

พฤติกรรมการบริโภคผักปลอดสารพิษ และความสนใจต่อการพัฒนาเกษตร  
แบบมีส่วนร่วมของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่

Consumer's Behavior for Pesticide-Free Vegetables and Interests in  
Community Supported Agriculture (CSA) in Chiang Mai Province

กุศล ทองงาม<sup>1</sup> ประทานทิพย์ กระมล<sup>1</sup> นัธมน ธีระกุล<sup>1,2</sup> นิวิต เชาวน์ศิลป์<sup>1</sup> และจาตุรงค์ พวงมณี<sup>1</sup>

<sup>1</sup> ศูนย์วิจัยเพื่อเพิ่มผลผลิตทางเกษตร คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

<sup>2</sup> คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

## บทนำ

เกษตรปลอดสารพิษ เป็นรูปแบบการผลิตที่กำลังเป็นที่นิยมแพร่หลาย หลายประเทศให้ความสนใจในสินค้าเกษตรปลอดภัย โดยเฉพาะสินค้าอาหาร สำหรับประเทศไทยก็เช่นกัน หลายหน่วยงานไม่ว่าจะเป็นภาครัฐหรือองค์กรเอกชนได้ช่วยกันส่งเสริมและสนับสนุนให้เกษตรกรทั้งในรูปรายเดี่ยวและกลุ่มเกษตรกร ผลิตสินค้าเกษตรปลอดสารพิษมาเป็นเวลาหลายปีแล้ว ทั้งนี้แนวคิดด้านเกษตรปลอดสารพิษที่นำไปปฏิบัติโดยเกษตรกรค่อนข้างแพร่หลาย คือระบบการผลิตผักปลอดภัยจากสารพิษ เนื่องจากเป็นพืชอาหารประจำวันและมีการส่งเสริมค่อนข้างกว้างขวาง

ในจังหวัดเชียงใหม่ มีหลายหน่วยงานได้ส่งเสริมการผลิตผักปลอดภัยจากสารพิษ ทำให้ในระยะ 10 ปีที่ผ่านมา มีการขยายการผลิตไปในหลายพื้นที่ รวมทั้งรูปแบบการผลิตก็แตกต่างกันหลายวิธี อย่างไรก็ตาม พบว่ายังไม่มีความยั่งยืนในการขยายการผลิตผักปลอดภัยจากสารพิษ หลายพื้นที่เกษตรกรเลิกการผลิตไป สาเหตุหนึ่งมาจากรายได้จากการจำหน่ายผักไม่จูงใจพอ (กุศล และนิวัตติ, 2542) ทั้งนี้เป็นผลมาจากขาดความต่อเนื่องในกระบวนการศึกษาและส่งเสริมด้านการตลาดตั้งแต่คนกลางจนถึงผู้บริโภค งานวิจัยนี้จึงสนใจศึกษาถึงพฤติกรรมการบริโภคผักปลอดสารพิษ รวมทั้งความสนใจต่อการพัฒนาการเกษตรแบบมีส่วนร่วมของผู้บริโภค (CSA) เพื่อเป็นข้อมูลในการพัฒนากระบวนการขยายการตลาด ซึ่งจะส่งผลต่อการพัฒนาการผลิตผักปลอดสารพิษต่อไป

## วิธีการวิจัย

การเก็บข้อมูลผู้บริโภค ใช้วิธีการกระจายแบบสอบถามให้ผู้ปฏิบัติงานตามหน่วยงานต่างๆ ในตัวเมืองเชียงใหม่ ซึ่งเป็นผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายที่คาดหวังว่าจะเป็นกลุ่มผู้บริโภคนำร่องไปสู่แนวทางการพัฒนารูปแบบการตลาดผลิตผลเกษตรปลอดสารพิษรูปแบบใหม่ กรอกแบบสอบถามและขอรับคืน จำนวนแบบสอบถามที่กระจายทั้งสิ้น 1,600 ฉบับ ได้รับคืนรวม 903 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 56.4 ของจำนวนแบบสอบถามที่กระจายทั้งหมด

ข้อมูลจากการสำรวจ นำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติแบบง่าย เช่น ค่าเฉลี่ย และร้อยละ

## ผลการศึกษา

### ข้อมูลพื้นฐานผู้บริโภคราย

ผู้บริโภครายที่ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุเฉลี่ย 38 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มากที่สุด กว่าร้อยละ 60 มีครอบครัวแล้ว ด้านอาชีพ ร้อยละ 65.6 เป็นข้าราชการประจำ ร้อยละ 27.5 เป็นลูกจ้างส่วนราชการและธุรกิจเอกชน มีส่วนน้อยที่เป็นเจ้าของธุรกิจ รายได้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 10,000 – 20,000 บาท/เดือน ส่วนรายได้ทั้งครอบครัว อยู่ระหว่าง 20,000 – 30,000 บาท/เดือน มากที่สุด ทั้งนี้จำนวนผู้มีรายได้ในครอบครัวเฉลี่ย 2 คน/ครอบครัว ขณะที่จำนวนสมาชิกทั้งหมดในครอบครัวเฉลี่ย 3.8 คน

### พฤติกรรมการบริโภคผักปลอดสารพิษ

ผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 88 ของทั้งหมด เคยซื้อผักปลอดสารพิษบริโภค โดยในจำนวนนี้มี ร้อยละ 36 ซื้อเป็นประจำ ร้อยละ 52 ซื้อเป็นบางครั้ง มีเพียงร้อยละ 2 ที่ไม่เคยซื้อเลย และที่เหลือ ร้อยละ 10 ไม่ให้ข้อมูล สำหรับผู้ที่ซื้อเป็นประจำ ได้ซื้อมาแล้วเฉลี่ย 5 ปี โดยซื้อเฉลี่ย 6.8 ครั้ง/เดือน มูลค่าการซื้อเฉลี่ย 268 บาท/เดือน

ชนิดผักปลอดสารพิษที่ผู้บริโภครายซื้อบ่อย 5 ลำดับแรกคือ ผักบุ้ง คะน้า กวางตุ้ง ผักกาดขาว และแตงกวา ส่วนชนิดผักที่ผู้บริโภครายต้องการซื้อแต่หาซื้อในรูปแบบผักปลอดสารพิษได้ยาก คือ ถั่วไร้ค้าง ผักโขมจีน ไป๋ช่าย กระเจี๊ยบเขียว และถั่วแขก

เหตุผลที่ผู้บริโภครายซื้อผักปลอดสารพิษเป็นประจำ เนื่องจากห่วงใยสุขภาพมากที่สุดถึงร้อยละ 90.2 มีร้อยละ 29 ที่ให้เหตุผลด้านห่วงใยผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ส่วนผู้บริโภครายที่ซื้อเป็นครั้งคราว ให้เหตุผลที่ไม่ซื้อประจำคือ หาซื้อได้ยาก ร้อยละ 50 รองลงมาคือ ไม่มีชนิดผักที่ต้องการจำหน่าย และราคาผักปลอดภัยจากสารพิษสูง ในสัดส่วนเท่ากันคือ ร้อยละ 39 อีกร้อยละ 34 ไม่มั่นใจในคุณภาพ ผักว่าจะปลอดภัยจากสารพิษจริง

แหล่งซื้อผักปลอดสารพิษที่สำคัญอันดับแรก คือ ซื้อจากซูเปอร์มาเก็ต คิดเป็นร้อยละ 60 รองลงมา ร้อยละ 44 ซื้อจากร้านจำหน่ายสินค้าปลอดสารพิษ ร้อยละ 33 ซื้อจากตลาดสด และร้อยละ 17 ซื้อจากแหล่งผลิตโดยตรง

ในการเลือกซื้อผักปลอดสารพิษ ผู้บริโภครายให้ความสำคัญกับตรารับรองจากหน่วยงานราชการ ที่ติดบนถุงผัก และความเชื่อมั่นในแหล่งผลิตที่ตนรู้จักในสัดส่วนเท่าๆ กัน คือประมาณร้อยละ 38 อีกร้อยละ 22 ให้ความสำคัญจากลักษณะภายนอกของผักเป็นสำคัญ

## ลักษณะการผลิตสินค้าเกษตรปลอดสารพิษ และระดับราคาของผู้บริโภคยินดีซื้อ

เมื่อสอบถามผู้บริโภคถึงกรรมวิธีการผลิตผักปลอดสารพิษที่ผู้บริโภคเต็มใจซื้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 54 อยากซื้อผักที่ผลิตโดยไม่ใช้ทั้งสารเคมีและปุ๋ยเคมี ร้อยละ 23 ยินดีซื้อผักที่ผลิตโดยไม่ใช้สารเคมีแต่ใช้ปุ๋ยเคมีทั่วไปได้ และร้อยละ 15.2 ยินดีซื้อผักที่ผลิตโดยใช้ทั้งสารเคมีและปุ๋ยเคมี แต่เป็นการใช้ในระดับที่เหมาะสมและในช่วงเวลาที่ปลอดภัย ที่เหลือตอบในลักษณะอื่นๆ ด้านราคา ผู้บริโภคยินดีซื้อผักปลอดสารพิษในราคาที่สูงกว่าผักที่ผลิตโดยวิธีทั่วไปเฉลี่ยไม่เกิน ร้อยละ 16

## ความคิดเห็นต่อการตรวจสอบและรับรองมาตรฐานสินค้า

ผู้บริโภคร้อยละ 83.4 มองว่าการตรวจสอบและรับรองมาตรฐานสินค้าเกษตรปลอดสารพิษกับผักปลอดสารพิษเพื่อสร้างความมั่นใจด้านความปลอดภัยให้กับผู้บริโภคเป็นสิ่งจำเป็นมาก แต่มีบางรายที่เห็นว่าไม่จำเป็น โดยให้เหตุผลสำคัญคือ ไม่มีความมั่นใจในหน่วยงานที่ตรวจสอบ และวิธีการที่จะตรวจสอบว่าสามารถรับประกันความปลอดภัยได้จริง ทั้งนี้ผู้บริโภค ร้อยละ 69.9 ให้ข้อมูลว่าจะซื้อผักปลอดสารพิษบริโภคมากขึ้นถ้ามีการตรวจสอบและรับรองมาตรฐานสินค้าโดยหน่วยงานที่เชื่อถือได้

## ความสนใจของผู้บริโภคในการพัฒนาการเกษตรแบบมีส่วนร่วม

กระบวนการกระตุ้นให้ชุมชนผู้บริโภคได้มีส่วนร่วมและสนับสนุนการผลิต เป็นกิจกรรมสำคัญที่สร้างแรงจูงใจและความมั่นใจให้กับผู้ผลิตในการพัฒนาระบบการผลิตและคุณภาพผลผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค การมีส่วนร่วมของชุมชนในการสนับสนุนการเกษตร (Community Supported Agriculture: CSA) เป็นกลยุทธ์หนึ่งของการเชื่อมโยงการผลิต การตลาด และการสร้างภาคีระหว่างผู้ผลิตกับผู้บริโภคอันเป็นส่วนหนึ่งที่น่าไปสู่เกษตรยั่งยืน ทั้งนี้ CSA มักจะผูกพันกับการเกษตรปลอดสารพิษหรือเกษตรอินทรีย์ ซึ่งถือว่าเป็นสินค้าคุณภาพที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพและสิ่งแวดล้อม ในประเทศไทย CSA ริเริ่มโดยองค์กรพัฒนาเอกชนโดยเฉพาะที่เชียงใหม่ ศูนย์สินค้าเพื่อสุขภาพและสิ่งแวดล้อม ซึ่งจัดตั้งขึ้นในปี 2536 กล่าวได้ว่าเป็น CSA แห่งแรกของภาคเหนือ ดำเนินการในลักษณะของระบบสหกรณ์ ซึ่งมีการลงทุนจากทั้งเกษตรกร ผู้บริโภค องค์กรต่างๆ ทั้งจากภาครัฐและเอกชน เน้นการจำหน่ายพืชผักอินทรีย์และสินค้าปลอดสารพิษ

การสำรวจครั้งนี้ ได้สอบถามความสนใจของผู้บริโภคต่อการพัฒนาการเกษตรแบบมีส่วนร่วม โดยให้ผู้บริโภคเป็นสมาชิกสนับสนุนการผลิตโดยการเลือกชนิดผักที่ต้องการและจ่ายเงินล่วงหน้าเป็นค่าผัก เพื่อประโยชน์ในการวางแผนการผลิต ให้ต่อเนื่องสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค และเพื่อเสริมสร้างความยั่งยืนในการผลิตสินค้าเกษตรคุณภาพ

ผลการสำรวจ พบว่า มีผู้ตอบแบบสอบถามเพียง 179 ราย จาก 903 ราย หรือ ร้อยละ 19.8 ที่สนใจเป็นสมาชิกจ่ายเงินล่วงหน้าเพื่อซื้อผักปลอดสารพิษ (ทั้งรายเดือนและราย 3 เดือน) โดยเกือบทั้งหมดเป็นผู้ที่ซื้อผักปลอดสารพิษบริโภคเป็นประจำ ที่เหลือ ร้อยละ 31 ไม่สนใจเป็นสมาชิก ร้อยละ 29 ยังไม่แน่ใจ ร้อยละ 20 ไม่ให้ข้อมูล เหตุผลสำคัญที่ผู้บริโภคไม่สนใจและไม่แน่ใจในการเป็นสมาชิกจ่ายเงินล่วงหน้า คือ ความไม่แน่นอนในการประกอบอาหาร ร้อยละ 38 ต้องการเลือกซื้อผักแบบอิสระตามที่ต้องการ ร้อยละ 30 ไม่เชื่อมั่นในวิธีการว่าจะสามารถดำเนินการได้ ร้อยละ 12 เป็นต้น

### **แนวทางการขยายตลาดผักปลอดสารพิษ: มุมมองของผู้บริโภค**

ผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 74 ต้องการซื้อผักปลอดสารพิษเป็นประจำถ้าสามารถซื้อได้ง่ายกว่าปัจจุบัน ผู้บริโภคส่วนหนึ่งเห็นว่า ปัจจุบันแหล่งจำหน่ายผักปลอดสารพิษยังมีน้อย ควรขยายให้มากขึ้น โดยเสนอแนะว่าควรนำผักไปจำหน่ายเพิ่มตามแหล่งชุมชน เช่น ร้านค้าในปั๊มน้ำมัน ในหน่วยงานต่างๆ ในหมู่บ้านจัดสรร เป็นต้น ส่วนในตลาดสดหรือซูเปอร์มาร์เก็ตก็ควรกระจายการจำหน่ายให้ทั่วถึงมากกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน และให้มีจุดจำหน่ายที่แน่นอน มีผักจำหน่ายสม่ำเสมอสามารถหาซื้อได้ง่าย และในส่วนของผู้ผลิตก็ต้องปรับปรุงคุณภาพผลผลิตให้ดีขึ้น และจำหน่ายในราคาเหมาะสม

### **อภิปรายผลและเสนอแนะ**

ผลการศึกษา เมื่อมองในด้านผู้บริโภคหรืออุปสงค์ผักปลอดสารพิษ ซึ่งให้ เห็นว่ามีอยู่สูง แต่มีข้อจำกัดสำคัญ คือหาซื้อได้ยาก ดังนั้นผู้ผลิตยังสามารถขยายการผลิตผักปลอดสารพิษเพื่อจำหน่ายได้อีก ทั้งนี้ผู้บริโภคได้เสนอแนะแหล่งและแนวทางในการจำหน่ายผลผลิตไว้บ้างแล้ว ผู้ผลิตหรือคนกลางสามารถใช้เป็นแนวทางในการขยายตลาดเบื้องต้นได้ ด้านปัจจัยอื่นๆ เช่น การสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้บริโภคโดยมีหน่วยงานที่เชื่อถือได้ทำหน้าที่ตรวจสอบและรับรองความปลอดภัยในสินค้า หรือการส่งเสริมให้มีการสร้างมาตรฐานการผลิต ผลิตสินค้าคุณภาพที่สะอาดและปลอดภัยแท้จริงในกลุ่มผู้ผลิต ก็เป็นแนวทางหนึ่งในการขยายตลาด ทำให้ผักปลอดสารพิษเป็นสินค้าคุณภาพสามารถจำหน่ายแก่กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายได้ในราคาที่สูงกว่าผักที่ผลิตโดยวิธีทั่วไป สามารถสร้างรายได้สูงใจผู้ผลิตให้คงอยู่ในอาชีพนี้

ด้านความสนใจของผู้บริโภคต่อการพัฒนาการเกษตรแบบมีส่วนร่วมโดยการเป็นสมาชิกจ่ายเงินค่าผักล่วงหน้า พบว่ามีเพียงกลุ่มผู้บริโภคผักปลอดสารพิษเป็นประจำบางส่วนเท่านั้นที่สนใจ ดังนั้นการทดลองใช้รูปแบบนี้จึงควรเริ่มจากผู้บริโภคกลุ่มนี้เป็นกลุ่มเป้าหมายเบื้องต้น และควรมีการศึกษาหารูปแบบดำเนินการอื่นๆ เพิ่ม เพื่อเป็นทางเลือกแก่ผู้บริโภคในการมีส่วนร่วมสนับสนุนผู้ผลิต

ขณะเดียวกันก็มีการเผยแพร่ข่าวสารในรูปแบบต่างๆ เพื่อสร้างความเข้าใจและเชิญชวนให้ผู้บริโภคทั่วไปเห็นความสำคัญของการบริโภคผักปลอดสารพิษและหันมาให้การสนับสนุนกลุ่มผู้ผลิตมากขึ้น

### **เอกสารอ้างอิง**

กุศล ทองงาม และ นิวัติ เชาวน์ศิลป์. 2542. ธุรกิจการผลิตผักปลอดภัยจากสารเคมีในจังหวัดเชียงใหม่. รายงานการวิจัย. ศูนย์วิจัยเพื่อเพิ่มผลผลิตทางเกษตร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

**คำสำคัญ:** ผักปลอดสารพิษ; เกษตรปลอดภัย; พฤติกรรมผู้บริโภค