

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

เนื่องจากในปัจจุบันผู้บริโภครุ่นใหม่หันมาบริโภคสินค้าเกษตรที่ผ่านมาตรฐานการรับรองตามระบบปฏิบัติการทางการเกษตรที่ดี (GAP) มากขึ้น เนื่องจากมีการใส่ใจสุขภาพกันมากขึ้น แต่ยังคงมีปัญหาซึ่งผู้บริโภครุ่นใหม่ยังเข้าใจผิดเกี่ยวกับความแตกต่างระหว่างเกษตรปลอดภัย ปลอดภัยสารพิษ หรือ ไร้สารพิษ ซึ่งเมื่อขาดการรับรู้และทัศนคติต่อการบริโภค จึงเกิดความสับสนในการเลือกซื้อสินค้าเกษตรปลอดภัย ดังนั้นในการวิจัยครั้งนี้จึงมุ่งศึกษาสินค้า ประเภทผัก เนื่องจากมีการเพาะปลูกกันจำนวนมากในภาคเหนือตอนบน ได้แก่ ผัก GAP ชนิด

โดยการศึกษาวิจัยครั้งนี้ เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคต่อผักที่ผ่านมาตรฐานการรับรองตามระบบปฏิบัติการทางการเกษตรที่ดี (GAP) ผู้เกษตรอินทรีย์ในภาคเหนือตอนบน โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค และศึกษาการรับรู้และทัศนคติของผู้บริโภคต่อผักที่ผ่านการรับรองตามระบบการปฏิบัติการทางการเกษตรที่ดี (GAP) ในภาคเหนือตอนบน รวมถึงวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคของผู้บริโภคต่อการบริโภคผักที่ได้ผ่านการรับรองตามมาตรฐานระบบ GAP เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาผู้เกษตรอินทรีย์ต่อไป จากผลการวิจัยสรุปว่า

ปัจจัยที่มีผลต่อโอกาสการตัดสินใจซื้อผักที่ผ่านมาตรฐานการรับรองตามระบบปฏิบัติการทางการเกษตรที่ดี (GAP) โดยใช้แบบจำลอง Logit Model พบว่าผัก GAP ที่นำมาศึกษาเป็นผักผ่านระบบปฏิบัติการทางการเกษตรที่ดี(GAP) ภายใต้เครื่องหมายทางการค้ามาตรฐานอักษร Q จากกรมวิชาการเกษตร ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ ดังนี้

ตัวแปรผัก GAP ที่ออกตามฤดูกาลมีโอกาสส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ,ระยะทางความสะดวกสบายในการเดินทาง, การบริโภคผัก GAP มีความปลอดภัยต่อร่างกายและปลอดภัยเคมี และผัก GAP มีคุณภาพอยู่ในระดับมาตรฐาน ซึ่งมีโอกาสส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ตัวแปรตัวกล่าวข้างต้นมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อที่เพิ่มมากขึ้น

ตัวแปรด้านการโฆษณา และประชาสัมพันธ์ ,สถานที่ในการจัดจำหน่ายผัก GAP, และบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม ดึงดูดน่าสนใจ ตัวแปรเหล่านี้หากมีเพิ่มมากขึ้นไม่ได้เป็นการเพิ่มโอกาสในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค เนื่องจากอาจทำให้เกิดต้นทุนที่อาจสูงขึ้น และส่งผลกระทบต่อผู้บริโภคผัก GAP

ส่วนในด้านการรับรู้และทัศนคติของผู้บริโภคต่อการซื้อผักGAP และกระบวนการตัดสินใจซื้อ โดยใช้โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (A Model of Consumer Behavior) หรือทฤษฎี S-R Theory พบว่า ด้านการรับรู้ของผู้บริโภคที่มีต่อผัก GAP คือด้านคุณภาพ และด้านการคิดคร่าวรับรองมีผลต่อการตัดสินใจซื้อโดยระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ส่วนในด้านทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อผัก GAP กำนึงถึงประโยชน์ที่ได้รับและมีสุขภาพที่ดี อีกทั้งผัก GAP ยังมีความสดใหม่เสมอ

ส่วนในด้านปัญหาและอุปสรรคของผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อผัก GAP คือ มีราคาสูงมากกว่าราคาผักทั่วไปในตลาด และขาดการประชาสัมพันธ์และการรู้จักว่าผัก GAP มีประโยชน์อย่างไร โดยในการรณรงค์ควรเป็นสื่อที่เข้าใจง่าย ผู้บริโภคทุกวัยสามารถเข้าใจได้ง่ายและให้ความรู้ถึงประโยชน์ของการบริโภคผัก GAP ในกรณีดังนั้นข้อเสนอแนะทั่วไปควรมีการคิดป้ายแสดงราคาผักGAPที่ชัดเจน(ต่อขีดหรือต่อกิโลกรัม) และส่งเสริมให้ความรู้แก่เกษตรกรในการลดต้นทุนการผลิตผักGAPทั้งนี้ราคาผักGAPจะได้มีราคาที่ใกล้เคียงกับผักทั่วไป

อภิปรายผล

จากข้อมูลข้างต้น และผลการศึกษาในบทที่ 4 สามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคต่อผักที่ผ่านมาตรฐานการรับรองตามระบบปฏิบัติการทางการเกษตรที่ดี (GAP) ผู้เกษตรกรอินทรีย์ในภาคเหนือตอนบน ตัวแปรประสมนิยมของผู้บริโภคสะท้อนผ่านตัวแปรอิสระ ได้แก่ผักGAPมีความปลอดภัยต่อร่างกายและปลอดภัยสารเคมี ,ผัก GAPมีคุณภาพอยู่ในระดับมาตรฐานและ ผัก GAPมีคุณภาพอยู่ในระดับมาตรฐาน โดยตัวแปรอิสระที่มีอิทธิพลต่อโอกาสการตัดสินใจซื้อผัก GAP ของผู้บริโภค คือ ตัวแปรด้านบรรจุภัณฑ์สามารถดึงดูดความต้องการซื้อ และ ผัก GAPมีคุณภาพอยู่ในระดับมาตรฐานที่ระดับนัยสำคัญ 0.1 และพบว่าตัวแปรด้านฤดูกาล, การโฆษณา ประชาสัมพันธ์, จำนวนสถานที่จำหน่ายมีเพียงพอ และ ผักGAPมีความปลอดภัยต่อร่างกาย ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ทั้งนี้ยังพบว่า ตัวแปรด้านความสะดวกในการเดินทางไปซื้อผัก GAP ที่มีอิทธิพลต่อโอกาสการตัดสินใจซื้อผัก GAP ของผู้บริโภค ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01

เนื่องจากในปัจจุบันผู้บริโภคหันมาใส่ใจสุขภาพกันมากขึ้น อีกทั้งในส่วนของหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ยังมีการรณรงค์จากทุกภาคส่วนให้ผู้บริโภคเห็นความสำคัญต่อสุขภาพที่ดี บริโภคผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่ปลอดภัย จึงเป็นการกระตุ้นผู้บริโภคคำนึงถึงการดูแลใส่ใจในสุขภาพของตนเองและคนในครอบครัวมากขึ้น ซึ่งสภาวะการณ์ปัจจุบันแล้ว สินค้าเกษตรที่ผ่านมาตรฐานการรับรองตามระบบปฏิบัติการทางการเกษตรที่ดี (GAP) ของไทยยังสามารถพัฒนา และมีการแข่งขันกันสูง จึงเกิดปัญหาส่วนเหลือทางด้านราคา ซึ่งสินค้าเกษตรปลอดภัยที่ได้รับการรับรองมาตรฐานระบบ GAP จะมีราคาค่อนข้างสูงกว่าเมื่อเทียบกับสินค้าเกษตรทั่วไป ดังนั้นควรมีการให้ความรู้แก่ผู้บริโภค รวมถึงกลุ่มเกษตรกร สมาชิกสหกรณ์ที่ผลิตผักทั่วไป และผัก GAPโดยให้ต่อกลุ่มเกษตรกรในด้านการ ส่งเสริมให้ความรู้ ในการผลิตผัก GAP ที่มีคุณภาพและปลอดภัยออกสู่ท้องตลาดเพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้ผู้บริโภคจะได้มีโอกาสในการเลือกซื้อชนิดผัก GAP ที่มากขึ้นและมีหลากหลายชนิดอีกด้วย รวมทั้งส่งเสริมผลักดันให้ผ่านการ รับรองภายใต้เครื่องหมายอักษร Q ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ทั้งนี้เนื่องจากผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความต้องการในการบริโภคผัก GAP อย่างต่อเนื่อง และคาดหวังว่าผัก GAP จะพัฒนาไปสู่การเป็นผักอินทรีย์ต่อไป

ข้อเสนอแนะ

ควรมีการติดป้ายแสดงราคาผัก GAP ที่ชัดเจน (ต่อขีดหรือต่อกิโลกรัม) ทั้งนี้ เนื่องจาก การศึกษาวิจัยครั้งนี้ศึกษาสถานที่ ซูเปอร์สโตร์ 5 แห่ง (ริมปิง , ที่อปซูเปอร์เซ็นเตอร์ บิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์ , โลตัสซูเปอร์เซ็นเตอร์ และคาร์ฟูไฮเปอร์มาเก็ต) โดยส่วนใหญ่เป็น แหล่งที่มีการจัดจำหน่ายผัก GAP ที่มาจากแหล่งผลิตหลากหลายที่ ดังนั้นควรติดป้ายราคาของสินค้าผัก GAP เทียบกับผักทั่วไปให้ชัดเจน ทั้งนี้เพื่อความสะดวกต่อการตัดสินใจเลือกซื้อของผู้บริโภคที่ใส่ใจ สุขภาพ

ส่งเสริมให้ความรู้ ความเข้าใจ โดยการส่งเสริมแก่กลุ่มเกษตรกรรวมถึงสหกรณ์ การเกษตรให้เกษตรกรหันมาปลูกผัก GAP เพิ่มมากขึ้น และหลากหลายชนิดผัก โดยเป็นการส่งเสริม จากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน รวมถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้เพื่อเป็นการลดต้นทุนใน กระบวนการผลิตผัก GAP และปลอดภัยผ่านการรับรองมาตรฐานภายใต้เครื่องหมายอักษร Q ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ทั้งนี้จะส่งผลให้ราคาผัก GAP จะได้มีราคาที่ใกล้เคียงกับผักทั่วไป อีกด้วย ในปัจจุบันผู้บริโภคยังเล็งเห็นประโยชน์ที่จะได้รับและดีต่อสุขภาพอย่างต่อเนื่องและยัง ต้องการให้มีการพัฒนาไปสู่ผักอินทรีย์ต่อไป

สรุปได้ว่าดังนั้น แนวทางข้อเสนอแนะในด้านการส่งเสริมการบริโภคผัก GAP ปัจจัยที่มีผลต่อโอกาสการตัดสินใจซื้อผัก GAP ขึ้นอยู่กับฤดูกาล จำนวนของแหล่งจำหน่าย การรับรู้ ของผู้บริโภคเกี่ยวกับความปลอดภัยในการบริโภคผัก GAP คุณภาพของผัก GAP ดังนี้

(1) มีการส่งเสริมให้เกษตรกรผลิตผัก GAP นอกฤดูกาล โดยการส่งเสริมให้ใช้ เทคโนโลยีชีวภาพในการขยายพันธุ์ เช่น การเพาะเลี้ยงเนื้อเยื่อ เพื่อให้ได้ปริมาณต้นพันธุ์ในปริมาณ มาก มีความแข็งแรง ทนต่อโรค และสามารถผลิตได้ตลอดทั้งปี เพื่อรองรับการบริโภคที่เพิ่มมากขึ้น

(2) หน่วยงานด้านการเกษตร เช่น เกษตรจังหวัด กรมวิชาการเกษตร หรือกรม ส่งเสริมการเกษตร ควรมีการส่งเสริมให้ชุมชนมีตลาดผัก GAP ทุกชุมชน ตลอดจนขยายผลตลาด เฉพาะด้าน เช่น ตลาดผักปลอดภัยในเมือง เนื่องจากกระแสการรักษาสุขภาพ และการบริโภคอาหาร ปลอดภัยในปัจจุบัน เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์การบริโภคผักที่ได้มาตรฐาน และเป็นการเพิ่ม ช่องทางการตลาดให้แก่ผู้ผลิตมากขึ้น

(3) ประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภคและประชาชนทั่วไป รับรู้ถึงประโยชน์ในการบริโภค ผักปลอดภัยเพิ่มมากขึ้น โดยการณรงค์ให้มีการบริโภคผักปลอดภัยในทุกเพศทุกวัย โดยเฉพาะอย่าง

ยิ่งผู้สูงอายุที่จำเป็นต้องควบคุมอาหาร หรือผู้ป่วย ทั้งนี้ ถือเป็น การขยายตลาดเพื่อรองรับผลิตผล เกษตรอินทรีย์ในอนาคต

(4) ฝักปลอดภัย หรือฝัก GAP เป็นพืชผลที่ได้มาตรฐานจากการรับรองของหน่วยงาน ภาครัฐ คือ กรมวิชาการเกษตร ซึ่งเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคได้ว่า ผลิตผลปลอดภัย เพียงพอในการบริโภค แต่เนื่องด้วยในปัจจุบัน ยังคงมีความสับสนของผู้บริโภคเกี่ยวกับคุณสมบัติ ของสินค้า Q กับสินค้าเกษตรปลอดภัย เกษตรไร้สาร ทำให้สินค้า Q ไม่ได้รับการยอมรับจากตลาดดี เท่าที่ควร ดังนั้น จึงต้องเร่งสร้างความแตกต่างระหว่างสินค้า Q กับสินค้าเกษตรปลอดภัยชนิดอื่นใน มุมมองของผู้บริโภคผ่านสื่อต่างๆ ให้มากขึ้น