

ส่วนประสมทางการตลาด และการเป็นผู้ประกอบการที่มีผลต่อความรู้ความเข้าใจของการผลิตเกษตรอินทรีย์ในเขตจังหวัดอุบลราชธานี

Marketing mix and being an entrepreneur that affects the understanding of organic production in Ubon Ratchathani province

อัยรดา พรเจริญ¹, เมริษา กล้าหาญ², สไบพร สุวรรณภูมิ³, ฝอยฝน คำแหง⁴

Irada Phorncharoen¹, Marisa Klahan², Sabaiporn Suwannakood³, Foyfon Kamhang⁴

คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี¹⁻⁴

Faculty of Business Administration and Management Ubon Ratchathani Rajabhat University¹⁻⁴

irada.sila@gmail.com¹

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาด และการเป็นผู้ประกอบการที่มีผลต่อความรู้ความเข้าใจของการผลิตเกษตรอินทรีย์ ในเขตจังหวัดอุบลราชธานี 2) เพื่อเปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาด และการเป็นผู้ประกอบการที่มีผลต่อความรู้ความเข้าใจของการผลิตเกษตรอินทรีย์ ในเขตจังหวัดอุบลราชธานี โดยจำแนก อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวนสมาชิกในครัวเรือน สถานภาพ และอาชีพ ตัวอย่างจำนวน 355 คน สุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น สติติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบ t-Test การทดสอบ F-Test และการทดสอบค่าถดถอยพหุคูณ พบว่า 1) ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 51-60 ปี ระดับการศึกษาสูงสุดชั้นประถมศึกษาที่ 4 รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวนสมาชิกในครัวเรือน 3-4 คน สถานภาพสมรส และมีอาชีพเกษตรกร 2) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน อายุ ต่างกันมีความคิดเห็นต่างกัน การศึกษาต่างกันมีความคิดเห็นต่างกัน รายได้ต่างกันมีความคิดเห็นต่างกัน สมาชิกในครัวเรือน ต่างกันมีความคิดเห็นต่างกัน สถานภาพต่างกันมีความคิดเห็นต่างกัน และอาชีพต่างกันมีความคิดเห็นต่างกัน ด้านความรู้ความเข้าใจ พบว่า เจตคติต่อปัจจัยด้านการผลิตโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.86 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.73 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ผลิตผักเกษตรอินทรีย์ได้รับความรู้จากเพื่อนและญาติพี่น้องในการปลูกผักเกษตรอินทรีย์

คำสำคัญ: ความรู้ความเข้าใจ, เกษตรอินทรีย์, ส่วนประสมทางการตลาด, การเป็นผู้ประกอบการ

Abstract

This research aims 1) to study marketing mix and entrepreneurship affecting the understanding of organic farm production in Ubon Ratchathani, 2) to compare marketing mix and entrepreneurship affecting the understanding of organic farm production in Ubon Ratchathani classified by age, educational level, monthly income, amount of family members, marital status and occupation. The sample is 355 persons by stratified random sampling. Statistics used for data analysis are percentage, mean, standard deviation, t-Test, F-Test and multiple regression analysis. Results are found that 1) most of them are male aged between 51-60 years old, the highest education is the primary school, monthly income is no more than 10,000 baht, amount of family

members are 3-4 persons, status is married and occupation is farmer, 2) Discussion for each aspect, different ages make different ideas, educational levels make different ideas, different salaries make different ideas, different amount of family members make different ideas, different statuses make different ideas, different occupations make different ideas. For understanding, there are found that attitude about overall production factor is at a high level with mean of 3.86, standard deviation of 0.73, and for each aspect, there is found that organic farmers have got knowledge from friends and relatives to plant organic farm.

Keyword: Understanding, Organic farm, Marketing mix, Entrepreneurship

บทนำ

เกษตรอินทรีย์ เป็นระบบการผลิตทางการเกษตรที่หลีกเลี่ยงการใช้ปุ๋ยเคมีสังเคราะห์ สารเคมีกำจัดศัตรูพืช ฮอริโมนที่กระตุ้นการเจริญเติบโตของพืชและสัตว์ รวมทั้งสิ่งมีชีวิตดัดแปลงทางพันธุกรรม เกษตรอินทรีย์ให้ความสำคัญสูงสุดในการปรับปรุงบำรุงดิน โดยเชื่อว่าหากดินมีความอุดมสมบูรณ์ ย่อมทำให้พืชและสัตว์ที่เจริญเติบโตจากผืนดินนั้นมีความอุดมสมบูรณ์ตามไปด้วย มนุษย์ที่บริโภคผลผลิตจากไร่นาอินทรีย์ ก็จะได้รับอาหารที่มีคุณภาพดีและปลอดภัย เกษตรอินทรีย์มีจุดเริ่มต้นจากยุโรปและต่อมาได้แพร่หลายไปยังสหรัฐอเมริกา และทั่วโลกจนปัจจุบัน กลายเป็นส่วนหนึ่งของระบบการผลิตทางการเกษตรที่ขยายออกไปอย่างกว้างขวาง มีการพัฒนาระบบตลาดและมาตรฐานการผลิตมารับเป็นการเฉพาะแต่จริง ๆ แล้ว นี่คือวิธีการผลิตของปุยาตายาวชาวไทยและจีนมาแต่อดีต คนจีนปลูกผักก็เอาปุ๋ยอินทรีย์มาบำรุงดิน สำหรับประเทศไทย การบุกเบิกเกษตรกรรมอินทรีย์และมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ เกิดจากการผลักดันขององค์กรพัฒนาเอกชนที่ทำงานร่วมกับกลุ่มเกษตรกรในพื้นที่จังหวัดสุรินทร์ ยโสธร และเชียงใหม่ ประสบการณ์การส่งเสริมเกษตรอินทรีย์ขององค์กรพัฒนาเอกชน จนสามารถพัฒนาการตลาดอินทรีย์ทั้งในและต่างประเทศ ที่เป็นแรงบันดาลใจให้พรรคการเมืองนำนโยบายเกษตรอินทรีย์ไปใช้สำหรับการหาเสียง จนในที่สุดนโยบายเกษตรกรรมอินทรีย์ได้ถูกบรรจุไว้ในนโยบายของประเทศ อย่างไรก็ตามหากเกษตรอินทรีย์พัฒนาไปในทิศทางที่มุ่งเน้นการค้าเป็นหลัก มุ่งผลิตพืชเชิงเดี่ยว หรืออยู่ภายใต้ระบบและการผูกขาดของบริษัทขนาดใหญ่ แทนที่จะมุ่งในเรื่องของความมั่นคงด้านอาหาร การทำเกษตรอินทรีย์ดังกล่าว ก็จะไม่ถือว่าเป็นเกษตรกรรมอินทรีย์ที่แท้จริง และผิดหลักการเกษตรกรรมยั่งยืน (มูลนิธิเกษตรกรรมยั่งยืน, 2562)

การผลิตอินทรีย์ไทยกำลังอยู่ในช่วงเริ่มต้น การพัฒนาส่วนใหญ่อยู่ในมือของเกษตรกรและภาคเอกชนในขณะที่การสนับสนุนจากรัฐบาลกำลังพัฒนาแต่ก็ยังมีขาดอยู่ การพัฒนามีจุดแข็งอยู่ที่จุดแข็งของประเทศโดยมุ่งเน้นที่การผลิตข้าวอินทรีย์และผัก ผู้ผลิตเกษตรอินทรีย์ส่วนใหญ่เป็นฟาร์มของครอบครัวที่จัดตั้งขึ้นภายใต้โครงการกลุ่มผู้ปลูกหรือโครงการเกษตรอินทรีย์ที่สำคัญในประเทศไทยคือ พืชผลโดยเฉพาะข้าวผักและผลไม้ที่มาจากป่าเช่นน้ำผึ้งอยู่สองสามชนิด มีการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำที่ผ่านการรับรองและมีจำนวนอินทรีย์เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ กลุ่มผู้ผลิตหลายรายผลิตข้าวอินทรีย์ซึ่งส่วนใหญ่เป็นข้าวหอมมะลิ ข้าวส่วนใหญ่ส่งออก (ส่วนใหญ่ไปยังตลาดยุโรป) และจำหน่ายในประเทศเป็นจำนวนน้อย (สมาคมการค้าเกษตรอินทรีย์ไทย, 2554)

ปริมาณผลผลิตเกษตรอินทรีย์ยังน้อย ราคาสูง สินค้าไม่หลากหลายทำให้ผู้บริโภคยังจำกัดเฉพาะกลุ่ม การทำเกษตรอินทรีย์มีข้อจำกัดในการผลิตซึ่งเกษตรกรยังไม่สามารถผลิตในระดับเกษตรกรรมขนาดใหญ่ได้ ทำให้มีต้นทุนการผลิตสูงและให้ผลผลิตต่อไร่ต่ำกว่าการเพาะปลูก โดยวิธีปกติที่มีการใช้สารเคมี เนื่องจากผลผลิตมีแนวโน้มจะเสียหายได้ง่ายกว่า อีกทั้งการเพาะปลูกเกษตรอินทรีย์ต้องดูแลเอาใจใส่และต้องใช้แรงงานในการดูแลมาก ทำให้ปริมาณสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่ออกสู่ตลาดน้อย ปัญหาขาดการพัฒนาองค์ความรู้ (Knowledge) ของเกษตรกรและผู้บริโภค การรับรู้ของผู้บริโภคเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อินทรีย์มีผลต่อความไว้วางใจในผลิตภัณฑ์อินทรีย์ (Liu, Pieniak & Verbeke, 2014) ความเชื่อสัจสุจริตและความกังวลในแหล่งที่มาของข้อมูลผลิตภัณฑ์

อินทรีย์ก็เช่นกัน (ณทกกิจพัฒน์ หอมวิจิตรกุล และคณะ, 2560) ที่ผ่านมามาตรัฐยังขาดการรณรงค์ส่งเสริมและให้ความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องแก่เกษตรกรและผู้บริโภคทั่วไป ให้ตระหนักถึงความสำคัญของการผลิตและการบริโภคอาหารอินทรีย์อย่างเพียงพอ ดังนั้นแนวทางแก้ปัญหาดังกล่าวภาครัฐจึงควรเร่งส่งเสริมประชาสัมพันธ์หลักเกณฑ์การทำเกษตรอินทรีย์ที่ถูกหลักมาตรฐานสากล รวมทั้งเร่งส่งเสริมให้ผู้บริโภคตระหนักถึงความสำคัญของการบริโภคผลิตภัณฑ์อินทรีย์ ซึ่งจะช่วยผลักดันการขยายการส่งออกของไทยต่อไป (ศูนย์ปฏิบัติการข้อมูลการตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์, 2562)

ผลิตภัณฑ์การเกษตรได้มาจากการปลูกพืชหรือสัตว์เพื่อค้ำจุนหรือเสริมสร้างชีวิตมนุษย์ อาหารเป็นผลิตผลทางการเกษตรที่มีการใช้กันอย่างแพร่หลายมากที่สุดและปริมาณอาหารต่อคนทั่วโลกตามทั่วได้ในแคลอรีต่อคนเพิ่มขึ้นมากกว่าร้อยละ 20 ในช่วง 50 ปี ที่ผ่านมา แต่ผู้คนยังใช้ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรมากมายทุกวันด้วยเหตุผลอื่น ๆ ตั้งแต่เสื้อผ้าที่เราใส่จนถึงกระดาษที่เราเขียน เราตกแต่งด้วยดอกไม้ที่ผลิตจากการเกษตรและขั้วรถยนต์ของเราในส่วนของเอทานอลที่ผลิตโดยการเกษตร เรายังใช้ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรเพื่อทำพลาสติก ในขณะที่เทคโนโลยีก้าวหน้าไปอย่างรวดเร็ว (Chait, 2019)

จากปัญหาดังกล่าว ในฐานะผู้วิจัยได้ทำการศึกษาหาข้อมูลเกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์ จึงมีความสนใจที่จะศึกษากระบวนการผลิต การดำเนินกิจกรรมของเกษตรกรในเขตจังหวัดอุบลราชธานี ว่าเกษตรกรมีความรู้ความเข้าใจอย่างไรในการเริ่มทำเกษตรอินทรีย์ และเพราะเหตุใดเกษตรกรจึงเกิดแนวคิดการตัดสินใจยอมรับการใช้ปุ๋ยอินทรีย์ในสวนผักเกษตรอินทรีย์ผ่านขั้นตอนอะไรบ้างอย่างไร ก่อนตัดสินใจใช้ปุ๋ยเคมี สารเคมี และสารป้องกันกำจัด โรคแมลงศัตรูพืช ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้กำหนดหัวข้อการวิจัย เรื่อง ส่วนประสมทางการตลาด และการเป็นผู้ประกอบการ ที่มีผลต่อความรู้ความเข้าใจของการผลิตเกษตรอินทรีย์ ในเขตจังหวัดอุบลราชธานี เพื่อนำผลการศึกษาไปใช้เป็นข้อมูล ในการวางแผนการพัฒนาในด้านการผลิตเกษตรอินทรีย์ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาด และการเป็นผู้ประกอบการ ที่มีผลต่อความรู้ความเข้าใจของการผลิตเกษตรอินทรีย์ ในเขตจังหวัดอุบลราชธานี
2. เพื่อเปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาด และการเป็นผู้ประกอบการ ที่มีผลต่อความรู้ความเข้าใจของการผลิตเกษตรอินทรีย์ ในเขตจังหวัดอุบลราชธานี โดยจำแนก อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวนสมาชิกในครัวเรือน สถานภาพ และอาชีพ

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ จำนวนผู้ผลิตเกษตรอินทรีย์ ในเขตจังหวัดอุบลราชธานี ได้ทำการคัดเลือกจาก 3 อำเภอ ที่มีจำนวนประชากรมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 1) อำเภอพิบูลมังสาหาร จำนวน 813 คน 2) อำเภอเขื่องใน จำนวน 284 คน 3) อำเภอเขมราฐ จำนวน 227 คน จากจำนวนประชากรทั้งสิ้น 3,153 คน (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2562)

2. กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ จำนวนผู้ผลิตของกลุ่มเกษตรอินทรีย์ ในเขตจังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งผู้วิจัยได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 355 คน โดยกลุ่มตัวอย่างใช้สูตรของ Yamane (1973)
$$n = \frac{N}{1+N(e^2)}$$
 ได้กลุ่มตัวอย่าง 355 คน

3. การสุ่มแบบแบ่งชั้น

ผู้วิจัยทำการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (Stratified random sampling) จากกลุ่มเกษตรในจังหวัดอุบลราชธานี ได้เก็บรวบรวมเพื่อให้ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างตามที่ต้องการไว้ (Kadilar & Cingi, 2005: 597-602)

ตารางที่ 1 จำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่างของแต่ละอำเภอ

อำเภอ	จำนวนประชากร (คน)	กลุ่มตัวอย่าง (คน)
1. อำเภอพิบูลมังสาหาร	813	218
2. อำเภอเขื่องใน	284	76
3. อำเภอเขมราฐ	227	61
รวม 3 อำเภอ	1,324	355

ที่มา: อัยรดา พรเจริญ เมริษา กล้าหาญ สไบพร สุวรรณภู และผอยฝน คำแหง (2562)

4. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าในครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยเป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างเอง โดยแบ่งออกเป็น 4 ตอน

5. ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

การสร้างเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอน ดังต่อไปนี้

- 5.1 ศึกษาเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติต่อปัจจัยด้านการผลิตของกลุ่มเกษตรกรอินทรีย์
- 5.2 นำข้อมูลจากการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติต่อปัจจัยด้านการผลิตของกลุ่มเกษตรกรอินทรีย์ มากำหนดเป็นกรอบแนวคิดตามลักษณะของตัวแปรที่จะศึกษามาเป็นตัวบ่งชี้
- 5.3 สร้างแบบสอบถามโดยกำหนดขอบเขตของคำถามเกี่ยวกับทัศนคติปัจจัยด้านการผลิตของกลุ่มเกษตรกรอินทรีย์ ให้ครอบคลุมตามกรอบแนวคิดและตัวแปรที่กำหนดไว้ โดยกำหนดเนื้อหาในข้อความให้ครอบคลุมเรื่องที่ทำการศึกษาโดยพิจารณาให้ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบตามข้อเท็จจริงให้ตรงตามวัตถุประสงค์ที่วางเอาไว้
- 5.4 นำแบบสอบถามให้ผู้ทรง 3 ท่าน ตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (IOC) > 0.600 ทุกข้อ แล้วไปทำการทดลองใช้ (Try-out) กับเกษตรกรในจังหวัดศรีสะเกษ จำนวน 30 คน ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจริงเพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha-coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) ซึ่งค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ 0.980 ตามวิธีของ Cronbach ตามที่ Nunnally ได้เสนอแนะไว้ว่าควรเท่ากับ 0.700 ขึ้นไป สำหรับงานวิจัยเชิงสำรวจ ถือเป็นเครื่องมือที่มีคุณภาพและสามารถนำไปใช้ในการวิจัยได้ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ของ Nunnally (1978 : 245-246)

ผลการวิจัย

ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนทั้งหมด 355 คน เมื่อพิจารณาตามอายุโดยค่าร้อยละมีค่ามากที่สุดของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม คือ ผู้ที่มีอายุ 51-60 ปี มีจำนวน 114 คน (ร้อยละ 32.112) ในส่วนของระดับการศึกษาผู้ตอบแบบสอบถาม มากที่สุด คือ ผู้ที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษาปีที่ 4 จำนวน 120 คน (ร้อยละ 33.802) รายได้เฉลี่ยต่อเดือนผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด คือ ผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีจำนวน 148 คน (ร้อยละ 41.690) ด้านจำนวนสมาชิกในครัวเรือนผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด คือ ผู้ที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 3-4 คน มีจำนวน 225 คน (ร้อยละ 63.380) ด้านสถานภาพผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด คือ ผู้ที่มีสถานภาพสมรส มีจำนวน 273 คน (ร้อยละ 76.380) และด้านอาชีพผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด คือ ผู้ที่มีอาชีพเกษตรกร มีจำนวน 252 คน (ร้อยละ 70.985)

ส่วนประสมทางการตลาด และการเป็นผู้ประกอบการ ที่มีผลต่อความรู้ความเข้าใจของการผลิตเกษตรกรอินทรีย์ ในเขตจังหวัดอุบลราชธานี ปรากฏผลการวิจัยดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย 1) ด้านผลิตภัณฑ์ มีระดับความคิดเห็นด้วยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.628 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.777 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ปลุกผักเกษตรอินทรีย์ที่ปลอดภัยต่อสุขภาพของผู้บริโภคและสิ่งแวดล้อม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.800 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.956 2) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีระดับความคิดเห็นด้วยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.566 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.868 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ สถานที่จัดจำหน่ายผักเกษตรอินทรีย์ของท่านมีช่วงเวลาเปิด-ปิด ที่เหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.700 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.003 3) ด้านการส่งเสริมการตลาด มีระดับความคิดเห็นด้วยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.715 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.761 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ให้ความร่วมมือทางสังคม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.860 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.876 4) ด้านบุคคล มีระดับความคิดเห็นด้วยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.707 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.728 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ความรู้ก่อนที่จะมาดำเนินการปลูกผักเกษตรอินทรีย์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.760 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.925 5) ด้านกระบวนการ มีระดับความคิดเห็นด้วยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.659 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.782 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ การจัดตั้งศูนย์ให้บริการข้อมูลข่าวสาร แก่ผู้ปลูกผักเกษตรอินทรีย์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.730 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.951 และ 6) ด้านสิ่งแวดล้อม มีระดับความคิดเห็นด้วยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.902 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.719 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ความตระหนักต่อความปลอดภัยในด้านสิ่งแวดล้อม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.020 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.968

2. ด้านผู้ประกอบการ มีระดับความคิดเห็นด้วยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.915 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.747 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ เกษตรอินทรีย์มีความสอดคล้องต่อการดำรงชีวิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.180 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.906

3. ด้านความรู้ความเข้าใจ มีระดับความคิดเห็นด้วยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.866 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.734 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ได้รับความรู้จากเพื่อนและญาติพี่น้องในการปลูกผักเกษตรอินทรีย์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.990 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.954

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด และการเป็นผู้ประกอบการ ที่มีผลต่อความรู้ความเข้าใจของการผลิตเกษตรอินทรีย์ ในเขตจังหวัดอุบลราชธานี ที่มีลักษณะให้ผู้ตอบเลือกระดับความคิดเห็น โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนของลิเคิร์ต (Likert Technique) หรือแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ

ตารางที่ 2 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ภายในระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม

ตัวแปร	ผลิตภัณฑ์	ช่องทางการจัดจำหน่าย	การส่งเสริมการตลาด	บุคคล	กระบวนการ	สิ่งแวดล้อม	ผู้ประกอบการ	ความรู้ความเข้าใจ
ผลิตภัณฑ์	-	.738**	.721**	.678**	.722**	.553**	.610**	.611**
ช่องทางการจัดจำหน่าย		-	.742**	.695**	.724**	.565**	.532**	.543**
การส่งเสริมการตลาด			-	.753**	.755**	.569**	.623**	.569**
บุคคล				-	.728**	.611**	.650**	.548**
กระบวนการ					-	.527**	.601**	.617**
สิ่งแวดล้อม						-	.631**	.560**
ผู้ประกอบการ							-	.610**
ความรู้ความเข้าใจ								-

ที่มา: (อัยรดา พรเจริญ เมริษา กล้าหาญ สไบพร สุวรรณภูมิ และฝอยฝน คำแหง, 2562)

จากตารางที่ 2 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ด้านผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคคล กระบวนการ สิ่งแวดล้อม และผู้ประกอบการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.010 ซึ่งถือว่าตัวแปรอิสระ และตัวแปรตามนั้นมีความสัมพันธ์กันในเกณฑ์ที่ดี เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระด้วยกัน พบว่า มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ตั้งแต่ 0.527 ถึง 0.755 มีค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระด้วยกันจะต้องไม่สูงเกิน 0.800 ไม่พบปัญหา Multicollinearity (Everitt, 2010)

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาด และการเป็นผู้ประกอบการ ที่มีผลต่อความรู้ความเข้าใจของการผลิตเกษตรอินทรีย์ ในเขตจังหวัดอุบลราชธานี โดยเปรียบเทียบผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวนสมาชิกในครัวเรือน สถานภาพ และอาชีพ

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณเพื่อการพยากรณ์ส่วนประสมทางการตลาด และการเป็นผู้ประกอบการ ที่มีผลต่อความรู้ความเข้าใจของการผลิตเกษตรอินทรีย์ ในเขตจังหวัดอุบลราชธานี

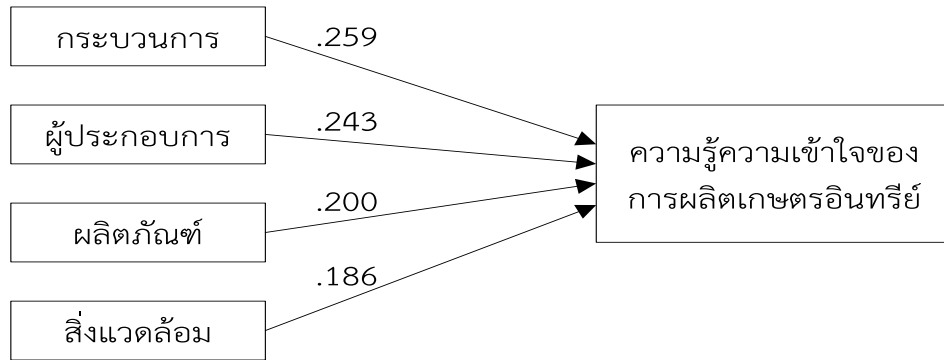
ตัวแปรพยากรณ์	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	p
	B	Std. Error	Beta		
1. ผลิตภัณฑ์	.189	.061	.200	3.116**	.002
2. ช่องทางการจัดจำหน่าย	.005	.056	.006	.098	.922
3. การส่งเสริมการตลาด	.015	.067	.015	.219	.827
4. บุคคล	-.065	.067	-.064	-.966	.335
5. กระบวนการ	.243	.063	.259	3.894**	.000
6. สิ่งแวดล้อม	.190	.054	.186	3.540**	.000
7. ผู้ประกอบการ	.238	.055	.243	4.316**	.000

Constant = .777, F = 51.976, R = .715, R² = .512, R²_{adj} = .502, Sig = .000

ที่มา: (อัยรดา พรเจริญ เมริษา กล้าหาญ สไบพร สุวรรณภูมิ และฝอยฝน คำแหง, 2562)

จากตารางที่ 3 การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ เพื่อการพยากรณ์ส่วนประสมทางการตลาด และการเป็นผู้ประกอบการ ที่มีผลต่อความรู้ความเข้าใจของการผลิตเกษตรอินทรีย์ ในเขตจังหวัดอุบลราชธานี ด้วยตัวแปรพยากรณ์ 7 ตัว คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคคล กระบวนการ สิ่งแวดล้อม และผู้ประกอบการโดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม มีค่าเท่ากับ 0.715 แสดงว่าตัวแปรอิสระทุกตัวสามารถพยากรณ์ตัวแปรตาม ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.010 จากการวิจัย พบว่า ตัวแปรด้านกระบวนการ ผู้ประกอบการ ผลิตภัณฑ์และสิ่งแวดล้อม ร่วมกันพยากรณ์ให้เกิดความรู้ความเข้าใจของการผลิตเกษตรอินทรีย์ ในเขตจังหวัดอุบลราชธานี ได้ร้อยละ 50.2 (R²_{adj} = 0.502)

ดังนั้น จึงเขียนสมการพยากรณ์ในการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด และการเป็นผู้ประกอบการ ที่มีผลต่อความรู้ความเข้าใจของการผลิตเกษตรอินทรีย์ ในเขตจังหวัดอุบลราชธานี ได้ดังนี้



ภาพที่ 1 การพยากรณ์ส่วนประสมทางการตลาด และการเป็นผู้ประกอบการที่มีผลต่อความรู้ความเข้าใจของการผลิตเกษตรอินทรีย์ ในเขตจังหวัดอุบลราชธานี

ที่มา: (อัยรดา พรเจริญ เมริษา กล้าหาญ สไบพร สุวรรณกฎ และฝอยฝน คำแหง, 2562)

สมการถดถอยในรูปสมการ

Y (ความรู้ความเข้าใจของการผลิตเกษตรอินทรีย์) = 0.259 (ด้านกระบวนการ) + 0.243 (ด้านผู้ประกอบการ) + 0.200 (ด้านผลิตภัณฑ์) + 0.186 (ด้านสิ่งแวดล้อม)

ตารางที่ 4 สรุปความแตกต่างของส่วนประสมทางการตลาด และการเป็นผู้ประกอบการที่มีผลต่อความรู้ความเข้าใจของการผลิตเกษตรอินทรีย์ ในเขตจังหวัดอุบลราชธานี จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์

ตัวแปร	อายุ		ระดับการศึกษา		รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		จำนวนสมาชิกในครัวเรือน		สถานภาพ		อาชีพ	
	F	P	F	P	F	P	F	P	F	P	F	P
กระบวนการ	2.244*	.050	3.743**	.001	1.946	.086	3.749**	.005	3.229**	.013	6.072**	.000
ผู้ประกอบการ	3.477**	.004	3.446**	.001	1.847	.103	3.770**	.005	2.966*	.020	9.383**	.000
ผลิตภัณฑ์	1.826	.107	4.686**	.000	4.341**	.001	4.717**	.001	2.119	.078	7.622**	.000
สิ่งแวดล้อม	4.637**	.107	4.847**	.000	1.613	.156	5.158**	.000	1.037	.388	9.563**	.000

ที่มา: (อัยรดา พรเจริญ เมริษา กล้าหาญ สไบพร สุวรรณกฎ และฝอยฝน คำแหง, 2562)

จากตารางที่ 4 สรุปความแตกต่างทางความคิดเห็นส่วนประสมทางการตลาด และการเป็นผู้ประกอบการที่มีผลต่อความรู้ความเข้าใจของการผลิตเกษตรอินทรีย์ ในเขตจังหวัดอุบลราชธานี พบว่า เกษตรกรผู้ผลิตเกษตรอินทรีย์ที่มีอายุต่างกันมีความคิดเห็นแตกต่างกันในด้านกระบวนการ ผู้ประกอบการ และสิ่งแวดล้อม เกษตรกรผู้ผลิตเกษตรอินทรีย์ที่มีระดับการศึกษา จำนวนสมาชิกในครัวเรือน และอาชีพมีความคิดเห็นแตกต่างกันในด้านกระบวนการ ผู้ประกอบการ ผลิตภัณฑ์ และสิ่งแวดล้อม เกษตรกรผู้ผลิตเกษตรอินทรีย์ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีความคิดเห็นแตกต่างกันในด้านผลิตภัณฑ์ ส่วนเกษตรกรผู้ผลิตเกษตรอินทรีย์ที่มีสถานภาพต่างกันมีความคิดเห็นแตกต่างกันในด้านกระบวนการ และผู้ประกอบการ

อภิปรายผล

ผลการวิจัย เรื่อง ส่วนประสมทางการตลาด และการเป็นผู้ประกอบการ ที่มีผลต่อความรู้ความเข้าใจของการผลิตเกษตรอินทรีย์ในเขตจังหวัดอุบลราชธานีมีประเด็นที่น่าสนใจควรแก่การอภิปรายผลในประเด็นสำคัญได้ ดังนี้

จากการวิจัยในครั้งนี้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ทำการปลูกผักอินทรีย์ ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย เมื่อพิจารณาในรายด้าน คือ ด้านกระบวนการ ผู้ประกอบการ ผลิตภัณฑ์ และสิ่งแวดล้อม ส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นในระดับมาก เช่นกัน ซึ่งสามารถนำมาอภิปรายผลในรายด้านได้ ดังนี้

ปัจจัยด้านกระบวนการเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความรู้ความเข้าใจของการผลิตเกษตรอินทรีย์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่องการจัดตั้งศูนย์ให้บริการข้อมูลข่าวสาร แก่ผู้ปลูกผักเกษตรอินทรีย์ สอดคล้องกับ Zhang, Wang & Duan. (2016) ได้กล่าวว่า กลไกสนับสนุนชุมชน คือ การให้บริการข้อมูลที่จัดโดยชุมชนท้องถิ่น พวกเขาเงินจัดหาข้อมูลผ่านกองทุนของตนเอง ชุมชนทั่วไป คือ องค์กรร่วมมือของเกษตรกรสมาคมเทคโนโลยีการเกษตรมืออาชีพสมาคมอุตสาหกรรม ฯลฯ สมาชิกได้รับประโยชน์จากข้อมูลที่ได้รับจากชุมชน เนื่องจากนโยบายของรัฐบาลสนับสนุนการพัฒนาแนวทางการช่วยเหลือตนเองของชุมชนจึงกลายเป็นรูปแบบที่ได้รับความนิยม และสำคัญสำหรับการเผยแพร่ข้อมูลการเกษตรในชนบท กลไกการช่วยเหลือตนเองของชุมชนจะต้องเป็นไปตามนโยบายและกฎระเบียบที่รัฐบาลกำหนดขึ้น กลไกนี้เหมาะสำหรับภูมิภาคที่พัฒนาแล้วดีซึ่งเกษตรกรอาจมีความสามารถในการลงทุนรวมถึงการวิเคราะห์ข้อมูล และความสามารถในการประมวลผล เพื่อส่งเสริมการพัฒนาโลกนี้รัฐบาลท้องถิ่นบางครั้งก็ให้สิ่งจูงใจทางการเงินแก่ชุมชน

ปัจจัยด้านผู้ประกอบการเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความรู้ความเข้าใจของการผลิตเกษตรอินทรีย์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่องเกษตรอินทรีย์มีความสอดคล้องต่อการดำรงชีวิต สอดคล้องกับ IFOAM-Organics International (2019) ได้กล่าวว่า ผู้ประกอบการเกษตรอินทรีย์สามารถเพิ่มประสิทธิภาพและเพิ่มผลิตภาพแต่ไม่ควรเสี่ยงต่อการทำลายสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดี ดังนั้น เทคโนโลยีใหม่จะต้องมีการประเมินและตรวจสอบวิธีการที่มีอยู่ เนื่องจากความเข้าใจที่ไม่สมบูรณ์ของระบบนิเวศการเกษตรที่ต้องได้รับการดูแลและความรับผิดชอบในการเลือกการจัดการการพัฒนาและเทคโนโลยีในเกษตรอินทรีย์วิทยาศาสตร์เป็นสิ่งจำเป็นเพื่อให้แน่ใจว่าเกษตรอินทรีย์มีสุขภาพดี ปลอดภัยและเป็นมิตรกับผู้ประกอบการทางสังคม สอดคล้องกับ Tiwari, Bhat & Tikoria (2017) ได้กล่าวว่า รากฐานของการประกอบการทางสังคมอยู่ในวิวัฒนาการของภาคเอกชน ถึงแม้จะเป็นเวลานานแต่ความสัมพันธ์ของรัฐบาลธุรกิจและองค์กรไม่แสวงหาผลกำไรตอบสนองความต้องการทางสังคม แต่ความไม่เท่าเทียมและช่องโหว่ยังคงมีอยู่โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเทศที่พัฒนาแล้ว ประเทศหนึ่ง คือ บังกลาเทศที่แนวคิดเกี่ยวกับการประกอบการทางสังคมในยุคปัจจุบันได้รับการพัฒนาเป็นครั้งแรก Mohammed Yunus นายธนาคารและอาจารย์นำเสนอนวัตกรรมเรื่องสินเชื่อขนาดเล็กสำหรับคนจนที่ช่วยให้พวกเขากลายเป็นผู้ประกอบการ Yunus ได้ก่อตั้ง Grameen Bank จากความคิดของเขาในการให้บริการที่มีประสิทธิภาพต่อผู้ที่ตกต่ำ สถาบันนี้สร้างรายได้จากดอกเบี้ยที่จ่ายโดยเจ้าหน้าที่จึงให้ค่านิยมใหม่ในการบริการ ไม่แสวงหาผลกำไร กิจกรรมเพื่อสังคมเสนอวิธีการใหม่ในการนำการเปลี่ยนแปลงที่ต้องการผ่านการรับรู้ภารกิจขององค์กรใหม่และบทบาทการสร้างมูลค่าตรรกะ ผู้ประกอบการทางสังคมเริ่มเข้าใจโอกาสทางสังคมแล้วส่งผ่านเข้าสู่รูปแบบองค์กร ทรัพยากรที่จำเป็นสำหรับการดำเนินการให้ชีวิตและบำรุงเลี้ยงองค์กรและในที่สุดก็มาถึงปลายทางที่ต้องการ แม้จะมีความสนใจที่เพิ่มขึ้นที่จ่ายให้กับภาคผ่านความพร้อมของเงินทุนระบบสนับสนุนของรัฐบาลและการพัฒนารูปแบบทางการเงินขนาดเล็ก แต่ร่างกายที่สอดคล้องกันของงานวิชาการไม่ได้ไหลออกมาเพื่อประเมินหรือแจ้งการปฏิบัติ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความรู้ความเข้าใจของการผลิตเกษตรอินทรีย์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่องปลูกผักเกษตรอินทรีย์ที่ปลอดภัยต่อสุขภาพของผู้บริโภค สอดคล้องกับ Robinson (2019) ได้กล่าวว่า การทำเกษตรอินทรีย์ยังได้รับการพัฒนาโดยองค์กรเกษตรอินทรีย์ต่าง ๆ ในปัจจุบัน มันถูกกำหนดโดยการใช้ปุ๋ยของแหล่งกำเนิดอินทรีย์ เช่น ปุ๋ยหมักปุ๋ยคอก ปุ๋ยพืชสดและอาหารของกระดูกและสถานที่เน้นการใช้เทคนิค เช่น การปลูกพืชหมุนเวียนและปลูกรวม การควบคุมศัตรูพืชทางชีวภาพส่งเสริมการปลูกพืชแบบผสมผสานและการส่งเสริมการล่าของแมลง โดยทั่วไปแล้วมาตรฐานสารอินทรีย์ได้รับการออกแบบมาเพื่ออนุญาตให้ใช้สารที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติในขณะที่ห้ามหรือ จำกัด สารสังเคราะห์อย่างเคร่งครัด วิธีการปลูกและแปรรูปผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร พืชอินทรีย์จะต้องปลูกโดยไม่ต้องใช้ยาฆ่าแมลงสังเคราะห์ ดังนั้น ผลิตภัณฑ์อินทรีย์จะต้องปลูกด้วยปุ๋ยธรรมชาติโดยใช้ปุ๋ยหมัก วัชพืชที่ถูกควบคุมตามธรรมชาติโดยใช้วิธีการหมุนเวียนพืชผล การกำจัดวัชพืชด้วยมือ คลุมดินและ

ไถพรวน และศัตรูพืชที่ถูกควบคุมโดยวิธีธรรมชาติยังสามารถอาศัยนก แมลง และทำกับดักแทนได้ และสารกำจัดศัตรูพืชที่ได้จากธรรมชาติ สอดคล้องกับงานของ (พสนันท์ บุญช่วย และประสพชัย พสนันท์, 2561) ผลัดภัณฑ์เป็นสิ่งที่สามารถบอกคุณค่าและประโยชน์ที่ได้รับจากตัวสินค้าและถือเป็นสิ่งแรกที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญ โดยผู้บริโภคผูกปอดสารพิษให้ความสำคัญกับผลัดภัณฑ์และมองว่าบริโภคได้รับประโยชน์โดยตรง และมีคุณค่าในสายตาสูงกว่าผักทั่วไป

ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความรู้ความเข้าใจของการผลิตเกษตรอินทรีย์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่องมีความตระหนักต่อความปลอดภัยในด้านสิ่งแวดล้อม สอดคล้องกับ Alliance (2019) ได้กล่าวว่า ความตระหนักด้านสิ่งแวดล้อมเป็นส่วนสำคัญของความสำเร็จ เพื่อกำหนดจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อมก่อนอื่นเราต้องเข้าใจความเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อม สิ่งแวดล้อมเป็นอุดมการณ์ที่กระตุ้นให้เกิดความจำเป็นและความรับผิดชอบของมนุษย์ในการเคารพปกป้องและอนุรักษ์โลกธรรมชาติจากความทุกข์ของมนุษย์ โดยการสอนเพื่อนและครอบครัวของเราว่าสภาพแวดล้อมทางกายภาพนั้นเปราะบางและขาดไม่ได้เราสามารถเริ่มแก้ไขปัญหาที่คุกคามได้ สอดคล้องกับ Robinson (2019) ได้กล่าวว่า การทำเกษตรอินทรีย์ลดมลภาวะอนุรักษ์น้ำลดการพังทลายของดินเพิ่มความอุดมสมบูรณ์ของดินและใช้พลังงานน้อยลง การทำฟาร์มโดยไม่ใช้ยาฆ่าแมลงทำให้เกิดผลดีต่อคนและสัตว์บริเวณใกล้เคียงรวมไปถึงผู้ที่อาศัยอยู่ใกล้กับฟาร์ม

สรุป

ส่วนประสมทางการตลาด และการเป็นผู้ประกอบการ ที่มีผลต่อความรู้ความเข้าใจของการผลิตเกษตรอินทรีย์ ในเขตจังหวัดอุบลราชธานี สามารถสรุปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้ ดังนี้

จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 1) เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาด และการเป็นผู้ประกอบการ ที่มีผลต่อความรู้ความเข้าใจของการผลิตเกษตรอินทรีย์ ในเขตจังหวัดอุบลราชธานี พบว่า

ด้านกระบวนการ พบว่า เจตคติต่อปัจจัยการผลิต โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ปลูกผักเกษตรอินทรีย์มีเจตคติในการจัดตั้งศูนย์ให้บริการข้อมูลข่าวสาร

ด้านผู้ประกอบการ พบว่า เจตคติต่อปัจจัยการผลิต โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ปลูกผักเกษตรอินทรีย์มีเจตคติที่เกษตรกรอินทรีย์มีความสอดคล้องต่อการดำรงชีวิต

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า เจตคติต่อปัจจัยการผลิต โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ปลูกผักเกษตรอินทรีย์มีเจตคติที่จะปลูกผักเกษตรอินทรีย์ที่ปลอดภัยต่อสุขภาพของผู้บริโภค

ด้านสิ่งแวดล้อม พบว่า เจตคติต่อปัจจัยการผลิต โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ปลูกผักเกษตรอินทรีย์มีเจตคติในการตระหนักต่อความปลอดภัยในด้านสิ่งแวดล้อม

จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 2) เพื่อเปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาด และการเป็นผู้ประกอบการ ที่มีผลต่อความรู้ความเข้าใจของการผลิตเกษตรอินทรีย์ ในเขตจังหวัดอุบลราชธานี โดยจำแนก อายุ ระดับการศึกษา รายได้ จำนวนสมาชิกในครัวเรือน สถานภาพ และอาชีพ พบว่า

อายุต่างกัน มีความคิดเห็นทางด้านกระบวนการ ผู้ประกอบการ และสิ่งแวดล้อม แตกต่างกัน ส่วนด้านผลิตภัณฑ์ ไม่แตกต่างกัน

ระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นทางด้านกระบวนการ ผู้ประกอบการ ผลิตภัณฑ์ และสิ่งแวดล้อม แตกต่างกัน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็นทางด้านผลิตภัณฑ์ แตกต่างกัน ส่วนด้านกระบวนการ ผู้ประกอบการ และสิ่งแวดล้อม ไม่แตกต่างกัน

จำนวนสมาชิกในครัวเรือนต่างกัน มีความคิดเห็นทางด้านกระบวนการ ผู้ประกอบการ ผลิตภัณฑ์ และสิ่งแวดล้อม แตกต่างกัน

สถานภาพต่างกัน มีความคิดเห็นทางด้านกระบวนการ ผู้ประกอบการ แตกต่างกัน ส่วนด้านผลิตภัณฑ์ และสิ่งแวดล้อม ไม่แตกต่างกัน

อาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นทางด้านกระบวนการ ผู้ประกอบการ ผลิตภัณฑ์ และสิ่งแวดล้อม แตกต่างกัน

เอกสารอ้างอิง

- กรมส่งเสริมการเกษตร. (2562). รายงานรายชื่อและจำนวนสมาชิกของวิสาหกิจชุมชน. สืบค้นเมื่อ 19 มกราคม 2562, จาก https://smce.doae.go.th/smce1/report/report_smce01.php?page_size=20&PAGE=163&typeSmce=1&hur=&province=&levelSearch=&startPage=163&endPage=172&fbclid=IwAR1eWhy8CVD5ZOrgC0uo9WKezdTipb0To3dn9K8ByTUpm4ladt520fMzeCE.
- นักกิจกรรม หอมวิจิตรกุล, ชาคริต กุลอิสริยาภรณ์, นภาพร ชันธนาภา และชัยฤทธิ์ ทองรอด. (2560). ความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์อินทรีย์จากการรับรู้ค่าและความคุ้นเคยที่ส่งผ่านความเชื่อมั่นและ ยึดติดกับผลิตภัณฑ์เดิม. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยธนบุรี*. 11(26): 71-80.
- พสนันท์ บุญช่วย และประสพชัย พสุนนท์. (2561). การวิเคราะห์ปัจจัยและจัดกลุ่มการเลือกบริโภคผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคจังหวัดนครปฐม. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยธนบุรี*. 12(28): 53-63.
- มูลนิธิเกษตรกรรมยั่งยืน. (2562). *ความรู้เกษตรกรรมยั่งยืน*. สืบค้นเมื่อ 8 มิถุนายน 2562, จาก <http://www.sathai.org>.
- ศูนย์ปฏิบัติการข้อมูลการตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์. (2562). *สถานการณ์การผลิต*. สืบค้นเมื่อ 8 มิถุนายน 2562, จาก <http://www.organic.moc.go.th/th/production/publications>.
- สมาคมการค้าเกษตรอินทรีย์ไทย. (2554). *ตลาดเกษตรอินทรีย์ไทย*. สืบค้นเมื่อ 8 มิถุนายน 2562, จาก <http://www.thaiorganictrade.com/articles/archive/201106>.
- อัยรดา พรเจริญ เมริษา กล้าหาญ สไบพร สุวรรณภูมิ และผอยฝน คำแหง (2562). *ส่วนประสมทางการตลาด และการเป็นผู้ประกอบการที่มีผลต่อความรู้ความเข้าใจของการผลิตเกษตรอินทรีย์ในเขตจังหวัดอุบลราชธานี*. คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.
- Everitt, B. S. (2010). *Multivariable Modeling and Multivariate Analysis for the Behavioral Sciences*. New York: Taylor & Francis Group, LLC.
- IFOAM-Organics International. (2019). *The Principle of Care*. Retrieved June 22, 2019, from <https://www.ifoam.bio/en/principles-organic-agriculture/principle-care>.
- Kadilar, C. & Cingi, H. (2005). A New Ratio Estimator in Stratified Random Sampling. *Communications in Statistics-Theory and Methods*. 34(3): 597-602.
- Liu, R., Pieniak, Z., & Verbeke, W. (2014). Food-related hazards in China: Consumers' perceptions of risk and trust in information sources. *Food Control*. 46(1): 291-298.
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric Theory*. New York: McGraw-Hill.
- Robinson, L. (2019). *Organic Foods: What You Need to Know*. Retrieved June 22, 2019, from <https://www.helpguide.org/articles/healthy-eating/organic-foods.htm>.
- Tiwari, P., Bhat, A. & Tikoria, J. (2017). An empirical analysis of the factors affecting social entrepreneurial intentions. *Journal of Global Entrepreneurship Research*. 7(9): 1-25.
- Yamane Taro. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. 3rd ed. New York: Harper and Row Publication.

- Zhang, Y., Wang, L. & Duan, Y. (2016). Agricultural information dissemination using ICTs: A review and analysis of information dissemination models in China. *Information Processing in Agriculture*. 3(1): 17-29.
- Alliance, P. (2019). *Environmental*. Retrieved June 22, 2019, from <https://www.pachamama.org/environmental-awareness>.
- Chait, J. (2019). Sustainable business. Retrieved June 22, 2019, from <https://www.thebalancesmb.com/what-is-an-agricultural-product-2538211>.

Translated Thai References

- Boonchuai, P. & Pasunon, P. (2018). Factors analysis and grouping consumption of organic vegetable in Nakhonpathom. *Journal of Thonburi University*. 12(28), 53-63. (in Thai).
- Department of Agricultural Extension. (2019). *Report of names and number of members of community enterprises*. Retrieved January 19, 2019, from https://smce.doe.go.th/smce1/report/report_smce01.php?page_size=20&PAGE=163&typeSmce=1&hur=&province=&levelSearch=&startPage=163&endPage=172&fbclid=IwAR1eWhy8CVD5ZOrgC0uo9WKezdTipb0To3dn9K8ByTUpm4ladt520fMzeCE (in Thai)
- Homvijitkul, N., Sakulsariyaporn, C., Shanthanapha, N. & Thongrod, C. (2017). The intention to purchase organic products through perception and familiarity transmitting trust and inertia to the same products. *Journal of Thonburi University*. 11(26): 71-80. (in Thai)
- Organic Agricultural Market Information Operations Center. (2019). *Production situation*. Retrieved June 8, 2019, from <http://www.organic.moc.go.th/th/production/publications> (in Thai)
- Phorncharoen, I., Klahan, M., Suwannakood, S. & Kamhang, F. (2019). Marketing mix and being an entrepreneur that affects the understanding of organic production in Ubon Ratchathani province. Faculty of Business Administration and Management, Ubon Ratchathani Rajabhat University. (in Thai).
- Sustainable Agriculture Foundation. (2019). *Knowledge of sustainable agriculture*. Retrieved June 8, 2019, from <http://www.sathai.org> (in Thai).
- Thai Organic Trade Association. (2011). *Thai organic*. Retrieved June 8, 2019, from <http://www.thaiorganictrade.com/articles/archive/201106> (in Thai).