่งมีวิธีการหาขนาดของตัวอย่างโดยนำจำนวนประชากรของเขตพื้นที่ที่ได้เลือกไว้ในขั้นตอนที่ 1 จำนวน 8 เขตมารวมกัน ซึ่งมีทั้งหมด 872,041 คน หลังจากนั้นจึงกำหนดจำนวนตัวอย่างจากแต่ละเขตโดยนำสัดส่วนของประชากรในแต่ละเขตมาหารด้วยจำนวนประชากรทั้งหมดในกรุงเทพมหานครแล้วนำไปคูณกับจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 800 คน ซึ่งจำนวนกลุ่มตัวอย่างในแต่ละเขตมีดังนี้ (ตารางที่ 1.1)

ตารางที่ 1.1 รายละเอียดการสุ่มตัวอย่างเพื่อแจกแบบสอบถาม

เขต	จำนวนประชากร ^{1/} (คน)	จำนวนการเก็บแบบสอบถาม ^{2/} (ชุด)
บางกอกน้อย	129,401	119
ห้วยขวาง	76,948	71
คลองเตย	118,412	109
บางซื่อ	145,671	134
จตุจักร	165,438	152
ราชเทวี	78,147	72
พระโขนง	97,749	90
ปทุมวัน	60,275	55
รวม	872,041	800

หมายเหตุ: จำนวนประชากร (ข้อมูล ณ เดือนธันวาคม 2551)

ที่มา: ^{1/} ศูนย์ข้อมูลกรุงเทพมหานคร (2553)

^{2/} จากการคำนวณ

ขั้นตอนที่ 2 เมื่อได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างในแต่ละเขตแล้ว จึงทำการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้การสุ่มแบบเจาะจง (Purposive sampling) ในสถานที่ที่อนุญาตให้เข้าไปสอบถามผู้บริโภค เช่น สวนสาธารณะ ตลาด ย่านสำนักงาน ศูนย์ราชการ และบริเวณภายในมหาวิทยาลัย เป็นต้น โดยแต่

ละเขตได้เก็บแบบสอบถามในบริเวณต่างๆ โดยที่ผู้ศึกษาจะไปสอบถามผู้บริโภครที่มีความสมัครใจในการตอบแบบสอบถาม ดังนี้

เขตบางกอกน้อย เก็บแบบสอบถามบริเวณท่าเรือพรานนก ร้าน โป๊ะผัก และโรงพยาบาลศิริราช

เขตห้วยขวาง เก็บแบบสอบถามภายในร้านไทสบายบายเขาค้อทะเลญู

เขตคลองเตย เก็บแบบสอบถามบริเวณงานกรีนแฟร์ภายในอุทยานเบญจศิริ

เขตบางซื่อ เก็บแบบสอบถามภายในร้านเอเดน

เขตจตุจักร เก็บแบบสอบถามบริเวณสวนจตุจักร และภายในมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

เขตราษฎร์เทพฯ เก็บแบบสอบถามบริเวณย่านสำนักงาน

เขตพระโขนง เก็บแบบสอบถามบริเวณย่านสำนักงาน

เขตปทุมวัน เก็บแบบสอบถามบริเวณกระทรวงพลังงาน

1.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) เก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร และฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ (Website) ที่เกี่ยวข้องโดยใช้ล็อกเฟรมเพื่อวิเคราะห์พัฒนาการของยุทธศาสตร์เกษตรอินทรีย์ปีพ.ศ. 2549-2552 และยุทธศาสตร์เกษตรอินทรีย์ปีพ.ศ. 2551-2554 ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 นอกจากนี้ยังสามารถนำข้อมูลจากการวิเคราะห์นี้ไปใช้สร้างแบบสอบถามเพื่อวิเคราะห์ความตระหนักของผู้บริโภคต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ และวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อข้าวเกษตรอินทรีย์ ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 และ 3 ตามลำดับ โดยข้อมูลที่มีการเก็บรวบรวม ได้แก่ ข้อมูลโครงการของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ในแผนยุทธศาสตร์เกษตรอินทรีย์ พ.ศ. 2549-2552 แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ ฉบับที่ 1 พ.ศ. 2551-2554 และแผนปฏิบัติการพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ พ.ศ. 2551-2554 ซึ่งรวบรวมจากเอกสารของกรมพัฒนาที่ดิน สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร และสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

2. การสร้างแบบสอบถาม

ประกอบไปด้วย การจัดทำแบบสอบถาม และการทดสอบแบบสอบถาม

2.1 การจัดทำแบบสอบถาม เป็นการประมวลคำถามสำหรับสอบถามผู้บริโภคจากการวิเคราะห์ด้วยล็อกเฟรมและจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ลักษณะปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ต่อเดือน จำนวนสมาชิกทั้งหมดในครอบครัว จำนวนสมาชิกเด็กที่อายุต่ำกว่า 5 ปี จำนวนสมาชิกผู้ใหญ่ที่อายุ 60 ปี ขึ้นไป และจำนวนสมาชิกที่ต้องดูแลเรื่องอาหารเป็นพิเศษ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์ ได้แก่ การรับรู้ข้อมูลข้าวอินทรีย์ ความถี่ในการซื้อข้าวอินทรีย์ ระยะเวลาที่ซื้อข้าวอินทรีย์ ปริมาณและระยะเวลาในการบริโภคข้าวอินทรีย์ แหล่งที่มาของการรับรู้ข้อมูลข้าวอินทรีย์ ระดับการตัดสินใจซื้อ แหล่งจำหน่ายข้าวอินทรีย์ ระดับราคาข้าวอินทรีย์ ความคิดเห็นต่อนโยบายของภาครัฐ ความเชื่อถือต่อมาตรฐานของภาครัฐ การรับรู้ข้อมูลด้านการผลิต การรณรงค์ประชาสัมพันธ์ ตลาดและมาตรฐาน และข้อมูลสินค้าเกษตรอินทรีย์ชนิดอื่นๆ รวมทั้งความคิดเห็นต่อปริมาณการบริโภคอาหารอินทรีย์ของคนไทย

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อหรือไม่ซื้อข้าวอินทรีย์ แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ปัจจัยด้านนโยบาย เช่น การผ่านการรับรองมาตรฐาน การรักษาสิ่งแวดล้อม การรับรู้ข้อมูลเรื่องความเสี่ยงและปัจจัยอื่นๆ เช่น ราคาข้าวอินทรีย์ น้ำหนักของข้าว บรรจุภัณฑ์ (รายละเอียดแบบสอบถามในภาคผนวก ข)

2.2 การทดสอบแบบสอบถาม (Questionnaire pretest) เมื่อเรียบเรียงข้อมูลและสร้างแบบสอบถามฉบับร่างแล้ว ดำเนินการทดสอบแบบสอบถามโดยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ตัวอย่าง เพื่อให้แบบสอบถามมีความเหมาะสม และใช้หาตัวเลือกสำหรับคำถามปลายเปิดต่างๆ

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษานี้แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

3.1 การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive analysis) เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 และ 2 แบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 2 ส่วน คือ

3.1.1 เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เป็นการวิเคราะห์พัฒนาการของยุทธศาสตร์เกษตรอินทรีย์ปีพ.ศ. 2549-2552 และยุทธศาสตร์เกษตรอินทรีย์ปีพ.ศ. 2551-2554 โดยการเสนอแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์ ปี 2549-2552 และแผนยุทธศาสตร์พัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ ฉบับปี 2551 -2554 ในภาพรวม ตามข้อมูลของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์และสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติที่มีอยู่ ส่วนต่อมาใช้ Logical framework (Logframe) เป็นกรอบในการศึกษายุทธศาสตร์ทั้ง 2 ยุทธศาสตร์ จากนั้นวิเคราะห์หาความแตกต่างระหว่างแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์ ปี 2549-2552 และแผนยุทธศาสตร์พัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ ฉบับปี 2551 -2554 โดยทำการเปรียบเทียบสาระสำคัญของยุทธศาสตร์ เปรียบเทียบโครงการของแต่ละยุทธศาสตร์ เปรียบเทียบหน่วยงานที่รับผิดชอบ รวมทั้งเปรียบเทียบ โครงสร้างการบริหาร

3.1.2 เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เป็นการวัดความตระหนักรู้ของผู้บริโภคต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ซึ่งประกอบด้วย 1) ระดับความตระหนักรู้ด้านเกษตรอินทรีย์ในภาพรวม 2) ระดับความตระหนักรู้ด้านการผลิต 3) ระดับความตระหนักรู้ด้านตลาด และ 4) ระดับความตระหนักรู้ด้านมาตรฐานและการรับรองใช้เกณฑ์การวัดแบบลิเคิร์ต (Likert scale)

3.2 การวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative analysis) เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ดำเนินการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อข้าวอินทรีย์ โดยใช้แบบจำลองโพรบิต (Probit model) โดยวิธีภาวะน่าจะเป็นสูงสุด (Method of maximum likelihood) ในการประมาณค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรอิสระในแบบจำลองและการคำนวณค่า Marginal effect ใช้โปรแกรมสำเร็จรูป

บทที่ 2

การตรวจเอกสาร

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องประกอบด้วย 4 ส่วน ได้แก่ 1) แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior model) 2) แนวคิดต้นทุนเอกชนและต้นทุนสังคม (Private and social costs) 3) แนวคิดอสมมาตรด้านข้อมูลข่าวสาร (Asymmetric information) และ 4) แนวคิดส่วนเหลือจากการตลาด (Marketing margin) นอกจากนี้ในการวิจัยครั้งนี้ใช้เครื่องมือในการวิเคราะห์ 2 เครื่องมือ ได้แก่ 1) แนวคิดแบบล็อกจิคัลเฟรมเวิร์ก (Logical framework) และ 2) แบบจำลองโพรบิต (Probit model)

1. แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior model)

แบบจำลองเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ โดยเริ่มต้นจากสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ที่ทำให้เกิดความต้องการ จากนั้นสิ่งกระตุ้นจะผ่านเข้ามาในความรู้สึคนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's black box) โดยเปรียบเสมือนกล่องดำ ซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ ความรู้สึคนึกคิดของผู้ซื้อจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่าง ๆ ของผู้ซื้อ แล้วจึงมีการตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's response) หรือ การตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer's purchase decision) (Kotler, 1997) (ภาพที่ 2.1)

จุดเริ่มต้นของแบบจำลองนี้อยู่ที่มีสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ให้เกิดความต้องการก่อนแล้วทำให้เกิดการตอบสนอง (Response) โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1.1 สิ่งกระตุ้น (Stimulus) สิ่งกระตุ้นอาจเกิดขึ้นเองจากภายในร่างกาย (Inside stimulus) และสิ่งกระตุ้นจากภายนอก (Outside stimulus) ซึ่งต้องให้ความสนใจและจัดสิ่งกระตุ้นภายนอก เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ สิ่งกระตุ้นถือว่าเป็นเหตุจูงใจให้เกิดการซื้อสินค้า ซึ่งอาจใช้เหตุจูงใจซื้อด้านเหตุผลหรือใช้เหตุจูงใจให้ซื้อด้านจิตวิทยาก็ได้ สิ่งกระตุ้นภายนอกประกอบด้วย 2 ส่วน คือ



ภาพที่ 2.1 รูปแบบพฤติกรรมผู้บริโภค และปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค
ที่มา: ปรับปรุงจาก Kotler (1997: 172)

1.1.1 สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นที่สามารถควบคุมและจัดให้มีขึ้น เป็นสิ่งกระตุ้นที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด (Marketing mix) ประกอบด้วย

ก. สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เช่น การออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สวยงาม เพื่อกระตุ้นความต้องการ ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ การบรรจุหีบห่อ เป็นต้น

ข. สิ่งกระตุ้นด้านราคา (Price) เช่น การกำหนดราคาสินค้าให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์การให้ส่วนลด เป็นต้น

ค. **สิ่งกระตุ้นด้านการจัดช่องทางการจำหน่าย (Distribution หรือ place)** เช่น จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้ทั่วถึง เพื่อให้ความสะดวกแก่ผู้บริโภค ถือว่าเป็นการกระตุ้นความต้องการซื้อ

ง. **สิ่งกระตุ้นด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)** เช่น การโฆษณา สัมภาษณ์ การให้ความพยายามของพนักงานขาย การลด แลก แจก แถม เหล่านี้ถือว่าเป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการซื้อ

1.1.2 **สิ่งกระตุ้นอื่นๆ (Other stimulus)** เป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการผู้บริโภคที่อยู่ภายนอกองค์การ ซึ่งบริษัทควบคุมไม่ได้ สิ่งกระตุ้นเหล่านี้ เช่น

ก. **สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ (Economic)** เช่น ภาวะเศรษฐกิจ รายได้ของผู้บริโภค ปัจจัยเหล่านี้มีอิทธิพลต่อความต้องการของบุคคล

ข. **สิ่งกระตุ้นทางกฎหมายและการเมือง (Law and political)** เช่น กฎหมายเพิ่มหรือลดภาษีสินค้าใดสินค้าหนึ่งจะมีผลต่อการเพิ่มหรือลดความต้องการของผู้ซื้อ เป็นต้น

1.2 **กล่องดำหรือความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's black box)** ซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถทราบได้ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะของผู้ซื้อ โดยมีกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อหรือการตอบสนองการซื้อ (Buyer decision process)

1.2.1 **ลักษณะของผู้ซื้อ (Buyer characteristics)** ลักษณะของผู้ซื้อที่มีอิทธิพลจากปัจจัยต่างๆคือ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยด้านจิตวิทยา

1.2.2 **กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ (Buyer decision process)** ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่ การรับรู้ถึงความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมหลังการซื้อ (ภาพที่ 2.2)



ภาพที่ 2.2 กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

ที่มา: Kotler (1997: 192)

ก. การรับรู้ถึงความต้องการ (Need recognition) หรือการรับรู้ปัญหา (Problem recognition) เป็นการที่บุคคลรับรู้ถึงความต้องการภายในของตน ซึ่งอาจเกิดขึ้นเองหรือเกิดจากสิ่งกระตุ้น เช่น ความหิว ความกระหาย ความเจ็บปวด ฯลฯ

ข. การค้นหาข้อมูล (Information search) ถ้าความต้องการถูกกระตุ้นมากพอ และสิ่งที่สามารถสนองความต้องการอยู่ใกล้กับผู้บริโภค ผู้บริโภคจะดำเนินการเพื่อให้เกิดความพอใจทันที โดยจะพยายามค้นหาข้อมูลเพื่อหาทางสนองความต้องการที่ถูกกระตุ้น ซึ่งแหล่งข้อมูลของผู้บริโภคประกอบด้วย 5 กลุ่ม คือ แหล่งบุคคล แหล่งการค้า แหล่งชุมชน แหล่งประสบการณ์ และแหล่งทดลอง

ค. การประเมินผลทางเลือก (Evaluation of alternatives) เมื่อผู้บริโภคได้ข้อมูลแล้วจะเกิดความเข้าใจและประเมินผลทางเลือกต่างๆ โดยกระบวนการประเมินผลทางเลือกประกอบด้วย คุณสมบัติผลิตภัณฑ์ ลำดับความสำคัญของผลิตภัณฑ์ การพัฒนาความน่าเชื่อถือเกี่ยวกับตราสินค้า โดยความน่าเชื่อถือของผู้บริโภคขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของผู้บริโภค และความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์จะเปลี่ยนแปลงได้เสมอ และผู้บริโภคมีทัศนคติในการเลือกตราสินค้าโดยผ่านกระบวนการประเมินผล เริ่มต้นด้วยการกำหนดคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคต้องการ แล้วเปรียบเทียบคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ตราต่างๆ

ง. การตัดสินใจซื้อ (Purchase decision) จากการประเมินผลทางเลือกในขั้นที่ 3 จะช่วยให้ผู้บริโภคเกิดความพอใจระหว่างผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่เป็นทางเลือก โดยทั่วไปผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคชอบมากที่สุด

จ. ความรู้สึกภายหลังการซื้อ (Post purchase feeling) หลังจากซื้อและทดลองใช้ผลิตภัณฑ์แล้ว ผู้บริโภคจะมีประสบการณ์เกี่ยวกับความพอใจหรือไม่พอใจผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะต้องพยายามทราบถึงระดับความพอใจของผู้บริโภคภายหลังการซื้อ เพื่อที่จะนำไปพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น

1.3 การตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's response) หรือ การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Buyer's purchase decisions) จะมีการตัดสินใจในประเด็นต่างๆ คือ การเลือกผลิตภัณฑ์ การเลือกตราสินค้า การเลือกผู้ขาย การเลือกเวลาในการซื้อ การเลือกปริมาณการซื้อ ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค ประกอบด้วย ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยด้านจิตวิทยา โดยปัจจัยที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งเป็นปัจจัยส่วนสำคัญที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค (Kotler, 1997)

ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal factors) การตัดสินใจของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลของคนทางด้านต่างๆ ได้แก่ อายุ วงจรชีวิตครอบครัว อาชีพ โอกาสทางเศรษฐกิจ การศึกษา รูปแบบการดำรงชีวิต บุคลิกภาพ และแนวความคิดส่วนบุคคล

1.3.1 อายุ (Age) อายุที่แตกต่างกันจะมีความต้องการผลิตภัณฑ์ต่างกัน

1.3.2 อาชีพ (Occupation) อาชีพของแต่ละบุคคลจะนำไปสู่ความจำเป็นและความต้องการสินค้าที่แตกต่างกัน

1.3.3 โอกาสทางเศรษฐกิจ (Economic circumstances) หรือรายได้ (Income) หรือโอกาสทางเศรษฐกิจของแต่ละบุคคลจะกระทบต่อสินค้าและบริการที่เขาตัดสินใจซื้อ

1.3.4 การศึกษา (Education) ผู้ที่มีการศึกษาสูงมีแนวโน้มจะบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำ

2. แนวคิดต้นทุนเอกชนและต้นทุนสังคม (Private and social costs)

โดยทั่วไปในการผลิตทางการเกษตรแบบใช้สารเคมีนั้นผู้ผลิตหรือเกษตรกรจะมีต้นทุนการผลิตรวม ดังต่อไปนี้

ต้นทุนรวม (Total cost) = ต้นทุนที่เป็นเงินสด (Cash cost) + ต้นทุนที่ไม่เป็นเงินสด (Non cash cost)

ต้นทุนที่เป็นเงินสด คือ ต้นทุนที่ใช้จ่ายเป็นเงินสดในการซื้อปัจจัยการผลิต เช่น ค่าสารเคมีปราบศัตรูพืช เป็นต้น ส่วนต้นทุนที่ไม่เป็นเงินสด คือ ต้นทุนในการใช้ปัจจัยการผลิตที่ไม่ต้องจ่ายเป็นตัวเงิน เช่น แรงงานในครัวเรือน พันธุ์พืชของตัวเอง เป็นต้น สำหรับต้นทุนรวมดังกล่าวข้างต้นนั้นทางเศรษฐศาสตร์เรียกว่า ต้นทุนของเอกชน (Private cost)

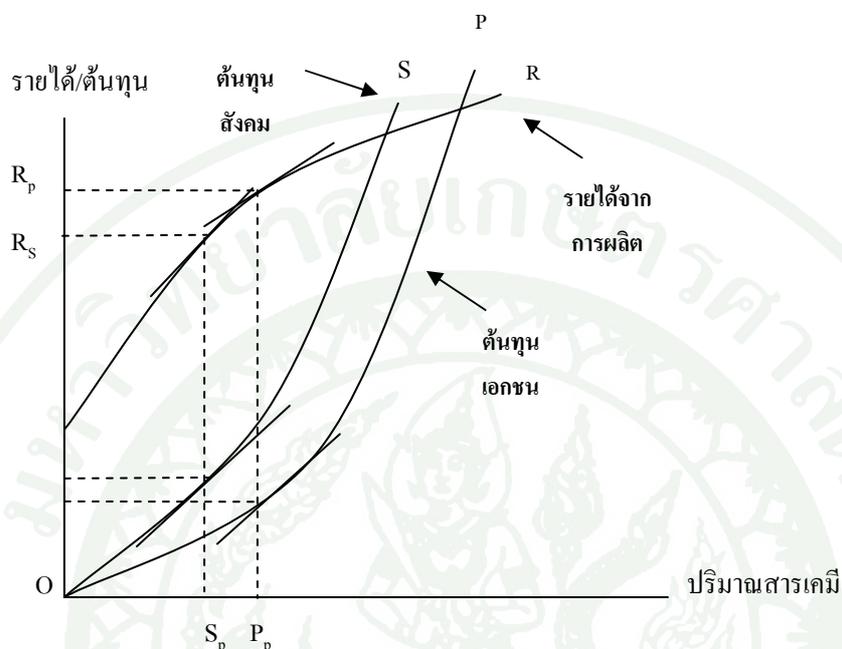
อย่างไรก็ตามการใช้สารเคมีโดยเฉพาะยาปราบศัตรูพืชจะก่อให้เกิดผลกระทบภายนอกทางลบ หรือผลที่ไม่พึงปรารถนา (Negative externality) เพราะทำให้เกิดสารตกค้างที่เป็นอันตรายต่อพืชและสัตว์ หรือแม้กระทั่งสารตกค้างในมนุษย์ โดยรวมแล้วก่อให้เกิดผลเสียต่อสิ่งแวดล้อมของสังคม โดยสังคมจะต้องใช้เงินในการขจัดผลเสียดังกล่าว หรืออาจกล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่าเป็นต้นทุนของสังคม ด้วยเหตุนี้การผลิตทางการเกษตรแบบใช้สารเคมีจะต้องมีต้นทุนการผลิตในด้านของสังคม เป็นดังนี้

ต้นทุนทางสังคม (Social cost) = ต้นทุนเอกชน (Private cost) + ต้นทุนในการขจัดผลกระทบภายนอกทางลบ (Negative externality cost)

สมมติว่ารายได้จากการผลิตสินค้าเกษตรแบบใช้สารเคมี คือเส้น OR ส่วนเส้น OS และ OP เป็นต้นทุนในการผลิตสินค้าดังกล่าวของสังคมและเอกชน ตามลำดับ ผู้ผลิตจะได้กำไรสูงสุดในการใช้สารเคมีนี้จากส่วนต่างระหว่างเส้นรายได้ และเส้นต้นทุนที่กว้างที่สุด ดังนั้นการใช้สารเคมีในภาคเกษตรนั้น ถ้าผู้ผลิตและเกษตรกรคำนึงถึงกำไรสูงสุดแล้วจะใช้สารเคมี คือปริมาณ OP_p ซึ่งมากกว่าในกรณีที่คำนึงถึงประโยชน์สูงสุดทางสังคม คือ ณ ปริมาณ OS_p (ภาพที่ 2.3)

ถึงแม้ในทางปฏิบัติอาจไม่สามารถหาเส้นทุกเส้นของต้นทุนและรายได้ดังกล่าวข้างต้นได้ อย่างไรก็ตามแนวคิดทางทฤษฎีดังกล่าวซึ่งแสดงให้เห็นถึงความขัดแย้งด้านผลประโยชน์ระหว่างผลประโยชน์เอกชนและผลประโยชน์ของสังคมในการใช้สารเคมี เป็นประเด็นสำคัญประเด็นหนึ่งที่สังคมโดยรวมและภาครัฐจำเป็นต้องให้ความสนใจในการกำกับดูแล พร้อมทั้งหามาตรการที่เหมาะสมในการลดการใช้สารเคมีที่เกินความเหมาะสมและทั้งหาทางลดปริมาณการใช้เพื่อป้องกันปัญหาสุขภาพของคนและสิ่งแวดล้อม รวมทั้งหามาตรฐานด้านการค้าสินค้าเกษตรที่สอดคล้องกับ

ภาวะโลก ซึ่งมีแนวโน้มที่จะมุ่งไปในการใช้มาตรการสุขอนามัยของพืชและสัตว์มากยิ่งขึ้น (บุญจิต จิตาภิวัฒน์กุล, 2547: 1-3)



ภาพที่ 2.3 ปริมาณการใช้ปัจจัยการผลิตที่เหมาะสมเมื่อพิจารณาด้านทุนเอกชนและต้นทุนสังคม
ที่มา: Headley and Lewis (1967: 236)

3. แนวคิดอสมมาตรด้านข่าวสารของตลาด (Asymmetric information)

บุญจิต จิตาภิวัฒน์กุล (2547) วิเคราะห์ข่าวหอมมะลิอินทรีย์ภายในประเทศและต่างประเทศ โดยพิจารณาจากแนวคิด เรื่องอสมมาตรด้านข่าวสารของตลาด เกิดขึ้นเมื่อผู้ซื้อและผู้ขายมีข้อมูลเกี่ยวกับตัวสินค้าหรือผลิตภัณฑ์นั้นๆ ไม่เท่าเทียมกัน ซึ่งโดยปกติผู้ขายมักมีข้อมูลเกี่ยวกับสินค้านั้นมากกว่าผู้ซื้อและมีพฤติกรรมที่อาจซ่อนเร้นคุณสมบัติที่แท้จริงของสินค้า ซึ่งทำให้เกิดการอสมมาตรด้านข่าวสาร ส่งผลให้พฤติกรรมในการเลือกสินค้าบริโภคของผู้ซื้อเปลี่ยนไปจากกรณีที่ตลาดมีการสมมาตรด้านข่าวสาร หรือกรณีที่ผู้ซื้อและผู้ขายมีข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าสมบูรณ์ทั้ง 2 ฝ่าย (Complete information)

กรณีตลาดมีข่าวสารสมบูรณ์ (Complete information) ความซับซ้อนของตลาดข่าวหอมมะลิอินทรีย์สามารถอธิบายให้ง่ายขึ้น โดยตั้งข้อสมมติดังต่อไปนี้

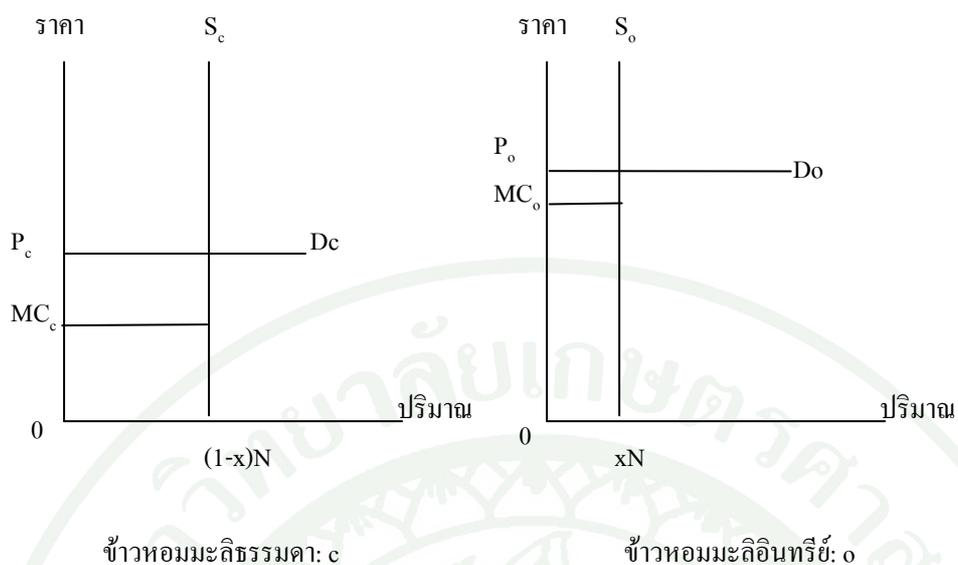
1. ตลาดข้าวหอมมะลิอินทรีย์เป็นตลาดที่มีข่าวสารสมบูรณ์

2. ในปีการเพาะปลูกหนึ่งๆ มีปริมาณผลผลิตเสนอขายในตลาดเท่ากับ N กิโลกรัม โดยแบ่งเป็นข้าวหอมมะลิอินทรีย์ในสัดส่วนร้อยละ x ของปริมาณข้าวหอมมะลิทั้งหมด และเป็นข้าวหอมมะลิธรรมดาร้อยละ $1-x$ ของปริมาณข้าวหอมมะลิทั้งหมด

3. ราคาต่ำสุดที่ผู้ขายยินดีเสนอขายข้าวหอมมะลิอินทรีย์ เท่ากับ MC_0 และข้าวหอมมะลิธรรมดาเท่ากับ MC_0 ทำให้สามารถสร้างเส้นอุปทานข้าวหอมมะลิธรรมดาเป็นเส้น MC_0S_0 โดยมีจุดตั้งฉาก ณ ปริมาณ $(1-x)N$ กิโลกรัม และเส้นอุปทานข้าวหอมมะลิอินทรีย์เป็นเส้น MC_0S_0 โดยมีจุดตั้งฉาก ณ ปริมาณ xN กิโลกรัม

4. เส้นอุปสงค์ของตลาดสินค้าข้าวหอมมะลิธรรมดา และข้าวหอมมะลิอินทรีย์เป็นเส้นตรง และขนานกับแกนนอน ทำให้ราคาคุณภาพตลาดข้าวหอมมะลิธรรมดาและตลาดข้าวหอมมะลิอินทรีย์เป็นเส้น P_0 และ P_0 ตามลำดับ

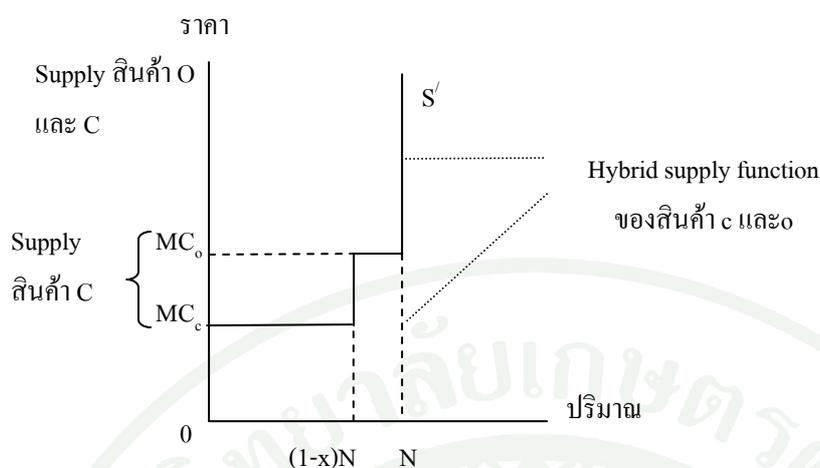
จากข้อสมมติดังกล่าวจะเห็นว่าตลาดข้าวหอมมะลิอินทรีย์และข้าวหอมมะลิธรรมดามีจุดคุณภาพ ณ ราคา P_0 และ P_0 ตามลำดับ โดยส่วนต่างของราคา ($P_0 - P_0$) เท่ากับ ค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นจากการมีรูปแบบการผลิตและการตลาดแบบสินค้าอินทรีย์ ซึ่งรวมถึงต้นทุนการผลิตที่สูงกว่า การตรวจสอบรับรอง การแปรรูป และค่าบริการการตลาดที่สูงกว่าสินค้าธรรมดา ข้อควรสังเกตคือ ผู้บริโภคมีความยินดีที่จะซื้อข้าวหอมมะลิอินทรีย์ในราคาที่สูงกว่าข้าวหอมมะลิธรรมดา เนื่องจากผู้บริโภคมีความรู้และได้รับข่าวสารเท่ากับผู้ผลิตและผู้ค้า ทำให้เชื่อมั่นว่าข้าวหอมมะลิที่เลือกซื้อในราคาที่สูงกว่านั้นเป็นข้าวหอมมะลิอินทรีย์แท้ๆ ซึ่งผ่านขั้นตอนการผลิตและแปรรูปตามมาตรฐานที่ได้รับการตรวจสอบรับรอง (ภาพที่ 2.4)



ภาพที่ 2.4 ตลาดข้าวหอมมะลิภายใต้ข่าวสารสมบูรณ์ (Complete information)

ที่มา: บุญจิต ฐิตาภวัฒน์กุล (2547: 4)

ในความเป็นจริงผู้ซื้อและผู้ขายไม่ได้รับความรู้และข่าวสารเกี่ยวกับตัวสินค้าที่เท่าเทียมกัน ผู้ผลิตและผู้ค้าข้าวหอมมะลิมักมีข้อมูลเกี่ยวกับสินค้ามากกว่าผู้บริโภค ซึ่งหมายความว่าตลาดมีอสมมาตรด้านข่าวสารเกิดขึ้น ฉะนั้นตลาดข้าวหอมมะลิอินทรีย์จึงไม่สามารถแยกออกจากตลาดข้าวหอมมะลิธรรมดาได้อย่างชัดเจน ภายใต้สถานการณ์ที่เกิดอสมมาตรด้านข่าวสารนี้จะเกิดเส้นอุปทานลูกผสม (Hybrid supply function) ของสินค้าข้าวหอมมะลิธรรมดาและข้าวหอมมะลิอินทรีย์ เป็นเส้น $MC_c S'$ โดยเส้นอุปทานจะตั้งฉากกับแกนนอน ณ ปริมาณผลผลิตข้าวหอมมะลิธรรมดาที่มีในตลาด $(1-x)N$ กิโลกรัม จนกระทั่งถึงราคาเท่ากับ MC_o (ราคาของผู้ขายข้าวหอมมะลิอินทรีย์อินดีขาย) เส้นอุปทานจะเป็นแนวนอนราบขนานแกนนอนตามปริมาณข้าวหอมมะลิอินทรีย์ซึ่งมีอยู่ในตลาดเท่ากับ xN กิโลกรัม และหักตั้งฉากกับแกนนอนอีกครั้ง ณ ปริมาณผลผลิต N กิโลกรัม ซึ่งเป็นปริมาณผลผลิตรวมของข้าวหอมมะลิธรรมดาและข้าวหอมมะลิอินทรีย์ (ภาพที่ 2.5)



ภาพที่ 2.5 เส้นอุปทานลูกผสม (Hybrid supply function) ของข้าวหอมมะลิธรรมชาติและอินทรีย์ ภายใต้ข้อสมมติตลาดข้าวหอมมะลิ (Asymmetric information)

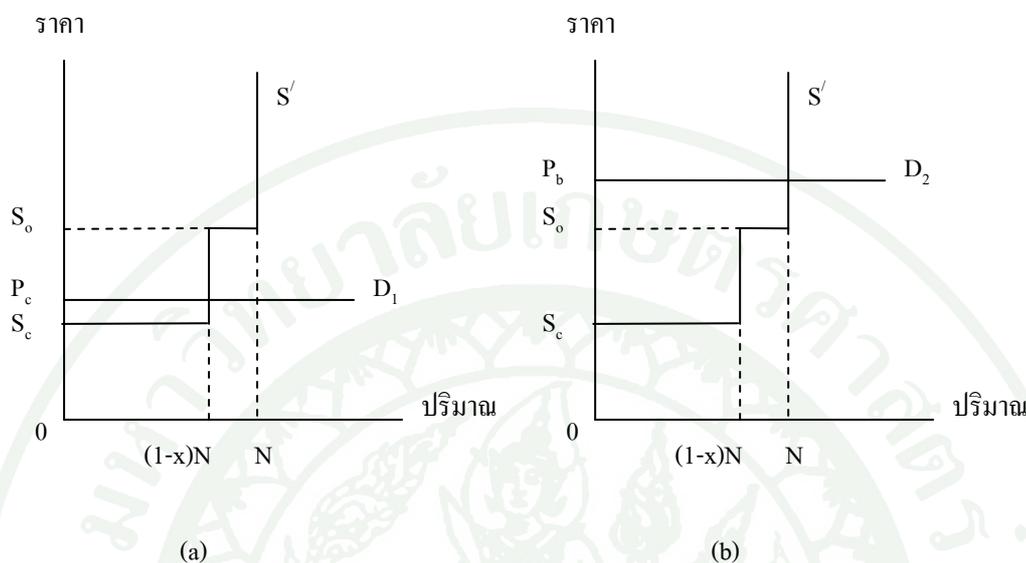
ที่มา: บุญจิต ฐิตาภิวัฒน์กุล (2547: 6)

ภายใต้ข้อสมมติด้านข่าวสารตลาดข้าวหอมมะลินั้น คุณภาพในตลาดจะเกิดได้อย่างน้อยใน 2 กรณี คือ

กรณีที่ 1 เมื่อผู้บริโภคเกิดความไม่แน่ใจเกี่ยวกับข่าวสารหรือคุณสมบัติของข้าวหอมมะลิที่ จะตัดสินใจบริโภคว่าเป็นข้าวหอมมะลินทรีย์หรือข้าวหอมมะลิธรรมดา ผู้บริโภคย่อมไม่ยินดีจ่าย ในราคาที่สูงกว่าเพื่อบริโภคสินค้าที่ไม่แน่ใจในคุณภาพ โดยเฉพาะในกรณีที่ข้าวหอมมะลินทรีย์ ในตลาดมีสัดส่วนที่น้อยเมื่อเทียบกับปริมาณข้าวหอมมะลิธรรมดา หมายความว่าในการซื้อข้าว หอมมะลิแต่ละครั้งจะมีความเป็นไปได้ที่จะได้ข้าวหอมมะลินทรีย์ที่ต่ำมาก เพราะฉะนั้นเส้นอุปสงค์ ของข้าวหอมมะลิจะเป็นเส้น D_1 และราคาคุณภาพจะเท่ากับ P_c โดยปริมาณซื้อขายเท่ากับ $(1-x)N$ กิโลกรัม ซึ่งตลาดจะมีเฉพาะข้าวหอมมะลิธรรมดาทั้งหมด และข้าวหอมมะลินทรีย์จะไม่มี การเสนอขายในตลาดเพราะราคา P_c นั้นต่ำกว่าราคาสุดท้ายที่ผู้ขายยินดีเสนอขาย หรือ S_o (ภาพที่ 2.6a)

กรณีที่ 2 กรณีที่ปริมาณเสนอขายข้าวหอมมะลินทรีย์ในตลาดมีมากขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ ทำให้ผู้บริโภคเชื่อว่ามีความเป็นไปได้สูง (หรืออย่างน้อยสูงกว่ากรณีที่ 1) ที่ซื้อสินค้าข้าวหอมมะลิ อินทรีย์ที่ซื้อเป็นสินค้าแท้ ทำให้ผู้บริโภคยินดีจ่ายในราคาที่เพิ่มขึ้น ทำให้อุปสงค์เป็นเส้น D_2 เกิด

ราคาคุณภาพเท่ากับ P_c ปริมาณการซื้อทั้งหมดเท่ากับ N กิโลกรัม จะเห็นว่าราคาซื้อ P_c นั้นสูงกว่าราคาขั้นต่ำที่ผู้ขายข้าวหอมมะลิอินทรีย์ยินยอมขาย ณ ระดับ S_0 (ภาพที่ 2.6b)



ภาพที่ 2.6 ตลาดคุณภาพข้าวหอมมะลิภายใต้ข้อมูลด้านข่าวสาร (Asymmetric information)
ที่มา: บุญจิต วิฑูริวัฒน์กุล (2547: 7)

4. แนวคิดส่วนเหลือการตลาด (Marketing margin)

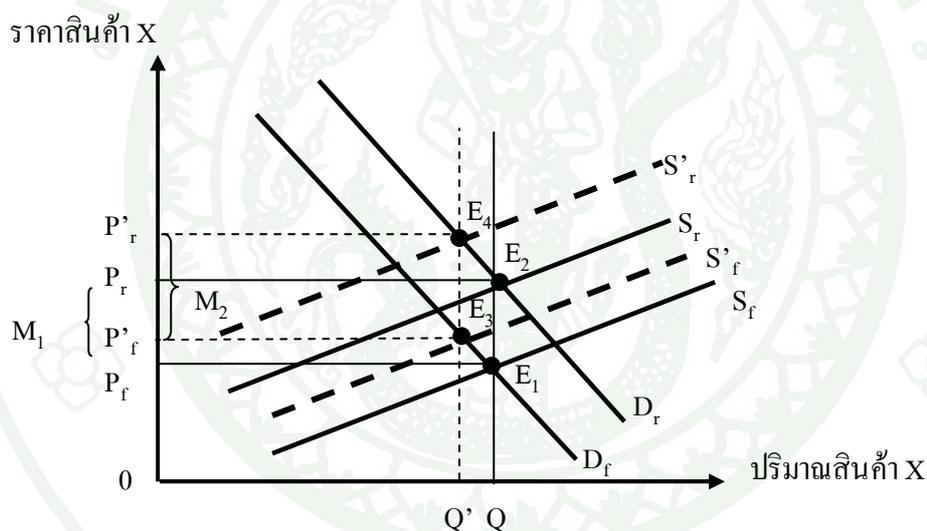
การวิเคราะห์ผลการปฏิบัติและการดำเนินมาตรการความปลอดภัยด้านอาหารในองค์กรรวม นั้น สามารถพิจารณาจากอุปทานห่วงโซ่อาหารตั้งแต่การใช้ปัจจัยการผลิต จนกระทั่งห่วงโซ่การเก็บรักษาและการกระจายในระดับขายปลีก โดยใช้การวิเคราะห์การตลาดและราคา ระหว่างราคาตลาดในระดับฟาร์มและราคาตลาดในระดับขายปลีกด้วยเส้นอุปทานและอุปสงค์

การวิเคราะห์จะอยู่ภายใต้ข้อสมมติตลาดแข่งขันสมบูรณ์ของตลาดภายในประเทศตั้งแต่ระบบตลาดในระดับฟาร์มจนกระทั่งถึงระดับการขายปลีก และสมมติให้ส่วนเหลือการตลาดในแต่ละระดับตลาดนั้นเป็นไปตามระบบส่วนเหลือตลาดคงที่กล่าวคือ ราคาในตลาดขายปลีก (Retail price: P_r) จะเท่ากับราคาในระดับฟาร์ม (Farm price: P_f) บวกกับค่าใช้จ่ายการตลาดหรือส่วนเหลือการตลาด (Marketing margin: M) ตั้งแต่ระดับฟาร์มถึงระดับขายปลีก ($P_r = P_f + M$) ถ้าปรับหน่วยการวัดของสินค้าเกษตรให้อยู่ในหน่วยเดียวกันด้วยค่าแปรรูปที่คงที่แล้ว เราสามารถ

แสดงความสัมพันธ์ของราคาในระดับต่าง ๆ ด้วยเส้นอุปทานและอุปสงค์ของแต่ละระดับ ทั้งนี้สามารถแบ่งการวิเคราะห์ห้อย่างน้อยได้ 4 กรณีดังต่อไปนี้

กรณีที่ 1 ต้นทุนการผลิตและการตลาดสูงขึ้น และอุปสงค์ของผู้บริโภคคงที่

การใช้นโยบายและมาตรการความปลอดภัยด้านอาหารทำให้เพิ่มต้นทุนการผลิตและหรือการตลาด ทำให้ส่วนเหลือมการตลาดหลังการใช้นโยบายมากกว่าก่อนการใช้นโยบาย ($M_2 > M_1$) มีผลทำให้เส้นอุปทานหรือเส้นแสดงความต้องการขายหรือปริมาณการผลิต (Supply) เปลี่ยนแปลงโดยเคลื่อนที่ไปทางซ้ายมือของเส้นเดิมทุกระดับ ในขณะที่เส้นอุปสงค์หรือเส้นแสดงความต้องการซื้อหรือบริโภค (Demand) ยังคงที่อันเนื่องมาจากผู้บริโภคไม่ได้รับรู้ถึงข้อมูลข่าวสารหรือไม่แน่ใจว่าการใช้นโยบายและมาตรการความปลอดภัยด้านอาหารไม่ได้ทำให้คุณภาพเปลี่ยนแปลง (ภาพที่ 2.7)



ภาพที่ 2.7 กรณีมาตรการความปลอดภัยด้านอาหารทำให้ต้นทุนการผลิตและการตลาดสูงขึ้น โดยที่เส้นอุปสงค์คงที่

ที่มา: ภาควิชาเศรษฐศาสตร์เกษตรและทรัพยากร คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (2550: 7)

จากภาพที่ 2.7 ก่อนที่จะมีการใช้นโยบายและมาตรการความปลอดภัยด้านอาหารจุดดุลยภาพของสินค้า X ณ ระดับฟาร์ม อยู่ที่จุด E_1 มีปริมาณสินค้า X เท่ากับ Q และราคาดุลยภาพเท่ากับ P_f ในขณะเดียวกันจุดดุลยภาพของสินค้า X ณ ระดับขายปลีก อยู่ที่จุด E_2 มีปริมาณสินค้า X เท่ากับ

Q และราคาดุลยภาพเท่ากับ P_r โดยมีส่วนเหลือการค้าเท่ากับ M_1 ซึ่งแสดงว่าตลาดทั้งสองระดับ อยู่ในดุลยภาพ

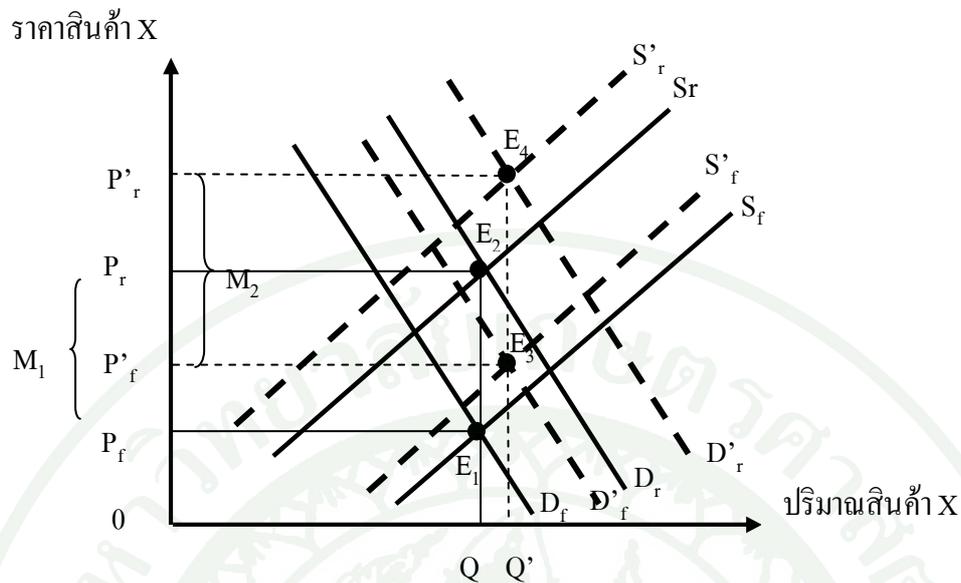
ต่อมาเมื่อประเทศไทยมีการประกาศใช้นโยบายและมาตรการความปลอดภัยด้านอาหาร ส่งผลให้ผู้ผลิตในประเทศมีการปรับตัวและเปลี่ยนแปลงการผลิตในหลาย ๆ ด้าน เป็นการนำมาซึ่ง ต้นทุนที่เพิ่มสูงขึ้นหรือส่วนเหลือการค้าเพิ่มขึ้น ทำให้เส้นอุปทานของสินค้า X ทั้งในระดับ ฟาร์มและระดับขายปลีกเคลื่อนไปทางด้านซ้ายมือของเส้นเดิมจากเส้น S_r เป็น S_r' และจากเส้น S_r เป็น S_r' ตามลำดับ ซึ่งทำให้เกิดจุดดุลยภาพจุดใหม่ ณ ระดับขายปลีกที่จุด E_4 มีปริมาณความต้องการ สินค้า X ลดลงจาก Q เป็น Q' และระดับราคาดุลยภาพปรับตัวสูงขึ้น จาก P_r เป็น P_r' ใน ขณะเดียวกันก็เกิดจุดดุลยภาพใหม่ ที่จุด E_3 ณ ระดับฟาร์ม มีปริมาณการผลิตสินค้า X ลดลงจาก Q เป็น Q' และระดับราคาดุลยภาพ ณ ระดับฟาร์มปรับตัวสูงขึ้นจาก P_r เป็น P_r' โดยมีส่วนเหลือ การตลาดเพิ่มขึ้นเป็น M_2 ($M_2 > M_1$)

จากผลของกรณีที่ 1 จะเห็นได้ว่าหลังจากการใช้มาตรการความปลอดภัยด้านอาหารแล้ว เกษตรกรจะได้รับผลประโยชน์โดยที่ราคาที่ได้รับเพิ่มขึ้นและรายได้เพิ่มขึ้นด้วย ทั้งนี้เพราะความ ยืดหยุ่นต่อราคาของอุปสงค์สินค้าเกษตรกรส่วนใหญ่จะมีค่าสมบรูณ์น้อยกว่า 1 (Inelastic demand) โดยที่ผู้บริโภคจะเป็นผู้เสียผลประโยชน์จากราคาซื้อที่สูงขึ้น

กรณีที่ 2 ต้นทุนการผลิตและการตลาดสูงขึ้น และอุปสงค์ของผู้บริโภคสูงขึ้น

การใช้นโยบายและมาตรการความปลอดภัยด้านอาหารทำให้เพิ่มต้นทุนการผลิตหรือ การตลาด ทำให้ค่าส่วนเหลือการค้าหลังการใช้นโยบายมากกว่าก่อนการใช้นโยบาย ($M_2 > M_1$) มีผลทำให้เส้นอุปทานหรือเส้นแสดงความต้องการขายหรือผลิต (Supply) เปลี่ยนแปลงโดยเคลื่อนที่ ไปทางซ้ายมือของเส้นเดิมทุกระดับ ในขณะที่เส้นอุปสงค์หรือเส้นแสดงความต้องการซื้อหรือ บริโภค (Demand) เพิ่มสูงขึ้นอันเนื่องมาจากผู้บริโภคได้รับข่าวสารและแน่ใจว่าการใช้นโยบายและ มาตรการความปลอดภัยด้านอาหารทำให้คุณภาพเปลี่ยนแปลงมีความปลอดภัยสูงขึ้น (ภาพที่ 2.8)

จากภาพที่ 2.8 ในตอนแรกก่อนที่จะมีการใช้นโยบายและมาตรการความปลอดภัยด้าน อาหารจุดดุลยภาพของสินค้า X ณ ระดับฟาร์ม อยู่ที่จุด E_1 มีปริมาณสินค้า X เท่ากับ Q และราคา ดุลยภาพเท่ากับ P_r ในขณะเดียวกันจุดดุลยภาพของสินค้า X ณ ระดับขายปลีก อยู่ที่จุด E_2 มีปริมาณ สินค้า X เท่ากับ Q และราคาดุลยภาพเท่ากับ P_r โดยมีส่วนเหลือการค้าเท่ากับ M_1



ภาพที่ 2.8 กรณีมาตรการความปลอดภัยด้านอาหารทำให้ต้นทุนการผลิต และการตลาดสูงขึ้น โดยที่เส้นอุปสงค์เพิ่มสูงขึ้น

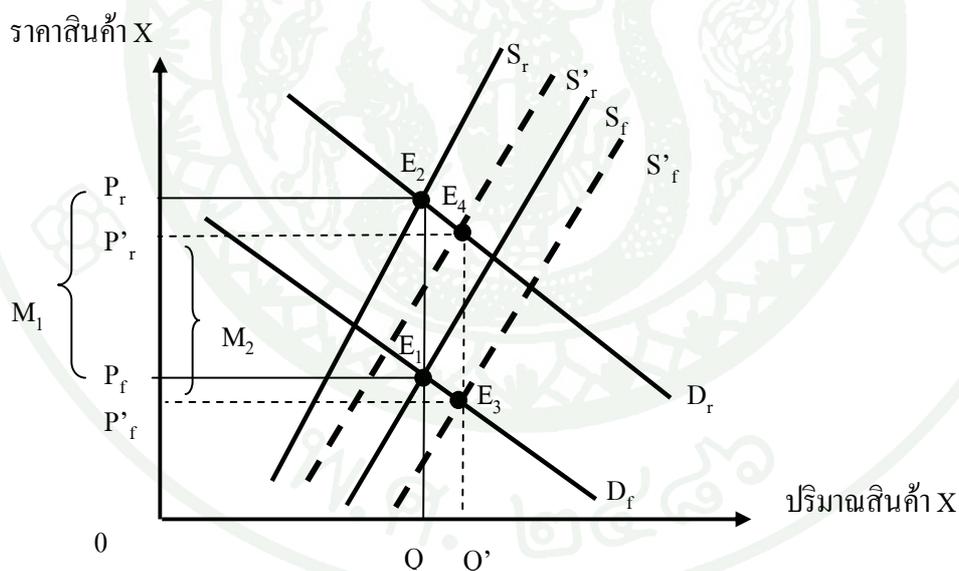
ที่มา: ภาควิชาเศรษฐศาสตร์เกษตรและทรัพยากร คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (2550: 8)

ต่อมาเมื่อประเทศไทยมีการประกาศใช้นโยบายและมาตรการความปลอดภัยด้านอาหาร ส่งผลให้ผู้ผลิตในประเทศมีการปรับตัวและเปลี่ยนแปลงการผลิตในหลาย ๆ ด้าน เป็นการนำมาซึ่งต้นทุนที่เพิ่มสูงขึ้น ทำให้เส้นอุปทานของสินค้า X ทั้งในระดับฟาร์มและระดับขายปลีกเคลื่อนไปทางด้านซ้ายมือของเส้นเดิม จากเส้น S_r เป็น S'_r และจากเส้น S_f เป็น S'_f ตามลำดับ ในขณะที่เดียวกัน ผลของการที่ดำเนินนโยบายและมาตรการความปลอดภัยด้านอาหาร ทำให้ผู้บริโภคมีความต้องการที่จะบริโภคมากขึ้น เนื่องจากเห็นว่าอาหารมีความปลอดภัยต่อสุขภาพมากขึ้น ทำให้เส้นอุปสงค์สินค้า X ทั้งในระดับฟาร์มและระดับผู้บริโภคเคลื่อนไปทางขวามือของเส้นเดิม ซึ่งทำให้เกิดจุดดุลยภาพจุดใหม่ ณ ระดับผู้บริโภคที่จุด E_4 มีปริมาณสินค้า X เพิ่มขึ้นเป็น Q' และระดับราคาดุลยภาพปรับตัวสูงขึ้นจาก P_r เป็น P'_r ขณะเดียวกันก็เกิดจุดดุลยภาพใหม่ที่จุด E_3 ณ ระดับฟาร์ม มีปริมาณสินค้า X เพิ่มขึ้นจาก Q เป็น Q' และระดับราคาดุลยภาพ ณ ระดับฟาร์มปรับตัวสูงขึ้นจาก P_f เป็น P'_f โดยมีส่วนเหลือจากการตลาดเพิ่มขึ้นเป็น M_2 ($M_2 > M_1$)

ผลของกรณีที่ 2 นี้ไม่อาจจะสรุปได้อย่างแน่นอนว่าเกษตรกรจะได้รับผลประโยชน์หลังการใช้มาตรการหรือไม่ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับเพิ่มขึ้นทั้งเส้นอุปทานและอุปสงค์ พร้อมทั้งค่าของความสัมพันธ์ต่อราคาของอุปทานและอุปสงค์ของสินค้านั้น

กรณีที่ 3 ต้นทุนการผลิตและการตลาดลดลง และอุปสงค์ของผู้บริโภคคงที่

การใช้นโยบายและมาตรการความปลอดภัยด้านอาหาร เป็นการช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต ทำให้ต้นทุนการผลิตและการตลาดลดลง ส่วนเหลือจากการตลาดหลังการใช้นโยบายน้อยกว่าก่อนการใช้นโยบาย ($M_2 < M_1$) มีผลทำให้เส้นอุปทานหรือเส้นแสดงความต้องการขายหรือผลิต (Supply) เปลี่ยนแปลงโดยเคลื่อนที่ไปทางขวามือของเส้นเดิมทุกระดับ ในขณะที่เส้นอุปสงค์หรือเส้นแสดงความต้องการซื้อหรือบริโภค (Demand) ยังคงที่ อันเนื่องมาจากผู้บริโภคไม่ได้รับข่าวสารหรือไม่แน่ใจว่าการใช้นโยบายและมาตรการความปลอดภัยด้านอาหารไม่ได้ทำให้คุณภาพเปลี่ยนแปลง (ภาพที่ 2.9)



ภาพที่ 2.9 กรณีมาตรการความปลอดภัยด้านอาหารทำให้ต้นทุนการผลิตและการตลาดลดลง และอุปสงค์คงที่

ที่มา: ภาควิชาเศรษฐศาสตร์เกษตรและทรัพยากร คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

(2550: 10)

จากภาพที่ 2.9 ก่อนที่จะมีการใช้นโยบายและมาตรการความปลอดภัยด้านอาหารจุดดุลยภาพของสินค้า X ณ ระดับฟาร์ม อยู่ที่จุด E_1 มีปริมาณสินค้า X เท่ากับ Q และราคาดุลยภาพเท่ากับ P_f ในขณะเดียวกันจุดดุลยภาพของสินค้า X ณ ระดับขายปลีก อยู่ที่จุด E_2 มีปริมาณสินค้า X เท่ากับ Q และราคาดุลยภาพเท่ากับ P_r โดยมีส่วนเหลือจากการตลาดเท่ากับ M_1

ต่อมาเมื่อประเทศไทยมีการประกาศใช้นโยบายและมาตรการความปลอดภัยด้านอาหาร ส่งผลให้ผู้ผลิตในประเทศมีการปรับตัวและเปลี่ยนแปลงการผลิตในหลาย ๆ ด้าน ซึ่งเป็นการช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต เป็นผลให้ต้นทุนการผลิตลดลง ทำให้เส้นอุปทานของสินค้า X ทั้งในระดับฟาร์มและระดับขายปลีกเคลื่อนไปทางด้านขวามือของเส้นเดิม จากเส้น S_f เป็น S'_f และจากเส้น S_r เป็น S'_r ตามลำดับ ซึ่งทำให้เกิดจุดดุลยภาพจุดใหม่ที่ E_3 ในระดับฟาร์ม มีปริมาณสินค้า X เพิ่มขึ้นจาก Q เป็น Q' และระดับราคาดุลยภาพ ณ ระดับฟาร์มปรับตัวลดลงจาก P_f เป็น P'_f ในขณะเดียวกันก็เกิดจุดดุลยภาพใหม่ ณ ระดับขายปลีกที่จุด E_4 มีปริมาณสินค้า X เพิ่มขึ้นจาก Q เป็น Q' และระดับราคาดุลยภาพปรับตัวลดลงจาก P_r เป็น P'_r โดยมีส่วนเหลือจากการตลาดลดลงเป็น M_2 ซึ่งลดลงจาก M_1 (ภาพที่ 2.9)

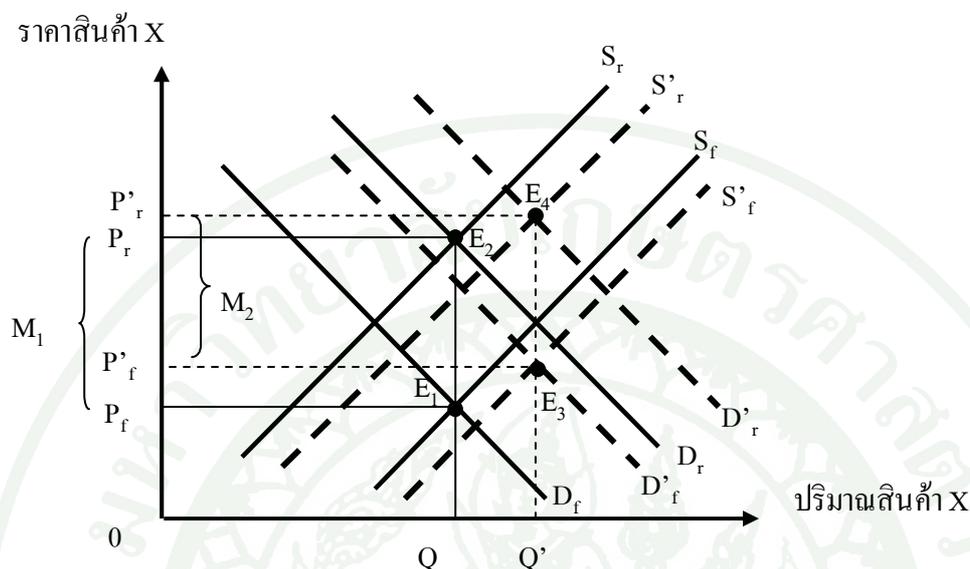
สำหรับกรณีที่ 3 นี้ ผลกระทบต่อเกษตรกรจะเป็นไปในทางลบ โดยที่ผลประโยชน์จะตกอยู่กับผู้บริโภคคือผู้บริโภคซื้อในราคาต่ำกว่าเดิม และปริมาณมากขึ้น อนึ่งหากส่วนเหลือจากการตลาดนั้นไม่เปลี่ยนแปลงก็มีผลกระทบในทางลบต่อเกษตรกรเช่นเดียวกัน

กรณีที่ 4 ต้นทุนการผลิตและการตลาดลดลง และอุปสงค์ของผู้บริโภคสูงขึ้น

การใช้นโยบายและมาตรการความปลอดภัยด้านอาหาร เป็นการช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต ทำให้ต้นทุนการผลิตและการตลาดลดลง ส่วนเหลือจากการตลาดหลังการใช้นโยบายน้อยกว่าก่อนการใช้นโยบาย ($M_2 < M_1$) มีผลทำให้เส้นอุปทานหรือเส้นแสดงความต้องการขายหรือผลิต (Supply) เปลี่ยนแปลงโดยเคลื่อนที่ไปทางขวามือของเส้นเดิมทุกระดับ ในขณะที่เส้นอุปสงค์หรือเส้นแสดงความต้องการซื้อ (Demand) เพิ่มสูงขึ้นอันเนื่องมาจากผู้บริโภคได้รับข้อมูลข่าวสารและแน่ใจว่าการใช้นโยบายและมาตรการความปลอดภัยด้านอาหารทำให้คุณภาพเปลี่ยนแปลงมีความปลอดภัยสูงขึ้น (ภาพที่ 2.10)

จากภาพที่ 2.10 ก่อนที่จะมีการใช้นโยบายและมาตรการความปลอดภัยด้านอาหารจุดดุลยภาพของสินค้า X ณ ระดับฟาร์ม อยู่ที่จุด E_1 มีปริมาณสินค้า X เท่ากับ Q และราคาดุลยภาพเท่ากับ

P_f ในขณะที่เดียวกันจุดดุลยภาพของสินค้า X ณ ระดับขายปลีก อยู่ที่จุด E_2 มีปริมาณสินค้า X เท่ากับ Q และราคาดุลยภาพเท่ากับ P_r โดยมีส่วนเหลือจากการตลาดเท่ากับ M_1



ภาพที่ 2.10 กรณีมาตรการความปลอดภัยด้านอาหารทำให้ต้นทุนการผลิตลดลงและอุปสงค์ผู้บริโภคเพิ่มสูงขึ้น

ที่มา: ภาควิชาเศรษฐศาสตร์เกษตรและทรัพยากร คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (2550: 11)

ต่อมาเมื่อประเทศไทยมีการประกาศใช้นโยบายและมาตรการความปลอดภัยด้านอาหาร ส่งผลให้ผู้ผลิตในประเทศมีการปรับตัวและเปลี่ยนแปลงการผลิตในหลาย ๆ ด้าน ซึ่งช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต เป็นผลให้ต้นทุนการผลิตลดลง ทำให้เส้นอุปทานของสินค้า X ทั้งในระดับฟาร์มและระดับขายปลีกเคลื่อนไปทางด้านขวามือของเส้นเดิม จากเส้น S_f เป็น S'_f และจากเส้น S_r เป็น S'_r ตามลำดับ ในขณะที่เดียวกันผลของการที่ดำเนินนโยบายและมาตรการความปลอดภัยด้านอาหาร ทำให้ผู้บริโภคมีความต้องการที่จะบริโภคมากขึ้น เนื่องจากเห็นว่าอาหารมีความปลอดภัยต่อสุขภาพมากขึ้น ทำให้เส้นอุปสงค์สินค้า X ทั้งในระดับฟาร์มและระดับผู้บริโภคเคลื่อนไปทางขวามือของเส้นเดิม ซึ่งทำให้เกิดจุดดุลยภาพจุดใหม่ที่ E_3 ในระดับฟาร์ม มีปริมาณสินค้า X เพิ่มขึ้นจาก Q เป็น Q' และระดับราคาดุลยภาพ ณ ระดับฟาร์มปรับตัวสูงขึ้นจาก P_f เป็น P'_f ขณะเดียวกันก็เกิดจุดดุลยภาพใหม่ ณ ระดับผู้บริโภคที่จุด E_4 มีปริมาณสินค้า X เพิ่มขึ้นจาก Q เป็น Q' และระดับราคาดุลยภาพปรับตัวสูงขึ้นจาก P_r เป็น P'_r โดยมีส่วนเหลือจากการตลาดลดลงเป็น M_2 ($M_2 < M_1$) (ภาพที่ 2.10)

สำหรับในกรณีนี้ 4 นี้ ผลประโยชน์จะตกอยู่กับเกษตรกร โดยที่เกษตรกรจะขายได้ในราคาที่สูงขึ้น แต่ผู้บริโภคจะได้รับผลกระทบในทางลบ นั่นคือผู้บริโภคจะซื้อสินค้าในราคาที่สูงขึ้น (ภาควิชาเศรษฐศาสตร์เกษตรและทรัพยากร คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2550)

ด้วยกรอบการวิเคราะห์ดังกล่าว จะเป็นพื้นฐานในการวิเคราะห์ การปฏิบัติ และการดำเนินงานด้านการพัฒนาเกษตรอินทรีย์ พร้อมทั้งใช้เป็นกรอบแนวคิดในการเสนอแนะด้านนโยบายและมาตรการจากการศึกษา

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษายุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์ต่อความตระหนักของผู้บริโภคในครั้งนี้ ได้ค้นคว้า รวบรวมเอกสารงานวิจัยเพื่อนำมาเป็นแนวทางประกอบการศึกษา โดยการตรวจเอกสารงานวิจัยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

1. งานวิจัยเกี่ยวกับการประเมินโครงการโดยใช้ Logical framework ในการวิเคราะห์

ภาควิชาเศรษฐศาสตร์เกษตรและทรัพยากร คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (2550) ทำการศึกษายุทธศาสตร์ความปลอดภัยด้านอาหารในปีงบประมาณ 2548-2551 โดยใช้ Logical framework ในการวิเคราะห์ ผลการประเมินในระดับอินพุตหรือกิจกรรม และผลลัพธ์ มีดังนี้ ตามแผนยุทธศาสตร์ ความปลอดภัยด้านอาหารของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ 5 ยุทธศาสตร์ ได้แก่ ยุทธศาสตร์ที่ 1 ด้านปัจจัยการผลิตและวัตถุดิบ ดำเนินการโดย 3 กรม ได้แก่ กรมปศุสัตว์ กรมประมง และกรมวิชาการเกษตร ผลการดำเนินการกิจกรรมต่างๆ มีผลงานเกินเป้าหมายเกือบทั้งหมด ยุทธศาสตร์ที่ 2 ด้านการผลิตระดับฟาร์ม ผลการดำเนินงานของกรมวิชาการ กรมปศุสัตว์และกรมประมง ในการจดทะเบียนและตรวจรับรองฟาร์มมาตรฐาน GAP นั้นมีการดำเนินการอย่างต่อเนื่องและขยายตัวเพิ่มขึ้น ยุทธศาสตร์ที่ 3 ด้านการโรงงานและโรงงานแปรรูป ผลการดำเนินการของกลุ่มสินค้าพืช ปศุสัตว์และประมง สามารถดำเนินการได้สูงกว่าเป้าหมาย ยุทธศาสตร์ที่ 4 ด้านผลผลิต พบว่าผลการดำเนินการจะมากหรือน้อยกว่าเป้าหมายมีความสัมพันธ์กับความต้องการของผู้ซื้อว่าต้องการตรวจอะไรหรือต้องการใบรับรองประเภทใด ยุทธศาสตร์ที่ 5 ด้านการตลาดและสนับสนุนงานอื่นๆ พบว่า สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ (มกอช.) เป็นหน่วยงานที่ดำเนินการประสานงานกับกรมประมง กรมปศุสัตว์และกรมวิชาการ

เกษตร แม้ว่าไม่มีการตั้งเป้าหมายในปีงบประมาณ 2548 แต่จากการสัมภาษณ์ได้มีการระบุถึงความช่วยเหลือด้านงบประมาณและประสานงานจาก มกอช. โดยเฉพาะกรมวิชาการเกษตร

การพิจารณาความตรงประเด็น (Relevance) ของยุทธศาสตร์ ความปลอดภัยด้านอาหารกับเป้าหมายการพัฒนาคุณภาพของประชากร และด้านการแข่งขันของสินค้าเกษตรและอาหารของไทยในตลาดโลก มีความจำเป็นและตรงประเด็นอย่างยิ่ง โดยกฎระเบียบและมาตรฐานต่างๆ ที่กำหนดขึ้น ทั้งในประเทศและต่างประเทศไม่ใช่กระแสหรือข้อกีดกันทางการค้าอีกต่อไป ความปลอดภัยด้านอาหารได้พัฒนาถึงระดับที่เรียกได้ว่าเป็นความต้องการขั้นพื้นฐานของผู้บริโภค โดยเฉพาะในประเทศที่พัฒนาแล้ว รวมทั้งการใช้ระบบ IT เข้ามาช่วยในการจัดระบบและตรวจสอบมาตรฐานเพิ่มขึ้น ทำให้การพัฒนากระบวนการมาตรฐานความปลอดภัยด้านอาหารเป็นพลวัตมากยิ่งขึ้นทั้งในปัจจุบันและอนาคต

2. งานวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อและพฤติกรรมการบริโภคข้าวอินทรีย์

บัณฑิต อนุรักษ์ และ ยุทธชัย อนุภักดีพันธ์ (2550) ทำการศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ข้าวและมันสำปะหลังอินทรีย์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล วิเคราะห์โดยใช้แบบจำลองโลจิต โดยประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้บริโภคข้าวและมันสำปะหลังในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota sampling) จำนวน 850 ตัวอย่าง และได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์และใช้ในการวิเคราะห์จำนวน 818 ตัวอย่าง การแบ่งกลุ่มผู้บริโภคพิจารณาจากระดับรายได้ของผู้บริโภค/เดือนเป็นเกณฑ์ในการแบ่งกลุ่มผู้บริโภค เนื่องจากรายได้เป็นตัวแปรที่แสดงความสามารถในการจับจ่ายเพื่อการบริโภคได้ ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มคือผู้บริโภคระดับล่าง ผู้บริโภคระดับกลาง และผู้บริโภคระดับสูง แต่ทั้งนี้หากผู้บริโภคไม่ตอบคำถามในส่วนของรายได้ จะใช้ระดับการศึกษาเป็นเกณฑ์ในการแบ่งกลุ่มผู้บริโภคแทน

ผลการศึกษาในส่วนข้าวอินทรีย์ เป็นดังนี้ การศึกษาความต้องการข้าวอินทรีย์ของผู้บริโภคภายในประเทศ ทั้งในระดับล่าง กลาง และสูง พบว่า 1) ปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการบริโภคข้าวอินทรีย์มากที่สุด ได้แก่ ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่ผู้บริโภคประเมิน (Knowledge) และความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสินค้าเกษตรอินทรีย์จากการประเมิน (Understanding) แต่ถ้าพิจารณาในแต่ละระดับของผู้บริโภค พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการบริโภคข้าวอินทรีย์ของผู้บริโภคระดับล่าง ได้แก่ ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่ผู้บริโภคประเมิน (Knowledge) เพศ (Sex) อายุ (Age) ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสินค้าเกษตรอินทรีย์จากการประเมิน

(Understanding) ระดับการศึกษา (Education) จำนวนสมาชิกในครอบครัว (Number) และรายได้ต่อเดือนของครอบครัวผู้บริโภค (Total revenue) ตามลำดับ ปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการบริโภคข้าวอินทรีย์ของผู้บริโภคระดับกลางมีปัจจัยเดียว คือ ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่ผู้บริโภคประเมิน (Knowledge) และพบว่าไม่มีปัจจัยใดที่มีผลต่อความต้องการบริโภคข้าวอินทรีย์ของผู้บริโภคระดับสูง 2) ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ และข้าวอินทรีย์ของผู้บริโภคทุกระดับ ได้แก่ การปลอดจากสารเคมีตกค้าง ความสะอาดถูกหลักอนามัย และการรักษาสีเขียวตามลำดับ 3) ผู้บริโภคมีปริมาณความต้องการบริโภคข้าวอินทรีย์ร้อยละ 60 ของการบริโภคข้าวทั้งหมดในชีวิตประจำวัน ซึ่งผลการวิเคราะห์ในกลุ่มผู้บริโภคระดับต่าง กลาง และสูง ให้ผลที่สอดคล้องกันกับการวิเคราะห์ในภาพรวม การศึกษาระดับราคาของสินค้าข้าวอินทรีย์ที่ผู้บริโภคจะยอมรับได้ พบว่า ระดับราคาที่เหมาะสมของข้าวอินทรีย์ควรมีราคาสูงกว่าร้อยละ 14.17 แต่ไม่เกินร้อยละ 18.52 ของราคาข้าวทั่วไป โดยผู้บริโภคระดับต่างมีความเห็นว่าข้าวอินทรีย์ควรมีราคาสูงกว่า ร้อยละ 13.59 แต่ไม่เกินร้อยละ 18.56 ของราคาข้าวทั่วไป ผู้บริโภคระดับกลางมีความเห็นว่าข้าวอินทรีย์ควรมีราคาสูงกว่าร้อยละ 13.30 แต่ไม่เกินร้อยละ 17.54 ของราคาข้าวทั่วไป และผู้บริโภคระดับสูงมีความเห็นว่าข้าวอินทรีย์ควรมีราคาสูงกว่าร้อยละ 17.06 แต่ไม่เกินร้อยละ 20.49 ของราคาข้าวทั่วไป

เพ็ญศรี เจริญวานิช และ วรนุช ศรีเจษฎารักษ์ (2552) ศึกษาพฤติกรรมการซื้อ การรับรู้ทัศนคติและแนวทางการสร้างการรับรู้เกี่ยวกับข้าวหอมมะลินิเวศอินทรีย์ โดยการสำรวจกลุ่มตัวอย่างคือผู้บริโภคที่ซื้อข้าวหอมมะลินิเวศอินทรีย์เป็นประจำในพื้นที่จังหวัดร้อยเอ็ด ขอนแก่นและมหาสารคาม หรือพื้นที่ร้อยแก่นสาร ซึ่งมีอายุ 20 ปีขึ้นไป จำนวน 1,062 คน นำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา และวิเคราะห์ปัจจัยและทดสอบสมมติฐาน โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เคยซื้อหรือไม่เคยทานข้าวหอมมะลินิเวศอินทรีย์เนื่องจากได้รับข่าวสารเกี่ยวกับข้าวหอมมะลินิเวศอินทรีย์น้อย มีการรับรู้เกี่ยวกับข้าวหอมมะลินิเวศอินทรีย์ในพื้นที่ร้อยแก่นสารน้อย มีทัศนคติในเชิงลบต่อข้าวหอมมะลินิเวศอินทรีย์ คือไม่เชื่อมั่นในความปลอดภัยและประโยชน์ต่อร่างกาย และไม่มีความตั้งใจที่จะซื้อข้าวหอมมะลินิเวศอินทรีย์ที่ปลูกในพื้นที่ร้อยแก่นสาร สำหรับผู้ที่เคยซื้อข้าวหอมมะลินิเวศอินทรีย์นั้นรู้จักข้าวหอมมะลินิเวศอินทรีย์และหาข้อมูลจากหลากหลายช่องทางและจากผู้ขายเพื่อให้มั่นใจว่าข้าวที่ซื้อหรือทานเป็นข้าวหอมมะลินิเวศอินทรีย์จริง ผลการศึกษาสามารถกำหนดปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อข้าวหอมมะลินิเวศอินทรีย์ได้ 2 ปัจจัย คือ ปัจจัยด้านประโยชน์และปัจจัยด้านคุณลักษณะ โดยปัจจัยด้านประโยชน์ของข้าวหอมมะลินิเวศอินทรีย์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับมาก ส่วนปัจจัยคุณลักษณะของข้าวหอมมะลินิเวศอินทรีย์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับปานกลาง แนวทางการสร้างการรับรู้และทัศนคติที่ดีเกี่ยวกับข้าวหอมมะลินิเวศอินทรีย์

อินทรีย์นั้น ต้องดำเนินการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ให้มากขึ้น ได้แก่ วิทยุ ป้ายโฆษณา แผ่นพับ การจัดนิทรรศการ และการสาธิต โดยเน้นการสื่อให้เห็นประโยชน์และคุณค่าของข้าวหอมมะลิอินทรีย์

Ara (2003) ศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อคุณลักษณะของข้าวอินทรีย์โดยใช้วิธีการ Conjoint analysis ซึ่งคุณลักษณะที่นำมาพิจารณามี 6 ลักษณะ ดังนี้ ราคา ความเสี่ยงด้านสุขภาพที่ลดลง คุณภาพของสิ่งแวดล้อมของฟาร์ม คุณภาพในการบริโภค มาตรฐาน และการค้าที่เป็นธรรม โดยทำการสำรวจใน 2 พื้นที่ คือ เมืองมะลิลาและเมืองนากาของประเทศฟิลิปปินส์ ได้แบบสอบถามในเมืองมะลิลาและเมืองนากาจำนวน 200 และ 348 ชุดตามลำดับ มีการสอบถามราคาข้าวธรรมดาที่ซื้อทั่วไป คุณลักษณะที่เกี่ยวกับความเสี่ยงที่เกิดจากสารพิษตกค้าง, ระดับความรู้เกี่ยวกับข้าวอินทรีย์, สารพิษตกค้าง, เกษตรยั่งยืน และมลภาวะทางน้ำ และความเต็มใจซื้อข้าวอินทรีย์ ผลการศึกษาเกี่ยวกับคุณลักษณะด้านความเสี่ยงที่เกิดจากสารพิษตกค้าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างในเมืองมะลิลาคิดว่าความเสี่ยงอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ร้อยละ 45.9 และอยู่ในระดับที่มีความเสี่ยงมากร้อยละ 33 และคิดว่าไม่มีความเสี่ยงเลยร้อยละ 1.6 ส่วนในเมืองนากา กลุ่มตัวอย่างคิดว่ามีความเสี่ยงและมีความเสี่ยงมากร้อยละ 51 ในขณะที่ร้อยละ 12.1 คิดว่าไม่มีความเสี่ยง การศึกษาความรู้ 4 ด้าน ได้แก่ ข้าวอินทรีย์ สารพิษตกค้าง เกษตรความยั่งยืน และมลภาวะทางน้ำ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามในเมืองมะลิลาและเมืองนากาเคยได้ยินเรื่องข้าวอินทรีย์ ประมาณร้อยละ 50 และร้อยละ 33 ตามลำดับ เนื่องจากผู้ผลิตและผู้ค้าต้องการแสวงหาราคา premium ในตลาดมะลิลาทำให้ผลิตภัณฑ์อินทรีย์สามารถพบในเมืองมะลิลาได้ง่ายกว่า ความรู้เกี่ยวกับสารพิษตกค้างและเกษตรยั่งยืนให้ผลการศึกษาที่คล้ายคลึงกันทั้ง 2 เมือง ส่วนเรื่องมลภาวะทางน้ำส่วนมากมีแนวคิดว่ามีความเป็นไปได้ว่าจะมีปัญหาเรื่องมลภาวะทางน้ำทั้งในมะลิลาและนากา และจากการวิเคราะห์พบว่า ผู้บริโภคที่อยู่ใกล้แหล่งผลิตจะสนใจเรื่องการปรับเปลี่ยนสิ่งแวดล้อมรอบฟาร์ม ซึ่งสอดคล้องกับความต้องการของเกษตรกรเรื่องเกษตรยั่งยืนเพื่อลดความเสี่ยงด้านสุขภาพจากการใช้สารกำจัดศัตรูพืช และผู้บริโภคในฟิลิปปินส์ที่สนใจเรื่องความปลอดภัยด้านอาหาร ส่วนผู้บริโภคที่อยู่ห่างไกลจากแหล่งผลิตนั้นต้องการให้มีมาตรฐานบนผลิตภัณฑ์อินทรีย์ รูปแบบระบบการรับรองอาจไม่มีประโยชน์สำหรับผู้บริโภคที่อยู่ใกล้แหล่งผลิตแต่อาจมีประโยชน์ต่อผู้บริโภคในเขตเมืองในเมืองมะลิลา

3. งานวิจัยเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้การวิเคราะห์ในกรณีที่ตัวแปรตามเป็นตัวแปรเชิงคุณภาพ

สันติ แสงเลิศไสว (2549) ได้วิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกบริโภคพืชผักปลอดภัยทั่วไป และพืชผักปลอดภัย ตรายอดคำ ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยศึกษาจากผัก 2 ชนิด คือ แครอท และผักกาดหอมห่อ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยแบบจำลองคอนดิชันนอล โลจิท ผลการศึกษากรณีแครอท พบว่า คุณลักษณะด้านคุณภาพ ความสดความสวยงามน่ารับประทาน ได้แก่ ขนาดรูปลักษณะภายนอกมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นต่ำกว่าร้อยละ 90 ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจาก แครอท ซึ่งเป็นตัวแทนผักที่ใช้บริโภคหัวหรือราก จะต้องมีการแปรรูปค่อนข้างมากก่อนนำไปประกอบอาหาร รูปลักษณะภายนอกก่อนการแปรรูปไม่ว่าจะมีลักษณะแบบใด เมื่อทำการแปรรูปแล้วจะมีลักษณะไม่แตกต่างกัน ดังนั้นจึงไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อของผู้บริโภคมากนัก ส่วนกรณีของผักกาดหอมห่อ พบว่า คุณลักษณะด้านต่างๆที่ผู้ศึกษานำมาวิเคราะห์ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ ซึ่งแตกต่างจากกรณีแครอท ในประเด็นคุณลักษณะด้านคุณภาพ ความสดความสวยงามน่ารับประทานของผัก มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผักกาดหอมห่อซึ่งเป็นตัวแทนของผักที่ใช้บริโภคใบ เนื่องจากมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นสูง ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก ผักกาดหอมห่อ เป็นผักที่นำมาบริโภคสด หรือประกอบอาหารในทันที ความสด รอยขีด และรูปลักษณะภายนอกจะมีผลต่อรสชาติ และความน่ารับประทาน คุณลักษณะด้านคุณภาพจึงมีอิทธิพลสูงต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกซื้อ

พรรณนิภา ปักโคทานัง (2551) วิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อข้าวสารของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ตัวอย่าง โดยใช้ Logit model วิเคราะห์ข้าว 5 ประเภท คือ ข้าวสาร ข้าวสารขงกิโล ข้าวหอม ข้าวไม่หอม และข้าวอื่นๆ ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อข้าวหอม พบว่า ระดับการศึกษาของผู้บริโภคมีผลต่อความน่าจะเป็นในทางบวก กล่าวคือ เมื่อผู้บริโภคมักมีการศึกษาที่สูงขึ้นจะผลทำให้ความน่าจะเป็นในการตัดสินใจซื้อข้าวหอมเพิ่มขึ้น จำนวนสมาชิกในครอบครัวมีอายุระหว่าง 12-18 ปีมีผลต่อความน่าจะเป็นในทางบวก กล่าวคือ เมื่อครัวเรือนของผู้บริโภคมีเด็กอายุ 12-18 ปีเพิ่มขึ้น จะมีผลทำให้ความน่าจะเป็นในการตัดสินใจซื้อข้าวหอมเพิ่มขึ้น ในส่วนของลักษณะข้าวสารที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อข้าวหอมพบว่า ชื่อหรือตราผู้ผลิตและการซื้อข้าวสารจากผู้ผลิตโดยตรง มีผลต่อความน่าจะเป็นในทางบวก กล่าวคือ เมื่อผู้บริโภคให้ความสำคัญกับชื่อหรือตราผู้ผลิตและการซื้อข้าวสารจากผู้ผลิตโดยตรงเพิ่มขึ้นจะมีผลทำให้ความน่าจะเป็นในการตัดสินใจซื้อข้าวหอมเพิ่มขึ้น

ธีรศักดิ์ เจริญภูวนิพนธ์ (2552) ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคชาวพร้อมดื่ม ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ตัวอย่าง พบว่าการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมทางเลือกซื้อชาวพร้อมดื่มของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานครกับปัจจัยส่วนบุคคล โดยใช้ค่าทางสถิติไคสแควร์ (χ^2) ทดสอบสมมติฐาน ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 นั้นผู้บริโภคให้ความสำคัญกับลักษณะเฉพาะของชาวพร้อมดื่มหรือปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจด้าน รสชาติ กลิ่น ความสะดวกในการหาซื้อ และวัน เดือน ปีที่ผลิต – หมดอายุ ที่ระดับความสำคัญมากที่สุด ให้ความสำคัญกับลักษณะเฉพาะของชาวพร้อมดื่มด้าน สรรพคุณด้านการบำรุงสุขภาพ ประเภทของชา (ชาเขียว ชาชาวดำ) ราคา และชื่อหรือตราผู้ผลิต (Brand) ที่ระดับความสำคัญมาก และให้ความสำคัญกับลักษณะเฉพาะของชาวพร้อมดื่มด้านลักษณะบรรจุภัณฑ์ที่มีให้เลือกมาก ปริมาณน้ำชาในบรรจุภัณฑ์ และร้านค้าที่ซื้อประจำ ที่ระดับความสำคัญปานกลาง และศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อชาวพร้อมดื่มโดยใช้การวิเคราะห์สมการถดถอยมัลติโนเมียล (Multinomial regression analysis) แบ่งการศึกษาออกเป็น 3 กลุ่มดังนี้ ผู้บริโภคที่เลือกบริโภคชาวพร้อมดื่มสูตรไม่ผสมน้ำตาล พบว่า มีปัจจัยด้านระดับราคา ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และวัตถุประสงค์ในการดื่ม มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อชาวพร้อมดื่มในทิศทางบวก ผู้บริโภคที่เลือกบริโภคชาวพร้อมดื่มสูตรต้นตำรับหรือผสมเฉพาะน้ำตาล มีปัจจัย ด้านเพศ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และวัตถุประสงค์ในการดื่ม ที่สัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อชาวพร้อมดื่มในทิศทางลบ และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่สัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อชาวพร้อมดื่มในทิศทางบวก และผู้บริโภคที่เลือกบริโภคชาวพร้อมดื่มสูตรผสมอื่น ๆ มีปัจจัยด้านระดับการศึกษา ที่สัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อชาวพร้อมดื่มในทิศทางลบ และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อชาวพร้อมดื่มในทิศทางบวก

ศิริจรรยา ออกรัมย์ (2553) วิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยจากภัยแล้งด้วยดัชนีน้ำฝนของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ ในจังหวัดเพชรบูรณ์ โดยใช้แบบจำลองโพรบิท ทำการสำรวจเกษตรกรผู้ปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ 232 ราย ในอำเภอวิเชียรบุรี จังหวัดเพชรบูรณ์ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยพืชผลได้แก่ การเป็นหัวหน้าครัวเรือนเพศชาย สัดส่วนพื้นที่เสียหายต่อพื้นที่เพาะปลูก และการได้รับความช่วยเหลือจากรัฐบาล โดยการเป็นหัวหน้าครัวเรือนเพศชาย และสัดส่วนพื้นที่เสียหายต่อพื้นที่เพาะปลูกที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะทำให้โอกาสในการตัดสินใจซื้อประกันภัยจากภัยแล้งเพิ่มขึ้นร้อยละ 16.83 และร้อยละ 16.49 ตามลำดับ การได้รับความช่วยเหลือจากรัฐบาลจะทำให้โอกาสในการตัดสินใจซื้อประกันภัยจากภัยแล้งลดลงร้อยละ 16.24 ในขณะที่ปัจจัยขนาดฟาร์ม รายได้จากข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ต่อพื้นที่เพาะปลูก ประสบการณ์ในการปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์และความคิดเห็นของเกษตรกรที่มีต่อโอกาสในการเกิดภัยแล้งในช่วงออกดอกออกผลเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจน้อยโดยการ

เปลี่ยนแปลงของปัจจัยเหล่านี้ที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ทำให้โอกาสของความน่าจะเป็นในการตัดสินใจซื้อประกันภัยจากภัยแล้งด้วยดัชนีน้ำฝนเปลี่ยนแปลงไม่ถึงร้อยละ 1

Boccaletti and Nardella (2000) ได้วิเคราะห์ความเต็มใจจ่ายในการบริโภคผลิตภัณฑ์ที่ปลอดภัยจากสารพิษ และศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการบริโภคผลิตภัณฑ์ที่ปลอดภัยจากสารพิษ จากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ในซูเปอร์มาร์เก็ต 3 แห่ง ทางตอนเหนือของอิตาลี พบว่า ผู้บริโภคชาวอิตาลีร้อยละ 70 มีความเต็มใจจ่ายในราคา Premium ที่ไม่เกินร้อยละ 10 ของราคาสินค้าทั่วไป และผู้บริโภคเต็มใจจ่ายในราคา Premium มากกว่าร้อยละ 20 ของราคาสินค้าทั่วไปและไม่ตอบสนองต่อความเต็มใจจ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์ที่ปลอดภัยจากสารพิษ ในสัดส่วนร้อยละ 11 เท่ากัน และใช้ Logit model ในการประมาณค่าผลกระทบของตัวแปรอิสระต่อความเต็มใจจ่ายของผู้บริโภค โดยพิจารณาจากค่าความน่าจะเป็น พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างความเต็มใจจ่ายและรายได้ และความสัมพันธ์ระหว่างความเต็มใจจ่ายกับการตระหนักรู้ในด้านความเสี่ยงจากสารพิษของผู้บริโภคมีค่าความน่าจะเป็นที่เป็นบวกมากขึ้น

Hearne and Volcan (2002) ได้ศึกษาถึงความพึงพอใจของผู้บริโภคในประเทศออสเตรเลีย ที่มีต่อคุณลักษณะต่างๆ (Attribute) ของผักอินทรีย์และผักทั่วไป โดยการรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้บริโภคที่มาซื้อสินค้าที่ซูเปอร์มาร์เก็ต ในเขตเมืองซานโฮเซ (San Jose) จำนวน 432 ราย ได้นำเสนอคุณลักษณะของผักสำหรับการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม 4 คุณลักษณะในแต่ละทางเลือก ได้แก่ การติดฉลากรับรองความปลอดภัยและกระบวนการผลิตเป็นไปตามมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ รูปร่างลักษณะภายนอก ขนาด และราคา นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์โดยใช้แบบจำลองคอนดิชันนอล โลจิต ผลการศึกษา พบว่า คุณลักษณะที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค คือ ราคาและรูปร่างลักษณะภายนอก และผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อสินค้าที่มีการติดฉลากรับรองความปลอดภัย และแสดงถึงกระบวนการผลิตเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เป็นไปตามมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ โดยมีความเต็มใจจะจ่ายเพิ่มขึ้นร้อยละ 20 เมื่อมีการติดฉลากรับรองความปลอดภัย และมีความเต็มใจจะจ่ายเพิ่มขึ้นอีกร้อยละ 19 ถ้ามีการติดฉลากรับรองกระบวนการผลิตที่เป็นไปตามมาตรฐานเกษตรอินทรีย์

Briz and Ward (2008) ทำการศึกษาระดับความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารอินทรีย์ ลักษณะประชากรของผู้บริโภค ความรู้เกี่ยวกับอาหารที่มีคุณค่ามากขึ้นและการรับรู้เกี่ยวกับราคาซึ่งส่งผลต่อความตระหนักรู้และการบริโภค โดยใช้การสุ่มตัวอย่างผู้บริโภคชาวสเปนจำนวน 1,000 คน ใช้แบบจำลองมัลติโนเมียลโลจิตในการทำนายความน่าจะเป็นในการตระหนักรู้ แบบจำลองโพรบิท

ใช้ในการประมาณค่าความเชื่อมโยงระหว่างความตระหนักรู้และการบริโภคสินค้าอินทรีย์ที่แท้จริง การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อทั้งความตระหนักรู้และการบริโภคใช้วิธีการ Simulation และหาค่า coefficients จากแบบจำลองโลจิสติกและโพรบิท ผลการศึกษาพบว่าร้อยละ 46 เข้าใจความหมายของสินค้าอินทรีย์อย่างชัดเจน ซึ่งให้ผลการวิเคราะห์ความตระหนักรู้ในระดับที่แตกต่างกันออกไปตามลักษณะของเพศ อายุ การศึกษา และภูมิฐานะ โดยการศึกษาเป็นปัจจัยหลักที่มีอิทธิพลต่อระดับความตระหนักรู้ จากลักษณะที่ทำการศึกษาทั้งหมดระดับความตระหนักรู้ต่ำที่สุดเท่ากับร้อยละ 29 และความตระหนักรู้สูงสุดประมาณร้อยละ 71 ซึ่งจากค่าที่ประมาณได้นี้ใช้ในการหาความสัมพันธ์กับแบบจำลองการบริโภคที่แท้จริงที่มีความเป็นไปได้ว่าจะมีความเข้าใจเกษตรอินทรีย์อย่างถูกต้อง ซึ่งผลการศึกษาพบว่าความสัมพันธ์ระหว่างความตระหนักรู้กับการซื้อที่แท้จริงมีความสัมพันธ์ในทิศทางด้านบวก จนกระทั่งถึงจุดๆหนึ่ง เมื่อผู้บริโภคมีความตระหนักรู้อย่างต่อเนื่องและเพิ่มขึ้นมาขึ้นการซื้อสินค้าอินทรีย์จะลดลง ซึ่งเกิดจากการที่ผู้บริโภคมีความตระหนักรู้มากขึ้นเกี่ยวกับสินค้าอินทรีย์การตัดสินใจของผู้บริโภคขึ้นกับลักษณะที่สังเกตเห็นได้และอย่างน้อยจะต้องมีการรับรู้ที่ถูกต้อง การซื้อตามการรับรู้และตามกระแสนั้นน้อยมาก นอกจากนี้ยังพบว่าระดับความตระหนักรู้จะต่ำที่สุดในกลุ่มที่มีรายได้และการศึกษาต่ำ สำหรับความตระหนักรู้ในระดับต่ำนี้มีความสัมพันธ์กับการบริโภคเป็นบวก ซึ่งตรงข้ามกับคนที่มีรายได้และการศึกษาสูงที่จะมีความเป็นไปได้ในการซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ลดลง ซึ่งจากข้อจำกัดนี้นำไปสู่การเพิ่มสิ่งที่ดีดึงดูดใจในการบริโภคต่อผู้บริโภคที่มีกำลังซื้อสูง เช่น ผู้ที่มีรายได้สูง

Idda, Madau, and Pulina (2008) บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อหาแรงจูงใจในการซื้ออาหารอินทรีย์ และศึกษาว่าพฤติกรรมของผู้ซื้อที่มีความรู้ความเข้าใจในการซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์มีความแตกต่างหรือคล้ายคลึงกับผู้ซื้อสินค้าทั่วไปอย่างไร ทั้งในด้านการดำเนินชีวิต ทักษะคิด ความพึงพอใจของผู้บริโภค และความสัมพันธ์ทั้งในด้านทัศนคติต่อผลิตภัณฑ์และการรับรู้ของผู้บริโภคเกี่ยวกับด้านการค้า เช่น คุณภาพ ประโยชน์ ทำการสำรวจร้านค้าเฉพาะทาง (Specialized stores) ณ เมือง Sardinia ในประเทศอิตาลี ใช้ Multiple correspondence analysis: MCA ในการวิเคราะห์หาแรงจูงใจของผู้บริโภค 4 กลุ่ม คือ 1) ผู้บริโภคที่มีการใส่ใจเรื่องความปลอดภัยอย่างสม่ำเสมอ 2) ผู้บริโภคที่ซื้อเพราะอยากรู้ อยากลอง 3) ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าเป็นประจำและมีความตระหนักรู้ และ 4) ผู้บริโภคที่ซื้อเป็นสินค้าเป็นครั้งคราวและไม่ได้ตระหนักด้านสุขภาพ และในการประเมินค่าความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์และลักษณะการบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ของแต่ละบุคคลนั้นใช้แบบจำลอง Logit regression โดยแบบจำลอง Logit มีลักษณะที่แตกต่างกัน 6 ลักษณะดังนี้ 1) แบบจำลองด้านความปลอดภัย พบว่า ปัจจัยที่มาจากกรณีผลารับรองสินค้าเกษตรอินทรีย์ซึ่งแสดงถึงการได้รับความปลอดภัยและการมีสุขภาพที่ดีในการซื้อ

สินค้านี้เป็นสาเหตุในการเลือกซื้ออาหารอินทรีย์ของผู้บริโภคที่มีการใส่ใจเรื่องความปลอดภัยอย่างสม่ำเสมอ 2) แบบจำลองด้านรสชาติ ที่แสดงถึงวิธีการบริโภคที่เรียกว่าการบริโภคนิยม (Hedonistic) ซึ่งเป็นข้อจำกัดเฉพาะผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในการบริโภคเท่านั้น และเป็นความพึงพอใจส่วนบุคคลในการบริโภคสินค้าอาหารอินทรีย์ ซึ่งประสบการณ์ในการบริโภคของแต่ละบุคคลที่สั่งสมมาจะช่วยสนับสนุนในการเลือกซื้ออาหาร และทำให้เกิดความจงรักภักดีต่ออาหารอินทรีย์ แต่อย่างไรก็ตามรสชาติไม่ใช่ปัจจัยที่มีความสำคัญในการเลือกซื้ออาหารอินทรีย์มากกว่าความปลอดภัย 3) แบบจำลองด้านสิ่งแวดล้อม พบว่า คนโสดและครอบครัวที่มีขนาดเล็กให้เหตุผลในการเลือกซื้ออาหารอินทรีย์เนื่องมาจากการที่ต้องการปกป้องสิ่งแวดล้อม 4) แบบจำลองการทำเกษตรแบบดั้งเดิม พบว่า ผู้บริโภคที่มีอายุมาก มีการศึกษาสูง และมีการซื้ออาหารอินทรีย์เป็นครั้งคราว มีเหตุผลในการเลือกซื้ออาหารอินทรีย์เนื่องจากต้องการปกป้องการทำเกษตรแบบดั้งเดิม 5) แบบจำลองการสนับสนุนรายได้ของฟาร์มเกษตรกรนั้นมีนัยสำคัญกับประสบการณ์ในการซื้อของผู้บริโภคในกลุ่มที่มีการใส่ใจเรื่องความปลอดภัยอย่างสม่ำเสมอเท่านั้น และ 6) แบบจำลองของการอยากรู้อยากลอง จะมีความสัมพันธ์กับผู้บริโภคกลุ่มที่มีการอยากรู้อยากลอง แต่ไม่สัมพันธ์กับกลุ่มผู้บริโภคที่มีการใส่ใจเรื่องความปลอดภัยอย่างสม่ำเสมอและผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าเป็นประจำ และมีความตระหนักรู้

จากการตรวจเอกสารงานวิจัยต่าง ๆ สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในงานวิจัยนี้โดยสรุปในตารางที่ 2.1

ตารางที่ 2.1 สรุปเอกสารและงานวิจัยที่ทำการตรวจเอกสาร

ชื่อผู้แต่ง	ชื่อเรื่อง	ส่วนที่นำมาประยุกต์ใช้ในการวิจัย
1.งานวิจัยเกี่ยวกับการประเมินโครงการโดยใช้ Logical framework ในการวิเคราะห์		
ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ เกษตรและทรัพยากร คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (2550)	โครงการประเมินผลยุทธศาสตร์ความปลอดภัยด้านอาหาร	การประเมินผลโครงการ/ กิจกรรม โดยการใช้ Logical framework ในการวิเคราะห์

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

ชื่อผู้แต่ง	ชื่อเรื่อง	ส่วนที่นำมาประยุกต์ใช้ในการวิจัย
2.งานวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อและพฤติกรรมการบริโภคข้าวอินทรีย์		
บัณฑิต อนุรักษ์ และ ยุทธชัย อนุรักษ์พันธ์ (2550)	ทัศนคติผู้บริโภคข้าวและมันสำปะหลังอินทรีย์สำหรับประเทศไทย	- พฤติกรรมการเลือกซื้อข้าวอินทรีย์ของผู้บริโภค - ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อข้าวอินทรีย์
เพ็ญศรี เจริญวานิช และ วรนุช ศรีเกษมราษฎร์ (2552)	การรับรู้และทัศนคติของผู้บริโภคต่อข้าวหอมมะลิอินทรีย์ ในพื้นที่ร้อยแก่นสาร	- พฤติกรรมการเลือกซื้อข้าวอินทรีย์ของผู้บริโภค - ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อข้าวอินทรีย์
Ara, S. (2003)	Consumer Willingness to Pay for Multiple Attributes of Organic Rice: A Case of Study in the Philippines	- พฤติกรรมการเลือกซื้อข้าวอินทรีย์ของผู้บริโภค - ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อข้าวอินทรีย์
3.งานวิจัยเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้การวิเคราะห์ที่ตัวแปรตามเป็นตัวแปรเชิงคุณภาพ		
สันติ แสงเลิศไสว (2549)	การประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อพืชผักปลอดภัย ตรายาคอขำในเขตกรุงเทพมหานคร: วิธีแบบจำลองทางเลือก	- การกำหนดตัวแปรในแบบจำลอง
พรรณิกา ปักโคทานัง (2551)	คุณลักษณะของข้าวที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อและพฤติกรรมการบริโภคข้าวสารของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร	- การกำหนดปัจจัยทางคุณลักษณะในแบบจำลอง - การสุ่มตัวอย่าง
ธีรศักดิ์ เจริญวุฒิวินพันธ์ (2552)	พฤติกรรมผู้บริโภคชาพร้อมดื่ม ในเขตกรุงเทพมหานคร	- การกำหนดตัวแปรในแบบจำลอง

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

ชื่อผู้แต่ง	ชื่อเรื่อง	ส่วนที่นำมาประยุกต์ใช้ในการวิจัย
3.งานวิจัยเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้การวิเคราะห์ในกรณีที่ตัวแปรตามเป็นตัวแปรเชิงคุณภาพ (ต่อ)		
ศิริจรรยา ออกรัมย์ (2553)	วิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยจากภัยแล้งด้วยดัชนีน้ำฝนของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ ในจังหวัดเพชรบูรณ์	- การกำหนดตัวแปรในแบบจำลอง
Boccaletti, S. and M. Nardella (2000)	Consumer Willingness to pay for pesticide – free fresh fruit and vegetables in Italy	- การกำหนดตัวแปรในแบบจำลอง
Hearne, R. R. and M. M. Volcan. (2002)	Consumer Awareness of organic products in Spain: an Application of multinominal logit model	- การกำหนดปัจจัยทางคุณลักษณะในแบบจำลอง
Briz, T. and R.W. Ward (2008)	The Use of Choice Experiments to Analyze Consumer Preferences for Organic Produce in Costa Rica	- การกำหนดตัวแปรในแบบจำลอง
Idda , L., F. A. Madau, and P. Pulina (2008)	The Motivational Profile of organic food consumer: Survey of specialized Stores customers in Italy	- การกำหนดปัจจัยทางคุณลักษณะในแบบจำลอง

เครื่องมือในการวิเคราะห์

ในการวิจัยครั้งนี้ใช้เครื่องมือในการวิเคราะห์ 2 เครื่องมือ ได้แก่ 1) แนวคิดแบบล็อกจิคัลเฟรมเวค (Logical framework) และ 2) แบบจำลองโพรบิท (Probit model)

1. แนวคิดแบบล็อกจิคัลเฟรมเวค (Logical framework)

ล็อกจิคัลเฟรมเวค หรือกรอบการวิเคราะห์เชิงตรรกวิทยา ซึ่งเรียกสั้น ๆ ได้ว่า ล็อกเฟรม (Logframe) นั้น เป็นวิธีการวิเคราะห์ที่ใช้ในการเตรียมโครงการและการประเมินโครงการที่มีการใช้

มาตั้งแต่ปีพ.ศ. 2503 ล็อกเฟรมนั้นสามารถกล่าวโดยสังเขป คือ การสรุปประเด็นสำคัญต่าง ๆ ของโครงการหรือแผนในรูปแบบของแมทริกซ์ (Matrix) หรือแม่แบบ ซึ่งประกอบด้วย 4 โรว (Row) หรือแถวละ 4 คอลัมน์ (Column) หรือแถวตามแนวตั้ง

ตารางที่ 2.2 สำหรับใน 4 โรวนั้น ประกอบด้วย เป้าหมาย (Goal) จุดประสงค์ (Purpose) ผลลัพธ์ (Output) และ อินพุท (Input) ส่วนคอลัมน์นั้น เริ่มด้วยคอลัมน์ข้อสรุปเชิงบรรยาย (Narrative summary: NS) แล้วตามด้วยคอลัมน์ตัวชี้วัดที่สามารถตรวจสอบยืนยันได้ (Objectively verifiable indicatory: OVI) คอลัมน์แหล่งข้อมูล (Mean of verification: MOV) และคอลัมน์สุดท้าย คือ ข้อสมมติฐานสำคัญ (Important assumption: IA)

การใช้ล็อกเฟรมในการประเมินผลนั้น อาจพิจารณาได้ 3 ประเด็น คือ

1.1 ประเมินความสำเร็จจากการบรรลุเป้าหมาย (Target) ของแต่ละระดับ ตั้งแต่เป้าหมายจนกระทั่งถึงอินพุท ด้วยตัวชี้วัดที่ได้กำหนดขึ้น

1.2 ประเมินผลโดยการพิจารณาถึงข้อสมมติฐานสำคัญของแต่ละระดับ กล่าวคือ ข้อสมมติฐานสำคัญของเป้าหมาย จุดประสงค์ ผลลัพธ์ และอินพุท ทั้งนี้เพราะการที่จะบรรลุเป้าที่กำหนดไว้หรือไม่นั้น มีตัวแปรปัจจัยที่สำคัญที่นอกเหนือการควบคุมของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินการของแต่ละระดับ เช่น การปฏิบัติงานด้านการตรวจสอบจำเป็นต้องมีเจ้าหน้าที่และงบประมาณ แต่การที่จะมีจำนวนเจ้าหน้าที่และงบประมาณเพียงพอและทันต่อสถานการณ์นั้นเป็นปัจจัยที่หน่วยงานรับผิดชอบไม่สามารถควบคุมได้ เป็นต้น

1.3 ประเมินผลโดยการพิจารณาในองค์รวม คือ ตรงประเด็น (Relevance) ระหว่างความจำเป็นพื้นฐานของเป้าหมายกับจุดประสงค์ พร้อมทั้งความกระจำและความเหมาะสมในด้านของอินพุทกับผลลัพธ์ในทางปฏิบัติและดำเนินการภายใต้กรอบเวลาและทรัพยากรที่จัดสรรได้ (ภาควิชาเศรษฐศาสตร์เกษตรและทรัพยากร คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2550)

ตารางที่ 2.2 ลีอกเฟลมแบบย่อ 4 โรล 4 คอลัมน์

ข้อสรุปเชิงบรรยาย (Narrative summary: NS)	ตัวชี้วัดที่สามารถตรวจสอบ ยืนยันได้ (Objectively verifiable indicatory: OVI)	แหล่งข้อมูล (Mean of verification: MOV)	ข้อสมมุติฐานสำคัญ (Important assumption: IA)
เป้าหมาย (goal)	ตัวชี้วัดของเป้าหมาย	แหล่งข้อมูลหรือวิธีการ พิสูจน์ความสำเร็จ	ข้อสมมุติฐานสำคัญ เกี่ยวกับเป้าหมาย
จุดประสงค์ (purpose)	ตัวชี้วัดของจุดประสงค์	แหล่งข้อมูลหรือวิธีการ ตรวจสอบการบรรลุ จุดประสงค์ของโครงการ	ข้อสมมุติฐานสำคัญ เกี่ยวกับจุดประสงค์
ผลลัพธ์ (output)	ตัวชี้วัดของผลลัพธ์	แหล่งข้อมูลหรือวิธีการ ตรวจสอบผลลัพธ์	ข้อสมมุติฐานสำคัญ เกี่ยวกับผลลัพธ์
อินพุต (input)	ตัวชี้วัดเป้าของอินพุต	แหล่งข้อมูลหรือวิธีการ ตรวจสอบอินพุต	ข้อสมมุติฐานสำคัญ เกี่ยวกับอินพุต

ที่มา: ภาควิชาเศรษฐศาสตร์เกษตรและทรัพยากร คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
(2550) และ พรนภา เมธาวีวงศ์ (ม.ป.ป.)

ในการศึกษาครั้งนี้เนื่องจากตัวแปรตามเป็นตัวแปรไม่ต่อเนื่อง (Discrete variable) และเป็นตัวแปรเชิงคุณภาพ เช่น “ใช่” หรือ “ไม่ใช่” “เกิด” หรือ “ไม่เกิด” “มี” หรือ “ไม่มี” “ซื้อ” หรือ “ไม่ซื้อ” เป็นต้น ตัวแปรตามมี 2 ค่า คือ 0 หรือ 1 เท่านั้น โดยที่ค่า 1 ใช้ในกรณี “ใช่” “เกิด” “มี” หรือ “ซื้อ” และค่า 0 ใช้กับกรณี “ไม่ใช่” “ไม่เกิด” “ไม่มี” หรือ “ไม่ซื้อ” การนำเอาตัวแปรลักษณะนี้มาใช้ในการวิเคราะห์เชิงปริมาณจึงต้องอาศัยเครื่องมือทางสถิติในรูปแบบของแบบจำลองทวินาม (Binary choice model) ถ้าการกระจายเป็นแบบปกติรูปแบบจำลองที่ใช้ในการวิเคราะห์คือแบบจำลองโพรบิต (Probit model) หากเป็นการกระจายแบบโลจิสติกจะใช้แบบจำลองโลจิต (Logit model) โดยใช้ Maximum likelihood estimation (MLE) ในการประมาณค่าสัมประสิทธิ์ในแบบจำลอง (ขงยุทธ, 2539: 10-1) ดังนี้

2. แบบจำลองโพรบิต (Probit model)

รูปแบบโมเดลจะเป็นในลักษณะที่ค่าพยากรณ์ที่ได้นั้นตกอยู่ในช่วง 0 กับ 1 เท่านั้น การศึกษาตัวแปรตามลักษณะนี้ วัตถุประสงค์หลักคือ ต้องตีความหมายออกมาในรูปของความน่าจะเป็น (Probability) ในการเลือกตัดสินใจกระทำอย่างใดอย่างหนึ่งลงไป ความน่าจะเป็นพื้นฐานใน

การแปลงค่า (Transform) มูลค่าของ X ทุกค่าให้มีค่าอยู่ระหว่าง 0 กับ 1 ซึ่งโดยวิธีปฏิบัติก็คือใช้ฟังก์ชันของความน่าจะเป็นสะสม (Cumulative probability function) จะเขียนได้ดังนี้

$$P_i = F(\alpha + \beta X_i) = F(Z_i) \quad \text{-----}(1)$$

โดยที่ P_i = ความน่าจะเป็น (probability) ของทางเลือกที่ i

F = ฟังก์ชันของความน่าจะเป็นสะสม

X_i = ค่าตัวแปรอิสระสุ่มทางเลือกที่ i

α = เป็นค่าคงที่

β = เป็นค่าสัมประสิทธิ์ (Coefficient)

Z_i = ค่าดัชนีสมมติให้ซึ่งถูกกำหนดโดยตัวแปรอิสระ X_i ซึ่งมีการกระจายแบบปกติ ซึ่งเขียนแสดงได้ดังนี้

$$Z_i = (\alpha + \beta X_i) \quad \text{-----}(2)$$

ซึ่งการกะประมาณสมการนี้ยังทำไม่ได้เพราะไม่ทราบค่าพารามิเตอร์ แต่ส่วนที่ทราบก็คือกลุ่มของตัวอย่างแต่ละตัวที่มีค่าตกอยู่ในกลุ่ม Z_i มีค่าสูงหรือ Z_i มีค่าต่ำเท่านั้น ดังนั้นวิธีการวิเคราะห์โทพรบิทจึงช่วยให้เราสามารถหาค่าประมาณของพารามิเตอร์ และขณะเดียวกันก็ทำให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับ Z_i ซึ่งวัดไม่ได้อีกด้วย

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้บริโภคนั้นจะเลือกซื้อข้าวอินทรีย์ เมื่อ $P_i (Y=1)$ มากกว่า $P_i (Y=0)$ หรือถ้าดัชนีของการเลือก Z_i^* มากกว่า Z_i และเลือกซื้อข้าวทั่วไป เมื่อ $P_i (Y=1)$ น้อยกว่า $P_i (Y=0)$ หรือถ้าดัชนีของการเลือก Z_i^* น้อยกว่า Z_i โดยที่สมมติให้ Z_i^* เป็นค่าๆ หนึ่งที่กำหนดให้เป็นตัวแทนของจุดตัดเชือก (Cut off) ที่สำคัญที่จะเปลี่ยนดัชนีให้เป็นการตัดสินใจเลือกซื้อ โดยสามารถคำนวณได้จากฟังก์ชันของความน่าจะเป็นสะสมแบบปกติ ซึ่งเขียนได้ในรูปแบบมาตรฐานดังนี้

$$P_i = F(Z_i) = \frac{1}{\sqrt{2\pi}} \int_{-\infty}^{Z_i} e^{-s^2/2} ds \quad \text{-----}(3)$$

ซึ่ง s เป็นตัวแปรสุ่มตัวเลือกหนึ่ง ซึ่งมีลักษณะการกระจายแบบปกติมีค่าเฉลี่ยเป็น 0 และค่าความแปรปรวนคงที่เท่ากับ 0 ค่า P_i นี้จะมีค่าอยู่ระหว่าง 0 กับ 1 ซึ่งเป็นตัวแสดงให้เห็นถึงความน่าจะเป็นของผู้บริโภคแต่ละคนจะเลือกซื้อระหว่างข้าวอินทรีย์และข้าวทั่วไป ซึ่งหาได้ภายในพื้นที่ใต้โค้งมาตรฐาน (ปกติ) คือ $-\alpha$ ถึง z_i ซึ่งพบว่ามีความใหญ่กว่ามูลค่าของดัชนี Z_i ในการที่จะได้มาซึ่งค่า Z_i หาได้จากการอินเวิร์สฟังก์ชันสะสมค่าปกติ ดังนี้

$$Z_i = F^{-1}(P_i) = (\alpha + \beta X_i) \quad \text{-----}(4)$$

ซึ่งสามารถจะให้ความหมายของความน่าจะเป็น P_i ที่ได้จากโมเดล โพรบิทว่าเป็นค่ากะประมาณของความน่าจะเป็นแบบมีเงื่อนไข (Condition probability) การกะประมาณแบบโพรบิทนี้จะเป็นการกะประมาณเกี่ยวข้องกับลักษณะการกะประมาณไม่เป็นแบบเส้นตรง ทั้งนี้เพราะว่าการแปลงค่าสะสมแบบปกติที่มีคุณสมบัติไม่เป็นเส้นตรง ดังนั้นการประมาณค่าให้ได้ค่าพารามิเตอร์ α และ β ที่เที่ยงตรงจะใช้ Maximum likelihood method

3. รูปแบบจำลองเศรษฐมิติที่ใช้ในการศึกษา

จากทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคและรูปแบบจำลองที่ใช้ในการศึกษาสามารถนำมาใช้ในการสร้างแบบจำลองการตัดสินใจซื้อข้าวอินทรีย์เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อข้าวอินทรีย์ โดยใช้แบบจำลองโพรบิท (Probit model) ในการวิเคราะห์ มีรูปแบบจำลองดังนี้

$$Y = f(\text{AGE, INCOME, SEX, NUMBER, KNOWLEDGE1, KNOWLEDGE2, POLICY1, FACTOR4})$$

โดยที่ตัวแปรตาม คือ

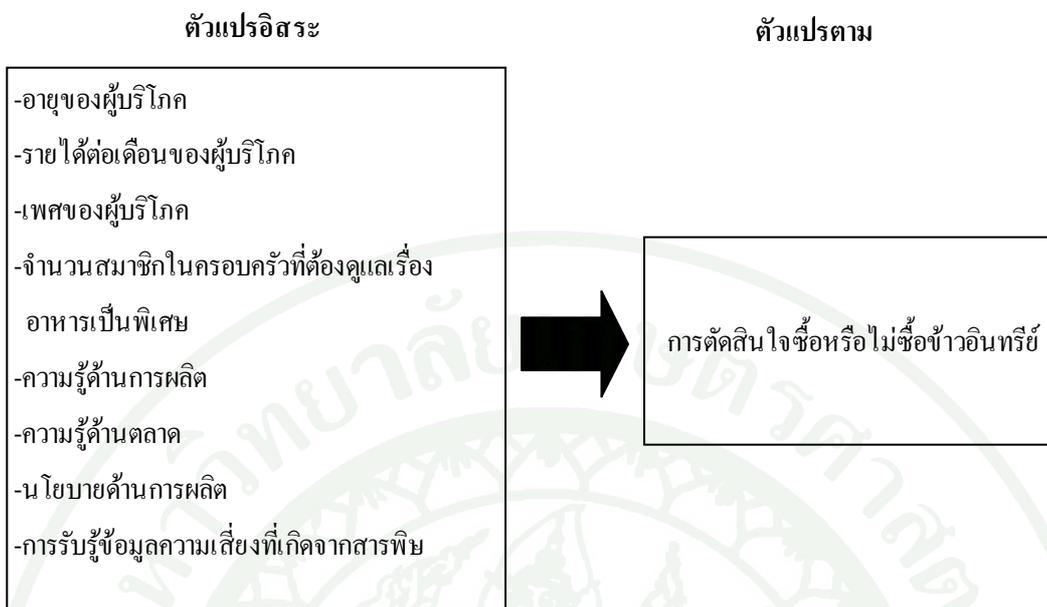
Y หมายถึง การตัดสินใจซื้อหรือไม่ซื้อข้าวอินทรีย์
(จากแบบสอบถามส่วนที่ 2 ข้อ 1)

ตัวแปรอิสระ คือ

AGE	หมายถึง	อายุของผู้บริโภค มีหน่วยเป็นปี (จากแบบสอบถามส่วนที่ 1 ข้อ 2)
INCOME	หมายถึง	รายได้ต่อเดือนของผู้บริโภค (บาท/เดือน) (จากแบบสอบถามส่วนที่ 1 ข้อ 6)
SEX	หมายถึง	เพศของผู้บริโภคเป็นตัวแปรหุ่น โดยกำหนดให้ 0 คือ เพศชาย 1 คือ เพศหญิง (จากแบบสอบถามส่วนที่ 1 ข้อ 1)
NUMBER	หมายถึง	จำนวนสมาชิกในครอบครัว โดยกำหนดให้ 0 คือ ไม่มีสมาชิกในครอบครัวที่ต้องดูแลเรื่องอาหาร เป็นพิเศษ 1 คือ มีสมาชิกในครอบครัวที่ต้องดูแลเรื่องอาหารเป็น พิเศษ (จากแบบสอบถามส่วนที่ 1 ข้อ 7 และ ข้อ 8)
KNOWLEDGE1	หมายถึง	ความรู้ด้านการผลิต ประกอบด้วย <ul style="list-style-type: none"> - กระบวนการและวิธีการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ - ข้อมูลผลไม้อินทรีย์ ได้แก่ ลำไย ส้มโอ กล้วย สับปะรด - ข้อมูลผักและสมุนไพรอินทรีย์ ได้แก่ งาม ถั่วเหลือง ผักสด หน่อไม้ฝรั่ง อ้อยอินทรีย์ - ข้อมูลสัตว์น้ำอินทรีย์ ได้แก่ กุ้งอินทรีย์ ปลาอินทรีย์ - ข้อมูลปศุสัตว์อินทรีย์ ได้แก่ โคเนื้อ โคนม แพะ สัตว์ปีก ฝูง สุกรอินทรีย์ - ข้อมูลสินค้าเกษตรอินทรีย์แปรรูป ได้แก่ อาหาร เสริม น้ำตาล น้ำมันมะพร้าว (จากแบบสอบถามส่วนที่ 2 ข้อ 11.1 และ 12.1-12.5)

KNOWLEDGE2 หมายถึง	<p>ความรู้ด้านตลาด ประกอบด้วย</p> <ul style="list-style-type: none"> - ข้อมูลเกษตรกร ผู้ค้า ผู้ส่งออก ข้อมูลตลาด และกฎระเบียบสินค้าเกษตรอินทรีย์ ฯลฯ - ข้อมูลจากเครือข่ายศูนย์ปฏิบัติการข้อมูลการตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์ (Commerce intelligence of MOC : CIM) กระทรวงพาณิชย์ - ข้อมูลงานมหกรรมเกษตรอินทรีย์/Thaifex/งานกรีนแฟร์ /รวมพลคนอินทรีย์/งานสัมนาเกษตรอินทรีย์หรืองานนิทรรศการเกษตรอินทรีย์ - ข้อมูลแหล่งจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ในต่างจังหวัด <p>(จากแบบสอบถามส่วนที่ 2 ข้อ 11.2-11.5)</p>
POLICY1 หมายถึง	<p>นโยบายด้านการผลิต ประกอบด้วย</p> <ul style="list-style-type: none"> - การผ่านการรับรองมาตรฐาน - การรักษาสิ่งแวดล้อม - ความหลากหลายของสินค้าที่ส่งเสริม - การเพิ่มรายได้ให้กับเกษตรกร <p>(จากแบบสอบถามส่วนที่ 3 ข้อ 1.1, 1.2, 1.7 และ 1.10)</p>
FACTOR4 หมายถึง	<p>0 คือ ถ้าการรับรู้ข้อมูลความเสี่ยงที่เกิดจากสารพิษไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อข้าวอินทรีย์ของผู้บริโภค</p> <p>1 คือ ถ้าการรับรู้ข้อมูลความเสี่ยงที่เกิดจากสารพิษมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อข้าวอินทรีย์ของผู้บริโภค</p> <p>(จากแบบสอบถามส่วนที่ 3 ข้อ 1.4)</p>

จากรูปแบบจำลองที่กำหนดเพื่อใช้ประกอบการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อข้าวอินทรีย์สามารถแสดงกรอบแนวคิดได้ดังนี้ (ภาพที่ 2.11)



ภาพที่ 2.11 กรอบแนวคิดในการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การเลือกซื้อข้าวอินทรีย์ในแบบจำลองการตัดสินใจซื้อข้าวอินทรีย์

สมมติฐานในการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อข้าวอินทรีย์

จากการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อข้าวอินทรีย์ ในแบบจำลองการตัดสินใจซื้อข้าวอินทรีย์ สมมติฐานการศึกษามีดังนี้

อายุ (AGE) ถ้าผู้บริโภคมีอายุมากขึ้น น่าจะบริโภคข้าวอินทรีย์ เนื่องจากอายุที่มากขึ้นจะมีความตระหนักถึงเรื่องสุขภาพมาก และมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารมากขึ้น ความน่าจะเป็นในการเลือกซื้อข้าวอินทรีย์จะเพิ่มขึ้น โดยเครื่องหมายสัมประสิทธิ์น่าจะเป็นบวก

รายได้ต่อเดือนของผู้บริโภค (INCOME) ผู้บริโภคที่มีรายได้สูงน่าจะมีโอกาสซื้อข้าวอินทรีย์ ซึ่งเครื่องหมายสัมประสิทธิ์น่าจะเป็นบวก

เพศของผู้บริโภค (SEX) ซึ่งเป็นตัวแปร หุ่น (Dummy variable) มีค่าเท่ากับ 1 เมื่อเป็นเพศหญิง และเท่ากับ 0 เมื่อผู้บริโภคเพศชาย ซึ่งเพศหญิงมีโอกาสที่จะซื้อข้าวอินทรีย์มากกว่าเพศชาย โดยเครื่องหมายสัมประสิทธิ์น่าจะเป็นบวก

จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่ต้องดูแลเรื่องอาหารเป็นพิเศษ (NUMBER) ซึ่งเป็นตัวแปรหุ่น (Dummy variable) มีค่าเท่ากับ 1 ถ้าในครอบครัวของผู้บริโภคมีสมาชิกในครอบครัวที่ต้องดูแลเรื่องอาหารเป็นพิเศษ และเท่ากับ 0 เมื่อไม่มีสมาชิกในครอบครัวที่ต้องดูแลเรื่องอาหารเป็นพิเศษ โดยถ้ามีสมาชิกที่ต้องดูแลเรื่องอาหารเป็นพิเศษจะมีโอกาสในการเลือกซื้อข้าวอินทรีย์มากขึ้น โดยเครื่องหมายสัมประสิทธิ์น่าจะเป็นบวก

ความรู้ของผู้บริโภคในด้านการผลิต (KNOWLEDGE 1) ถ้าผู้บริโภคมีความรู้ความเข้าใจด้านการผลิตมากขึ้น ได้แก่ กระบวนการและวิธีการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ รู้จักหรือเคยรับรู้หรือเคยซื้อผลไม้อินทรีย์ ผักอินทรีย์ สัตว์น้ำอินทรีย์ ปศุสัตว์อินทรีย์ และสินค้าเกษตรอินทรีย์แปรรูป จะมีโอกาสในการเลือกซื้อข้าวอินทรีย์มากขึ้น เครื่องหมายสัมประสิทธิ์น่าจะเป็นบวก

ความรู้ของผู้บริโภคในด้านตลาด (KNOWLEDGE 2) ถ้าผู้บริโภคมีความรู้ด้านการตลาดมากขึ้น ซึ่งได้แก่ ความรู้ข้อมูลเกี่ยวกับเกษตรกร ผู้ค้า ผู้ส่งออก ข้อมูลเครือข่ายศูนย์ปฏิบัติการข้อมูลตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์ ข้อมูลงานมหกรรมเกษตรอินทรีย์ และแหล่งจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์จะมีโอกาสในการเลือกซื้อข้าวอินทรีย์มากขึ้น เครื่องหมายสัมประสิทธิ์น่าจะเป็นบวก

นโยบายด้านการผลิต (POLICY 1) ถ้าผู้บริโภคนิ่งถึงนโยบายการผลิตมากขึ้น ซึ่งได้แก่ การผ่านการรับรองมาตรฐาน การรักษาสีสิ่งแวดล้อม ความหลากหลายของสินค้าที่ส่งเสริม และการเพิ่มรายได้ให้กับเกษตรกร จะมีโอกาสในการเลือกซื้อข้าวอินทรีย์เพิ่มขึ้น เครื่องหมายสัมประสิทธิ์น่าจะเป็นบวก

การรับรู้ข้อมูลความเสี่ยงที่เกิดจากสารพิษ (FACTOR4) ถ้าการรับรู้ข้อมูลความเสี่ยงที่เกิดจากสารพิษมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อข้าวอินทรีย์ของผู้บริโภค เครื่องหมายสัมประสิทธิ์น่าจะเป็นบวก

4. การวิเคราะห์ความตระหนักของผู้บริโภคต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์

การวิเคราะห์ความตระหนักของผู้บริโภคต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ใช้มาตรวัดแบบลิเคิตในการวิเคราะห์ระดับความตระหนักของผู้บริโภค ซึ่งแบ่งคำถามออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้ 1) ระดับความตระหนักด้านเกษตรอินทรีย์ในภาพรวม 2) ระดับความตระหนักด้านการผลิต 3) ระดับความ

ตระหนักผู้ด้านตลาด และ4) ระดับความตระหนักผู้ด้านมาตรฐานและการรับรอง โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนความตระหนักของผู้บริโภคในด้านต่างๆ ดังตารางที่ 2.3

ตารางที่ 2.3 เกณฑ์การให้คะแนนความตระหนักของผู้บริโภคในด้านต่างๆ

ความรู้	คะแนน (คะแนน)	คะแนนรวม (คะแนน)
1) ระดับความตระหนักผู้ด้านเกษตรอินทรีย์ในภาพรวม ประกอบด้วย		20
1.1) ระดับความตระหนักผู้ด้านการผลิต ประกอบด้วย		11
1.1.1) กระบวนการและวิธีการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์	รู้ = 1 ไม่รู้ = 0	
1.1.2) ข้อมูลผลไม้อินทรีย์ ได้แก่ ลำไย ส้มโอ กล้วย สับปะรด	รู้และซื้อ = 2 รู้แต่ไม่ซื้อ = 1 ไม่รู้ = 0	
1.1.3) ข้อมูลผักและสมุนไพรอินทรีย์ ได้แก่ งาม ถั่วเหลือง ผักสด หน่อไม้ฝรั่ง อ้อยอินทรีย์	รู้และซื้อ = 2 รู้แต่ไม่ซื้อ = 1 ไม่รู้ = 0	
1.1.4) ข้อมูลผักและสมุนไพรอินทรีย์ ได้แก่ งาม ถั่วเหลือง ผักสด หน่อไม้ฝรั่ง อ้อยอินทรีย์	รู้และซื้อ = 2 รู้แต่ไม่ซื้อ = 1 ไม่รู้ = 0	
1.1.5) ข้อมูลสัตว์น้ำอินทรีย์ ได้แก่ กุ้งอินทรีย์ ปลา อินทรีย์	รู้และซื้อ = 2 รู้แต่ไม่ซื้อ = 1 ไม่รู้ = 0	
1.1.6) ข้อมูลปศุสัตว์อินทรีย์ ได้แก่ โคนเนื้อ โคนนม แพะ สัตว์ปีก ผึ้ง สุกรอินทรีย์	รู้และซื้อ = 2 รู้แต่ไม่ซื้อ = 1 ไม่รู้ = 0	
1.1.7) ข้อมูลสินค้าเกษตรอินทรีย์แปรรูป ได้แก่ อาหาร เสริม น้ำตาล น้ำมันมะพร้าว	รู้และซื้อ = 2 รู้แต่ไม่ซื้อ = 1 ไม่รู้ = 0	

ตารางที่ 2.3 (ต่อ)

ความรู้	คะแนน (คะแนน)	คะแนนรวม (คะแนน)
1.2) ระดับความตระหนักรู้ด้านตลาด ประกอบด้วย		4
1.2.1) ข้อมูลเกษตรกร ผู้ค้า ผู้ส่งออก ข้อมูลตลาด และ กฎระเบียบสินค้าเกษตรอินทรีย์ ฯลฯ	รู้ = 1 ไม่รู้ = 0	
1.2.2) ข้อมูลจากเครือข่ายศูนย์ปฏิบัติการข้อมูล การตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์ (Commerce intelligence of MOC : CIM) กระทรวงพาณิชย์	รู้ = 1 ไม่รู้ = 0	
1.2.3) งานมหกรรมเกษตรอินทรีย์/Thaifex/งานกรีน แฟร์ /รวมพลคนอินทรีย์/งานสัมมนาเกษตรอินทรีย์หรืองาน นิทรรศการเกษตรอินทรีย์	รู้ = 1 ไม่รู้ = 0	
1.2.4) แหล่งจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ในต่างจังหวัด	รู้ = 1 ไม่รู้ = 0	
1.3) ระดับความตระหนักรู้ด้านมาตรฐานและการรับรอง ประกอบด้วย		5
1.3.1) มาตรฐานออร์แกนิกไทยแลนด์ (Organic thailand)	รู้ = 1 ไม่รู้ = 0	
1.3.2) มาตรฐานเกษตรอินทรีย์ของสำนักงานมาตรฐาน สินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ (มกอช.)	รู้ = 1 ไม่รู้ = 0	
1.3.3) มาตรฐานของสำนักงานมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ (มกท.)	รู้ = 1 ไม่รู้ = 0	
1.3.4) มาตรฐานเกษตรอินทรีย์ของต่างประเทศ	รู้ = 1 ไม่รู้ = 0	
1.3.5) บริษัทที่ให้การรับรองจากต่างประเทศ	รู้ = 1 ไม่รู้ = 0	

นำคะแนนที่ได้ในแต่ละด้านทำการเทียบสัดส่วนเพื่อให้คะแนนอยู่ในมาตรวัดแบบลิเจิต 5 ระดับดังนี้

ถ้าคะแนนเฉลี่ยอยู่ในช่วง 4.21 -5.00 หมายถึง ผู้บริโภคมีระดับความตระหนักรู้มากที่สุด

ถ้าคะแนนเฉลี่ยอยู่ในช่วง 3.41 -4.20 หมายถึง ผู้บริโภคมีระดับความตระหนักรู้มาก

ถ้าคะแนนเฉลี่ยอยู่ในช่วง 2.61 -3.40 หมายถึง ผู้บริโภคมีระดับความตระหนักรู้ปานกลาง

ถ้าคะแนนเฉลี่ยอยู่ในช่วง 1.81 -2.60 หมายถึง ผู้บริโภคมีระดับความตระหนักรู้น้อย

ถ้าคะแนนเฉลี่ยอยู่ในช่วง 1.00 -1.80 หมายถึง ผู้บริโภคมีระดับความตระหนักรู้น้อยที่สุด

ตัวอย่างการเทียบสัดส่วน สมมติให้ผู้บริโภค 1 คน มีคะแนนความตระหนักรู้ด้านเกษตรอินทรีย์ในภาพรวม 15 คะแนน โดยคะแนนรวมเกษตรอินทรีย์ในภาพรวมมี 20 คะแนน ซึ่งถ้าผู้บริโภคได้คะแนนเต็มจะมีความตระหนักรู้ด้านนี้เท่ากับ 5 คะแนน แต่กรณีนี้ผู้บริโภคมียกคะแนนเท่ากับ 15 คะแนน จะคำนวณได้ดังนี้

$$\begin{aligned} &= \frac{15 \times 5}{20} \\ &= 3.75 \end{aligned}$$

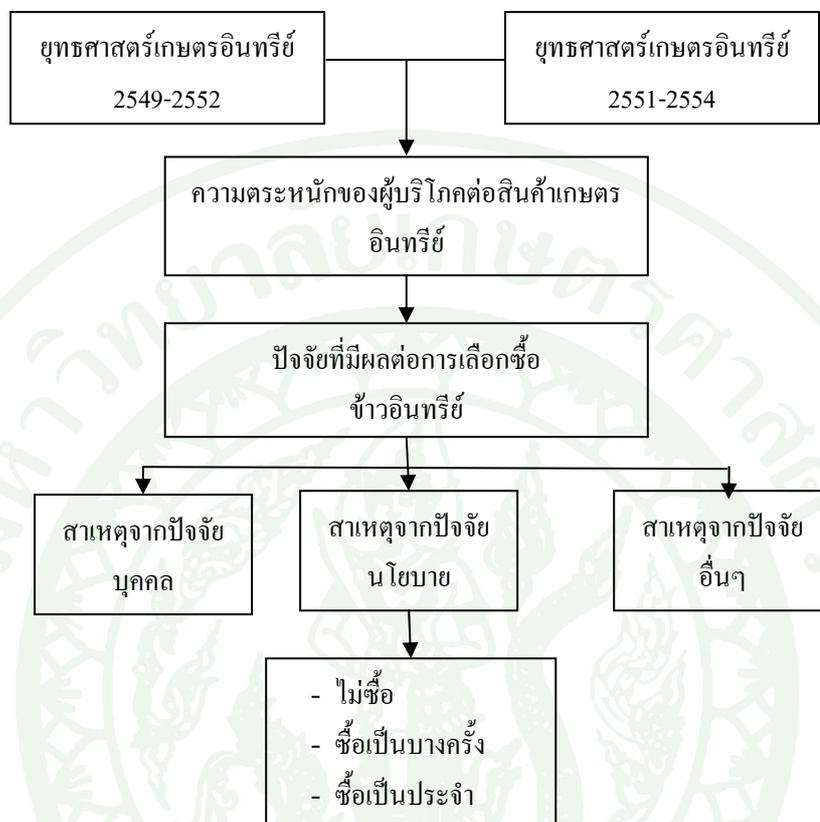
ดังนั้นผู้บริโภครายนี้จะมีระดับความตระหนักรู้ด้านเกษตรอินทรีย์ในภาพรวมเท่ากับ 3.75 คะแนน แสดงว่าเป็นผู้บริโภคมีระดับความตระหนักรู้มาก

อนึ่งสำหรับระดับความรู้ในด้านอื่นๆ ก็คำนวณในทำนองเดียวกัน

กรอบแนวคิดของการวิจัย

จากแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสามารถกำหนดกรอบแนวคิดได้ดังนี้ การดำเนินนโยบายเกษตรอินทรีย์ของรัฐโดยผ่านยุทธศาสตร์เกษตรอินทรีย์ ปีพ.ศ. 2549-2552 และยุทธศาสตร์เกษตรอินทรีย์ ปี พ.ศ. 2551-2554 การดำเนินงานนี้มีผลทำให้ผู้บริโภคเกิดความตระหนักต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ในระดับใด และในขณะที่ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อข้าวอินทรีย์นั้นอาจขึ้นอยู่กับ

ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยจากนโยบายของรัฐ ปัจจัยอื่นๆ และระดับของความตระหนักของผู้บริโภค (ภาพที่ 2.12)



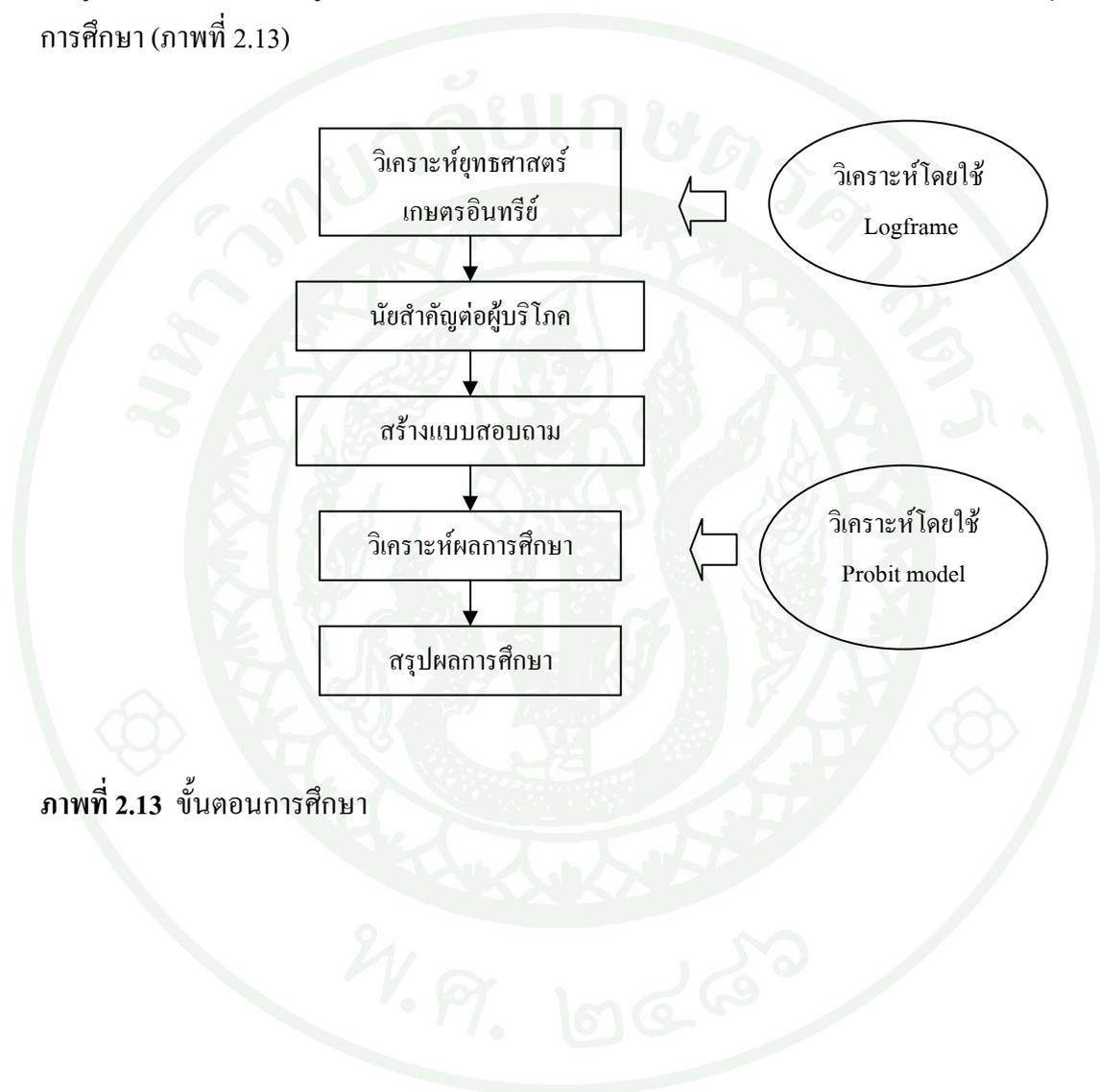
ภาพที่ 2.12 กรอบแนวคิดของการวิจัย

ดังนั้นเพื่อให้นโยบายของรัฐภายใต้ยุทธศาสตร์เกษตรอินทรีย์บรรลุผลสำเร็จจึงต้องดำเนินการวิเคราะห์พัฒนาการของยุทธศาสตร์เกษตรอินทรีย์ปีพ.ศ. 2549-2552 และยุทธศาสตร์เกษตรอินทรีย์ปีพ.ศ. 2551-2554 วิเคราะห์ความตระหนักของผู้บริโภคต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ รวมทั้งวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อข้าวอินทรีย์ของผู้บริโภค

ขั้นตอนการศึกษา

จากปัญหาเรื่องยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์ต่อความตระหนักของผู้บริโภคได้ดำเนินการรวบรวมข้อมูลยุทธศาสตร์เกษตรอินทรีย์ปีพ.ศ. 2549 - 2552 และยุทธศาสตร์เกษตรอินทรีย์ปีพ.ศ. 2551-2554 และใช้สื่อแฟมในการวิเคราะห์ยุทธศาสตร์เกษตรอินทรีย์ศึกษา

พัฒนาการของยุทธศาสตร์เกษตรอินทรีย์ปีพ.ศ. 2549-2552 และยุทธศาสตร์เกษตรอินทรีย์ปีพ.ศ. 2551-2554 ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 และวิเคราะห์นัยสำคัญต่อผู้บริโภคเพื่อนำไปสร้างแบบสอบถามในการวิเคราะห์ความตระหนักของผู้บริโภคต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์และวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าข้าวอินทรีย์ ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 และ 3 ตามลำดับ จากนั้นนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้บริโภคมาวิเคราะห์ด้วยแบบจำลอง Probit model ดำเนินการสรุปผลการศึกษา (ภาพที่ 2.13)



ภาพที่ 2.13 ขั้นตอนการศึกษา

บทที่ 3

สถานการณ์การผลิต การตลาด และการพัฒนาเกษตรอินทรีย์

การศึกษาสถานการณ์การผลิต การตลาด และพัฒนาเกษตรอินทรีย์ เพื่อให้เข้าใจถึงลักษณะพื้นฐานด้านต่างๆ ของสินค้าเกษตรอินทรีย์ และเป็นแนวทางสำหรับการศึกษาต่อไป โดยแบ่งเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 สถานการณ์การผลิตเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทย

ส่วนที่ 2 สถานการณ์ตลาดเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทย

ส่วนที่ 3 การพัฒนาเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทย

ส่วนที่ 1 สถานการณ์การผลิตเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทย

1.1 สถานการณ์การผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทย

1.1.1 การผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์

ในช่วงปีพ.ศ. 2547-2549 พื้นที่ทำเกษตรอินทรีย์ของไทยมีการขยายตัวประมาณร้อยละ 35-40 แต่ในปีพ.ศ. 2550 พื้นที่เกษตรอินทรีย์ของไทยลดลงถึงร้อยละ 14.3 ทำให้มีพื้นที่ลดลงจาก 0.14 ล้านไร่ ในปีพ.ศ. 2549 เหลือ 0.12 ล้านไร่ ในปีพ.ศ. 2550 โดยมีฟาร์มเกษตรอินทรีย์ลดลงจาก 7,564 ฟาร์ม เหลือเพียง 3,924 ฟาร์ม ซึ่งมีสาเหตุมาจากพื้นที่เพาะปลูกข้าวอินทรีย์ลดลงเนื่องจากการยกเลิกโครงการส่งเสริมการปลูกข้าวหอมมะลินทรีย์ของจังหวัดบุรีรัมย์ รวมทั้งความผันผวนของสภาพอากาศ ซึ่งเกิดภาวะฝนแล้งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือทำให้ผลผลิตข้าวหอมมะลิและข้าวหอมมะลินทรีย์ลดลงประมาณร้อยละ 20 นอกจากนี้ยังเกิดภาวะฝนตกในช่วงของการเก็บเกี่ยวซึ่งส่งผลกระทบต่อคุณภาพของข้าวเปลือก (คณะกรรมการพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ, 2552)

1.1.2 ผู้ผลิต

ประเทศไทย ส่งเสริมเกษตรอินทรีย์ ทั้งในด้านการผลิต การตลาด การถ่ายทอดเทคโนโลยี มาตรฐานและการตรวจสอบรับรองมาตรฐานแก่เกษตรกร การประชาสัมพันธ์สู่ผู้บริโภค ซึ่งดำเนินการ โดยองค์กรที่สำคัญ 2 ฝ่าย คือ ภาครัฐและองค์กรพัฒนาเอกชน

การดำเนินงานขององค์กรทั้ง 2 ฝ่าย แม้จะมีจุดประสงค์เพื่อสนับสนุนเกษตรอินทรีย์ เช่นเดียวกัน แต่ยังคงมีแนวคิดและแนวทางการปฏิบัติค่อนข้างแตกต่างกัน ทำให้มีการดำเนินงานวิธีการทำงานแยกจากกันอย่างค่อนข้างชัดเจน เนื่องจากผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์เป็นผลิตภัณฑ์เกษตรที่ต้องมีการรับรองมาตรฐานระบบการผลิต ข้อมูลผู้ผลิตที่สามารถรวบรวมได้ จึงมาจากเฉพาะผู้ที่เข้าสู่กระบวนการตรวจสอบรับรองทั้งโดยภาครัฐ (กรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์) และองค์กรพัฒนาเอกชน (สำนักงานมาตรฐานอินทรีย์ หรือ มท.) อย่างไรก็ตาม มีผู้ผลิต ผู้จำหน่าย และผู้ส่งออกบางส่วนที่ดำเนินการผลิตเกษตรอินทรีย์และขอการรับรองผลิตภัณฑ์จากองค์กรรับรองของต่างประเทศ (สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ, 2550)

ข้อมูลผู้ผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทยพบว่า มีผู้ผลิตที่ได้รับการรับรองจากกรมวิชาการเกษตรในปี 2552 ทั้งสิ้น 1,416 ราย โดยแบ่งเป็นผู้ผลิตปัจจัยการผลิตพืชอินทรีย์จำนวน 38 ราย ผู้แปรรูปพืชอินทรีย์จำนวน 42 ราย ผู้ผลิตพืชอินทรีย์จำนวน 1,336 ราย (กรมวิชาการเกษตร, 2553) สำหรับสำนักงานมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ (มท.) มีข้อมูลผู้ผ่านการรับรองเกษตรอินทรีย์ในปี 2552 รวมทั้งสิ้น 1,363 ราย แบ่งออกเป็น 1) ผู้ผลิตรายเดียว 32 ราย 2) ผู้ผลิตที่เป็นโครงการหรือเป็นกลุ่มจำนวน 19 โครงการ/กลุ่ม ซึ่งประกอบด้วยผู้ผลิตจำนวน 1,308 ราย 3) ผู้ประกอบการบรรจุ/แปรรูป/จำหน่าย จำนวน 15 รายและผู้ประกอบการเก็บเกี่ยวและแปรรูปผลิตภัณฑ์จากป่าจำนวน 1 ราย และให้การรับรองผู้ผลิตปัจจัยการผลิตมีจำนวน 7 ราย นอกจากนี้ มท. ยังให้การรับรองกับบริษัทในต่างประเทศซึ่งได้แก่บริษัทในประเทศเวียดนามและลาว จำนวน 4 ราย (สำนักงานมาตรฐานเกษตรอินทรีย์, 2552ข)

1.1.3 การตรวจสอบรับรองมาตรฐาน

องค์กรที่ให้การรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทยสามารถแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ 1. องค์กรรับรองของภาครัฐ 2. องค์กรรับรองของภาคเอกชน 3. องค์กรรับรองของต่างประเทศ

มาตรฐานขององค์กรภาครัฐ ได้แก่ มาตรฐานของกรมวิชาการเกษตรและสำนักงานมาตรฐานเกษตรและอาหารแห่งชาติ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

ก. กรมวิชาการเกษตร

ตรา Organic thailand เกิดจากการประกาศใช้มาตรฐาน การผลิตพืชอินทรีย์กรมวิชาการเกษตรเมื่อวันที่ 5 มีนาคม พ.ศ. 2544 เพื่อให้การผลิตพืชอินทรีย์ภายในประเทศเป็นไปตามมาตรฐานสากล เป็นที่ยอมรับของนานาประเทศ และเพื่อให้เกิดความมั่นคงและมั่นใจในระบบการผลิต การตลาดและการบริโภค จึงจำเป็นต้องสร้างกฎเกณฑ์และระเบียบปฏิบัติให้ได้มาตรฐานการผลิต มีระบบการตรวจสอบและออกใบรับรอง โดยรัฐมีหน้าที่ควบคุมกำกับดูแล รวมทั้งกำหนดบทลงโทษ



ภาพที่ 3.1 เครื่องหมายรับรองผลิตกันที่อินทรีย์เกษตรอินทรีย์ Organic thailand
ที่มา: กรมวิชาการเกษตร (2553)

ระบบการตรวจสอบและออกใบรับรองที่กรมวิชาการเกษตรกำลังดำเนินการอยู่ขณะนี้ เกิดจากการลอกเลียนแบบจากประเทศผู้ผลิตและผู้บริโภคที่เป็นมาตรฐานและดำเนินกิจการยาวนานเป็นที่เชื่อถือทั่วโลก และได้มีการปรับปรุงแก้ไขกรรมวิธีบางประการเพื่อให้สอดคล้องกับการผลิตของเกษตรกรในประเทศไทย เพื่อสามารถดำเนินการให้ได้ระดับมาตรฐานเป็นที่ยอมรับของประเทศทั่วโลก

ข. สำนักงานมาตรฐานเกษตรและอาหารแห่งชาติ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

ในปีพ.ศ. 2545 สำนักงานมาตรฐานเกษตรและอาหารแห่งชาติ (มกอช.) กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ได้ยกร่างมาตรฐานเกษตรอินทรีย์เพื่อใช้ในการรับรองระบบงานให้

หน่วยงานรับรองมาตรฐานในประเทศไทย โดยร่างเกณฑ์มาตรฐานครอบคลุมการปลูกพืช ปศุสัตว์ และการเลี้ยงกุ้งแบบอินทรีย์ โดยมาตรฐานนี้แล้วเสร็จและประกาศใช้เมื่อปลายปีพ.ศ. 2546



ภาพที่ 3.2 ตรารับรองอาหารปลอดภัย

ที่มา: สำนักงานมาตรฐานเกษตรและอาหารแห่งชาติ (2546)

มาตรฐานขององค์กรรับรองของภาคเอกชน ได้แก่ มาตรฐานของสำนักงานมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ (ม.ก.ท.)

ค. สำนักงานมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ (ม.ก.ท.)

สำนักงานมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ (ม.ก.ท.) ได้ขอรับการรับรองระบบจาก “สถาบันเกษตรอินทรีย์นานาชาติ” หรือ International federation of organic agriculture movement (IFOAM) จากประเทศเยอรมันนี่ เป็นเครื่องยืนยันว่ามาตรฐานดังกล่าวได้ถูกพัฒนาขึ้น อย่างถูกต้อง และเป็นที่น่าเชื่อถือในระดับสากลและในเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2544 มาตรฐานเกษตรอินทรีย์ที่ถูกจัดวางขึ้นโดย ม.ก.ท. นี้ ก็ได้ถูกรับการรับรองระบบอย่างเป็นทางการจากสถาบัน IFOAM โดยทาง ม.ก.ท. ได้จัดทำกลไกการให้บริการตรวจสอบและให้การรับรองแก่ฟาร์มเกษตรอินทรีย์ กิจการแปรรูปผลผลิตจากเกษตรอินทรีย์



IFOAM
ACCREDITED

ภาพที่ 3.3 เครื่องหมายรับรองผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ มกท.

ที่มา: สำนักงานมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ (2552ก)

การรับรองของ ม.ก.ท. เป็นการรับรองตลอดทั้งระบบการผลิต การตรวจสอบ ครอบคลุมตั้งแต่เริ่มปลูก ดูแลรักษา จนกระทั่งเก็บเกี่ยว และเมื่อนำผลผลิตมาสู่ขั้นตอนการแปรรูป การตรวจสอบเริ่มตั้งแต่การได้มาและการจัดการวัตถุดิบ กรรมวิธีการแปรรูป การบรรจุ และการขนส่ง จนกระทั่งถึงมือผู้บริโภค

มาตรฐานขององค์กรรับรองของต่างประเทศ มีดังนี้

ง. วจรคุณภาพคาร์ฟูข้าวหอมมะลิเกษตรอินทรีย์ 100% โดย ECOCERT F-32600

ได้รับการรับรองข้าวอินทรีย์จากสถาบันที่ได้รับมาตรฐานในสหภาพยุโรปและสหรัฐอเมริกาโดย ECOCERT F-32600 ซึ่งมีการผลิตที่ปราศจากปุ๋ยเคมี ปราศจากสารเคมีป้องกันกำจัดโรคและแมลงศัตรูพืช ปราศจากสารเคมีกำจัดวัชพืช และมีระบบการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม มีระบบการตรวจสอบย้อนกลับได้จากเมล็ดพันธุ์ข้าวจนถึงการเพาะปลูก



ภาพที่ 3.4 เครื่องหมายรับรองผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ EcoCert

ที่มา: Ecocert control & certification body (n.d.)

จ. ผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ของบริษัท River kwai international Co. Ltd., โดย Soil association organic standard



ภาพที่ 3.5 เครื่องหมายรับรองผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ Soil association organic standard

ที่มา: Soil association (n.d.)

บริษัทนี้ได้รับการจดทะเบียนและรับรองจาก Soil association ประเทศอังกฤษ ภายใต้มาตรฐาน EU No 2092/91 ผลผลิตส่งออกที่สำคัญ คือ ข้าวโพดฝักอ่อน หน่อไม้ฝรั่ง กระเจี๊ยบเขียว และสมุนไพร ซึ่งสินค้าส่วนใหญ่ส่งออกไปจำหน่ายในประเทศอังกฤษ

ฉ. ผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ของบริษัท River kwai international Co., Ltd. และ Swift Co., Ltd. โดย OMIC



ภาพที่ 3.6 เครื่องหมายรับรองผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ OMIC/JAS

ที่มา: River kwai international food industry Co., Ltd (n.d.)

ทั้งบริษัทริเวอร์แคว อินเตอร์เนชั่นแนล อุตสาหกรรมอาหาร และบริษัทสวีฟท์ มีพื้นที่เพาะปลูกเกษตรอินทรีย์ที่ได้รับการรับรองและจดทะเบียนกับ Ophthalmic mutual insurance company (OMIC) ของประเทศญี่ปุ่น โดยผ่านข้อกำหนดและมาตรฐาน JAS ของประเทศญี่ปุ่น

ซ. ผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ของบริษัท Capital rice Co., Ltd. และ Top organic products and supplies Co., Ltd. โดย Bioagricert



ภาพที่ 3.7 เครื่องหมายรับรองผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ Bioagricert

ที่มา: Bioagricert (1984)

พื้นที่รับรองการผลิตข้าวหอมมะลิจำนวน 4,509 ไร่ ในจังหวัดเชียงรายและพะเยา ได้รับการรับรองจาก Bioagricert ภายใต้มาตรฐาน EU No 2092/91 ซึ่งนับเป็นองค์กรแรกๆ

ได้รับการรับรองจากต่างประเทศ และส่งออกไปยังประเทศกลุ่มยุโรป สแกนดิเนเวีย และ สหราชอาณาจักร ภายใต้ตรา Great harvest และวางขายในประเทศภายใต้ตราไทไท ส่วนบริษัทที่อออร์กานิกโปรดักส์ แอนด์ซัพพลาย เป็นการร่วมลงทุนกับประเทศอิตาลี เพื่อดำเนินการจำหน่ายโดยมุ่งตลาดในประเทศสหภาพยุโรป สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ สหราชอาณาจักร และญี่ปุ่น เป็นหลัก

ข. เอเดน ผัก-ผลไม้ไร้สารพิษ Organic fresh โดย BCS Fresh โดย BCS EKO – GARANTIE GmbH



ภาพที่ 3.8 เครื่องหมายรับรองผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ BCS
ที่มา: BCS ÖKO-GARANTIE GMBH (1992)

BCS มีสำนักงานอยู่ ณ ประเทศเยอรมนี ดำเนินการรับรองเกษตรอินทรีย์ภายใต้ข้อกำหนด EU No 2092/91 ของสหภาพยุโรป สำนักงานสาขาประจำประเทศไทยอยู่จังหวัดเชียงใหม่ ดำเนินงานครอบคลุมเขตภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ, 2550)

ฉ. มาตรฐานสินค้าเกษตรอินทรีย์ของสหรัฐอเมริกา



ภาพที่ 3.9 เครื่องหมายรับรองผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ USDA ORGANIC
ที่มา: Bioagricert (1984)

วันที่ 21 ตุลาคม พ.ศ. 2545 เป็นวันที่กฎระเบียบของกระทรวงเกษตรสหรัฐฯ เรื่องมาตรฐานสินค้าอาหารอินทรีย์มีผลบังคับใช้โดยสมบูรณ์ และนับตั้งแต่นั้นเป็นต้นไป สินค้า organic ทั่วสหรัฐอเมริกา จะอยู่ในมาตรฐานเดียวกัน และมีการนำเครื่องหมาย USDA organic มาใช้ติดบนสินค้าอาหารอินทรีย์ที่วางจำหน่ายในตลาด เพื่อระบุการยอมรับการเป็นสินค้า “organic” ที่แท้จริง

USDA กำหนดว่า คำว่า “organic” จะใช้ได้เฉพาะกับสินค้าเกษตร (รวมถึงสัตว์น้ำที่จับจากแหล่งธรรมชาติและที่มาจากการเพาะเลี้ยง และอาหารสำหรับเลี้ยงปศุสัตว์) ที่เป็นสินค้าดิบและที่ผ่านกระบวนการแล้ว ทั้งนี้รวมถึงผลิตภัณฑ์เกษตรที่นำมาใช้ลักษณะเป็นเครื่องปรุง (ingredient) ที่ได้รับการผลิตและการจัดการเป็นไปตามกฎระเบียบ USDA ที่กำหนดไว้เท่านั้น (ศูนย์ปฏิบัติการข้อมูลการตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์, 2553)

1.2 สถานการณ์การผลิตข้าวอินทรีย์ของประเทศไทย

1.2.1 การผลิตข้าวอินทรีย์

ตารางที่ 3.1 ผลผลิตข้าวหอมมะลิอินทรีย์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานในปีการเพาะปลูก 2551/2552 พบว่า มีผลผลิตข้าวหอมมะลิอินทรีย์รวมทั้งสิ้น 38,531 ตัน จำแนกได้ดังนี้ เกษตรกรที่ได้รับการรับรองมาตรฐานจากสำนักงานมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ของสำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ (มกอช.) มีผลผลิตข้าวหอมมะลิอินทรีย์ 19,445 ตัน ส่วนเกษตรกรที่ได้รับมาตรฐานจากสำนักงานมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ (มกท.) มีผลผลิตข้าวหอมมะลิอินทรีย์ 10,775 ตัน และเกษตรกรที่ได้รับการรับรองมาตรฐานจากต่างประเทศมีผลผลิตข้าวหอมมะลิอินทรีย์ 8,311 ตัน (กรมส่งเสริมการค้าส่งออกและสมาคมการค้าเกษตรอินทรีย์ไทย, 2552)

ตารางที่ 3.1 ผลผลิตข้าวหอมมะลิอินทรีย์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานในปีการเพาะปลูก 2551/2552
จำแนกตามมาตรฐานการรับรองที่เกษตรกรได้รับ

มาตรฐาน	ปริมาณ (ตัน)
มาตรฐานเกษตรอินทรีย์ของสำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ (มกอช.)	19,445
มาตรฐานของสำนักงานมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ (มกท.)	10,775
มาตรฐานเกษตรอินทรีย์ของต่างประเทศ	8,311
รวม	38,531

ที่มา: กรมส่งเสริมการส่งออกและสมาคมการค้าเกษตรอินทรีย์ไทย (2552)

1.2.2 การตรวจสอบรับรองมาตรฐาน

มาตรการกำกับดูแล ตรวจสอบคุณภาพและการรับรองผลผลิตข้าวอินทรีย์ เป็นการกำกับดูแลให้การผลิตข้าวอินทรีย์ในทุกขั้นตอนเป็นไปตามมาตรฐานและคุณภาพของผลผลิต เพื่อให้เกิดความมั่นใจว่าข้าวอินทรีย์ที่วางขายหรือผลิตภัณฑ์ที่ติดฉลากว่าเป็นอินทรีย์นั้น เป็นผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ที่แท้จริง เริ่มตั้งแต่การผลิตจนถึงมือผู้บริโภค

ปัจจุบันเกษตรกรและผู้ผลิตสามารถยื่นคำขอรับรองมาตรฐานข้าวอินทรีย์ได้จาก 3 องค์การดังต่อไปนี้

ก. กรมวิชาการเกษตร เป็นผู้ออกใบรับรองการผลิตข้าวอินทรีย์ในนามหน่วยงานของรัฐบาล

ข. สำนักงานมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ (มกท.) เป็นหน่วยงานเอกชนผู้ออกใบรับรองเกษตรอินทรีย์

ค. หน่วยงานตรวจสอบรับรองของต่างประเทศ ปัจจุบันมีหน่วยงานตรวจสอบรับรองสินค้าเกษตรอินทรีย์ของต่างประเทศที่มาดำเนินการในประเทศไทย คือ 1) บริษัท OMIC จำกัด 2) บริษัท P & S AGRO CONTROL 3) บริษัท BCS จำกัด และ 4) บริษัท BIOAGRICERT จำกัด

1.3 สถานการณ์การผลิตปศุสัตว์อินทรีย์

1.3.1 การผลิตปศุสัตว์อินทรีย์

การผลิตปศุสัตว์อินทรีย์ ตามมาตรฐานของสำนักงานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ (มกอช.9000 เล่ม 2-2548) มีหลักการดังนี้

ก. พื้นที่ที่ใช้ในการเลี้ยงสัตว์ ต้องมีการจัดการตามมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ เล่ม 1 : การผลิตแปรรูปแสดงฉลาก และจำหน่ายเกษตรอินทรีย์

ข. ปศุสัตว์อินทรีย์ ต้องมีส่วนช่วยปรับปรุงและรักษาความอุดมสมบูรณ์ของดิน เพิ่มและเกื้อหนุนความหลากหลายทางชีวภาพและระบบนิเวศน์ และเพิ่มความหลากหลายของระบบการเกษตร

ค. การผลิตปศุสัตว์ เป็นเกษตรกรรมหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศน์ทั้งกายภาพและชีวภาพ สัตว์ที่กินพืชจะต้องมีแปลงหญ้าสำหรับแทะเล็ม และสัตว์จะต้องมีพื้นที่กลางแจ้งสำหรับออกกำลังกาย ตามความเหมาะสมของสุขภาพ ภูมิอากาศ และภูมิประเทศ หรือเป็นไปตามระบบการจัดการฟาร์มตามประเพณีหรือภูมิปัญญาท้องถิ่น และมีการจัดการสวัสดิภาพสัตว์อย่างเหมาะสม

ง. มีความหนาแน่นของการเลี้ยงที่เหมาะสมตามชนิดสัตว์ แหล่งอาหารสัตว์ สุขภาพสัตว์ ความสมดุลของโภชนาการ และผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

จ. มุ่งเน้นการขยายพันธุ์โดยวิธีธรรมชาติ ลดความเครียด ป้องกันโรค หลีกเลี่ยงการใช้ยาและสารเคมีรวมทั้งผลพลอยได้จากผลิตภัณฑ์ปศุสัตว์ (Livestock by products) ยกเว้น นม เป็นวัตถุดิบอาหารสัตว์ และมีการจัดการที่คำนึงถึงสุขอนามัยสัตว์

1.3.2 ผู้ผลิตปศุสัตว์อินทรีย์

จากข้อมูลของกรมปศุสัตว์มีผู้ผลิต 4 รายซึ่งผลิตสินค้าปศุสัตว์อินทรีย์ชนิดต่างๆ ดังนี้

ก. บริษัทสามพรานฟาร์ม จ.ราชบุรี

เลี้ยงสุกรในระบบปล่อยทุ่ง แบบครบวงจร ด้วยการผลิตพ่อ แม่ พันธุ์สุกร สุกรขุน มีโรงฆ่าแหละที่ได้มาตรฐานฟาร์มและมาตรฐาน GMP ด้วยระบบการเลี้ยงแบบปล่อยทุ่ง ใช้สมุนไพรทดแทนปฏิชีวนะ มีการจัดการฟาร์มที่ปรับให้สัตว์เข้ากับสิ่งแวดล้อม และมีตลาดเฉพาะ

ข. อุดมชัยฟาร์ม จ.สระบุรี

ฟาร์มไก่ไข่ ที่มีการจัดการเลี้ยงดูแบบปล่อยฝูง ใช้น้ำหมักชีวภาพและสมุนไพรทดแทนการใช้ยาเคมี ไก่แดงมีสีโดยธรรมชาติของสีข้าวโพด ไม่ใช่สารสี และปฏิชีวนะสาร

ค. บริษัทแคร์โฮม จ.สระบุรี

เป็นโรงงานแปรรูปน้ำมันที่รับซื้อน้ำมันจากฟาร์มเครือข่ายที่เลี้ยงโคนมไม่ใช่สารปฏิชีวนะ และยาเคมีในกระบวนการผลิต ด้วยการเลี้ยงโคนมปล่อยแปลงหญ้าที่อุดมสมบูรณ์ และคัดสายพันธุ์ที่เลี้ยงง่ายในสภาพแวดล้อมแบบปล่อยแทะเล็ม กำลังพัฒนาสู่การผลิตผลิตภัณฑ์นมที่ได้มาตรฐานอินทรีย์

ง. ฟาร์มเกษตรอินทรีย์เลี้ยงแกะในสวนทุเรียน จ.สงขลา

การลดค่ากำจัดวัชพืชและปุ๋ยเคมีในสวนทุเรียน ด้วยการเลี้ยงแกะแบบอินทรีย์ มีการจัดการแบ่งแปลงหมุนเวียนให้แกะได้แทะเล็ม ทำให้ตัดวงจรพยาธิ และการเลี้ยงแบบปล่อยในแปลงหญ้าที่อุดมสมบูรณ์ทำให้แกะมีสุขภาพดี

ผู้ผลิตทั้ง 4 แห่ง ยังไม่ได้รับการตรวจรับรองกำลังอยู่ในระยะพัฒนาให้ได้ตามมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ ด้านปศุสัตว์ (กรมปศุสัตว์, 2553)

1.4 สถานการณ์การผลิตสัตว์น้ำอินทรีย์

1.4.1 การผลิตสัตว์น้ำอินทรีย์

ข้อกำหนดที่สำคัญในมาตรฐานสัตว์น้ำอินทรีย์ (กรมประมง, 2547) มีดังนี้

ก. หลักการผลิต เกษตรกรต้องจัดการผลิตที่รักษาระบบนิเวศและดำรงความหลากหลายทางชีวภาพเน้นการใช้วัสดุธรรมชาติ ห้ามใช้สารเคมี ฮอร์โมนแทบทุกชนิด ยกเว้นรายการที่อนุญาตให้ใช้ตามที่ระบุไว้ในมาตรฐานเท่านั้น และไม่ใช้พืช สัตว์ที่ตัดแปลงพันธุกรรมในกระบวนการผลิต

ข. การปรับเปลี่ยนเป็นการผลิตระบบอินทรีย์ การปรับเปลี่ยนระบบการผลิตจากระบบทั่วไปมาเป็นระบบเกษตรอินทรีย์นั้นต้องอยู่ภายใต้เงื่อนไขของผู้ให้การรับรองและปฏิบัติตามข้อกำหนด และต้องมีการวางแผนการผลิตที่ชัดเจนภายในระยะปรับเปลี่ยน นับตั้งแต่วันสุดท้ายที่มีการใช้ปัจจัยการผลิตสำหรับระบบการผลิตทั่วไปจนถึงวันที่ผ่านการรับรองให้เป็นระบบเกษตรอินทรีย์

ค. สถานที่เพาะเลี้ยง สถานที่ประกอบการเลี้ยงสัตว์น้ำต้องเป็นพื้นที่ที่ได้รับอนุญาตตามกฎหมาย รวมทั้งต้องปฏิบัติให้ถูกต้องในการใช้ประโยชน์จากที่ดิน และผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

ง. การจัดการฟาร์ม ต้องมีระบบการจัดการฟาร์มที่สนับสนุนและเอื้อต่อการตรวจสอบระบบการผลิตแบบอินทรีย์และมีการวางแผนเพื่อป้องกันการปนเปื้อนระหว่างกระบวนการต่างๆ

จ. การคัดเลือกพันธุ์สัตว์น้ำ ต้องมีมาตรการคัดเลือกพันธุ์สัตว์น้ำให้สอดคล้องกับแนวปฏิบัติด้านการผลิตสัตว์น้ำอินทรีย์ ทั้งในด้านการตัดแปลงพันธุกรรม แหล่งของพ่อแม่พันธุ์ ขนาดและความแข็งแรงของสัตว์น้ำ

ฉ. การจัดการด้านอาหาร ต้องคำนึงถึงอาหารที่มีคุณภาพดีตรงกับโภชนาการของสัตว์น้ำที่เลี้ยงทั้งขนาดและวัยของสัตว์น้ำ อาหารสำหรับสัตว์น้ำต้องเป็นอาหารที่ผลิตจากวัสดุ

อินทรีย์ ประกอบด้วยวัตถุดิบที่เป็นของเหลือหรือผลพลอยได้ (by – products) จากกระบวนการผลิตอาหารอินทรีย์และจากธรรมชาติที่ไม่เหมาะสมกับการบริโภคของมนุษย์ ไม่ใช่วัตถุดิบที่ผ่านการตัดแปลงพันธุกรรม (GMOs)

ข. การจัดการสุขภาพสัตว์น้ำและการป้องกันโรค ฟาร์มจะต้องมีการเฝ้าระวังเกี่ยวกับการเกิดโรคระบาดในฟาร์ม โดยคัดเลือกสัตว์น้ำสายพันธุ์ดี ทนทานต่อโรค จัดให้มีสุขลักษณะฟาร์มที่ดี

ค. การจัดการของเสีย ฟาร์มต้องมีระบบเฝ้าระวังของเสีย มีการจัดการด้านคุณภาพน้ำที่ดีและอยู่ภายใต้ระดับมาตรฐาน

ง. การจับและการขนส่ง วิธีการรวบรวมส่งต้องไม่ก่อให้เกิดผลในทางลบต่อสิ่งแวดล้อม และทำให้สัตว์เกิดความเครียดน้อยที่สุด การลำเลียงต้องคำนึงถึงชนิดและขนาดของสัตว์น้ำ คุณภาพของน้ำ เช่น ความเค็ม อุณหภูมิ และออกซิเจน เป็นต้น

จ. การแปรรูปผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำอินทรีย์ ต้องสามารถคงคุณค่าทางอาหารของผลผลิตสัตว์น้ำอินทรีย์และต้องดำเนินการแยกออกจากผลผลิตที่ไม่ใช้อินทรีย์

ฉ. การแสดงฉลาก ผลผลิตที่ผ่านการตรวจสอบรับรองมาตรฐานจากหน่วยงานรับรองมาตรฐานการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำอินทรีย์เท่านั้น จึงจะมีสิทธิ์แสดงฉลากอินทรีย์

ช. ความรับผิดชอบต่อสังคม ผู้ประกอบการต้องปฏิบัติให้สอดคล้องกับกฎหมายว่าด้วยการจ้างแรงงาน การจัดการเพื่อความปลอดภัยในระหว่างการทำงาน ส่งเสริมให้มีความเป็นอยู่ที่ดี สวัสดิการที่เหมาะสม

ซ. การรวมกลุ่มและฝึกอบรม เมื่อมีการรวมกลุ่มแล้วต้องมีการจัดให้มีการฝึกอบรมสม่ำเสมอเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์และทันสมัย

ด. ระบบการเก็บข้อมูล ผู้ประกอบการต้องบันทึกข้อมูลกิจกรรมของระบบอินทรีย์อย่างละเอียด ชัดเจน ทันสมัย เพียงพอที่จะทำให้ผู้ตรวจสอบเห็นว่าเป็นไปตามมาตรฐานสัตว์น้ำอินทรีย์และสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ (traceability)

1.4.2 ผู้ผลิตสัตว์น้ำอินทรีย์

จากตารางที่ 3.2 แสดงจำนวนผู้ผลิตและชนิดของสัตว์น้ำอินทรีย์ โดยจำแนกเป็นรายจังหวัด ตามกิจกรรมในปี พ.ศ. 2551 ของกรมประมง พบว่า มีผู้ผลิตสัตว์น้ำอินทรีย์ทั้งสิ้น 420 ราย โดยจังหวัดที่มีการผลิตสัตว์น้ำอินทรีย์มากที่สุดคือ จังหวัดบุรีรัมย์มีผู้ผลิตจำนวน 100 ราย รองลงมาคือ จังหวัดมุกดาหาร 50 ราย จังหวัดร้อยเอ็ดและจังหวัดชัยภูมิ จังหวัดละ 40 ราย

ตารางที่ 3.2 ผู้ผลิตสัตว์น้ำอินทรีย์รายจังหวัดจากข้อมูลกิจกรรมในปีพ.ศ. 2551 ของกรมประมง

จังหวัด	ชนิดของสัตว์น้ำอินทรีย์	จำนวนเกษตรกร (ราย)
1.ฉะเชิงเทรา	กุ้งก้ามกรามอินทรีย์	30
2.นครนายก	ปลานิลอินทรีย์	10
3.สระบุรี	ปลากRAY, ปลากคังระบบอินทรีย์	1
4.แม่ฮ่องสอน	สัตว์น้ำอินทรีย์	4
5.ตาก	ปลากินพืชระบบอินทรีย์	7
6.ชัยนาท	สัตว์น้ำจืดอินทรีย์	5
7.กาญจนบุรี	ปลากินพืชอินทรีย์	1
8.สุพรรณบุรี	ปลานิลระบบอินทรีย์ในบ่อดิน	15
9.เพชรบุรี	กุ้งทะเลแบบพัฒนาระบบอินทรีย์	4
10.สมุทรปราการ	- กุ้งทะเลระบบอินทรีย์แบบปล่อยเสริมธรรมชาติ - ปลาสลิดระบบอินทรีย์	30 5
11.อุดรธานี	ปลานิลไม่แปลงเพศในนาข้าวอินทรีย์	5
12.นครพนม	สัตว์น้ำอินทรีย์	10
13.มุกดาหาร	ปลากินพืชในแปลงเกษตรกรอินทรีย์	50
14.ขอนแก่น	ปลานิลในบ่อดิน	20
15.ร้อยเอ็ด	ปลาในนาข้าวอินทรีย์	40
16.ชัยภูมิ	ปลานิลในพื้นที่เกษตรกรอินทรีย์	40
17.นครราชสีมา	การเลี้ยงปลาสลิดแบบอินทรีย์	15
18.บุรีรัมย์	ปลานิลจิตรลดา 3 แบบอินทรีย์	100
19.ยโสธร	- ปลาในนาข้าวอินทรีย์ - ปลาในบ่อดินอินทรีย์	10
20.ศรีสะเกษ	สัตว์น้ำอินทรีย์	5

ตารางที่ 3.2 (ต่อ)

จังหวัด	ชนิดของสัตว์น้ำอินทรีย์	จำนวนเกษตรกร (ราย)
21.อุบลราชธานี	ปลากินพืชในบ่อดินด้วยวิธีเกษตรธรรมชาติ	10
22.ชุมพร	ปลาน้ำจืดอินทรีย์	3
รวม		420

ที่มา: กรมประมง (2552)

1.5 สถานการณ์การผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์แปรรูป

สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ ได้ดำเนินโครงการเพื่อสนับสนุนนวัตกรรมของเกษตรกรอินทรีย์ จึงได้มีการผลักดันการลงทุนธุรกิจเกษตรอินทรีย์ 15 โครงการ ซึ่งมีโครงการที่เกี่ยวข้องกับการแปรรูป 3 โครงการ คือ โครงการการผลิตแปรรูปมะพร้าวอินทรีย์ โครงการโปรตีนและกะทิผงจากมะพร้าวอินทรีย์ และ โครงการเครื่องดื่มนมจากแป้งข้าวกล้องงอกอินทรีย์ ซึ่งบริษัทผู้ผลิตผลิตภัณฑ์จากมะพร้าวได้รับการรับรองมาตรฐานสากลจากสหภาพยุโรป สหรัฐอเมริกาและออสเตรเลีย ซึ่งเป็นตลาดชั้นนำของโลกในตลาดผลิตภัณฑ์อินทรีย์ ส่วนเครื่องดื่มนมจากแป้งข้าวกล้องงอกนั้นในด้านการตลาดต้องแข่งขันกับเครื่องดื่มนมถั่วเหลือง ซึ่งในปีพ.ศ. 2549 มีมูลค่าการตลาด 6,300 ล้านบาท และคาดว่าเครื่องดื่มนมถั่วเหลืองจะมีแนวโน้มขยายตัวลงเนื่องมาจากราคาพลังงานและราคาถั่วเหลือง จึงนับเป็นโอกาสที่ดีของเครื่องดื่มนมจากข้าวที่จะมีศักยภาพในการพัฒนาได้ เพราะใช้วัตถุดิบที่หาได้จากในประเทศ (สุกชัย หล่อโลหการ และ คุณาวุฒิ บุญญานพคุณ, 2552)

ส่วนที่ 2 สถานการณ์ตลาดเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทย

2.1 สถานการณ์การตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทย

สถานการณ์การตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทย แบ่งออกเป็น 5 ด้าน คือ ชนิดของผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจำหน่าย ราคา การส่งเสริมการตลาดและแนวโน้มการบริโภคของคนไทย

2.1.1 ชนิดของผลิตภัณฑ์

ตั้งแต่ปีพ.ศ. 2548 ได้มีการเริ่มผลักดันและสนับสนุนจากภาครัฐในการเพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์อินทรีย์ของผู้ประกอบการและกลุ่มเกษตรกร โดยมีทั้งผลิตภัณฑ์ที่เป็นอาหาร ผลิตภัณฑ์ที่ไม่ใช่อาหาร และปัจจัยการผลิตต่างๆ กลุ่มผลิตภัณฑ์เหล่านี้ได้แก่ ส้มโอ ลำไย เนื้อโค สนุ่ ฟ้ายาย ปุ๋ยชีวภาพ ตัวอย่างของผลิตภัณฑ์อินทรีย์ภายในประเทศดังตารางที่ 3.3

ตารางที่ 3.3 ประเภทของผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ในประเทศไทยในปี พ.ศ. 2551

ประเภทผลิตภัณฑ์อินทรีย์	ตัวอย่างผลิตภัณฑ์อินทรีย์
1.ข้าว	ข้าวขาว และข้าวกล้อง (หอมมะลิ เหลืองอ่อน มะลิแดง)
2.ถั่ว	เมล็ดมะม่วงหิมพานต์ ถั่วเหลือง และถั่วลิสง
3.ผักแปรรูป	ข้าวโพดฝักอ่อนแช่แข็ง หรือบรรจุขวดแก้ว
4.ผักสด	ข้าวโพดฝักอ่อนสด กระเจี๊ยบเขียว ผักสลัด มะเขือเทศ ผักการจีนชนิดต่างๆ
5.ผลไม้	กล้วยน้ำว้า มะละกอ สับปะรด ขนุน มะม่วง ลำไย ส้มโอ แก้วมังกร และมะพร้าว
6.ชาสมุนไพร	ชาทรงจืด ชาใบหม่อน และชากุหลาบ
7.เครื่องปรุงอาหาร	เครื่องปรุงต้มยำอบแห้ง น้ำกะทิ น้ำตาลทราย และแป้งมันสำปะหลัง
8.ของป่า	น้ำผึ้งป่า
9.อาหารแปรรูป	กะทิ เนยจากงา เนยถั่ว น้ำส้มจากผลไม้ โปรตีนจากมะพร้าว เส้นก๋วยเตี๋ยวและต้นข้าวสาลี
10.ยาสมุนไพร	ฟ้าทะลายโจร ลูกข่อย และเพชรสังฆาต
11.สัตว์น้ำ	กุ้งกุลาดำและปลา
12.ปศุสัตว์	เนื้อโคและไข่ไก่
13.น้ำมัน	น้ำมันมะพร้าว น้ำมันปาล์ม
14.ผลิตภัณฑ์ที่ไม่ใช่อาหาร	ฝ้าย สนุ่และฝ้ายอ้อม
15.ปัจจัยการผลิต	ปุ๋ยอินทรีย์ ปุ๋ยชีวภาพ และสารกำจัดศัตรูพืช

ที่มา: ศุภชัย หล่อโลหาร และ คุณาวุฒิ บุญญานพคุณ (2552)

2.1.2 ช่องทางการจำหน่าย

ช่องทางการจำหน่ายของผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ส่วนใหญ่มีลักษณะคล้ายกันกับตลาดของสินค้าเกษตรทั่วไป อาจจะแตกต่างกันที่กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย จึงทำให้ช่องทางการจำหน่ายของสินค้าเกษตรอินทรีย์มีลักษณะเฉพาะตัวที่แตกต่างไป โดยแบ่งตลาดออกเป็นสองแบบหลักๆ คือ ตลาดทางเลือกและตลาดกระแสหลัก

ตลาดทางเลือก

ตลาดทางเลือก คือ รูปแบบความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมแบบใหม่ระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภคที่คำนึงถึงสุขภาพและสิ่งแวดล้อม เกื้อหนุนให้เกิดความเข้าใจ เห็นอกเห็นใจ และรับผิดชอบซึ่งกันและกัน กิจกรรมการซื้อขายในระบบตลาดทางเลือกตั้งอยู่บนคติที่ว่าทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภคต่างต้องพึ่งพาซึ่งกันและกันและพัฒนาไปสู่การมีคุณภาพที่ดีทั้งสองฝ่าย

รูปแบบการทำตลาดทางเลือกในสังคม สามารถสรุปได้สองรูปแบบ คือ

- 1) เริ่มต้นจากผู้ผลิตในพื้นที่ที่มีพัฒนาการมาจากการทำเกษตรทางเลือก และกลุ่มออมทรัพย์หรือกลุ่มแม่บ้านรวมตัวกันทำการตลาดโดยประสานงานกับองค์กรพัฒนาเอกชน และกลุ่มผู้บริโภค ลักษณะการขายมีทั้งการเปิดร้านค้าปลีก การขายตามตลาดนัดท้องถิ่น ตั้งแผงขายในสถาบันการศึกษาและโรงพยาบาล การขายส่งพ่อค้า การออกร้านตามงานต่างๆ ขายตรงตามบ้าน ส่งขายระหว่างองค์กรชาวบ้านด้วยตนเอง
- 2) เริ่มต้นจากผู้บริโภคที่มีสำนึกในด้านความคุ้มครองผู้บริโภคและรักษาสิ่งแวดล้อม โดยมีรูปแบบร้านค้าปลีกเฉพาะด้านเป็นรูปแบบหลัก หรือประสานกับผู้ผลิตในการกระจายผลผลิตในหน่วยงานต่างๆ

ตัวอย่างตลาดทางเลือกในประเทศไทยมีดังนี้

ก. ตลาดท้องถิ่น

ตลาดท้องถิ่นมีแนวโน้มที่จะให้ค่าตอบแทนต่อเกษตรกรสูงกว่าตลาดแบบอื่น เนื่องจากเกษตรกรสามารถจำหน่ายผลผลิตให้กับผู้บริโภคโดยตรง เนื่องจากตลาดเหล่านี้จะอยู่ไม่ไกลจากแหล่งผลิตและปริมาณการขายที่น้อย และใช้แรงงานในครอบครัว จึงประหยัดต้นทุนค่าขนส่ง และค่าแรงงาน

ข. ตลาดในชุมชน

ตลาดในชุมชนส่วนใหญ่เป็นตลาดที่เปิดขายในช่วงเช้าตรู่ และมักเปิดขายในช่วงระยะเวลาสั้นๆ เพียง 1-2 ชั่วโมง ตลาดในชุมชนเหมาะกับผลผลิตจากเกษตรกรรายย่อยเป็นผลผลิตเป็นผลผลิตที่ไม่ค่อยมีการผลิตในชุมชนมากนักและควรเป็นผลผลิตที่มีความต่อเนื่อง แต่ไม่เหมาะกับผลผลิตที่มีปริมาณ เพราะตลาดชุมชนมักมีขนาดเล็กไม่เพียงพอที่จะรองรับผลผลิตจำนวนมากได้

ค. ตลาดนัดท้องถิ่น

ตลาดนัดท้องถิ่นคล้ายกับตลาดชุมชน แต่อาจมีขนาดใหญ่กว่าและมักจัดในที่ที่มีผู้บริโภคอยู่หนาแน่น เช่น โรงพยาบาล สถานที่ราชการต่างๆ ซึ่งตลาดนัดประเภทนี้จะเปิดขายเฉพาะวันที่กำหนดไว้ ระยะเวลาในการเปิดอาจเพียงครึ่งวันหรือเต็มวันขึ้นกับปริมาณผู้บริโภคและข้อจำกัดของสถานที่

ตลาดนัดในลักษณะนี้อาจมีนโยบายเกี่ยวกับคุณสมบัติของเกษตรกรที่นำผลผลิตเข้ามาจำหน่ายในตลาดนัด ความชัดเจนในนโยบายจะช่วยส่งเสริมเกษตรกรอินทรีย์ได้เช่นกัน เช่น ผลผลิตต้องมาจากการผลิตเกษตรอินทรีย์หรือเริ่มเปิดรับตั้งแต่เกษตรกรอยู่ในระยะปรับเปลี่ยนเข้าสู่ระบบเกษตรอินทรีย์

ตลาดนัดท้องถิ่นในประเทศไทยที่มีทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด ตลาดนัดสีเขียวในต่างจังหวัด เช่น ตลาดนัดคลังเกษตรอินทรีย์ที่เชียงใหม่ ตลาดนัดสีเขียวที่สงขลา ตลาดนัดสีเขียวที่จังหวัดสุรินทร์ และตลาดนัดริมทางที่จังหวัดฉะเชิงเทรา เป็นต้น (กองบรรณาธิการ, 2552)

ง. ตลาดสมาชิก

ตลาดระบบนี้ได้รับอิทธิพลมาจากระบบเกษตรในต่างประเทศ เช่นระบบชุมชนสนับสนุนการเกษตรในสหรัฐอเมริกา (Community supported agriculture, CSA) ตลาดสมาชิกเน้นสร้างความสัมพันธ์ระหว่างเกษตรกรผู้ผลิตและผู้บริโภคโดยมีการวางแผนการผลิตร่วมกันระหว่างเกษตรกรกับผู้บริโภค มีการตกลงราคาล่วงหน้า และอาจมีการสนับสนุนเงินทุนล่วงหน้าให้กับเกษตรกรเพื่อใช้ลงทุนในการผลิตโดยผู้ผลิตจะส่งผลผลิตโดยตรงให้กับผู้บริโภค

ในประเทศไทยมีระบบ Community supported agriculture ของสวนดวงตะวัน ซึ่งเป็นโครงการที่เกิดจากความร่วมมือของ 4 องค์กร ได้แก่ มูลนิธิสุขภาพไทย มูลนิธิสายใยแผ่นดิน ศูนย์อาสาสมัครญี่ปุ่น และโรงเรียนอนุบาลบ้านรักเป็นผู้สนับสนุนพื้นที่ 30 ไร่ สามารถผลิตผลผลิตเกษตรอินทรีย์ ได้แก่ ข้าว ผลไม้ ผัก และไก่ไข่ ทางฟาร์มมีการรับสมัครสมาชิกที่จะมารับซื้อผักในช่วงระยะเวลาการผลิตเป็นระยะเวลา 1 ปี คิดค่าสมาชิก 10,000 บาท/ครอบครัว/ปี โดยสมาชิกจะมารับผัก ณ จุดรับผลผลิต 2-3 จุด เช่น ที่ร้านของมูลนิธิในซอยสวนพลู และสำนักพิมพ์บางกอกโพสต์

จ. ร้านค้าปลีกเฉพาะด้าน

ร้านค้าปลีกเฉพาะด้าน (Specialized shop) อาจเป็นร้านค้าที่มิเน้นนโยบายในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์โดยตรงหรืออาจเป็นร้านสุขภาพและมีผลผลิตเกษตรอินทรีย์ร่วมจำหน่ายด้วย ความแตกต่างของร้านเกษตรอินทรีย์และร้านสุขภาพอยู่ที่ความเข้มงวดในการคัดสรรสินค้าเข้ามาจำหน่าย ในร้านเกษตรอินทรีย์สินค้าที่มีจะต้องมาจากกระบวนการผลิตที่เป็นเกษตรอินทรีย์ที่ตรวจสอบได้ ในขณะที่ร้านสุขภาพอาจยอมรับสินค้าที่ได้จากการผลิตที่ควบคุมการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชหรือการผลิตที่ปลอดจากสารเคมีเข้ามาจำหน่ายได้

กลุ่มผู้บริโภคที่สนใจในผลผลิตเกษตรอินทรีย์ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีความสนใจในด้านการรักษาสุขภาพ ซึ่งร้านค้าปลีกเฉพาะด้านเหล่านี้ มักพบในตัวเมืองที่เป็นชุมชนของผู้บริโภคหลัก จากการสำรวจของเครือข่ายเกษตรกรรมทางเลือกพบว่าในปีพ.ศ. 2539 มีร้านค้าปลีกจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารสุขภาพในประเทศไทยจำนวน 32 ร้าน โดยตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพฯ 18 ร้าน จนกระทั่งปีพ.ศ. 2542 มีร้านค้าปลีกเฉพาะด้านในประเทศไทย 119 ร้าน และผลจากการเกิดวิกฤต

เศรษฐกิจในปีพ.ศ. 2540 ทำให้ร้านค้าจำนวนมากต้องปิดกิจการลงเหลือเพียง 28 ร้านในเขตกรุงเทพฯ ในปี 2550

ฉ. ตลาดขายส่งเฉพาะด้าน

ตลาดขายส่งเฉพาะด้าน คือ การขายผลิตผลให้กับร้านอาหาร โรงแรม หรือ ครัวขององค์กร เช่น โรงเรียน และ โรงพยาบาล ตลาดประเภทนี้จะเกิดขึ้นได้เมื่อผู้บริโภคโดยรวมมีความตื่นตัวเรื่องเกษตรอินทรีย์ค่อนข้างสูง ในเขตกรุงเทพฯ มีร้านจำหน่ายอาหารปรุงจากผักอินทรีย์ 4 แห่ง คือ ร้านอโนทัย ร้านอาหารเอเดน กัศดาการที่โรงแรม The metropolitan และร้านจีโอ ออร์แกนิก

ตลาดกระแสหลัก

ก. ซูเปอร์มาเก็ต/ซูเปอร์สโตร์ขนาดใหญ่

ซูเปอร์มาเก็ตมีการเติบโตอย่างรวดเร็วและในประเทศไทยพบว่ามีส่วนแบ่งในตลาดอาหารขายปลีกประมาณร้อยละ 43 ซูเปอร์มาเก็ตแต่ละบริษัทมีแนวโน้มจะกำหนดมาตรฐานคุณภาพสินค้าเฉพาะของตัวเองเพื่อสร้างความแตกต่างจากห้างอื่น เช่น ฝักรวอลล์เตอร์ของ Top supermarket ฝัก Gourmet market ของห้างเอ็มโพเรียม โดยอ้างอิงจากมาตรฐานความปลอดภัยของอาหารที่กำหนดโดยหน่วยงานรัฐและมาตรฐานเฉพาะที่ห้างกำหนดเพิ่มขึ้นซึ่งอาจพัฒนาฉลากมาตรฐานของตัวเอง เช่น วงจรคุณภาพคาร์ฟูร์

ข. ตลาดส่งออก

ตลาดส่งออก เป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่และกำลังซื้อสูง ให้ผลตอบแทนที่คุ้มค่า แต่ตลาดส่งออกยังมีอุปสรรค คือ การรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ เนื่องจากมาตรฐานการนำเข้าผลิตผลเกษตรอินทรีย์ของแต่ละประเทศแตกต่างกัน ทั้งในการส่งออกสินค้าไปยังประเทศในกลุ่มยุโรป อเมริกา หรือญี่ปุ่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งบางประเทศยังเชื่อถือผู้ให้การรับรอง (Certification body) แบบจำเพาะเจาะจง ทำให้ผู้ผลิตขาดความยืดหยุ่นในการทำตลาดหรือเปิดตลาดใหม่ๆ ผู้ส่งออกในปัจจุบันที่ประสบความสำเร็จด้านการส่งออกนั้นต้องหาตลาดให้แน่นอนและต้องศึกษากฎระเบียบมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ของประเทศนำเข้าให้ชัดเจนก่อนทำการรับรองมาตรฐาน

แม้ว่าตลาดเกษตรอินทรีย์ยังคงมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง แต่มีแนวโน้มว่าจะค่อยๆ ลดลงในระยะยาว เพราะผู้บริโภคในประเทศพัฒนาแล้วสนใจบริโภคผักและผลไม้ในประเทศมากกว่าผลผลิตนำเข้า รวมทั้งภาครัฐของประเทศพัฒนาแล้วกำลังเร่งสนับสนุนให้มีการขยายการผลิตเกษตรอินทรีย์พร้อมๆ กับบรรณาธิการให้บริโภคอาหารภายในท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจด้านการเกษตรและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งแนวโน้มตลาดในลักษณะมีผลกระทบต่อผู้ผลิตประเทศที่เน้นการผลิตเพื่อการส่งออกเพียงอย่างเดียว ซึ่งควรมีการปรับกลยุทธ์ในการเร่งพัฒนาตลาดในประเทศและตลาดท้องถิ่นเพื่อรองรับผลผลิต ผลักดันและสนับสนุนนโยบายเกษตรอินทรีย์เพื่อการบริโภคภายในประเทศ

ค. ตลาดแฟร์เทรด

ในประเทศไทยสหกรณ์กรีนเนท ได้ริเริ่มโครงการส่งออกข้าวแฟร์เทรด ซึ่งเป็นโครงการที่สหกรณ์กรีนเนทดำเนินการส่งออกผลิตภัณฑ์ข้าวพื้นบ้านและข้าวอินทรีย์ไปจำหน่ายในกระบวนการแฟร์เทรด เช่น สวิตเซอร์แลนด์ เบลเยียม เป็นต้น (สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ, 2550)

2.1.3 ราคา

จากตารางที่ 3.4 ราคาสินค้าเกษตรอินทรีย์ในประเทศมีแนวโน้มลดลงเรื่อยๆ เนื่องจากเกษตรกรที่อยู่ในระยะปรับเปลี่ยนจะเข้าสู่การเป็นเกษตรกรผลิตเกษตรอินทรีย์ทำให้ราคาสินค้าเกษตรอินทรีย์ลดต่ำกว่าปัจจุบัน ราคาสินค้าเกษตรอินทรีย์จะถูกกำหนดโดยผู้ผลิตเนื่องจากอุปทานของผลผลิตเกษตรอินทรีย์ยังมีอยู่ปริมาณน้อย โดยปัจจุบันราคาสินค้าเกษตรอินทรีย์จะสูงกว่าสินค้าเกษตรทั่วไปอยู่ประมาณร้อยละ 20-50 ทำให้ผู้บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ปัจจุบันส่วนใหญ่เป็นผู้มีรายได้ปานกลางและรายได้สูงที่ยอมจ่ายเงินเพื่อซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2551)

ตารางที่ 3.4 การเปรียบเทียบราคาผลผลิตอินทรีย์กับผลผลิตแบบธรรมดาระหว่างปีพ.ศ. 2543-2547
หน่วย: บาท

ปีการเพาะปลูก	2543	2544	2545	2546	2547
ราคาผลผลิตแบบธรรมดา	40	41	39	40	40
ราคาผลผลิตเกษตรอินทรีย์	88	67	66	74	69
ความแตกต่าง (ร้อยละ)	120	62	69	85	73

ที่มา: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2551)

2.1.4 การส่งเสริมการขาย

การประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ในประเทศยังมีอยู่น้อย ผู้บริโภคส่วนมากรู้จักแต่สินค้าปลอดภัย ผักอนามัยและผักปลอดสารมากกว่า เนื่องจากยังไม่มีผู้ผลิต ผู้ค้ารายใดมาให้การส่งเสริมประชาสัมพันธ์อย่างจริงจัง สื่อที่ใช้ในปัจจุบัน เช่น หนังสือ วารสาร จดหมายข่าว เว็บไซต์ของผู้ผลิตรายใหญ่ การประชาสัมพันธ์ในการยกระดับความรู้ความเข้าใจของเรื่องความแตกต่างของเกษตรอินทรีย์กับอาหารปลอดภัยจะทำให้ตลาดภายในประเทศไทยสามารถขยายตัวต่อไปได้ แต่การประชาสัมพันธ์เกษตรอินทรีย์ต้องแยกออกจากการประชาสัมพันธ์เรื่องอาหารปลอดภัยเพราะจะทำให้ผู้บริโภคเกิดความสับสนได้

จากข้อมูลงานวิจัยที่ผ่านมาพบว่าผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์เป็นกลุ่มที่มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เหล่านี้แล้ว โดยได้รับความรู้จากสื่อมวลชน การค้นคว้าด้วยตนเอง เป็นต้น ในการตัดสินใจซื้อจะพิจารณาจากบรรจุภัณฑ์และฉลากรับประกันคุณภาพ เนื่องจากผลผลิตเกษตรอินทรีย์เป็นผลิตภัณฑ์ที่ต้องให้ข้อมูลแก่ผู้บริโภค ดังนั้นการใช้พนักงานให้เผยแพร่ข้อมูล ณ จุดขายจะช่วยให้ข่าวสารโดยตรงแก่ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย เช่น รังสิตฟาร์ม และ Splendid ใช้การส่งเสริมการขายวิธีนี้ การส่งเสริมโดยการซื้อหนึ่งแถมหนึ่งของผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์เป็นวิธีการส่งเสริมการขายที่ผู้ผลิตยี่ห้อ ปลูกรัก และ Splendid ใช้ (สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ, 2550)

2.1.5 แนวโน้มการบริโภคของคนไทย

จากการสำรวจของบริษัท อินโฟไมนิ่ง จำกัด (2550) พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่ทำการสำรวจในเขตกรุงเทพฯ นั้นร้อยละ 78.95 เคยได้บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์แล้วแต่มีความถี่

แตกต่างกันออกไป ซึ่งผู้ที่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ส่วนมากเคยบริโภคผักอินทรีย์มาแล้ว (ร้อยละ 80) รองลงมาคือ ผลไม้และข้าว ร้อยละ 46.67 และร้อยละ 33.33 ตามลำดับ

ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ ร้อยละ 75 ของกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยบริโภค เนื่องจากไม่รู้จักสินค้าเกษตรอินทรีย์ ส่วนเหตุผลอื่นที่ทำให้ไม่บริโภคอาหารอินทรีย์ เนื่องมาจาก การไม่เชื่อมั่นมาตรฐานอินทรีย์ ราคาสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่สูงกว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์ชนิดอื่น และความเชื่อมั่นว่าสินค้าเกษตรชนิดอื่นมีความปลอดภัยเพียงพอแล้ว

การเลือกซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ของผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์มาจากซูเปอร์มาร์เก็ตและซูเปอร์สโตร์ เช่น ท็อปส์ซูเปอร์มาร์เก็ต บิ๊กซีซูเปอร์มาร์เก็ตเซ็นเตอร์ เป็นต้น รองลงมาซื้อมาจากตลาดนัด ตลาดสด เช่น ตลาดดอก. ตลาดนัดภายในมหาวิทยาลัย เป็นต้น และมีบางส่วนซื้อจากผู้ขายโดยตรงเนื่องจากรู้จักจากเจ้าของสวน

ปัจจัยที่มีส่วนในการตัดสินใจซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ อันดับแรก คือ มาตรฐานที่ได้รับ รองลงมาคือข้อมูลที่ผู้ผลิตแสดงบนบรรจุภัณฑ์ และราคาของสินค้าเกษตรอินทรีย์

กลุ่มตัวอย่างจากการสำรวจส่วนใหญ่ร้อยละ 60 เห็นว่าราคาสินค้าเกษตรอินทรีย์มีราคาสูงเกินไป ปัญหาในการเลือกซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ อันดับแรกเกิดจากความไม่สะดวกในการหาซื้อสินค้า เนื่องจากมีสถานที่จำหน่ายอยู่น้อยทำให้หาซื้อยาก รองลงมาคือความหลากหลายของสินค้า นอกจากนี้ยังมีปัญหาเรื่องขนส่งจำหน่าย เนื่องจากมีการวางสินค้าเกษตรอินทรีย์ปะปนกับสินค้าเกษตรทั่วไป ทำให้ผู้บริโภคเกิดความสับสน

2.2 สถานการณ์การตลาดข้าวอินทรีย์ของประเทศไทย

การศึกษาสภาพทั่วไปและส่วนประสมทางการตลาดของเกษตรกรผู้ผลิตข้าวอินทรีย์ ซึ่งสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรได้ทำการศึกษาเกษตรกร 12 กลุ่ม จาก 6 จังหวัด ได้แก่ เชียงใหม่ อุทัยธานี นครสวรรค์ ยโสธร สุรินทร์ และอุบลราชธานี สามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจำหน่าย ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการขาย

2.2.1 ชนิดของผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ที่วางจำหน่าย พบว่า ทั้งหมดเป็นข้าวหอมมะลิ โดยส่วนมากร้อยละ 41.67 เป็นข้าวหอมมะลิขาว ข้าวหอมมะลิกลิ้ง ข้าวหอมมะลิแดง รองลงมา เป็นข้าวหอมมะลิขาว ข้าวหอมมะลิกลิ้ง ข้าวหอมมะลิแดง และข้าวหอมนิล และข้าวหอมมะลิขาว ข้าวหอมมะลิกลิ้ง ร้อยละ 33.33 และ ร้อยละ 25 ตามลำดับ

การบรรจุภัณฑ์ พบว่า กลุ่มเกษตรกรส่วนใหญ่ร้อยละ 33.33 บรรจุข้าวด้วยการบรรจุถุงธรรมดา/กระสอบ รองลงมาคือ การบรรจุถุงธรรมดา การบรรจุในถุงธรรมดา/สูญญากาศ ร้อยละ 25 และร้อยละ 16.67 ตามลำดับ

ด้านตราสินค้า พบว่า กลุ่มเกษตรกรส่วนใหญ่ร้อยละ 91.67 มีตราสินค้าเป็นของตนเอง

2.2.2 ช่องทางการจำหน่าย

สถานที่จำหน่ายและกระจายสินค้า พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่ร้อยละ 17.07 มีการจำหน่ายสินค้าไปยังตลาดส่งออกหรือบริษัทค้าข้าว รองลงมาคือจำหน่ายให้กับที่ทำการกลุ่ม ตลาดท้องถิ่น/ตลาดชุมชน ผู้สนใจซื้อจากกรุงเทพฯ /ต่างพื้นที่ ร้านอาหาร ร้านค้าสหกรณ์ ร้านค้าสุขภาพ ผู้สนใจสั่งซื้อในพื้นที่และตลาดเครือข่าย ในสัดส่วนที่แตกต่างกันไป

2.2.3 ราคา

ราคาเมื่อเปรียบเทียบกับราคาข้าวทั่วไป พบว่า เกษตรกรทุกกลุ่มตั้งราคาข้าวอินทรีย์สูงกว่าราคาข้าวทั่วไป

2.2.4 การส่งเสริมการขาย

กลุ่มเกษตรกรร้อยละ 47.37 ใช้กลยุทธ์ปากต่อปากในการส่งเสริมการตลาด รองลงมาได้แก่ การออกรายการสื่อ โทรทัศน์ วิทยุ การออกร้านในพื้นที่ และการออกร้านใน

กรุงเทพฯ/ต่างพื้นที่ในสัดส่วนที่ต่างกันไป และมีเกษตรกรบางรายเริ่มมีการส่งเสริมการขายทางอินเทอร์เน็ตบ้างแล้ว

2.2.5 แนวโน้มการบริโภคของคนไทย

การศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ข้าวและมันสำปะหลังอินทรีย์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล โดยบัณฑิต อนุรักษ์ และ ยุทธชัย อนุรักษ์พันธ์ (2550) ผลการศึกษาในส่วนข้าวอินทรีย์ เป็นดังนี้ การศึกษาความต้องการข้าวอินทรีย์ของผู้บริโภคภายในประเทศ ทั้งในระดับล่าง กลาง และสูง พบว่า 1) ปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการบริโภคข้าวอินทรีย์มากที่สุด ได้แก่ ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่ผู้บริโภคประเมิน (Knowledge) และความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสินค้าเกษตรอินทรีย์จากการประเมิน (Understanding) 2) ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ และข้าวอินทรีย์ของผู้บริโภคทุก ระดับ ได้แก่ การปลอดจากสารเคมีตกค้าง ความสะอาดถูกหลักอนามัย และการรักษาสิ่งแวดล้อมตามลำดับ 3) ผู้บริโภคมีปริมาณความต้องการบริโภคข้าวอินทรีย์ร้อยละ 60 ของการบริโภคข้าวทั้งหมดในชีวิตประจำวัน การศึกษาระดับราคาของสินค้าข้าวอินทรีย์ที่ผู้บริโภคจะยอมรับได้ พบว่าระดับราคาที่เหมาะสมของข้าวอินทรีย์ควรมีราคาสูงกว่าร้อยละ 14.17 แต่ไม่เกินร้อยละ 18.52 ของราคาข้าวทั่วไป

ส่วนที่ 3 การพัฒนาเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทย

การดำเนินงานพัฒนาเกษตรอินทรีย์ของหน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชนที่ผ่านมามีการดำเนินงานในหลายด้าน เช่น ด้านการผลิต ด้านการสร้างเครือข่าย ด้านการตลาด และด้านมาตรฐาน เป็นต้น ซึ่งทำให้เกษตรอินทรีย์ของไทยมีการขยายตัวเพิ่มมากขึ้น โดยสามารถสรุปการดำเนินงานที่สำคัญได้ดังนี้

3.1 การส่งเสริมของภาครัฐ

การดำเนินงานของหน่วยงานต่างๆ ของภาครัฐที่เกี่ยวข้องการส่งเสริมด้านเกษตรอินทรีย์ที่ผ่านมามี สามารถสรุปประเด็นการดำเนินงานที่สำคัญ ได้ดังนี้

3.1.1 การรณรงค์และประชาสัมพันธ์

การรณรงค์และประชาสัมพันธ์สร้างความเข้าใจให้กับประชาชน และส่งเสริมให้เกษตรกรหันมาใช้สารอินทรีย์ ผ่านสื่อต่างๆ ทั้งด้านสื่อวิทยุ และโทรทัศน์ รวมทั้งการสร้างค่านิยมให้เกษตรกรหันมาใช้สารอินทรีย์ทดแทนสารเคมีทางการเกษตร มีการปรับเปลี่ยนการผลิตเข้าสู่ระบบเกษตรที่ลดการใช้สารเคมีและพัฒนาไปเป็นเกษตรอินทรีย์

3.1.2 การฝึกอบรมแกนนำเกษตรกรและการสร้างเครือข่าย

ดำเนินโครงการเพื่อฝึกอบรม แกนนำเกษตรกร หมอคนอาสาและวิทยากร เป็นต้น เพื่อนำความรู้ไปถ่ายทอดให้กับเกษตรกรตั้งแต่การพัฒนากระบวนการผลิต ระบบการแปรรูป ระบบการตลาด เพื่อสร้างการพึ่งพาตนเองและยกระดับการพัฒนาตามแนวทางของเกษตรทฤษฎีใหม่ และปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

3.1.3 สนับสนุนการผลิตที่ใช้สารอินทรีย์

การสนับสนุนการใช้สารอินทรีย์โดยการสร้างโรงปุ๋ยอินทรีย์ ซึ่งปีพ.ศ. 2548-2549 ได้มีการก่อสร้างรวมทั้งสิ้น 649 แห่ง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เกิดการเรียนรู้เกี่ยวกับการใช้สารอินทรีย์ ทำให้ปัจจุบันมีพื้นที่ที่มีการปรับลดการใช้สารเคมีทดแทนด้วยสารอินทรีย์ จำนวน 30.53 ล้านไร่

3.1.4 การจัดทำมาตรฐานเกษตรอินทรีย์แห่งชาติเพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้บริโภค

มาตรฐานเกษตรอินทรีย์ของภาครัฐ ได้แก่ 1) มาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ มกอช. 9000-2546 เกษตรอินทรีย์ เล่ม 1: การผลิต แปรรูป แสดงฉลาก และจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ 2) มาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ มกอช. 9000-2548 เกษตรอินทรีย์ เล่ม 2 :ปศุสัตว์อินทรีย์ 3) มาตรฐานการผลิตพืชอินทรีย์ของประเทศไทยโดยกรมวิชาการเกษตร 4) มาตรฐานการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำประเทศไทย โดยกรมประมง 5) มาตรฐานผลิตภัณฑ์กุ้งทะเลอินทรีย์จากการเพาะเลี้ยงของประเทศไทย โดยกรมประมง 6) มาตรฐานการเลี้ยงปลาน้ำจืดของประเทศไทย โดยกรมประมง และ 7) ร่างการเลี้ยงผึ้งอินทรีย์และการผลิตผลิตภัณฑ์จากผึ้งอินทรีย์ และการตรวจรับรอง ออกตาม มาตรฐาน มกอช. 9000 เล่ม 1-2546 และเล่ม 2-2548 โดยกรมปศุสัตว์

3.1.5 การประชาสัมพันธ์และขยายช่องทางจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ทั้งในและต่างประเทศ

โดยจัดให้มีกิจกรรมส่งเสริมการตลาด เช่น จัดกิจกรรมร่วมกับห้างสรรพสินค้าในประเทศร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ การจับคู่ธุรกิจ ประชาสัมพันธ์ส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าเกษตรอินทรีย์ รวมถึงการจัดหา/ให้คำปรึกษาเกี่ยวกับกฎระเบียบการนำเข้าส่งออก และการเจรจากับประเทศผู้นำเข้าเพื่อขยายตลาด

3.1.6 งานวิจัยและพัฒนาเพื่อสร้างองค์ความรู้ด้านเกษตรอินทรีย์

งานวิจัยที่สนับสนุนโดยภาครัฐและนำไปประยุกต์ใช้บ้างแล้ว เช่น 1) ด้านการผลิต เช่น นวัตกรรมการผลิตหน่อไม้ฝรั่งอินทรีย์ การเพิ่มผลผลิตข้าวหอมมะลิอินทรีย์สายพันธุ์ 105 อินทรีย์ เป็นต้น 2) ด้านปัจจัยการผลิต เช่น ผลิตภัณฑ์เร่งสารพด. โรงงานต้นแบบการผลิตปุ๋ยอินทรีย์จากแบคทีเรียสังเคราะห์แสง เป็นต้น 3) ด้านการแปรรูป การผลิตแป้งมะพร้าวอินทรีย์ การผลิตเครื่องดื่มจากข้าวอินทรีย์ การผลิตสบู่ พัฒนาธุรกิจรีสอร์ทเกษตรอินทรีย์ เป็นต้น

3.2 การส่งเสริมของภาคเอกชน

การส่งเสริมเกษตรอินทรีย์โดยภาคเอกชน เริ่มตั้งแต่ตัวเกษตรกรผู้ผลิต กลุ่มเครือข่าย/สถาบันเกษตรกร ราษฎ์ชาวบ้าน ไปจนถึงผู้ประกอบการ องค์กรเอกชนต่างๆ เช่น มูลนิธิต่างๆ สำนักงานมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ สมาคมการค้าเกษตรอินทรีย์ เป็นต้น ซึ่งสามารถสรุปการพัฒนาในภาคเอกชนที่สำคัญ ได้ดังนี้

3.2.1 การประยุกต์ใช้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของเกษตรกรในการดำเนินชีวิต

การประยุกต์ใช้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของเกษตรกรเพื่อให้สามารถพึ่งตนเองและอยู่ร่วมกับธรรมชาติได้ โดยไม่ทำลายทรัพยากรธรรมชาติ รวมทั้งยังให้ความสำคัญกับความร่วมมือตั้งแต่การผลิต ปัจจัยการผลิต ผลผลิต และการกำจัดมลภาวะต่างๆ ซึ่งจะทำให้การผลิตมีต้นทุนต่ำ โดยมีการจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ไม่มีของเสียเหลือทิ้ง

3.2.2 ความร่วมมือระหว่างกลุ่มเกษตรกรกับผู้ประกอบการในการสร้างเครือข่าย

ความร่วมมือระหว่างกลุ่มเกษตรกรกับผู้ประกอบการในการสร้างเครือข่าย ด้านการผลิต การตลาด และการสร้างองค์ความรู้ในการทำเกษตรกรรมอย่างยั่งยืน รวมทั้งมีกระบวนการถ่ายทอดองค์ความรู้ร่วมกันอย่างต่อเนื่อง เช่น โครงการนำร่องเพื่อพัฒนาเกษตรกรรมยั่งยืนของเกษตรกรรายย่อย โครงการพัฒนาเกษตรกรรมและศูนย์พัฒนาภูมิปัญญาท้องถิ่นของเครือข่ายปราชญ์ชาวบ้านและพหุภาคีอีสาน 12 แห่ง นอกจากนั้นกลุ่มเครือข่ายได้มีการนำประสบการณ์ของเกษตรกร กลุ่มเกษตรกร และเครือข่ายที่ประสบความสำเร็จมาเป็นต้นแบบของกระบวนการเผยแพร่ ส่งเสริม และพัฒนาการเกษตรกรรมยั่งยืน

3.2.3 การสร้างเครือข่ายและระบบการบริหารจัดการของเกษตรกรและผู้ประกอบการในการพัฒนาการผลิตเกษตรอินทรีย์ในเชิงพาณิชย์

การสร้างเครือข่ายและระบบการบริหารจัดการของเกษตรกรและผู้ประกอบการในการพัฒนาการผลิตเกษตรอินทรีย์ในเชิงพาณิชย์ โดยมีนำเทคโนโลยีการผลิตเพื่อให้ได้ผลผลิตที่ได้มาตรฐานตามความต้องการของตลาดมาใช้ รวมทั้งการผลิตตามมาตรฐาน และสร้างตราสินค้า เพื่อยืนยันการตลาดทั้งในตลาดระดับบนในประเทศและต่างประเทศ รวมทั้งเทคนิคการปลูกพืชผักหมุนเวียน เพื่อสร้างความหลากหลายและรักษาสมดุลแร่ธาตุในดิน เป็นต้น

3.2.4 การจัดทำมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ของภาคเอกชน

การจัดทำมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ของภาคเอกชน เช่น มาตรฐานของสำนักงานมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ (มกท.) มาตรฐานเกษตรอินทรีย์ภาคเหนือ (มอน.) และมาตรฐานเกษตรอินทรีย์สุรินทร์ เป็นต้น

บทที่ 4

ผลการศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้แบ่งการศึกษออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 พัฒนาการของยุทธศาสตร์เกษตรอินทรีย์ปีพ.ศ. 2549-2552 และยุทธศาสตร์เกษตรอินทรีย์ปีพ.ศ. 2551-2554

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเบื้องต้นของลักษณะปัจจัยส่วนบุคคล การรับรู้ นโยบายเกษตรอินทรีย์และการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อหรือไม่ซื้อข้าวอินทรีย์

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ความตระหนักของผู้บริโภคต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อข้าวอินทรีย์

ส่วนที่ 5 สรุปผลการดำเนินนโยบายเกษตรอินทรีย์ที่มีต่อผู้บริโภค

ส่วนที่ 1 พัฒนาการของยุทธศาสตร์เกษตรอินทรีย์ปีพ.ศ. 2549-2552 และยุทธศาสตร์เกษตรอินทรีย์ปีพ.ศ. 2551-2554

ขั้นตอนและวิธีการในการศึกษาพัฒนาการของยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์ ปี 2549-2552 และแผนยุทธศาสตร์พัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ ฉบับปี 2551-2554 เริ่มด้วยการใช้ Logical Framework เป็นกรอบในการศึกษายุทธศาสตร์ทั้ง 2 ยุทธศาสตร์ จากนั้นวิเคราะห์หาความแตกต่างระหว่างแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์ปี 2549-2552 และแผนยุทธศาสตร์พัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ ฉบับปี 2551-2554 และทำการเปรียบเทียบสาระสำคัญของยุทธศาสตร์ เปรียบเทียบโครงการของแต่ละยุทธศาสตร์ เปรียบเทียบหน่วยงานที่รับผิดชอบ รวมทั้งเปรียบเทียบโครงสร้างการบริหาร

1. การวิเคราะห์แบบลอจิคอลเฟรมเวิร์กของแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์ ปี 2549-2552 และ แผนยุทธศาสตร์พัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ ฉบับปี 2551-2554

แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์ ปี 2549-2552 ประกอบด้วย 5 ยุทธศาสตร์ คือ ยุทธศาสตร์ด้านการรณรงค์และประชาสัมพันธ์ ยุทธศาสตร์ด้านการสร้างเครือข่ายแกนนำเกษตรกร ยุทธศาสตร์ด้านการวิจัย ยุทธศาสตร์ด้านการสนับสนุน และยุทธศาสตร์ด้านการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์และส่งเสริมการตลาด มีโครงการอยู่ในส่วนหน้าที่ความรับผิดชอบของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ทั้งสิ้น 53 โครงการ วงเงินงบประมาณทั้งยุทธศาสตร์ 18,640.241 ล้านบาท (รายละเอียดดังภาคผนวก ค)

ในส่วนต่อไปนี้เป็นการศึกษาวิเคราะห์แบบลอจิคอลเฟรมเวิร์กของยุทธศาสตร์ที่ 1 ด้านการรณรงค์และประชาสัมพันธ์ในแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์ปี 2549-2552 ดังนี้ ยุทธศาสตร์ด้านการรณรงค์และประชาสัมพันธ์ มีวัตถุประสงค์เพื่อรณรงค์และประชาสัมพันธ์เพื่อให้เกษตรกรได้รับรู้ถึงนโยบายและเจตนารมณ์ของรัฐบาลในเรื่องวาระแห่งชาติเกษตรอินทรีย์ พบว่า มีเกษตรกรมากกว่า 4.72 ล้านรายที่รับรู้ถึงนโยบายเกษตรอินทรีย์ซึ่งสูงกว่าเป้าหมายของยุทธศาสตร์ที่ตั้งไว้ ในยุทธศาสตร์นี้มี 4 โครงการคือ 1) โครงการรณรงค์และประชาสัมพันธ์ / สื่อต่างๆ 2) โครงการงานมหกรรมภูมิปัญญาเกษตรกรดีเด่น 3) โครงการสร้างพลังเครือข่ายการมีส่วนร่วม และ 4) โครงการรณรงค์คัดเผาฟางและไถกลบตอซัง โดยจากข้อมูลการประเมินของศูนย์วิจัยเศรษฐศาสตร์ประยุกต์ พบว่า ภาพรวมการดำเนินงานของโครงการเป็นไปเป้าหมาย ยกเว้น โครงการรณรงค์คัดเผาฟางและไถกลบตอซังที่การดำเนินโครงการต่ำกว่าเป้าหมาย (ตารางที่ 4.1)

ยุทธศาสตร์ด้านการสร้างเครือข่ายแกนนำเกษตรกร มีวัตถุประสงค์เพื่อการสร้างเครือข่ายเกษตรกรอินทรีย์เพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า 876 เครือข่าย พบว่า มีการจัดตั้งกลุ่มเกษตรกรผลิตพืชอินทรีย์มากกว่า 876 เครือข่าย และมีการจัดตั้งกลุ่มเกษตรกรผลิตปศุสัตว์อินทรีย์ 36 กลุ่ม ยุทธศาสตร์ด้านการสร้างเครือข่ายแกนนำเกษตรกร มี 7 โครงการ ซึ่งการดำเนินงานในแต่ละโครงการโดยภาพรวมสูงกว่าเป้าหมายเนื่องมาจากโครงการส่วนใหญ่เป็นการฝึกอบรมเกษตรกร เจ้าหน้าที่และการจัดตั้งกลุ่มหรือเครือข่ายเกษตรกร

ยุทธศาสตร์ด้านการวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เกษตรกรมีการปรับเปลี่ยนมาใช้สารอินทรีย์ลดใช้สารเคมีทางการเกษตร 3.4 ล้านไร่และมีพื้นที่ที่มีการปรับเปลี่ยนมาใช้สารอินทรีย์ลดใช้สารเคมีทางการเกษตร จำนวน 85 ล้านไร่ ซึ่งจากการประเมินจากข้อมูลทุติยภูมิพบว่าในปี 2552 เกษตรกรมากกว่า 3.46 ล้านรายมีการปรับเปลี่ยนมาใช้สารอินทรีย์ลดใช้สารเคมีทางการเกษตร แต่มีพื้นที่ที่มีการปรับเปลี่ยนมาใช้สารอินทรีย์ลดใช้สารเคมีทางการเกษตร จำนวน 68.86 ล้านไร่ ในส่วนของการดำเนินโครงการโดยภาพรวมเป็นไปตามเป้าหมาย ซึ่งโครงการในยุทธศาสตร์โดยส่วนมากเป็นโครงการเกี่ยวกับการวิจัย

ยุทธศาสตร์ด้านการสนับสนุน วัตถุประสงค์ของยุทธศาสตร์คือ มูลค่านำเข้าปุ๋ยเคมีและสารเคมีลดลงร้อยละ 50 ของมูลค่าการนำเข้าเฉพาะพื้นที่เป้าหมาย และปริมาณอินทรีย์วัตถุในพื้นที่ปรับเปลี่ยนระบบการผลิตเกษตรอินทรีย์เพิ่มขึ้นอยู่ในระดับไม่ต่ำกว่าร้อยละ 2 โดยน้ำหนัก ตามวัตถุประสงค์ดังกล่าวนี้ไม่สามารถหาข้อมูลได้ แต่ในส่วนโครงการนั้นการดำเนินงานในภาพรวมสูงกว่าเป้าหมาย เช่น โครงการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำอินทรีย์ และโครงการส่งเสริมสนับสนุนการผลิตปศุสัตว์อินทรีย์ในชุมชน เป็นต้น

ยุทธศาสตร์ด้านการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์และส่งเสริมการตลาด มีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มปริมาณและมูลค่าการส่งออกสินค้าเกษตรอินทรีย์ร้อยละ 100 ต่อปี และรายได้เกษตรกรที่ปรับเปลี่ยนระบบการผลิตเป็นเกษตรอินทรีย์มีรายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 20 ซึ่งปริมาณและมูลค่าการส่งออกนั้นยังไม่มีข้อมูล ส่วนรายได้ของเกษตรกรนั้นมีรายได้เพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 25.64 ในส่วนของการดำเนินโครงการในภาพรวมนั้นสูงกว่าเป้าหมาย ตัวอย่างโครงการเช่น โครงการรับรองมาตรฐานปัจจัยการผลิตเกษตรอินทรีย์ หรือเกษตรกรลดใช้สารเคมี โครงการจัดทำระบบการตรวจรับรองสัตว์น้ำอินทรีย์ การสนับสนุนสร้างมูลค่าเพิ่มและพัฒนาตลาดสินค้าปศุสัตว์อินทรีย์ และโครงการพัฒนาระบบการตรวจรับรองด้านเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยให้เป็นที่ยอมรับของประเทศผู้นำเข้ารายใหญ่ เป็นต้น

ตารางที่ 4.1 การวิเคราะห์แบบลอจิกคอลเฟรมเวคของยุทธศาสตร์ที่ 1-5 ของแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์ปี 2549-2552

	ข้อสรุปเชิงบรรยาย (Narrative Summary: NS)	ตัวบ่งชี้ (Objectively Verifiable Indicators: OVI)	ผลการดำเนินงาน	การประเมินผล	แหล่งข้อมูล (Means of Verification: MOV)	ข้อสมมติฐานที่สำคัญ (Important Assumption: IA)
เป้าหมาย (Goal)	ขับเคลื่อนเกษตรอินทรีย์เป็นวาระแห่งชาติเพื่อให้ผู้ผลิตและผู้บริโภคมีสุขภาพและคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น					
วัตถุประสงค์ (Purpose)	1) ยุทธศาสตร์ด้านการรณรงค์และประชาสัมพันธ์ (S1) - รณรงค์และประชาสัมพันธ์เพื่อให้เกษตรกร ได้รับความรู้ถึงนโยบายและเจตนารมณ์ของรัฐบาลในเรื่องวาระแห่งชาติเกษตรอินทรีย์	เกษตรกรจำนวน 4.25 ล้านราย รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์	- เกษตรกรจำนวนมากกว่า 4.72 ล้านราย รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์ - จำนวนผู้เข้าร่วมงานมหกรรมเกษตรอินทรีย์ตั้งแต่ปี 49-52 ประมาณ 700,126 คน	✓✓ ✓✓✓	- กรมพัฒนาที่ดิน (หน่วยงานหลัก) - กรมปศุสัตว์ (หน่วยงานรอง) - กรมส่งเสริมการเกษตร (หน่วยงานรอง)	- เกษตรกรมีความสนใจในด้านเกษตรอินทรีย์
เอาท์พุท (Output)	1. โครงการรณรงค์และประชาสัมพันธ์ / สื่อต่างๆ ปี 49-52	1.1 จำนวนแผ่นพับ 1.2 จำนวนชั่วโมงในการออกวิทยุกระจายเสียง	1.1 ไม่มีข้อมูล 1.2 มีรายการวิทยุกระจายเสียงของกรมพัฒนาที่ดิน ทุกวันจันทร์-เสาร์ ตามคลื่นวิทยุ AM ต่างๆ	✓✓	กรมพัฒนาที่ดิน	สื่อที่ใช้สามารถสื่อถึงผู้มีความสนใจ

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

	ข้อสรุปเชิงบรรยาย (Narrative Summary: NS)	ตัวบ่งชี้ (Objectively Verifiable Indicators: OVI)	ผลการดำเนินงาน	การประเมินผล	แหล่งข้อมูล (Means of Verification: MOV)	ข้อสมมติฐานที่สำคัญ (Important assumption: IA)
เข้าที่พบ (Output)	1. โครงการรณรงค์และประชาสัมพันธ์ / สื่อต่างๆ ปี 49-52 (ต่อ)	1.3 จำนวนชั่วโมงในการแพร่ภาพทางโทรทัศน์ 1.4 จำนวนหนังสือพิมพ์	1.3 ไม่มีข้อมูล 1.4 ไม่มีข้อมูล			
	2. โครงการงานมหกรรมภูมิปัญญาเกษตรกรดีเด่นปี 49-52	2.1 จำนวนคนที่เข้าร่วมงาน 2.2 ยอดจำหน่ายสินค้า	2.1 ปี 49-52 ประมาณ 700,126 คน 2.2 ไม่มีข้อมูล	✓✓	กรมพัฒนาที่ดิน	ผู้มีส่วนร่วมในภาคเกษตรสนใจและยินดีเข้าร่วมงานมหกรรมฯ
	3. โครงการสร้างพลังเครือข่ายการมีส่วนร่วมปี 49-52	3.1 จำนวนคนที่เข้าร่วมงาน 3.2 จำนวนเครือข่าย	3.1 ปี 49-52 ประมาณ 700,126 คน 3.2 ไม่มีข้อมูล	✓✓✓	กรมปศุสัตว์	ผู้มีส่วนร่วมในภาคเกษตรสนใจและยินดีเข้าร่วมงานมหกรรมฯ
	4. โครงการรณรงค์งดเผาฟางและไถกลบตอซัง ปี 50-52	จำนวนเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการ	ไม่มีข้อมูล	✓	กรมส่งเสริมการเกษตร	เกษตรกรเชื่อว่าการเผาตอซังจะมีผลเสียมากกว่าผลดี

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

		ข้อสรุปเชิงบรรยาย (Narrative Summary: NS)	ตัวบ่งชี้ (Objectively Verifiable Indicators: OVI)	ผลการดำเนินงาน	การประเมินผล	แหล่งข้อมูล (Means of Verification: MOV)	ข้อสมมติฐานที่สำคัญ (Important assumption: IA)
อินพุต (Input)	A1 ด้าน การ รณรงค์ ประชา สัมพันธ์	A1.1.ดำเนินการรณรงค์ และประชาสัมพันธ์ โดย เผยแพร่ทุกช่องทางสื่อ (พด.)	การรณรงค์และ ประชาสัมพันธ์โดย เผยแพร่ทุกช่องทางสื่อใน 75 จังหวัด	การรณรงค์และ ประชาสัมพันธ์โดย เผยแพร่ทุกช่องทางสื่อ ใน 75 จังหวัด	✓✓	-รายงานติดตามและ ประเมินผลแผนการ พัฒนาเกษตรอินทรีย์ จากสศก.และสำนักงาน	-ผู้มีส่วนร่วมใน ภาคเกษตรให้ความ สนใจในด้านเกษตร อินทรีย์
		A1.2. ดำเนินการรณรงค์ และประชาสัมพันธ์ (กสก.)	-ปี 50 จำนวน 76 หน่วย -ปี 51 จำนวน 83 หน่วย	-ปี 50 จำนวน 76 หน่วย -ปี 51 จำนวน 59 หน่วยดำเนินการได้ ร้อยละ 71.08	✓✓ ✓	ปลัดกระทรวงเกษตรและ สหกรณ์	-ผู้มีส่วนร่วมใน ภาคเกษตรให้ความ สนใจในด้านเกษตร อินทรีย์
	A2 ด้าน การจัดงาน มหกรรม/ งานแฟร์	A2.1.ดำเนินการจัดงาน มหกรรมภูมิปัญญา เกษตรกรดีเด่น (พด.)	- ปี 49 จำนวน 4 ครั้ง - ปี 50-51 จำนวนปีละ 3 ครั้ง - ปี 52 จำนวน 4 ครั้ง	- ปี 49 จำนวน 4 ครั้ง - ปี 50-51 จำนวนปีละ 3 ครั้ง - ปี 52 จำนวน 4 ครั้ง	✓✓ ✓✓ ✓✓		- เกษตรกรมีความ สนใจงานมหกรรม ภูมิปัญญาเกษตร อินทรีย์ดีเด่น

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

	ข้อสรุปเชิงบรรยาย (Narrative Summary: NS)	ตัวบ่งชี้ (Objectively Verifiable Indicators: OVI)	ผลการดำเนินงาน	การประเมินผล	แหล่งข้อมูล (Means of Verification: MOV)	ข้อสมมติฐานที่สำคัญ (Important Assumption: IA)	
อินพุต (Input)	A2 ด้านการจัดงานมหกรรม/งานแฟร์ (ต่อ)	A2.2.ดำเนินการรณรงค์และประชาสัมพันธ์การผลิตและการบริโภคผลิตภัณฑ์อินทรีย์และร่วมจัดงานมหกรรมเกษตรอินทรีย์ (ปศ.)	- ปี 49 ไม่ได้ระบุ - ปี 50 จำนวน 6 ครั้ง - ปี 51 จำนวน 60 ครั้ง - ปี 52 จำนวน 5 ครั้ง	- ปี 49 จำนวน 71 ครั้ง - ปี 50 จำนวน 41 ครั้ง - ปี 51 จำนวน 616 ครั้ง - ปี 52 จำนวน 5 ครั้ง	✓✓✓ ✓✓✓ ✓✓✓ ✓✓ (ปี 50-51 ดำเนินงานได้สูงกว่าเป้าหมายเนื่องจากแต่ละศูนย์มีการประชาสัมพันธ์บ่อยครั้ง)	- รายงานติดตามและประเมินผลแผนการพัฒนาเกษตรอินทรีย์จากสศก.และสำนักงานปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์	- เกษตรกรมีแรงจูงใจและสมัครใจในการเข้าร่วมการผลิตปศุสัตว์อินทรีย์ - ผู้บริโภคให้ความสนใจในการบริโภคผลิตภัณฑ์อินทรีย์และเข้าร่วมงานมหกรรมเกษตรอินทรีย์
	A3 ด้านการรณรงค์และไปไกลขอบตอซัง	A3.1.ดำเนินการรณรงค์และไปไกลขอบตอซัง 50 จำนวน 1 เรื่อง (กสท.)	เกษตรกรเป้าหมายเข้าร่วมโครงการใน 12 จังหวัด	ดำเนินการคัดเลือกพื้นที่และเกษตรกรเป้าหมายเข้าร่วมโครงการ	✓	- เกษตรกรที่สนใจในการงดเผาฟางและไปไกลขอบตอซัง - เกษตรกรเชื่อว่าการเผาตอซังจะมีผลเสียมากกว่าผลดี	

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

	ข้อสรุปเชิงบรรยาย (Narrative Summary: NS)	ตัวบ่งชี้ (Objectively Verifiable Indicators: OVI)	ผลการดำเนินงาน	การประเมินผล	แหล่งข้อมูล (Means of Verification: MOV)	ข้อสมมติฐานที่สำคัญ (Important Assumption: IA)
อินพุท (Input)	A4 ด้านการจัดทำเอกสารเผยแพร่	A4.1.จัดทำเอกสาร/สื่อประชาสัมพันธ์ (กสศ.) ประชาสัมพันธ์ 28,000 เล่ม,แผ่น	จำนวนเอกสาร/สื่อประชาสัมพันธ์ 28,000 เล่ม,แผ่น	จำนวนเอกสาร/สื่อประชาสัมพันธ์ 28,000 เล่ม,แผ่น	✓✓ -รายงานติดตามและประเมินผลแผนการพัฒนาเกษตรอินทรีย์จากสศก.และสำนักงานปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์	- สื่อที่ใช้สามารถสื่อถึงผู้ที่มีความสนใจ

หมายเหตุ: ✓ การดำเนินงานต่ำกว่าเป้าหมาย, ✓✓ การดำเนินงานเป็นไปตามเป้าหมาย, ✓✓✓ การดำเนินงานสูงกว่าเป้าหมาย

ที่มา: ศูนย์วิจัยเศรษฐศาสตร์ประยุกต์ (2553)

ส่วนการวิเคราะห์แบบลอจิคอลเฟรมเวิร์คของยุทธศาสตร์อื่นๆ ก็ดำเนินการในทำนองเดียวกัน (รายละเอียดในภาคผนวก ง) ซึ่งเมื่อทำการวิเคราะห์แบบลอจิคอลเฟรมเวิร์คแล้ว สามารถสรุปผลการดำเนินงานของโครงการในแต่ละยุทธศาสตร์ได้ดังนี้ (ตารางที่ 4.2) ยุทธศาสตร์ที่ 2 การสร้างเครือข่ายแกนนำเกษตรกร ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสนับสนุน และ ยุทธศาสตร์ที่ 5 การรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์และส่งเสริมการตลาด การดำเนินงานของโครงการสูงกว่าเป้าหมาย ส่วนยุทธศาสตร์ที่ 3 การวิจัย การดำเนินงานของโครงการเป็นไปตามเป้าหมาย

ตารางที่ 4.2 สรุปผลการดำเนินงานของโครงการในยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์ปี 2549-52

ยุทธศาสตร์	ผลการประเมิน
1.การรณรงค์และประชาสัมพันธ์	✓✓
2.การสร้างเครือข่ายแกนนำเกษตรกร	✓✓✓
3.การวิจัย	✓✓
4.การสนับสนุน	✓✓✓
5.การรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์และส่งเสริมการตลาด	✓✓✓
หมายเหตุ: ✓✓ การดำเนินงานเป็นไปตามเป้าหมาย	
✓✓✓ การดำเนินงานสูงกว่าเป้าหมาย	

ส่วนแผนยุทธศาสตร์พัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ ฉบับปี 2551 -2554 ประกอบด้วย 4 ยุทธศาสตร์ คือ ยุทธศาสตร์การเสริมสร้างและจัดการองค์ความรู้และนวัตกรรม ยุทธศาสตร์การพัฒนาการเกษตรอินทรีย์ตามวิถีพื้นบ้าน ยุทธศาสตร์การเสริมสร้างศักยภาพการเกษตรอินทรีย์เชิงพาณิชย์และยุทธศาสตร์การบริหารจัดการเพื่อพัฒนาเกษตรอินทรีย์ มีโครงการที่อยู่ภายใต้ความรับผิดชอบของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์และเป็นโครงการที่ดำเนินงานจนกระทั่งถึงปี 2552 ทั้งหมด 31 โครงการ (รายละเอียดดังภาคผนวก ค)

สรุปความก้าวหน้าของแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์ปี 2551-2554 จำแนกตามยุทธศาสตร์ ดังนี้

ยุทธศาสตร์การเสริมสร้างและจัดการองค์ความรู้และนวัตกรรม ผลงานการศึกษาวิจัยด้านเกษตรอินทรีย์ที่มีการนำไปเผยแพร่และประยุกต์ใช้และการเชื่อมโยงระบบมาตรฐานเกษตรอินทรีย์กับฐานข้อมูลของหน่วยงานรัฐในทั้ง 2 ส่วนนี้ยังไม่มีข้อมูล ส่วนการอบรมนั้นมีเจ้าหน้าที่และ

เกษตรกรรมมากกว่า 62,886 รายที่ได้รับการฝึกอบรม ในส่วนของโครงการที่มีการดำเนินการไปแล้ว แบ่งออกเป็น 5 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านการฝึกอบรม เช่น โครงการเกษตรอินทรีย์ในโรงเรียนและยุวมอ ดิน และโครงการอบรมผู้นำกลุ่มเกษตรกรแกนหลัก/ผู้บริหารโรงงานผลิตปุ๋ยอินทรีย์ 2) ด้านการ อบรมรณรงค์ประชาสัมพันธ์ เช่น การรณรงค์ ประชาสัมพันธ์ ให้ความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องด้านปุ๋ยอินทรีย์ 3) ด้านปุ๋ยอินทรีย์ เช่น โครงการวิจัยและพัฒนาเพื่อสร้างองค์ความรู้และนวัตกรรม ด้านปุ๋ยอินทรีย์ 4) ด้านสัตว์น้ำอินทรีย์ เช่น โครงการส่งเสริมและถ่ายทอดความรู้และ เทคโนโลยีด้านการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำอินทรีย์ตามมาตรฐานสัตว์น้ำอินทรีย์ (กิจกรรมพัฒนาเกษตร อินทรีย์) และ 5) ด้านการวิจัย ได้แก่ โครงการศึกษาเทคโนโลยีการผลิตพืชอินทรีย์ตาม มาตรฐานสากล

ยุทธศาสตร์การพัฒนากิจการเกษตรอินทรีย์ตามวิถีพื้นบ้าน ตามวัตถุประสงค์ของยุทธศาสตร์ นั้นส่วนที่มีการดำเนินการไปแล้ว ได้แก่ มีเกษตรกรรมกว่า 38,000 ราย และมีพื้นที่มากกว่า 3.47 ล้านไร่ ที่ปรับเปลี่ยนมาทำเกษตรอินทรีย์หรือลดใช้สารเคมี และมีการจัดตั้งกลุ่มเกษตรกรมากกว่า 135 กลุ่ม ในส่วนของการดำเนินโครงการ แบ่งออกเป็น 3 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านการส่งเสริมการผลิต และใช้สารอินทรีย์ เช่น โครงการส่งเสริมการใช้สารอินทรีย์ทดแทนสารเคมีทางการเกษตร/เกษตร อินทรีย์ 2) ด้านปุ๋ยอินทรีย์ เช่น โครงการศูนย์เรียนรู้ปุ๋ยอินทรีย์ชุมชน และ 3) ด้านตลาด เช่น โครงการส่งเสริมการแปรรูปสินค้าเกษตรอินทรีย์เพื่อตลาดในประเทศและต่างประเทศ

ยุทธศาสตร์การเสริมสร้างศักยภาพการเกษตรอินทรีย์เชิงพาณิชย์ ตามวัตถุประสงค์ของ ยุทธศาสตร์ที่มีการดำเนินการแล้ว ได้แก่ มีผู้ผ่านการรับรองมาตรฐานผัสดินอินทรีย์ ปี 52 จำนวน 2 ราย และผู้ผ่านการรับรองมาตรฐานข้าว ผักและผลไม้อินทรีย์ของกรมวิชาการเกษตรปี 2552 จำนวน 1,416 ราย ในส่วนของการดำเนินการแล้วแบ่งออกเป็น 3 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านการสร้าง เครือข่าย เช่น โครงการสนับสนุนการสร้างเครือข่ายสินค้าปุ๋ยอินทรีย์เชิงพาณิชย์ 2) ด้าน มาตรฐานและการรับรอง เช่น โครงการตรวจรับรองการผลิตพืชอินทรีย์ และ 3) ด้านการรณรงค์และ ประชาสัมพันธ์ ได้แก่ โครงการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ตลาดสินค้าข้าวอินทรีย์ และผลิตภัณฑ์

ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการเพื่อพัฒนาเกษตรอินทรีย์ ภายใต้ยุทธศาสตร์การบริหาร จัดการเพื่อพัฒนาเกษตรอินทรีย์ คณะกรรมการพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติได้จัดตั้ง คณะอนุกรรมการ รวม 3 ชุด ได้แก่ คณะอนุกรรมการการบริหารจัดการองค์ความรู้และนวัตกรรม เกษตรอินทรีย์ คณะอนุกรรมการขับเคลื่อนการผลิตและการตลาดเกษตรอินทรีย์และ คณะอนุกรรมการพัฒนาระบบมาตรฐานเกษตรอินทรีย์เพื่อดำเนินงานต่างๆ ตามยุทธศาสตร์ ซึ่งมี

รายละเอียดการดำเนินงานตามภาคผนวก จ ในส่วนของการดำเนินโครงการนั้น เป็นการดำเนินโครงการติดตามและประเมินผลโครงการพัฒนาเกษตรอินทรีย์แบบบูรณาการ ซึ่งกิจกรรมด้านการประเมินผลดำเนินการร้อยละ 20 ส่วนกิจกรรมติดตามความก้าวหน้าโครงการเกษตรอินทรีย์ปี 2552 ดำเนินการได้ร้อยละ 75

2. ความแตกต่างระหว่างสองแผนยุทธศาสตร์

การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างสองแผนยุทธศาสตร์ คือ แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์ปี 2549-2552 และแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์ปี 2551-2554 โดยพิจารณาจากเป้าหมายของแต่ละยุทธศาสตร์ได้ผลสรุปดังตารางที่ 4.3 และพิจารณาความต่อเนื่องของโครงการ (ตารางผนวกที่ 3) พบว่า ยุทธศาสตร์การเสริมสร้างและจัดการองค์ความรู้และนวัตกรรมปี 2551-2554 พิจารณาจากความต่อเนื่องของโครงการต่าง ๆ เป็นยุทธศาสตร์ที่ต่อเนื่องมาจากยุทธศาสตร์ด้านการรณรงค์และประชาสัมพันธ์ ยุทธศาสตร์ด้านการสร้างเครือข่ายเกษตรกร ยุทธศาสตร์ด้านการสนับสนุนและยุทธศาสตร์ด้านการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์และส่งเสริมการตลาดปี 2549-2552 โดยมีการเพิ่มเติมสาระสำคัญของการสร้างองค์ความรู้และนวัตกรรม ตัวอย่างโครงการต่อเนื่อง เช่น โครงการส่งเสริมเกษตรอินทรีย์ในโรงเรียน ปี 51 – 54 (พด.)

ยุทธศาสตร์การพัฒนาการเกษตรอินทรีย์ตามวิถีพื้นบ้านปี 2551-2554 มีความต่อเนื่องจากยุทธศาสตร์ด้านการสนับสนุน และยุทธศาสตร์ด้านการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์และส่งเสริมการตลาดปี 2549-2552 ในด้านการส่งเสริมการใช้สารอินทรีย์ทดแทนสารเคมีทางการเกษตร/เกษตรอินทรีย์ และการแปรรูปสินค้าเกษตรเพื่อตลาดในและตลาดต่างประเทศ ตัวอย่างโครงการที่ต่อเนื่อง เช่น โครงการส่งเสริมการใช้สารอินทรีย์ทดแทนสารเคมีทางการเกษตร/เกษตรอินทรีย์ ปี 51 – 54 (พด.) และโครงการส่งเสริมการแปรรูปสินค้าเกษตรอินทรีย์เพื่อตลาดในประเทศและต่างประเทศ ปี 52 – 54 (มกอช.)

ตารางที่ 4.3 การเปรียบเทียบสาระสำคัญของแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์ปี 2549-2552 และปี 2551-2554

สาระสำคัญของแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์ปี 2549-2552	สาระสำคัญของแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์ปี 2551-2554	การเปรียบเทียบ
<p>1.ยุทธศาสตร์ด้านการรณรงค์และประชาสัมพันธ์ มีเป้าหมายเพื่อให้เกษตรกรได้รับรู้ถึงนโยบายและเจตนารมณ์ของรัฐบาลในเรื่องวาระแห่งชาติเกษตรอินทรีย์</p>	<p>1.ยุทธศาสตร์การเสริมสร้างและจัดการองค์ความรู้และนวัตกรรม มีเป้าหมาย</p> <p>1.1 การนำงานวิจัยด้านเกษตรอินทรีย์ไปประยุกต์ใช้และเผยแพร่</p> <p>1.2 การฝึกอบรมเจ้าหน้าที่ภาครัฐ เกษตรกร ผู้ประกอบการและผู้บริโภค เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์</p> <p>1.3 การสร้างฐานข้อมูลด้านเกษตรอินทรีย์ทั้งด้านการผลิต การแปรรูป การตลาด กระจายแบบต่างประเทศอย่างเป็นระบบ และเชื่อมโยงกับฐานข้อมูลของหน่วยงานต่างๆ</p>	<p>เมื่อพิจารณายุทธศาสตร์การเสริมสร้างและจัดการองค์ความรู้และนวัตกรรมปี 2551-2554 พบว่า เป็นยุทธศาสตร์ที่ต่อเนื่องมาจากยุทธศาสตร์ด้านการรณรงค์และประชาสัมพันธ์ ยุทธศาสตร์ด้านการสร้างเครือข่ายแกนนำเกษตรกร ยุทธศาสตร์ด้านการสนับสนุนและยุทธศาสตร์ด้านการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์และส่งเสริมการตลาดปี 2549-2552 โดยพิจารณาจากความต่อเนื่องของโครงการต่าง ๆ(รายละเอียดดังตารางผนวกที่ 3) และมีการเพิ่มเติมสาระสำคัญของการสร้างองค์ความรู้และนวัตกรรม</p>
<p>2. ยุทธศาสตร์ด้านการสร้างเครือข่ายแกนนำเกษตรกร มีเป้าหมายเพื่อเพิ่มจำนวนเครือข่ายเกษตรอินทรีย์</p>	<p>2. ยุทธศาสตร์การพัฒนาการเกษตรอินทรีย์ตามวิถีพื้นบ้าน มีเป้าหมายคือ</p> <p>2.1 มีการปรับเปลี่ยนการทำเกษตรเคมีมาเป็นเกษตรอินทรีย์ในสินค้าพืชปศุสัตว์ ประมง ทั้งในด้านจำนวนเกษตรกรและพื้นที่ปลูก</p> <p>2.2 จัดตั้งกลุ่มเกษตรกร พัฒนาสมาชิกสถาบันเกษตรกร สร้างเครือข่ายที่เกี่ยวข้องกับเกษตรอินทรีย์ พัฒนากลุ่มต้นแบบเกษตรอินทรีย์ และฝึกอบรมผู้ประกอบการสินค้าเกษตรอินทรีย์ให้มีคุณภาพระดับสากลและขยายตลาดส่งออก</p>	<p>ยุทธศาสตร์การพัฒนาการเกษตรอินทรีย์ตามวิถีพื้นบ้านปี 2551-2554 มีความต่อเนื่องจากยุทธศาสตร์ด้านการสนับสนุนและยุทธศาสตร์ด้านการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์และส่งเสริมการตลาดปี 2549-2552 ในด้านการส่งเสริมการใช้สารอินทรีย์ทดแทนสารเคมีทางการเกษตร/เกษตรอินทรีย์ และการแปรรูปสินค้าเกษตรเพื่อตลาดในและตลาดต่างประเทศ</p>

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

สาระสำคัญของแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบอินทรีย์ปี 2549-2552	สาระสำคัญของแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบอินทรีย์ปี 2551-2554	การเปรียบเทียบ
2. ยุทธศาสตร์ด้านการสร้างเครือข่ายแกนนำเกษตรกร (ต่อ)	2.3 ส่งเสริมและถ่ายทอดการใช้ปัจจัยการผลิตในการทำเกษตรอินทรีย์ทดแทนการใช้สารเคมีและปุ๋ยเคมีสู่เกษตรกร/ผู้ประกอบการ เพื่อนำไปปรับเปลี่ยนระบบการผลิตสู่เกษตรอินทรีย์ รวมทั้งมีการจัดตั้งโรงปุ๋ยอินทรีย์และ มีการผลิตปุ๋ยอินทรีย์และปุ๋ยน้ำเป็นการค้า	
3 ยุทธศาสตร์ด้านการวิจัยมีเป้าหมายให้เกษตรกรมีการปรับเปลี่ยนมาใช้สารอินทรีย์ลดใช้สารเคมีทางการเกษตร/เกษตรอินทรีย์และมีพื้นที่ที่มีการปรับเปลี่ยนมาใช้สารอินทรีย์ลดใช้สารเคมีทางการเกษตร/เกษตรอินทรีย์	<p>3 ยุทธศาสตร์การเสริมสร้างศักยภาพการเกษตรอินทรีย์เชิงพาณิชย์ มีเป้าหมายคือ</p> <p>3.1 มีพื้นที่เกษตรอินทรีย์และจำนวนกลุ่มเกษตรกร/ผู้ประกอบการที่มีศักยภาพในการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์เชิงพาณิชย์เพิ่มขึ้น ในสินค้าพืช เช่น ข้าว ผัก พืชไร่ เป็นต้น และขยายฐานการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ เพื่อการจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ เป็นไปตามมาตรฐานสากลและสอดคล้องกับความต้องการของตลาด</p> <p>3.2 มีมาตรฐานและระบบตรวจสอบมาตรฐานสินค้าเกษตรอินทรีย์ เช่น มาตรฐานข้าวอินทรีย์และข้าวหอมมะลิอินทรีย์ มาตรฐานปลุสสัตว์อินทรีย์ และมาตรฐานสัตว์น้ำอินทรีย์ รวมทั้งมีเกษตรกรและผู้ประกอบการได้รับการตรวจสอบมาตรฐานการผลิต</p> <p>3.3 มีระบบสารสนเทศที่อำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ผลิต/ผู้ประกอบการและผู้ส่งออก ซึ่งให้บริการข้อมูลสินค้าเกษตรอินทรีย์ผ่านทาง Website ด้วยระบบฐานข้อมูลตลาดและกฎระเบียบ รวมทั้งมีระบบและเครือข่ายเชื่อมโยงทางการผลิต การแปรรูป และการตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์ และมีการสร้างเครือข่ายความร่วมมือกันในภูมิภาคอาเซียน ตลอดจนมีการวางระบบและพัฒนาระบบบริหารจัดการสินค้าเกษตรอินทรีย์</p>	<p>ยุทธศาสตร์การเสริมสร้างศักยภาพการเกษตรอินทรีย์เชิงพาณิชย์ปี 2551-2554 มีความต่อเนื่องจากยุทธศาสตร์ที่ 2 ด้านการสร้างเครือข่ายแกนนำเกษตรกรในการส่งเสริมการผลิตสินค้าเกษตรปลอดภัยและได้มาตรฐาน และมีความต่อเนื่องจากยุทธศาสตร์ด้านการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์และส่งเสริมการตลาดปี 2549-2552 ในด้านมาตรฐานและการตรวจสอบรับรองเกษตรอินทรีย์ทั้งในสินค้าพืช ปลุสสัตว์และสัตว์น้ำ และเพิ่มสาระสำคัญด้านระบบสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับเกษตรอินทรีย์</p>

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

สาระสำคัญของแผนยุทธศาสตร์การ พัฒนาเกษตรอินทรีย์ปี 2549-2552	สาระสำคัญของแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตร อินทรีย์ปี 2551-2554	การเปรียบเทียบ
<p>4 ยุทธศาสตร์ด้านการสนับสนุน มีเป้าหมายลดปริมาณนำเข้าปุ๋ยเคมี สารเคมีในพื้นที่เป้าหมาย และเพิ่ม ปริมาณอินทรีย์วัตถุในดินในพื้นที่ที่ ปรับเปลี่ยนระบบการผลิตเป็นเกษตร อินทรีย์</p>	<p>4 ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการเพื่อพัฒนาเกษตรอินทรีย์ มีคณะกรรมการพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ ทำหน้าที่กำหนดนโยบาย กำกับ ประสานการขับเคลื่อนและติดตามผลการพัฒนาเกษตรอินทรีย์ของประเทศตาม แผนปฏิบัติการ ภายใต้แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ และมี การจัดทำรายงานการติดตามประเมินผลการพัฒนาเกษตรอินทรีย์ตามแผน ยุทธศาสตร์ฯ เพื่อปรับปรุงยุทธศาสตร์ฯ และการปฏิบัติให้สอดคล้องกับ สถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง</p>	<p>ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการเพื่อพัฒนาเกษตร อินทรีย์ปี 2551-2552 มีความต่อเนื่องจากยุทธศาสตร์ ด้านการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์และส่งเสริม การตลาดปี 2549-2552 ในการติดตามและประเมินผล โครงการพัฒนาเกษตรอินทรีย์แบบบูรณาการ และมี การเพิ่มบทบาทของคณะกรรมการพัฒนาเกษตร อินทรีย์แห่งชาติ</p>
<p>5 ยุทธศาสตร์ด้านการรับรองมาตรฐาน ผลิตภัณฑ์และส่งเสริมการตลาด มีเป้าหมายเพิ่มปริมาณและมูลค่าการ ส่งออกสินค้าเกษตรอินทรีย์ และเพิ่ม รายได้ให้กับเกษตรกรที่ปรับเปลี่ยน ระบบการผลิตเป็นเกษตรอินทรีย์</p>		
<p>ที่มา: ศูนย์วิจัยเศรษฐศาสตร์ประยุกต์ (2553)</p>		

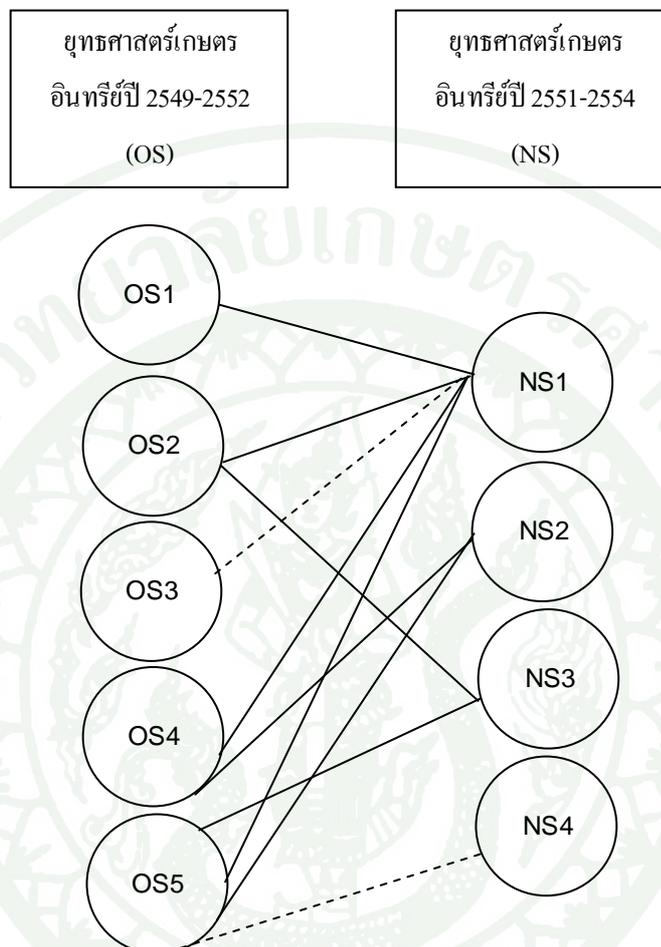
ยุทธศาสตร์การเสริมสร้างศักยภาพการเกษตรอินทรีย์เชิงพาณิชย์ปี 2551-2554 มีความต่อเนื่องจากยุทธศาสตร์ที่ 2 ด้านการสร้างเครือข่ายแกนนำเกษตรกร ในด้านการส่งเสริมการผลิตสินค้าเกษตรปลอดภัยและได้มาตรฐาน และมีความต่อเนื่องจากยุทธศาสตร์ด้านการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์และส่งเสริมการตลาดปี 2549-2552 ในด้านมาตรฐานและการตรวจรับรองเกษตรอินทรีย์ทั้งในสินค้าพืช ปศุสัตว์และสัตว์น้ำ และเพิ่มสาระสำคัญด้านระบบสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับเกษตรอินทรีย์ ตัวอย่างโครงการต่อเนื่อง เช่น โครงการพัฒนาระบบการตรวจรับรองด้านเกษตรอินทรีย์ของประเทศให้เป็นที่ยอมรับของประเทศที่นำเข้ารายใหญ่ สหภาพยุโรป สหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่นปี 51 – 52 (มกอช.)

ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการเพื่อพัฒนาเกษตรอินทรีย์ปี 2551-2552 มีความต่อเนื่องจากยุทธศาสตร์ด้านการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์และส่งเสริมการตลาดปี 2549-2552 ในการติดตามและประเมินผลโครงการพัฒนาเกษตรอินทรีย์แบบบูรณาการ และมีการเพิ่มบทบาทของคณะกรรมการพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ ตัวอย่างโครงการต่อเนื่อง เช่น โครงการติดตามและประเมินผลโครงการพัฒนาเกษตรอินทรีย์แบบบูรณาการ ปี 52 – 54 (สศก.)

3. การผนวกยุทธศาสตร์ในแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์ปี 2549-2552 เข้ากับยุทธศาสตร์ในแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติปี 2551-2554 และความต่อเนื่องของยุทธศาสตร์

ภาพที่ 4.1 ยุทธศาสตร์เกษตรอินทรีย์ปี 2549-2552 มี 5 ยุทธศาสตร์ คือ 1) ยุทธศาสตร์ด้านการณรงค์และประชาสัมพันธ์ 2) ยุทธศาสตร์ด้านการสร้างเครือข่ายแกนนำเกษตรกร 3) ยุทธศาสตร์ด้านการวิจัย 4) ยุทธศาสตร์ด้านการสนับสนุน และ 5) ยุทธศาสตร์ด้านการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์และส่งเสริมการตลาด ส่วนยุทธศาสตร์เกษตรอินทรีย์ปี 2551-2554 มี 4 ยุทธศาสตร์ คือ 1) ยุทธศาสตร์การเสริมสร้างและจัดการองค์ความรู้และนวัตกรรม 2) ยุทธศาสตร์การพัฒนาการเกษตรอินทรีย์ตามวิถีพื้นบ้าน 3) ยุทธศาสตร์การเสริมสร้างศักยภาพการเกษตรอินทรีย์เชิงพาณิชย์ และ 4) ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการเพื่อพัฒนาเกษตรอินทรีย์ เมื่อพิจารณาความต่อเนื่องของโครงการตามตารางผนวกที่ 3 สามารถสรุปได้ตามแผนภาพดังนี้ ยุทธศาสตร์ที่ 1 การเสริมสร้างและจัดการองค์ความรู้และนวัตกรรม ปี 2551-2554 มีโครงการที่ต่อเนื่องมาจากยุทธศาสตร์ที่ 1 ด้านการณรงค์และประชาสัมพันธ์ ยุทธศาสตร์ที่ 2 ด้านการสร้างเครือข่ายแกนนำเกษตรกร ยุทธศาสตร์ที่ 4 ด้านการสนับสนุน และยุทธศาสตร์ที่ 5 ด้านการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์

และส่งเสริมการตลาด นอกจากนี้ยังมีสาระสำคัญและโครงการที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยในลักษณะที่คล้ายคลึงกับยุทธศาสตร์ที่ 3 ด้านการวิจัย (เส้นประ)



ภาพที่ 4.1 ความต่อเนื่องและเชื่อมโยงของโครงการระหว่างแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์ปี 2549-2552 และแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติปี 2551-2554

หมายเหตุ: เส้นทึบ หมายถึง มีการดำเนินโครงการต่อเนื่องจากแผนยุทธศาสตร์เกษตรอินทรีย์ปี 2549-2552 จนถึงปี 2551-2554

เส้นประ หมายถึง มีโครงการในลักษณะที่คล้ายคลึงกันระหว่างแผนยุทธศาสตร์เกษตรอินทรีย์ปี 2549-2552 และปี 2551-2554

ที่มา: ศูนย์วิจัยเศรษฐศาสตร์ประยุกต์ (2553)

สำหรับยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาการเกษตรอินทรีย์ตามวิถีพื้นบ้าน ปี 2551-2554 มีโครงการที่ต่อเนื่องมาจากยุทธศาสตร์ที่ 4 ด้านการสนับสนุน และยุทธศาสตร์ที่ 5 ด้านการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์และส่งเสริมการตลาด ส่วนยุทธศาสตร์ที่ 3 การเสริมสร้างศักยภาพการเกษตรอินทรีย์เชิงพาณิชย์ ปี 2551-2554 มีโครงการที่ต่อเนื่องมาจากยุทธศาสตร์ที่ 2 ด้านการสร้างเครือข่ายแกนนำเกษตรกร และยุทธศาสตร์ที่ 5 ด้านการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์และส่งเสริมการตลาด และยุทธศาสตร์ที่ 4 การบริหารจัดการเพื่อพัฒนาเกษตรอินทรีย์ มีโครงการติดตามและประเมินผลที่ต่อเนื่องมาจากยุทธศาสตร์ที่ 5 ด้านการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์และส่งเสริมการตลาด (เส้นประ)

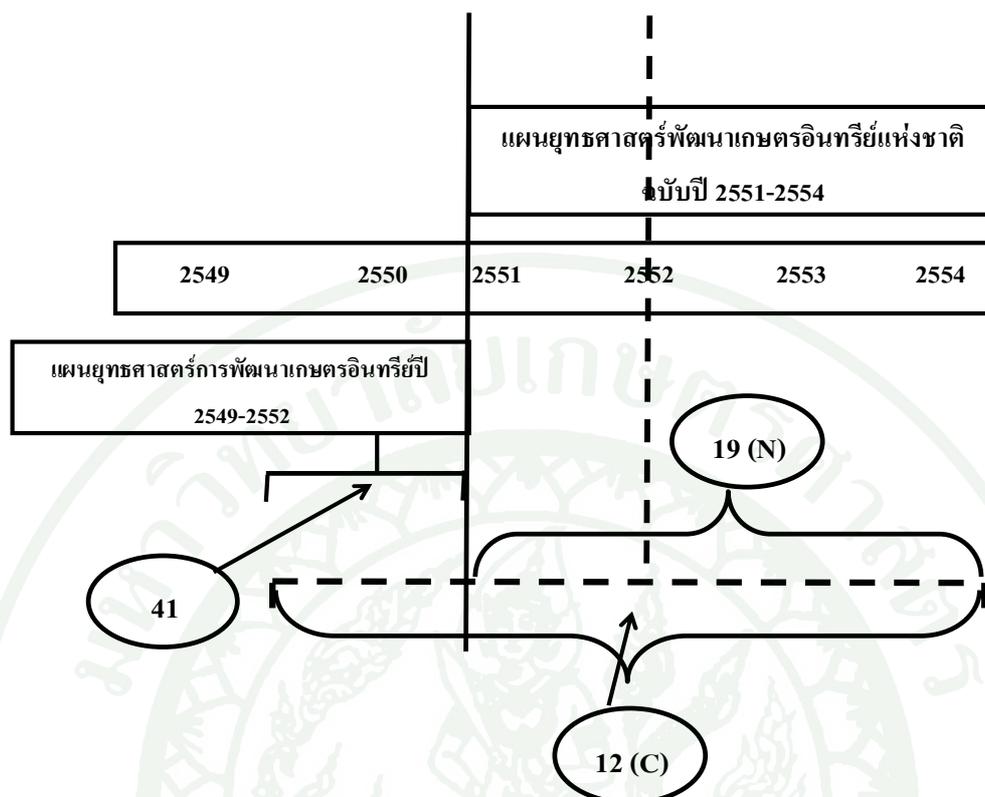
จากภาพที่ 4.2 แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์ปี 2549-2552 ประกอบด้วย 53 โครงการ ซึ่งมี 12 โครงการที่ดำเนินการมาตั้งแต่แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์ปี 2549-2552 และมีความต่อเนื่องจนกระทั่งถึงแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติปี 2551-2554 ส่วนอีก 41 โครงการนั้นเป็นโครงการที่ปรากฏเฉพาะในแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์ปี 2549-2552 เท่านั้น

สำหรับแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติปี 2551-2554 ประกอบด้วย 31 โครงการ ซึ่งมี 12 โครงการต่อเนื่องมาจากแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์ปี 2549-2552 ดังที่ได้กล่าวมาแล้วนั้น ส่วนอีก 19 โครงการเป็นโครงการที่เกิดขึ้นใหม่ในแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติปี 2551-2554

4. โครงสร้างการบริหารงานยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์

4.1 โครงสร้างการบริหารงานยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์ปี 2549-2552

คณะรัฐมนตรีได้เห็นชอบให้มีการแต่งตั้งคณะกรรมการอำนวยการส่งเสริมเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ โดยมีรองนายกรัฐมนตรีที่กำกับการบริหารราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์เป็นประธาน และมีการจัดตั้งคณะกรรมการ 2 ชุด คือ คณะกรรมการส่งเสริมเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ และคณะกรรมการส่งเสริมการใช้สารอินทรีย์ทดแทนสารเคมีทางการเกษตร ดังภาพที่ 4.3 สำหรับรายละเอียดผลการดำเนินงานและความรับผิดชอบของหน่วยงานต่างๆ ดังภาคผนวก จ

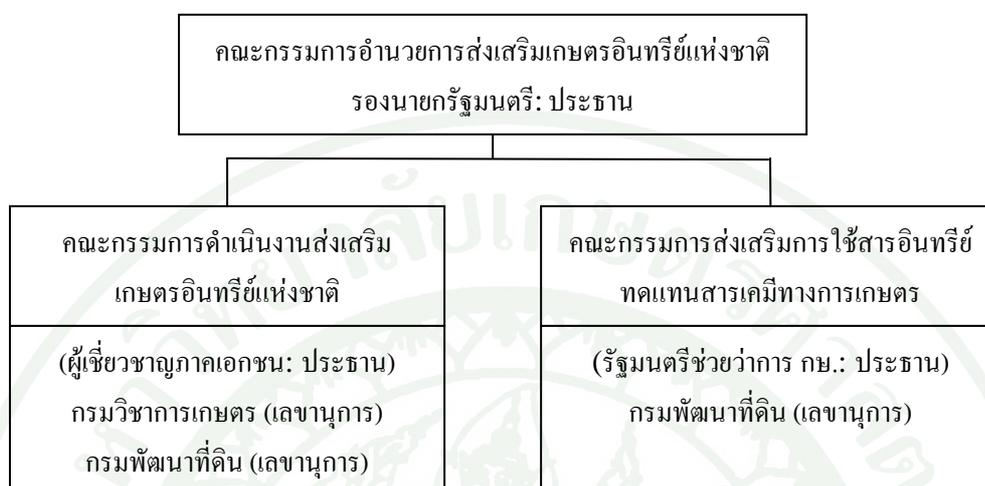


ภาพที่ 4.2 จำนวน โครงการที่มีความต่อเนื่องกันระหว่างแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาระดับชาติปี 2551-2554 และแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาระดับชาติปี 2549-2552 และแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาระดับชาติปี 2551-2554
 หมายเหตุ: N คือ โครงการที่ได้มีการดำเนินงานในยุทธศาสตร์การพัฒนาระดับชาติปี 2551-2554
 C คือ โครงการที่ได้มีการดำเนินงานในยุทธศาสตร์การพัฒนาระดับชาติปี 2549-2552 และมีการดำเนินงานต่อเนื่องจนถึงยุทธศาสตร์การพัฒนาระดับชาติปี 2551-2554
 ที่มา: ศูนย์วิจัยเศรษฐศาสตร์ประยุกต์ (2553)

1) คณะกรรมการส่งเสริมเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ รับผิดชอบการส่งเสริมการทำเกษตรอินทรีย์ โดยมีผู้เชี่ยวชาญภาคเอกชน เป็นประธานคณะกรรมการ กรมวิชาการเกษตรและกรมพัฒนาที่ดิน เป็นฝ่ายเลขานุการฯ

2) คณะกรรมการส่งเสริมการใช้สารอินทรีย์ทดแทนสารเคมีทางการเกษตร รับผิดชอบการส่งเสริมการใช้สารอินทรีย์ทดแทนสารเคมีทางการเกษตร สนับสนุนการขับเคลื่อนวาระแห่งชาติเกษตรอินทรีย์โดยมีรัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เป็นประธาน

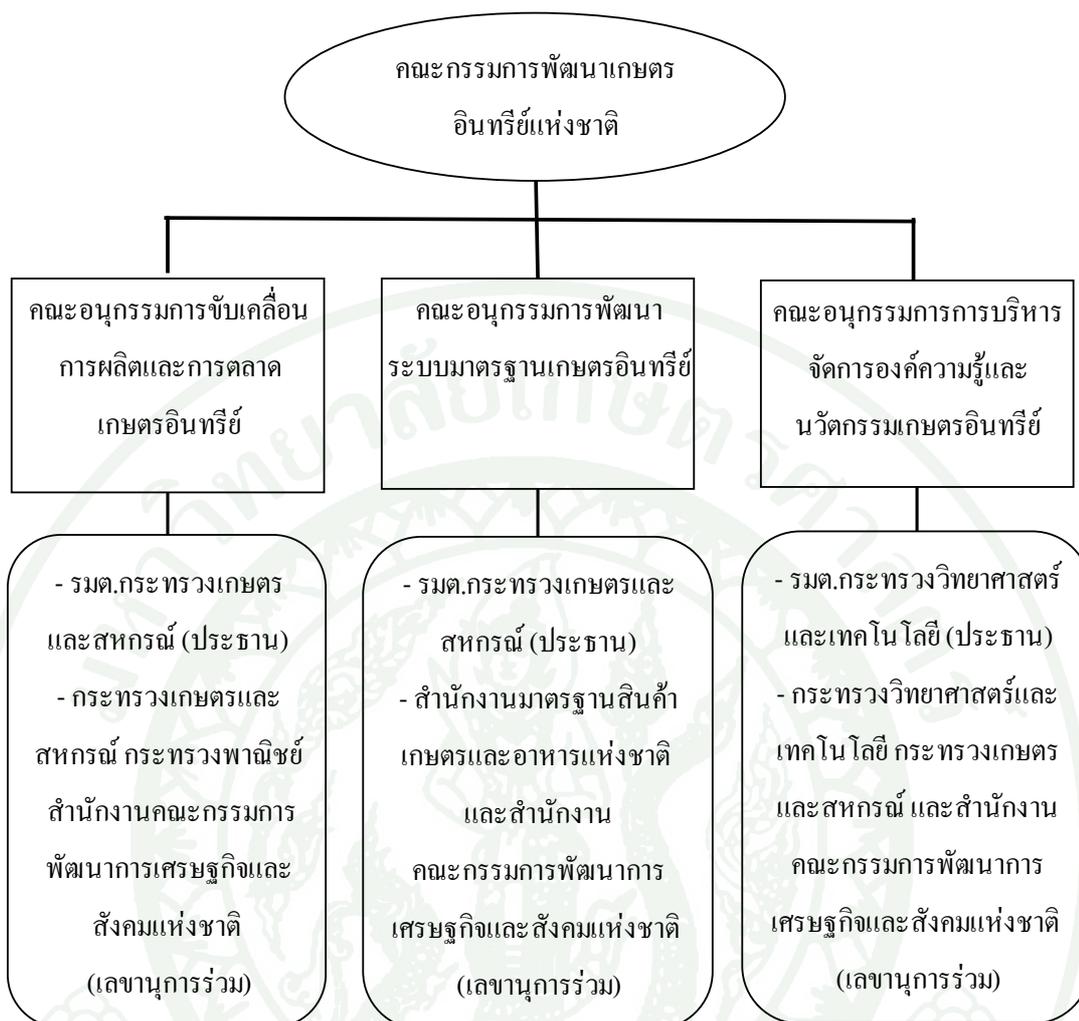
กรรมการ กรรมการผู้ช่วยรัฐมนตรีประจำกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เป็นรองประธานกรรมการ และกรมพัฒนาที่ดินเป็นฝ่ายเลขานุการฯ



ภาพที่ 4.3 โครงสร้างการบริหารงานยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์ปี 2549-2552
ที่มา: ดัดแปลงจากกรมพัฒนาที่ดิน (2548ข)

4.2 หน่วยงานรับผิดชอบการพัฒนาเกษตรอินทรีย์ปี 2551-2554

ภายใต้ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการเพื่อขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์ (ยุทธศาสตร์ที่ 4 ปี 2551-2554) ในช่วงปี 2550 - 2552 คณะกรรมการพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ ได้มีมติจัดตั้งคณะอนุกรรมการรวม 3 ชุด ได้แก่ คณะอนุกรรมการการบริหารจัดการองค์ความรู้และนวัตกรรมเกษตรอินทรีย์ คณะอนุกรรมการขับเคลื่อนการผลิตและการตลาดเกษตรอินทรีย์และคณะอนุกรรมการพัฒนาระบบมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ ซึ่งคณะอนุกรรมการนั้นประกอบด้วยหน่วยงานต่างๆ ดังภาพที่ 4.4 ส่วนรายละเอียดความรับผิดชอบของหน่วยงานต่างๆ ดังภาคผนวก จ



ภาพที่ 4.4 โครงสร้างการบริหารงานยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์ปี 2551-2554
ที่มา: คณะกรรมการพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ (2552)

จากโครงสร้างการบริหารงานยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์ปี 2549-2552 และโครงสร้างการบริหารงานยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์ปี 2551-2554 มีประเด็นความแตกต่างที่ควรพิจารณาดังนี้ (ตารางที่ 4.4)

1) โครงสร้างการบริหารในระดับอนุกรรมการ ในโครงสร้างการบริหารแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์ปี 2551-2554 ในระดับอนุกรรมการมีรัฐมนตรีว่าการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เป็นประธาน ทำให้ระดับอนุกรรมการมีความสำคัญมากขึ้น

ตารางที่ 4.4 เปรียบเทียบโครงสร้างการบริหารงานของยุทธศาสตร์การพัฒนเกษตรอินทรีย์

โครงสร้าง	ยุทธศาสตร์การพัฒนเกษตรอินทรีย์ ปี 2549-2552	ยุทธศาสตร์การพัฒนเกษตรอินทรีย์ ปี 2551-2554	ประเด็นที่ควรพิจารณา
1. โครงสร้างการบริหาร ในระดับอนุกรรมการ	รัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ และผู้เชี่ยวชาญ	รัฐมนตรีว่าการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์	เพิ่มความสำคัญต่อการบริหาร ยุทธศาสตร์พัฒนเกษตรอินทรีย์มาก ขึ้น
2. กระทรวงหลักที่ รับผิดชอบหลัก	กระทรวงเกษตรและสหกรณ์	สำนักนายกรัฐมนตรี กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงวิทยาศาสตร์ กระทรวงพาณิชย์	เพิ่มความสำคัญของการผลิตให้กว้าง ขึ้น
3. หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	กรมพัฒนาที่ดิน กรมส่งเสริมการเกษตร กรมวิชาการเกษตร กรมประมง กรมปศุสัตว์ สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหาร แห่งชาติ กรมส่งเสริมสหกรณ์ กรมชลประทาน สำนักงานปฏิรูปที่ดินเพื่อเกษตรกรรม สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร	สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจ และ สังคมแห่งชาติ, สำนักงานปลัดกระทรวงเกษตรและ สหกรณ์, กรมพัฒนาที่ดิน, กรมส่งเสริมการเกษตร, กรมวิชาการเกษตร, กรมประมง, กรมปศุสัตว์, สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ, กรมส่งเสริมสหกรณ์, กรมชลประทาน, สำนักงาน เศรษฐกิจการเกษตร, กรมการข้าว, สำนักงานพัฒนา วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ, สำนักงาน นวัตกรรมแห่งชาติ, สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และ เทคโนโลยีแห่งประเทศไทย, สำนักงานปลัดกระทรวง พาณิชย์, กรมส่งเสริมการส่งออก, กรมการค้า ต่างประเทศ, กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, สถาบันอาหาร	ขยายความร่วมมือระหว่างองค์กรมาก ขึ้น

ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

โครงสร้าง	ยุทธศาสตร์การพัฒนเกษตรอินทรีย์ปี 2549-2552	ยุทธศาสตร์การพัฒนเกษตรอินทรีย์ปี 2551-2554	ประเด็นที่ควรพิจารณา
4.จำนวน คณะทำงาน	<p>1.คณะกรรมการส่งเสริมเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ</p> <ul style="list-style-type: none"> • ผู้เชี่ยวชาญภาคเอกชน (ประธาน) • กรมวิชาการเกษตร (เลขานุการ) • กรมพัฒนาที่ดิน (เลขานุการ) <p>2.คณะกรรมการส่งเสริมการใช้สารอินทรีย์ทดแทนสารเคมีทางการเกษตร</p> <ul style="list-style-type: none"> • รัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (ประธาน) • กรมพัฒนาที่ดิน (เลขานุการ) 	<p>1.คณะอนุกรรมการขับเคลื่อนการผลิตและการตลาดเกษตรอินทรีย์</p> <ul style="list-style-type: none"> • รมต.กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (ประธาน) • กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (เลขานุการร่วม) • กระทรวงพาณิชย์ (เลขานุการร่วม) • สำนักงานพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (เลขานุการร่วม) <p>2.คณะอนุกรรมการพัฒนาระบบมาตรฐานเกษตรอินทรีย์</p> <ul style="list-style-type: none"> • รมต.กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (ประธาน) • สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ (เลขานุการร่วม) • สำนักคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (เลขานุการร่วม) 	<p>เพิ่มบทบาทในการ ประยุกต์ใช้และนวัตกรรม ด้านเกษตรอินทรีย์</p>

ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

โครงสร้าง	ยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์ปี 2549-2552	ยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์ปี 2551-2554	ประเด็นที่ควรพิจารณา
4.จำนวน คณะทำงาน (ต่อ)		<p>3.คณะอนุกรรมการการบริหารจัดการองค์ความรู้และนวัตกรรมเกษตรอินทรีย์</p> <ul style="list-style-type: none"> ● รมต.กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (ประธาน) ● กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (เลขานุการร่วม) ● กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (เลขานุการร่วม) ● สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (เลขานุการร่วม) 	
ที่มา: ศูนย์วิจัยเศรษฐศาสตร์ประยุกต์ (2553)			

2) **กระทรวงหลักที่รับผิดชอบ** ยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์ปี 2551-2554 เพิ่มความสำคัญของการผลิตให้กว้างขึ้น โดยให้สำนักนายกรัฐมนตรื กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงวิทยาศาสตร์ และกระทรวงพาณิชย์ เป็นกระทรวงหลักที่รับผิดชอบการขับเคลื่อน ยุทธศาสตร์เกษตรอินทรีย์

3) **หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง** ยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์ปี 2549-2552 มีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเฉพาะหน่วยงานของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ขณะที่ยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์ปี 2551-2554 มีการขยายความร่วมมือระหว่างองค์กรมากขึ้น โดยเพิ่มบทบาทของหน่วยงานใน กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี กระทรวงพาณิชย์ และกระทรวงอุตสาหกรรม

4) **จำนวนคณะทำงาน** ยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์ปี 2549-2552 มีคณะทำงาน 2 คณะ ได้แก่ 1.คณะกรรมการส่งเสริมเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ และ 2.คณะกรรมการส่งเสริมการใช้สารอินทรีย์ทดแทนสารเคมีทางการเกษตร ส่วนยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์ปี 2551-2554 มีคณะทำงาน 3 คณะ ได้แก่ 1.คณะอนุกรรมการขับเคลื่อนการผลิตและการตลาดเกษตรอินทรีย์ 2. คณะอนุกรรมการพัฒนาระบบมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ และ 3.คณะอนุกรรมการการบริหารจัดการองค์ความรู้และนวัตกรรมเกษตรอินทรีย์

5. สรุปปัญหา

การดำเนินการแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์ปี 2549-2552 และยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ ฉบับที่ 1 พ.ศ. 2551 – 2554 ประสบกับปัญหาและประเด็นที่ควรพิจารณาดังต่อไปนี้

1) การขาดงบประมาณเพื่อดำเนินงานตามแผนเนื่องจาก งบประมาณสำหรับกิจกรรมของแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์ นั้นถูกจำกัดภายใต้งบประมาณประจำปีสูงสุดของกรม

2) ปัญหาด้านการประสานงานระหว่างหน่วยงาน อันเนื่องมาจากการให้ความสำคัญก่อนหลังของผู้บังคับบัญชาของกรมกองทัพต่อแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์

3) การเปลี่ยนแปลงของนโยบายรัฐอันสืบเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงของการเมือง และสภาพเศรษฐกิจโลก ทำให้ขาดความต่อเนื่องของการดำเนินการ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเบื้องต้นของลักษณะปัจจัยส่วนบุคคล การรับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์ และการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อหรือไม่ซื้อข้าวอินทรีย์

ผลการศึกษาในส่วนนี้ ใช้ข้อมูลจากการสำรวจผู้บริโภคในช่วงวันที่ 10 ธันวาคม 2552 ถึง 30 มกราคม 2553 ในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 800 ตัวอย่าง ใน 8 เขต ดังนี้ เขตบางกอกน้อย เขตห้วยขวาง เขตคลองเตย เขตบางซื่อ เขตจตุจักร เขตราชเทวี เขตพระโขนง และเขตปทุมวัน โดยวิธีการหาค่าเฉลี่ยและร้อยละแบ่งการศึกษาออกเป็น 3 ส่วนดังนี้ 1. ลักษณะส่วนบุคคลของผู้บริโภค 2. การรับรู้ต่อนโยบายเกษตรอินทรีย์ 3. ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อหรือไม่ซื้อข้าวอินทรีย์ (รายละเอียดแบบสอบถามดังภาคผนวก ข)

1. ลักษณะปัจจัยส่วนบุคคล

ในการศึกษาได้จำแนกผู้บริโภคออกเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้ 1) ผู้ที่รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์แต่ไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์ จำนวน 376 คน 2) ผู้ที่รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นบางครั้ง จำนวน 185 คน 3) ผู้ที่รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นประจำ 39 คน และ 4) ผู้ที่ไม่เคยรับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์และไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์ 200 คน รวมทั้งหมด 800 คน (ตารางที่ 4.5)

ตารางที่ 4.6 ลักษณะส่วนบุคคลของผู้บริโภค พบว่าผู้บริโภคทุกกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง โดยผู้ที่รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นประจำเป็นเพศหญิงร้อยละ 76.29 ผู้ที่รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์แต่ไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์เป็นเพศหญิงร้อยละ 74.47 ผู้ที่รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นบางครั้งเป็นเพศหญิงร้อยละ 71.35 และผู้ที่ไม่เคยรับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์และไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์เป็นเพศหญิงร้อยละ 71

ข้อมูลด้านอายุพบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 20 – 29 ปี ยกเว้นกลุ่มผู้บริโภคที่รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นประจำมีอายุอยู่ในช่วง 30-39 ปี

สถานภาพของผู้บริโภคพบว่าผู้บริโภคทั้ง 4 กลุ่มส่วนมากเป็นคนโสด โดยผู้ที่ไม่เคยรับรู้ นโยบายเกษตรอินทรีย์และไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์มีคนโสดมากที่สุดร้อยละ 81.50 รองลงมาคือ ผู้ที่รับรู้ นโยบายเกษตรอินทรีย์แต่ไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์ร้อยละ 78.99

ตารางที่ 4.5 จำแนกกลุ่มผู้บริโภคร

กลุ่มผู้บริโภคร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. ผู้ที่รับรู้ นโยบายเกษตรอินทรีย์แต่ไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์	376	47.00
2. ผู้ที่รับรู้ นโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นบางครั้ง	185	23.13
3. ผู้ที่รับรู้ นโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นประจำ	39	4.88
4. ผู้ที่ไม่เคยรับรู้ นโยบายเกษตรอินทรีย์และไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์	200	25.00
รวม	800	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ ณ วันที่ 10 ธันวาคม พ.ศ. 2552 ถึงวันที่ 30 มกราคม พ.ศ. 2553

ระดับการศึกษาของผู้บริโภครทุกกลุ่มส่วนมากจบการศึกษาในระดับปริญญาตรี โดยผู้ที่ไม่เคยรับรู้ นโยบายเกษตรอินทรีย์และไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์จบการศึกษาระดับปริญญาตรีร้อยละ 66 รองลงมาคือ ผู้ที่รับรู้ นโยบายเกษตรอินทรีย์แต่ไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 56.65

ข้อมูลด้านอาชีพพบว่า ผู้ที่รับรู้ นโยบายเกษตรอินทรีย์แต่ไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์เป็นนักเรียนมากที่สุดร้อยละ 38.83 ผู้ที่ไม่เคยรับรู้ นโยบายเกษตรอินทรีย์และไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์และผู้ที่ได้รับรู้ นโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นบางครั้งเป็นพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุดร้อยละ 36 และร้อยละ 28.11 ตามลำดับ ส่วนผู้ที่รับรู้ นโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นประจำ ร้อยละ 35.90 ทำธุรกิจส่วนตัว

การศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับรายได้พบว่าผู้ที่ไม่เคยรับรู้ นโยบายเกษตรอินทรีย์และไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์ ผู้ที่รับรู้ นโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นประจำและผู้ที่ได้รับรู้ นโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นบางครั้ง มีรายได้อยู่ในช่วง 10,001-20,000 บาท โดยมี สัดส่วน ร้อยละ 35 ร้อยละ 33.33 และร้อยละ 29.19 ตามลำดับ ส่วนผู้ที่รับรู้ นโยบายเกษตรอินทรีย์แต่ไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์ ร้อยละ 34.04 มีรายได้อยู่ในช่วง 5,001-10,000 บาท

ตารางที่ 4.6 ลักษณะส่วนบุคคลของผู้บริโภค

ลักษณะส่วนบุคคล	ผู้ที่ได้รับนโยบายเกษตรอินทรีย์ แต่ไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์		ผู้ที่ได้รับนโยบายเกษตรอินทรีย์และ ซื้อข้าวอินทรีย์เป็นบางครั้ง		ผู้ที่ได้รับนโยบายเกษตรอินทรีย์ และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นประจำ		ผู้ที่ไม่เคยได้รับนโยบายเกษตรอินทรีย์และ ไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1.เพศ	376	100.00	185	100.00	39	100.00	200	100.00
1.1 ชาย	96	25.53	53	28.65	9	23.08	58	29.00
1.2 หญิง	280	74.47	132	71.35	30	76.92	142	71.00
2.อายุ	376	100.00	185	100.00	39	100.00	200	100.00
2.1 10-19 ปี	34	9.04	3	7.69	3	7.69	26	13.00
2.2 20 - 29 ปี	206	54.79	62	33.51	9	23.08	116	58.00
2.3 30 - 39 ปี	78	20.74	48	25.95	11	28.21	33	16.50
2.4 40 - 49 ปี	29	7.71	43	23.24	7	17.95	20	10.00
2.5 50 - 59 ปี	21	5.59	20	10.81	4	10.26	4	2.00
2.6 60 ปีขึ้นไป	8	2.13	9	4.86	5	12.82	1	0.50
3.สถานภาพ	376	100.00	185	100.00	39	100.00	200	100.00
3.1 โสด	297	78.99	114	61.62	22	56.41	163	81.50
3.2 สมรส (มีบุตร)	56	14.89	58	31.35	15	38.46	33	16.50
3.3 สมรส (ไม่มีบุตร)	23	6.12	13	7.03	2	5.13	4	2.00

ตารางที่ 4.6 (ต่อ)

ลักษณะส่วนบุคคล	ผู้ที่ได้รับนโยบายเกษตรอินทรีย์แต่ไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์		ผู้ที่ได้รับนโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นบางครั้ง		ผู้ที่ได้รับนโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นประจำ		ผู้ที่ไม่เคยได้รับนโยบายเกษตรอินทรีย์และไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
4.การศึกษาระดับ	376	100.00	185	100.00	39	100.00	200	100.00
4.1 ประถมศึกษา	6	1.60	3	1.62	0	0.00	5	2.50
4.2 มัธยมศึกษาตอนต้น	13	3.46	9	4.86	4	10.26	8	4.00
4.3 มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช.	25	6.65	10	5.41	4	10.26	13	6.50
4.4 อนุปริญญา/ ปวส.	23	6.12	11	5.95	4	10.26	21	10.50
4.5 ปริญญาตรี	215	57.18	94	50.81	19	48.72	132	66.00
4.6 ปริญญาโท	93	24.73	58	31.35	8	20.51	21	10.50
4.7 ปริญญาเอก	1	0.27	0	0.00	0	0.00	0	0.00
5. อาชีพ	376	100.00	185	100.00	39	100.00	200	100.00
5.1 ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	72	19.15	43	23.24	3	7.69	23	11.50
5.2 พนักงานบริษัท	92	24.47	52	28.11	10	25.64	72	36.00
5.3 ธุรกิจส่วนตัว	20	5.32	26	14.05	14	35.90	9	4.50
5.4 พ่อบ้าน/แม่บ้าน	19	5.05	10	5.41	4	10.26	4	2.00

ตารางที่ 4.6 (ต่อ)

ลักษณะส่วนบุคคล	ผู้ที่รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์ แต่ไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์		ผู้ที่รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์ และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นบางครั้ง		ผู้ที่รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์ และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นประจำ		ผู้ที่ไม่เคยรับรู้นโยบายเกษตร อินทรีย์และไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
5. อาชีพ (ต่อ)	376	100.00	185	100.00	39	100.00	200	100.00
5.5 นักเรียน/นักศึกษา	146	38.83	24	12.97	4	10.26	65	32.50
5.6 อื่น ๆ ได้แก่ รับจ้าง เจ้าหน้าที่ มูลนิธิ เกษตรกร พ่อครัว ฯลฯ	27	7.18	30	16.22	4	10.26	27	13.50
6. รายได้และเงินเดือนในปัจจุบัน ต่อเดือน	376	100.00	185	100.00	39	100.00	200	100.00
6.1 5,000 บาทหรือต่ำกว่า	57	15.16	12	6.49	2	5.13	45	22.50
6.2 5,001-10,000 บาท	128	34.04	43	23.24	4	10.26	54	27.00
6.3 10,001-20,000 บาท	118	31.38	54	29.19	13	33.33	70	35.00
6.4 20,001-30,000บาท	29	7.71	25	13.51	6	15.38	16	8.00
6.4 30,001 – 40,000 บาท	19	5.05	19	10.27	3	7.69	6	3.00
6.5 40,001-50,000 บาท	11	2.93	13	7.03	3	7.69	5	2.50
6.6 50,001 บาทขึ้นไป	14	3.72	19	10.27	8	20.51	4	2.00

ตารางที่ 4.6 (ต่อ)

ลักษณะส่วนบุคคล	ผู้ที่ได้รับนโยบายเกษตรอินทรีย์ แต่ไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์		ผู้ที่ได้รับนโยบายเกษตรอินทรีย์ และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นบางครั้ง		ผู้ที่ได้รับนโยบายเกษตรอินทรีย์ และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นประจำ		ผู้ที่ไม่เคยได้รับนโยบายเกษตร อินทรีย์และไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
7.สมาชิกในครัวเรือน								
7.1 เด็กอายุต่ำกว่า 5 ปี	55	14.6	22	11.9	9	23.1	37	18.5
7.2 ผู้ใหญ่อายุ 60 ปีขึ้นไป	126	33.5	59	31.9	20	51.3	59	29.5
7.3 สมาชิกในครอบครัวที่ต้องดูแล เรื่องอาหารเป็นพิเศษ	188	50.0	98	53.0	27	69.2	99	49.5
7.4 สมาชิกเฉลี่ยทั้งหมดใน ครอบครัว (คน)	4.56	-	4.21	-	4.92	-	4.42	-

ที่มา: จากการสำรวจ ณ วันที่ 10 ธันวาคม พ.ศ. 2552 ถึงวันที่ 30 มกราคม พ.ศ. 2553

ด้านจำนวนสมาชิกในครอบครัวที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป พบว่า ประมาณร้อยละ 30 ของผู้ที่ได้รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์และไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์ ผู้ที่ได้รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นบางครั้ง และผู้ที่ไม่เคยได้รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์และไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์ มีสมาชิกผู้ใหญ่ที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปี ขึ้นไป ส่วนผู้ที่ได้รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นประจำ ร้อยละ 51.3 มีสมาชิกผู้ใหญ่ที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปี ขึ้นไปในครอบครัว

ในทำนองเดียวกัน ด้านจำนวนสมาชิกที่ต้องดูแลเรื่องอาหารเป็นพิเศษ พบว่า ประมาณร้อยละ 50 ของผู้ที่ได้รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์และไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์ ผู้ที่ได้รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นบางครั้ง และผู้ที่ไม่เคยได้รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์และไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์ มีสมาชิกที่ต้องดูแลเรื่องอาหารเป็นพิเศษ ส่วนผู้ที่ได้รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นประจำ ร้อยละ 69.2 มีสมาชิกที่ต้องดูแลเรื่องอาหารเป็นพิเศษ

ข้อมูลจำนวนสมาชิกในครัวเรือนพบว่า ผู้ที่ได้รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์แต่ไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์ และผู้ที่ได้รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นประจำ มีสมาชิกในครัวเรือนเฉลี่ย 5 คน ส่วนผู้ที่ไม่เคยได้รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์และไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์ และผู้ที่ได้รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นบางครั้งมีสมาชิกในครัวเรือนเฉลี่ย 4 คน

2. การรับรู้ก่อนนโยบายเกษตรอินทรีย์

ตารางที่ 4.7 ระยะเวลาในการเริ่มซื้อข้าวอินทรีย์ของผู้บริโภคกลุ่มที่ได้รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นบางครั้งพบว่า ร้อยละ 73.50 รับรู้เรื่องข้าวอินทรีย์มาเป็นระยะเวลา 1-3 ปี และร้อยละ 26.50 รับรู้เรื่องข้าวอินทรีย์เป็นเวลาดังแต่ 4 ปีขึ้นไป ส่วนผู้ที่ได้รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นประจำพบว่า ร้อยละ 35.90 รับรู้เรื่องข้าวอินทรีย์มาเป็นระยะเวลา 1-3 ปี และร้อยละ 64.10 รับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับข้าวอินทรีย์มาเป็นเวลาดังแต่ 4 ปีขึ้นไป

ตารางที่ 4.7 ระยะเวลาในการเริ่มซื้อข้าวอินทรีย์ของผู้บริโภค

ระยะเวลาในการเริ่มซื้อข้าวอินทรีย์	ผู้ที่รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นบางครั้ง		ผู้ที่รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นประจำ	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1-3 ปี	136	73.50	14	35.90
4-6 ปี	35	18.90	10	25.60
7-9 ปี	2	1.10	6	15.40
10 ปีขึ้นไป	12	6.50	9	23.10
รวม	185	100.00	39	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ ณ วันที่ 10 ธันวาคม พ.ศ. 2552 ถึงวันที่ 30 มกราคม พ.ศ. 2553

ตารางที่ 4.8 ปริมาณและระยะเวลาในการบริโภคข้าวอินทรีย์ของผู้บริโภค 2 กลุ่ม คือ ผู้ที่รับรู้นโยบายและบริโภคข้าวอินทรีย์เป็นบางครั้ง และผู้ที่รับรู้นโยบายและบริโภคข้าวอินทรีย์เป็นประจำ พบว่า ผู้ที่รับรู้นโยบายและบริโภคข้าวอินทรีย์เป็นบางครั้ง จะใช้เวลาประมาณ 21 วัน ในการบริโภคข้าวอินทรีย์ประมาณ 5 กิโลกรัม ส่วนผู้ที่รับรู้นโยบายและบริโภคข้าวอินทรีย์เป็นประจำ นั้นใช้เวลา 24 วัน ในการบริโภคข้าว 13 กิโลกรัม ซึ่งโดยเฉลี่ยแล้วผู้บริโภคทั้ง 2 กลุ่มใช้เวลาเฉลี่ย 23 วันในการบริโภคข้าว 6 กิโลกรัม

ตารางที่ 4.8 ปริมาณและระยะเวลาในการบริโภคข้าวอินทรีย์

กลุ่ม	ผู้ที่รับรู้นโยบายและบริโภคข้าวอินทรีย์เป็นบางครั้ง	ผู้ที่รับรู้นโยบายและบริโภคข้าวอินทรีย์เป็นประจำ	ค่าเฉลี่ย
	ปริมาณ (กิโลกรัม)	ระยะเวลาในการบริโภค (วัน)	
ปริมาณ (กิโลกรัม)	4.96	12.51	6.27
ระยะเวลาในการบริโภค (วัน)	21.13	23.64	23.21

ที่มา: จากการสำรวจ ณ วันที่ 10 ธันวาคม พ.ศ. 2552 ถึงวันที่ 30 มกราคม พ.ศ. 2553

จากตารางที่ 4.9 แหล่งที่มาของการรับรู้ข้อมูลข้าวอินทรีย์ของผู้ที่รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์แต่ไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์พบว่าร้อยละ 58 รับรู้ข้อมูลมาจากโทรทัศน์ รองลงมาคือรับรู้ข้อมูลมาจากหนังสือและวารสาร ร้อยละ 39.40 และรับรู้ข้อมูลมาจากอินเทอร์เน็ตและเว็บไซต์ร้อยละ 33

ผู้ที่รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นบางครั้งรับรู้ข้อมูลข้าวอินทรีย์มาจากหนังสือและวารสาร ร้อยละ 53 รองลงมาคือ โทรทัศน์และบุคคลใกล้ชิด เช่น ครอบครัวร้อยละ 36.80 และร้อยละ 27.60 ตามลำดับ ส่วนผู้ที่รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นประจำรับรู้ข้อมูลข้าวอินทรีย์มาจากหนังสือและวารสารมากที่สุดร้อยละ 59 รองลงมาคือ บุคคลใกล้ชิดและแฟนพับ สิ่งพิมพ์ โปสเตอร์ร้อยละ 43.60 และร้อยละ 41 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 แหล่งที่มาของการรับรู้ข้อมูลข้าวอินทรีย์

แหล่งที่มาของการรับรู้ข้อมูลข้าวอินทรีย์	ผู้ที่รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์แต่ไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์ (376 คน)		ผู้ที่รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นบางครั้ง (185 คน)		ผู้ที่รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นประจำ (39 คน)	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
	1. โทรทัศน์	218	58.00	68	36.80	15
2. หนังสือ/วารสาร	148	39.40	98	53.00	23	59.00
3. บุคคลใกล้ชิด เช่น ครอบครัว	81	21.50	51	27.60	17	43.60
4. วิทยุ	50	13.30	14	7.60	4	10.30
5. หนังสือพิมพ์	107	28.50	36	19.50	9	23.10
6. พนักงานขาย	17	4.50	28	15.10	5	12.80
7. แฟนพับ/สิ่งพิมพ์/โปสเตอร์	78	20.70	45	24.30	16	41.00
8. อินเทอร์เน็ต/เว็บไซต์	99	33.00	61	26.30	9	23.10
9. อื่นๆ เช่น ทำงานด้านเกษตรอินทรีย์	29	7.70	21	11.40	6	15.40

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ที่มา: จากการสำรวจ ณ วันที่ 10 ธันวาคม พ.ศ. 2552 ถึงวันที่ 30 มกราคม พ.ศ. 2553

ตารางที่ 4.10 ระดับการตัดสินใจซื้อหลังจากการรับรู้ข้อมูลข้าวอินทรีย์ พบว่า การรับรู้ข้อมูลข้าวอินทรีย์มีผลต่อผู้ที่รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์แต่ไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์ในระดับปานกลาง ร้อยละ 40.69 ส่วนการรับรู้ข้อมูลข้าวอินทรีย์ของกลุ่มผู้ที่รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นบางครั้งมีผลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับมากร้อยละ 43.24 และในทำนองเดียวกันกับ

การรับรู้ของกลุ่มผู้ที่รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นประจำมีผลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับมากร้อยละ 79.49

ตารางที่ 4.10 ระดับการตัดสินใจซื้อหลังจากการรับรู้ข้อมูลข้าวอินทรีย์

ระดับการตัดสินใจซื้อหลังจากการรับรู้ข้อมูลข้าวอินทรีย์	ผู้ที่รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์แต่ไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์		ผู้ที่รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นบางครั้ง		ผู้ที่รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นประจำ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
	(คน)		(คน)		(คน)	
ไม่มีผล	89	23.67	17	9.19	4	10.26
มีผลน้อย	91	24.20	26	14.05	3	7.69
มีผลปานกลาง	153	40.69	62	33.51	1	2.56
มีผลมาก	43	11.44	80	43.24	31	79.49
รวม	376	100.00	185	100.00	39	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ ณ วันที่ 10 ธันวาคม พ.ศ. 2552 ถึงวันที่ 30 มกราคม พ.ศ. 2553

ตารางที่ 4.11 การได้ยิน (รับรู้/ตระหนัก) ข้อมูลของผู้บริโภคกลุ่มที่รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์แต่ไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์ พบว่า ได้รับรู้ข้อมูลกระบวนการและวิธีการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์มากที่สุดร้อยละ 77.66 รองลงมาคือ ข้อมูลเกี่ยวกับงานมหกรรมเกษตรอินทรีย์/Thaifex/งานกรีนแฟร์/รวมพลคนอินทรีย์/งานสัมมนาเกษตรอินทรีย์หรืองานนิทรรศการเกษตรอินทรีย์ ร้อยละ 72.87 และเคยรับรู้ข้อมูลมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ของสำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ (มกอช.) ร้อยละ 60.37

ตารางที่ 4.11 การได้ยื่น (รับรู้/ตระหนัก) ข้อมูลของผู้บริโภค

ข้อมูล	เคยได้ยื่น (รับรู้/ตระหนัก) ข้อมูล					
	ผู้ที่รับรู้นโยบาย เกษตรกรอินทรีย์แต่ ไม่เคยซื้อข้าว อินทรีย์ (376 คน)		ผู้ที่รับรู้นโยบาย เกษตรกรอินทรีย์และ ซื้อข้าวอินทรีย์เป็น บางครั้ง (185 คน)		ผู้ที่รับรู้นโยบาย เกษตรกรอินทรีย์และ ซื้อข้าวอินทรีย์เป็น ประจำ (39 คน)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
	(คน)		(คน)		(คน)	
1. กระบวนการและวิธีการผลิตสินค้า เกษตรกรอินทรีย์	292	77.66	161	87.03	35	89.74
2. ข้อมูลเกษตรกร ผู้ค้า ผู้ส่งออก ข้อมูล ตลาด และกฎระเบียบสินค้าเกษตรกรอินทรีย์ ฯลฯ	169	44.95	126	68.11	30	76.92
3. ข้อมูลจากเครือข่ายศูนย์ปฏิบัติการข้อมูล การตลาดสินค้าเกษตรกรอินทรีย์ (Commerce Intelligence of MOC : CIM) กระทรวง พาณิชย์	129	34.31	97	52.43	20	51.28
4. งานมหกรรมเกษตรกรอินทรีย์/ThaiTex/งาน กรีนแฟร์ /รวมพลคนอินทรีย์/งานสัมมนา เกษตรกรอินทรีย์หรืองานนิทรรศการเกษตร อินทรีย์	274	72.87	148	80.00	33	84.62
5. แหล่งจำหน่ายสินค้าเกษตรกรอินทรีย์ใน ต่างจังหวัด	142	37.77	104	56.22	26	66.67
6. มาตรฐานออร์แกนิกไทยแลนด์ (Organic Thailand)	149	39.63	113	61.08	28	71.79
7. มาตรฐานเกษตรกรอินทรีย์ของสำนักงาน มาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ (มกอช.)	227	60.37	130	70.27	30	76.92
8. มาตรฐานของสำนักงานมาตรฐานเกษตร อินทรีย์ (มกท.)	148	39.40	113	61.10	26	66.70

ตารางที่ 4.11 (ต่อ)

ข้อมูล	เคยได้ยิน (รับรู้/ตระหนัก) ข้อมูล					
	ผู้ที่รับรู้นโยบาย เกษตรกรอินทรีย์แต่ไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์ (376 คน)		ผู้ที่รับรู้นโยบาย เกษตรกรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็น บางครั้ง (185 คน)		ผู้ที่รับรู้นโยบาย เกษตรกรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็น ประจำ (39 คน)	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
9. มาตรฐานเกษตรกรอินทรีย์ของ ต่างประเทศ	123	32.70	81	43.80	23	59.00
10. บริษัทที่ให้การรับรองจาก ต่างประเทศ	104	27.70	79	42.70	20	51.30

ที่มา: จากการสำรวจ ณ วันที่ 10 ธันวาคม พ.ศ. 2552 ถึงวันที่ 30 มกราคม พ.ศ. 2553

ส่วนผู้บริโภคที่รับรู้ นโยบายเกษตรกรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นบางครั้ง พบว่า รับรู้ข้อมูลกระบวนการและวิธีการผลิตสินค้าเกษตรกรอินทรีย์มากที่สุดร้อยละ 87.03 รองลงมาคือข้อมูลงานมหกรรมเกษตรกรอินทรีย์/Thaifex/งานกรีนแฟร์/รวมพลคนอินทรีย์/งานสัมมนาเกษตรกรอินทรีย์หรืองานนิทรรศการเกษตรกรอินทรีย์ร้อยละ 80 และรับรู้ข้อมูลมาตรฐานเกษตรกรอินทรีย์ของสำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ (มกอช.) ร้อยละ 70.27

ผู้บริโภคกลุ่มที่รับรู้ นโยบายเกษตรกรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นประจำ พบว่า รับรู้ข้อมูลกระบวนการและวิธีการผลิตสินค้าเกษตรกรอินทรีย์มากที่สุดร้อยละ 89.74 รองลงมาคือ ข้อมูลงานมหกรรมเกษตรกรอินทรีย์/Thaifex/งานกรีนแฟร์ /รวมพลคนอินทรีย์/งานสัมมนาเกษตรกรอินทรีย์หรืองานนิทรรศการเกษตรกรอินทรีย์ร้อยละ 84.62 และรับรู้ข้อมูลเกษตรกร ผู้ค้า ผู้ส่งออก ข้อมูลตลาดและกฎระเบียบสินค้าเกษตรกรอินทรีย์ ฯลฯ และข้อมูลมาตรฐานเกษตรกรอินทรีย์ของสำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ (มกอช.) ร้อยละ 76.92 เท่ากัน

ตารางที่ 4.12 การรับรู้ข้อมูลสินค้าเกษตรกรอินทรีย์ของผู้บริโภค พบว่า ผู้ที่รับรู้ นโยบายเกษตรกรอินทรีย์แต่ไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์ เคยได้รับรู้ข้อมูลและเคยซื้อผักและสมุนไพรอินทรีย์มากที่สุดร้อยละ 49.73 รองลงมาคือเคยได้รับรู้ข้อมูลและเคยซื้อผลไม้อินทรีย์ ร้อยละ 43.88 และใน

ผู้บริโภครุ่นนี้เคยรับรู้ข้อมูลแต่ไม่เคยซื้อสัตว์น้ำอินทรีย์ และปลุสัตว์อินทรีย์ ร้อยละ 42.02 และ ร้อยละ 40.96 ตามลำดับ

กลุ่มผู้บริโภครุ่นที่รับรู้นโยบายและซื้อข้าวอินทรีย์เป็นบางครั้งนั้นพบว่าร้อยละ 77.30 เคยรับรู้ ข้อมูลและเคยซื้อผักและสมุนไพรอินทรีย์ รองลงมาคือเคยรับรู้ข้อมูลและเคยซื้อผลไม้อินทรีย์ร้อยละ 63.78 และในผู้บริโภครุ่นนี้ส่วนมากร้อยละ 41.08 เคยได้ยินข้อมูลปลุสัตว์อินทรีย์แต่ไม่เคยซื้อ

ส่วนผู้บริโภครุ่นที่รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นประจำส่วนมากรับรู้ ข้อมูลและซื้อผักและสมุนไพรร้อยละ 76.92 รองลงมาคือเคยได้รับรู้ข้อมูลและซื้อสินค้าแปรรูป อินทรีย์ร้อยละ 74.36 และในผู้บริโภครุ่นนี้เคยรับรู้ข้อมูลสัตว์น้ำอินทรีย์และผลไม้อินทรีย์แต่ไม่ เคยซื้อร้อยละ 41.03 และร้อยละ 28.21 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.13 ความน่าเชื่อถือของแหล่งจำหน่ายข้าวอินทรีย์ พบว่า แหล่งจำหน่ายที่ น่าเชื่อถือมากที่สุดของผู้ที่รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์แต่ไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์ คือ งานมหกรรม เกษตรอินทรีย์/งานแฟร์ ร้อยละ 63.60 รองลงมาคือ ห้างสรรพสินค้า/ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้อยละ 55.30 สำหรับแหล่งจำหน่ายที่น่าเชื่อถือมากที่สุดของผู้ที่รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์ เป็นบางครั้ง คือ งานมหกรรมเกษตรอินทรีย์/งานแฟร์ร้อยละ 59.50 รองลงมา คือ ร้านค้าเฉพาะ ทาง/ร้านกรีนร้อยละ 56.20 ส่วนผู้ที่รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นประจำ พบว่าแหล่งจำหน่ายที่น่าเชื่อถือมากที่สุดคือ งานมหกรรมเกษตรอินทรีย์/งานแฟร์และร้านค้าเฉพาะ ทาง/ร้านกรีน ร้อยละ 56.40 รองลงมา คือ ตลาดชุมชน/ตลาดสีเขียว ร้อยละ 43.60

ตารางที่ 4.14 ระดับราคาที่ผู้บริโภครุ่นนี้ยอมรับได้ พบว่า ผู้ที่รับรู้นโยบายเกษตร อินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นบางครั้งร้อยละ 79.50 และผู้ที่รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าว อินทรีย์เป็นประจำร้อยละ 76.80 ยอมรับราคาข้าวอินทรีย์ที่สูงกว่าราคาข้าวทั่วไปร้อยละ 20

ตารางที่ 4.15 นโยบายเกษตรอินทรีย์ที่ภาครัฐควรปรับปรุงของกลุ่มผู้รับรู้ นโยบายเกษตร อินทรีย์แต่ไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์พบว่าภาครัฐควรปรับปรุงการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกษตรอินทรีย์ มากที่สุดร้อยละ 65.16 รองลงมาคือมาตรฐานการรับรองเกษตรอินทรีย์ร้อยละ 47.07 และจำนวน แหล่งจำหน่ายที่มีอยู่น้อยร้อยละ 44.68

ตารางที่ 4.12 การรับรู้ข้อมูลสินค้าเกษตรอินทรีย์ของผู้บริโภค

ข้อมูลสินค้าเกษตรอินทรีย์	ผู้ที่รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์แต่ไม่เคยซื้อ ข้าวอินทรีย์ (376 คน)		ผู้ที่รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์ เป็นบางครั้ง (185 คน)				ผู้ที่รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าว อินทรีย์เป็นประจำ (39 คน)					
	เคยได้ยิน		เคยได้ยิน		เคยได้ยิน		เคยได้ยิน		เคยได้ยิน		เคยได้ยิน	
	(รับรู้/ตระหนัก) ข้อมูลและชื่อ	(รับรู้/ตระหนัก) ข้อมูลแต่ไม่เคยซื้อ	(รับรู้/ตระหนัก) ข้อมูลและชื่อ	(รับรู้/ตระหนัก) ข้อมูลแต่ไม่เคยซื้อ	(รับรู้/ตระหนัก) ข้อมูลและชื่อ	(รับรู้/ตระหนัก) ข้อมูลแต่ไม่เคยซื้อ	(รับรู้/ตระหนัก) ข้อมูลและชื่อ	(รับรู้/ตระหนัก) ข้อมูลแต่ไม่เคยซื้อ	(รับรู้/ตระหนัก) ข้อมูลและชื่อ	(รับรู้/ตระหนัก) ข้อมูลแต่ไม่เคยซื้อ	(รับรู้/ตระหนัก) ข้อมูลและชื่อ	(รับรู้/ตระหนัก) ข้อมูลแต่ไม่เคยซื้อ
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1.ผลไม้อินทรีย์ ได้แก่ ลำไย ส้มโอ กล้วย สับปะรด	165	43.88	136	36.17	118	63.78	38	20.54	26	66.67	11	28.21
2.ผักและสมุนไพรอินทรีย์ ได้แก่ งา ถั่วเหลือง ผักสด หน่อไม้ฝรั่ง อ้อยอินทรีย์	187	49.73	135	35.90	143	77.30	26	14.05	30	76.92	7	17.95
3.สัตว์น้ำอินทรีย์ ได้แก่ กุ้ง อินทรีย์ ปลาอินทรีย์	91	24.20	158	42.02	65	35.14	69	37.30	18	46.15	16	41.03
4.ปศุสัตว์อินทรีย์ ได้แก่ โคนเนื้อ โคนม แพะ สัตว์ปีก ฟัน สุกร อินทรีย์	110	29.26	154	40.96	78	42.16	76	41.08	26	66.67	9	23.08

ตารางที่ 4.12 (ต่อ)

ข้อมูลสินค้าเกษตรอินทรีย์	ผู้ที่ได้รับนโยบายเกษตรอินทรีย์แต่ไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์ (376 คน)				ผู้ที่ได้รับนโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นบางครั้ง (185 คน)				ผู้ที่ได้รับนโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นประจำ (39 คน)			
	เคยได้ยิน (รับรู้/ตระหนัก) ข้อมูลและซื้อ		เคยได้ยิน (รับรู้/ตระหนัก) ข้อมูลแต่ไม่เคยซื้อ		เคยได้ยิน (รับรู้/ตระหนัก) ข้อมูลและซื้อ		เคยได้ยิน (รับรู้/ตระหนัก) ข้อมูลแต่ไม่เคยซื้อ		เคยได้ยิน (รับรู้/ตระหนัก) ข้อมูลและซื้อ		เคยได้ยิน (รับรู้/ตระหนัก) ข้อมูลแต่ไม่เคยซื้อ	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
5.สินค้าเกษตรอินทรีย์แปรรูป ได้แก่ อาหารเสริม น้ำตาล น้ำมันมะพร้าว	156	41.49	137	36.44	109	58.92	47	25.41	29	74.36	7	17.95
ร้อยละเฉลี่ย	76.01				83.14				91.80			

ที่มา: จากการสำรวจ ณ วันที่ 10 ธันวาคม พ.ศ. 2552 ถึงวันที่ 30 มกราคม พ.ศ. 2553

ตารางที่ 4.13 ความน่าเชื่อถือของแหล่งจำหน่ายข้าวอินทรีย์

ความน่าเชื่อถือของ แหล่งจำหน่ายข้าว อินทรีย์	ผู้ที่ได้รับนโยบายเกษตร อินทรีย์แต่ไม่เคยซื้อข้าว อินทรีย์ (376 คน)		ผู้ที่ได้รับนโยบายเกษตร อินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์ เป็นบางครั้ง (185 คน)		ผู้ที่ได้รับนโยบายเกษตร อินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์ เป็นประจำ (39 คน)	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
	1.ร้านหน้าฟาร์ม	101	26.90	32	17.30	9
2.ตลาดชุมชน/ตลาด สีเขียว	90	23.90	71	38.40	17	43.60
3.งานมหกรรมเกษตร อินทรีย์/งานแฟร์	239	63.60	110	59.50	22	56.40
4.ห้างสรรพสินค้า/ ซูเปอร์มาเก็ต	208	55.30	86	46.50	9	23.10
5.ร้านค้าเฉพาะทาง/ ร้านกรีน	156	41.50	104	56.20	22	56.40
6.อื่นๆ เช่น ซื้อจาก เกษตรกรโดยตรง	7	1.90	6	3.20	5	12.80

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ที่มา: จากการสำรวจ ณ วันที่ 10 ธันวาคม พ.ศ. 2552 ถึงวันที่ 30 มกราคม พ.ศ. 2553

ตารางที่ 4.14 ระดับราคาสำหรับผู้บริโภคข้าวอินทรีย์ยอมรับได้

ราคา	ผู้ที่ได้รับนโยบายเกษตรอินทรีย์ แต่ไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์		ผู้ที่ได้รับนโยบายเกษตรอินทรีย์ และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นบางครั้ง		ผู้ที่ได้รับนโยบายเกษตรอินทรีย์ และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นประจำ		ผู้ที่ไม่เคยได้รับนโยบายเกษตร อินทรีย์และไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สูงกว่าราคาข้าวทั่วไปร้อยละ 5	0	0.00	0	0.00	1	2.60	3	0.50
สูงกว่าราคาข้าวทั่วไปร้อยละ 10	145	38.60	38	20.50	8	20.50	76	33.40
สูงกว่าราคาข้าวทั่วไปร้อยละ 20	122	32.40	76	41.10	10	25.60	56	33.00
สูงกว่าราคาข้าวทั่วไปร้อยละ 30	45	12.00	34	18.40	8	20.50	22	13.60
สูงกว่าราคาข้าวทั่วไปร้อยละ 40	23	6.10	7	3.80	2	5.10	15	5.90
สูงกว่าราคาข้าวทั่วไปร้อยละ 50	34	9.00	27	14.60	10	25.60	21	11.50
สูงกว่าราคาข้าวทั่วไปร้อยละ 60-80	1	0.30	1	0.50	0	0.00	0	0.30
เท่ากับราคาข้าวทั่วไป	6	1.60	1	1.10	0	0.00	7	1.90
รวม (คน)	376	100	185	100	39	100	200	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ ณ วันที่ 10 ธันวาคม พ.ศ. 2552 ถึงวันที่ 30 มกราคม พ.ศ. 2553

ตารางที่ 4.15 นโยบายเกษตรกรอินทรีย์ที่ภาครัฐควรปรับปรุง

นโยบายเกษตรกรอินทรีย์	ผู้ที่ได้รับรู้นโยบายเกษตรกรอินทรีย์ แต่ไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์ (376 คน)		ผู้ที่ได้รับรู้นโยบายเกษตรกรอินทรีย์ และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นบางครั้ง (185 คน)		ผู้ที่ได้รับรู้นโยบายเกษตรกรอินทรีย์ และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นประจำ (39 คน)		ผู้ที่ไม่เคยได้รับรู้นโยบายเกษตรกร อินทรีย์และไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์ (200 คน)	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1.มาตรฐานการรับรองเกษตรกรอินทรีย์	177	47.07	103	55.68	21	53.85	110	55.00
2.ความหลากหลายของสินค้า	117	31.12	51	27.57	14	35.90	63	31.50
3.จำนวนแหล่งจำหน่ายที่มีอยู่น้อย	168	44.68	80	43.24	16	41.03	83	41.50
4.งานวิจัยด้านการแปรรูป	82	21.81	48	25.95	10	25.64	47	23.50
5.การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกษตรกร อินทรีย์	245	65.16	119	64.32	21	53.85	142	71.00
6.งานวิจัยด้านการผลิต	99	26.33	59	31.89	12	30.77	60	30.00
7.ราคาสินค้าเกษตรกรอินทรีย์	161	42.82	83	44.86	21	53.85	78	39.00
8.งานวิจัยด้านตลาด	96	25.53	46	24.86	12	30.77	60	30.00
9.อื่นๆ เช่น ทัศนคติของภาครัฐใน การให้ความสำคัญกับเกษตรกรอินทรีย์, ประกันราคาให้กับเกษตรกรโดยตรง ในราคาสูงกว่าข้าวเคมี,สนับสนุน ส่งเสริมเกษตรกร ฯลฯ	10	2.66	11	5.95	8	20.51	8	4.00

ที่มา: จากการสำรวจ ณ วันที่ 10 ธันวาคม พ.ศ. 2552 ถึงวันที่ 30 มกราคม พ.ศ. 2553

ส่วนผู้บริโภคที่รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นบางครั้งเห็นว่าการปรับปรุงการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกษตรอินทรีย์มากที่สุดร้อยละ 64.32 รองลงมาคือ มาตรฐานการรับรองเกษตรอินทรีย์และราคาสินค้าเกษตรอินทรีย์ร้อยละ 55.68 และร้อยละ 44.86 ตามลำดับ

สำหรับผู้บริโภคที่รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นประจำเห็นว่าการปรับปรุงใน 3 ด้าน คือ การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกษตรอินทรีย์ มาตรฐานการรับรองเกษตรอินทรีย์และราคาสินค้าเกษตรอินทรีย์มากที่สุดร้อยละ 53.85 รองลงมาคือ จำนวนแหล่งจำหน่ายที่มีอยู่น้อยร้อยละ 41.03

ผู้ที่ไม่เคยรับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์และไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์พบว่าต้องการให้ภาครัฐปรับปรุงการเผยแพร่ข้อมูลเกษตรอินทรีย์มากที่สุดร้อยละ 71 รองลงมาคือ มาตรฐานการรับรองเกษตรอินทรีย์ร้อยละ 55 และแหล่งจำหน่ายที่มีอยู่น้อยร้อยละ 41.50

ตารางที่ 4.16 ระดับความเชื่อถือมาตรฐานผลิตภัณฑ์อินทรีย์ของรัฐซึ่งได้แก่ มาตรฐานออร์แกนิกไทยแลนด์ และมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ของสำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ (มกอช.) พบว่า ผู้ที่รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์แต่ไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์ส่วนใหญ่ร้อยละ 64.89 เชื่อถือมาตรฐานผลิตภัณฑ์อินทรีย์ของรัฐในระดับปานกลาง

ในทำนองเดียวกับผู้ที่รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นบางครั้ง ผู้ที่รับรู้ นโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นประจำและผู้ที่ไม่เคยรับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์และไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์มีความเชื่อถือมาตรฐานผลิตภัณฑ์อินทรีย์ของรัฐในระดับปานกลางร้อยละ 63.78 ร้อยละ 58.97 และร้อยละ 69.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.17 ความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับปริมาณการบริโภคอาหารอินทรีย์ของคนไทยจากการสอบถามผู้บริโภคจำนวน 800 คน พบว่า ผู้บริโภคทุกกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าส่วนใหญ่คนไทยบริโภคอาหารอินทรีย์ร้อยละ 1-25 โดยมีสัดส่วนดังนี้ผู้บริโภคกลุ่มที่รับรู้ นโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นประจำเห็นด้วยมากที่สุดร้อยละ 69.23 รองลงมาคือ ผู้บริโภคที่รับรู้ นโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นบางครั้งร้อยละ 58.92 ส่วนผู้ที่รับรู้ นโยบายเกษตรอินทรีย์แต่ไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์และผู้ที่ไม่เคยรับรู้ นโยบายเกษตรอินทรีย์และไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์ เห็นด้วยร้อยละ 57.98 และร้อยละ 47 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.16 ระดับความเชื่อถือมาตรฐานผลิตภัณฑ์อินทรีย์ของรัฐ

ระดับความเชื่อถือมาตรฐานผลิตภัณฑ์อินทรีย์ของรัฐ	ผู้ที่รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์แต่ไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์		ผู้ที่รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นบางครั้ง		ผู้ที่รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นประจำ		ผู้ที่ไม่เคยรับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์และไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
	ไม่เชื่อถือ	7	1.86	9	4.86	2	5.13	7
เชื่อถือน้อย	42	11.17	8	4.32	6	15.38	27	13.50
เชื่อถือปานกลาง	244	64.89	118	63.78	23	58.97	139	69.50
เชื่อถือมาก	83	22.07	50	27.03	8	20.51	27	13.50
รวม	376	100.00	185	100.00	39	100.00	200	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ ณ วันที่ 10 ธันวาคม พ.ศ. 2552 ถึงวันที่ 30 มกราคม พ.ศ. 2553

ตารางที่ 4.17 ความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับปริมาณการบริโภคอาหารอินทรีย์ของคนไทย

ปริมาณการบริโภคอาหารอินทรีย์ของคนไทย	ผู้ที่รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์แต่ไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์		ผู้ที่รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นบางครั้ง		ผู้ที่รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นประจำ		ผู้ที่ไม่เคยรับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์และไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
	ร้อยละ 1-25	218	57.98	109	58.92	27	69.23	94
ร้อยละ 26-50	130	34.57	57	30.81	9	23.08	76	38.00
ร้อยละ 51-75	25	6.65	14	7.57	1	2.56	27	13.50
ร้อยละ 76-100	3	0.80	5	2.70	2	5.13	3	1.50
รวม	376	100.00	185	100.00	39	100.00	200	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ ณ วันที่ 10 ธันวาคม พ.ศ. 2552 ถึงวันที่ 30 มกราคม พ.ศ. 2553

3. ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อหรือไม่ซื้อข้าวอินทรีย์

นโยบายด้านการผลิตมีผลต่อการตัดสินใจซื้อหรือไม่ซื้อข้าวอินทรีย์ของผู้บริโภคทุกกลุ่ม ร้อยละ 44.41 ซึ่งนโยบายนี้มีผลต่อผู้ที่ไม่เคยรับรู้ นโยบายเกษตรอินทรีย์และไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์มากที่สุดร้อยละ 45.88 นโยบายด้านการผลิตประกอบด้วยปัจจัยด้านต่างๆ ดังนี้ 1) การผ่านการรับรองมาตรฐาน 2) การรักษาสีและกลิ่น 3) ความหลากหลายของสินค้าที่ส่งเสริม และ 4) การเพิ่มรายได้ให้กับเกษตรกร ซึ่งโดยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคมากที่สุด คือ การผ่านการรับรองมาตรฐาน ร้อยละ 68 รองลงมาคือ การรักษาสีและกลิ่น การเพิ่มรายได้ให้กับเกษตรกร และความหลากหลายของสินค้าที่ส่งเสริม ร้อยละ 50.4 ร้อยละ 30.9 และร้อยละ 27.1 ตามลำดับ

นโยบายด้านตลาดมีผลต่อการตัดสินใจซื้อหรือไม่ซื้อข้าวอินทรีย์ของผู้บริโภคทุกกลุ่ม ร้อยละ 41.96 โดยนโยบายนี้มีผลต่อผู้ที่ไม่เคยรับรู้ นโยบายเกษตรอินทรีย์และไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์มากที่สุด ร้อยละ 43.67 นโยบายด้านตลาดประกอบด้วย 3 ปัจจัย คือ 1) แหล่งจำหน่าย 2) วัน เดือน ปี หมดอายุบนบรรจุภัณฑ์ และ 3) ยี่ห้อ/ตรา ภายใต้โครงการสร้างแบรนด์ มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค ร้อยละ 47.9 ร้อยละ 47.4 และร้อยละ 30.6 ตามลำดับ

นโยบายด้านการรณรงค์และประชาสัมพันธ์ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหรือไม่ซื้อข้าวอินทรีย์ของผู้บริโภคทุกกลุ่ม ร้อยละ 43.04 โดยนโยบายนี้มีผลต่อผู้ที่ไม่เคยรับรู้ นโยบายเกษตรอินทรีย์และไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์มากที่สุด ร้อยละ 45.33 นโยบายด้านการรณรงค์และประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย 3 ปัจจัย คือ 1) การรับรู้ข้อมูลความเสี่ยงที่เกิดจากสารพิษ 2) การรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับข้าวอินทรีย์และ 3) โฆษณาของรัฐ ซึ่งปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลความเสี่ยงที่เกิดจากสารพิษ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหรือไม่ซื้อข้าวอินทรีย์ของผู้บริโภคมากที่สุด ร้อยละ 52.5 รองลงมาคือ ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับข้าวอินทรีย์ ร้อยละ 50.3 และปัจจัยด้านโฆษณาของรัฐ ร้อยละ 26.4 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านอื่นๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหรือไม่ซื้อข้าวอินทรีย์ของผู้บริโภคพบว่า ปัจจัยด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคทุกกลุ่มมากที่สุด ร้อยละ 68.6 รองลงมาคือ ปัจจัยในด้านประโยชน์ของข้าวอินทรีย์ที่ทำให้สุขภาพร่างกายแข็งแรง ร้อยละ 61.8 และปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของระบบรับรองมาตรฐาน ร้อยละ 54.4 (ตารางที่ 4.18)

ตารางที่ 4.18 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อหรือไม่ซื้อข้าวอินทรีย์

	ผู้ที่ได้รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์แต่ไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์ (376 คน)	ผู้ที่ได้รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นบางครั้ง (185 คน)	ผู้ที่ได้รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นประจำ (39 คน)	ผู้ที่ไม่เคยได้รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์และไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์ (200 คน)	รวม
1.นโยบายด้านการผลิต	634 (42.15)	340 (42.95)	70 (44.87)	367 (45.88)	1,421 (44.41)
1.1.การผ่านการรับรองมาตรฐาน	262 (69.7)	119 (64.3)	21 (53.8)	142 (71.0)	554 (68.0)
1.2.รักษาสิ่งแวดล้อม	171 (45.5)	111 (60.0)	22 (56.4)	99 (49.5)	403 (50.4)
1.3.ความหลากหลายของสินค้าที่ส่งเสริม	101 (26.9)	42 (22.7)	10 (25.6)	64 (32.0)	217 (27.1)
1.4.เพิ่มรายได้ให้กับเกษตรกร	100 (26.6)	68 (36.8)	17 (43.6)	62 (31.0)	247 (30.9)
2.นโยบายด้านตลาด	473 (41.93)	227 (40.90)	45 (38.46)	262 (43.67)	1,007 (41.96)
2.1.วัน เดือน ปี หมดอายุ	175 (46.5)	87 (47.0)	14 (35.9)	103 (51.5)	379 (47.4)
2.2.แหล่งจำหน่าย	179 (47.6)	90 (48.6)	18 (46.2)	96 (48.0)	383 (47.90)

ตารางที่ 4.18 (ต่อ)

	ผู้ที่ได้รับนโยบายเกษตร อินทรีย์แต่ไม่เคยซื้อข้าว อินทรีย์ (376 คน)	ผู้ที่ได้รับนโยบายเกษตร อินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์ เป็นบางครั้ง (185 คน)	ผู้ที่ได้รับนโยบายเกษตร อินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์ เป็นประจำ (39 คน)	ผู้ที่ไม่เคยได้รับนโยบาย เกษตรอินทรีย์และไม่เคยซื้อ ข้าวอินทรีย์ (200 คน)	รวม
2.นโยบายด้านตลาด (ต่อ)					
2.3.ซื้อ/ตรา ภายได้ โครงการสร้างแบรนด์	119 (31.6)	50 (27.0)	13 (33.3)	63 (31.5)	245 (30.6)
3.นโยบายการรณรงค์ และประชาสัมพันธ์	492 (43.62)	224 (40.36)	45 (38.46)	272 (45.33)	1,033 (43.04)
3.1.การรับรู้ข้อมูลความ เสี่ยงที่เกิดจากสารพิษ	197 (52.4)	107 (57.8)	21 (53.8)	95 (47.5)	420 (52.5)
3.2.การรับรู้ข้อมูลเกี่ยว กับข้าวอินทรีย์	182 (48.4)	94 (50.8)	18 (46.2)	108 (54.0)	402 (50.3)
3.3.โฆษณาของรัฐ	113 (30.1)	23 (12.4)	6 (15.4)	69 (34.5)	211 (26.4)

ตารางที่ 4.18 (ต่อ)

	ผู้ที่ได้รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์แต่ไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์ (376 คน)	ผู้ที่ได้รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นบางครั้ง (185 คน)	ผู้ที่ได้รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นประจำ (39 คน)	ผู้ที่ไม่เคยได้รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์และไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์ (200 คน)	รวม
4.ปัจจัยอื่นๆ	1,346 (29.83)	644 (29.01)	144 (30.77)	706 (29.42)	2,840 (29.58)
4.1.ราคาข้าวอินทรีย์	268 (71.3)	110 (59.5)	23 (59.0)	148 (74.0)	549 (68.6)
4.2.ความสม่ำเสมอของข้าวที่จำหน่าย	88 (23.4)	41 (22.2)	19 (48.7)	37 (18.5)	185 (23.1)
4.3.น้ำหนักของข้าวที่บรรจุ	71 (18.9)	30 (16.2)	8 (20.5)	41 (20.5)	150 (18.8)
4.4.บรรจุภัณฑ์ (Package)	109 (29.0)	53 (28.6)	11 (28.2)	56 (28.0)	229 (28.6)
4.5.รสนิยมน/ค่านิยม/กระแส	104 (27.7)	36 (19.5)	11 (28.2)	48 (24.0)	199 (24.9)
4.6.ความน่าเชื่อถือของระบบรับรองมาตรฐาน	205 (54.5)	106 (57.3)	15 (38.5)	109 (54.5)	435 (54.4)
4.7.ร้านค้าที่ซื้อเป็นประจำ	85 (22.6)	44 (23.8)	18 (46.2)	41 (20.5)	188 (23.5)

ตารางที่ 4.18 (ต่อ)

	ผู้ที่ได้รับนโยบายเกษตรอินทรีย์แต่ไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์ (376 คน)	ผู้ที่ได้รับนโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นบางครั้ง (185 คน)	ผู้ที่ได้รับนโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นประจำ (39 คน)	ผู้ที่ไม่เคยได้รับนโยบายเกษตรอินทรีย์และไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์ (200 คน)	รวม
4.ปัจจัยอื่นๆ (ต่อ)					
4.8.ประสบการณ์ซื้อสินค้าอินทรีย์	60 (16.0)	40 (21.6)	10 (25.6)	38 (19.0)	148 (18.5)
4.9.เพื่อสุขภาพให้ร่างกายแข็งแรง	225 (59.8)	132 (71.4)	24 (61.5)	113 (56.5)	494 (61.8)
4.10.เป็นยาบำรุงกำลัง	50 (13.3)	21 (11.4)	2 (5.1)	30 (15.0)	103 (12.9)
4.11.โปรโมชั่นจากร้านจำหน่าย	71 (18.9)	25 (13.5)	3 (7.7)	34 (17.0)	133 (16.6)
4.12.ไม่มีความจำเป็นในการบริโภค	10 (2.7)	6 (3.2)	0	11 (5.5)	27 (3.4)

หมายเหตุ: () ร้อยละ

ที่มา: จากการสำรวจ ณ วันที่ 10 ธันวาคม พ.ศ. 2552 ถึงวันที่ 30 มกราคม พ.ศ. 2553

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ความตระหนักของผู้บริโภคต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์

การวิเคราะห์ระดับความตระหนักของผู้บริโภคต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ซึ่งประกอบด้วยระดับความตระหนักด้านเกษตรอินทรีย์ในภาพรวม ระดับความตระหนักด้านการผลิต ระดับความตระหนักด้านตลาด และระดับความตระหนักด้านมาตรฐานและการรับรองของผู้บริโภค 600 คน แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ 1) ผู้ที่รับรู้ว่านโยบายเกษตรอินทรีย์แต่ไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์ 376 คน 2) ผู้ที่รับรู้ว่านโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นบางครั้ง 185 คน และ 3) ผู้ที่รับรู้ว่านโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นประจำ 39 คน

ระดับความตระหนักด้านเกษตรอินทรีย์ของผู้บริโภค (ตารางที่ 4.19) ซึ่งประกอบด้วยความรู้ด้านการผลิต ด้านตลาด และด้านมาตรฐานและการรับรองของผู้บริโภคนั้น พบว่า ผู้บริโภค 342 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 57 มีความตระหนักในด้านเกษตรอินทรีย์ตั้งแต่ระดับปานกลางจนถึงระดับมากที่สุด หากพิจารณาผู้บริโภคในแต่ละกลุ่มพบว่า ผู้ที่รับรู้ว่านโยบายเกษตรอินทรีย์แต่ไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์ 178 คน หรือร้อยละ 47.34 ผู้ที่รับรู้ว่านโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นบางครั้ง 134 คน หรือร้อยละ 72.43 และผู้ที่รับรู้ว่านโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นประจำ 30 คน หรือร้อยละ 76.92 มีความตระหนักในด้านเกษตรอินทรีย์ตั้งแต่ระดับปานกลางจนถึงระดับมากที่สุด

จากตารางที่ 4.20 ระดับความตระหนักด้านการผลิตของผู้บริโภค พบว่า ผู้บริโภค 426 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 71 มีความตระหนักในการผลิตในระดับปานกลางจนถึงระดับมากที่สุด หากพิจารณาผู้บริโภคในแต่ละกลุ่ม พบว่า ผู้ที่รับรู้ว่านโยบายเกษตรอินทรีย์แต่ไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์ 248 คน หรือร้อยละ 65.96 ผู้ที่รับรู้ว่านโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นบางครั้ง 144 คน หรือร้อยละ 77.84 และผู้ที่รับรู้ว่านโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นประจำ 34 คน หรือร้อยละ 87.18 มีความตระหนักในการผลิตในระดับปานกลางจนถึงระดับมากที่สุด

ตารางที่ 4.19 ระดับความตระหนักรู้ด้านเกษตรอินทรีย์ของผู้บริโภค

ระดับความ ตระหนักรู้ด้าน เกษตรอินทรีย์	ผู้ที่รับรู้นโยบาย เกษตรอินทรีย์แต่ไม่เคย ซื้อข้าวอินทรีย์	ผู้ที่รับรู้นโยบายเกษตร อินทรีย์และซื้อข้าว อินทรีย์เป็นบางครั้ง	ผู้ที่รับรู้นโยบายเกษตร อินทรีย์และซื้อข้าว อินทรีย์เป็นประจำ	รวม
	(คน)	(คน)	(คน)	
น้อยที่สุด	107 (28.5)	22 (11.9)	3 (7.7)	132 (22.00)
น้อย	91 (24.2)	29 (15.7)	6 (15.4)	126 (21.00)
ปานกลาง	68 (18.1)	28 (15.1)	7 (17.9)	103 (17.17)
มาก	71 (18.9)	55 (29.7)	11 (28.2)	137 (22.83)
มากที่สุด	39 (10.4)	51 (27.6)	12 (30.8)	102 (17.00)
รวม	376 (100.00)	185 (100.00)	39 (100.00)	600 (100)

หมายเหตุ: () ร้อยละ

ที่มา: จากการสำรวจ ณ วันที่ 10 ธันวาคม พ.ศ. 2552 ถึงวันที่ 30 มกราคม พ.ศ. 2553

ตารางที่ 4.20 ระดับความตระหนักรู้ด้านการผลิตของผู้บริโภค

ระดับความ ตระหนักรู้ ด้านการผลิต	ผู้ที่รับรู้นโยบายเกษตร อินทรีย์แต่ไม่เคยซื้อ ข้าวอินทรีย์ (คน)	ผู้ที่รับรู้นโยบาย เกษตรอินทรีย์และ ซื้อข้าวอินทรีย์เป็น บางครั้ง (คน)	ผู้ที่รับรู้นโยบาย เกษตรอินทรีย์และ ซื้อข้าวอินทรีย์เป็น ประจำ (คน)	รวม
	น้อยที่สุด	72 (19.1)	14 (7.6)	
น้อย	56 (14.9)	27 (14.6)	1 (2.6)	84 (14.00)

ตารางที่ 4.20 (ต่อ)

ระดับความ ตระหนักรู้ ด้านการผลิต	ผู้ที่รับรู้นโยบายเกษตร อินทรีย์แต่ไม่เคยซื้อ ข้าวอินทรีย์ (คน)	ผู้ที่รับรู้นโยบาย เกษตรอินทรีย์และ ซื้อข้าวอินทรีย์เป็น บางครั้ง (คน)	ผู้ที่รับรู้นโยบาย เกษตรอินทรีย์และ ซื้อข้าวอินทรีย์เป็น ประจำ (คน)	รวม
ปานกลาง	95 (25.3)	28 (15.1)	6 (15.4)	129 (21.50)
มาก	95 (25.3)	47 (25.4)	16 (41.0)	158 (26.33)
มากที่สุด	58 (15.4)	69 (37.3)	12 (30.8)	139 (23.17)
รวม	376 (100.00)	185 (100.00)	39 (100.00)	600 (100.00)

หมายเหตุ: () ร้อยละ

ที่มา: จากการสำรวจ ณ วันที่ 10 ธันวาคม พ.ศ. 2552 ถึงวันที่ 30 มกราคม พ.ศ. 2553

ระดับความตระหนักรู้ด้านตลาดของผู้บริโภค (ตารางที่ 4.21) พบว่า ผู้บริโภค 394 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 65.67 มีความตระหนักรู้ในด้านตลาดในระดับปานกลางจนถึงระดับมากที่สุด หากพิจารณาผู้บริโภคในแต่ละกลุ่ม พบว่า ผู้ที่รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์แต่ไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์ 217 คน หรือร้อยละ 57.71 ผู้ที่รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นบางครั้ง 146 คน หรือร้อยละ 78.91 และผู้ที่รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นประจำ 31 คน หรือร้อยละ 79.49 มีความตระหนักรู้ในด้านตลาดในระดับมากจนถึงระดับมากที่สุด

ตารางที่ 4.21 ระดับความตระหนักรู้ด้านตลาดของผู้บริโภค

ระดับความ ตระหนักรู้ด้าน ตลาด	ผู้ที่รับรู้นโยบายเกษตร อินทรีย์แต่ไม่เคยซื้อ ข้าวอินทรีย์(คน)	ผู้ที่รับรู้นโยบายเกษตร อินทรีย์และซื้อข้าว อินทรีย์เป็นบางครั้ง	ผู้ที่รับรู้นโยบายเกษตร อินทรีย์และซื้อข้าว อินทรีย์เป็นประจำ	รวม
น้อยที่สุด	55 (14.6)	8 (4.3)	1 (2.6)	64 (10.7)
น้อย	104 (27.7)	31 (16.8)	7 (17.9)	142 (23.7)
ปานกลาง	94 (25.0)	45 (24.3)	9 (23.1)	148 (24.7)
มาก	70 (18.6)	50 (27.0)	4 (10.3)	124 (20.7)
มากที่สุด	53 (14.1)	51 (27.6)	18 (46.2)	122 (20.7)
รวม	376 (100.00)	185 (100.00)	39 (100.00)	600 (100.00)

หมายเหตุ: () ร้อยละ

ที่มา: จากการสำรวจ ณ วันที่ 10 ธันวาคม พ.ศ. 2552 ถึงวันที่ 30 มกราคม พ.ศ. 2553

ระดับความตระหนักรู้ด้านมาตรฐานและการรับรองของผู้บริโภค (ตารางที่ 4.22) พบว่า ผู้บริโภค 261 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 43.50 มีความตระหนักรู้ในด้านมาตรฐานและการรับรองในระดับปานกลางจนถึงระดับมากที่สุด หากพิจารณาผู้บริโภคในแต่ละกลุ่ม พบว่า ผู้ที่รับรู้ นโยบายเกษตรอินทรีย์แต่ไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์ 135 คน หรือร้อยละ 35.90 ผู้ที่รับรู้ นโยบายเกษตรอินทรีย์ และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นบางครั้ง 101 คน หรือร้อยละ 54.60 และผู้ที่รับรู้ นโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นประจำ 25 คน หรือร้อยละ 64.10 มีความตระหนักรู้ในด้านมาตรฐานและการรับรองในระดับปานกลางจนถึงระดับมากที่สุด

ตารางที่ 4.22 ระดับความตระหนักรู้ด้านมาตรฐานและการรับรองของผู้บริโภค

ระดับความ ตระหนักรู้ด้าน มาตรฐานและการ รับรอง	ผู้ที่รับรู้นโยบาย เกษตรอินทรีย์แต่ไม่ เคยซื้อข้าวอินทรีย์ (คน)	ผู้ที่รับรู้นโยบายเกษตร อินทรีย์และซื้อข้าว อินทรีย์เป็นบางครั้ง (คน)	ผู้ที่รับรู้นโยบายเกษตร อินทรีย์และซื้อข้าว อินทรีย์เป็นประจำ (คน)	รวม
น้อยที่สุด	185 (49.2)	51 (27.6)	9 (23.1)	245 (40.83)
น้อย	56 (14.9)	33 (17.8)	5 (12.8)	94 (15.67)
ปานกลาง	38 (10.1)	29 (15.7)	9 (23.1)	76 (12.67)
มาก	35 (9.3)	10 (5.4)	5 (12.8)	50 (8.33)
มากที่สุด	62 (16.5)	62 (33.5)	11 (28.2)	135 (22.50)
รวม	376 (100.00)	185 (100.00)	39 (100.00)	600 (100)

หมายเหตุ: () ร้อยละ

ที่มา: จากการสำรวจ ณ วันที่ 10 ธันวาคม พ.ศ. 2552 ถึงวันที่ 30 มกราคม พ.ศ. 2553

จากข้อมูลระดับความตระหนักรู้ของผู้บริโภคในด้านเกษตรอินทรีย์ในภาพรวม ด้านการผลิต ด้านตลาดและด้านมาตรฐานและการรับรองนั้น พบว่า ผู้บริโภคทั้ง 3 กลุ่มมากกว่าครึ่งของจำนวนผู้บริโภคทั้งหมด มีระดับความตระหนักรู้ด้านเกษตรอินทรีย์ในภาพรวม ด้านการผลิต ด้านตลาดในระดับปานกลางจนถึงระดับมากที่สุด ยกเว้นความตระหนักรู้ด้านมาตรฐานและการรับรองนั้นพบว่ามีผู้บริโภคเพียงร้อยละ 43.50 เท่านั้นที่มีการตระหนักรู้ด้านนี้ และหากพิจารณาในแต่ละกลุ่มพบว่า ผู้ที่รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์แต่ไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์มีความตระหนักรู้ด้านมาตรฐานและการรับรองในระดับปานกลางถึงมากที่สุดเพียงร้อยละ 35.90 เท่านั้น ขณะที่ผู้ที่รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นบางครั้ง และผู้ที่รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นประจำมีความตระหนักรู้ในระดับปานกลางถึงมากที่สุดร้อยละ 54.60 และร้อยละ 64.10 ตามลำดับ

ในส่วนต่อไปนี้เป็นารเปรียบเทียบความตระหนักรู้ในระดับมากและระดับมากที่สุดของผู้บริโภคในแต่ละด้าน ดังนี้ (ตารางที่ 4.23) ผู้ที่รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์แต่ไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์มีความตระหนักรู้ในระดับมากและมากที่สุด ในด้านการผลิตมากที่สุดร้อยละ 40.69 รองลงมาคือ ด้านตลาดร้อยละ 32.71 ด้านเกษตรอินทรีย์ในภาพรวมร้อยละ 29.26 และด้านมาตรฐานร้อยละ 25.80

ผู้ที่รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นบางครั้ง มีความตระหนักรู้ในระดับมากและมากที่สุด ในด้านการผลิตมากที่สุดร้อยละ 62.70 รองลงมาคือ ด้านเกษตรอินทรีย์ในภาพรวมร้อยละ 57.30 ด้านตลาดร้อยละ 54.59 และด้านมาตรฐานร้อยละ 38.92

ในทำนองเดียวกันผู้ที่รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นประจำมีความตระหนักรู้ในระดับมากและมากที่สุด ในด้านการผลิตมากที่สุดร้อยละ 71.79 รองลงมาคือ ด้านเกษตรอินทรีย์ในภาพรวมร้อยละ 58.97 ด้านตลาดร้อยละ 56.41 และด้านมาตรฐานร้อยละ 41.03

ตารางที่ 4.23 จำนวนผู้บริโภคที่มีความตระหนักรู้ในระดับมากและระดับมากที่สุดในด้านเกษตรอินทรีย์ภาพรวม ด้านการผลิต ด้านตลาด และด้านมาตรฐานและการรับรอง

ประเด็น	จำนวนผู้บริโภค (คน) ที่มีความตระหนักรู้ในระดับมาก และระดับมากที่สุด		
	ผู้ที่รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์แต่ไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์ (คน)	ผู้ที่รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นบางครั้ง (คน)	ผู้ที่รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นประจำ (คน)
	ด้านเกษตรอินทรีย์	110	106
ในภาพรวม	(29.26)	(57.30)	(58.97)
ด้านการผลิต	153	116	28
	(40.69)	(62.70)	(71.79)
ด้านตลาด	123	101	22
	(32.71)	(54.59)	(56.41)
ด้านมาตรฐานและ การรับรอง	97	72	16
	(25.80)	(38.92)	(41.03)

หมายเหตุ: () ร้อยละ

ที่มา: จากการสำรวจ ณ วันที่ 10 ธันวาคม พ.ศ. 2552 ถึงวันที่ 30 มกราคม พ.ศ. 2553

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อข้าวอินทรีย์

การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อข้าวอินทรีย์ ในแบบจำลองการตัดสินใจซื้อข้าวอินทรีย์ โดยทำการสำรวจผู้บริโภค 800 คน แบ่งกลุ่มผู้บริโภคออกเป็น 2 กลุ่ม คือ 1) ผู้ที่ซื้อข้าวอินทรีย์จำนวน 224 คน 2) ผู้ที่ไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์ 576 คน ผลการศึกษาเป็นดังนี้

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อข้าวอินทรีย์ในแบบจำลองการตัดสินใจซื้อข้าวอินทรีย์ ได้ทำการเลือกตัวแปรอิสระที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เพื่อหาตัวแปรอิสระที่ใช้ในจำลอง โดยนำตัวแปรอิสระที่ใช้ในการวิเคราะห์ทั้งหมด 8 ตัว ได้แก่

ข้อมูลส่วนบุคคล ประกอบด้วย 1) อายุของผู้บริโภค (AGE) 2) รายได้ต่อเดือนของผู้บริโภค (INCOME) 3) เพศของผู้บริโภค (SEX) 4) สมาชิกในครอบครัวที่ต้องดูแลเรื่องอาหารเป็นพิเศษ (NUMBER)

ข้อมูลความรู้ ประกอบด้วย 5) ความรู้ด้านการผลิต (KNOWLEDGE1) ได้แก่ กระบวนการและวิธีการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ รู้จักหรือเคยรับรู้หรือเคยซื้อผลไม้อินทรีย์ ผักอินทรีย์ สัตว์น้ำอินทรีย์ ปศุสัตว์อินทรีย์ และสินค้าเกษตรอินทรีย์แปรรูป 6) ความรู้ด้านตลาด (KNOWLEDGE2) ได้แก่ ความรู้ข้อมูลเกี่ยวกับเกษตรกร ผู้ค้า ผู้ส่งออก ข้อมูลเครือข่ายศูนย์ปฏิบัติการข้อมูลตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์ ข้อมูลงานมหกรรมเกษตรอินทรีย์ ฯลฯ และแหล่งจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์

ข้อมูลด้านนโยบาย ประกอบด้วย 7) นโยบายด้านการผลิต (POLICY1) ซึ่งได้แก่ การผ่านการรับรองมาตรฐาน การรักษาสิ่งแวดล้อม ความหลากหลายของสินค้าที่ส่งเสริม และการเพิ่มรายได้ให้กับเกษตรกร 8) การรับรู้ข้อมูลด้านความเสี่ยงที่เกิดจากสารพิษ (FACTOR4)

โดยทำการวิเคราะห์ตัวแปรอิสระทั้ง 8 ตัว ในแบบจำลองทั้งโลจิสติกและโพรบิท ซึ่งพบว่าแบบจำลองโพรบิทให้ค่า McFadden R-squared ที่ดีกว่า แสดงว่าข้อมูลที่นำมาศึกษามีการกระจายตัวแบบปกติ และมีความเหมาะสมกับแบบจำลองโพรบิท

ดังนั้นจึงใช้แบบจำลองโพรบิทในการประมาณค่าสัมประสิทธิ์ของฟังก์ชันความน่าจะเป็นด้วยวิธีการภาวะความน่าจะเป็นสูงสุด (Maximum likelihood estimation, MLE) พบว่า มีตัวแปรอิสระที่มีนัยสำคัญทางสถิติ 5 ตัว ได้แก่ อายุของผู้บริโภค (AGE) และรายได้ต่อเดือนของผู้บริโภค

(INCOME) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 สมาชิกในครอบครัวที่ต้องดูแลเรื่องอาหารเป็นพิเศษ (NUMBER) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90 ความรู้ด้านการผลิต (KNOWLEDGE1) และความรู้ด้านตลาด (KNOWLEDGE2) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

ผลการศึกษาแบบจำลองการตัดสินใจซื้อข้าวอินทรีย์

การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อข้าวอินทรีย์โดยใช้แบบจำลองโพรบิต (Probit model) และประมาณค่าสัมประสิทธิ์ของฟังก์ชันความน่าจะเป็น ด้วยวิธีการภาวะความน่าจะเป็นสูงสุด (Maximum likelihood estimation, MLE) โดยทำการคัดเลือกตัวแปรอิสระที่สามารถอธิบายการตัดสินใจซื้อข้าวอินทรีย์ได้ดีที่สุด พบว่า จากการประมาณค่า McFadden R-squared การตัดสินใจซื้อข้าวอินทรีย์สามารถอธิบายได้ด้วยตัวแปรอิสระที่คงไว้ในแบบจำลองร้อยละ 20.57 ซึ่งได้แก่ อายุของผู้บริโภค (AGE) รายได้ต่อเดือนของผู้บริโภค (INCOME) เพศของผู้บริโภค (SEX) สมาชิกในครอบครัวที่ต้องดูแลเรื่องอาหารเป็นพิเศษ (NUMBER) ความรู้ด้านการผลิต (KNOWLEDGE1) ความรู้ด้านตลาด (KNOWLEDGE2) นโยบายด้านการผลิต (POLICY1) การรับรู้ข้อมูลด้านความเสี่ยงที่เกิดจากสารพิษ (FACTOR4) (ตารางที่ 4.24)

การประมาณค่าแบบจำลองโพรบิตได้ผลการศึกษาดังนี้

$$P_i = \frac{1}{\sqrt{2\pi}} \int_{-\infty}^{Z_i} e^{-s^2/2} ds$$

โดยที่ $Z_i = \alpha + \beta_i X_i$

$$= -3.068987 + 0.026533 (AGE) + 0.0000166 (INCOME) + 0.002353 (SEX) + 0.175505 (NUMBER) + 0.074204 (KNOWLEDGE1) + 0.279611 (KNOWLEDGE2) + 0.054947 (POLICY1) + 0.065758 (FACTOR4)$$

ตารางที่ 4.24 ผลการประมาณค่าโดยใช้แบบจำลองโพรบิทในแบบจำลองการตัดสินใจซื้อข้าวอินทรีย์

ตัวแปรอิสระ (Independent Variable)	สัมประสิทธิ์ ^{1/} (Coefficient)	ผลกระทบส่วนเพิ่ม ^{1/} (Marginal Effect)	ค่าเฉลี่ย ^{1/} (Mean)
ค่าคงที่ (C)	-3.068987	-	
อายุ (AGE)	0.026533***	0.0087824	31.20
รายได้ต่อเดือนของผู้บริโภค (INCOME)	0.0000166***	0.00000548	16,703.60
เพศของผู้บริโภค (SEX)	0.002353	-	-
การมีสมาชิกในครอบครัวที่ ต้องดูแลเรื่องอาหารเป็นพิเศษ (NUMBER)	0.175505*	0.0548103	-
ความรู้ของผู้บริโภคในด้านการ ผลิต (KNOWLEDGE1)	0.074204***	0.0245609	6.53
ความรู้ของผู้บริโภคในด้าน ตลาด (KNOWLEDGE2)	0.279611***	0.0925493	1.89
นโยบายด้านการผลิต (POLICY1)	0.054947	-	1.76
การรับรู้ข้อมูลความเสี่ยงที่เกิด จากสารพิษ (FACTOR4)	0.065758	-	-

หมายเหตุ: *, *** หมายถึง ตัวแปรมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90 และ 99 ตามลำดับ

ที่มา: ^{1/} จากการคำนวณ ดังภาคผนวก จ

สามารถหาความน่าจะเป็นที่ผู้บริโภคจะมีโอกาสซื้อข้าวอินทรีย์จากค่าสัมประสิทธิ์ที่คำนวณได้ดังนี้

โดยผู้บริโภคเป็นเพศหญิงมีอายุเฉลี่ย 31.20 ปี มีรายได้หรือเงินเดือน 16,703.6 บาทต่อเดือน ในครอบครัวมีสมาชิกที่ต้องดูแลเรื่องอาหารเป็นพิเศษ มีระดับความรู้ด้านการผลิตเท่ากับ 6.53 คะแนน ระดับความรู้ด้านตลาดเท่ากับ 1.89 คะแนน นโยบายด้านการผลิต 1.76 คะแนน และในการซื้อผู้บริโภคคำนึงถึงข้อมูลด้านความเสี่ยงที่เกิดจากสารพิษ

$$\begin{aligned}
 Z_i &= -3.068987 + 0.026533 (31.20) + 0.0000166 (16,703.60) + 0.002353 (1) + \\
 &\quad 0.175505 (1) + 0.074204 (6.53) + 0.279611 (1.89) + 0.054947 (1.76) + 0.065758 (1) \\
 &= -0.61054
 \end{aligned}$$

ดังนั้นความน่าจะเป็นที่ผู้บริโภคมียุทธศาสตร์ซื้อข้าวอินทรีย์ คือ

$$\begin{aligned}
 P_i &= \frac{1}{\sqrt{2\pi}} \int_{-\infty}^{Z_i} e^{-s^2/2} ds \\
 &= 0.2706
 \end{aligned}$$

หมายความว่า ผู้บริโภคเป็นเพศหญิงมีอายุเฉลี่ย 31.20 ปี มีรายได้หรือเงินเดือน 16,703.6 บาทต่อเดือน ในครอบครัวมีสมาชิกที่ต้องดูแลเรื่องอาหารเป็นพิเศษ มีระดับความรู้ด้านการผลิตเท่ากับ 6.53 คะแนน ระดับความรู้ด้านตลาดเท่ากับ 1.89 คะแนน นโยบายด้านการผลิต 1.76 คะแนน และในการซื้อผู้บริโภคคำนึงถึงข้อมูลด้านความเสี่ยงที่เกิดจากสารพิษ จะมีโอกาสซื้อข้าวอินทรีย์เท่ากับ 0.2706 หรือร้อยละ 27.06

จากข้อมูลผลการประมาณค่าโดยใช้แบบจำลองโพรบิตในแบบจำลองการตัดสินใจซื้อข้าวอินทรีย์ สามารถอธิบายได้ดังนี้

1. ค่าสัมประสิทธิ์ของอายุของผู้บริโภค (AGE) มีเครื่องหมายเป็นบวก โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ แสดงว่าหากผู้บริโภคมีอายุเพิ่มขึ้นความน่าจะเป็นที่จะซื้อข้าวอินทรีย์จะเพิ่มมากขึ้น ค่า Marginal Effect ของอายุของผู้บริโภค (AGE) มีค่าเท่ากับ 0.0088 มีความหมายว่า หากผู้บริโภคมีอายุเพิ่มขึ้นจะทำให้ความน่าจะเป็นที่จะมีซื้อข้าวอินทรีย์เพิ่มขึ้น 0.0088

2. ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรรายได้ต่อเดือนของผู้บริโภค (INCOME) มีเครื่องหมายเป็นบวก โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ แสดงว่าหากผู้บริโภคมีรายได้ต่อเดือนเพิ่มขึ้นความน่าจะเป็นที่จะซื้อข้าวอินทรีย์จะเพิ่มมากขึ้น ค่า Marginal Effect ของรายได้ต่อเดือนของผู้บริโภค (INCOME) มีค่าเท่ากับ 0.000055 มีความหมาย

ว่า หากผู้บริโภคมีรายได้ต่อเดือนเพิ่มขึ้นจะทำให้ความน่าจะเป็นที่จะซื้อข้าวอินทรีย์เพิ่มขึ้น 0.0000055

3. ค่าสัมประสิทธิ์ของการมีสมาชิกในครอบครัวที่ต้องดูแลเรื่องอาหารเป็นพิเศษ (NUMBER) มีเครื่องหมายเป็นบวก โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ แสดงว่าหากครอบครัวมีสมาชิกที่ต้องดูแลเรื่องอาหารเป็นพิเศษความน่าจะเป็นที่จะซื้อข้าวอินทรีย์จะเพิ่มมากขึ้น จากค่า Marginal Effect ที่คำนวณเท่ากับ 0.0548 หมายความว่า หากผู้บริโภคมีสมาชิกในครอบครัวที่ต้องดูแลเรื่องอาหารเป็นพิเศษจะทำให้มีความน่าจะเป็นที่จะซื้อข้าวอินทรีย์มากขึ้น 0.0548

4. ค่าสัมประสิทธิ์ของความรู้ด้านการผลิต (KNOWLEDGE1) มีเครื่องหมายเป็นบวก โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ แสดงว่าถ้าผู้บริโภคมีความรู้ด้านการผลิตมากขึ้น ได้แก่ ความรู้ด้านกระบวนการและวิธีการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ รู้จักหรือเคยรับรู้หรือเคยซื้อผลไม้อินทรีย์ ผักอินทรีย์ สัตว์น้ำอินทรีย์ ปศุสัตว์อินทรีย์ และสินค้าเกษตรอินทรีย์แปรรูป ความน่าจะเป็นที่จะซื้อข้าวอินทรีย์จะเพิ่มมากขึ้น จากค่า Marginal Effect ที่คำนวณได้เท่ากับ 0.0246 หมายความว่า หากผู้บริโภคมีความรู้ด้านการผลิตมากขึ้นความน่าจะเป็นที่จะซื้อข้าวอินทรีย์จะเพิ่มมากขึ้น 0.0246

5. ค่าสัมประสิทธิ์ของความรู้ด้านตลาด (KNOWLEDGE2) มีเครื่องหมายเป็นบวก โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ แสดงว่าถ้าผู้บริโภคมีความรู้ด้านตลาดมากขึ้น ได้แก่ ความรู้ข้อมูลเกี่ยวกับเกษตรกร ผู้ค้า ผู้ส่งออก ข้อมูลเครือข่ายศูนย์ปฏิบัติการข้อมูลตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์ ข้อมูลงานมหกรรมเกษตรอินทรีย์ ฯลฯ และแหล่งจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ ความน่าจะเป็นที่จะซื้อข้าวอินทรีย์จะเพิ่มมากขึ้น จากค่า Marginal Effect ที่คำนวณได้เท่ากับ 0.0925 หมายความว่า หากผู้บริโภคมีความรู้ด้านตลาดมากขึ้นความน่าจะเป็นที่จะซื้อข้าวอินทรีย์จะเพิ่มมากขึ้น 0.0925

ส่วนที่ 5 สรุปผลการดำเนินนโยบายเกษตรอินทรีย์ที่มีต่อผู้บริโภค

ผลการศึกษาในส่วนนี้ เป็นการนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาในส่วนที่ 2 ข้อมูลเบื้องต้นของลักษณะปัจจัยส่วนบุคคล การรับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์และการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อหรือไม่ซื้อข้าวอินทรีย์ ส่วนที่ 3 ความตระหนักของผู้บริโภคต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ และส่วนที่ 4 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อข้าวอินทรีย์ มาวิเคราะห์ผลการดำเนินนโยบายเกษตรอินทรีย์โดยจำแนกตามยุทธศาสตร์เกษตรอินทรีย์ปีพ.ศ. 2549-2552 เป็น 5 ยุทธศาสตร์ดังนี้ 1) ยุทธศาสตร์ด้านการรณรงค์และประชาสัมพันธ์ 2) ยุทธศาสตร์ด้านการสร้างเครือข่ายแกนนำเกษตรกร 3) ยุทธศาสตร์ด้านการวิจัย 4) ยุทธศาสตร์ด้านการสนับสนุน และ 5) ยุทธศาสตร์ด้านการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์และส่งเสริมการตลาด

อนึ่งเนื่องจากยุทธศาสตร์ที่ 2 ด้านการสร้างเครือข่ายแกนนำเกษตรกร เป็นโครงการที่เกี่ยวข้องกับการฝึกอบรมเกษตรกร และการส่งเสริมการรวมกลุ่มซึ่งมิได้เกี่ยวข้องกับผู้บริโภคโดยตรงจึงไม่ได้ทำการวิเคราะห์ผลของยุทธศาสตร์ดังกล่าวที่มีต่อผู้บริโภค

1. ผลการดำเนินงานแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์ ด้านการรณรงค์และประชาสัมพันธ์ (ยุทธศาสตร์ที่ 1)

กล่าวได้ว่ากิจกรรมการระดมการรณรงค์และประชาสัมพันธ์เกษตรอินทรีย์ เป็นกิจกรรมที่กระทำโดยหน่วยงานต่าง ๆ ที่มีส่วนร่วมในแผนยุทธศาสตร์เดิม (2549-2552) จากการสำรวจผู้บริโภคในเขตกรุงเทพฯ ๙ 800 คน ปรากฏว่าผู้ที่รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์มี 600 คนจาก 800 คน ซึ่งเท่ากับ ร้อยละ 75 (ตารางที่ 4.5) โดยที่ มีเพียง 185 คนจาก 600 คน (ร้อยละ 30.83) ซื้อข้าวอินทรีย์เป็นบางครั้ง โดยที่ 136 คน จาก 185 คน (ร้อยละ 73.50) เริ่มซื้อข้าวอินทรีย์ ในระยะเวลา 1-3 ปี (ตารางที่ 4.7) ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ในระยะเวลา 1-3 ปีที่ผ่านมามากกว่าร้อยละ 70 ของผู้บริโภครับรู้นโยบายอินทรีย์ และในจำนวนนี้มากกว่าร้อยละ 70 มีการซื้อข้าวอินทรีย์ อันแสดงให้เห็นได้ว่า กิจกรรมการรณรงค์และประชาสัมพันธ์เกษตรอินทรีย์ของภาครัฐได้ผล

สำหรับผู้ที่ซื้อข้าวอินทรีย์เป็นบางครั้งและเป็นประจำนั้น ระดับการตัดสินใจซื้อหลังจากการรับรู้ข้อมูลข้าวอินทรีย์ มีผลต่อการตัดสินใจการซื้อระดับปานกลางและระดับมีผลมาก คิดเป็นร้อยละ 33.51 และ ร้อยละ 43.24 และ ร้อยละ 2.56 และ 79.49 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.10) สำหรับในกลุ่มผู้บริโภคนี้แหล่งที่มาของการรับรู้ข้อมูลอินทรีย์ สามอันดับแรก คือ (1) หนังสือ/วารสาร (2)

บุคคลใกล้ชิด เช่น ครอบครัว และ (3) แผ่นพับ/สิ่งพิมพ์/โปสเตอร์ (ตารางที่ 4.9) อย่างไรก็ตาม สำหรับผู้ที่ได้รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์แต่ไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์นั้น มีระดับการตัดสินใจซื้อหลังจากการรับรู้ข้อมูลข้าวอินทรีย์ มีผลต่อการตัดสินใจการซื้อระดับปานกลางคิดเป็นร้อยละ 40.69 และระดับมีผลมากคิดเป็นร้อยละ 11.44 ซึ่งแสดงว่า มากกว่าครึ่งมีผลต่อการตัดสินใจการซื้อ โดยที่แหล่งที่มาของการรับรู้ข้อมูลอินทรีย์ สามอันดับแรก คือ (1) โทรทัศน์ (2) หนังสือ/วารสาร และ (3) อินเทอร์เน็ต/เว็บไซต์ซึ่งแตกต่างกันกับกลุ่มผู้ซื้อนอกจากอันดับที่ 2 จากข้อมูลดังกล่าวสรุปได้ว่า มากกว่าร้อยละ 50 ของผู้บริโภคทั้งที่ซื้อและไม่ซื้อนั้น การรับรู้ข้อมูลอินทรีย์มีผลต่อการตัดสินใจการซื้อ และหนังสือ/วารสารเป็นแหล่งที่มาของการรับรู้ข้อมูลอินทรีย์ ของทั้งสองกลุ่มผู้บริโภคได้มากที่สุด

จากข้อมูลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อข้าวอินทรีย์ในส่วนที่ 4 พบว่า การมีสมาชิกที่ต้องดูแลเรื่องอาหารเป็นพิเศษนั้นเป็นปัจจัยหนึ่งที่จะทำให้ผู้บริโภคมีการตัดสินใจซื้อข้าวอินทรีย์ จากข้อมูลนี้จึงสามารถนำไปเป็นแนวทางในการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ในกลุ่มผู้ที่ต้องดูแลเรื่องอาหารเป็นพิเศษหรือครอบครัวผู้ที่ต้องดูแลเรื่องการเป็นพิเศษตามแหล่งสถานีนามัยสถานพยาบาล และ โรงพยาบาลต่างๆ ได้อีกทางหนึ่ง

2. ผลการดำเนินงานแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์ ด้านผลิต (ยุทธศาสตร์ที่ 3 และ 4)

จากข้อมูลการรับรู้ข้อมูลเรื่องกระบวนการผลิตและวิธีการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ (ตารางที่ 4.11) พบว่าผู้บริโภคที่ซื้อข้าวอินทรีย์เป็นประจำนั้นรู้จักข้อมูลกระบวนการผลิตและวิธีการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์มากที่สุด จำนวน 35 คนจาก 39 คน (ร้อยละ 89.74) รองลงมาคือผู้ซื้อข้าวอินทรีย์เป็นบางครั้ง จำนวน 161 คนจาก 185 คน (ร้อยละ 87.03) ส่วนผู้ที่ได้รับรู้นโยบายแต่ไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์ รับรู้ข้อมูลกระบวนการผลิตและวิธีการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ ร้อยละ 77.66 ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลการรับรู้สินค้าเกษตรอินทรีย์ของผู้บริโภค (ตารางที่ 4.12) พบว่าผู้ที่ซื้อข้าวอินทรีย์เป็นประจำรู้จักสินค้าชนิดอื่นๆ ซึ่งได้แก่ ผลไม้อินทรีย์ ผักอินทรีย์ สัตว์น้ำอินทรีย์ ปศุสัตว์อินทรีย์และสินค้าเกษตรอินทรีย์แปรรูปมากที่สุด เฉลี่ยร้อยละ 91.80 รองลงมาคือผู้ที่ซื้อข้าวอินทรีย์เป็นบางครั้งรู้จักสินค้าเกษตรอินทรีย์ชนิดอื่นๆ ร้อยละ 83.14 และผู้ที่ได้รับรู้นโยบายแต่ไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์รู้จักสินค้าเกษตรอินทรีย์ชนิดอื่นๆ ร้อยละ 76.01

ทั้งนี้ข้อมูลข้างต้นเป็นไปในทำนองเดียวกับการวิเคราะห์ระดับความตระหนักของผู้บริโภคต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ในด้านการผลิต (ตารางที่ 4.20) พบว่าผู้บริโภค 426 คนจาก 600 คน หรือคิด

เป็นร้อยละ 71 มีความตระหนักรู้ในด้านการผลิตในระดับปานกลางจนถึงระดับมากที่สุด โดยจำแนกในแต่ละกลุ่มได้ดังนี้ ผู้ที่รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นประจำ ร้อยละ 87.18 ผู้ที่รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นบางครั้ง ร้อยละ 77.84 และผู้ที่รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์แต่ไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์ ร้อยละ 65.96 มีความตระหนักรู้ในด้านการผลิตในระดับปานกลางจนถึงระดับมากที่สุด

จากข้อมูลการรับรู้และความตระหนักรู้ด้านการผลิตข้างต้นนั้นสอดคล้องกับการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อข้าวอินทรีย์ พบว่า ปัจจัยด้านความรู้ด้านการผลิตมีผลต่อการซื้อข้าวอินทรีย์ กล่าวคือ ถ้าผู้บริโภคมีความรู้ด้านการผลิตเพิ่มขึ้นจะมีความน่าจะเป็นที่จะซื้อข้าวอินทรีย์เพิ่มมากขึ้น

ในส่วนของ การสอบถามถึงนโยบายของรัฐที่ควรปรับปรุง (ตารางที่ 4.15) พบว่าผู้บริโภคทุกกลุ่มจำนวน 170 คน จาก 600 คน (ร้อยละ 28.33) เห็นว่าควรปรับปรุงนโยบายด้านการวิจัยการผลิต ส่วนผู้บริโภค 182 คน จาก 600 คน (ร้อยละ 30.33) เห็นว่าควรปรับปรุงนโยบายเรื่องความหลากหลายของสินค้า ซึ่งแสดงให้เห็นว่าภาครัฐสามารถพัฒนาด้านการผลิตได้ค่อนข้างดี ทำให้ผู้บริโภคส่วนใหญ่ได้รับรู้ข้อมูลต่างๆ ด้านการผลิต รวมถึงมีความตระหนักรู้ในด้านการผลิตค่อนข้างสูง ซึ่งการรับรู้และตระหนักรู้เหล่านี้ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อข้าวอินทรีย์ของผู้บริโภคจึงสามารถสรุปได้ว่ายุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์ ด้านผลิตนั้นได้ผล

3. ผลการดำเนินงานแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์ ด้านตลาด (ยุทธศาสตร์ที่ 5)

จากการวิเคราะห์ในแบบจำลองการตัดสินใจซื้อข้าวอินทรีย์ (ตารางที่ 4.24) พบว่า ความรู้ด้านตลาดเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อข้าวอินทรีย์ของผู้บริโภค ซึ่งหากผู้บริโภคมีความรู้ด้านตลาดมากขึ้นความน่าจะเป็นที่จะซื้อข้าวอินทรีย์จะเพิ่มมากขึ้น ความรู้ด้านตลาดของผู้บริโภคนี้พิจารณาได้จากข้อมูลดังต่อไปนี้ การรับรู้ข้อมูลการตลาดสินค้าเกษตรของกระทรวงพาณิชย์ (Commerce Intelligence of MOC: CIM) การจัดงานมหกรรมเกษตรอินทรีย์/งานกรีนแฟร์/งานรวมพลคนอินทรีย์ ฯลฯ และแหล่งจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ในต่างจังหวัด (ตารางที่ 4.11) พบว่า ผู้บริโภคทุกกลุ่มรับรู้ข้อมูลการจัดงานมหกรรมเกษตรอินทรีย์/งานกรีนแฟร์/งานรวมพลคนอินทรีย์ ฯลฯ มากที่สุด รองลงมาคือ แหล่งจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ในต่างจังหวัดและข้อมูลการตลาดสินค้าเกษตรของกระทรวงพาณิชย์ (Commerce Intelligence of MOC: CIM) ตามลำดับ

โดยพิจารณาในแต่ละกลุ่มพบว่า ผู้ที่รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นประจำจำนวน 33 คนจาก 39 คน (ร้อยละ 84.62) รับรู้ข้อมูลการจัดงานมหกรรมเกษตรอินทรีย์/งานกรีนแฟร์/งานรวมพลคนอินทรีย์ ฯลฯ มากที่สุด รองลงมาคือ ผู้ที่รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นบางครั้งจำนวน 148 คน จาก 185 คน (ร้อยละ 80) และผู้ที่รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์แต่ไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์ จำนวน 274 คน จาก 376 คน (ร้อยละ 72.87) ซึ่งข้อมูลการรับรู้ดังกล่าวสอดคล้องกับความน่าเชื่อถือของแหล่งจำหน่ายข้าวอินทรีย์ (ตารางที่ 4.13) โดยทั้งผู้ที่รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์แต่ไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์ ผู้ที่รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นบางครั้ง และผู้ที่รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นประจำมีความเชื่อถือแหล่งจำหน่ายประเภทงานมหกรรมเกษตรอินทรีย์/งานแฟร์มากที่สุด ร้อยละ 63.60 ร้อยละ 59.50 และร้อยละ 56.40 ตามลำดับ

การพิจารณาข้อมูลตลาดในด้านอื่นๆ ได้แก่ ด้านจำนวนแหล่งจำหน่ายที่มีอยู่น้อย และด้านราคาในข้าวอินทรีย์ จากตารางที่ 4.15 พบว่า ผู้บริโภคทุกกลุ่มยังคงต้องการให้ภาครัฐปรับปรุงนโยบายทั้ง 2 ด้าน โดยผู้บริโภคทุกกลุ่มจำนวน 264 คนจาก 600 คน (ร้อยละ 44) ต้องการให้ภาครัฐปรับปรุงนโยบายด้านแหล่งจำหน่ายที่มีอยู่น้อย โดยผู้ที่รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์แต่ไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์ ผู้ที่รับรู้นโยบายและซื้อข้าวอินทรีย์เป็นบางครั้งและผู้รับรู้นโยบายและซื้อข้าวอินทรีย์เป็นประจำต้องการให้ปรับปรุงด้านแหล่งจำหน่ายร้อยละ 44.68 ร้อยละ 43.24 และร้อยละ 41.03 ตามลำดับ

ด้านราคาจำหน่ายข้าวอินทรีย์ พบว่า ผู้ที่ซื้อข้าวอินทรีย์เป็นประจำจำนวน 21 คน จาก 39 คน (ร้อยละ 53.85) ผู้ที่ซื้อข้าวอินทรีย์เป็นบางครั้งจำนวน 83 คนจาก 185 (ร้อยละ 44.86) และผู้ที่รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์แต่ไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์จำนวน 161 จาก 185 คน (ร้อยละ 42.82) ต้องการให้ปรับปรุงนโยบายด้านราคา (ตารางที่ 4.15) ซึ่งจากข้อมูลระดับราคาของผู้บริโภคข้าวอินทรีย์ยอมรับได้ (ตารางที่ 4.16) นั้นพบว่า ผู้ที่ซื้อข้าวอินทรีย์เป็นบางครั้งร้อยละ 79.50 ผู้ที่ซื้อข้าวเป็นประจำร้อยละ 76.80 และผู้ที่รับรู้นโยบายแต่ไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์นั้นร้อยละ 61.40 ยอมรับราคาข้าวอินทรีย์ที่ระดับราคาสูงกว่าราคาข้าวทั่วไปร้อยละ 20 โดยราคาข้าวอินทรีย์นั้นมีผลต่อการตัดสินใจในการซื้อของผู้บริโภคมากที่สุดร้อยละ 68.6 เมื่อเทียบกับปัจจัยอื่น (ตารางที่ 4.18) โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัจจัยด้านราคามีผลต่อผู้ที่รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์แต่ไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์ร้อยละ 71.30 ขณะที่ปัจจัยด้านราคามีผลต่อผู้ที่ซื้อข้าวอินทรีย์เป็นบางครั้งและข้าวอินทรีย์เป็นประจำร้อยละ 59.5 และร้อยละ 59 ตามลำดับ

ดังนั้นจากการที่ผู้บริโภคได้รับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับด้านการตลาดซึ่งในการสำรวจได้แก่ การรับรู้ข้อมูลการตลาดสินค้าเกษตรของกระทรวงพาณิชย์ (Commerce Intelligence of MOC: CIM) การจัดงานมหกรรมเกษตรอินทรีย์/งานกรีนแฟร์/งานรวมพลคนอินทรีย์ ฯลฯ และแหล่งจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ในต่างจังหวัด ผลการศึกษาพบว่าผู้บริโภคทุกกลุ่มรับรู้ข้อมูลการจัดงานมหกรรมเกษตรอินทรีย์/งานกรีนแฟร์/งานรวมพลคนอินทรีย์ ฯลฯ มากที่สุด ซึ่งจากการรับรู้ข้อมูลดังกล่าวนี้ส่งผลทำให้ผู้บริโภคมีความมั่นใจในการซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์จากการจัดงานมหกรรมเกษตรอินทรีย์มากที่สุด ดังที่ได้กล่าวมาแล้วนั้นย่อมแสดงให้เห็นว่าการเผยแพร่ข้อมูลด้านการตลาดและการจัดงานมหกรรมเกษตรอินทรีย์ของภาครัฐนั้นประสบความสำเร็จ แต่ทั้งนี้มีความจำเป็นต้องปรับปรุงตลาดด้านอื่นๆ เช่น แหล่งจำหน่ายและราคาข้าวอินทรีย์เพื่อให้ผู้บริโภคเข้าถึงช่องทางจำหน่ายและยอมรับราคาข้าวอินทรีย์ได้ในระดับที่สูงขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านราคา เนื่องจากราคามีผลอย่างมากต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคนั่นเอง

4. ผลการดำเนินงานแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์ ด้านมาตรฐานและการรับรอง (ยุทธศาสตร์ที่ 5)

ผลการดำเนินงานแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์ ด้านมาตรฐานและการรับรอง จากข้อมูลตารางที่ 4.11 ผู้บริโภคทุกกลุ่มรู้จักมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ของภาครัฐซึ่งได้แก่ มาตรฐานของสำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ (มกอช.) และมาตรฐานออร์แกนิกไทยแลนด์ (Organic Thailand) จำนวน 387 คนจาก 600 (ร้อยละ 64.50) และจำนวน 290 คนจาก 600 คน (ร้อยละ 48.33) ตามลำดับ ทั้งนี้ผู้ที่ซื้อข้าวอินทรีย์เป็นประจำรู้จักมาตรฐานของสำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ และมาตรฐานออร์แกนิกไทยแลนด์ร้อยละ 76.92 และร้อยละ 71.79 ตามลำดับ ส่วนผู้ที่ซื้อข้าวอินทรีย์เป็นบางครั้งรู้จักมาตรฐานของสำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ และมาตรฐานออร์แกนิกไทยแลนด์ร้อยละ 70.27 และร้อยละ 61.08 ตามลำดับ ซึ่งจะเห็นได้ว่ากลุ่มผู้บริโภคที่ซื้อข้าวอินทรีย์ส่วนใหญ่รู้จักมาตรฐานของรัฐ แต่ถ้าพิจารณาจากข้อมูลผู้บริโภคทั้งหมดแล้วจะเห็นว่าผู้บริโภคมากกว่าครึ่งของกลุ่มตัวอย่างรู้จักมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ แต่ประมาณร้อยละ 52 ไม่รู้จักมาตรฐานออร์แกนิกไทยแลนด์

ข้อมูลความตระหนักรู้ด้านมาตรฐานและการรับรองนั้นพบว่าผู้บริโภคเพียงร้อยละ 43.50 เท่านั้นที่มีการตระหนักรู้ด้านนี้ และหากพิจารณาในแต่ละกลุ่มพบว่า ผู้ที่รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์แต่ไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์มีความตระหนักรู้ด้านมาตรฐานและการรับรองในระดับปานกลางถึงมาก

ที่สุดเพียงร้อยละ 35.90 เท่านั้น ขณะที่ผู้ที่รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นบางครั้ง และผู้ที่รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นประจำมีความตระหนักรู้ในระดับปานกลางถึงมากที่สุดร้อยละ 54.60 และร้อยละ 64.10 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.22)

ซึ่งข้อมูลดังกล่าวทั้ง 2 ส่วนข้างต้นสอดคล้องกับข้อมูลการสำรวจที่สอบถามผู้บริโภคถึงนโยบายเกษตรอินทรีย์ที่ภาครัฐควรปรับปรุง (ตารางที่ 4.15) พบว่า ผู้บริโภคจำนวน 301 คนจาก 600 คน (ร้อยละ 50.16) ต้องการให้ภาครัฐปรับปรุงนโยบายเรื่องมาตรฐานและการรับรอง โดยผู้ที่ซื้อข้าวอินทรีย์เป็นบางครั้งและซื้อข้าวอินทรีย์เป็นประจำต้องการให้ภาครัฐปรับปรุงนโยบายเรื่องมาตรฐานร้อยละ 55.68 และร้อยละ 53.85 ตามลำดับ

การพิจารณาข้อมูลระดับความน่าเชื่อถือมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ของภาครัฐ (ตารางที่ 4.16) พบว่า ผู้บริโภคทุกกลุ่มจำนวน 524 คนจาก 800 คน (ร้อยละ 65.5) มีความเชื่อถือมาตรฐานของรัฐในระดับปานกลาง โดยผู้ที่ซื้อข้าวอินทรีย์เป็นบางครั้งมีความเชื่อถือมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ของรัฐในระดับปานกลางร้อยละ 63.78 ส่วนผู้ที่ซื้อข้าวอินทรีย์เป็นประจำเชื่อถือมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ของรัฐในระดับปานกลางร้อยละ 58.97

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหรือไม่ซื้อข้าวอินทรีย์ พบว่า นโยบายด้านการผลิต ในเรื่องการผ่านการรับรองมาตรฐานนั้นเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อข้าวอินทรีย์ของผู้บริโภคมากที่สุดร้อยละ 68 เมื่อเทียบกับปัจจัยอื่นๆ (ตารางที่ 4.18)

จากข้อมูลทั้งหมดดังกล่าวทำให้สามารถประเมินได้ว่าผู้บริโภคที่ซื้อข้าวอินทรีย์จะมีความรู้และความตระหนักรู้ด้านมาตรฐานและการรับรองมากกว่าผู้ที่ไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์ แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคที่เคยซื้อข้าวอินทรีย์มีความเข้าใจเรื่องมาตรฐานในระดับหนึ่ง แต่ทั้งนี้ผู้บริโภคทุกกลุ่มก็ยังคงต้องการให้ภาครัฐปรับปรุงนโยบายมาตรฐาน แสดงให้เห็นว่าการพัฒนาด้านมาตรฐานและการรับรองของภาครัฐที่ผ่านสามารถที่ทำให้ผู้บริโภคยอมรับมาตรฐานได้ในระดับที่ค่อนข้างสูง แสดงให้เห็นว่ายุทธศาสตร์ด้านมาตรฐานและการรับรองนั้นได้ผล แต่อย่างไรก็ตามภาครัฐควรมีการพัฒนาเรื่องมาตรฐานและการรับรองให้เป็นที่รู้จักและยอมรับมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้หากสามารถพัฒนาและปรับปรุงด้านมาตรฐานและการรับรองได้แล้วนั้นก็ย่อมส่งผลต่อแนวโน้มที่จะมีการซื้อข้าวอินทรีย์อินทรีย์เพิ่มมากขึ้น

บทที่ 5

สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุป

การศึกษายุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์ต่อความตระหนักของผู้บริโภค มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์พัฒนาการของยุทธศาสตร์เกษตรอินทรีย์ปีพ.ศ. 2549-2552 และยุทธศาสตร์เกษตรอินทรีย์ปีพ.ศ. 2551-2554 เพื่อวิเคราะห์ความตระหนักของผู้บริโภคต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ และเพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อข้าวอินทรีย์ ในส่วนของการวิเคราะห์พัฒนาการของยุทธศาสตร์เกษตรอินทรีย์ปีพ.ศ. 2549-2552 และยุทธศาสตร์เกษตรอินทรีย์ปีพ.ศ. 2551-2554 นั้นใช้การวิเคราะห์โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิจากเอกสาร และฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ (Website) ที่เกี่ยวข้อง ส่วนการวิเคราะห์ความตระหนักของผู้บริโภคต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ และวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อข้าวอินทรีย์นั้นใช้ข้อมูลจากการเก็บแบบสอบถามจำนวน 800 ตัวอย่างในเขตกรุงเทพมหานครและนำข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างมาทำการวิเคราะห์

ในการวิเคราะห์พัฒนาการของยุทธศาสตร์เกษตรอินทรีย์ปีพ.ศ. 2549-2552 และยุทธศาสตร์เกษตรอินทรีย์ปีพ.ศ. 2551-2554 นั้นได้ใช้ Logical framework (Logframe) เป็นกรอบในการศึกษายุทธศาสตร์ทั้ง 2 ยุทธศาสตร์ จากนั้นวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์ ปี 2549-2552 และแผนยุทธศาสตร์พัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ ฉบับปี 2551-2554 โดยทำการเปรียบเทียบสาระสำคัญของยุทธศาสตร์ เปรียบเทียบโครงการของแต่ละยุทธศาสตร์ เปรียบเทียบหน่วยงานที่รับผิดชอบ รวมทั้งเปรียบเทียบโครงสร้างการบริหาร สำหรับการวิเคราะห์ความตระหนักของผู้บริโภคต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ใช้เกณฑ์การวัดแบบลิเคิร์ต (Likert scale) และการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อข้าวอินทรีย์ใช้แบบจำลองโพรบิท (Probit model) โดยวิธีภาวะน่าจะเป็นสูงสุด (Method of maximum likelihood) ในการประมาณค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรอิสระในแบบจำลองใช้โปรแกรมสำเร็จรูป

การวิเคราะห์พัฒนาการของยุทธศาสตร์เกษตรอินทรีย์ปีพ.ศ. 2549-2552 และยุทธศาสตร์เกษตรอินทรีย์ปีพ.ศ. 2551-2554

ภาพรวมแผนยุทธศาสตร์เกษตรอินทรีย์ปีพ.ศ. 2549-2552 และยุทธศาสตร์เกษตรอินทรีย์ปีพ.ศ. 2551-2554

แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์ ปี 2549-2552 มีโครงการที่อยู่ภายใต้ความรับผิดชอบของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ทั้งสิ้น 53 โครงการ ประกอบด้วย 5 ยุทธศาสตร์ คือ 1) ยุทธศาสตร์ด้านการรณรงค์และประชาสัมพันธ์ ได้แก่ การรณรงค์ประชาสัมพันธ์ โดยเผยแพร่ไปทุกช่องทางสื่อเพื่อให้เกษตรกรทั่วประเทศมีโอกาสรับรู้ถึงนโยบายและเจตนารมณ์ของรัฐบาลในเรื่องวาระแห่งชาติเกษตรอินทรีย์ 2) ยุทธศาสตร์ด้านการสร้างเครือข่ายแกนนำเกษตรกร ได้แก่ การฝึกอบรมเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานในสังกัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ สถาบันเครือข่ายเกษตรกร เพื่อเตรียมความพร้อมเป็นวิทยากร รวมทั้งการสร้างระบบเครือข่ายเกษตรกร 3) ยุทธศาสตร์ด้านการวิจัย ได้แก่ การวิจัยและพัฒนากระบวนการผลิต การทำปุ๋ยอินทรีย์ 4) ยุทธศาสตร์ด้านการสนับสนุน ได้แก่ การผลิตปัจจัยการผลิตอินทรีย์ และให้ความช่วยเหลือสนับสนุนข้อมูลทางด้านวิชาการต่างๆ และ 5) ยุทธศาสตร์ด้านการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์และส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การพัฒนาระบบการรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์และปัจจัยการผลิตเกษตรอินทรีย์ การส่งเสริมการตลาดและการแปรรูปในระดับประเทศและต่างประเทศรวมทั้งการบริหารจัดการและติดตามประเมินผล

หลังจากดำเนินการตามยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์ ในปีที่ 2 คือ ปี พ.ศ. 2550 สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติได้ดำเนินการเสนอแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ ฉบับที่ 1 พ.ศ. 2551 – 2554 และแผนปฏิบัติการพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ พ.ศ. 2551 – 2554 เพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานมีโครงการที่อยู่ภายใต้ความรับผิดชอบของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์และเป็นโครงการที่ดำเนินงานจนกระทั่งถึงปี 2552 ทั้งสิ้น 31 โครงการ ซึ่งประกอบด้วย 1) ยุทธศาสตร์การเสริมสร้างและจัดการองค์ความรู้และนวัตกรรม ได้แก่ การสนับสนุนงานวิจัยและพัฒนาเพื่อสร้างองค์ความรู้ และนวัตกรรมด้านเกษตรอินทรีย์ที่เหมาะสม 2) ยุทธศาสตร์การพัฒนาการเกษตรอินทรีย์ตามวิถีพื้นบ้าน ได้แก่ พัฒนาการผลิตและสร้างเครือข่ายผู้ทำเองและพัฒนาช่องทางการตลาดรองรับผลผลิตส่วนเกิน 3) ยุทธศาสตร์การเสริมสร้างศักยภาพการเกษตรอินทรีย์เชิงพาณิชย์ ได้แก่ การพัฒนาการผลิตและเครือข่ายทั้งระบบเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็ง การพัฒนาระบบมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ไทย และการพัฒนาการตลาดสู่

สากล 4) ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการเพื่อพัฒนาเกษตรอินทรีย์ ได้แก่ การจัดให้มีกลไกในระดับนโยบายในการบริหารจัดการและขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์อย่างเป็นเอกภาพ และจัดให้มีระบบประสานความร่วมมือของทุกภาคส่วนในการขับเคลื่อนการพัฒนาเกษตรอินทรีย์ในทุกระดับ

ผลการดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์ปี 2549-2552

ผลการดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์ปี 2549-2552 โดยใช้ Log frame เป็นกรอบในการพิจารณา ซึ่งกล่าวโดยสังเขปคือ ในกรอบของเป้าหมาย (Goal) เป็นเป้าหมายของแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์ปี 2549-52 ซึ่งประกอบด้วย 5 ยุทธศาสตร์ โดยที่แต่ละยุทธศาสตร์จัดอยู่ในกรอบของวัตถุประสงค์ (Purpose) ส่วน โครงการภายใต้ยุทธศาสตร์นั้นจัดอยู่ในกรอบของ หน้าที่พุด (Output) และกิจกรรมของแต่ละโครงการจัดอยู่ในกรอบของ อินพุต (Input) ในส่วนของอินพุต สามารถสรุปผลการดำเนินงานจำแนกตามโครงการของ ยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์ปี 2549-2552 ได้ดังต่อไปนี้

ยุทธศาสตร์ด้านการรณรงค์และประชาสัมพันธ์ มีวัตถุประสงค์เพื่อรณรงค์และประชาสัมพันธ์เพื่อให้เกษตรกรได้รับรู้ถึงนโยบายและเจตนารมณ์ของรัฐบาลในเรื่องวาระแห่งชาติ เกษตรอินทรีย์ พบว่า มีเกษตรกรมากกว่า 4.72 ล้านรายที่รับรู้ถึงนโยบายเกษตรอินทรีย์ซึ่งสูงกว่า เป้าหมายของยุทธศาสตร์ที่ตั้งไว้ในยุทธศาสตร์นี้มี 4 โครงการคือ 1) โครงการรณรงค์และประชาสัมพันธ์ / สื่อต่างๆ 2) โครงการงานมหกรรมภูมิปัญญาเกษตรกรดีเด่น 3) โครงการสร้างพลังเครือข่ายการมีส่วนร่วม และ 4) โครงการรณรงค์คังคเฝางและโลกปลอดอั้ง โดยจากข้อมูลการ ประเมินของศูนย์วิจัยเศรษฐศาสตร์ประยุกต์พบว่า ภาพรวมการดำเนินงานของโครงการเป็นไป เป้าหมาย ยกเว้น โครงการรณรงค์คังคเฝางและโลกปลอดอั้งที่การดำเนินโครงการต่ำกว่าเป้าหมาย

ยุทธศาสตร์ด้านการสร้างเครือข่ายแกนนำเกษตรกร มีวัตถุประสงค์เพื่อการสร้างเครือข่าย เกษตรอินทรีย์เพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า 876 เครือข่าย พบว่า มีการจัดตั้งกลุ่มเกษตรกรผลิตพืชอินทรีย์ มากกว่า 876 เครือข่าย และมีการจัดตั้งกลุ่มเกษตรกรผลิตปศุสัตว์อินทรีย์ 36 กลุ่ม ยุทธศาสตร์ด้าน การสร้างเครือข่ายแกนนำเกษตรกร มี 7 โครงการ ซึ่งการดำเนินงานในแต่ละโครงการโดยภาพรวม สูงกว่าเป้าหมาย

ยุทธศาสตร์ด้านการวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เกษตรกรมีการปรับเปลี่ยนมาใช้สารอินทรีย์ลดใช้สารเคมีทางการเกษตร 3.4 ล้านรายและ มีพื้นที่ที่มีการปรับเปลี่ยนมาใช้สารอินทรีย์ลดใช้สารเคมีทางการเกษตร จำนวน 85 ล้านไร่ ซึ่งจากการประเมินจากข้อมูลทุติยภูมิพบว่าในปี 2552 เกษตรกรมากกว่า 3.46 ล้านรายมีการปรับเปลี่ยนมาใช้สารอินทรีย์ลดใช้สารเคมีทางการเกษตร แต่มีพื้นที่ที่มีการปรับเปลี่ยนมาใช้สารอินทรีย์ลดใช้สารเคมีทางการเกษตร จำนวน 68.86 ล้านไร่ ในส่วนของการดำเนินโครงการ โดยภาพรวมเป็นไปตามเป้าหมาย

ยุทธศาสตร์ด้านการสนับสนุน วัตถุประสงค์ของยุทธศาสตร์ คือ มูลค่านำเข้าปุ๋ยเคมีและสารเคมีลดลงร้อยละ 50 ของมูลค่าการนำเข้าเฉพาะพื้นที่เป้าหมาย และปริมาณอินทรีย์วัตถุในพื้นที่ปรับเปลี่ยนระบบการผลิตเกษตรอินทรีย์เพิ่มขึ้นในระดับไม่ต่ำกว่าร้อยละ 2 โดยน้ำหนัก ตามวัตถุประสงค์ดังกล่าวนี้ไม่สามารถหาข้อมูลได้ แต่ในส่วนโครงการนั้นการดำเนินงานในภาพรวมสูงกว่าเป้าหมาย เช่น โครงการส่งเสริมการผลิตและใช้สารอินทรีย์ทดแทนสารเคมีทางการเกษตร โครงการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำอินทรีย์ และโครงการส่งเสริมสนับสนุนการผลิตปศุสัตว์อินทรีย์ในชุมชน เป็นต้น

ยุทธศาสตร์ด้านการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์และส่งเสริมการตลาด มีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มปริมาณและมูลค่าการส่งออกสินค้าเกษตรอินทรีย์ร้อยละ 100 ต่อปี และรายได้เกษตรกรที่ปรับเปลี่ยนระบบการผลิตเป็นเกษตรอินทรีย์มีรายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 20 ซึ่งปริมาณและมูลค่าการส่งออกนั้นยังไม่มีข้อมูล ส่วนรายได้ของเกษตรกรนั้นมีรายได้เพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 25.64 ในส่วนของการดำเนินโครงการในภาพรวมนั้นสูงกว่าเป้าหมาย ตัวอย่างโครงการเช่น โครงการรับรองมาตรฐานปัจจัยการผลิตเกษตรอินทรีย์ หรือเกษตรกรลดใช้สารเคมี โครงการจัดทำระบบการตรวจรับรองสัตว์น้ำอินทรีย์ เป็นต้น

ผลความก้าวหน้าของแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์ปี 2551-2554

ความก้าวหน้าของแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์ปี 2551-2554 จำแนกตามยุทธศาสตร์ ซึ่งโดยภาพรวมแล้ว กิจกรรมส่วนใหญ่จะเป็นกิจกรรมภายใต้โครงการที่ดำเนินการต่อเนื่องจากแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์เดิม คือ ปี 2549-2552 โดยที่การดำเนินการของแต่ละยุทธศาสตร์ภายใต้กระทรวงเกษตรและสหกรณ์สรุปได้ดังนี้

ยุทธศาสตร์การเสริมสร้างและจัดการองค์ความรู้และนวัตกรรม ผลงานการศึกษาวิจัยด้านเกษตรอินทรีย์ที่มีการนำไปเผยแพร่และประยุกต์ใช้และการเชื่อมโยงระบบมาตรฐานเกษตรอินทรีย์กับฐานข้อมูลของหน่วยงานรัฐในทั้ง 2 ส่วนนี้ยังไม่มีข้อมูล ส่วนการอบรมนั้นมีเจ้าหน้าที่และเกษตรกรมากกว่า 62,886 รายที่ได้รับการฝึกอบรม ในส่วนของโครงการที่มีการดำเนินการไปแล้ว เช่น โครงการเกษตรอินทรีย์ในโรงเรียนและยุวมอคิด โครงการอบรมผู้นำกลุ่มเกษตรกรแกนหลัก/ผู้บริหารโรงงานผลิตปุ๋ยอินทรีย์ และการรณรงค์ ประชาสัมพันธ์ ให้ความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องด้านปศุสัตว์อินทรีย์

ยุทธศาสตร์การพัฒนาการเกษตรอินทรีย์ตามวิถีพื้นบ้าน ตามวัตถุประสงค์ของยุทธศาสตร์นั้นส่วนที่มีการดำเนินการไปแล้ว ได้แก่ มีเกษตรกรมากกว่า 38,000 ราย และมีพื้นที่มากกว่า 3.47 ล้านไร่ ที่ปรับเปลี่ยนมาทำเกษตรอินทรีย์หรือลดใช้สารเคมี และมีการจัดตั้งกลุ่มเกษตรกรมากกว่า 135 กลุ่ม ในส่วนของการดำเนินโครงการ เช่น โครงการส่งเสริมการใช้สารอินทรีย์ทดแทนสารเคมีทางการเกษตร/เกษตรอินทรีย์ โครงการศูนย์เรียนรู้ปศุสัตว์อินทรีย์ชุมชน และโครงการส่งเสริมการแปรรูปสินค้าเกษตรอินทรีย์เพื่อตลาดในประเทศและต่างประเทศ

ยุทธศาสตร์การเสริมสร้างศักยภาพการเกษตรอินทรีย์เชิงพาณิชย์ ตามวัตถุประสงค์ของยุทธศาสตร์ที่มีการดำเนินการแล้ว ได้แก่ มีผู้ผ่านการรับรองมาตรฐานสิ่งอินทรีย์ปี 52 จำนวน 2 ราย และผู้ผ่านการรับรองมาตรฐานข้าว ผักและผลไม้อินทรีย์ของกรมวิชาการเกษตรปี 2552 จำนวน 1,416 ราย ในส่วนของการดำเนินการแล้ว เช่น โครงการสนับสนุนการสร้างเครือข่ายสินค้าปศุสัตว์อินทรีย์เชิงพาณิชย์ และโครงการตรวจรับรองการผลิตพืชอินทรีย์ เป็นต้น

ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการเพื่อพัฒนาเกษตรอินทรีย์ ภายใต้ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการเพื่อพัฒนาเกษตรอินทรีย์ คณะกรรมการพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ ได้จัดตั้งคณะอนุกรรมการ รวม 3 ชุด ได้แก่ คณะอนุกรรมการการบริหารจัดการองค์ความรู้และนวัตกรรมเกษตรอินทรีย์ คณะอนุกรรมการขับเคลื่อนการผลิตและการตลาดเกษตรอินทรีย์และคณะอนุกรรมการพัฒนาระบบมาตรฐานเกษตรอินทรีย์เพื่อดำเนินงานต่างๆ ตามยุทธศาสตร์

โดยรวมแล้วยุทธศาสตร์ทั้ง 5 ใน แผนยุทธศาสตร์ปี 2549-2552 ได้ถูกกระจายและผนวกเข้าด้วยกันภายใต้ ยุทธศาสตร์ทั้ง 4 ของแผนยุทธศาสตร์ปี 2551-2554 ทั้งยังมีกิจกรรมบางกิจกรรมที่มีความต่อเนื่อง ประเด็นที่น่าพิจารณาระหว่าง แผนยุทธศาสตร์ทั้งสองคือ 1. โครงสร้างการบริหารในระดับอนุกรรมการ แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์ปี 2551-2554 ในระดับอนุกรรมการมี

รัฐมนตรีว่าการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เป็นประธาน ทำให้ระดับอนุกรรมการมีความสำคัญมากขึ้น 2.กระทรวงที่รับผิดชอบหลัก ได้มีการขยายมากขึ้น 3.หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้ขยายมากขึ้น เพื่อขยายความร่วมมือระหว่างองค์กรมากขึ้น และ 4.จำนวนคณะอนุกรรมการ ได้เพิ่มบทบาทในการประยุกต์ใช้และนวัตกรรมด้านเกษตรอินทรีย์

ข้อมูลเบื้องต้นของลักษณะปัจจัยส่วนบุคคล การรับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์และการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อหรือไม่ซื้อข้าวอินทรีย์

ในการศึกษาได้จำแนกผู้บริโภคออกเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้ 1) ผู้ที่รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์แต่ไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์ จำนวน 376 คน 2) ผู้ที่รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นบางครั้ง จำนวน 185 คน 3) ผู้ที่รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นประจำ 39 คน และ 4) ผู้ที่ไม่เคยรับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์และไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์ 200 คน รวมทั้งหมด 800 คน

ลักษณะส่วนบุคคลของผู้บริโภค

ลักษณะส่วนบุคคลของผู้บริโภค พบว่า ผู้บริโภคทุกกลุ่มส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงโดยมีสัดส่วนเพศหญิงในกลุ่มผู้รับรู้นโยบายและซื้อข้าวอินทรีย์เป็นประจำมากที่สุด รองลงมาคือผู้รับรู้นโยบายแต่ไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์ ผู้ที่รับรู้นโยบายและซื้อข้าวอินทรีย์เป็นบางครั้ง และผู้ที่ไม่เคยรับรู้นโยบายและไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์ ตามลำดับ

ด้านอายุพบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 20 – 29 ปี ยกเว้นกลุ่มผู้บริโภคที่รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นประจำมีอายุอยู่ในช่วง 30-39 ปี

สถานภาพของผู้บริโภคทั้ง 4 กลุ่ม ส่วนมากเป็นคนโสดและจบการศึกษาในระดับปริญญาตรี ผู้ที่รับรู้นโยบายแต่ไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์ส่วนมากเป็นนักเรียน ผู้ที่ไม่เคยรับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์และไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์และผู้รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นบางครั้ง ส่วนมากเป็นพนักงานบริษัทเอกชน และผู้ที่รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นประจำส่วนมากทำธุรกิจส่วนตัว

ข้อมูลรายได้ พบว่า ผู้ที่ไม่เคยรับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์และไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์ ผู้ที่รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นประจำและผู้รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นประจำ

อินทรีย์เป็นบางครั้ง ส่วนใหญ่มีรายได้อยู่ในช่วง 10,001-20,000 บาท ส่วนผู้ที่ได้รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์แต่ไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์ ส่วนใหญ่มีรายได้อยู่ในช่วง 5,001-10,000 บาท

ข้อมูลจำนวนสมาชิกในครัวเรือนพบว่า ผู้ที่รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์แต่ไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์ และผู้ที่รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นประจำ มีสมาชิกในครอบครัวเฉลี่ย 5 คน ส่วนผู้ที่ไม่เคยรับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์และไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์ และผู้ที่รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นบางครั้งมีสมาชิกในครอบครัวเฉลี่ย 4 คน

ผู้ที่รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นประจำ เป็นกลุ่มที่มีสมาชิกในครอบครัวที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไปและมีสมาชิกที่ต้องดูแลเรื่องอาหารเป็นพิเศษมากที่สุด ร้อยละ 51.3 และร้อยละ 69.2 ตามลำดับ ส่วนผู้ที่รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์และไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์ ผู้ที่รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นบางครั้ง และผู้ที่ไม่เคยรับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์และไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์ มีสมาชิกผู้ใหญ่ที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปี ขึ้นไป และมีสมาชิกที่ต้องดูแลเรื่องอาหารเป็นพิเศษประมาณร้อยละ 30 และร้อยละ 50 ตามลำดับ

การรับรู้ต่อนโยบายเกษตรอินทรีย์

ระยะเวลาในการเริ่มซื้อข้าวอินทรีย์ พบว่า ผู้ที่รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นบางครั้งส่วนใหญ่รับรู้เรื่องข้าวอินทรีย์มาเป็นระยะเวลา 1-3 ปี ส่วนผู้ที่รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นประจำส่วนใหญ่รับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับข้าวอินทรีย์มาเป็นเวลาตั้งแต่ 4 ปีขึ้นไป

ผู้ที่รับรู้นโยบายและซื้อข้าวอินทรีย์เป็นบางครั้ง จะใช้เวลาประมาณ 21 วัน ในการบริโภคข้าวอินทรีย์ประมาณ 5 กิโลกรัม ส่วนผู้ที่รับรู้นโยบายและซื้อข้าวอินทรีย์เป็นประจำนั้นใช้เวลา 24 วัน ในการบริโภคข้าว 13 กิโลกรัม

แหล่งที่มาของการรับรู้ข้อมูลข้าวอินทรีย์ พบว่า ผู้ที่รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นบางครั้ง ผู้ที่รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นประจำ ส่วนมากรับรู้ข้อมูลจากหนังสือและวารสาร ส่วนผู้ที่รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์แต่ไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์ส่วนมากรับรู้ข้อมูลจากโทรทัศน์ รองลงมาคือรับรู้ข้อมูลจากหนังสือและวารสาร

การรับรู้ข้อมูลข้าวอินทรีย์มีผลต่อผู้ที่รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์แต่ไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์ ส่วนใหญ่ในระดับปานกลาง และมีผลต่อผู้ที่รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นประจำและผู้รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นบางครั้งส่วนใหญ่ในระดับมาก

ผู้ที่รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์แต่ไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์ ผู้ที่รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นบางครั้ง และผู้ที่รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นประจำ เคยได้ยิน (รับรู้/ตระหนัก) ข้อมูลกระบวนการและวิธีการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์มากที่สุด รองลงมาคือ ข้อมูลเกี่ยวกับงานมหกรรมเกษตรอินทรีย์/Thaifex/งานกรีนแฟร์/รวมพลคนอินทรีย์/งานสัมมนาเกษตรอินทรีย์หรืองานนิทรรศการเกษตรอินทรีย์ และข้อมูลมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ของสำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ (มกอช.) ตามลำดับ

การรับรู้ข้อมูลสินค้าเกษตรอินทรีย์ พบว่า ผู้ที่รับรู้ นโยบายเกษตรอินทรีย์แต่ไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์ และผู้ที่รับรู้ นโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นบางครั้งส่วนมากเคยรับรู้และเคยซื้อผักและสมุนไพรอินทรีย์ รองลงมาคือเคยรับรู้และเคยซื้อผลไม้อินทรีย์ ผู้ที่รับรู้ นโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นประจำ ส่วนมากเคยรับรู้และเคยซื้อผักและสมุนไพรอินทรีย์ รองลงมาคือเคยรับรู้และเคยซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์แปรรูป

ผู้ที่รับรู้ นโยบายเกษตรอินทรีย์แต่ไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์ และผู้ที่รับรู้ นโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นบางครั้ง เชื่อถือแหล่งจำหน่ายในงานมหกรรมเกษตรอินทรีย์/งานแฟร์มากที่สุด แต่ผู้ที่รับรู้ นโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นประจำนั้นเชื่อถือแหล่งจำหน่ายทั้งในงานมหกรรมเกษตรอินทรีย์/งานแฟร์และร้านเฉพาะทางหรือร้านกรีนมากที่สุด

ระดับราคาของผู้บริโภคข้าวอินทรีย์ยอมรับได้ พบว่า ผู้ที่รับรู้ นโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นบางครั้งและผู้รับรู้ นโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นประจำส่วนใหญ่ยอมรับราคาข้าวอินทรีย์ที่สูงกว่าราคาข้าวทั่วไปร้อยละ 20

นโยบายเกษตรอินทรีย์ที่ผู้บริโภคต้องการให้ภาครัฐปรับปรุงมากที่สุด คือ การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกษตรอินทรีย์ รองลงมาคือ มาตรฐานการรับรองเกษตรอินทรีย์

ผู้บริโภคทุกกลุ่มส่วนใหญ่เชื่อถือมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ของภาครัฐ ซึ่งได้แก่ มาตรฐานออร์แกนิกไทยแลนด์ และมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ของสำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหาร

แห่งชาติ (มกอช.) ในระดับปานกลาง โดยผู้ที่ไม่เคยรับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์และไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์มีความเชื่อต่อมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ของรัฐมากที่สุด รองลงมาคือผู้ที่ได้รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์แต่ไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์ ผู้ที่ได้รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นบางครั้ง และผู้ที่ได้รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นประจำ ตามลำดับ

ความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับปริมาณการบริโภคอาหารอินทรีย์ของคนไทย พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เห็นว่าคนไทยมีการบริโภคอาหารอินทรีย์ร้อยละ 1-25

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อหรือไม่ซื้อข้าวอินทรีย์

นโยบายด้านการผลิต ด้านตลาด และด้านการณรงค์ประชาสัมพันธ์มีผลต่อผู้ที่ไม่เคยรับรู้ นโยบายเกษตรอินทรีย์และไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์มากที่สุด

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหรือไม่ซื้อของผู้บริโภคทุกกลุ่มในนโยบายด้านการผลิต คือ การผ่านการรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ นโยบายด้านตลาด คือ แหล่งจำหน่าย นโยบายด้าน การรณรงค์ประชาสัมพันธ์ คือ การรับรู้ข้อมูลความเสี่ยงที่เกิดจากสารพิษ ปัจจัยอื่นๆ ได้แก่ ราคา ประโยชน์ของข้าวอินทรีย์ที่ทำให้ร่างกายแข็งแรง และความน่าเชื่อถือของระบบรับรองมาตรฐาน

การวิเคราะห์ความตระหนักของผู้บริโภคต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์

การวิเคราะห์ความตระหนักของผู้บริโภคต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ซึ่งประกอบด้วยระดับ ความตระหนักด้านเกษตรอินทรีย์ในภาพรวม ระดับความตระหนักด้านการผลิต ระดับความ ตระหนักด้านตลาด และระดับความตระหนักด้านมาตรฐานและการรับรองของผู้บริโภค 600 คน แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ 1) ผู้ที่ได้รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์แต่ไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์ 376 คน 2) ผู้ที่ ได้รับรู้ นโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นบางครั้ง 185 คน และ 3) ผู้ที่ได้รับรู้ นโยบายเกษตร อินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นประจำ 39 คน

จากข้อมูลระดับความตระหนักของผู้บริโภคในด้านเกษตรอินทรีย์ในภาพรวม ด้านการ ผลิต ด้านตลาดและด้านมาตรฐานและการรับรองนั้น พบว่า ผู้บริโภคทั้ง 3 กลุ่มมากกว่าครึ่งของ จำนวนผู้บริโภคทั้งหมด มีระดับความตระหนักด้านเกษตรอินทรีย์ในภาพรวม ด้านการผลิต ด้าน ตลาดในระดับปานกลางจนถึงระดับมากที่สุด ยกเว้นความตระหนักด้านมาตรฐานและการรับรอง

นั่นพบว่าผู้บริโภคมียุทธศาสตร์เพียงร้อยละ 43.50 เท่านั้นที่มีการตระหนักรู้ในระดับปานกลางจนถึงมากที่สุด ในด้านนี้ และหากพิจารณาในแต่ละกลุ่มพบว่า ผู้ที่รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์แต่ไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์มีความตระหนักรู้ด้านมาตรฐานและการรับรองในระดับปานกลางถึงมากที่สุดเพียงร้อยละ 35.90 เท่านั้น ขณะที่ผู้ที่รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นบางครั้ง และผู้ที่รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นประจำมีความตระหนักรู้ในระดับปานกลางถึงมากที่สุดร้อยละ 54.60 และร้อยละ 64.10 ตามลำดับ

ผู้ที่รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นบางครั้งและผู้ที่รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นประจำมีความตระหนักรู้ในระดับมากและมากที่สุด ในด้านการผลิตมากที่สุด รองลงมาคือ มีความตระหนักรู้ด้านเกษตรอินทรีย์ในภาพรวม ด้านตลาด และด้านมาตรฐาน ตามลำดับ ส่วนผู้ที่รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์แต่ไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์มีความตระหนักรู้ในระดับมากและมากที่สุด ในด้านการผลิตมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านตลาด ด้านเกษตรอินทรีย์ในภาพรวมและด้านมาตรฐาน

การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อข้าวอินทรีย์

การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อข้าวอินทรีย์ในแบบจำลองการตัดสินใจซื้อข้าวอินทรีย์ โดยการสำรวจผู้บริโภค 800 คน แบ่งกลุ่มผู้บริโภคออกเป็น 2 กลุ่ม คือ 1) ผู้ที่เคยซื้อข้าวอินทรีย์จำนวน 224 คน 2) ผู้ที่ไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์ 576 คน

ผลการศึกษา พบว่า อายุของผู้บริโภคมีผลต่อความน่าจะเป็นในทางบวก กล่าวคือ เมื่อผู้บริโภคมีอายุเพิ่มขึ้นความน่าจะเป็นที่จะซื้อข้าวอินทรีย์จะเพิ่มมากขึ้น ส่วนรายได้ต่อเดือนของผู้บริโภคมีผลต่อความน่าจะเป็นในทางบวก แสดงว่าหากผู้บริโภคมีรายได้ต่อเดือนเพิ่มขึ้นความน่าจะเป็นที่จะซื้อข้าวอินทรีย์จะเพิ่มมากขึ้น ในส่วนของการมีสมาชิกในครอบครัวที่ต้องดูแลเรื่องอาหารเป็นพิเศษมีผลต่อความน่าจะเป็นในทางบวก หมายความว่า หากผู้บริโภคมีสมาชิกในครอบครัวที่ต้องดูแลเรื่องอาหารเป็นพิเศษจะทำให้มีความน่าจะเป็นที่จะซื้อข้าวอินทรีย์มากขึ้น สำหรับความรู้ด้านการผลิตมีผลต่อความน่าจะเป็นในทางบวก กล่าวคือ ถ้าผู้บริโภคมีความรู้ด้านการผลิตมากขึ้น ได้แก่ ความรู้ด้านกระบวนการและวิธีการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ รู้จักหรือเคยรับรู้หรือเคยซื้อผลไม้อินทรีย์ ผักอินทรีย์ สัตว์น้ำอินทรีย์ ปศุสัตว์อินทรีย์ และสินค้าเกษตรอินทรีย์แปรรูป ความน่าจะเป็นที่จะซื้อข้าวอินทรีย์จะเพิ่มมากขึ้น และความรู้ด้านตลาดมีผลต่อความน่าจะเป็นในทางบวก แสดงว่าถ้าผู้บริโภคมีความรู้ด้านตลาดมากขึ้น ได้แก่ ความรู้ข้อมูลเกี่ยวกับเกษตรกร

ผู้ค้า ผู้ส่งออก ข้อมูลเครือข่ายศูนย์ปฏิบัติการข้อมูลตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์ ข้อมูลงานมหกรรมเกษตรอินทรีย์ และแหล่งจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ ความน่าจะเป็นที่จะซื้อข้าวอินทรีย์จะเพิ่มมากขึ้น

สรุปผลการดำเนินนโยบายเกษตรอินทรีย์ที่มีต่อผู้บริโภค

จากข้อมูลการดำเนินงานแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์ ปี 2549-2552 ตามเอกสารข้อมูลการประเมินผลของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่มีการเผยแพร่ ได้ทำการประเมินโดยการสำรวจความตระหนักของผู้บริโภคก่อนนโยบายเกษตรอินทรีย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 800 ตัวอย่างในวันที่ 10 ธันวาคม 2552 ถึง 30 มกราคม 2553 ซึ่งผลการประเมินสรุปตามยุทธศาสตร์ดังนี้

1. ผลการดำเนินงานแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์ ด้านการรณรงค์และประชาสัมพันธ์ (ยุทธศาสตร์ที่ 1)

กิจกรรมการประเมินการรณรงค์และประชาสัมพันธ์เกษตรอินทรีย์ เป็นกิจกรรมที่กระทำโดยหน่วยงานต่าง ๆ ที่มีส่วนร่วมในแผนยุทธศาสตร์เดิม (2549-2552) จากการสำรวจผู้บริโภคในเขตกรุงเทพฯ 800 คน ปรากฏว่ามีผู้ที่รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์ร้อยละ 75 ซึ่งในจำนวนนี้ร้อยละ 30.83 ซื้อข้าวอินทรีย์เป็นบางครั้ง และผู้บริโภคกลุ่มนี้เริ่มซื้อข้าวอินทรีย์ ในช่วงระยะเวลา 1-3 ปี คิดเป็นร้อยละ 73.50 ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ในระยะเวลา 1-3 ปีที่ผ่านมา มากกว่าร้อยละ 70 ของผู้บริโภครับรู้นโยบายอินทรีย์ และในจำนวนนี้มากกว่าร้อยละ 70 มีการซื้อข้าวอินทรีย์ แสดงให้เห็นได้ว่า กิจกรรมการรณรงค์และประชาสัมพันธ์เกษตรอินทรีย์ของภาครัฐได้ผล

การศึกษา ระดับการตัดสินใจซื้อหลังจากการรับรู้ข้อมูลข้าวอินทรีย์ พบว่ามากกว่าร้อยละ 50 ของผู้บริโภคทั้งที่ซื้อและไม่ซื้อนั้น การรับรู้ข้อมูลอินทรีย์ มีผลต่อการตัดสินใจการซื้อ และหนังสือ/วารสาร เป็นแหล่งสื่อที่มาของการรับรู้ข้อมูลอินทรีย์ของทั้งสองกลุ่มผู้บริโภคได้มากที่สุด

ข้อมูลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อข้าวอินทรีย์ พบว่า ครอบครัวที่มีสมาชิกที่ต้องดูแลเรื่องอาหารเป็นพิเศษนั้นเป็นปัจจัยหนึ่งที่จะทำให้มีการตัดสินใจซื้อข้าวอินทรีย์ จากข้อมูลนี้จึงสามารถนำไปเป็นแนวทางในการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ในกลุ่มผู้บริโภคหรือครอบครัวผู้บริโภคที่ต้องดูแลเรื่องอาหารเป็นพิเศษตามแหล่งสถานีอนามัย สถานพยาบาล และโรงพยาบาลต่างๆ

2. ผลการดำเนินงานแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์ ด้านผลิต (ยุทธศาสตร์ที่ 3 และ 4)

จากข้อมูลการรับรู้เรื่องกระบวนการผลิตและวิธีการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ พบว่า ผู้บริโภคที่ซื้อข้าวอินทรีย์เป็นประจำ นั้นรู้จักข้อมูลกระบวนการผลิตและวิธีการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์มากที่สุด รองลงมาคือผู้ซื้อข้าวอินทรีย์เป็นบางครั้ง และผู้ที่รับรู้ว่านโยบายแต่ไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์ ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลการรับรู้สินค้าเกษตรอินทรีย์ของผู้บริโภค พบว่า ผู้ที่ซื้อข้าวอินทรีย์เป็นประจำจะรู้จักสินค้าชนิดอื่นๆ ซึ่งได้แก่ ผลไม้อินทรีย์ ผักอินทรีย์ สัตว์น้ำอินทรีย์ ปศุสัตว์อินทรีย์และสินค้าเกษตรอินทรีย์แปรรูป มากที่สุด รองลงมาคือผู้ที่ซื้อข้าวอินทรีย์เป็นบางครั้ง และผู้ที่รับรู้ว่านโยบายแต่ไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์

ทั้งนี้ข้อมูลข้างต้นเป็นไปในทำนองเดียวกับการวิเคราะห์ระดับความตระหนักของผู้บริโภคต่อสินค้าเกษตรอินทรีย์ในด้านการผลิต พบว่า ผู้ที่รับรู้ว่านโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นประจำ ผู้ที่รับรู้ว่านโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นบางครั้ง และผู้ที่รับรู้ว่านโยบายเกษตรอินทรีย์แต่ไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์ 489 คนจาก 600 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 81.50 มีความตระหนักรู้ในด้านการผลิตในระดับปานกลางจนถึงระดับมากที่สุด จากข้อมูลการรับรู้และความตระหนักรู้ด้านการผลิตข้างต้นนั้นสอดคล้องกับการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อข้าวอินทรีย์ พบว่า ปัจจัยด้านความรู้ด้านการผลิตมีผลต่อการซื้อข้าวอินทรีย์ กล่าวคือ ถ้าผู้บริโภคมีความรู้ด้านการผลิตเพิ่มขึ้นจะมีความน่าจะเป็นที่จะซื้อข้าวอินทรีย์เพิ่มมากขึ้น

ในส่วนของการสอบถามถึงนโยบายของรัฐที่ควรปรับปรุง พบว่า ผู้บริโภคร้อยละ 28.33 เห็นว่าควรปรับปรุงนโยบายด้านการวิจัยการผลิต ส่วนผู้บริโภคร้อยละ 30.33 เห็นว่าควรปรับปรุงนโยบายเรื่องความหลากหลายของสินค้า ซึ่งแสดงให้เห็นว่าภาครัฐสามารถพัฒนาด้านการผลิตได้ค่อนข้างดี ทำให้ผู้บริโภคส่วนใหญ่ได้รับรู้ข้อมูลต่างๆ ด้านการผลิต รวมถึงมีความตระหนักรู้ในด้านการผลิตค่อนข้างสูง ซึ่งการรับรู้และตระหนักรู้เหล่านี้ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อข้าวอินทรีย์ของผู้บริโภค จึงสามารถสรุปได้ว่ายุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์ ด้านผลิตนั้นได้ผล

3. ผลการดำเนินงานแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์ ด้านตลาด (ยุทธศาสตร์ที่ 5)

จากการวิเคราะห์ในปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อข้าวอินทรีย์ พบว่า ความรู้ด้านตลาดเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อข้าวอินทรีย์ของผู้บริโภค ซึ่งหากผู้บริโภคมีความรู้ด้านตลาดมากขึ้นความน่าจะเป็นที่จะซื้อข้าวอินทรีย์จะเพิ่มมากขึ้น ความรู้ด้านตลาดของผู้บริโภคนี้พิจารณา

ได้จากข้อมูลดังต่อไปนี้ การรับรู้ข้อมูลการตลาดสินค้าเกษตรของกระทรวงพาณิชย์ (Commerce Intelligence of MOC: CIM) การจัดงานมหกรรมเกษตรอินทรีย์/งานกรีนแฟร์/งานรวมพลคนอินทรีย์ ฯลฯ และแหล่งจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ในต่างจังหวัด โดยพบว่า ผู้บริโภคทุกกลุ่มรับรู้ข้อมูลการจัดงานมหกรรมเกษตรอินทรีย์/งานกรีนแฟร์/งานรวมพลคนอินทรีย์ ฯลฯ มากที่สุด รองลงมาคือ แหล่งจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ในต่างจังหวัดและข้อมูลการตลาดสินค้าเกษตรของกระทรวงพาณิชย์ (Commerce Intelligence of MOC: CIM) ตามลำดับซึ่งข้อมูลการรับรู้ดังกล่าวสอดคล้องกับความน่าเชื่อถือของแหล่งจำหน่ายข้าวอินทรีย์ โดยทั้งผู้ที่รับฐานนโยบายเกษตรอินทรีย์แต่ไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์ ผู้ที่รับฐานนโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นบางครั้ง และผู้ที่รับฐานนโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นประจำมีความเชื่อถือแหล่งจำหน่ายประเภทงานมหกรรมเกษตรอินทรีย์/งานแฟร์มากที่สุด

การพิจารณาข้อมูลตลาดในด้านอื่นๆ ได้แก่ ด้านจำนวนแหล่งจำหน่ายที่มีอยู่น้อย และด้านราคาในข้าวอินทรีย์ พบว่า ผู้บริโภคทุกกลุ่มร้อยละ 44 ต้องการให้ภาครัฐปรับปรุงนโยบายด้านแหล่งจำหน่ายที่มีอยู่น้อย จากข้อมูลระดับราคาของผู้บริโภคข้าวอินทรีย์ยอมรับได้ นั้นพบว่าผู้ที่ซื้อข้าวอินทรีย์เป็นบางครั้งและผู้ซื้อข้าวอินทรีย์เป็นประจำ และผู้ที่รับฐานนโยบายแต่ไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์นั้น ยอมรับราคาข้าวอินทรีย์ที่ระดับราคาสูงกว่าราคาข้าวทั่วไปร้อยละ 20 โดยราคาข้าวอินทรีย์นั้นมีผลต่อการตัดสินใจในการซื้อของผู้บริโภคมากที่สุด เมื่อเทียบกับปัจจัยอื่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัจจัยด้านราคามีผลต่อผู้ที่รับฐานนโยบายเกษตรอินทรีย์แต่ไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์ร้อยละ 71.30 ขณะที่ปัจจัยด้านราคามีผลต่อผู้ที่ซื้อข้าวอินทรีย์เป็นบางครั้งและผู้ซื้อข้าวอินทรีย์เป็นประจำร้อยละ 59.5 และร้อยละ 59 ตามลำดับ

ดังนั้นจากการที่ผู้บริโภคได้รับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับด้านการตลาดซึ่งในการสำรวจได้แก่ การรับรู้ข้อมูลการตลาดสินค้าเกษตรของกระทรวงพาณิชย์ (Commerce Intelligence of MOC: CIM) การจัดงานมหกรรมเกษตรอินทรีย์/งานกรีนแฟร์/งานรวมพลคนอินทรีย์ ฯลฯ และแหล่งจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ในต่างจังหวัด ผลการศึกษาพบว่าผู้บริโภคทุกกลุ่มรับรู้ข้อมูลการจัดงานมหกรรมเกษตรอินทรีย์/งานกรีนแฟร์/งานรวมพลคนอินทรีย์ ฯลฯ มากที่สุด ซึ่งจากการรับรู้ข้อมูลดังกล่าวนี้ ได้ส่งผลทำให้ผู้บริโภคมีความมั่นใจในการซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์จากการจัดงานมหกรรมเกษตรอินทรีย์มากที่สุด ดังที่ได้กล่าวมาแล้วนั้นย่อมแสดงให้เห็นว่าการเผยแพร่ข้อมูลด้านการตลาดและการจัดงานมหกรรมเกษตรอินทรีย์ของภาครัฐนั้นประสบความสำเร็จ แต่ทั้งนี้มีความจำเป็นต้องปรับปรุงตลาดด้านอื่นๆ เช่น แหล่งจำหน่ายและราคาข้าวอินทรีย์เพื่อให้ผู้บริโภคเข้าถึง

ช่องทางจำหน่ายและยอมรับราคาข้าวอินทรีย์ได้ในระดับที่สูงขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านราคา เนื่องจากราคามีผลอย่างมากต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคนั่นเอง

4. ผลการดำเนินงานแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์ ด้านมาตรฐานและการรับรอง (ยุทธศาสตร์ที่ 5)

ผลการดำเนินงานแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์ ด้านมาตรฐานและการรับรอง พบว่า ผู้บริโภคทุกกลุ่มรู้จักมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ของภาครัฐซึ่งได้แก่ มาตรฐานของสำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ (มกอช.) และมาตรฐานออร์แกนิกไทยแลนด์ (Organic Thailand) ร้อยละ 64.5 และร้อยละ 48.33 ตามลำดับ แสดงว่าผู้บริโภคมากกว่าครึ่งของกลุ่มตัวอย่าง รู้จักมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ แต่ประมาณร้อยละ 52 ไม่รู้จักมาตรฐานออร์แกนิกไทยแลนด์

ข้อมูลความตระหนักรู้ด้านมาตรฐานและการรับรองนั้นพบว่า ผู้บริโภคเพียงร้อยละ 43.50 เท่านั้นที่มีการตระหนักรู้ด้านนี้ และหากพิจารณาในแต่ละกลุ่ม พบว่า ผู้ที่รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์แต่ไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์มีความตระหนักรู้ด้านมาตรฐานและการรับรองในระดับปานกลาง ถึงมากที่สุดน้อยกว่าผู้ที่รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นประจำและผู้ที่รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์และซื้อข้าวอินทรีย์เป็นบางครั้ง

ซึ่งข้อมูลดังกล่าวทั้ง 2 ส่วนข้างต้นสอดคล้องกับข้อมูลการสำรวจที่สอบถามผู้บริโภคถึงนโยบายเกษตรอินทรีย์ที่ภาครัฐควรปรับปรุง พบว่า ผู้บริโภค ร้อยละ 50.16 ต้องการให้ภาครัฐปรับปรุงนโยบายเรื่องมาตรฐานและการรับรอง

การพิจารณาข้อมูลระดับความน่าเชื่อถือมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ของภาครัฐ พบว่า ผู้บริโภคทุกกลุ่มจำนวน 524 คนจาก 800 คน (ร้อยละ 65.5) มีความเชื่อถือมาตรฐานของรัฐในระดับปานกลาง

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหรือไม่ซื้อข้าวอินทรีย์ พบว่า นโยบายด้านการผลิต ในปัจจัยเรื่องการผ่านการรับรองมาตรฐานนั้นเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อข้าวอินทรีย์ของผู้บริโภคมากที่สุดร้อยละ 68 เมื่อเทียบกับปัจจัยอื่นๆ

จากข้อมูลทั้งหมดดังกล่าวทำให้สามารถประเมินได้ว่าผู้บริโภครู้จักชื่อข้าวอินทรีย์จะมีความรู้และความตระหนักรู้ด้านมาตรฐานและการรับรองมากกว่าผู้ที่ไม่เคยซื้อข้าวอินทรีย์ แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภครู้จักชื่อข้าวอินทรีย์มีความเข้าใจเรื่องมาตรฐานในระดับหนึ่ง แต่ทั้งนี้ผู้บริโภครู้จักชื่อข้าวอินทรีย์ก็ยังคงต้องการให้ภาครัฐปรับปรุงนโยบายมาตรฐาน แสดงให้เห็นว่าการพัฒนาด้านมาตรฐานและการรับรองของภาครัฐที่ผ่านสามารถที่ทำให้ผู้บริโภครู้จักชื่อข้าวอินทรีย์ได้ในระดับที่ค่อนข้างสูงจึงสรุปได้ว่ายุทธศาสตร์ด้านมาตรฐานและการรับรองนั้นได้ผล แต่อย่างไรก็ตามภาครัฐควรมีการพัฒนาเรื่องมาตรฐานและการรับรองให้เป็นที่รู้จักและยอมรับมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้หากสามารถพัฒนาและปรับปรุงด้านมาตรฐานและการรับรองได้แล้วนั้นก็ย่อมส่งผลต่อแนวโน้มที่จะมีการซื้อข้าวอินทรีย์อินทรีย์เพิ่มมากขึ้น

การพัฒนาเกษตรอินทรีย์

จากกระแสของเกษตรอินทรีย์ที่ได้รับความนิยมอย่างมากในกลุ่มประเทศที่พัฒนาแล้ว ประเทศไทยโดยกระทรวงเกษตรและสหกรณ์จึงได้ดำเนินการจัดทำยุทธศาสตร์เกษตรอินทรีย์ขึ้นดังที่ได้กล่าวมาแล้วถึงผลการดำเนินงานต่างๆ ประเด็นที่ควรพิจารณาต่อคือ แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์ ปี 2549-2552 ที่ได้ดำเนินการไปแล้ว มีผลกระทบ (Impact) ต่อการพัฒนาเกษตรอินทรีย์หรือไม่ และแผนยุทธศาสตร์พัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ ฉบับปี 2551 -2554 ที่กำลังดำเนินการนั้นยังตรงกับประเด็น (Relevancy) ต่อการพัฒนาเกษตรอินทรีย์หรือไม่อย่างไร

จากการประเมินผลของศูนย์วิจัยเศรษฐศาสตร์ประยุกต์ ปี 2553 กล่าวได้ว่า แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์ ปี 2549-2552 ทั้ง 5 ยุทธศาสตร์ ได้มีการดำเนินงานเป็นไปตามเป้าหมายที่ตั้งไว้และมากกว่าเป้าหมาย สำหรับผลกระทบของแต่ละยุทธศาสตร์มีผลกระทบต่อผู้บริโภครู้จักชื่อข้าวอินทรีย์ในทิศทางที่เป็นผลบวก

สำหรับประเด็น ความตรงกับประเด็น (Relevancy) ของแผนยุทธศาสตร์พัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ ฉบับปี 2551 -2554 ต่อการพัฒนาเกษตรอินทรีย์ไทยนั้น จากข้อมูลมูลค่าการค้าของสินค้าเกษตรอินทรีย์ของตลาดโลกที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และความต้องการอาหารด้านความปลอดภัยและสุขภาพของผู้บริโภคที่เพิ่มขึ้นทั้งในประเทศที่พัฒนาแล้วเช่น สหภาพยุโรป สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น เป็นต้น พร้อมทั้งประเทศที่มีอัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจสูงเช่นประเทศจีน ทำให้มีโอกาสดึงออกสินค้าเกษตรอินทรีย์ไทย และยังมีตลาดที่ขยายตัวภายในประเทศ นอกจากนี้จากกระแสการดูแลด้านสิ่งแวดล้อมและโลกที่ร้อนมากขึ้นทำให้เกิดการให้ความสำคัญการเกษตรที่กลับสู่ธรรมชาติ

มากขึ้น ทำให้ระบบเกษตรอินทรีย์สามารถผสมกับกระแสดังกล่าวได้กลมกลืนกัน พร้อมกันนั้นแผนยุทธศาสตร์พัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติปี 2551-2554 ได้ผนวกกับแผนยุทธศาสตร์พัฒนาเกษตรอินทรีย์ปี 2549-2552 ซึ่งมีผลการดำเนินการสำเร็จตามเป้าหมายและมีผลกระทบในทางบวก ด้วยเหตุผลดังกล่าวทำให้สรุปได้ว่า แผนยุทธศาสตร์พัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ ฉบับปี 2551 -2554 มีความตรงกับประเด็น (Relevancy) ต่อการพัฒนาเกษตรอินทรีย์ของไทย

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการศึกษา

1. ควรมีการดำเนินแผนยุทธศาสตร์พัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ ฉบับปี 2551 -2554 ต่อไป เนื่องจากยุทธศาสตร์ทั้ง 5 ในแผนยุทธศาสตร์พัฒนาเกษตรอินทรีย์ปี 2549-52 ในส่วนที่กระทรวงเกษตรและสหกรณ์รับผิดชอบนั้น ได้ถูกผนวกเข้ากับยุทธศาสตร์ทั้ง 4 ของแผนยุทธศาสตร์พัฒนาเกษตรอินทรีย์ปี 2551 -2554 นั้นมีความตรงกับประเด็น (Relevancy) ต่อการพัฒนาเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทย จึงควรจะดำเนินการต่อไปและควรจัดให้อยู่ในระดับความสำคัญสูงของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

2. สำหรับโครงสร้างบริหารภายใต้แผนยุทธศาสตร์พัฒนาเกษตรอินทรีย์ปี 2551 -2554 นั้น มีความเหมาะสมและทำให้หน่วยงานต่าง ๆ ของรัฐได้มีส่วนร่วมมากขึ้น พร้อมทั้งยกระดับความสำคัญของแผนยุทธศาสตร์พัฒนาเกษตรอินทรีย์ ซึ่งเพิ่มความเป็นไปได้ในการจัดสรรงบประมาณเพื่อดำเนินกิจกรรมในแต่ละยุทธศาสตร์มากขึ้น เพื่อแก้ปัญหาหลักที่ทำให้ไม่สามารถดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ในแต่ละยุทธศาสตร์ อย่างไรก็ตามสำหรับโครงสร้างการบริหารในระดับคณะกรรมการขับเคลื่อนการผลิตและการตลาด และคณะกรรมการพัฒนาระบบมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ ซึ่งมี รมต. กระทรวงเกษตรและสหกรณ์เป็นประธานนั้น ควรจะรวมเป็นหนึ่งในอนุกรรมการเพื่อช่วยลดความซ้ำซ้อนและเกิดความเป็นบูรณาการอย่างครบวงจรของระบบเกษตรอินทรีย์

3. การส่งเสริมด้านการตลาด และการให้ความรู้ด้านเกษตรอินทรีย์แก่ผู้บริโภคในระบบการผลิต การตรวจสอบ และมาตรฐานอินทรีย์ควรเป็นกิจกรรมหนึ่งของภาครัฐที่จะต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่องต่อไป เพื่อสร้างตลาดสินค้าอินทรีย์ภายในประเทศอันเป็นตลาดรองรับผลิตผลจากระบบการผลิต และสร้างความมั่นใจด้านตลาดรองรับให้กับผู้ผลิตพร้อมทั้งสร้างมาตรฐานให้เป็นที่ยอมรับของ

ตลาดสากลต่อไปอย่างต่อเนื่อง โดยการทำการประชาสัมพันธ์ทั้งทางหนังสือพิมพ์ วารสาร และทางอินเทอร์เน็ต

4. ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อข้าวอินทรีย์ พบว่า อายุ รายได้ของผู้บริโภค และครอบครัวที่มีสมาชิกที่ต้องดูแลเรื่องอาหารเป็นพิเศษของผู้บริโภค มีผลต่อการตัดสินใจซื้อข้าวอินทรีย์ของผู้บริโภค จึงควรส่งเสริมตลาดโดยการจำหน่ายในตลาดระดับสูงหรือตลาดผู้มีรายได้สูง รวมทั้งควรให้การส่งเสริมการประชาสัมพันธ์เพื่อให้ข้าวอินทรีย์เป็นอาหารสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ และผู้ที่ต้องดูแลเรื่องอาหารเป็นพิเศษหรือครอบครัวผู้ที่ต้องดูแลเรื่องอาหารเป็นพิเศษ ตามแหล่งสถานีอนามัย สถานพยาบาล และโรงพยาบาลต่างๆ

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. การวิเคราะห์ความตระหนักรู้ของผู้บริโภคอาจมีการมีกำหนดการศึกษากลุ่มผู้บริโภคที่มีความจำเพาะเจาะจงมากขึ้น เช่น ผู้ที่มีรายได้สูง ผู้สูงอายุ หรือ ผู้ที่ต้องดูแลเรื่องอาหารเป็นพิเศษ เพื่อให้ได้ข้อมูลความตระหนักรู้แต่ละกลุ่มอย่างชัดเจนมากยิ่งขึ้น

2. การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อข้าวอินทรีย์อาจมีการศึกษาในแต่ละตลาด เช่น ตลาดงานแฟร์ ตลาดซูเปอร์มาร์เก็ต ตลาดร้านค้าเฉพาะทาง เป็นต้น เพื่อให้ได้ข้อมูลในแต่ละตลาดที่มีความเหมาะสมและชัดเจนมากยิ่งขึ้น

เอกสารและสิ่งอ้างอิง

กรมวิชาการเกษตร. 2553. การผลิตพืชอินทรีย์ (Online). <http://it.doa.go.th/organic/>, 29 มกราคม 2553.

กรมวิชาการเกษตร. ม.ป.ป. หน่วยราชการที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเกษตรอินทรีย์ (Online). <http://it.doa.go.th/organic/organic/government.html>, 3 มีนาคม 2553.

กรมปศุสัตว์. 2553. ข้อมูลเครือข่ายปศุสัตว์อินทรีย์ (Online). <http://www.dld.go.th/organic/network%20farm/networkfarm.html>, 1 กุมภาพันธ์ 2553.

กรมประมง. 2547. มาตรฐานการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำอินทรีย์ของประเทศไทย (Online). <http://www.fisheries.go.th/extension/group/thai/a9.pdf>, 5 กุมภาพันธ์ 2553.

กรมพัฒนาที่ดิน. 2548ก. รายละเอียดแผนงบประมาณการพัฒนาเกษตรอินทรีย์ ปีงบประมาณ พ.ศ. 2549. ม.ป.ท.

_____. 2548ข. การขับเคลื่อนวาระแห่งชาติเกษตรอินทรีย์ตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง. ม.ป.ท.

กรมส่งเสริมการเกษตร. ม.ป.ป. หลักการผลิตข้าวอินทรีย์ (Online). <http://agriqua.doae.go.th/organic/general/general.html>, 30 พฤษภาคม 2552.

กรมส่งเสริมการส่งออกและสมาคมการค้าเกษตรอินทรีย์ไทย. 2552. เอกสารประกอบการสัมมนา เรื่อง แนวโน้มตลาดส่งออกเกษตรอินทรีย์ภายใต้ภาวะเศรษฐกิจถดถอย 14-15 พฤษภาคม 2552. ม.ป.ท.

กองบรรณาธิการ. 2552. “ชุมชนตลาดนัดสีเขียว สารสัมพันธ์ สร้างชุมชน เพื่อสุขภาพ สังคมและ สิ่งแวดล้อม.” วารสารตลาดสีเขียว 2 (6): 14-17.

คณะกรรมการพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ. 2552. เอกสารประกอบการสัมมนา เรื่อง ทิศทางการพัฒนาเกษตรอินทรีย์ของไทยสู่ความยั่งยืน 13 กรกฎาคม 2552. ม.ป.ท.

เครือข่ายข้อมูลข้าวหอมมะลิอินทรีย์. ม.ป.ป. การตลาดและแหล่งผลิตข้าวอินทรีย์ (Online).
<http://www.jasminerice.org/>, 10 มีนาคม 2552.

ณัฐพัชร ทองคำ. 2549. การพัฒนาสื่อเพื่อการสร้างความตระหนัก ต่อการมุ่งสู่ตำบลเชิงแรงโดยกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน: กรณีศึกษาตำบลมหาสวัสดิ์ จังหวัดนครปฐม. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการศึกษา, มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ธีรศักดิ์ เจริญอุฉินพันธ์. 2552. พฤติกรรมผู้บริโภคชาวพร้อมดื่ม ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์เกษตร, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

บริษัท อินโฟไมนิ่ง จำกัด. 2550. รายงานฉบับสมบูรณ์โครงการศึกษาเพื่อติดตามและผลักดันยุทธศาสตร์การพัฒนาศิลาน้ำเกษตรอินทรีย์เสนอสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. ม.ป.ท.

บัณฑิต อนุรักษย์ และ ยุทธชัย อนุรักษย์พันธ์. 2550. ทักษะผู้บริโภคข้าวและมันสำปะหลังอินทรีย์สำหรับประเทศไทย (Online).
<http://www.ldd.go.th/web%5Ford/ORDMain/MainPage.html>, 3 พฤษภาคม 2552.

บุญจิต สิวาภิวัฒนกุล และคณะ. 2547. “การมีส่วนร่วมของรัฐในการพัฒนาข้าวหอมมะลิอินทรีย์.” วารสารเศรษฐศาสตร์เกษตร 23 (1): 1-13.

พรนภา เมธาวีวงศ์. ม.ป.ป. การเขียนโครงการแบบตารางเหตุผลสัมพันธ์ (Logical Framework) เป็นเครื่องมือสำคัญในการบริหารมุ่งผลสัมฤทธิ์ (Online).
http://203.155.220.230/Plan/planUp/p_11.pdf, 2 มิถุนายน 2552.

พรรณนิภา ปักโคทานัง. 2551. **คุณลักษณะของข้าวที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อและพฤติกรรมการบริโภคข้าวสารของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร.** วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์เกษตร, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

เพ็ญศรี เจริญวานิช และ วรนุช ศรีเจษฎารักษ์. 2552. “การรับรู้และทัศนคติของผู้บริโภคต่อข้าวหอมมะลิอินทรีย์ ในพื้นที่ร้อยแก่นสาร.” วารสารวิจัยมช 14 (4): 258-270.

ภาควิชาเศรษฐศาสตร์เกษตรและทรัพยากร คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. 2550. **โครงการประเมินผลยุทธศาสตร์ความปลอดภัยด้านอาหาร.** ม.ป.ท.

ขงยุทธ แฉล้มวงษ์. 2539. **หลักเศรษฐมิติ การวิเคราะห์เชิงปริมาณขั้นสูงทางเศรษฐศาสตร์เกษตร.** ภาควิชาเศรษฐศาสตร์เกษตร คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ศิริจรรยา ออกรมย์. 2553. **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันภัยจากภัยแล้งด้วยดัชนีน้ำฝนของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ ในจังหวัดเพชรบูรณ์.** (Online). <http://gsbooks.gs.kku.ac.th/53/grc11/proceedings.html>, 25 เมษายน 2553.

ศุภชัย หล่อโลหาร และ คุณาวุฒิ บุญญานพคุณ. 2552. **ยุทธศาสตร์นวัตกรรมเกษตรอินทรีย์ไทย.** สำนักงานนวัตกรรม กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี.

ศูนย์ข้อมูลกรุงเทพมหานคร. 2551. **จำนวนประชากร พื้นที่ ความหนาแน่น จำนวนบ้าน จำแนกตามแขวง ในเขตกรุงเทพมหานคร ข้อมูล ณ ธันวาคม 2551** (Online). http://203.155.220.118/info/stat_search/stat_52/pop52_02.htm, 14 มีนาคม 2553.

ศูนย์ปฏิบัติการข้อมูลการตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์. ม.ป.ป. **ข้อมูลพื้นฐานการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์** (Online). http://www.organic.moc.go.th/default_produces.aspx, 5 พฤษภาคม 2552.

ศูนย์ปฏิบัติการข้อมูลการตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์. 2545. **กฎระเบียบอาหารอินทรีย์ (organic food) ของ USA** (Online). <http://www.organic.moc.go.th/uploadfile/32/doc/>, 14 มีนาคม 2553.

_____. 2551ก. **ปัจจัยเสี่ยงของเกษตรอินทรีย์ไทย** (Online). <http://www.organic.moc.go.th/uploadfile/32/doc/ปัจจัยเสี่ยงของเกษตรอินทรีย์ไทย.doc>, 5 พฤษภาคม 2552.

_____. 2551ข. **ข้อจำกัดของเกษตรกรไทยในการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์** (Online). http://www.organic.moc.go.th/view_news.aspx?data_id=521&control_id=10&pv=32&view=1, 5 พฤษภาคม 2552.

ศูนย์ปศุสัตว์อินทรีย์ กรมปศุสัตว์. ม.ป.ป. **โครงการพัฒนาปศุสัตว์อินทรีย์ตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนากษตรอินทรีย์แห่งชาติ พ.ศ. 2551-2554** (Online). http://www.dld.go.th/organic/download/organic_strategic%20years%20plan.pdf, 3 มิถุนายน 2552.

ศูนย์วิจัยเศรษฐศาสตร์ประยุกต์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. 2546. **โครงการศึกษาการพัฒนาการผลิตข้าวหอมมะลิอินทรีย์เพื่อส่งออกของไทยในตลาดสหภาพยุโรปและสหรัฐอเมริกาภายใต้การสนับสนุนเงินจากกองทุนส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศในส่วนมูลค่าธรรมเนียมพิเศษส่งออกข้าว**, กรุงเทพฯ.

_____. 2553. **โครงการติดตามและประเมินผลโครงการแผนยุทธศาสตร์การพัฒนากษตรอินทรีย์ ปี 2549-2552 และแผนยุทธศาสตร์พัฒนากษตรอินทรีย์แห่งชาติ ปี 2551-2554 ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์**, กรุงเทพฯ.

สมคิด ดิสภาพร. ม.ป.ป. **แนวทางการผลิตพืชอินทรีย์** (Online).

<http://agriqua.doae.go.th/organic/technology/techno.html>, 22 เมษายน 2552.

สันติ แสงเลิศไสว. 2549. การประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อพืชผักปลอดภัย ตรายอด
 คำในเขตกรุงเทพมหานคร: วิธีแบบจำลองทางเลือก. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
 สาขาเศรษฐศาสตร์เกษตร, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2551. แผนยุทธศาสตร์การ
 พัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ ฉบับที่ 1 พ.ศ. 2551-2554 และแผนปฏิบัติการพัฒนาเกษตร
 อินทรีย์แห่งชาติ พ.ศ. 2551-2554 (Online). <http://www.nesdb.go.th/>, 23 พฤษภาคม 2552.

สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ. 2550. ธุรกิจเกษตรอินทรีย์. งานส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กร
 สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี.

สำนักงานปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์. 2550. แผนการพัฒนาเกษตรอินทรีย์ (แผนบูรณา
 การ) ไตรมาสที่ 2 ประจำเดือนมกราคม - 31 มีนาคม พ.ศ. 2550 (Online).
http://www.moac.go.th/builder/straops/images/50_2_02.pdf, 23 พฤษภาคม 2552.

สำนักงานมาตรฐานเกษตรและอาหารแห่งชาติ. 2546. เครื่องรับรองมาตรฐานสินค้าเกษตรและ
 อาหาร (Online). <http://www.acfs.go.th/qmark/index.html>, 4 ธันวาคม 2552.

สำนักงานมาตรฐานเกษตรอินทรีย์. 2552ก. มาตรฐานเกษตรอินทรีย์ ม.ก.ท. (Online).
<http://www.actorganic-cert.or.th>, 4 ธันวาคม 2552.

_____. 2552ข. รายชื่อผู้ผลิต-ผู้ประกอบการไทย ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์
 มกท. เดือนตุลาคม 2552 (Online). [http://www.actorganic-
 cert.or.th/download/ACT%20total%20list_091031_T\(1\)_send%20to%20public.xls](http://www.actorganic-cert.or.th/download/ACT%20total%20list_091031_T(1)_send%20to%20public.xls), 29
 มกราคม 2553.

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. 2549. แผนการพัฒนาเกษตรอินทรีย์ (แผนบูรณาการ)
 ไตรมาสที่ 4 ประจำเดือนกรกฎาคม – กันยายน พ.ศ. 2549 (Online).
http://www.oae.go.th/Evaluate/evaluate/3months/7_IN.pdf, 24 พฤษภาคม 2552.

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. 2550. แผนการพัฒนาเกษตรอินทรีย์ (แผนบูรณาการ) ไตรมาสที่ 1
ประจำเดือนตุลาคม - 31 ธันวาคม พ.ศ. 2549 (Online).

[http://www.oae.go.th/Evaluate/evaluate/3months49/2
_project.pdf](http://www.oae.go.th/Evaluate/evaluate/3months49/2_project.pdf), 23 พฤษภาคม 2552.

_____. 2551. แผนการพัฒนาเกษตรอินทรีย์ (แผนบูรณาการ) ไตรมาสที่ 4 ประจำเดือน
กรกฎาคม - 30 กันยายน พ.ศ. 2551) (Online).

<http://www.oae.go.th/EVA/look%20around/monitoring51/table/table8.pdf>, 23 พฤษภาคม
2552.

_____. 2552ก. แผนการพัฒนาเกษตรอินทรีย์ (แผนบูรณาการ) ไตรมาสที่ 4 ประจำเดือน
กรกฎาคม - 30 กันยายน พ.ศ. 2552) (Online).

http://www.oae.go.th/images/article/freetemp/article_20091105152709.pdf, 28 ธันวาคม
2552.

_____. 2552ข. แผนการพัฒนาเกษตรอินทรีย์ (แผนบูรณาการ) ไตรมาสที่ 1 ประจำเดือนตุลาคม
- 31 ธันวาคม พ.ศ. 2552) (Online).

http://www.oae.go.th/more_news.php?cid=439&filename=index, 25 กุมภาพันธ์ 2553.

สำนักงานผังเมืองกรุงเทพมหานคร. 2551. การแบ่งพื้นที่กท.ใหม่จาก 12 กลุ่มเขตเป็น 6 กลุ่มเขต
(Online). <http://cpd.bangkok.go.th/cpd/news/diarynews/Groupdist01.htm>, 14 มีนาคม
2553.

Ara, S. 2003. **Consumer Willingness to Pay for Multiple Attributes of Organic Rice: A Case
of Study in the Philippines** (Online). [http://ageconsearch.umn.edu/bitstream/25911/1/
cp03ar01.pdf](http://ageconsearch.umn.edu/bitstream/25911/1/cp03ar01.pdf), September 11, 2009.

BCS ÖKO-GARANTIE GMBH. 1992. **About us** (Online). [http://www.bcs-
oeko.com/en_our_services.html](http://www.bcs-oeko.com/en_our_services.html), December 4, 2009.

- Bioagricert. 1984. **Certification** (Online). <http://www.bioagricert.org/bioagricert/>, December 4, 2009.
- Boccaletti, S. and M. Nardella. 2000. "Consumer Willingness to pay for pesticide – free fresh fruit and vegetables in Italy." **International Food and Agribusiness Management Review** (Online). <http://ageconsearch.umn.edu/handle/34487>, July 10, 2009.
- Briz, T. and R.W. Ward. 2008. "Consumer Awareness of organic products in Spain: an Application of multinominal logit model." **Food Policy** (Online). http://www.sciencedirect.com/science?_ob=ArticleURL&_udi=B6VCB-4V9RHW6-1&_user=122832&_rdoc=1&_fmt=&_orig=search&_sort=d&_docanchor=&view=c&_searchStrId=1047442636&_rerunOrigin=google&_acct=C000009878&_version=1&_urlVersion=0&_userid=122832&md5=8853b6e925b7b5b186a15d66fe2db594, October 14, 2009.
- Ecocert control & certification body. n.d. **Ecocert** (Online). <http://www.ecocert.com/-ECOCERT,51-.html>, December 4, 2009.
- Headley, J. C. and J.N. Lewis. 1967. **The pesticide problem: an economic approach to public policy / by J.C. Headley and J.N. Lewis**. Washington: Resources for the Future.
- Hearne, R. R. and M. M. Volcan. 2002. **The Use of Choice Experiments to Analyze Consumer Preferences for Organic Produce in Costa Rica**. 2002 AAEA Annual Meetings Long Beach, California. April 30, 2009. n.p.
- Idda , L., F. A. Madau, and P. Pulina. 2008. **The Motivational Profile of organic food consumer: Survey of specialized Stores customers in Italy** (Online). http://orgprints.org/14143/1/EAAE_950.pdf, October 13, 2009.

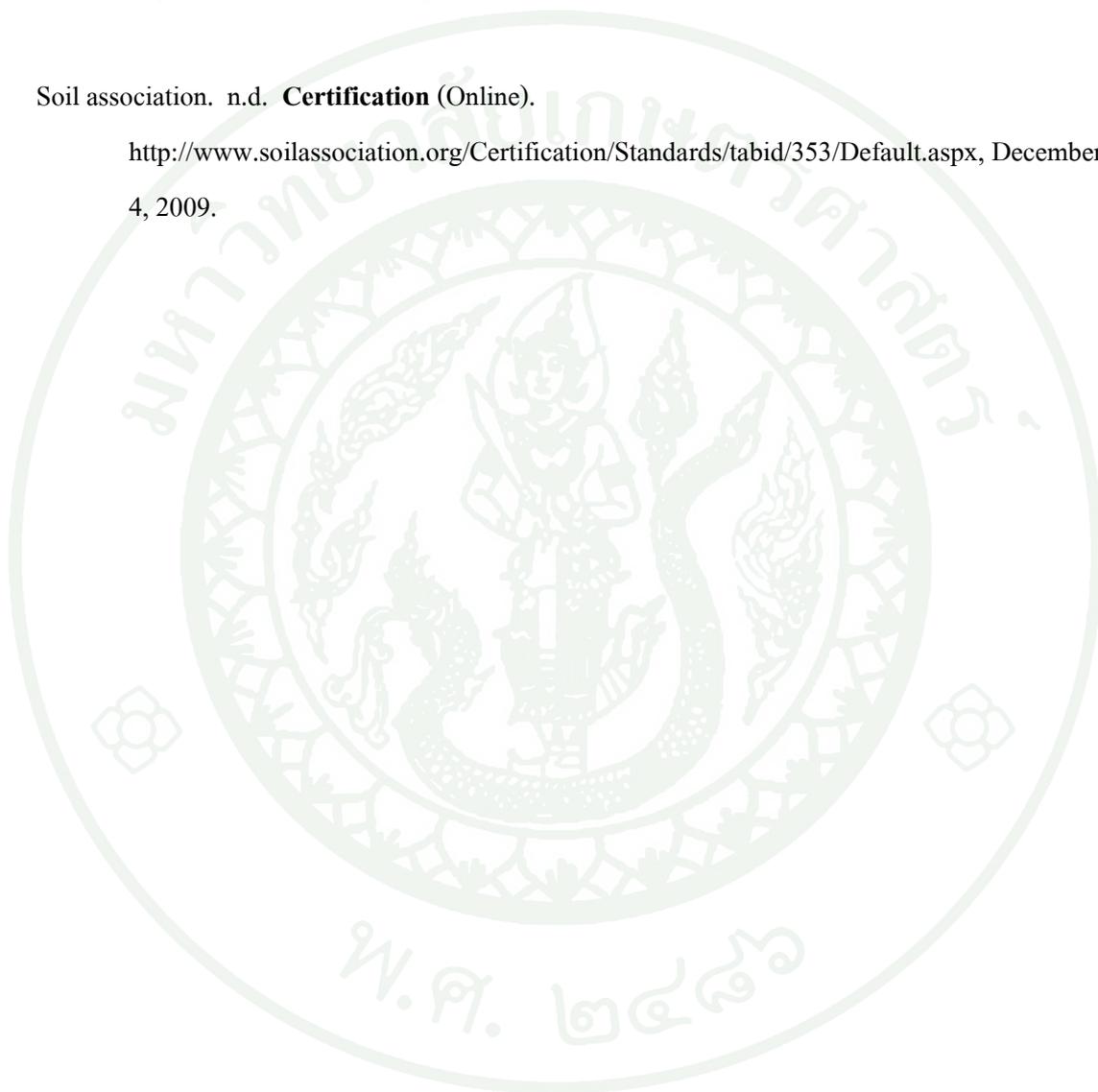
Kolter, Philip. 1997. **Marketing Management: Analysis, Planning Implementation and control**. 9 ed. New Jersey: A Simon and Schuster Company.

River kwai international food industry Co., Ltd. n.d. **Organic Product** (Online).

<http://www.rkifood.com/organic.html>, December 4, 2009.

Soil association. n.d. **Certification** (Online).

<http://www.soilassociation.org/Certification/Standards/tabid/353/Default.aspx>, December 4, 2009.





ภาคผนวก



ภาคผนวก ก
ข้อมูลการเก็บตัวอย่างในกรุงเทพมหานคร

ข้อมูลการเก็บตัวอย่างในกรุงเทพมหานคร

การจัดแบ่งพื้นที่ของกรุงเทพมหานคร แบ่งออกเป็น 6 กลุ่มเขต (สำนักผังเมือง กรุงเทพมหานคร, 2551) ดังนี้

1. กลุ่มกรุงเทพกลาง ประกอบด้วยสำนักงานเขตต่อไปนี้

1.1 สำนักงานเขตพระนคร สำนักงานเขตดุสิต สำนักงานเขตป้อมปราบศัตรูพ่าย และสำนักงานเขตสัมพันธวงศ์

1.2 สำนักงานเขตดินแดง สำนักงานเขตห้วยขวาง สำนักงานเขตพญาไท สำนักงานเขตราชเทวี และสำนักงานเขตวังทองหลาง

2. กลุ่มกรุงเทพใต้ ประกอบด้วยสำนักงานเขตต่อไปนี้

2.1 สำนักงานเขตปทุมวัน สำนักงานเขตบางรัก สำนักงานเขตสาทร สำนักงานเขตบางคอแหลม สำนักงานเขตยานนาวา และสำนักงานเขตคลองเตย

2.2 สำนักงานเขตวัฒนา สำนักงานเขตพระโขนง สำนักงานเขตสวนหลวงสำนักงานเขตบางนา และสำนักงานเขตประเวศ

3. กลุ่มกรุงเทพเหนือ ประกอบด้วยสำนักงานเขตต่อไปนี้

3.1 สำนักงานเขตจตุจักร สำนักงานเขตบางซื่อ สำนักงานเขตลาดพร้าว และสำนักงานเขตหลักสี่

3.2 สำนักงานเขตดอนเมือง สำนักงานเขตสายไหม และสำนักงานเขตบางเขน

4. กลุ่มกรุงเทพมหานครวันออก ประกอบด้วยสำนักงานเขตต่อไปนี้

4.1 สำนักงานเขตบางกะปิ สำนักงานเขตสะพานสูง สำนักงานเขตบึงกุ่ม และสำนักงานเขตคันนายาว

4.2 สำนักงานเขตลาดกระบัง สำนักงานเขตมีนบุรี สำนักงานเขตหนองจอก และสำนักงานเขตคลองสามวา

5. กลุ่มกรุงเทพมหานครเหนือ ประกอบด้วยสำนักงานเขตต่อไปนี้

5.1 สำนักงานเขตธนบุรี สำนักงานเขตคลองสาน สำนักงานเขตจอมทอง และสำนักงานเขตบางกอกใหญ่

5.2 สำนักงานเขตบางกอกน้อย สำนักงานเขตบางพลัด สำนักงานเขตตลิ่งชัน และสำนักงานเขตทวีวัฒนา

6. กลุ่มกรุงเทพมหานครใต้ ประกอบด้วยสำนักงานเขตต่อไปนี้

6.1 สำนักงานเขตภาษีเจริญ สำนักงานเขตบางแค และสำนักงานเขตหนองแขม

6.2 สำนักงานเขตบางขุนเทียน สำนักงานเขตบางบอน สำนักงานเขตราชบุรีบูรณะ และสำนักงานเขตทุ่งครุ

รายละเอียดจำนวนประชากร พื้นที่ ความหนาแน่น จำนวนบ้าน จำแนกตามเขต ณ ธันวาคม 2551 ดังตารางผนวกที่ 1

ตารางผนวกที่ 1 จำนวนประชากร พื้นที่ ความหนาแน่น และจำนวนบ้านจำแนกตามเขต ปี 2551

เขต	ประชากร (คน)			พื้นที่ (ตร.กม.)	ความหนาแน่น (คน/ตร.กม.)	จำนวนบ้าน (หลัง)
	รวม	ชาย	หญิง			
1.เขตคลองเตย	118,412	57,316	61,096	12,994	9,113	52,403
2.เขตคลองสาน	82,824	39,035	43,789	6,051	13,688	29,850
3.เขตคลองสามวา	149,776	71,702	78,074	110,686	1,353	55,547
4.เขตคันนายาว	85,859	40,188	45,398	25,980	3,294	29,976
5.เขตจตุจักร	165,438	78,473	86,965	32,908	5,027	78,991
6.เขตจอมทอง	163,846	78,743	85,103	26,265	6,238	57,882
7.เขตดอนเมือง	164,570	82,040	82,530	36,803	4,472	61,419
8.เขตดินแดง	139,322	65,671	73,651	8,354	16,677	49,062
9.เขตดุสิต	116,742	61,879	54,863	10,665	10,946	29,772
10.เขตจตุจักร	107,513	51,091	56,422	29,479	3,347	35,560
11.เขตทวีวัฒนา	72,026	33,618	38,408	50,219	1,434	29,035
12.เขตทุ่งครุ	113,008	53,420	59,588	30,741	3,676	42,367
13.เขตธนบุรี	129,662	61,664	67,998	8,551	15,163	44,092
14.เขตบางเขน	183,836	8,652	95,184	42,123	4,364	83,724
15.เขตบางแค	193,449	91,150	102,299	44,456	4,351	73,839
16.เขตบางกอกใหญ่	78,307	37,328	40,979	6,180	12,671	25,667
17.เขตบางกอกน้อย	129,401	62,085	67,316	11,944	10,834	44,303
18.บางกะปิ	150,286	68,771	81,515	28,523	5,269	83,274
19.เขตบางขุนเทียน	145,294	69,586	75,708	120,687	1,204	58,268
20.เขตบางคอแหลม	101,862	49,015	52,847	10,921	9,327	36,764
21.เขตบางซื่อ	145,671	69,413	76,258	11,545	12,618	46,551
22.เขตบางนา	100,474	47,495	52,979	18,789	5,347	47,792
23.เขตบางบอน	102,963	49,636	53,327	34,745	2,963	46,400
24.เขตบางพลัด	103,852	48,478	55,374	11,36	9,142	37,723
25.เขตบางรัก	48,506	22,970	25,536	5,536	8,762	24,258
26.เขตบึงกุ่ม	147,466	68,228	79,238	24,311	6,066	60,190
27.เขตปทุมวัน	60,275	28,158	32,117	8,369	7,202	24,852
28.เขตประเวศ	152,669	72,655	80,014	52,490	2,909	62,787
29.เขตป้อมปราบศัตรู พ่าย	56,464	27,556	28,908	1,931	29,241	19,228
30.เขตพญาไท	76,477	37,964	38,513	9,595	7,971	32,998

ตารางผนวกที่ 1 (ต่อ)

เขต	ประชากร (คน)			พื้นที่ (ตร.กม.)	ความหนาแน่น (คน/ตร.กม.)	จำนวนบ้าน (หลัง)
	รวม	ชาย	หญิง			
31.เขตพระโขนง	97,749	45,559	52,235	13,986	6,992	36,855
32.เขตพระนคร	62,966	30,415	32,551	5,536	11,374	18,443
33.เขตภาษีเจริญ	133,622	63,442	70,180	17,834	7,493	44,826
34.เขตมีนบุรี	131,035	62,472	68,563	63,645	2,059	47,383
35.เขตยานนาวา	87,386	41,898	45,488	16,662	5,245	41,418
36.เขตราชเทวี	78,147	37,513	40,634	7,126	10,966	35,349
37.เขตราชบุรีบูรณะ	92,094	44,551	47,543	15,782	5,835	32,756
38.เขตลาดกระบัง	147,482	71,045	76,437	123,859	1,191	63,650
39.เขตลาดพร้าว	121,366	55,873	65,493	21,857	5,553	47,412
40.เขตบางทองหลาง	115,685	53,415	62,270	19,595	5,913	52,641
41.เขตวัฒนา	81,053	38,317	42,736	12,565	6,451	49,526
42.เขตสวนหลวง	116,067	54,103	61,964	23,678	4,902	51,008
43.เขตสะพานสูง	87,082	40,397	46,685	28,124	3,096	28,671
44.เขตสัมพันธวงศ์	30,088	14,734	15,354	1,416	21,249	13,253
45.เขตสาทร	90,937	43,506	47,431	9,326	9,751	35,196
46.เขตสายไหม	176,376	83,815	92,561	44,615	3,953	75,812
47.เขตหนองแขม	139,585	65,638	73,947	35,825	3,896	51,611
48.เขตหนองจอก	143,675	70,351	73,324	236,261	608	46,794
49.เขตหลักสี่	115,518	55,646	59,872	22,841	5,057	45,537
50.เขตห้วยขวาง	76,948	35,643	41,305	15,033	5,119	40,510
รวม	5,710,883	2,722,313	2,988,570	1,568,737	3,640	2,263,680

ที่มา: ศูนย์ข้อมูลกรุงเทพมหานคร (2553)



ภาคผนวก ข
แบบสอบถามผู้บริโภค

แบบสอบถาม

เรื่อง “ยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์ต่อความตระหนักของผู้บริโภค”

แบบสอบถามนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการทำวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโท สาขาเศรษฐศาสตร์เกษตร คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ข้อมูลที่ได้รับมีจุดประสงค์เพื่อใช้ในการศึกษาเท่านั้น โดยจะนำไปใช้อย่างเหมาะสม และจะเก็บข้อมูลของท่านไว้เป็นความลับ

ส่วนที่ 1 ลักษณะปัจจัยส่วนบุคคล

- 1) เพศ ชาย หญิง
- 2) อายุ 10-19 ปี (เฉลี่ย 14.5 ปี) 20 - 29 ปี (เฉลี่ย 24.5 ปี) 30 - 39 ปี (เฉลี่ย 34.5 ปี)
 40 - 49 ปี (เฉลี่ย 44.5 ปี) 50 - 59 ปี (เฉลี่ย 54.5 ปี) 60 ปีขึ้นไป (เฉลี่ย 64.5 ปี)
- 3) สถานภาพ โสด สมรส (มีบุตร) สมรส (ไม่มีบุตร)
- 4) การศึกษาระดับ ประถมศึกษาปีที่ (ระบุ)..... มัธยมศึกษา มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช.
 อนุปริญญา/ปวส. ปริญญาตรี ปริญญาโท
 ปริญญาเอก กำลังศึกษา(ระบุชั้นปี).....
- 5) อาชีพ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัท ธุรกิจส่วนตัว
 พ่อบ้าน/แม่บ้าน นักเรียน/นักศึกษา อื่น (ระบุ).....
- 6) รายได้และเงินเดือนในปัจจุบัน ของตัวเอง ต่อเดือน
 5,000 บาทหรือต่ำกว่า 5,001-10,000 บาท 10,001-20,000 บาท 20,001-30,000 บาท
(ค่าเฉลี่ย 5,000 บาท) (ค่าเฉลี่ย 7,500 บาท) (ค่าเฉลี่ย 15,000 บาท) (ค่าเฉลี่ย 25,000 บาท)

- 30,001 – 40,000 บาท 40,001-50,000 บาท 50,001 บาทขึ้นไป
(ค่าเฉลี่ย 35,000 บาท) (ค่าเฉลี่ย 45,000 บาท) (ค่าเฉลี่ย 50,000 บาท)

7) จำนวนสมาชิกทั้งหมดในครอบครัว (รวมตัวท่าน).....คน

 เด็กอายุต่ำกว่า 5 ปี.....คน

 ผู้ใหญ่อายุ 60 ปีขึ้นไป.....คน

8) สมาชิกในครอบครัวที่ต้องดูแลเรื่องอาหารเป็นพิเศษ จำนวน.....คน

ส่วนที่ 2 การรับรู้ก่อนนโยบายเกษตรอินทรีย์

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ลงในช่อง

1) ท่านเคยได้ยิน (รับรู้/ตระหนัก) คำว่าข้าวอินทรีย์หรือข้าวออร์แกนิกบ้างหรือไม่

- เคยได้ยินและเคยซื้อ (กรุณาทำต่อข้อ 2) ไม่เคยได้ยินและไม่เคยซื้อ (ข้ามไปทำข้อ 8)
 เคยได้ยินแต่ไม่เคยซื้อ (กรุณาทำต่อข้อ 5)

2) ความถี่ในการซื้อข้าวอินทรีย์ต่อเดือน

- น้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน 1-2 ครั้งต่อเดือน
 3-4 ครั้งต่อเดือน มากกว่า 5 ครั้งต่อเดือน

3) ท่านเริ่มซื้อข้าวอินทรีย์มานานเท่าไร

- 1-3 ปี 4-6 ปี
 7-9 ปี 10 ปีขึ้นไป

4) โดยปกติในแต่ละครั้งท่านซื้อข้าวอินทรีย์ณละกิโลกรัม (ระบุ).....กิโลกรัม และใช้เวลาในการบริโภคข้าวจำนวนดังกล่าวนี้นานเท่าไร (ระบุจำนวนวัน).....วัน

5) ท่านรับรู้ข้อมูลข้าวอินทรีย์มาจากแหล่งใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- โทรทัศน์ หนังสือ/วารสาร บุคคล เช่น ครอบครัว
 วิทยุ หนังสือพิมพ์ พนักงานขาย

11) ท่านเคยได้ยิน (รับรู้/ตระหนัก) ข้อมูลเหล่านี้ หรือไม่

ข้อมูล	เคยได้ยิน (รับรู้/ ตระหนัก)	ไม่เคยได้ยิน (ไม่เคยรับรู้/ ตระหนัก)
(1) กระบวนการและวิธีการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(2) ข้อมูลเกษตรกร ผู้ค้า ผู้ส่งออก ข้อมูลตลาด และกฎระเบียบ สินค้าเกษตรอินทรีย์ ฯลฯ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(3) ข้อมูลจากเครือข่ายศูนย์ปฏิบัติการข้อมูลการตลาดสินค้า เกษตรอินทรีย์ (Commerce Intelligence of MOC : CIM) กระทรวงพาณิชย์	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(4) งานมหกรรมเกษตรอินทรีย์/Thaifex/งานกรีนแฟร์ /รวมพล คนอินทรีย์/งานสัมนาเกษตรอินทรีย์หรืองานนิทรรศการ เกษตรอินทรีย์	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(5) แหล่งจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ในต่างจังหวัด	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(6) มาตรฐานออร์แกนิกไทยแลนด์ (Organic Thailand)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(7) มาตรฐานเกษตรอินทรีย์ของสำนักงานมาตรฐานสินค้า เกษตรและอาหารแห่งชาติ (มกอช.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

11) ท่านเคยได้ยิน (รับรู้/ตระหนัก) ข้อมูลเหล่านี้ หรือไม่ (ต่อ)

ข้อมูล	เคยได้ยิน (รับรู้/ ตระหนัก)	ไม่เคยได้ยิน (ไม่เคยรับรู้/ ตระหนัก)
--------	-----------------------------------	--

(8) มาตรฐานของสำนักงานมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ (มกท.)





(9) มาตรฐานเกษตรอินทรีย์ของต่างประเทศ



(10) บริษัทที่ให้การรับรองจากต่างประเทศ





12) ท่านเคยได้ยิน (รับรู้/ตระหนัก) ข้อมูลสินค้าเกษตรอินทรีย์เหล่านี้หรือไม่ และถ้าเคยได้ยิน(รับรู้/ตระหนัก) ท่านซื้อสินค้าเหล่านี้หรือไม่

ข้อมูล	เคยได้ยิน (รับรู้/ ตระหนัก)		ไม่เคยได้ยิน (ไม่เคยรับรู้/ ตระหนัก)
	ซื้อ	ไม่ซื้อ	
(1) ผลไม้อินทรีย์ ได้แก่ ลำไย ส้มโอ กล้วย ตับปะรด	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(2) ผักและสมุนไพรอินทรีย์ ได้แก่ งาม ถั่วเหลือง ผักสด หน่อไม้ฝรั่ง อ้อยอินทรีย์	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(3) สัตว์น้ำอินทรีย์ ได้แก่ กุ้งอินทรีย์ ปลาอินทรีย์	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(4) ปศุสัตว์อินทรีย์ ได้แก่ โคนเนื้อ โคนม แพะ สัตว์ปีก ฟิ้ง สุกรอินทรีย์	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(5) สินค้าเกษตรอินทรีย์แปรรูป ได้แก่ อาหารเสริม น้ำตาล น้ำมันมะพร้าว	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

13) ท่านคิดว่ามีคนไทยบริโภคอาหารอินทรีย์กี่เปอร์เซ็นต์

1-25%

26-50 %

51-75%

76-100%

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อหรือไม่ซื้อข้าวอินทรีย์

1) ปัจจัยใดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อหรือไม่ซื้อข้าวอินทรีย์ของท่าน

ปัจจัยจากนโยบาย (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1.1. การผ่านการรับรองมาตรฐาน
- 1.2. รักษาสิ่งแวดล้อม
- 1.3. วัน เดือน ปี หมดอายุ
- 1.4. การรับรู้ข้อมูลความเสี่ยงที่เกิดจากสารพิษ
- 1.5. การรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับข้าวอินทรีย์
- 1.6. แหล่งจำหน่าย
- 1.7. ความหลากหลายของสินค้าที่ส่งเสริม
- 1.8. โฆษณาของรัฐ
- 1.9. ยี่ห้อ/ตรา ภายใต้โครงการสร้างแบรนด์
- 1.10. เพิ่มรายได้ให้กับเกษตรกร
- 1.11. อื่นๆ (ระบุ).....
- 1.12. อื่นๆ (ระบุ).....
- 1.13. อื่นๆ (ระบุ).....

ปัจจัยอื่นๆ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 2.1. ราคาข้าวอินทรีย์
- 2.2. ความสม่ำเสมอของข้าวที่จำหน่าย
- 2.3. น้ำหนักของข้าวที่บรรจุ
- 2.4. บรรจุภัณฑ์ (Package)
- 2.5. รสนิยม/ค่านิยม/กระแส
- 2.6. ความน่าเชื่อถือของระบบรับรองมาตรฐาน
- 2.7. ร้านค้าที่ซื้อเป็นประจำ
- 2.8. ประสบการณ์ซื้อสินค้าอินทรีย์
- 2.9. เพื่อสุขภาพให้ร่างกายแข็งแรง
- 2.10. เป็นยาบำรุงกำลัง
- 2.11. โพรโมชันของร้านจำหน่าย
- 2.12. ไม่มีความจำเป็นในการบริโภค
- 2.13. อื่นๆ (ระบุ).....

.....

จบแบบสอบถาม

ขอขอบพระคุณเป็นอย่างยิ่งที่ท่านได้สละเวลาตอบคำถาม



ภาคผนวก ค

โครงการภายใต้ยุทธศาสตร์เกษตรอินทรีย์ปี 2549-2552

และยุทธศาสตร์เกษตรอินทรีย์ปี 2551-2554

ตารางผนวกที่ 2 ภาพรวมยุทธศาสตร์เกษตรอินทรีย์ปี 2549-2552

รายละเอียด	
ยุทธศาสตร์	<ol style="list-style-type: none"> 1.ยุทธศาสตร์ด้านการรณรงค์และประชาสัมพันธ์ 2. ยุทธศาสตร์ด้านการสร้างเครือข่ายแกนนำเกษตรกร 3 ยุทธศาสตร์ด้านการวิจัย 4 ยุทธศาสตร์ด้านการสนับสนุน 5 ยุทธศาสตร์ด้านการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์และส่งเสริมการตลาด
โครงการ ของ ยุทธศาสตร์ ที่ 1	<ol style="list-style-type: none"> 1.รณรงค์และประชาสัมพันธ์/สื่อต่างๆ ปี 49-52 (กรมพัฒนาที่ดิน: พด.) 2.งานมหกรรมภูมิปัญญาเกษตรกรดีเด่นปี 49-52 (พด.) 3.การสร้างพลังเครือข่ายการมีส่วนร่วมปี 49-52 (กรมปศุสัตว์: ปศ.) 4.รณรงค์คังเผาฟางและไถกลบตอซัง ปี 50-52 (กรมส่งเสริมการเกษตร: กสก.)
โครงการ ของ ยุทธศาสตร์ ที่ 2	<ol style="list-style-type: none"> 1.ฝึกอบรมเจ้าหน้าที่ปี 49 -52 (พด.) 2.ฝึกอบรมเกษตรกรแกนหลัก/แกนรอง ปี 49-52 (พด.) 3.การฝึกอบรมสัมมนา ปี 49-52 (ปศ.) 4.สร้างเครือข่ายแกนนำเกษตรกร ปี 49-51 (กสก.) 5.การอบรมเจ้าหน้าที่และอบรมเกษตรกรด้านเกษตรอินทรีย์ปี 52 (กสก.) 6.ดำเนินการจัดตั้งกลุ่มผู้ผลิตเกษตรอินทรีย์ปี 52 (กสก.) 7.ฝึกอบรมให้ความรู้ด้านเกษตรอินทรีย์แก่สมาชิกสหกรณ์และกลุ่มเกษตรกรปี 49-52 (กรมส่งเสริมสหกรณ์: กสส.)
โครงการ ของ ยุทธศาสตร์ ที่ 3	<ol style="list-style-type: none"> 1.การวิจัยนำขยะทำปุ๋ยอินทรีย์ปี 49 -50 (พด.) 2.วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์เทคโนโลยีชีวภาพทางดินปี50 -52 (พด.) 3.วิจัยเกษตรอินทรีย์/เกษตรลดใช้สารเคมีปี50 (พด.) 4.ศึกษาและพัฒนาการผลิตพืชอินทรีย์ (ลำไย ส้มโอ ถั่วเหลืองฝักสด พืชผัก สมุนไพร งาม กล้วย สับปะรด และข้าว) ปี 49 (กรมวิชาการเกษตร: กวก.) 5.โครงการวิจัยและพัฒนาาระบบปศุสัตว์อินทรีย์ ปี 49-52 (ปศ.) 6.โครงการวิจัยและพัฒนาปัจจัยการผลิตปศุสัตว์อินทรีย์ปี 49 (ปศ.) 7.โครงการถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตปศุสัตว์อินทรีย์ (ผ่านศูนย์เรียนรู้) ปี 49-52 (ปศ.) 8.โครงการด้านการวิจัยปี 49-50 (กสก.) 9.การจำแนกพื้นที่และทำประชาพิจารณ์ปี49 (กสก.) 10.โครงการบูรณาการแผนพัฒนาการเกษตรสัมมนาเชิงปฏิบัติการระดับจังหวัด ปี49 (กสก.) 11.การถ่ายทอดเทคโนโลยีปี49 (กสก.)

ตารางผนวกที่ 2 (ต่อ)

รายละเอียด	
โครงการ ของ ยุทธศาสตร์ ที่ 4	<ol style="list-style-type: none"> 1. ส่งเสริมการผลิตและใช้สารอินทรีย์ทดแทนสารเคมีทางการเกษตร ปี49 -52 (พค.) 2. สนับสนุนปัจจัยการผลิตอินทรีย์ชีวภาพทดแทนสารเคมี ปี49 (พค.) 3. รณรงค์ลดการเผาตอซังพืชปี49 -52 (พค.) 4. พัฒนาศูนย์ข้อมูลเกษตรอินทรีย์ปี 49-50 (พค.) 5. จัดตั้งศูนย์อำนวยความสะดวกส่งเสริมเกษตรอินทรีย์ปี 49 (พค.) 6. ผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าวอินทรีย์ (ผลิตเมล็ดพันธุ์คัดและเมล็ดพันธุ์หลัก) ปี 49 (กวก.) 7. ผลิตปุ๋ยชีวภาพไรโซเบียมปี 49-51 (กวก.) 8. การเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำอินทรีย์ปี 49-52 (กรมประมง: ปม.) 9. ส่งเสริมสนับสนุนการผลิตปุ๋ยคอกอินทรีย์ในชุมชนปี49-52 (ปศ.) 10. สนับสนุนเงินทุนให้เกษตรกรที่ผลิตในระบบเกษตรอินทรีย์หรือเกษตรลดใช้สารเคมี 49-52 (กสศ.) 11. จัดหาน้ำสนับสนุนพื้นที่เกษตรอินทรีย์ปี 49-51 (กรมชลประทาน: ชป.) 12. การพัฒนาส่งเสริมเกษตรอินทรีย์ปี 50-51 (ชป.) 13. ด้านการสนับสนุนปี49-50 (กสก.) 14. จัดทำฐานข้อมูลเกษตรอินทรีย์ ปี 52 (กสก.)
โครงการ ของ ยุทธศาสตร์ ที่ 5	<ol style="list-style-type: none"> 1. พัฒนามาตรฐานปัจจัยการผลิตเกษตรอินทรีย์ หรือเกษตรกรลดใช้สารเคมี ปี49 -50 (พค.) 2. รับรองมาตรฐานปัจจัยการผลิตเกษตรอินทรีย์ หรือ เกษตรลดใช้สารเคมี ปี49 -52 (พค.) 3. ศึกษาปัจจัยสินค้าเกษตรอินทรีย์ต่างประเทศปี49 (พค.) 4. โครงการเกษตรอินทรีย์ใน โรงเรียน และชุมชนปี50-52 (พค.) 5. ตรวจสอบรับรองการผลิตและรับรองปัจจัยการผลิตพืชอินทรีย์ปี 49-52 (กวก.) 6. จัดทำระบบการตรวจรับรองสัตว์น้ำอินทรีย์ปี 50 -51 (ปม.) 7. ฝึกอบรมเรื่องมาตรฐานและการรับรองสัตว์น้ำอินทรีย์ปี 50 (ปม.) 8. การสนับสนุนสร้างมูลค่าเพิ่มและพัฒนาตลาดสินค้าปุ๋ยคอกอินทรีย์ 49-51 (ปศ.) 9. สนับสนุนเงินทุนให้สหกรณ์และกลุ่มเกษตรกรพัฒนาการผลิต แปรรูปสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่มีคุณภาพเพื่อการส่งออก ปี 49 (กสศ.) 10. ด้านการรับรองมาตรฐานและส่งเสริมการตลาดปี 49-52 (กสก.) 11. พัฒนาระบบรับรองมาตรฐานปี49 (สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ: มกอช.) 12. ศึกษาการพัฒนาระบบการผลิตและมาตรฐานระบบการตรวจรับรองเกษตรอินทรีย์ท้องถิ่น (มกอช.)

ตารางผนวกที่ 2 (ต่อ)

รายละเอียด	
โครงการ	13.การพัฒนาตลาดและระบบการตรวจรับรองสินค้าเกษตรอินทรีย์ (มกอช.)
ของ	14.จ้างที่ปรึกษาโครงการส่งเสริมการแปรรูปสินค้าเกษตรอินทรีย์เพื่อตลาดในประเทศและ
ยุทธศาสตร์	ต่างประเทศปี 52 (มกอช.)
ที่ 5 (ต่อ)	15.จ้างที่ปรึกษาโครงการพัฒนาระบบการตรวจรับรองด้านเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยให้ เป็นที่ยอมรับของประเทศผู้นำเข้ารายใหญ่ปี 51-52
	16.ศึกษาสภาวะเศรษฐกิจสังคมครัวเรือนและการยอมรับนวัตกรรมเกษตรอินทรีย์ปี 49 (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร: สศก.)
	17.โครงการติดตามและประเมินผลปี 49-52 (สศก.)

ที่มา: ข้อมูลปี 2549 และปี 2551-2552 จากสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

ข้อมูลปี 2550 จากสำนักงานปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

ตารางผนวกที่ 3 ภาพรวมยุทธศาสตร์เกษตรอินทรีย์ปี 2551-2554 และ โครงการที่ต่อเนื่องจากแผน
ยุทธศาสตร์เกษตรอินทรีย์ปี 2549-2552

รายละเอียด	
เป้าหมาย	ขับเคลื่อนเกษตรอินทรีย์เป็นวาระแห่งชาติเพื่อให้ผู้ผลิตและผู้บริโภคมีสุขภาพและคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น
ยุทธศาสตร์	<ol style="list-style-type: none"> 1. ยุทธศาสตร์การเสริมสร้างและจัดการองค์ความรู้และนวัตกรรม 2. ยุทธศาสตร์การพัฒนาการเกษตรอินทรีย์ตามวิถีพื้นบ้าน 3. ยุทธศาสตร์การเสริมสร้างศักยภาพการเกษตรอินทรีย์เชิงพาณิชย์ 4. ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการเพื่อพัฒนาเกษตรอินทรีย์
โครงการ ของ ยุทธศาสตร์ ที่ 1	<ol style="list-style-type: none"> 1. โครงการส่งเสริมเกษตรอินทรีย์ในโรงเรียน ปี 51 – 54 (พค.) ต่อเนื่องจากยุทธศาสตร์ที่ 5 ปี 49-52 2. โครงการอบรมผู้นำกลุ่มเกษตรกรแกนหลัก/ผู้บริหาร โรงงานผลิตปุ๋ยอินทรีย์ ปี 51 – 54 (พค.) ต่อเนื่องจากยุทธศาสตร์ที่ 2 ปี 49-52 3. การรณรงค์ประชาสัมพันธ์และจัดงานมหกรรมเกษตรอินทรีย์ ปี 51 – 54 (พค.) ต่อเนื่องจากยุทธศาสตร์ที่ 1 ปี 49-52 4. การอบรมเจ้าหน้าที่กรมพัฒนาที่ดินหลักสูตรส่งเสริมเข้าสู่ระบบเกษตรอินทรีย์ ปี 52 – 54 (พค.) ต่อเนื่องจากยุทธศาสตร์ที่ 2 ปี 49-52 5. โครงการวิจัยและพัฒนาเพื่อสร้างองค์ความรู้และนวัตกรรมด้านปศุสัตว์อินทรีย์ ปี 51 – 54 (ปศ.) 6. โครงการวิจัยและพัฒนาระบบการผลิตปศุสัตว์อินทรีย์ในชุมชนเกษตรอินทรีย์ ปี 51 – 54 (ปศ.) 7. โครงการวิจัยและพัฒนาโรงแปรรูปผลผลิตปศุสัตว์อินทรีย์ขนาดเล็กเพื่ออาหารปลอดภัย ปี 52 – 54 (ปศ.) 8. โครงการศูนย์เรียนรู้ต้นแบบปศุสัตว์อินทรีย์ปี 52 – 54 (ปศ.) 9. การรณรงค์ ประชาสัมพันธ์ ให้ความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องด้านปศุสัตว์อินทรีย์ ปี 51 – 54 (ปศ.) 10. โครงการพัฒนาที่ปรึกษาเกษตรกรและนักวิชาการผลิตปศุสัตว์อินทรีย์ ปี 52 – 54 (ปศ.) 11. โครงการพัฒนาส่งเสริมเกษตรอินทรีย์ปี 51 – 52 (ขป.) ต่อเนื่องจากยุทธศาสตร์ที่ 4 ปี 49-52 12. โครงการส่งเสริมและถ่ายทอดความรู้และเทคโนโลยีด้านการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำอินทรีย์ตามมาตรฐานสัตว์น้ำอินทรีย์ (กิจกรรมพัฒนาเกษตรอินทรีย์) ปี 52 – 54 (ปม.) 13. โครงการศึกษาเทคโนโลยีการผลิตพืชอินทรีย์ตามมาตรฐานสากล ปี 51 – 54 14. การอบรมเกษตรกรเป้าหมาย เรื่อง การผลิตข้าวอินทรีย์ปี 52 – 54 15. การอบรมผู้ตรวจประเมินข้าวอินทรีย์ปี 51 – 54

ตารางผนวกที่ 3 (ต่อ)

รายละเอียด	
โครงการ ของ ยุทธศาสตร์ ที่ 2	1. โครงการส่งเสริมการใช้สารอินทรีย์ทดแทนสารเคมีทางการเกษตร/เกษตรอินทรีย์ ปี 51 – 54 (พค.) ต่อเนื่องจากยุทธศาสตร์ที่ 4 ปี 49-52 2. ศูนย์เรียนรู้ปศุสัตว์อินทรีย์ชุมชน ปี 51 – 54 (ปศ.) 3. โครงการพัฒนากลุ่มสินค้าปศุสัตว์อินทรีย์หนึ่งผลิตภัณฑ์หนึ่งจำหน่าย ปี 51 – 54 (ปศ.) ต่อเนื่องจากยุทธศาสตร์ที่ 4 ปี 49-52 4. โครงการส่งเสริมการแปรรูปสินค้าเกษตรอินทรีย์เพื่อตลาดในประเทศและต่างประเทศ ปี 52 – 54 (มกocz.) ต่อเนื่องจากยุทธศาสตร์ที่ 5 ปี 49-52
โครงการ ของ ยุทธศาสตร์ ที่ 3	1. โครงการสนับสนุนการสร้างเครือข่ายสินค้าปศุสัตว์อินทรีย์เชิงพาณิชย์ ปี 51 – 54 (ปศ.) 2. โครงการพัฒนาระบบมาตรฐานปศุสัตว์อินทรีย์ตามชนิดสัตว์ ปี 52 – 54 (ปศ.) 3. โครงการพัฒนาระบบตรวจรับรองด้านปศุสัตว์อินทรีย์ ปี 52 – 54 (ปศ.) 4. โครงการพัฒนาระบบการตรวจรับรองด้านเกษตรอินทรีย์ของประเทศให้เป็นที่ยอมรับของประเทศไทยที่นำเข้ารายใหญ่ สหภาพยุโรป สหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่นปี 51 – 52 (มกocz.) ต่อเนื่องจากยุทธศาสตร์ที่ 5 ปี 49-52 5. โครงการตรวจรับรองการผลิตพืชอินทรีย์ ปี 51 – 54 (กวก.) ต่อเนื่องจากยุทธศาสตร์ที่ 5 ปี 49-52 6. โครงการส่งเสริมการผลิตสินค้าเกษตรปลอดภัยและได้มาตรฐาน ปี 52 – 54 (กสก.) ต่อเนื่องจากยุทธศาสตร์ที่ 2 ปี 49-52 7. โครงการจัดตั้งศูนย์ตรวจรับรองมาตรฐานฟาร์มและผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำอินทรีย์ ปี 52 – 54 (ปม.) 8. โครงการพัฒนาระบบการผลิตสินค้าเกษตรและอาหารมาตรฐานเพื่อการยอมรับทั้งในประเทศและสากล (กิจกรรมที่ 4 เทียบเคียงมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารกับประเทศคู่ค้า) ปี 51 (มกocz.) 9. โครงการศึกษาพัฒนาและจัดทำมาตรฐาน และระบบการตรวจสอบ รับรองข้าวอินทรีย์ ปี 51 – 52 (กข.) 10. โครงการตรวจสอบและรับรองข้าวอินทรีย์ ปี 52 -54 (กข.) 11. โครงการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ตลาดสินค้าข้าวอินทรีย์ และผลิตภัณฑ์ ปี 51 – 54 (กข.)

ตารางผนวกที่ 3 (ต่อ)

รายละเอียด	
โครงการ ของ ยุทธศาสตร์ ที่ 4	<p>1. โครงการติดตามและประเมินผล โครงการพัฒนาเกษตรอินทรีย์แบบบูรณาการ ปี 52 – 54 (สศก.) ต่อเนื่องจากยุทธศาสตร์ที่ 5 ปี 49-52</p> <p>1.1 ดำเนินการจ้างที่ปรึกษาประเมินผลแผนพัฒนาเกษตรอินทรีย์ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ปี 2549-2552 จำนวน 1 โครงการ</p> <p>1.2 ติดตามความก้าวหน้าโครงการเกษตรอินทรีย์จำนวน 4 ครั้ง</p>
หมายเหตุ:	เปรียบเทียบความต่อเนื่องเฉพาะ โครงการของหน่วยงานที่มีการเผยแพร่ข้อมูลการติดตามและประเมินผลเท่านั้น
ที่มา:	ศูนย์วิจัยเศรษฐศาสตร์ประยุกต์ (2553)



ภาคผนวก ง

การวิเคราะห์แบบลอจิกคอลเฟรมเว็คของแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบเกษตรอินทรีย์ปี 2549-2552
และ แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ ฉบับที่ 1 พ.ศ. 2551-2554

ตารางผนวกที่ 4 การวิเคราะห์แบบลอจิคอลเฟรมเวิร์กของยุทธศาสตร์ที่ 1-5 ของแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์ปี 2549-2552

	ข้อสรุปเชิงบรรยาย (Narrative Summary: NS)	ตัวบ่งชี้ (Objectively Verifiable Indicators: OVI)	แหล่งข้อมูล (Means of Verification: MOV)	ข้อสมมติฐานที่สำคัญ (Important Assumption: IA)
Goal (เป้าหมาย)	ขับเคลื่อนเกษตรอินทรีย์เป็นวาระแห่งชาติเพื่อให้ผู้ผลิตและผู้บริโภคมีสุขภาพและคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น			
Purpose (วัตถุประสงค์)	เพื่อเปลี่ยนระบบการผลิตจากระบบเคมีเป็นเกษตรอินทรีย์ และปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้บริโภค	<ol style="list-style-type: none"> จำนวนเกษตรกรที่ทำการเกษตรลดใช้สารเคมี/เกษตรอินทรีย์ (คน) จำนวนพื้นที่เพาะปลูกเกษตรลดใช้สารเคมี/เกษตรอินทรีย์ (ไร่) จำนวนผู้บริโภคสินค้าอินทรีย์ภายในประเทศ (คน) จำนวนผู้บริโภคที่รับรู้ข้อมูลเกษตรอินทรีย์ (คน) 	<ul style="list-style-type: none"> - กรมพัฒนาที่ดิน (หน่วยงานหลัก) - กรมวิชาการเกษตร - กรมปศุสัตว์ - กรมประมง - กรมส่งเสริมการเกษตร - กรมส่งเสริมสหกรณ์ - กรมชลประทาน - สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ - สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร - จากการสำรวจผู้บริโภค 	<ul style="list-style-type: none"> - ผู้ผลิตสนใจและเต็มใจในการปรับเปลี่ยนระบบการผลิตจากเกษตรเคมีเป็นเกษตรอินทรีย์ • มีแรงจูงใจในด้านราคาผลผลิตเพื่อให้ผู้ผลิตปรับเปลี่ยนระบบการผลิต • ผู้บริโภคเข้าใจและเชื่อใจในระบบการผลิตแบบอินทรีย์ • ราคาสินค้าเกษตรอินทรีย์ไม่สูงเกินไป

ตารางผนวกที่ 4 (ต่อ)

	ข้อสรุปเชิงบรรยาย (Narrative Summary: NS)	ตัวบ่งชี้ (Objectively Verifiable Indicators: OVI)	ผลการดำเนินงาน	แหล่งข้อมูล (Means of Verification: MOV)	ข้อสมมติฐานที่สำคัญ (Important Assumption: IA)
Output (เอาท์พุท)	1) ยุทธศาสตร์ด้านการรณรงค์และประชาสัมพันธ์ (S1) - รณรงค์และประชาสัมพันธ์ เพื่อให้เกษตรกร ได้รับรู้ถึงนโยบายและเจตนารมณ์ของรัฐบาลในเรื่องวาระแห่งชาติเกษตรกรอินทรีย์	เกษตรกรจำนวน 4.25 ล้านราย ทั่วประเทศอินทรีย์	- เกษตรกรจำนวนมากกว่า 4.72 ล้านราย ทั่วประเทศอินทรีย์ - จำนวนผู้เข้าร่วมงานมหกรรมเกษตรกรอินทรีย์ตั้งแต่ปี 49-52 ประมาณ 700,126 คน	- กรมพัฒนาที่ดิน (หน่วยงานหลัก) - กรมวิชาการเกษตร - กรมปศุสัตว์ - กรมประมง - กรมส่งเสริมการเกษตร - กรมส่งเสริมสหกรณ์ - กรมชลประทาน - สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ	- S1 สื่อที่ใช้สามารถเข้าถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
	2) ยุทธศาสตร์ด้านการสร้างเครือข่ายแกนนำเกษตรกร (S2) - การสร้างเครือข่ายเกษตรกรอินทรีย์เพิ่มขึ้น	- การสร้างเครือข่ายเกษตรกรอินทรีย์เพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า 876 เครือข่าย	- มีการจัดตั้งกลุ่มเกษตรกรผลิตพืชอินทรีย์มากกว่า 876 เครือข่าย - มีการจัดตั้งกลุ่มเกษตรกรผลิตปศุสัตว์อินทรีย์ 36 กลุ่ม	- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร	- S2 เกษตรกรสนใจ และเห็นประโยชน์ในการสร้างเครือข่าย พร้อมทั้งมีหัวใจเพียงพอ

ตารางผนวกที่ 4 (ต่อ)

	ข้อสรุปเชิงบรรยาย (Narrative Summary: NS)	ตัวบ่งชี้ (Objectively Verifiable Indicators: OVI)	ผลการดำเนินงาน	แหล่งข้อมูล (Means of Verification: MOV)	ข้อสมมติฐานที่สำคัญ (Important Assumption: IA)
Output (เอาท์พุท)	3) ยุทธศาสตร์ด้านการวิจัย (S3)				
	1. เกษตรกรมีการปรับเปลี่ยนมาใช้สารอินทรีย์ลดใช้สารเคมีทางการเกษตร	1. เกษตรกรมีการปรับเปลี่ยนมาใช้สารอินทรีย์ลดใช้สารเคมีทางการเกษตร 3.4 ล้านไร่	1. เกษตรกรมีการปรับเปลี่ยนมาใช้สารอินทรีย์ลดใช้สารเคมีทางการเกษตร จำนวนมากกว่า 3.46 ล้านไร่	- กรมพัฒนาที่ดิน (หน่วยงานหลัก) - กรมปศุสัตว์ (หน่วยงานรอง) - กรมส่งเสริมการเกษตร (หน่วยงานรอง)	- S3 ผู้ผลิตสนใจและเต็มใจในการปรับเปลี่ยนระบบการผลิตจากเกษตรเคมีเป็นเกษตรอินทรีย์ - S3 มีแรงจูงใจในด้านราคาผลผลิตเพื่อให้ผู้ผลิตปรับเปลี่ยนระบบการผลิต
	2. มีพื้นที่ที่มีการปรับเปลี่ยนมาใช้สารอินทรีย์ลดใช้สารเคมีทางการเกษตร	2. มีพื้นที่ที่มีการปรับเปลี่ยนมาใช้สารอินทรีย์ลดใช้สารเคมีทางการเกษตร จำนวน 85 ล้านไร่	2. มีพื้นที่ที่มีการปรับเปลี่ยนมาใช้สารอินทรีย์ลดใช้สารเคมีทางการเกษตรจำนวน 68.86 ล้านไร่	- กรมวิชาการเกษตร (หน่วยงานรอง)	

ตารางผนวกที่ 4 (ต่อ)

	ข้อสรุปเชิงบรรยาย (Narrative Summary: NS)	ตัวบ่งชี้ (Objectively Verifiable Indicators: OVI)	ผลการดำเนินงาน	แหล่งข้อมูล (Means of Verification: MOV)	ข้อสมมติฐานที่สำคัญ (Important Assumption: IA)
Output (เอาท์พุท)	4) ยุทธศาสตร์ด้านการ สนับสนุน (S4) - ปริมาณนำเข้าปุ๋ยเคมี สารเคมี ลดลง ในพื้นที่เป้าหมาย ภายใน 4 ปี - ปริมาณอินทรีย์วัตถุในดินใน พื้นที่ที่ปรับเปลี่ยนระบบการ ผลิตเป็นเกษตรอินทรีย์	- มูลค่านำเข้าปุ๋ยเคมีและสารเคมี ลดลงร้อยละ 50 ของมูลค่าการนำเข้า เฉพาะพื้นที่เป้าหมาย - ปริมาณอินทรีย์วัตถุในพื้นที่ ปรับเปลี่ยนระบบการผลิตเกษตร อินทรีย์เพิ่มขึ้นอยู่ในระดับไม่ต่ำกว่า ร้อยละ 2 โดยน้ำหนัก	ไม่มีข้อมูลในพื้นที่ เป้าหมาย ไม่มีข้อมูล	- กรมพัฒนาที่ดิน (หน่วยงานหลัก) - กรมปศุสัตว์ (หน่วยงานรอง) - กรมส่งเสริมการเกษตร (หน่วยงานรอง) - กรมวิชาการเกษตร (หน่วยงานรอง) - กรมส่งเสริมสหกรณ์ (หน่วยงาน รอง) - กรมชลประทาน (หน่วยงานรอง) - กรมประมง (หน่วยงานรอง)	- S4 เกษตรกรเชื่อมั่น และนำไปใช้จริงโดย การนำปุ๋ยอินทรีย์ใช้ ทดแทนปุ๋ยเคมี -S4 ผลผลิตตอบสนอง ต่อการใช้ปุ๋ยอินทรีย์ไม่ ต่ำกว่าปุ๋ยเคมี

ตารางผนวกที่ 4 (ต่อ)

	ข้อสรุปเชิงบรรยาย (Narrative Summary: NS)	ตัวบ่งชี้ (Objectively Verifiable Indicators: OVI)	ผลการดำเนินงาน	แหล่งข้อมูล (Means of Verification: MOV)	ข้อสมมติฐานที่สำคัญ (Important Assumption: IA)
Output (เอาท์พุท)	5) ยุทธศาสตร์ด้านการรับรองมาตรฐาน ผลิตภัณฑ์และส่งเสริมการตลาด (S5) - ปริมาณและมูลค่าการส่งออกสินค้า เกษตรอินทรีย์เพิ่มขึ้น - เกษตรกรที่ปรับเปลี่ยนระบบการผลิต เป็นเกษตรอินทรีย์มีรายได้เพิ่มขึ้น	-- ปริมาณและมูลค่าการ ส่งออกสินค้าเกษตรอินทรีย์ เพิ่มขึ้นร้อยละ 100 ต่อปี - เกษตรกรที่ปรับเปลี่ยน ระบบการผลิตเป็นเกษตร อินทรีย์มีรายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 20	- ไม่มีข้อมูล - เกษตรกรผู้ผลิต ข้าวที่ปรับเปลี่ยน ระบบการผลิตเป็น เกษตรอินทรีย์มี รายได้เพิ่มขึ้นเฉลี่ย ร้อยละ 25.64	- กรมพัฒนาที่ดิน (หน่วยงานหลัก) - กรมวิชาการเกษตร - กรมปศุสัตว์ - กรมประมง - กรมส่งเสริมการเกษตร - กรมส่งเสริมสหกรณ์	- S5 ระบบมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ เป็นที่ยอมรับของตลาดต่างประเทศ - S5 มีความต้องการสินค้าเกษตร อินทรีย์ของไทยในตลาดต่างประเทศ - S5 ราคาผลผลิต ณ ฟาร์มของเกษตร อินทรีย์สูงกว่าเกษตรกรเคมีอย่างมี นัยสำคัญ เช่น สูงกว่าร้อยละ 30
Input (อินพุท)	- โครงการภายใต้ S1 จำนวน 4 โครงการ - โครงการภายใต้ S2 จำนวน 7 โครงการ - โครงการภายใต้ S3 จำนวน 11 โครงการ - โครงการภายใต้ S4 จำนวน 14 โครงการ - โครงการภายใต้ S5 จำนวน 17 โครงการ	-	✓✓ ✓✓✓ ✓✓ ✓✓✓ ✓✓✓	- กรมชลประทาน - สำนักงานมาตรฐาน สินค้าเกษตรและอาหาร แห่งชาติ - สำนักงานเศรษฐกิจ การเกษตร	-

หมายเหตุ: ✓✓✓ การดำเนินงานสูงกว่าเป้าหมาย
✓✓ การดำเนินงานเป็นไปตามเป้าหมาย

ที่มา: ศูนย์วิจัยเศรษฐศาสตร์ประยุกต์ (2553)

ตารางผนวกที่ 5 การวิเคราะห์แบบลอจิคอลเฟรมเวิร์กของยุทธศาสตร์ที่ 1-4 ของแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ ฉบับที่ 1 พ.ศ. 2551-2554

	ข้อสรุปเชิงบรรยาย (Narrative Summary: NS)	ตัวบ่งชี้ (Objectively Verifiable Indicators: OVI)	แหล่งข้อมูล (Means of Verification: MOV)	ข้อสมมติฐานที่สำคัญ (Important Assumption: IA)
Goal (เป้าหมาย)	ขับเคลื่อนเกษตรอินทรีย์เป็นวาระแห่งชาติเพื่อให้ผู้ผลิตและผู้บริโภคมีสุขภาพและคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น			
Purpose (วัตถุประสงค์)	เพื่อเปลี่ยนระบบการผลิตจากระบบเคมีเป็นเกษตรอินทรีย์ และปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้บริโภค	1. จำนวนเกษตรกรที่ทำการเกษตรลดใช้สารเคมี/เกษตรอินทรีย์ (คน) 2. จำนวนพื้นที่เพาะปลูกเกษตรลดใช้สารเคมี/เกษตรอินทรีย์ (ไร่) 3. จำนวนผู้บริโภคสินค้าอินทรีย์ภายในประเทศ (คน) 4. จำนวนผู้บริโภคที่รับรู้ข้อมูลเกษตรอินทรีย์ (คน)	- กรมพัฒนาที่ดิน (หน่วยงานหลัก) - กรมวิชาการเกษตร - กรมปศุสัตว์ - กรมประมง - กรมส่งเสริมการเกษตร - กรมส่งเสริมสหกรณ์ - กรมชลประทาน - สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ - สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร	- ผู้ผลิตสนใจและเต็มใจในการปรับเปลี่ยนระบบการผลิตจากเกษตรเคมีเป็นเกษตรอินทรีย์ • มีแรงจูงใจในด้านราคาผลผลิตเพื่อให้ผู้ผลิตปรับเปลี่ยนระบบการผลิต • ผู้บริโภคเข้าใจและเชื่อใจในระบบการผลิตแบบอินทรีย์ • ราคาสินค้าเกษตรอินทรีย์ไม่สูงเกินไป

ตารางผนวกที่ 5 (ต่อ)

	ข้อสรุปเชิงบรรยาย (Narrative Summary: NS)	ตัวบ่งชี้ (Objectively Verifiable Indicators: OVI)	ผลการดำเนินงาน	แหล่งข้อมูล (Means of Verification: MOV)	ข้อสมมติฐานที่สำคัญ (Important Assumption: IA)
Output (เอาท์พุท)	<p>1) ยุทธศาสตร์การเสริมสร้างและจัดการองค์ความรู้และนวัตกรรม</p> <p>1.1 ผลงานการศึกษาวิจัยด้านเกษตรอินทรีย์ที่มีการนำไปเผยแพร่และประยุกต์ใช้ได้แก่รูปแบบการผลิตพืชอินทรีย์ตามมาตรฐานสากล 9 กลุ่ม, รูปแบบการผลิตและการใช้ปุ๋ยอินทรีย์ที่แปรรูปและปุ๋ยหมักชีวภาพ, องค์ความรู้ด้านปศุสัตว์อินทรีย์, รูปแบบเทคโนโลยีการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำและอาหารสัตว์น้ำและงานวิจัยและพัฒนาการเกษตรอินทรีย์ที่สนับสนุนการพัฒนาเกษตรอินทรีย์</p>	<p>1.1 กลุ่มรูปแบบการผลิตอินทรีย์ที่มีการนำไปประยุกต์ใช้</p>	ไม่มีข้อมูล	<ul style="list-style-type: none"> - กรมพัฒนาที่ดิน - กรมปศุสัตว์ - กรมประมง - สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ - กรมชลประทาน 	<ul style="list-style-type: none"> - เกษตรกรสนใจและนำความรู้จากงานวิจัยไปปฏิบัติได้จริง - งานวิจัยสามารถนำไปปฏิบัติได้จริง

ตารางผนวกที่ 5 (ต่อ)

	ข้อสรุปเชิงบรรยาย (Narrative Summary: NS)	ตัวบ่งชี้ (Objectively Verifiable Indicators: OVI)	ผลการดำเนินงาน	แหล่งข้อมูล (Means of Verification: MOV)	ข้อสมมติฐานที่สำคัญ (Important Assumption: IA)
Output (เอาท์พุท)	1.2 มีบุคลากรและหน่วยงานที่มีความรู้จริง ความเชี่ยวชาญ ความคิดสร้างสรรค์ด้านเกษตรอินทรีย์ รวมทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภคที่มีความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องในด้านเกษตรอินทรีย์ โดยจำนวนเจ้าหน้าที่ภาครัฐ ไม่น้อยกว่า 2,000 คน และเกษตรกร/ผู้ประกอบการ ไม่น้อยกว่า 80,000 ราย มีโอกาสได้รับการอบรมและถ่ายทอดความรู้ เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์	1.2 - จำนวนเจ้าหน้าที่ที่เข้าร่วมการฝึกอบรม - จำนวนเกษตรกร/ผู้ประกอบการที่เข้าร่วมการฝึกอบรม	มีเจ้าหน้าที่และเกษตรกรมากกว่า 62,886 รายที่ได้รับการฝึกอบรม	- กรมพัฒนาที่ดิน - กรมปศุสัตว์ - กรมประมง - สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ - กรมชลประทาน	- ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีความรู้ ความเข้าใจในด้านเกษตรอินทรีย์อย่างแท้จริง และสามารถนำระบบเกษตรอินทรีย์ไปปฏิบัติได้
	1.3 มีระบบฐานข้อมูลด้านการเกษตรอินทรีย์ ทั้งด้านการผลิต การแปรรูป การตลาด กฎระเบียบต่างประเทศอย่างเป็นระบบ และเชื่อมโยงกับฐานข้อมูลของหน่วยงานต่างๆ ที่มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาเกษตรอินทรีย์ ไม่น้อยกว่า 3 หน่วยงาน/ระบบ	1.3 ระบบมาตรฐานเกษตรอินทรีย์เชื่อมโยงกับฐานข้อมูลของหน่วยงานรัฐ	ไม่มีข้อมูล		- ระบบฐานข้อมูลเกษตรอินทรีย์ที่ใช้อยู่ในปัจจุบันสามารถเชื่อมโยงกันได้

ตารางผนวกที่ 5 (ต่อ)

	ข้อสรุปเชิงบรรยาย (Narrative Summary: NS)	ตัวบ่งชี้ (Objectively Verifiable Indicators: OVI)	ผลการดำเนินงาน	แหล่งข้อมูล (Means of Verification: MOV)	ข้อสมมติฐานที่สำคัญ (Important Assumption: IA)
Output (เอาท์ พุท)	2.ยุทธศาสตร์การพัฒนาการเกษตรอินทรีย์ ตามวิถีพื้นบ้าน 2.1 มีการปรับเปลี่ยนการทำเกษตรเคมีมาเป็น เกษตรอินทรีย์ในสินค้าพืช ปศุสัตว์ ประมง ใน พื้นที่ไม่น้อยกว่า 200,000 ไร่ เกษตรกรไม่น้อย กว่า 38,000 ราย	2.1 จำนวนพื้นที่และจำนวนเกษตรกร ที่ปรับเปลี่ยนมาทำเกษตรอินทรีย์ - จำนวนเกษตรกรที่ปรับเปลี่ยน เป็นระบบเกษตรอินทรีย์ (ราย)	-ปี 51-52 มีพื้นที่ มากกว่า 3.47 ล้านไร่ และเกษตรกร มากกว่า 38,000 ราย ที่ปรับเปลี่ยนมาทำ เกษตรอินทรีย์	- กรมพัฒนาที่ดิน - กรมปศุสัตว์ - สำนักงานมาตรฐาน สินค้าเกษตรและ อาหารแห่งชาติ	- เกษตรกรสนใจและมี แรงจูงใจในการ ปรับเปลี่ยนได้
	2.2 จัดตั้งกลุ่มเกษตรกรที่ทำเกษตรอินทรีย์ไม่ น้อยกว่า 135 กลุ่ม และพัฒนาสมาชิกสถาบัน เกษตรกรที่มีอยู่เดิมไม่ต่ำกว่า 1,100 กลุ่มทั่ว ประเทศและมีการสร้างเครือข่ายที่เกี่ยวข้องกับ การพัฒนาเกษตรอินทรีย์ไม่ต่ำกว่า 260 แห่ง/ เครือข่าย และมีการพัฒนากลุ่มต้นแบบเกษตร อินทรีย์ไม่ต่ำกว่า 38 กลุ่ม รวมทั้งมีการฝึกอบรม ผู้ประกอบการสินค้าเกษตรอินทรีย์มีคุณภาพ ระดับสากลผ่านการอบรมไม่น้อยกว่า 50 ราย	2.2 - จำนวนกลุ่มเกษตรกรที่จัดตั้งขึ้น (กลุ่ม) - จำนวนสถาบันเกษตรกร - จำนวนเครือข่ายที่เกี่ยวข้องกับการ พัฒนาเกษตรอินทรีย์ - จำนวนกลุ่มต้นแบบเกษตรอินทรีย์ - จำนวนผู้ประกอบการที่เข้าร่วมการ ฝึกอบรมสินค้าเกษตรอินทรีย์มี คุณภาพระดับสากล	- ปี 51-52 มีการจัดตั้ง กลุ่มมากกว่า 135 กลุ่ม		- เกษตรกรสนใจและ เห็นประโยชน์ในการ สร้างเครือข่าย/กลุ่ม - ผู้ประกอบการสนใจ และการฝึกอบรม สามารถนำไปใช้ ประโยชน์ได้อย่าง แท้จริง

ตารางผนวกที่ 5 (ต่อ)

	ข้อสรุปเชิงบรรยาย (Narrative Summary: NS)	ตัวบ่งชี้ (Objectively Verifiable Indicators: OVI)	ผลการดำเนินงาน	แหล่งข้อมูล (Means of Verification: MOV)	ข้อสมมติฐานที่สำคัญ (Important Assumption: IA)
Output (เอาท์พุท)	และขยายตลาดส่งออกได้ปีละไม่น้อยกว่า 10 ราย	- จำนวนผู้ประกอบการที่เข้าร่วมการฝึกอบรมเรื่องขยายตลาดส่งออก	ไม่มีข้อมูล	- กรมพัฒนาที่ดิน - กรมปศุสัตว์	
	2.3 ส่งเสริมและถ่ายทอดการใช้ปัจจัยการผลิตในการทำเกษตรอินทรีย์ทดแทนการใช้สารเคมีและปุ๋ยเคมีสู่เกษตรกร/ผู้ประกอบการ เพื่อนำไปสู่การปรับเปลี่ยนระบบการผลิตสู่เกษตรอินทรีย์ไม่น้อยกว่า 70,000 กลุ่ม หรือประมาณ 3.85 ล้านรายทั่วประเทศ รวมทั้งมีการจัดตั้งโรงปุ๋ยอินทรีย์ไม่น้อยกว่า 160 โรงมีการผลิตปุ๋ยอินทรีย์เป็นการค้าไม่น้อยกว่า 1,500 ตัน และปุ๋ยน้ำไม่น้อยกว่า 3,000 ลิตร	2.3 - จำนวนกลุ่มเกษตรกร/ผู้ประกอบการที่ได้รับการส่งเสริมและถ่ายทอดการใช้ปัจจัยการผลิตในการทำเกษตรอินทรีย์ทดแทนการใช้สารเคมีและปุ๋ยเคมี - จำนวนรายเกษตรกร/ผู้ประกอบการที่ได้รับการส่งเสริมและถ่ายทอดการใช้ปัจจัยการผลิตในการทำเกษตรอินทรีย์ทดแทนการใช้สารเคมีและปุ๋ยเคมี - จำนวนโรงปุ๋ยอินทรีย์ - จำนวนผลผลิตปุ๋ยอินทรีย์เพื่อการค้า (ตัน) - จำนวนผลผลิตปุ๋ยน้ำเพื่อการค้า (ลิตร)	-ปี 51-52 มีการถ่ายทอดการใช้ปัจจัยการผลิตในการทำเกษตรอินทรีย์หรือทดแทนการใช้สารเคมีและปุ๋ยเคมีสู่เกษตรกรมากกว่า 34,800 กลุ่ม หรือ มากกว่า 1.8 ล้านราย	- สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ	- ระบบมาตรฐานเกษตรอินทรีย์เป็นที่ยอมรับของตลาดต่างประเทศ - เกษตรกรเชื่อมั่นและนำไปใช้จริงโดยการนำปุ๋ยอินทรีย์ใช้ทดแทนปุ๋ยเคมี - มีแรงจูงใจเพียงพอในการตั้งโรงงานผลิตปุ๋ยอินทรีย์

ตารางผนวกที่ 5 (ต่อ)

	ข้อสรุปเชิงบรรยาย (Narrative Summary: NS)	ตัวบ่งชี้ (Objectively Verifiable Indicators: OVI)	ผลการดำเนินงาน	แหล่งข้อมูล (Means of Verification: MOV)	ข้อสมมติฐานที่สำคัญ (Important Assumption: IA)
Output (เอาท์พุท)	3) ยุทธศาสตร์การเสริมสร้างศักยภาพเกษตรกรอินทรีย์เชิงพาณิชย์ 3.1 มีพื้นที่เกษตรกรอินทรีย์และจำนวนกลุ่มเกษตรกร/ผู้ประกอบการที่มีศักยภาพในการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์เชิงพาณิชย์เพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า 7,100 ไร่ เกษตรกรประมาณ 1,500 ราย ในสินค้าพืช เช่น ข้าว ผัก(หน่อไม้ฝรั่ง) พืชไร่ (อ้อย) เป็นต้น และขยายฐานการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์เพื่อการจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยเป็นไปตามมาตรฐานสากลและสอดคล้องกับความต้องการของตลาด	3.1 - จำนวนพื้นที่เกษตรอินทรีย์เชิงพาณิชย์ (ไร่) - จำนวนรายของเกษตรกรผลิตข้าวเกษตรอินทรีย์เชิงพาณิชย์ (ราย) - จำนวนรายของเกษตรกรผลิตหน่อไม้ฝรั่งอินทรีย์เชิงพาณิชย์ (ราย) - จำนวนรายของเกษตรกรผลิตอ้อยอินทรีย์เชิงพาณิชย์ (ราย)	ไม่มีข้อมูล	- สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ - กรมปศุสัตว์ - กรมวิชาการเกษตร	- ระบบมาตรฐานเกษตรอินทรีย์เป็นที่ยอมรับของตลาดต่างประเทศ

ตารางผนวกที่ 5 (ต่อ)

	ข้อสรุปเชิงบรรยาย (Narrative Summary: NS)	ตัวบ่งชี้ (Objectively Verifiable Indicators: OVI)	ผลการดำเนินงาน	แหล่งข้อมูล (Means of Verification: MOV)	ข้อสมมติฐานที่สำคัญ (Important Assumption: IA)
Output (เอาท์พุท)	3.2 มีมาตรฐานและระบบตรวจรับรองมาตรฐานสินค้าเกษตรอินทรีย์ เช่น มาตรฐานข้าวอินทรีย์ และข้าวหอมมะลิอินทรีย์ มาตรฐานปศุสัตว์อินทรีย์ จำนวน 6 ชนิด ได้แก่ โคนม แพะ สุนัข สัตว์ปีก และการเลี้ยงผึ้งอินทรีย์ และมาตรฐานสัตว์น้ำอินทรีย์ ซึ่งจะมีเกษตรกรและผู้ประกอบการได้รับการตรวจรับรองมาตรฐานการผลิตปีละไม่น้อยกว่า 3,500 ราย	- จำนวนมาตรฐานและระบบตรวจรับรองมาตรฐานสินค้าเกษตรอินทรีย์ - จำนวนเกษตรกรและผู้ประกอบการที่ได้รับการตรวจรับรองมาตรฐานการผลิต	- มีผู้ผ่านการรับรองมาตรฐานผึ้งอินทรีย์ ปี 52 จำนวน 2 ราย - ผู้ผ่านการรับรองมาตรฐานข้าว ผักและผลไม้อินทรีย์ของกรมวิชาการเกษตรปี 2552 จำนวน 1,416 ราย	- สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ - กรมปศุสัตว์ - กรมวิชาการเกษตร	-เกษตรกรสนใจ และสามารถทำการปรับเปลี่ยนได้

ตารางผนวกที่ 5 (ต่อ)

	ข้อสรุปเชิงบรรยาย (Narrative Summary: NS)	ตัวบ่งชี้ (Objectively Verifiable Indicators: OVI)	ผลการดำเนินงาน	แหล่งข้อมูล (Means of Verification: MOV)	ข้อสมมติฐานที่สำคัญ (Important Assumption: IA)
Output (เอาท์พุท)	3.3 มีระบบสารสนเทศที่อำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ผลิต/ผู้ประกอบการและผู้ส่งออก ซึ่งให้บริการข้อมูลสินค้าเกษตรอินทรีย์ ผ่านทาง Website ด้วยระบบฐานข้อมูลตลาดและกฎระเบียบ มีระบบและเครือข่ายเชื่อมโยงทางการผลิต การแปรรูป และการตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์ ไม่น้อยกว่า 10 เครือข่าย และมีการสร้างเครือข่ายความร่วมมือกันในภูมิภาคอาเซียน ตลอดจนมีการวางระบบและพัฒนาบริหารระบบ โลจิสติกส์สินค้าเกษตรอินทรีย์	- จำนวน Website ระบบฐานข้อมูล ตลาดและกฎระเบียบ - จำนวนเครือข่ายเชื่อมโยงทางการผลิต การแปรรูป และการตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์ - เครือข่ายความร่วมมือระบบสินค้าเกษตรอินทรีย์ในภูมิภาคอาเซียน	ไม่มีข้อมูล	- สำนักงาน มาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ - กรมปศุสัตว์ - กรมวิชาการ เกษตร	-ระบบเครือข่าย สารสนเทศมี ความเชื่อมโยง กันและเอื้อ ประโยชน์แก่ผู้มี ส่วนได้ส่วนเสีย ในทุกระดับ

ตารางผนวกที่ 5 (ต่อ)

	ข้อสรุปเชิงบรรยาย (Narrative Summary: NS)	ตัวบ่งชี้ (Objectively Verifiable Indicators: OVI)	ผลการดำเนินงาน	แหล่งข้อมูล (Means of Verification: MOV)	ข้อสมมติฐานที่สำคัญ (Important Assumption: IA)
Output (เอาท์พุท)	4) ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการเพื่อพัฒนาเกษตรอินทรีย์ มีคณะกรรมการพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ ทำหน้าที่กำหนดนโยบาย กำกับ ประสานการขับเคลื่อนและติดตามผลการพัฒนาเกษตรอินทรีย์ของประเทศตามแผนปฏิบัติการ ภายใต้แผนยุทธศาสตร์การพัฒนากฎอินทรีย์แห่งชาติ และมีการจัดทำรายงานการติดตามประเมินผลการพัฒนาเกษตรอินทรีย์ตามแผนยุทธศาสตร์ฯ เพื่อปรับปรุงยุทธศาสตร์ฯ และการปฏิบัติให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง	- คณะกรรมการพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ ทำหน้าที่กำหนดนโยบาย กำกับ ประสานการขับเคลื่อนและติดตามผลการพัฒนาเกษตรอินทรีย์ของประเทศ - รายงานการติดตามประเมินผลการพัฒนาเกษตรอินทรีย์ตามแผนยุทธศาสตร์ฯ	- คณะกรรมการพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติจัดตั้งคณะอนุกรรมการ รวม 3 ชุด ได้แก่ คณะอนุกรรมการการบริหารจัดการองค์ความรู้และนวัตกรรมเกษตรอินทรีย์ คณะอนุกรรมการขับเคลื่อนการผลิตและการตลาดเกษตรอินทรีย์และคณะอนุกรรมการพัฒนาระบบมาตรฐานเกษตรอินทรีย์เพื่อดำเนินงานต่างๆ ตามยุทธศาสตร์ - ปี 51-52 มีการติดตามความก้าวหน้าทั้งหมด 15 ครั้ง ส่วนการประเมินผลการพัฒนาเกษตรอินทรีย์ตามแผนยุทธศาสตร์ฯ กำลังดำเนินการประเมินผลโดยผู้ได้รับการว่าจ้าง	- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร	- นโยบายมีความเหมาะสมและเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่ายเข้าใจและสามารถปฏิบัติงานได้ - หน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้ความสนใจและร่วมมือกันในการปฏิบัติงานตามแผน

ตารางผนวกที่ 5 (ต่อ)

	ข้อสรุปเชิงบรรยาย (Narrative Summary: NS)	ตัวบ่งชี้ (Objectively Verifiable Indicators: OVI)	แหล่งข้อมูล (Means of Verification: MOV)	ข้อสมมติฐานที่สำคัญ (Important Assumption: IA)
Input (อินพุท)	- โครงการภายใต้ S1 จำนวน 15 โครงการ - โครงการภายใต้ S2 จำนวน 4 โครงการ - โครงการภายใต้ S3 จำนวน 11 โครงการ - โครงการภายใต้ S4 จำนวน 1 โครงการ	-	- กรมพัฒนาที่ดิน (หน่วยงานหลัก) - กรมวิชาการเกษตร - กรมปศุสัตว์ - กรมประมง - กรมส่งเสริมการเกษตร - กรมส่งเสริมสหกรณ์ - กรมชลประทาน - สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรฯ - สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร	-

ที่มา: ศูนย์วิจัยเศรษฐศาสตร์ประยุกต์ (2553)



ภาคผนวก จ
หน่วยราชการที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเกษตรอินทรีย์

หน่วยราชการที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเกษตรอินทรีย์ปี 2549-2552

คณะรัฐมนตรีได้เห็นชอบให้มีการแต่งตั้งคณะกรรมการอำนวยการส่งเสริมเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ โดยมีรองนายกรัฐมนตรีที่กำกับการบริหารราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์เป็นประธาน และมีการจัดตั้งคณะกรรมการ 2 ชุด คือ

1) **คณะกรรมการส่งเสริมเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ** รับผิดชอบการส่งเสริมการทำเกษตรอินทรีย์ โดยมีผู้เชี่ยวชาญภาคเอกชนเป็นประธานคณะกรรมการ กรมวิชาการเกษตรและกรมพัฒนาที่ดิน เป็นฝ่ายเลขานุการฯ ความก้าวหน้าของการดำเนินงานมีดังนี้

1.1) ดำเนินการจังหวัดนำร่องโครงการเกษตรอินทรีย์ในปี พ.ศ. 2548 จำนวน 23 จังหวัด ได้แก่ แม่ฮ่องสอน เชียงราย อุบลราชธานี นครพนม มุกดาหาร กาฬสินธุ์ สุพรรณบุรี นครราชสีมา สิงห์บุรี ศรีสะเกษ ปัตตานี นราธิวาส พัทลุง สกลนคร จันทบุรี ชุมพร นครศรีธรรมราช สระแก้ว สุรินทร์ ยะลา ปทุมธานี กาญจนบุรี และพิษณุโลก

1.2) จัดทำคู่มือปฏิบัติการโครงการเกษตรอินทรีย์ระดับจังหวัด เพื่อให้ส่วนราชการในระดับจังหวัดใช้เป็นคู่มือหรือแนวทางในการดำเนินงานในกิจกรรมเกษตรอินทรีย์ และยกระดับคุณภาพชีวิตของเกษตรกรไทย ให้ดีขึ้นเป็นรูปธรรมต่อประเทศชาติโดยรวมต่อไป

1.3) จัดประชุมเชิงปฏิบัติการ เรื่อง แนวทางการดำเนินงานโครงการเกษตรอินทรีย์ในวันที่ 21-23 มิถุนายน 2548 ณ ราชธานีโฮสเทล จังหวัดอุบลราชธานี จำนวนผู้เข้าร่วมประชุม 70 คน ประกอบด้วยผู้แทนจังหวัดนำร่องที่จะดำเนินงานขับเคลื่อนโครงการจังหวัดละ 2 คน และผู้แทนกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ที่ได้รับการมอบหมายให้รับผิดชอบแต่ละจังหวัดนำร่อง 23 คน

1.4) จัดฝึกอบรม เรื่อง การเตรียมความพร้อมจังหวัดนำร่องเกษตรอินทรีย์ ระหว่างวันที่ 22-23 กันยายน 2548 ณ ชมรมเพื่อนช่วยเพื่อน อ.อินทร์บุรี จ.สิงห์บุรี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเตรียมความพร้อมให้ข้าราชการ ผู้ที่เกี่ยวข้อง ทั้งจากภาครัฐ ภาคเครือข่ายประชาชน เครือข่ายเกษตรกร ได้ทำความเข้าใจร่วมกันถึงกระบวนการทำงานแบบบูรณาการ เพื่อสนับสนุนการปฏิบัติงานตามนโยบายรัฐบาลในการขับเคลื่อนวาระแห่งชาติเกษตรอินทรีย์ให้ไปสู่เป้าหมายความสำเร็จ

2) คณะกรรมการส่งเสริมการใช้สารอินทรีย์ทดแทนสารเคมีทางการเกษตร รับผิดชอบการส่งเสริมการใช้สารอินทรีย์ทดแทนสารเคมีทางการเกษตร สนับสนุนการขับเคลื่อนวาระแห่งชาติ เกษตรอินทรีย์โดยมีรัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เป็นประธานกรรมการ กรรมการผู้ช่วยรัฐมนตรีประจำกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เป็นรองประธานกรรมการ และกรมพัฒนาที่ดินเป็นฝ่ายเลขานุการฯ ความก้าวหน้าดำเนินงานมีดังนี้

2.1) แต่งตั้งคณะกรรมการส่งเสริมการใช้สารอินทรีย์ทดแทนสารเคมีทางการเกษตรขึ้นใหม่เพื่อรับผิดชอบขับเคลื่อนให้มีการส่งเสริมการผลิตและใช้ปุ๋ยอินทรีย์ สารอินทรีย์ ทดแทนสารเคมีทางการเกษตร ได้มีการดำเนินงานอย่างกว้างขวางและเกิดผลในทางปฏิบัติอย่างยั่งยืน มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล สนับสนุนวาระแห่งชาติเกษตรอินทรีย์อย่างเห็นผลชัดเจน

2.2) จัดทำโครงการส่งเสริมการใช้สารอินทรีย์ทดแทนสารเคมีทางการเกษตร เพื่อสนับสนุนการปรับโครงสร้างภาคเกษตร และแก้ไขปัญหาความยากจนของเกษตรกรตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อสนับสนุนการขับเคลื่อนวาระแห่งชาติเกษตรอินทรีย์ และรองรับการดำเนินงานต่อเนื่องไปจนถึงปี 2549 โดยขออนุมัติเปลี่ยนแปลงการใช้งบประมาณ โครงการแหล่งน้ำในไร่นานอกเขตชลประทานปี 2548 ของกรมพัฒนาที่ดิน จำนวน 324,005,200 บาท มาใช้ในโครงการฯ ดังกล่าว โดยเน้นเรื่องการฝึกอบรมเกษตรกรและขยายผลเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ทำเกษตรอินทรีย์หรือเกษตรลดใช้สารเคมีเป้าหมาย 100,000 ราย เพื่อส่งเสริมให้เกษตรกรรู้จักการพึ่งตนเองอย่างพอดี พอประมาณ มีเหตุผลรู้จักการลดรายจ่าย เพิ่มรายได้ และขยายโอกาส จึงต้องมีการสร้างเครือข่ายกลุ่มเกษตรกรแกนนำเพื่อช่วยรณรงค์และขยายผลให้เกษตรกรทั่วไปเห็นความสำคัญในการผลิตปุ๋ยอินทรีย์และสารชีวภาพ เพื่อปรับปรุงบำรุงดินรวมทั้งการควบคุมแมลงต่างๆ อันเป็นการลดรายจ่าย เพิ่มรายได้ และฟื้นฟูระบบนิเวศการเกษตรให้ดีขึ้น ตลอดจนช่วยให้เกษตรกรมีการปรับเปลี่ยนแบบวิถีการผลิตตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ที่เน้นการพึ่งพาตัวเอง และช่วยเหลือเกื้อกูลกันในกลุ่มเกษตรกร เพื่อแก้ไขปัญหาความยากจน และสามารถดำเนินงานเรื่องการใช้อินทรีย์ทดแทนสารเคมีทางการเกษตรสู่เป้าหมายความสำเร็จได้อย่างต่อเนื่องและเป็นรูปธรรม นอกจากนี้ ได้มีการจัดเตรียมเกษตรกรและชุมชนเข้ารับการฝึกอบรมเพื่อถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิต การบริหารจัดการ และวิชาการด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้องในการรับรองการฟื้นฟูและจัดตั้งโรงงานผลิตปุ๋ยอินทรีย์-ชีวภาพ ชุมชน ให้สามารถดำเนินการผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล รวมทั้งรณรงค์ ประชาสัมพันธ์ และจัดมหกรรมภูมิปัญญาท้องถิ่นตามแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ เป็นแบบอย่างแก่เกษตรกรอื่นๆอย่างกว้างขวาง สนับสนุนการขับเคลื่อนวาระแห่งชาติเกษตรอินทรีย์

2.3) จัดทำรายละเอียดกรอบแนวทางการดำเนินงานเรื่อง การจัดเตรียมเกษตรกรและชุมชน (อาสาสมัครเศรษฐกิจพอเพียง) เพื่อรองรับการฟื้นฟูและจัดตั้งโรงงานผลิตปุ๋ยอินทรีย์-ชีวภาพ ชุมชนและการสร้างอาชีพ สนับสนุนการขับเคลื่อนวาระแห่งชาติเกษตรอินทรีย์ ซึ่งกรมพัฒนาที่ดินได้จัดทำเป็นโครงการเรียบร้อยแล้ว โดยมีแนวทางดำเนินงานดังนี้

(1) สำรวจเตรียมความพร้อม และจัดทำคู่มือการคัดเลือกเกษตรกรและชุมชนเข้ารับการฝึกอบรมเพื่อรองรับการฟื้นฟูและจัดตั้งโรงงานผลิตปุ๋ยอินทรีย์-ชีวภาพชุมชน ซึ่งในขณะนี้กรมพัฒนาที่ดินมีข้อมูล โรงงานผลิตปุ๋ยอินทรีย์ที่จัดตั้งขึ้นแล้ว แต่ไม่ประสบความสำเร็จในการดำเนินงานประมาณ 358 แห่ง ดังนี้

(1.1) ข้อมูลโรงงานปุ๋ยที่หยุดดำเนินการหรือดำเนินการเป็นครั้งคราว จำนวน 299 แห่ง สำรวจโดยสำนักงานปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ซึ่งทางกรมพัฒนาที่ดินได้มอบหมายให้สถานีพัฒนาที่ดินดำเนินการคัดเลือกกลุ่มเกษตรกรในชุมชนเป้าหมายจากข้อมูลดังกล่าว เพื่อเข้ารับการฝึกอบรมรองรับการฟื้นฟูโรงงานผลิตปุ๋ยอินทรีย์ฯ 1 ทีม (10 ราย) ต่อ 1 โรงปุ๋ย ขณะนี้รวบรวมกลุ่ม/ทีม เกษตรกรที่ต้องการเข้ารับการฝึกอบรมได้จำนวนประมาณ 1,000 กลุ่ม/ชุมชน

(1.2) ข้อมูลโรงงานผลิตปุ๋ยอินทรีย์ที่ยังมีปัญหาลุप्तการดำเนินงานและยังต้องการความช่วยเหลือสนับสนุนการฟื้นฟูโรงปุ๋ยจากภาครัฐ จำนวน 59 แห่ง ซึ่งได้รับงบประมาณสนับสนุนการสร้างจากกรมส่งเสริมสหกรณ์ โดยกรมพัฒนาที่ดินได้ประสานงานกับกรมส่งเสริมสหกรณ์ให้ดำเนินการคัดเลือกกลุ่มเกษตรกรในชุมชนเป้าหมาย เพื่อเข้ารับการฝึกอบรมรองรับการฟื้นฟูโรงงานผลิตปุ๋ยอินทรีย์ 1 ทีม (10 ราย) ต่อ 1 โรงปุ๋ย ขณะนี้กรมส่งเสริมสหกรณ์ได้ส่งข้อมูลให้กับกรมพัฒนาที่ดินแล้ว ซึ่งอยู่ในระหว่างการสรุปข้อมูล เพื่อดำเนินการจัดทีม กำหนดรุ่น และสถานที่ สำหรับฝึกอบรมเกษตรกรต่อไป

(2) จัดสัมมนาเชิงปฏิบัติการ เรื่อง “แนวทางการจัดเตรียมเกษตรกรและชุมชนรองรับการฟื้นฟูและจัดตั้งโรงงานผลิตปุ๋ยอินทรีย์-ชีวภาพชุมชน ในวันที่ 28-30 มิถุนายน 2548 ณ วังวีรสิริสอร์ท จังหวัดนครนายก มีกรรมการผู้ช่วยรัฐมนตรีประจำกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เป็นประธานการประชุม ผู้เข้าร่วมประชุม 80 คน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการระดมความคิดและความพร้อมของเครือข่ายสถาบันเกษตรกรด้านเกษตรกรรมยั่งยืน ซึ่งจะเข้ามารับผิดชอบการฝึกอบรมเกษตรกรและชุมชน รองรับการผลิตปุ๋ยอินทรีย์-ชีวภาพชุมชน ตามนโยบาย

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ โดยให้มีการจัดทำหลักสูตรการฝึกอบรมที่เน้นเรื่องการแก้จนด้วย
ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และการบริหารจัดการ เทคนิควิธีการ เพื่อการฟื้นฟูและจัดตั้งโรงงานผลิต
ปุ๋ยอินทรีย์ชีวภาพชุมชน สรุปผลการประชุม ดังนี้

(2.1) มอบหมายเครือข่ายสถาบันเกษตรกรที่มีศูนย์ฝึกอบรมกระจายทั่ว
ประเทศประมาณ 69 ศูนย์ เป็นผู้รับผิดชอบฝึกอบรมเตรียมความพร้อมเกษตรกรรองรับการฟื้นฟู
และจัดตั้งโรงงานผลิตปุ๋ยอินทรีย์-ชีวภาพชุมชน

(2.2) กลุ่มเป้าหมายเกษตรกรแกนหลักที่จะคัดเลือกเข้ารับฝึกอบรม จะเร่งรัด
ดำเนินการฝึกอบรมเกษตรกรแกนหลักตามเป้าหมายแผนปี 2548 เป็นลำดับแรกก่อน ซึ่งเป็น
กลุ่มเป้าหมายเกษตรกรแกนหลักที่มีโรงงานผลิตปุ๋ยอินทรีย์แล้วแต่ไม่ประสบความสำเร็จ กลุ่มที่
ต้องการเข้าร่วมโครงการจัดตั้งโรงงานผลิตปุ๋ยอินทรีย์ฯ ที่จะสร้างใหม่ในปี 2549 ตามแผน
งบประมาณบูรณาการจังหวัดรวมทั้งเกษตรกรแกนหลักที่ยากจนต้องการมีอาชีพเสริมเพิ่มรายได้
หรืออยู่ในพื้นที่วิกฤติมีการใช้สารเคมีจำนวนมาก กลุ่มเกษตรกรในพื้นที่จังหวัดน่านร่องเกษตร
อินทรีย์ 23 จังหวัดและพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ให้เสนอเข้ารับการฝึกอบรมได้ทีละ 10 ราย
หรือชุมชน 10 ราย

(2.3) การกำหนดหลักสูตรการฝึกอบรมได้ข้อสรุปว่า ให้ใช้สูตรกลางที่มี
หลักการไปในแนวทางเดียวกัน ประกอบด้วยขอบเขตของหลักสูตรที่เน้นการสร้างจิตสำนึก สู่
อุดมการณ์วิถีชีวิตตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียง คุณธรรม 4 ประการ เพื่อแก้ไขปัญหาชีวิตและ
สังคม หลักธรรม บุญศรัทธาศีล การสร้างพลังชุมชน เครือข่าย หลักการบริหารจัดการ (ตนเอง ทูน
ทางสังคม ทรัพยากรธรรมชาติ องค์กร) วิสาหกิจปุ๋ยอินทรีย์-ชีวภาพ (บริหารโรงงาน เทคนิค
วิธีการผลิต การเงินบัญชี ความรู้เกษตร ข้อมูลการใช้ปุ๋ยแต่ละพื้นที่ ผลิตภัณฑ์อินทรีย์ทั้งทฤษฎีและ
ปฏิบัติ แลกเปลี่ยนประสบการณ์โรงงานผลิตปุ๋ยอินทรีย์) สำหรับรายละเอียดหลักสูตรของแต่ละ
เครือข่ายสถาบันเกษตรกรที่จะรับผิดชอบการฝึกอบรมให้สามารถยืดหยุ่นได้ตามความเหมาะสมกับวิถี
ของเกษตรกร/ชุมชน ในแต่ละพื้นที่

(3) จัดประชุมเชิงปฏิบัติการ เรื่อง “การเตรียมความพร้อมของวิทยากรและสร้าง
หลักสูตรฝึกอบรมเพื่อขยายสินค้าเกษตรและเสริมสร้างชุมชนเข้มแข็งใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้”
วันที่ 1-2 สิงหาคม 2548 ณ โรงแรมกรุงศรีวิเวอร์ จ.พระนครศรีอยุธยา สรุปผลการประชุมดังนี้

(3.1) วิทยาการเครือข่ายที่เชิญเข้าร่วมประชุม ได้แก่ เครือข่ายกิจกรรมไร้สารพิษ เครือข่ายมูลนิธิกิจกรรมธรรมชาติ สถาบันแผ่นดินธรรมแผ่นดินทอง มูลนิธิบำเพ็ญประโยชน์ด้วยกิจกรรมทางศาสนา (กิวเซ) ศูนย์ศึกษาและพัฒนาสันติวิธี ม.มหิดล กรมทหารราบที่ 6 จ.อุบลราชธานี พระอาจารย์วีระพันธ์ รุกขิตสีโล ซึ่งได้มีการนำเสนอแลกเปลี่ยนประสบการณ์ในการพัฒนาพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนใต้ และวัฒนธรรม ประเพณีของพี่น้อง 3 จังหวัดชายแดนใต้ของแต่ละเครือข่ายเพื่อใช้เป็นแนวทางในการกำหนดหลักสูตรฝึกอบรมแกนนำชุมชนใน 3 จังหวัดชายแดนใต้ เพื่อการสร้างอาชีพให้กับท้องถิ่น

(3.2) กลุ่มเป้าหมายเกษตรกร/ชุมชน แกนนำใน 3 จังหวัดชายแดนใต้ ที่จะคัดเลือกเข้ารับการฝึกอบรม สถานีพัฒนาที่ดินยะลา นราธิวาสและปัตตานี ธกส. ศูนย์พัฒนาคุณธรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิราวุฒวิทยาลัย และเครือข่ายสถาบันเกษตรกร จะรับผิดชอบเตรียมความพร้อมของชุมชน โดยคัดเลือกประชาชนเป้าหมายที่เป็นแกนหลักในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนใต้ จำนวน 50 ทีมๆ ละ 20 คน รวมทั้งสิ้น 1,000 คน โดยแต่ละทีมให้อยู่ในตำบลเดียวกัน หรือหากเป็นคณะตำบลก็ควรเป็นตำบลที่มีพื้นที่อยู่ติดกัน ดังนี้

(3.2.1) จังหวัดปัตตานี (12 อำเภอ 115 ตำบล 635 หมู่บ้าน 99 อบต. ประชากร 504,848 คน) คัดเลือกประชาชนแกนหลักเพื่อนำร่องเข้ารับการฝึกอบรม จำนวน 20 ทีม (ชุมชน) จำนวน 400 คน กระจายครบทุกอำเภอๆละ 20 ทีมๆ ละ 20 คน (อบรม 4 รุ่น)

(3.2.2) จังหวัดยะลา (7 อำเภอ 1 กิ่งอำเภอ 58 ตำบล 365 หมู่บ้าน 55 อบต. ประชากร 451,190 คน) คัดเลือกประชาชนแกนหลักเพื่อนำร่องเข้ารับการฝึกอบรม จำนวน 15 ทีม (ชุมชน) จำนวน 300 คน กระจายครบทุกอำเภอๆละ 15 ทีมๆ ละ 20 คน (อบรม 3 รุ่น)

(3.2.3) จังหวัดนราธิวาส (13 อำเภอ 77 ตำบล 570 หมู่บ้าน 75 อบต. ประชากร 690,001 คน) คัดเลือกประชาชนแกนหลักเพื่อนำร่องเข้ารับการฝึกอบรม จำนวน 15 ทีม (ชุมชน) จำนวน 300 คน กระจายครบทุกอำเภอๆละ 15 ทีมๆ ละ 20 คน (อบรม 3 รุ่น)

(3.3) การนำเกษตรกรเข้ารับการฝึกอบรม สถานีพัฒนาที่ดินยะลา นราธิวาส และปัตตานี ธกส. ศูนย์พัฒนาคุณธรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิราวุฒวิทยาลัย และเครือข่ายสถาบันเกษตรกรจะเป็นผู้รับผิดชอบในการนำเกษตรกรเข้ารับการฝึกอบรม โดยนำร่องก่อน 50 ทีม ๆละ 20 คน รวม 1,000 คน 10 รุ่น

(3.4) การกำหนดหลักสูตรใช้หลักสูตรกลางเช่นเดียวกับที่ได้กล่าวไปแล้ว โดยให้ค่านึงเรื่องศาสนา ความมั่นคง ประเพณีและวัฒนธรรมเพิ่มเติม (กรมพัฒนาที่ดิน, 2548ข)

หน่วยราชการที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเกษตรอินทรีย์ปี 2551-2554

ภายใต้ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการเพื่อขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์ (ยุทธศาสตร์ที่ 4 2551-2554) ในช่วงปี 2550 ถึงกรกฎาคม 2552 คณะกรรมการพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ ได้มีการประชุมไปแล้ว 5 ครั้งและมีมติที่สำคัญได้แก่ (1) แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติฉบับที่ 1 พ.ศ. 2551 -2554 (2) แผนปฏิบัติการพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ พ.ศ. 2552-2554 และ (3) การจัดตั้งคณะอนุกรรมการ รวม 3 ชุด ได้แก่ คณะอนุกรรมการบริหารจัดการองค์ความรู้และนวัตกรรมเกษตรอินทรีย์ คณะอนุกรรมการขับเคลื่อนการผลิตและการตลาดเกษตรอินทรีย์และคณะอนุกรรมการพัฒนาระบบมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ ซึ่งมีผลงานดังนี้

(1) คณะอนุกรรมการการบริหารจัดการองค์ความรู้และนวัตกรรมเกษตรอินทรีย์ มีรัฐมนตรีว่าการกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เป็นประธาน โดยมีผู้แทนกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ และสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ เป็นฝ่ายเลขานุการร่วม ได้มีการจัดสัมมนาระดมความคิดเห็นร่วมกันทุกภาคส่วน เมื่อวันที่ 24 ธันวาคม 2551 เพื่อพิจารณากรอบแนวทางการบริหารจัดการองค์ความรู้และนวัตกรรม ซึ่งผลจากการระดมความคิดเห็น ทำให้ได้ฐานข้อมูลงานวิจัยและนวัตกรรมเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทยที่เป็นระบบและครบถ้วน รวมทั้งเป็นการรวบรวมความเห็นและข้อเสนอแนะจากภาคธุรกิจเอกชนเกี่ยวกับกับแนวทางการบริหารจัดการองค์ความรู้และนวัตกรรมเกษตรอินทรีย์ในอนาคต ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นในการรวบรวมและจัดระบบฐานข้อมูลงานวิจัยเกษตรอินทรีย์ของประเทศเพื่อให้ความเป็นเอกภาพ ลดความซ้ำซ้อน และเป็นแหล่งข้อมูลที่จะนำมาใช้ประโยชน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพในอนาคต

(2) คณะอนุกรรมการขับเคลื่อนการผลิตและการตลาดเกษตรอินทรีย์ มีรัฐมนตรีว่าการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์เป็นประธาน และมีผู้แทนกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงพาณิชย์ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ เป็นฝ่ายเลขานุการร่วม ซึ่งได้มีการประชุม 1 ครั้ง เมื่อวันที่ 3 กันยายน 2551 เพื่อพิจารณาการบูรณาการแผน/โครงการในปีงบประมาณ 2552 และมีมติเห็นชอบให้แต่งตั้งคณะทำงาน 2 คณะ เพื่อจัดทำและบริหารโครงการ

นำร่อง 2 โครงการ โดยการประสานความร่วมมือจากทุกภาคส่วน บูรณาการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การผลิตและตลาดได้แก่ (2.1) คณะทำงานบริหารโครงการบูรณาการการผลิตข้าวหอมมะลิในเขตทุ่งกุลาร้องไห้เพื่อการส่งออก (2.2) คณะทำงานบริหารโครงการบูรณาการเพื่อพัฒนามูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าเกษตรในภาคเหนือตอนบน ในส่วนของการปรับแผนปฏิบัติการภายใต้แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ พ.ศ. 2551-2554 กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ได้จัดประชุมหารือและให้หน่วยงานในสังกัด พิจารณาปรับแผนปฏิบัติการปี 2552 และเจียดจ่ายงบประมาณเพื่อดำเนินการ โดยเน้นการจัดสรรงบประมาณในเขตพื้นที่โครงการนำร่องของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ทั้ง 2 โครงการรวมทั้งจัดทำแผนและงบประมาณปี 2553-2554 ให้สอดคล้องกับพื้นที่ในโครงการของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

(3) คณะอนุกรรมการพัฒนาระบบมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ มีรัฐมนตรีว่าการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์เป็นประธาน โดยมีสำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ และสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ เป็นฝ่ายเลขานุการ ซึ่งคณะอนุกรรมการฯ ได้มีการประชุม 1 ครั้ง เมื่อวันที่ 3 กันยายน 2551 เพื่อพิจารณาแนวทางการจัดทำระบบมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยให้มีความเป็นเอกภาพ เนื่องจากมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ที่ใช้ในการค้าระหว่างประเทศในปัจจุบันมีความหลากหลาย ดังนั้นที่ประชุมมีมติให้ฝ่ายเลขานุการ (มกอช.) รวบรวมข้อมูลเปรียบเทียบว่าปัจจุบันการทำเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทยมีระดับความสามารถในระดับใด เพื่อประกอบการพิจารณาว่าควรกำหนดมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยระดับใดในการประชุมครั้งต่อไป (คณะกรรมการพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ, 2552)



ภาคผนวก จ
การประมวลผลทางคอมพิวเตอร์

ตารางผนวกที่ 6 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อข้าวอินทรีย์โดยใช้แบบจำลองโพรบิท

ตัวแปรอิสระ (Independent Variable)	สัมประสิทธิ์ (Coefficient)	ค่าคลาดเคลื่อน มาตรฐาน (Std. Error)	ค่าสถิติ Z (Z-Statistic)	ความน่าจะเป็น (Probability)
ค่าคงที่ (C)	-3.068987	0.258558	-11.86962	0.0000
อายุ (AGE)	0.026533	0.005427	4.889322	0.0000
รายได้ต่อเดือนของ ผู้บริโภคร (INCOME)	1.66E-05	4.61E-06	3.591997	0.0003
เพศของผู้บริโภค (SEX)	0.002353	0.119173	0.019747	0.9842
การมีสมาชิกในครอบครัว ที่ต้องดูแลเรื่องอาหารเป็น พิเศษ (NUMBER)	0.175505	0.106282	1.651308	0.0987
ความรู้ของผู้บริโภคใน ด้านการผลิต (KNOWLEDGE1)	0.074204	0.019066	3.891995	0.0001
ความรู้ของผู้บริโภคใน ด้านตลาด (KNOWLEDGE2)	0.279611	0.044512	6.281707	0.0000
POLICY1 (นโยบายด้าน การผลิต)	0.054947	0.048727	1.127646	0.2595
การรับรู้ข้อมูลความเสี่ยงที่ เกิดจากสารพิษ (FACTOR4)	0.065758	0.109329	0.601468	0.5475
Mean dependent var	0.280000	S.D. dependent var		0.449280
S.E. of regression	0.395858	Akaike info criterion		0.964421
Sum squared resid	123.9527	Schwarz criterion		1.017123
Log likelihood	-376.7685	Hannan-Quinn criter.		0.984667
Restr. log likelihood	-474.3627	Avg. log likelihood		-0.470961
LR statistic (8 df)	195.1883	McFadden R-squared		0.205737
Probability(LR stat)	0.000000			
จำนวนผู้บริโภคที่ไม่ซื้อ ข้าวอินทรีย์=0 (คน)	576	จำนวนตัวอย่างทั้งหมด		800
จำนวนผู้บริโภคที่ซื้อข้าว อินทรีย์=1 (คน)	224			

ที่มา: จากการคำนวณ

ตารางผนวกที่ 7 การคำนวณค่าผลกระทบส่วนเพิ่ม (Marginal Effect) ของการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อข้าวอินทรีย์

ตัวแปรอิสระ (Independent Variable)	ผลกระทบส่วนเพิ่ม (Marginal Effect)	ค่าเฉลี่ย (Mean)
อายุ (AGE)	0.0087824	31.20
รายได้ต่อเดือนของผู้บริโภค (INCOME)	0.00000548	16,703.60
เพศของผู้บริโภค (SEX)	0.0007784	-
การมีสมาชิกในครอบครัวที่ต้องดูแลเรื่องอาหารเป็นพิเศษ (NUMBER)	0.0548103	-
ความรู้ของผู้บริโภคในด้านการผลิต (KNOWLEDGE1)	0.0245609	6.53
ความรู้ของผู้บริโภคในด้านตลาด (KNOWLEDGE2)	0.0925493	1.89
POLICY1 (นโยบายด้านการผลิต)	0.0181871	1.76
การรับรู้ข้อมูลความเสี่ยงที่เกิดจากสารพิษ (FACTOR4)	0.0213187	-

ที่มา: จากการคำนวณ

ประวัติการศึกษา และการทำงาน

ชื่อ -นามสกุล	นางสาวพนรัตน์ พรายเมฆ
วัน เดือน ปี ที่เกิด	14 สิงหาคม พ.ศ.2525
สถานที่เกิด	จังหวัดกาญจนบุรี
ประวัติการศึกษา	วิทยาศาสตรบัณฑิต (เกษตร) เกียรตินิยมอันดับ 2 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ประวัติการทำงาน	ผู้ช่วยนักวิจัย โครงการส่งเสริมการมีบทบาทเชิงรุกของไทยในด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารปี 2550 ผู้ช่วยนักวิจัยกิจกรรมการประเมินศักยภาพกลุ่มอุตสาหกรรมภายใต้โครงการพัฒนาการรวมกลุ่มและเชื่อมโยงอุตสาหกรรมปี 2550 ผู้ช่วยนักวิจัย โครงการศึกษาและวิเคราะห์แนวทางการขยายตลาดส่งออกกล้วยไม้ในต่างประเทศปี 2552 ผู้ช่วยนักวิจัย โครงการติดตามและประเมินผลโครงการแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์ ปี 2549-2552 และแผนยุทธศาสตร์พัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ ปี 2551-2554 ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์