

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาความต้องการของผู้บริโภค ปัญหาและอุปสรรคของผู้บริโภคที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ของเครือข่ายกาดนัดผู้ผลิตเกษตรอินทรีย์ จังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เข้ามาเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ของเครือข่ายกาดนัดผู้ผลิตเกษตรอินทรีย์ จังหวัดเชียงใหม่ทั้ง 6 แห่งได้แก่ กาดนัดเกษตรอินทรีย์ในโรงเรียนคาราวิทยาลัย กาดนัดเกษตรอินทรีย์ในโรงเรียนปิ่นสร้อยแยลส์วิทยาลัย กาดนัดเกษตรอินทรีย์เจเจ กาดนัดเกษตรอินทรีย์ในมหาวิทยาลัยแม่โจ้ กาดนัดเกษตรอินทรีย์ในโรงพยาบาลนครพิงค์ และกาดนัดเกษตรอินทรีย์ในหมู่บ้านแลนด์เอนด์เฮาส์ ในการศึกษาวิจัยใช้กลุ่มตัวอย่าง 260 คน ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถาม นำมาวิเคราะห์และแปลผลการศึกษาด้วยโปรแกรมทางสถิติ

ความต้องการของผู้บริโภคในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีช่วงอายุระหว่าง 20 – 30 ปี สถานภาพโสดแล้วการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวนสมาชิกในครัวเรือน 3 – 4 คน ประกอบอาชีพนักเรียนนักศึกษา และมีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท

กลุ่มผู้บริโภคมีความต้องการให้กลุ่มผู้ผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ตอบสนองความต้องการตลาดทั้ง 4 ด้านคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ต้องการให้สินค้ามีตรารับรองมาตรฐานปลอดภัย ด้านราคา ต้องการให้ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ด้านการจัดจำหน่าย ต้องการให้หาซื้อผลิตภัณฑ์ได้ง่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ต้องการให้มีการณรงค์ และมีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสินค้าเกษตรอินทรีย์

ปัญหาและอุปสรรคทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า ทั้ง 4 ด้านอยู่ในระดับปานกลางได้แก่ ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ สินค้าไม่มีความหลากหลาย ด้านราคาไม่แสดงป้ายบอกราคาที่ชัดเจน ด้านการจัดจำหน่ายจำนวนวันในการเปิดขายสินค้าน้อย ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดไม่ได้รับข้อมูลข่าวสาร โฆษณาเกี่ยวกับสินค้าเกษตรอินทรีย์

The objectives of this study were to investigate needs of consumers and problems encountered effecting the decision in purchasing organic agricultural products of six market fair networks of organic agriculture producers in Chiang Mai province including Dara Academy, Prince Royal's College, Maejo University, Nakornphing hospital, J.J organic agriculture market fair, and Land and House village. This study consisted of 260 customer respondents. A set of questionnaires was used as a tool for data collection. Obtained data were analyzed by using the Statistical Program.

Results of the study revealed that most of the respondents were female of 20-30 years old, single and undergraduate students. They had 3-4 family members. They had a monthly income of less than 5,000 baht.

The respondents stated that they needed the organic agricultural products to cover four following aspects. That is, they wanted the product to be certified on toxin free by labeling, the price to be reasonable, the products to be easily found and to have campaign and advertisement.

With regards to problems encountered, the respondents had a moderate level of problems towards the decision to purchase the products. The following, which were dissatisfied by the respondents, included no product varieties, no clear showing price label, less number of days on the product scales, and no information or advise about organic agricultural products.