

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
การวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม
(Reliability Analysis)

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
C3.1.1	276.9032	1335.7570	.2892	.9382
C3.1.2	275.8710	1322.0495	.4869	.9369
C3.1.3	274.8387	1285.1398	.6981	.9352
C3.1.4	275.1935	1265.5613	.7692	.9345
C3.1.5	276.2581	1299.9312	.5206	.9366
C3.1.6	276.3871	1292.7118	.6637	.9356
C3.1.7	275.7419	1291.4645	.5589	.9363
C3.1.8	275.4516	1301.7892	.5039	.9367
C3.1.9	274.9677	1289.4323	.6464	.9356
C3.1.10	275.1935	1316.3613	.4781	.9369
C3.2.1	275.6129	1275.1118	.7184	.9350
C3.2.2	276.0645	1301.8624	.5266	.9365
C3.2.3	274.6774	1309.5591	.5632	.9363
C3.2.4	276.5484	1302.3892	.5451	.9364
C3.2.5	275.9032	1349.8237	.1329	.9397
C3.2.6	275.0323	1316.0323	.4960	.9368
C3.2.7	274.6129	1309.8452	.5899	.9362
C3.2.8	277.0323	1313.7656	.4523	.9371
C3.2.9	276.7419	1329.9312	.3674	.9376
C3.2.10	276.3871	1315.7118	.4107	.9374
C3.3.1	274.1613	1330.6731	.3912	.9374

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
C3.3.2	275.1613	1357.6065	.1137	.9391
C3.3.3	274.2903	1322.8129	.5111	.9367
C3.3.4	275.7742	1322.7140	.4426	.9371
C3.3.5	275.6129	1387.4452	-.1802	.9409
C3.3.6	275.0645	1327.1957	.4448	.9371
C3.3.7	276.0323	1333.2323	.3003	.9381
C3.3.8	275.2581	1293.9978	.6717	.9355
C3.3.9	275.9677	1383.5656	-.2022	.9399
C3.3.10	274.0645	1319.5290	.8551	.9359
D4.4.1.1	274.2258	1322.1140	.4732	.9369
D4.4.1.2	276.7742	1343.6473	.2645	.9382
D4.4.1.3	276.3871	1333.1785	.3928	.9374
D4.4.1.4	274.9355	1309.9957	.4864	.9368
D4.4.1.5	274.4839	1316.5914	.3943	.9376
D4.4.2.1	274.8065	1276.2280	.7408	.9349
D4.4.2.2	275.7742	1300.4473	.5854	.9361
D4.4.2.3	274.5484	1286.9892	.6689	.9354
D4.4.2.4	274.5161	1328.2581	.5492	.9367
D4.4.2.5	274.4194	1323.0516	.3530	.9379
D4.4.3.1	274.3548	1328.2366	.4911	.9369

—

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
D4.4.3.2	275.7742	1359.7140	.0768	.9396
D4.4.3.3	273.9032	1333.0237	.6777	.9366
D4.4.3.4	274.0323	1321.7656	.5837	.9365
D4.4.3.5	274.1613	1314.0065	.6164	.9362
D4.4.4.1	273.9355	1344.5957	.5273	.9373
D4.4.4.2	273.9355	1338.7290	.5077	.9371
D4.4.4.3	273.9355	1344.8624	.4543	.9374
D4.4.4.4	274.3226	1325.2925	.4547	.9370
D4.4.4.5	274.0968	1325.4237	.6569	.9364
D4.4.5.1	274.9032	1345.8237	.3086	.9378
D4.4.5.2	274.5806	1313.7849	.4637	.9370

Reliability Coefficients

N of Cases = 31.0

N of Items = 52

Alpha = .9381

หมายเหตุ : การวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือของแบบสอบถามทำการทดสอบในตอนต้นที่ 3 คือ วิธีการดำเนินชีวิตของผู้ซื้อสินค้า (ใช้รหัส C) และตอนที่ 4 ความคิดเห็นของผู้ซื้อที่มีต่อกลยุทธ์การตลาดสำหรับสินค้าเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย (ใช้รหัส D)

ภาคผนวก ข
การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis)

ผลการวิเคราะห์เชิงเนื้อหาสำหรับผู้ประกอบการสินค้าเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการสินค้าเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทยมีทั้งหมด 8 ข้อ

ตารางภาคผนวกที่ 1 จำนวนและร้อยละของตัวอย่างจำแนกตามภูมิภาค จังหวัดและประเภทสินค้า

ภาค	จังหวัด		ประเภท			รวม
			ข้าว/ธัญพืช	ผักผลไม้	อื่นๆ	
เหนือ	เชียงราย	จำนวน	0	1	4	5
		ร้อยละ	0	14.3	66.7	33.3
	เชียงใหม่	จำนวน	1	6	2	9
		ร้อยละ	50	85.7	33.3	60
ลำปาง	จำนวน	1	0	0	1	
	ร้อยละ	50	0	0	6.7	
	รวม	จำนวน	2	7	6	15
		ร้อยละ	100	100	100	100
ตอ/เหนือ	ขอนแก่น	จำนวน	1	0	0	1
		ร้อยละ	50	0	0	16.7
	นครราชสีมา	จำนวน	0	1	1	2
		ร้อยละ	0	50	50	33.3
	ยโสธร	จำนวน	0	0	1	1
ร้อยละ		0	0	50	16.7	
สุรินทร์	จำนวน	1	1	0	2	
	ร้อยละ	50	50	0	33.3	
	รวม	จำนวน	2	2	2	6
		ร้อยละ	100	100	100	100
กลาง	กรุงเทพ	จำนวน	3	2	3	8
		ร้อยละ	100	50	75	72.7
	พิษณุโลก	จำนวน	0	1	0	1
		ร้อยละ	0	25	0	9.1
	ลพบุรี	จำนวน	0	0	1	1
ร้อยละ		0	0	25	9.1	
สมุทรสาคร	จำนวน	0	1	0	1	
	ร้อยละ	0	25	0	9.1	
	รวม	จำนวน	3	4	4	11
		ร้อยละ	100	100	100	100
ตะวันออก	ฉะเชิงเทรา	จำนวน	2	0	1	3
		ร้อยละ	100	0	25	37.5
	ชลบุรี	จำนวน	0	0	1	1
ร้อยละ		0	0	25	12.5	

ตารางภาคผนวกที่ 1 (ต่อ)

ภาค	จังหวัด		ประเภท			รวม
			ข้าว/ธัญพืช	ผักผลไม้	อื่นๆ	
ตะวันออก	ตราด	จำนวน	0	2	0	2
		ร้อยละ	0	100	0	25
	ปราจีนบุรี	จำนวน	0	0	1	1
		ร้อยละ	0	0	25	12.5
	สระแก้ว	จำนวน	0	0	1	1
		ร้อยละ	0	0	25	12.5
	รวม	จำนวน	2	2	4	8
		ร้อยละ	100	100	100	100
ตะวันตก	กาญจนบุรี	จำนวน	2	0	0	2
		ร้อยละ	66.7	0	0	25
	ประจวบคีรีขันธ์	จำนวน	1	2	1	4
		ร้อยละ	33.3	66.7	50	50
	ราชบุรี	จำนวน	0	1	1	2
		ร้อยละ	0	33.3	50	25
	รวม	จำนวน	3	3	2	8
		ร้อยละ	100	100	100	100
ใต้	กระบี่	จำนวน	0	1	0	1
		ร้อยละ	0	50	0	33.3
	ชุมพร	จำนวน	0	1	0	1
		ร้อยละ	0	50	0	33.3
	สตูล	จำนวน	1	0	0	1
		ร้อยละ	100	0	0	33.3
	รวม	จำนวน	1	2	0	3
		ร้อยละ	100	100	0	100

ตารางภาคผนวกที่ 2 จำนวนและร้อยละของตัวอย่างจำแนกตามภูมิภาค จังหวัด เพศและประเภท
สินค้า

ภาค	จังหวัด		ประเภท			รวม
			ข้าว/ธัญพืช	ผักผลไม้	อื่นๆ	
เหนือ	ชาย	จำนวน	2	1	2	5
		ร้อยละ	100	14.3	33.3	33.3
	หญิง	จำนวน	0	6	4	10
		ร้อยละ	0	85.7	66.7	66.7
	รวม	จำนวน	2	7	6	15
		ร้อยละ	100	100	100	100
ตอ/เหนือ	ชาย	จำนวน	1	1	0	2
		ร้อยละ	50	50	0	33.3
	หญิง	จำนวน	1	1	2	4
		ร้อยละ	50	50	100	66.7
	รวม	จำนวน	2	2	2	6
		ร้อยละ	100	100	100	100
กลาง	ชาย	จำนวน	0	1	0	1
		ร้อยละ	0	25	0	9.1
	หญิง	จำนวน	3	3	4	10
		ร้อยละ	100	75	100	90.9
	รวม	จำนวน	3	4	4	11
		ร้อยละ	100	100	100	100
ตะวันออก	ชาย	จำนวน	0	0	2	2
		ร้อยละ	0	0	50	25
	หญิง	จำนวน	2	2	2	6
		ร้อยละ	100	100	50	75
	รวม	จำนวน	2	2	4	8
		ร้อยละ	100	100	100	100
ตะวันตก	ชาย	จำนวน	2	2	1	5
		ร้อยละ	66.7	66.7	50	62.5
	หญิง	จำนวน	1	1	1	3
		ร้อยละ	33.3	33.3	50	37.5
	รวม	จำนวน	3	3	2	8
		ร้อยละ	100	100	100	100
ใต้	ชาย	จำนวน	0	1	0	1
		ร้อยละ	0	50	0	33.3
	หญิง	จำนวน	1	1	0	2
		ร้อยละ	100	50	0	66.7
	รวม	จำนวน	1	2	0	3
		ร้อยละ	100	100	0	100

ตารางภาคผนวกที่ 3 จำนวนและร้อยละของตัวอย่างจำแนกตามภูมิภาค อายุ และประเภทสินค้า

ภูมิภาค	อายุ		ประเภท			รวม
			ข้าว/ธัญพืช	ผักผลไม้	อื่นๆ	
เหนือ	29	จำนวน	0	0	1	1
		ร้อยละ	0	0	16.7	6.7
	31	จำนวน	1	2	0	3
		ร้อยละ	50	28.6	0	20
	32	จำนวน	0	1	0	1
		ร้อยละ	0	14.3	0	6.7
	36	จำนวน	0	1	0	1
		ร้อยละ	0	14.3	0	6.7
	37	จำนวน	0	1	0	1
		ร้อยละ	0	14.3	0	6.7
	39	จำนวน	0	0	1	1
		ร้อยละ	0	0	16.7	6.7
	40	จำนวน	0	0	1	1
		ร้อยละ	0	0	16.7	6.7
	41	จำนวน	0	1	0	1
		ร้อยละ	0	14.3	0	6.7
	42	จำนวน	0	0	1	1
ร้อยละ		0	0	16.7	6.7	
43	จำนวน	0	0	1	1	
	ร้อยละ	0	0	16.7	6.7	
47	จำนวน	0	0	1	1	
	ร้อยละ	0	0	16.7	6.7	
48	จำนวน	0	1	0	1	
	ร้อยละ	0	14.3	0	6.7	
58	จำนวน	1	0	0	1	
	ร้อยละ	50	0	0	6.7	
รวม	จำนวน	2	7	6	15	
	ร้อยละ	100	100	100	100	
ค่าเฉลี่ย			44.5	36.57	40	40.36
ตอ/เหนือ	28	จำนวน	1	0	0	1
		ร้อยละ	50	0	0	16.7
	29	จำนวน	1	0	0	1
		ร้อยละ	50	0	0	16.7
	31	จำนวน	0	1	0	1
		ร้อยละ	0	50	0	16.7

ตารางภาคผนวกที่ 3 (ต่อ)

ภูมิภาค	อายุ		ประเภท			รวม
			ข้าว/ธัญพืช	ผักผลไม้	อื่นๆ	
ตอ/เหนือ (ต่อ)	33	จำนวน	0	0	1	1
		ร้อยละ	0	0	50	16.7
	36	จำนวน	0	0	1	1
		ร้อยละ	0	0	50	16.7
	42	จำนวน	0	1	0	1
ร้อยละ		0	50	0	16.7	
รวม	จำนวน	2	2	2	6	
	ร้อยละ	100	100	100	100	
ค่าเฉลี่ย			28.5	36.5	34.5	33.17
กลาง	28	จำนวน	1	0	0	1
		ร้อยละ	33.3	0	0	9.1
	29	จำนวน	1	1	0	2
		ร้อยละ	33.3	25	0	18.2
	30	จำนวน	0	1	0	1
		ร้อยละ	0	25	0	9.1
	32	จำนวน	0	0	1	1
		ร้อยละ	0	0	25	9.1
	34	จำนวน	0	0	1	1
		ร้อยละ	0	0	25	9.1
	35	จำนวน	0	1	0	1
		ร้อยละ	0	25	0	9.1
	39	จำนวน	0	1	0	1
ร้อยละ		0	25	0	9.1	
40	จำนวน	1	0	0	1	
	ร้อยละ	33.3	0	0	9.1	
41	จำนวน	0	0	1	1	
	ร้อยละ	0	0	25	9.1	
49	จำนวน	0	0	1	1	
	ร้อยละ	0	0	25	9.1	
รวม	จำนวน	3	4	4	11	
	ร้อยละ	100	100	100	100	
ค่าเฉลี่ย			32.33	33.25	39	34.86

ตารางภาคผนวกที่ 3 (ต่อ)

ภูมิภาค	อายุ		ประเภท			รวม
			ข้าว/ธัญพืช	ผักผลไม้	อื่นๆ	
ตะวันออก	27	จำนวน	1	1	0	2
		ร้อยละ	50	50	0	25
	28	จำนวน	0	0	1	1
		ร้อยละ	0	0	25	12.5
	29	จำนวน	0	1	0	1
		ร้อยละ	0	50	0	12.5
	33	จำนวน	0	0	1	1
		ร้อยละ	0	0	25	12.5
	35	จำนวน	0	0	1	1
ร้อยละ		0	0	25	12.5	
42	จำนวน	0	0	1	1	
	ร้อยละ	0	0	25	12.5	
46	จำนวน	1	0	0	1	
	ร้อยละ	50	0	0	12.5	
รวม	จำนวน	2	2	4	8	
	ร้อยละ	100	100	100	100	
ค่าเฉลี่ย			36.5	28	34.5	33
ตะวันตก	32	จำนวน	1	0	0	1
		ร้อยละ	33.3	0	0	12.5
	34	จำนวน	0	1	0	1
		ร้อยละ	0	33.3	0	12.5
	36	จำนวน	0	0	1	1
		ร้อยละ	0	0	50	12.5
	37	จำนวน	1	0	0	1
		ร้อยละ	33.3	0	0	12.5
	38	จำนวน	0	1	0	1
		ร้อยละ	0	33.3	0	12.5
43	จำนวน	1	0	0	1	
	ร้อยละ	33.3	0	0	12.5	
46	จำนวน	0	1	0	1	
	ร้อยละ	0	33.3	0	12.5	
47	จำนวน	0	0	1	1	
	ร้อยละ	0	0	50	12.5	
รวม	จำนวน	3	3	2	8	
	ร้อยละ	100	100	100	100	
ค่าเฉลี่ย			37.33	39.33	41.5	39.37
ใต้	32	จำนวน	0	1	0	1
		ร้อยละ	0	50	0	33.3
	34	จำนวน	1	0	0	1
		ร้อยละ	100	0	0	33.3
	37	จำนวน	0	1	0	1
ร้อยละ		0	50	0	33.3	
รวม	จำนวน	1	2	0	3	
	ร้อยละ	100	100	0	100	
ค่าเฉลี่ย			34	34.5	0	22.83

ตารางภาคผนวกที่ 4 จำนวนและร้อยละของตัวอย่างจำแนกตามภูมิภาค สถานภาพและประเภทสินค้า

ภูมิภาค	สถานภาพสมรส		ประเภท			รวม
			ข้าว/ธัญพืช	ผักผลไม้	อื่นๆ	
เหนือ	โสด	จำนวน	1	3	0	4
		ร้อยละ	50	42.9	0	26.7
	สมรส	จำนวน	1	4	6	10
		ร้อยละ	50	57.1	100	66.7
	รวม	จำนวน	2	7	6	15
		ร้อยละ	100	100	100	100
ตอ/เหนือ	โสด	จำนวน	2	1	0	3
		ร้อยละ	100	50	0	50
	สมรส	จำนวน	0	1	2	3
		ร้อยละ	0	50	100	50
	รวม	จำนวน	2	2	2	6
		ร้อยละ	100	100	100	100
กลาง	โสด	จำนวน	2	2	1	5
		ร้อยละ	66.7	50	25	45.5
	สมรส	จำนวน	1	2	3	6
		ร้อยละ	33.3	50	75	54.5
	รวม	จำนวน	3	4	4	11
		ร้อยละ	100	100	100	100
ตะวันออก	โสด	จำนวน	2	2	1	5
		ร้อยละ	100	100	25	62.5
	สมรส	จำนวน	0	0	3	3
		ร้อยละ	0	0	75	37.5
	รวม	จำนวน	2	2	4	8
		ร้อยละ	100	100	100	100

ตารางภาคผนวกที่ 4 (ต่อ)

ภูมิภาค	สถานภาพสมรส		ประเภท			รวม
			ข้าว/ธัญพืช	ผักผลไม้	อื่นๆ	
ตะวันตก	สมรส	จำนวน	3	3	2	8
		ร้อยละ	100	100	100	100
	รวม	จำนวน	3	3	2	8
		ร้อยละ	100	100	100	100
ใต้	โสด	จำนวน	0	1	0	1
		ร้อยละ	0	50	0	33.3
	สมรส	จำนวน	1	1	0	2
		ร้อยละ	100	50	0	66.7
	รวม	จำนวน	1	2	0	3
		ร้อยละ	100	100	0	100

ตารางภาคผนวกที่ 5 จำนวนและร้อยละของตัวอย่างจำแนกตามภูมิภาค ระดับการศึกษาสูงสุดและประเภทสินค้า

ภูมิภาค	ระดับการศึกษา		ประเภท			รวม
			ข้าว/ธัญพืช	ผักผลไม้	อื่นๆ	
เหนือ	มัธยมปลาย	จำนวน	0	0	1	1
		ร้อยละ	0	0	16.7	6.7
	ต่ำกว่า ป.ตรี	จำนวน	0	5	1	6
		ร้อยละ	0	71.4	16.7	40
	ป. ตรี	จำนวน	1	2	4	7
		ร้อยละ	50	28.6	66.7	46.7
รวม	จำนวน	1	0	0	1	
	ร้อยละ	50	0	0	6.7	
คต/เหนือ	ป. ตรี	จำนวน	2	2	2	6
		ร้อยละ	100	100	100	100
รวม	จำนวน	2	2	2	6	
	ร้อยละ	100	100	100	100	
กลาง	มัธยมปลาย	จำนวน	0	1	0	1
		ร้อยละ	0	25	0	9.1
	ต่ำกว่า ป.ตรี	จำนวน	1	0	1	2
		ร้อยละ	33.3	0	25	18.2
	ป. ตรี	จำนวน	2	3	3	8
		ร้อยละ	66.7	75	75	72.7
รวม	จำนวน	3	4	4	11	
	ร้อยละ	100	100	100	100	

ตารางภาคผนวกที่ 5 (ต่อ)

ภูมิภาค	ระดับการศึกษา		ประเภท			รวม
			ข้าว/ธัญพืช	ผักผลไม้	อื่นๆ	
ตะวันออก	มัธยมปลาย	จำนวน	0	0	1	1
		ร้อยละ	0	0	25	12.5
	ป.ตรี	จำนวน	1	2	3	6
		ร้อยละ	50	100	75	75
	ป.โท	จำนวน	1	0	0	1
		ร้อยละ	50	0	0	12.5
	รวม	จำนวน	2	2	4	8
		ร้อยละ	100	100	100	100
ตะวันตก	ต่ำกว่า ป.ตรี	จำนวน	1	0	1	2
		ร้อยละ	33.3	0	50	25
	ป.ตรี	จำนวน	2	3	1	6
		ร้อยละ	66.7	100	50	75
	รวม	จำนวน	3	3	2	8
		ร้อยละ	100	100	100	100
ใต้	ป.ตรี	จำนวน	1	2	0	3
		ร้อยละ	100	100	0	100
	รวม	จำนวน	1	2	0	3
		ร้อยละ	100	100	0	100

ตารางภาคผนวกที่ 6 จำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามภูมิภาค รายได้ต่อเดือนและประเภทสินค้า

ภูมิภาค	รายได้		ประเภท			รวม
			ข้าว/ธัญพืช	ผักผลไม้	อื่นๆ	
เหนือ	ไม่เกิน 100,000 บาท	จำนวน	2	7	5	14
		ร้อยละ	100	100	83.3	93.3
	100,001 - 200,000 บาท	จำนวน	0	0	1	1
		ร้อยละ	0	0	16.7	6.7
	รวม	จำนวน	2	7	6	15
		ร้อยละ	100	100	100	100
ต่อ/เหนือ	ไม่เกิน 100,000 บาท	จำนวน	2	2	2	6
		ร้อยละ	100	100	100	100
	รวม	จำนวน	2	2	2	6
		ร้อยละ	100	100	100	100
กลาง	ไม่เกิน 100,000 บาท	จำนวน	3	4	3	10
		ร้อยละ	100	100	75	90.9
	100,001 - 200,000 บาท	จำนวน	0	0	1	1
		ร้อยละ	0	0	25	9.1
	รวม	จำนวน	3	4	4	11
		ร้อยละ	100	100	100	100
ตะวันออก	ไม่เกิน 100,000 บาท	จำนวน	2	2	4	8
		ร้อยละ	100	100	100	100
	รวม	จำนวน	2	2	4	8
		ร้อยละ	100	100	100	100
ตะวันตก	ไม่เกิน 100,000 บาท	จำนวน	3	2	2	7
		ร้อยละ	100	66.7	100	87.5
	100,001 - 200,000 บาท	จำนวน	0	1	0	1
		ร้อยละ	0	33.3	0	12.5
	รวม	จำนวน	3	3	2	8
		ร้อยละ	100	100	100	100
ใต้	ไม่เกิน 100,000 บาท	จำนวน	1	2	0	3
		ร้อยละ	100	100	0	100
	รวม	จำนวน	1	2	0	3
		ร้อยละ	100	100	0	100

ตารางภาคผนวกที่ 7 จำนวนและร้อยละของตัวอย่างจำแนกตามภูมิภาค ระยะเวลาที่ประกอบธุรกิจ และประเภทสินค้า

ภูมิภาค	ระยะเวลาที่ประกอบธุรกิจ		ประเภท			รวม
			ข้าว/ธัญพืช	ผักผลไม้	อื่นๆ	
เหนือ	6	จำนวน	1	0	0	1
		ร้อยละ	50	0	0	6.7
	10	จำนวน	0	0	2	2
		ร้อยละ	0	0	33.3	13.3
	12	จำนวน	0	1	0	1
		ร้อยละ	0	14.3	0	6.7
	13	จำนวน	0	0	1	1
		ร้อยละ	0	0	16.7	6.7
	15	จำนวน	0	1	0	1
		ร้อยละ	0	14.3	0	6.7
	18	จำนวน	0	1	0	1
		ร้อยละ	0	14.3	0	6.7
	30	จำนวน	0	1	0	1
		ร้อยละ	0	14.3	0	6.7
	33	จำนวน	0	2	0	2
		ร้อยละ	0	28.6	0	13.3
39	จำนวน	0	0	1	1	
	ร้อยละ	0	0	16.7	6.7	
40	จำนวน	0	0	1	1	
	ร้อยละ	0	0	16.7	6.7	
43	จำนวน	1	1	0	2	
	ร้อยละ	50	14.3	0	13.3	
70	จำนวน	0	0	1	1	
	ร้อยละ	0	0	16.7	6.7	
รวม	จำนวน	2	7	6	15	
	ร้อยละ	100	100	100	100	
ค่าเฉลี่ย			24.5	26.29	30.33	27.67
ตอ/เหนือ	5	จำนวน	1	0	0	1
		ร้อยละ	50	0	0	16.7
	8	จำนวน	0	1	0	1
		ร้อยละ	0	50	0	16.7
	9	จำนวน	1	0	0	1
		ร้อยละ	50	0	0	16.7
	10	จำนวน	0	0	1	1
		ร้อยละ	0	0	50	16.7
	20	จำนวน	0	1	0	1
		ร้อยละ	0	50	0	16.7
	21	จำนวน	0	0	1	1
		ร้อยละ	0	0	50	16.7
รวม	จำนวน	2	2	2	6	
	ร้อยละ	100	100	100	100	
ค่าเฉลี่ย			7	14	15.5	12.17
กลาง	8	จำนวน	0	2	1	3
		ร้อยละ	0	50	25	27.3
	10	จำนวน	1	0	2	3
		ร้อยละ	33.3	0	50	27.3

ตารางภาคผนวกที่ 7 (ต่อ)

ภูมิภาค	ระยะเวลาที่ประกอบธุรกิจ		ประเภท			รวม	
			ข้าว/ธัญพืช	ผักผลไม้	อื่นๆ		
กลาง (ต่อ)	11	จำนวน	1	0	0	1	
		ร้อยละ	33.3	0	0	9.1	
	12	จำนวน	1	0	1	2	
		ร้อยละ	33.3	0	25	18.2	
	15	จำนวน	0	1	0	1	
		ร้อยละ	0	25	0	9.1	
	22	จำนวน	0	1	0	1	
		ร้อยละ	0	25	0	9.1	
	รวม	จำนวน	3	4	4	11	
		ร้อยละ	100	100	100	100	
	ค่าเฉลี่ย			11	13.25	10	11.45
	ตะวันออก	7	จำนวน	0	1	1	2
ร้อยละ			0	50	25	25	
10		จำนวน	1	0	2	3	
		ร้อยละ	50	0	50	37.5	
12		จำนวน	1	0	0	1	
		ร้อยละ	50	0	0	12.5	
13		จำนวน	0	0	1	1	
		ร้อยละ	0	0	25	12.5	
50		จำนวน	0	1	0	1	
		ร้อยละ	0	50	0	12.5	
รวม		จำนวน	2	2	4	8	
		ร้อยละ	100	100	100	100	
ค่าเฉลี่ย			11	28.5	10	14.88	
ตะวันตก	5	จำนวน	1	1	0	2	
		ร้อยละ	33.3	33.3	0	25	
	8	จำนวน	1	0	0	1	
		ร้อยละ	33.3	0	0	12.5	
	9	จำนวน	1	0	0	1	
		ร้อยละ	33.3	0	0	12.5	
	11	จำนวน	0	0	1	1	
		ร้อยละ	0	0	50	12.5	
	12	จำนวน	0	1	0	1	
		ร้อยละ	0	33.3	0	12.5	

ตารางภาคผนวกที่ 7 (ต่อ)

ภูมิภาค	ระยะเวลาที่ประกอบธุรกิจ		ประเภท			รวม	
			ข้าว/ธัญพืช	ผักผลไม้	อื่นๆ		
ตะวันตก	30	จำนวน	0	1	1	2	
		ร้อยละ	0	33.3	50	25	
	รวม	จำนวน	3	3	2	8	
		ร้อยละ	100	100	100	100	
	ค่าเฉลี่ย			7.33	15.67	20.5	13.75
	ใต้	18	จำนวน	0	1	0	1
ร้อยละ			0	50	0	33.3	
20		จำนวน	0	1	0	1	
		ร้อยละ	0	50	0	33.3	
23		จำนวน	1	0	0	1	
		ร้อยละ	100	0	0	33.3	
รวม		จำนวน	1	2	0	3	
		ร้อยละ	100	100	0	100	
ค่าเฉลี่ย			23	19	20.33	12.54	

ตารางภาคผนวกที่ 8 จำนวนของตัวอย่างจำแนกตามภูมิภาคและประเภทสินค้าที่ผลิตหรือจำหน่าย

ภูมิภาค	สินค้าที่ผลิตและจำหน่าย	ประเภท			รวม
		ข้าว/ธัญพืช	ผักผลไม้	อื่นๆ	
เหนือ	ผักผลไม้	1	7	2	10
	ข้าว	2	0	1	3
	สมุนไพร	0	0	2	2
	อื่นๆ ชา/ปุย/ผลไม้				
	กระป๋อง/ขนมปังปลา	2	0	9	11
ตอ/เหนือ	ข้าวและอาหารอบแห้ง				
	ผักผลไม้	0	2	0	2
	ข้าว	2	1	1	4
	อื่นๆ เช่น นม / น้ำมัน	0	0	2	2
กลาง	รำข้าว	0	0	0	0
	ผักผลไม้	1	4	1	6
	ข้าว	2	0	0	2
	สมุนไพร	1	1	4	6
	อื่นๆ เช่น ชา/ว่านหางจระเข้	1	1	1	3

ตารางภาคผนวกที่ 8 (ต่อ)

ภูมิภาค	สินค้าที่ผลิตและ จำหน่าย	ประเภท			รวม
		ข้าว/ธัญพืช	ผักผลไม้	อื่นๆ	
ตะวันออก	ผักผลไม้	2	1	0	3
	ข้าว	2	0	0	2
	สมุนไพร	0	0	2	2
	อาหารอบแห้ง	0	0	1	1
	อื่นๆ เช่น เครื่องปรุง/ชา	1	1	1	3
ตะวันตก	ผักผลไม้	1	3	0	4
	ข้าว	2	0	0	2
	สมุนไพร	0	1	0	1
	อาหารอบแห้ง	1	0	1	2
	อื่นๆ เช่น ข้าวโพดหวาน/ ผลไม้กระป๋อง/น้ำผลไม้	1	0	1	2
ใต้	ผักผลไม้	0	2	0	2
	ข้าว	1	0	0	1
	อื่นๆ	0	0	0	0

ตอนที่ 2 การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการสินค้าเกษตรอินทรีย์ (7 ข้อ)

ตารางภาคผนวกที่ 9 จำนวนความคิดเห็นของหน่วยตัวอย่างเกี่ยวกับการกลยุทธ์สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์โดยผู้ประกอบการให้ความสนใจกับกลยุทธ์ใดมากที่สุด ตัวอย่างจำแนกตามภูมิภาค กลยุทธ์การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์และจำนวนผู้ประกอบการที่ให้ความสนใจซึ่งจำแนกตามประเภทสินค้าที่ผลิตหรือจำหน่าย

ภูมิภาค	กลยุทธ์	ประเภท			รวม
		ข้าว/ธัญพืช	ผัก/ผลไม้	อื่นๆ	
เหนือ	ใบรับรองมาตรฐานคุณภาพสินค้า	1	1	5	7
	ตราสินค้า	0	5	5	10
	บรรจุภัณฑ์	0	0	1	1
	ระบุแหล่งกำเนิดสินค้า	1	3	2	6
	ความแตกต่างของสินค้า	1	3	4	8
	ความหลากหลายของสินค้า	1	0	2	3
	นวัตกรรมการผลิต	0	0	3	3
	มีการให้ข้อมูลจริงเกี่ยวกับสินค้า	1	1	2	4
	การเปิดเผยข้อมูลที่โปร่งใส	0	2	2	4
ต่อ/เหนือ	ใบรับรองมาตรฐานคุณภาพสินค้า	1	2	1	4
	ตราสินค้า	2	2	2	6
	บรรจุภัณฑ์	0	0	1	1
	ระบุแหล่งกำเนิดสินค้า	0	0	1	1
	ความแตกต่างของสินค้า	1	0	2	3
	ความหลากหลายของสินค้า	0	0	2	2
	นวัตกรรมการผลิต	0	0	1	1
	มีการให้ข้อมูลจริงเกี่ยวกับสินค้า	0	0	1	1
	การเปิดเผยข้อมูลที่โปร่งใส	0	0	1	1
กลาง	ใบรับรองมาตรฐานคุณภาพสินค้า	2	4	3	9
	ตราสินค้า	3	4	3	10
	บรรจุภัณฑ์	0	3	0	3
	ระบุแหล่งกำเนิดสินค้า	0	2	0	2
	ความแตกต่างของสินค้า	0	3	1	4
	ความหลากหลายของสินค้า	0	3	1	4
	นวัตกรรมการผลิต	0	3	1	4
	มีการให้ข้อมูลจริงเกี่ยวกับสินค้า	0	3	2	5
	การเปิดเผยข้อมูลที่โปร่งใส	0	3	1	4

ตารางภาคผนวกที่ 9 (ต่อ)

ภูมิภาค	กลยุทธ์	ประเภท			รวม
		ข้าว/ธัญพืช	ผัก/ผลไม้	อื่นๆ	
ตะวันออก	ใบรับรองมาตรฐานคุณภาพสินค้า	2	1	3	6
	ตราสินค้า	1	0	3	4
	บรรจุภัณฑ์	0	0	0	0
	ระบุแหล่งกำเนิดสินค้า	0	0	0	0
	ความแตกต่างของสินค้า	0	1	0	1
	ความหลากหลายของสินค้า	1	1	0	2
	นวัตกรรมการผลิต	0	0	0	0
	มีการให้ข้อมูลจริงเกี่ยวกับสินค้า	1	0	1	2
	การเปิดเผยข้อมูลที่โปร่งใส	1	0	0	1
ตะวันตก	ใบรับรองมาตรฐานคุณภาพสินค้า	2	3	2	7
	ตราสินค้า	2	2	2	6
	บรรจุภัณฑ์	0	0	0	0
	ระบุแหล่งกำเนิดสินค้า	0	0	0	0
	ความแตกต่างของสินค้า	0	1	0	1
	ความหลากหลายของสินค้า	0	0	0	0
	นวัตกรรมการผลิต	0	0	0	0
	มีการให้ข้อมูลจริงเกี่ยวกับสินค้า	1	2	0	3
	การเปิดเผยข้อมูลที่โปร่งใส	1	1	0	2
ใต้	ใบรับรองมาตรฐานคุณภาพสินค้า	0	2	0	2
	ตราสินค้า	0	2	0	2
	บรรจุภัณฑ์	0	0	0	0
	ระบุแหล่งกำเนิดสินค้า	0	0	0	0
	ความแตกต่างของสินค้า	0	0	0	0
	ความหลากหลายของสินค้า	0	0	0	0
	นวัตกรรมการผลิต	0	0	0	0
	มีการให้ข้อมูลจริงเกี่ยวกับสินค้า	1	0	0	1
	การเปิดเผยข้อมูลที่โปร่งใส	1	0	0	1

ตารางภาคผนวกที่ 10 เหตุผลที่ผู้ประกอบการให้ความสนใจกับกลยุทธ์การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ซึ่งจำนวนตัวอย่างจะจำแนกตามภูมิภาค กลยุทธ์การตลาดและประเภทสินค้าที่ผลิตหรือจำหน่าย

เหตุผลที่เลือก	ประเภท			รวม
	ข้าว/ธัญพืช	ผัก/ผลไม้	อื่นๆ	
ภาคเหนือ				
มีใบรับรองมาตรฐานคุณภาพสินค้า (Certificate)				
1) เพราะถือเป็นหลักประกันความมั่นใจต่อผู้ซื้อ	1	0	0	1
มีตราสินค้า (Label)				
1) เป็นที่จดจำของผู้ซื้อ	0	1	0	1
2) ทำให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น	0	0	1	1
มีการระบุแหล่งกำเนิดสินค้า (Product Origin)				
1) เพราะบ่งบอกที่มาที่ไปของสินค้าเพื่อให้ผู้ซื้อทราบและเกิดการไว้ใจเชื่อมั่นในตัวสินค้า	0	1	0	1
มีความแตกต่างของสินค้า (Product Differentiations)				
1) สร้างความแตกต่างให้กับสินค้า	0	1	1	2
1) เป็นจุดขายให้กับสินค้าได้เป็นอย่างดี	0	1	0	1
มีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ (Product Variety)				
1) เพราะด้วยรสชาติที่ไม่เหมือนใครทำให้ผู้ซื้อเลือกได้ว่าดีหรือไม่ดีอย่างไร	0	0	1	1
มีนวัตกรรมการผลิต (Product Innovation)				
1) เพราะมั่นใจนวัตกรรมการผลิต	0	0	2	2
มีการให้ข้อมูลจริงเกี่ยวกับสินค้า เช่น ข้อดีของการไม่ใช้ปุ๋ยเคมีในการเพาะปลูก				
1) เพราะมั่นใจในการผลิต ต้องมีความซื่อสัตย์กับลูกค้าในการประกอบอาชีพ	0	0	1	1
2) เพราะปลอดภัยต่อผู้บริโภค	0	1	0	1
3) เพราะการให้ข้อมูลสินค้าทั้งวิธีการเพาะปลูกด้วยวิธีธรรมชาติไม่ใช้ปุ๋ยเคมีเป็นกลยุทธ์หลักที่ใช้ดึงดูดความสนใจของผู้ซื้อได้	1	0	0	1

ตารางภาคผนวกที่ 10 (ต่อ)

เหตุผลที่เลือก	ประเภท			รวม
	ข้าว/ธัญพืช	ผัก/ผลไม้	อื่นๆ	
ภาคเหนือ (ต่อ)				
การเปิดเผยข้อมูลที่โปร่งใส เช่น ให้เข้าเยี่ยมชมกระบวนการเพาะปลูกและการแปรรูปสินค้า				
1) เปิดเป็นแหล่งท่องเที่ยว	0	1	0	1
2) เป็นการบ่งบอกถึงคุณภาพของกระบวนการเพาะปลูกและแปรรูปสินค้า	0	1	0	1
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ				
มีใบรับรองมาตรฐานคุณภาพสินค้า (Certificate)				
1) เป็นการสร้างความมั่นใจในความปลอดภัยของสินค้า	0	1	1	2
2) เป็นการสร้างมาตรฐานให้กับตัวสินค้า	1	0	0	1
มีตราสินค้า (Label)				
1) ทำให้สามารถเป็นที่จดจำของผู้ซื้อและเป็นการสร้างชื่อเสียง	0	1	0	1
2) เพราะเป็นสัญลักษณ์ของสินค้า	1	0	0	1
มีความแตกต่างของสินค้า (Product Differentiations)				
1) เป็นการสร้างจุดขายที่ดี	0	0	1	1
ภาคกลาง				
มีใบรับรองมาตรฐานคุณภาพสินค้า (Certificate)				
1) เป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ซื้อ	1	1	3	5
2) แสดงได้ถึงคุณภาพของสินค้าที่ได้มาตรฐาน	0	2	0	2
มีตราสินค้า (Label)				
1) ต้องการให้เป็นที่ยอมรับของผู้ซื้อ	2	0	0	2
มีนวัตกรรมการผลิต (Product Innovation)				
การเปิดเผยข้อมูลที่โปร่งใส เช่น ให้เข้าเยี่ยมชมกระบวนการแปรรูปสินค้า				
1) เพราะสามารถบอกผู้ซื้อถึงการขั้นตอนการเพาะปลูกที่ไม่ใช้ปุ๋ยเคมีและกระบวนการผลิตที่ได้มาตรฐาน	0	1	0	1
ภาคตะวันออก				
มีใบรับรองมาตรฐานคุณภาพสินค้า (Certificate)				
1) ทำให้ผู้ซื้อเกิดความมั่นใจในสินค้ามากขึ้น	2	1	1	4
มีตราสินค้า (Label)				
1) เพราะเป็นการสร้างการจดจำให้แก่ผู้ซื้อสินค้า	0	0	2	2
มีความแตกต่างของสินค้า (Product Differentiations)				
1) สามารถใช้เป็นจุดในการดึงดูดผู้ซื้อและทำให้ผู้ซื้อมีทางเลือกมากขึ้น	0	1	0	1
มีการให้ข้อมูลจริงเกี่ยวกับสินค้า เช่น ข้อดีของการไม่ใช้ปุ๋ยเคมีในการเพาะปลูก				
เพราะเป็นการสื่อให้คนที่รักสุขภาพเข้าใจเกี่ยวกับสินค้ามากขึ้น	0	0	1	1

ตารางภาคผนวกที่ 10 (ต่อ)

เหตุผลที่เลือก	ประเภท			รวม
	ข้าว/ธัญพืช	ผัก/ผลไม้	อื่นๆ	
ภาคตะวันตก				
มีใบรับรองมาตรฐานคุณภาพสินค้า (Certificate)				
1) เพราะเป็นเหมือนการบ่งบอกถึงคุณภาพของสินค้าว่าดีและปลอดภัยจริง	0	1	2	3
มีตราสินค้า (Label)				
1) เพราะเป็นการสร้างแบรนด์และทำให้ผู้ซื้อจดจำสินค้าได้ง่ายขึ้น	1	1	0	2
2) เพราะเป็นการสร้างมูลค่ามากกว่าสินค้าที่ไม่มีตราสามารถกำหนดราคาขายได้มากกว่า	1	0	0	1
การเปิดเผยข้อมูลที่โปร่งใส เช่น ให้เข้าเยี่ยมชมกระบวนการเพาะปลูกและการแปรรูปสินค้า				
1) ทำให้ผู้ซื้อเข้าใจสินค้าเกษตรอินทรีย์มากขึ้น	1	1	0	1
2) เป็นการโฆษณาสินค้าในไร่	0	1	0	1
ภาคใต้				
มีตราสินค้า (Label)				
เพราะเป็นการสร้างแบรนด์ให้ผู้ซื้อจดจำสินค้าได้ง่ายขึ้น	0	2		2
การเปิดเผยข้อมูลที่โปร่งใส เช่น ให้เข้าเยี่ยมชมกระบวนการผลิตสินค้า				
เพราะ ทำให้ลูกค้ามั่นใจว่าสินค้ามีความปลอดภัย สามารถตรวจสอบได้จริง	1	0		1

ตารางภาคผนวกที่ 11 ความคิดเห็นของผู้ประกอบการเกี่ยวกับราคาขายสินค้าเกษตรอินทรีย์เมื่อเทียบกับสินค้าทั่วไปจำแนกตามภูมิภาค จำนวนและร้อยละของความคิดเห็นเกี่ยวกับความแตกต่างของราคาขายที่ผลิตหรือจำหน่ายและประเภทสินค้า

ภูมิภาค	ความคิดเห็น		ประเภท			รวม
			ข้าว/ธัญพืช	ผัก/ผลไม้	อื่นๆ	
เหนือ	ราคาขายสินค้าเกษตรอินทรีย์น่าจะสูงกว่า	จำนวน	1	0	3	4
		ร้อยละ	50	0	50	26.7
	ราคาขายปลีกจะมีความใกล้เคียงกัน	จำนวน	1	7	3	11
		ร้อยละ	50	100	50	73.3
รวม	จำนวน	2	7	6	15	
	ร้อยละ	100	100	100	100	
ต่อ/เหนือ	ราคาขายสินค้าเกษตรอินทรีย์น่าจะสูงกว่า	จำนวน	0	1	1	2
		ร้อยละ	0	50	50	33.3
	ราคาขายปลีกจะมีความใกล้เคียงกัน	จำนวน	2	1	1	4
		ร้อยละ	100	50	50	66.7
รวม	จำนวน	2	2	2	6	
	ร้อยละ	100	100	100	100	

ตารางภาคผนวกที่ 11 (ต่อ)

ภูมิภาค	ความคิดเห็น		ประเภท			รวม
			ข้าว/ธัญพืช	ผัก/ผลไม้	อื่นๆ	
กลาง	ราคาขายสินค้าเกษตรอินทรีย์น่าจะสูงกว่า	จำนวน	0	3	2	5
		ร้อยละ	0	75	50	45.5
	ราคาขายปลีกจะมีความใกล้เคียงกัน	จำนวน	3	1	2	6
		ร้อยละ	100	25	50	54.5
	รวม	จำนวน	3	4	4	11
		ร้อยละ	100	100	100	100
ตะวันออก	ราคาขายสินค้าเกษตรอินทรีย์น่าจะสูงกว่า	จำนวน	1	0	0	1
		ร้อยละ	50	0	0	12.5
	ราคาขายปลีกจะมีความใกล้เคียงกัน	จำนวน	1	2	4	7
		ร้อยละ	50	100	100	87.5
	รวม	จำนวน	2	2	4	8
		ร้อยละ	100	100	100	100
ตะวันตก	ราคาขายสินค้าเกษตรอินทรีย์น่าจะสูงกว่า	จำนวน	0	2	1	3
		ร้อยละ	0	66.7	50	37.5
	ราคาขายปลีกจะมีความใกล้เคียงกัน	จำนวน	3	1	1	5
		ร้อยละ	100	33.3	50	62.5
	รวม	จำนวน	3	3	2	8
		ร้อยละ	100	100	100	100
ใต้	ราคาขายสินค้าเกษตรอินทรีย์น่าจะสูงกว่า	จำนวน	0	0	0	0
		ร้อยละ	0	0	0	0
	ราคาขายปลีกจะมีความใกล้เคียงกัน	จำนวน	1	2	0	3
		ร้อยละ	100	100	0	100
	รวม	จำนวน	1	2	0	3
		ร้อยละ	100	100	0	100

ตารางภาคผนวกที่ 12 ค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นเกี่ยวกับความแตกต่างของราคาขายที่ต่างกันระหว่างสินค้าเกษตรอินทรีย์กับสินค้าทั่วไปจากตารางภาคผนวกที่ 2.2 จำแนกตามภูมิภาคและประเภทสินค้า

ภูมิภาค	ประเภทสินค้า	ราคาเฉลี่ย	จำนวนผู้ตอบแบบสัมภาษณ์	SD
เหนือ	ข้าว/ธัญพืช	5	1	-
	อื่นๆ	16.67	3	12.58
	รวม	13.75	4	11.81
ตอ/เหนือ	ผักผลไม้	50	1	-
	อื่นๆ	10	1	-
	รวม	30	2	28.28
กลาง	ผักผลไม้	10.83	3	3.82
	อื่นๆ	20	2	0
	รวม	14.5	5	5.7
ตะวันออก	ข้าว/ธัญพืช	20	1	-
	รวม	20	1	-
ตะวันตก	ผักผลไม้	18.75	2	15.91
	อื่นๆ	20	1	-
	รวม	19.17	3	11.27

ตารางภาคผนวกที่ 13 ความคิดเห็นของผู้ประกอบการเกี่ยวกับปัจจัยที่ทำให้เกิดความแตกต่างของราคาขายในข้อ 2 จำแนกตามภูมิภาคและประเภทสินค้าที่ผลิตหรือจำหน่าย

ภูมิภาค	ปัจจัยที่ทำให้ราคาแตกต่าง	ประเภท			รวม
		ข้าว/ธัญพืช	ผัก/ผลไม้	อื่นๆ	
เหนือ	คุณภาพของสินค้า	2	7	6	15
	บรรจุภัณฑ์ที่ใช้	0	0	1	1
	ความยากในการเพาะปลูก	1	0	2	3
	ต้นทุนค่าขนส่งสินค้า	0	0	1	1
	ชื่อเสียงของตราสินค้า	0	0	2	2
	ฤดูกาลของสินค้า	1	0	0	1
	อื่นๆ	0	0	0	0
ตอเหนือ	คุณภาพของสินค้า	2	2	1	5
	บรรจุภัณฑ์ที่ใช้	0	0	1	1
	ความยากในการเพาะปลูก	0	0	1	1
	ต้นทุนค่าขนส่งสินค้า	0	0	0	0
	ชื่อเสียงของตราสินค้า	1	1	1	3
	ฤดูกาลของสินค้า	0	0	0	0
	อื่นๆ เช่น สิ่งแวดล้อม	0	1	0	1
กลาง	คุณภาพของสินค้า	3	4	4	11
	บรรจุภัณฑ์ที่ใช้	0	3	0	3
	ความยากในการเพาะปลูก	0	3	1	4
	ต้นทุนค่าขนส่งสินค้า	1	2	2	5
	ชื่อเสียงของตราสินค้า	0	4	0	4
	ฤดูกาลของสินค้า	0	1	0	1
	อื่นๆ	0	0	0	0
ตะวันออก	คุณภาพของสินค้า	2	2	4	8
	บรรจุภัณฑ์ที่ใช้	0	0	0	0
	ความยากในการเพาะปลูก	0	0	0	0
	ต้นทุนค่าขนส่งสินค้า	0	0	0	0

ตารางภาคผนวกที่ 13 (ต่อ)

ภูมิภาค	ปัจจัยที่ทำให้ราคาแตกต่าง	ประเภท			รวม
		ข้าว/ธัญพืช	ผัก/ผลไม้	อื่นๆ	
ตะวันออก (ต่อ)	ชื่อเสียงของตราสินค้า	0	0	0	0
	ฤดูกาลของสินค้า	1	0	2	3
	อื่นๆ เช่น ต้นทุนการจัดการ	1	0	0	1
ตะวันตก	คุณภาพของสินค้า	3	3	2	8
	บรรจุภัณฑ์ที่ใช้	0	0	0	0
	ความยากในการเพาะปลูก	0	1	0	1
	ต้นทุนค่าขนส่งสินค้า	0	1	0	1
	ชื่อเสียงของตราสินค้า	2	2	1	5
	ฤดูกาลของสินค้า	0	0	0	0
	อื่นๆ	0	0	0	0
ใต้	คุณภาพของสินค้า	1	2	0	3
	บรรจุภัณฑ์ที่ใช้	0	0	0	0
	ความยากในการเพาะปลูก	0	0	0	0
	ต้นทุนค่าขนส่งสินค้า	0	0	0	0
	ชื่อเสียงของตราสินค้า	0	0	0	0
	ฤดูกาลของสินค้า	0	0	0	0
	อื่นๆ	0	0	0	0

ตารางภาคผนวกที่ 14 ความคิดเห็นของผู้ประกอบการเกี่ยวกับช่องทางที่ใช้ในการกระจายสินค้า
จำแนกตามภูมิภาคและประเภทของสินค้าที่ผลิตหรือจำหน่าย

ภูมิภาค	ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า	ประเภท			รวม
		ข้าว/ธัญพืช	ผักผลไม้	อื่นๆ	
เหนือ	ขายผ่านสื่อออนไลน์	0	0	2	2
	ขายผ่านซูเปอร์มาร์เก็ต	2	0	3	5
	ขายผ่านร้านที่จำหน่าย ผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์	1	1	2	4
	ขายตรงจากฟาร์มหรือสวน	0	7	4	11
	ขายผ่านตลาดนัดชุมชน	1	0	2	3
	ขายผ่านระบบสมาชิก เช่น สหกรณ์	0	0	3	3
	อื่นๆ เช่น ผู้ประกอบการราย ย่อย/ตลาดขายของชำ/ โรงพยาบาล/พ่อค้าคนกลาง	0	0	3	3
ตอ/เหนือ	ขายผ่านสื่อออนไลน์	0	0	1	1
	ขายผ่านซูเปอร์มาร์เก็ต	1	2	1	4
	ขายผ่านร้านที่จำหน่าย ผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์	0	0	1	1
	ขายตรงจากฟาร์มหรือสวน	1	0	2	3
	ขายผ่านตลาดนัดชุมชน	0	0	1	1
	ขายผ่านระบบสมาชิก เช่น สหกรณ์	1	0	1	2
	อื่นๆ เช่น งานแสดงสินค้า /ส่งออก	1	1	0	2
กลาง	ขายผ่านสื่อออนไลน์	0	3	2	5
	ขายผ่านซูเปอร์มาร์เก็ต	2	2	2	6
	ขายผ่านร้านที่จำหน่าย ผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์	1	2	0	3
	ขายตรงจากฟาร์มหรือสวน	0	0	1	1
	ขายผ่านตลาดนัดชุมชน	0	1	0	1
	ขายผ่านระบบสมาชิก เช่น สหกรณ์	1	2	0	3
	อื่นๆ เช่น พ่อค้าคนกลาง/ ส่งออก	1	3	3	7

ตารางภาคผนวกที่ 14 (ต่อ)

ภูมิภาค	ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า	ประเภท			รวม
		ข้าว/ธัญพืช	ผักผลไม้	อื่นๆ	
ตะวันออก	ขายผ่านสื่อออนไลน์	1	1	3	5
	ขายผ่านซูเปอร์มาร์เก็ต	1	0	1	2
	ขายผ่านร้านที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์	1	1	2	4
	ขายตรงจากฟาร์มหรือสวน	2	1	2	5
	ขายผ่านตลาดนัดชุมชน	1	0	0	1
	ขายผ่านระบบสมาชิก เช่น สหกรณ์	1	0	0	1
	อื่นๆ เช่น ส่งออก	0	0	1	1
ตะวันตก	ขายผ่านสื่อออนไลน์	1	0	0	1
	ขายผ่านซูเปอร์มาร์เก็ต	1	2	2	5
	ขายผ่านร้านที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์	1	0	0	1
	ขายตรงจากฟาร์มหรือสวน	2	2	0	4
	ขายผ่านตลาดนัดชุมชน	0	0	0	0
	ขายผ่านระบบสมาชิก เช่น สหกรณ์	0	2	0	2
	อื่นๆ เช่น ระบบสมาชิก/โรงงานอุตสาหกรรม/โรงแรม	0	0	2	2
ใต้	ขายผ่านสื่อออนไลน์	0	0	0	0
	ขายผ่านซูเปอร์มาร์เก็ต	0	1	0	1
	ขายผ่านร้านที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์	1	0	0	1
	ขายตรงจากฟาร์มหรือสวน	0	1	0	1
	ขายผ่านตลาดนัดชุมชน	0	0	0	0
	ขายผ่านระบบสมาชิก เช่น สหกรณ์	1	1	0	2
	อื่นๆ เช่น ส่งออก	0	1	0	1

ตารางภาคผนวกที่ 15 ความคิดเห็นของผู้ประกอบการเกี่ยวกับเหตุผลในการเลือกช่องทางที่ใช้ในการกระจายสินค้า ผลการวิเคราะห์จำแนกตามภูมิภาคและประเภทสินค้าที่ผลิตหรือจำหน่าย

เหตุผล	ประเภท			รวม
	ข้าว/ธัญพืช	ผัก/ผลไม้	อื่นๆ	
ภาคเหนือ				
ขายผ่านซูเปอร์มาร์เก็ต				
1) สะดวกแก่การจัดกระจายสินค้า	1	0	2	3
ขายผ่านร้านที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์				
ไม่ระบุ	1	0	0	1
ขายตรงจากฟาร์มหรือสวน				
1) เพราะเปิดเป็นแหล่งท่องเที่ยว	0	6	0	6
2) เพราะเป็นการสร้างรายได้ให้กับไร่โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายให้กับพ่อค้าคนกลางและไม่ต้องเสียค่าเช่าที่	0	1	2	3
ขายผ่านระบบสมาชิก เช่น สหกรณ์				
1) มีการประกันราคาสินค้าและสามารถขายสินค้าได้สะดวก	0	0	2	2
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ				
ขายผ่านซูเปอร์มาร์เก็ต				
1) เพราะให้ราคาดีกว่า ใกล้เคียงและสะดวกกับผู้ซื้อ	1	1	0	2
ขายตรงจากฟาร์มหรือสวน				
1) เป็นเป็นแหล่งท่องเที่ยว แหล่งเรียนรู้ศึกษาดูงานวิจัย	1	0	1	2

ตารางภาคผนวกที่ 15 (ต่อ)

เหตุผล	ประเภท			รวม
	ข้าว/ธัญพืช	ผัก/ผลไม้	อื่นๆ	
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (ต่อ)				
ขายผ่านระบบสมาชิก เช่น สหกรณ์				
1) ง่ายต่อการกระจายสินค้าเพราะมีพ่อค้าคนกลางเข้ามารับซื้อ	0	0	1	1
อื่นๆ ส่งออก				
1) ขายได้ราคาสูงกว่า	0	1	0	1
ภาคกลาง				
ขายผ่านซูเปอร์มาร์เก็ต				
1) สามารถกระจายสินค้าและเป็นการสร้างฐานลูกค้าได้ง่ายกว่า	0	1	0	1
2) ลูกค้าสามารถหาซื้อสินค้าได้ง่าย	1	1	1	3
ขายตรงจากฟาร์มหรือสวน				
1) สามารถสื่อสารกับผู้ซื้อและอธิบายกระบวนการแปรรูปได้อย่างชัดเจน	0	0	1	1
2) ไม่ต้องเสียค่าเช่าหน้าร้าน	0	0	1	1
ขายผ่านระบบสมาชิก เช่น สหกรณ์				
1) สะดวกแก่การจัดกระจายสินค้าและเป็นศูนย์รวมการแลกเปลี่ยนสินค้าระหว่างผู้ประกอบการด้วยกัน	1	1	0	2
อื่นๆ ส่งออก				
1) เพราะเป็นตลาดหลักในการส่งสินค้า	0	1	0	1
2) เพราะได้ราคาสูงกว่าช่องทางขายสินค้าช่องทางอื่นๆ	1	0	1	2
ภาคตะวันออก				
ขายผ่านสื่อออนไลน์				
1) เพราะสะดวก ไม่ต้องเสียค่าเช่าหน้าร้าน	0	0	1	1
ขายผ่านซูเปอร์มาร์เก็ต				
1) เพราะสามารถขายสินค้าได้ง่าย	1	0	1	2
ขายผ่านร้านที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์				
1) ทำให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจในสินค้าว่าปลอดภัยและมีคุณภาพ	0	1	1	2
ขายตรงจากฟาร์มหรือสวน				
1) เพราะเป็นการแนะนำสวนไปในตัว	0	1	1	2
2) เพราะไม่เสียค่าใช้จ่ายในการเช่าที่	0	1	1	2
ขายผ่านตลาดนัดชุมชน				
1) เพราะเป็นช่องทางในการได้พบกับผู้ซื้อโดยตรง ได้สื่อสารถึงความต้องการของผู้ซื้อและสามารถให้ความรู้กับผู้ซื้อเกี่ยวกับสินค้าได้ง่ายขึ้น	1	0	0	1
อื่นๆ ส่งออก				
1) ได้กำไรที่มากกว่า	0	0	1	1

ตารางภาคผนวกที่ 15 (ต่อ)

เหตุผล	ประเภท			รวม
	ข้าว/ธัญพืช	ผัก/ผลไม้	อื่นๆ	
ภาคตะวันตก				
ขายผ่านซูเปอร์มาร์เก็ต				
1) เพราะเข้าถึงผู้ซื้อได้ง่าย	0	1	1	2
2) เพราะจำหน่ายในห้างชั้นนำกว่า 60 แห่ง	0	1	0	1
3) เพราะสะดวกในการกระจายสินค้า	1	0	1	2
ขายตรงจากฟาร์มหรือสวน				
1) เพราะไม่เสียค่าใช้จ่ายในการเช่าที่	1	0	0	1
2) เพราะเปิดเป็นโฮมสเตย์และขายสินค้าด้วย (การท่องเที่ยวเชิงเกษตร)	1	0	0	1
ขายผ่านระบบสมาชิก เช่น สหกรณ์				
1) ง่ายต่อการกระจายสินค้าเพราะมีพ่อค้าคนกลางเข้ามารับซื้อ	0	1	0	1
ภาคใต้				
ขายผ่านร้านที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์				
1) เพราะสะดวกแก่การกระจายสินค้า	0	1	0	1
ขายผ่านระบบสมาชิก เช่น สหกรณ์				
1) เพราะเป็นสถานที่ที่สามารถจำหน่ายสินค้าได้อย่างแน่นอน	1	0	0	1
อื่นๆ ส่งออก				
1) เพราะได้ราคาดี	0	1	0	1

ตารางภาคผนวกที่ 16 ความคิดเห็นของผู้ประกอบการเกี่ยวกับเครื่องมือหรือสื่อในการสื่อสารทางการตลาดกับผู้ซื้อผลการวิเคราะห์จำแนกตามภูมิภาคและประเภทสินค้าที่ผลิตหรือจำหน่าย

ภูมิภาค	เครื่องมือที่ใช้สื่อสาร	ประเภท			รวม
		ข้าว/ธัญพืช	ผัก/ผลไม้	อื่นๆ	
เหนือ	การให้ส่วนลด	0	0	0	0
	บัตรสมาชิก	0	0	0	0
	โทรทัศน์	0	0	0	0
	วิทยุ	0	0	0	0
	หนังสือพิมพ์	0	0	1	1
	นิตยสารเพื่อสุขภาพ	0	0	1	1
	ใบปลิว	0	0	0	0
	เพื่อน/ครอบครัว	0	4	1	5
	การสาธิตสินค้า	1	0	2	3
	การออกนิทรรศการการสาธิตสินค้า	0	0	3	3
	อินเทอร์เน็ต	1	6	5	12
ตอ/เหนือ	การให้ส่วนลด	0	0	1	1
	บัตรสมาชิก	0	0	1	1
	โทรทัศน์	0	0	0	0
	วิทยุ	0	0	1	1
	หนังสือพิมพ์	0	0	0	0
	นิตยสารเพื่อสุขภาพ	0	0	0	0
	ใบปลิว	0	0	1	1
	เพื่อน/ครอบครัว	0	0	2	2
	การสาธิตสินค้า	0	0	1	1
	การออกนิทรรศการการสาธิตสินค้า	1	0	1	2
	อินเทอร์เน็ต	2	2	2	6

ตารางภาคผนวกที่ 16 (ต่อ)

ภูมิภาค	เครื่องมือที่ใช้สื่อสาร	ประเภท			รวม
		ข่าว/วิทยุพีช	ผัก/ผลไม้	อื่นๆ	
กลาง	การให้ส่วนลด	0	1	0	1
	บัตรสมาชิก	0	0	0	0
	โทรทัศน์	0	0	0	0
	วิทยุ	0	0	0	0
	หนังสือพิมพ์	0	0	0	0
	นิตยสารเพื่อสุขภาพ	0	2	0	2
	ใบปลิว	0	0	0	0
	เพื่อน/ครอบครัว	1	1	0	2
	การสาธิตสินค้า	0	3	0	3
	การออกนิทรรศการการสาธิตสินค้า	0	3	2	5
	อินเทอร์เน็ต	2	4	4	10
ตะวันออก	การให้ส่วนลด	0	0	1	1
	บัตรสมาชิก	0	0	0	0
	โทรทัศน์	0	0	0	0
	วิทยุ	0	0	0	0
	หนังสือพิมพ์	0	0	0	0
	นิตยสารเพื่อสุขภาพ	0	0	0	0
	ใบปลิว	0	0	1	1
	เพื่อน/ครอบครัว	1	2	0	3
	การสาธิตสินค้า	0	0	0	0
	การออกนิทรรศการการสาธิตสินค้า	1	0	0	1
	อินเทอร์เน็ต	1	2	3	6

ตารางภาคผนวกที่ 16 (ต่อ)

ภูมิภาค	เครื่องมือที่ใช้สื่อสาร	ประเภท			รวม
		ข่าว/วิทยุพีช	ผัก/ผลไม้	อื่นๆ	
ตะวันตก	การให้ส่วนลด	1	1	2	4
	บัตรสมาชิก	0	1	0	1
	โทรทัศน์	0	0	1	1
	วิทยุ	0	0	0	0
	หนังสือพิมพ์	0	0	0	0
	นิตยสารเพื่อสุขภาพ	0	0	0	0
	ใบปลิว	0	1	0	1
	เพื่อน/ครอบครัว	1	0	0	1
	การสาธิตสินค้า	0	0	0	0
	การออกนิทรรศการการสาธิตสินค้า	0	0	0	0
	อินเทอร์เน็ต	2	2	2	6
ใต้	การให้ส่วนลด	1	1	0	2
	บัตรสมาชิก	1	0	0	1
	โทรทัศน์	0	0	0	0
	วิทยุ	0	0	0	0
	หนังสือพิมพ์	0	0	0	0
	นิตยสารเพื่อสุขภาพ	1	0	0	1
	ใบปลิว	0	0	0	0
	เพื่อน/ครอบครัว	0	0	0	0
	การสาธิตสินค้า	0	0	0	0
	การออกนิทรรศการการสาธิตสินค้า	0	0	0	0
	อินเทอร์เน็ต	0	1	0	1

ตารางภาคผนวกที่ 17 ความคิดเห็นของผู้ประกอบการเกี่ยวกับการใช้ประเภทของช่องทางอินเทอร์เน็ตที่ใช้ในการสื่อสารกับผู้ซื้อผลการวิเคราะห์จำแนกตามภูมิภาคและประเภทสินค้าที่ผลิตหรือจำหน่าย

ภูมิภาค	ประเภทช่องทางอินเทอร์เน็ต	ประเภทสินค้า			รวม
		ข้าว/ธัญพืช	ผัก/ผลไม้	อื่นๆ	
เหนือ	เว็บไซต์ร้านค้า	0	0	3	3
	เครือข่ายสังคมออนไลน์	1	6	4	11
ตอ/เหนือ	เว็บไซต์ร้านค้า	0	1	1	2
	เครือข่ายสังคมออนไลน์	2	1	1	4
กลาง	เว็บไซต์ร้านค้า	0	2	1	3
	เครือข่ายสังคมออนไลน์	2	3	3	8
ตะวันออก	เว็บไซต์ร้านค้า	0	0	2	2
	เครือข่ายสังคมออนไลน์	1	2	1	4
ตะวันตก	เว็บไซต์ร้านค้า	1	2	2	5
	เครือข่ายสังคมออนไลน์	1	0	1	2
ใต้	เว็บไซต์ร้านค้า	0	0	0	0
	เครือข่ายสังคมออนไลน์	0	1	0	1

ตารางภาคผนวกที่ 18 ความคิดเห็นของผู้ประกอบการเกี่ยวกับเหตุผลที่ทำให้ความสำคัญกับเครื่องมือหรือสื่อในการสื่อสารทางการตลาดกับผู้ซื้อ ผลการวิเคราะห์จำแนกตามภูมิภาคและประเภทสินค้าที่ผลิตหรือจำหน่าย

เหตุผล	ประเภท			รวม
	ข่าว/วิทยุพีช	ผัก/ผลไม้	อื่นๆ	
ภาคเหนือ				
โทรทัศน์				
1) เพราะสามารถสื่อสารกับผู้ซื้อสินค้าได้โดยตรงโดยสามารถพูดและอธิบายสินค้าและผลิตภัณฑ์ให้ได้	1	0	0	1
นิตยสารเพื่อสุขภาพ				
1) เพราะเป็นสื่อที่สื่อถึงผู้ที่รักษาสุขภาพโดยตรง	0	0	1	1
เพื่อน/ครอบครัว				
1) เพราะใช้การโฆษณาแบบการบอกต่อ	0	1	0	1
2) เพราะเป็นการเชื่อมความสัมพันธ์ในชุมชนและครอบครัว	0	1	0	1
การออกนิทรรศการ				
1) การออกงานแสดงสินค้าได้ศึกษาพฤติกรรมการซื้อสินค้า	0	0	2	2
2) เพราะทำให้สามารถพูดคุยและอธิบายขั้นตอนการผลิตหรือแปรรูปสินค้านั้นถึงประโยชน์ ข้อดีและข้อเสียกับผู้ซื้อได้โดยตรง	0	0	1	1
อินเทอร์เน็ต				
1) เพราะง่ายต่อการโฆษณา	1	2	1	4
2) เพราะทันสมัย สะดวก	0	2	0	2
3) เพราะเป็นสื่อสากลที่นิยมใช้	0	0	1	1
4) เพราะเป็นสื่อที่ใช้กันอย่างทั่วถึงในปัจจุบัน	0	1	0	1
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ				
อินเทอร์เน็ต				
1) เพราะทันสมัย ใช้ง่าย เข้าถึงผู้ซื้อได้ง่าย	2	0	1	3
2) เพราะประหยัดค่าใช้จ่าย	0	1	0	1
3) เพราะเป็นสื่อที่ผู้ซื้อในปัจจุบันรู้จักดีและใช้อย่างแพร่หลาย	0	1	1	2

ตารางภาคผนวกที่ 18 (ต่อ)

เหตุผล	ประเภท			รวม
	ข่าว/รัญพืช	ผัก/ผลไม้	อื่นๆ	
ภาคกลาง				
เพื่อน/ครอบครัว				
1) เพราะต้องการให้มีการบอกต่อกับคนในกลุ่ม	1	0	0	1
การสาธิตสินค้า				
1) เพื่อให้ลูกค้าเห็นสินค้าและสาธิตประโยชน์ของสินค้า	0	0	1	1
2) เพราะสามารถสื่อสารกับผู้ซื้อได้โดยตรง	0	1	1	2
การออกนิทรรศการ				
1) สามารถสื่อสารกับผู้ซื้อได้โดยตรง	0	1	0	1
อินเทอร์เน็ต				
1) เพราะใกล้ชิดกับผู้ซื้อมากที่สุด	1	0	1	2
2) เพราะง่ายต่อการโฆษณา	0	1	1	2
3) เพราะสามารถอัพเดทข้อมูลที่ทันสมัยได้ง่าย	1	1	0	2
ภาคตะวันออก				
การให้ส่วนลด				
1) เพราะเป็นการจูงใจผู้ซื้อทั้งรายเดิมและรายใหม่	0	0	1	1
เพื่อน/ครอบครัว				
1) ใช้การบอกต่อ	0	1	0	1
การสาธิตสินค้า				
1) เพราะต้องการเข้าถึงกลุ่มผู้ซื้อสามารถอธิบายเกี่ยวกับประโยชน์ของสินค้าได้ง่าย	1	0	0	1
อินเทอร์เน็ต				
1) เพราะสามารถเข้าถึงผู้ซื้อได้ง่าย	0	0	1	1
2) เพราะใช้ในการโฆษณาได้ดี ประหยัดค่าใช้จ่าย	0	0	1	1
3) เพราะเป็นสื่อที่ใช้กันอย่างแพร่หลาย	0	0	1	1
4) เพราะปัจจุบันลูกค้านิยมใช้อินเตอร์เน็ต	1	1	0	2
ภาคตะวันตก				
การให้ส่วนลด				
1) เพราะเป็นการจูงใจผู้ซื้อทั้งรายเดิมและรายใหม่	1	0	0	1
โทรทัศน์				
1) เพราะสะดวกและทำให้ผู้ซื้อรู้จักสินค้าได้รวดเร็ว	0	1	0	1
เพื่อน/ครอบครัว				
1) เป็นการบอกต่อระหว่างคนที่รู้จักกันทำให้สามารถขายสินค้าได้ง่ายขึ้น	1	0	0	1
การสาธิตสินค้า				
1) เพราะสามารถอธิบายประโยชน์ของสินค้าให้ลูกค้าเข้าใจได้ง่ายขึ้น	0	1	0	1
อินเทอร์เน็ต				
1) เพราะได้รับความนิยมอย่างมากในปัจจุบัน	1	1	2	4
ภาคใต้				
การให้ส่วนลด				
1) เพราะเป็นการจูงใจแก่ผู้ซื้อ	0	1	0	1
บัตรสมาชิก				
1) เพราะเป็นการให้ส่วนลดกับผู้ที่มีบัตรสมาชิกในการซื้อของแต่ละครั้งและเป็นการกระตุ้นยอดขาย	1	0	0	1
อินเทอร์เน็ต				
1) เพราะสะดวกกับกลุ่มผู้ซื้อในปัจจุบัน	0	1		1

ตารางภาคผนวกที่ 19 สรุปความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้นวัตกรรมในการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ของผู้ประกอบการสินค้าเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย จำแนกตามภูมิภาคและประเภทสินค้าที่ผลิตหรือจำหน่าย

ภูมิภาค	ทำนใช้นวัตกรรมในการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์หรือไม่	ประเภทและจำนวนผู้ขายที่ตอบแบบสัมภาษณ์ (คน)			
		ข้าว/ธัญพืช	ผัก/ผลไม้	อื่นๆ	รวม
เหนือ	ไม่ใช่	2	7	6	15
ตอ/เหนือ	ไม่ใช่	2	2	2	6
กลาง	ไม่ใช่	3	4	4	11
ตะวันออก	ไม่ใช่	2	2	4	8
ตะวันตก	ไม่ใช่	3	3	2	8
ใต้	ไม่ใช่	1	2	0	3
รวม		13	20	18	51

หมายเหตุ : ผู้ประกอบการในประเทศไทยไม่มีการใช้นวัตกรรมในการผลิตสินค้าแต่ทั้งนี้ก็มีผู้ประกอบการที่ตอบว่า “ใช่” เพราะผู้ประกอบการคิดว่าเป็นนวัตกรรมการผลิต ดังจะแสดงให้เห็นในตารางภาคผนวกที่ 2.5, 2.5.1-2.5.3

ตารางภาคผนวกที่ 20 ความคิดเห็นของผู้ประกอบการเกี่ยวกับการใช้นวัตกรรมในการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ผลการวิเคราะห์จำแนกตามภูมิภาคและประเภทสินค้าที่ผลิตหรือจำหน่าย

ภูมิภาค	ท่านใช้นวัตกรรมในการผลิต สินค้าเกษตรอินทรีย์หรือไม่		ประเภท			รวม
			ข้าว/ธัญพืช	ผัก/ผลไม้	อื่นๆ	
เหนือ	ไม่ใช้	จำนวน	0	7	1	8
		ร้อยละ	0	100	16.7	53.3
	ใช้	จำนวน	2	0	5	7
		ร้อยละ	100	0	83.3	46.7
	รวม	จำนวน	2	7	6	15
		ร้อยละ	100	100	100	100
ตอ/เหนือ	ไม่ใช้	จำนวน	2	1	0	3
		ร้อยละ	100	50	0	50
	ใช้	จำนวน	0	1	2	3
		ร้อยละ	0	50	100	50
	รวม	จำนวน	2	2	2	6
		ร้อยละ	100	100	100	100
กลาง	ไม่ใช้	จำนวน	2	0	1	3
		ร้อยละ	66.7	0	25	27.3
	ใช้	จำนวน	1	4	3	8
		ร้อยละ	33.3	100	75	72.7
	รวม	จำนวน	3	4	4	11
		ร้อยละ	100	100	100	100

ตารางภาคผนวกที่ 20 (ต่อ)

ภูมิภาค	ท่านใช้นวัตกรรมในการผลิต สินค้าเกษตรอินทรีย์หรือไม่		ประเภท			รวม
			ข้าว/ธัญพืช	ผัก/ผลไม้	อื่นๆ	
ตะวันออก	ไม่ใช่	จำนวน	1	1	2	4
		ร้อยละ	50	50	50	50
	ใช่	จำนวน	1	1	2	4
		ร้อยละ	50	50	50	50
	รวม	จำนวน	2	2	4	8
		ร้อยละ	100	100	100	100
ตะวันตก	ไม่ใช่	จำนวน	2	0	1	3
		ร้อยละ	66.7	0	50	37.5
	ใช่	จำนวน	1	3	1	5
		ร้อยละ	33.3	100	50	62.5
	รวม	จำนวน	3	3	2	8
		ร้อยละ	100	100	100	100
ใต้	ไม่ใช่	จำนวน	1	1	0	2
		ร้อยละ	100	50	0	66.7
	ใช่	จำนวน	0	1	0	1
		ร้อยละ	0	50	0	33.3
	รวม	จำนวน	1	2	0	3
		ร้อยละ	100	100	0	100

ตารางภาคผนวกที่ 21 ความคิดเห็นของผู้ประกอบการเกี่ยวกับการใช้วิธีการเพาะปลูกแบบต่างๆ
ทดแทนการใช้ปุ๋ยเคมี ผลการสัมภาษณ์จำแนกตามภูมิภาคและประเภทสินค้าที่ผลิตหรือจำหน่าย

ภูมิภาค	ใช้วิธีการอื่นในการทดแทน การใช้สารเคมีในการผลิต	ประเภท			รวม
		ข้าว/ธัญพืช	ผัก/ผลไม้	อื่นๆ	
เหนือ	1) ใช้ความร้อนฆ่าเชื้อ	0	0	1	1
	2) ใช้ปุ๋ยอินทรีย์	1	0	3	4
ตอ/เหนือ	1) เพาะปลูกตามธรรมชาติ	0	1	0	1
	2) ใช้สมุนไพรไล่แมลง	0	0	1	1
กลาง	1) เพาะปลูกตามธรรมชาติ	1	0	1	2
	2) ใช้ปุ๋ยอินทรีย์และสารไล่แมลงจากธรรมชาติ	0	3	2	5
ตะวันออก	1) เพาะปลูกตามธรรมชาติ	1	0	0	1
	2) ใช้ปุ๋ยอินทรีย์	0	1	0	1
ตะวันตก	1) ใช้ปุ๋ยอินทรีย์	0	2	0	2
ใต้	1) ใช้ปุ๋ยอินทรีย์	1	2	0	3

ตารางภาคผนวกที่ 22 ความคิดเห็นของผู้ประกอบการเกี่ยวกับกรรมวิธีในการเก็บสินค้าให้ยาวนานขึ้น ผลการสัมภาษณ์จำแนกภูมิภาคตามประเภทสินค้าที่ผลิตหรือจำหน่ายประเภทสินค้า

ภูมิภาค	ใช้วิธีที่เก็บสินค้าให้ยาวนานขึ้น	ประเภท			รวม
		ข้าว/ธัญพืช	ผัก/ผลไม้	อื่นๆ	
เหนือ	1) การอบแห้ง (Drying)	0	0	1	1
	2) เทคนิคในการเก็บเกี่ยว	0	0	1	1
	3) บรรจุภัณฑ์ของสินค้าที่กันกระแทกและการรักษาอุณหภูมิให้คงที่	0	1	0	1
ตอ/เหนือ	1) ผลิตตามคำสั่ง	0	0	1	1
	2) ควบคุมคุณภาพด้วยการรักษาอุณหภูมิ	0	1	0	1
กลาง	1) ใช้บรรจุภัณฑ์สูญญากาศในการเก็บรักษาสินค้าให้มีอายุที่ยาวนานขึ้น	0	2	0	2
ตะวันออก	ไม่ระบุ	2	2	4	8
ตะวันตก	1) ใช้บรรจุภัณฑ์ที่กันความชื้น	0	0	1	1
	2) ควบคุมอุณหภูมิในการจัดเก็บ	0	1	0	1
ใต้	1) ใช้การควบคุมอุณหภูมิและบรรจุภัณฑ์ที่กันกระแทก	0	1	0	1

ตารางภาคผนวกที่ 23 ความคิดเห็นของผู้ประกอบการเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีในการแปรรูปสินค้า
ผลการสัมภาษณ์จำแนกตามภูมิภาคและประเภทสินค้าที่ผลิตหรือจำหน่าย

ภูมิภาค	ใช้เทคโนโลยีในการแปรรูปสินค้า	ประเภท			รวม
		ข้าว/ธัญพืช	ผัก/ผลไม้	อื่นๆ	
เหนือ	1) จัดตั้งห้องปฏิบัติการวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีชีวภาพเพื่อป้องกันและ ควบคุมคุณภาพ	0	0	1	1
	2) ใช้เครื่องมือการแปรรูปเพื่อให้ กระบวนการผลิตได้รับมาตรฐาน ในระดับสากล	1	0	1	2
ตอ/เหนือ	1) กระบวนการพาสเจอร์ไลน์	0	0	1	1
	2) โรงสีข้าวที่สีข้าวอินทรีย์โดยจะมี เครื่องสกัดน้ำมันรำข้าว	0	0	1	1
กลาง	1) ใช้เครื่องมือที่ทันสมัยตาม มาตรฐานสากลที่มีคุณภาพ	0	2	0	2
ตะวันออก	1) ใช้กระบวนการแปรรูปที่ได้ มาตรฐานเกษตรอินทรีย์	0	0	3	3
ตะวันตก	1) ใช้กระบวนการแปรรูปที่ได้ มาตรฐาน	1	0	0	1
	2) ใช้เทคโนโลยีการผลิตจาก ต่างประเทศ	0	0	1	1
ใต้	ไม่ระบุ	1	2	0	3

ตารางภาคผนวกที่ 24 ความคิดเห็นของผู้ประกอบการในแต่ละรายเกี่ยวกับจุดขายสินค้าเกษตรอินทรีย์ผลการสัมภาษณ์จำแนกตามภูมิภาคและประเภทสินค้าที่ผลิตหรือจำหน่าย

ภูมิภาค	จุดขายของสินค้าเกษตรอินทรีย์ของท่านที่แตกต่างจากผู้ประกอบการรายอื่นๆ	ประเภท			รวม
		ข้าว/ธัญพืช	ผัก/ผลไม้	อื่นๆ	
เหนือ	1) คุณภาพของสินค้า	2	4	2	8
	2) ขั้นตอนการเพาะปลูกและการแปรรูปสินค้า	1	0	2	3
	3) เป็นไร้ชาที่ประสบความสำเร็จเป็นไร้แรกของประเทศไทย ซามีคุณภาพที่ดี	0	0	1	1
	4) เปิดเป็นแหล่งท่องเที่ยว ศึกษาดูงาน และทดลองวิจัยผลไม้ต่างๆ	0	2	0	2
	5) สินค้ามีรสชาติที่แตกต่าง	1	0	1	2
	6) สามารถใช้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ	0	1	0	1
ตอ/เหนือ	1) คุณภาพของสินค้า	1	2	1	4
	2) มีประสบการณ์และมีความชำนาญ	0	0	1	1
	3) มีกระบวนการผลิตแบบเกษตรอินทรีย์ที่สมบูรณ์แบบ	1	0	0	1
	4) อาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพแบบอินทรีย์ที่ยังไม่ค่อยมีผู้ผลิตจึงยังทำให้มีส่วนครองตลาดที่สูง	0	0	1	1
กลาง	1) คุณภาพของสินค้า	3	2	0	5
	2) ใช้มาตรฐานการผลิตในระบบ GMP ที่ได้รับการยอมรับจากทั่วโลก/ได้ใบรับรองมาตรฐานคุณภาพสินค้าจากประเทศอิตาลี	0	0	3	3
	3) นวัตกรรมการผลิตที่มีคุณภาพ สะอาด และถูกการผลิตสินค้าแบบอินทรีย์	0	2	1	3

ตารางภาคผนวกที่ 24 (ต่อ)

ภูมิภาค	จุดขายของสินค้าเกษตรอินทรีย์ของท่านที่แตกต่างจากผู้ประกอบการรายอื่นๆ	ประเภท			รวม
		ข้าว/ธัญพืช	ผัก/ผลไม้	อื่นๆ	
ตะวันออก	1) มีพื้นที่และสภาพอากาศเหมาะสมแก่การทำพืชสวนซึ่งทำให้ผลผลิตมีความสมบูรณ์	0	1	0	1
	2) ผลผลิตมีคุณภาพสูง	2	1	2	5
	3) เป็นผู้ผลิตรายเดียวที่ได้ใบรับรองมาตรฐานคุณภาพสินค้าในการสกัดผลิตภัณฑ์ที่ทำจากจากสมุนไพร	0	0	2	2
	4) สินค้ามีรสชาติที่ดี	0	0	2	2
ตะวันตก	1) สินค้ามีคุณภาพสูง	2	2	2	6
	2) สินค้ามีรสชาติดี	0	1	1	2
	3) สินค้ามีใบรับรองตามมาตรฐานคุณภาพสินค้า	1	1	0	2
ใต้	1) สินค้ามีคุณภาพสูง	1	2	0	3
	2) สินค้ามีรสชาติที่ดี	0	2	0	2

ตารางภาคผนวกที่ 25 ความคิดเห็นของผู้ประกอบการเกี่ยวกับการสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างผู้ประ- กอบการสินค้าเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย ผลการสัมภาษณ์จำแนกตามภูมิภาคและประเภทสินค้าที่ผลิตหรือจำหน่าย

ภูมิภาค	รูปแบบการสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการสินค้าเกษตรอินทรีย์	ประเภท			รวม
		ข้าว/ธัญพืช	ผักผลไม้	อื่นๆ	
เหนือ	1) มีการจัดตั้งโครงเพื่อเผยแพร่และแลกเปลี่ยนความรู้ในเรื่องการผลิตสินค้าและการขายสินค้าไปยังช่องทางต่างๆ	1	0	3	4
ต.อ./เหนือ	1) จัดตั้งกลุ่มตัวแทนในแต่ละตำบลเพื่อจัดจำหน่ายสินค้าโดยการส่งออก	0	1	0	1
	2) แลกเปลี่ยนความรู้ในเรื่องการเพาะปลูก	0	0	1	1
	3) รวบรวมสินค้าภายในตำบลส่งขายห้างสรรพสินค้า	0	1	0	1

ตารางภาคผนวกที่ 25 (ต่อ)

ภูมิภาค	รูปแบบการสร้างเครือข่ายความร่วมมือ ระหว่างผู้ประกอบการสินค้าเกษตรอินทรีย์	ประเภท			รวม
		ข้าว/ธัญพืช	ผักผลไม้	อื่นๆ	
กลาง	1) จัดตั้งกลุ่มตัวแทนในแต่ละตำบลเพื่อ จัดจำหน่ายสินค้าโดยการส่งออก	1	1	1	5
	2) แลกเปลี่ยนความรู้เกี่ยวกับกระบวนการ การผลิต	0	0	1	1
	3) จัดตั้งสหกรณ์ในการรวบรวมและ จัดจำหน่ายสินค้า	1	0	0	1
	4) มีการแลกเปลี่ยนความรู้ในเรื่องของ กระบวนการแปรรูปสินค้า	0	1	0	1
	5) มีการจัดตั้งโครงเพื่อเผยแพร่และแลกเปลี่ยน ความรู้ในเรื่องการผลิตสินค้า	0	0	1	1
	6) รวบรวมสินค้าภายในตำบลส่งขาย กับห้างสรรพสินค้า	1	1	0	2
ตะวันออก	1) ผู้เพาะปลูกสมุนไพรร่วมมือกับโรงพยาบาล เจ้าพระยาอภัยภูเบศรในการส่งสมุนไพร เพื่อนำไปแปรรูปเป็นสินค้าต่างๆ	0	0	1	1
	2) จัดตั้งกลุ่มตัวแทนในแต่ละตำบลเพื่อ จัดจำหน่ายสินค้าโดยการส่งออก	0	0	1	1
	3) มีการแลกเปลี่ยนความรู้ในเรื่องการ ผลิตสินค้าและแลกเปลี่ยนสินค้าระหว่าง กันเพื่อให้มีสินค้าหลากหลายในร้านค้า แต่ละแห่ง	1	0	0	1

ตารางภาคผนวกที่ 25 (ต่อ)

ภูมิภาค	รูปแบบการสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการสินค้าเกษตรอินทรีย์	ประเภท			รวม
		ข้าว/ธัญพืช	ผักผลไม้	อื่นๆ	
ตะวันตก	1) รวบรวมสินค้าภายในตำบลส่งขายห้างสรรพสินค้า	1	2	1	4
	2) มีการรวมกลุ่มชาวบ้านที่เป็นกลุ่มอนุรักษ์ธรรมชาติปลูกข้าวอินทรีย์โดยผู้ที่ประสบความสำเร็จจะมีการแลกเปลี่ยนความรู้ในการเพาะปลูกเพื่อให้ได้ผลผลิตที่ได้คุณภาพ	1	0	0	1
	3) ผู้ขายสินค้ามีการรวมกลุ่มกันเพื่อกำหนดราคาขายสินค้าให้มีความเหมาะสมและใกล้เคียงกันเพื่อให้สามารถขายสินค้าได้ง่าย	0	1	0	1
ใต้	1) จัดตั้งกลุ่มตัวแทนในแต่ละตำบลเพื่อจัดจำหน่ายสินค้าโดยการส่งออก	1	0	0	1

ตารางภาคผนวกที่ 26 สาเหตุที่ผู้ประกอบการเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทยให้ความสนใจที่จะประกอบธุรกิจผลิตและหรือจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ ผลการสัมภาษณ์จำแนกตามภูมิภาคและประเภทสินค้าที่ผลิตหรือจำหน่าย

ภูมิภาค	สาเหตุที่ท่านสนใจประกอบธุรกิจผลิตหรือจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์	ประเภท			รวม
		ข้าว/ธัญพืช	ผักผลไม้	อื่นๆ	
เหนือ	1) ต้องการรับประทานอาหารที่ปลอดภัยและต้องการเลิกใช้สารเคมีในการเพาะปลูก	1	0	2	3
	2) ส่งเสริมการพัฒนาสังคมให้มีสภาพแวดล้อมที่ดี	0	1	0	1
	3) แก้ไขปัญหาการบุกรุกพื้นที่ป่าและต้องการรักษาแหล่งน้ำให้ปลอดภัย	0	1	0	1
	4) ช่วยเหลือชาวกะเหรี่ยงและม้งให้มีอาชีพ	0	3	0	3
	5) คู่มือหนังสือเอ็นไซโคลพีเดีย (Encyclopedia) แล้วเกิดแนวคิดทำไร้ชา	0	0	1	1
	6) เพื่อใช้เป็นสถานีเพื่อการวิจัยและทดลองพันธุ์พืชต่างๆ	0	1	0	1

ตารางภาคผนวกที่ 26 (ต่อ)

ภูมิภาค	สาเหตุที่ทํานสนใจประกอบธุรกิจผลิต หรือจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์	ประเภท			รวม
		ข้าว/ธัญพืช	ผักผลไม้	อื่นๆ	
เหนือ (ต่อ)	7) ออกาปลูกพืชยืนต้นแบบเกษตรอินทรีย์ โดยไม่ใช้ปุ๋ยเคมี ต้องการสร้างรายได้แก่ชาว บ้านและต้องการการอนุรักษ์ดิน น้ำ ให้ สมบูรณ์ตามวิถีธรรมชาติ	0	1	0	1
ต.อ./เหนือ	1) ปลูกเป็นพืชสวนครัวเพราะใช้ใน โครงการ อาหารกลางวันของเด็กที่รร.	0	1	0	1
	2) เป็นการรวมกลุ่มกันของชาวบ้านที่ต้องการ เลิกการใช้สารเคมี	1	1	2	4
กลาง	1) เป็นการรวมกลุ่มกันของชาวบ้านที่ต้องการ เลิกการใช้สารเคมี	1	0	0	1
	2) สินค้ามีความแตกต่างจากสินค้าทั่วไป สามารถขายได้ราคาดี	0	1	1	2
	3) ยังมีผู้ขายน้อยรายเป็นการเปิดช่องทางใน การสร้างรายได้	0	1	0	1
	4) เรียนทางด้านการเกษตรอินทรีย์จึงอยากใช้ วิชาความรู้ที่เรียนมาให้เกิดประโยชน์	1	1	1	3
	5) สนใจการปลูกพืชผัก ผลไม้แบบเกษตร- อินทรีย์เพราะต้องการเลิกการใช้สารเคมีและ ต้องการรักษาสิ่งแวดล้อม	0	1	0	1
ตะวันออก	1) ต้องการใช้ภูมิปัญญาชาวบ้านในการ ผลิตสมุนไพรแบบเกษตรอินทรีย์เพื่อให้ ประสิทธิภาพของสมุนไพรที่นำมาแปรรูปสูงขึ้น	0	0	2	2
	2) ต้องการเป็นผู้ผลิตสินค้าและเป็นผู้จัดการ ทางการตลาด	1	0	0	1

ตารางภาคผนวกที่ 26 (ต่อ)

ภูมิภาค	สาเหตุที่ท้านสนใจประกอบธุรกิจผลิต หรือจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์	ประเภท			รวม
		ข้าว/ธัญพืช	ผักผลไม้	อื่นๆ	
ตะวันตก	1) สามารถขายสินค้าได้ราคาดีกว่าสินค้าทั่วไป	0	0	1	1
	2) เพื่อรักษาสุขภาพและต้องการเลิกการใช้สารเคมี	2	1	0	2
	3) ต้องการปลูกมะพร้าวอินทรีย์ซึ่งสามารถขาย ได้ราคาดีกว่า	1	0	0	1
	4) มีตลาดที่รองรับสินค้า ได้ราคาดีและต้องการ เปิดเป็นฟาร์มเพื่อเป็นที่พักผ่อนสำหรับครอบครัว	0	1	0	1
	5) อยากทดลองเพาะปลูกแบบเกษตรอินทรีย์	0	1	0	1
ใต้	1) ต้องการปลูกข้าวแบบเกษตรอินทรีย์	2	0	0	2

ตารางภาคผนวกที่ 27 ความคิดเห็นของผู้ประกอบการเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทยเกี่ยวกับปัญหา
ในการผลิตสินค้า ผลการสัมภาษณ์จำแนกตามประเภทภูมิภาคและสินค้าที่ผลิตหรือจำหน่าย

ภูมิภาค	ปัญหาในการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์	ประเภท			รวม
		ข้าว/ธัญพืช	ผักผลไม้	อื่นๆ	
เหนือ	1) บรรจุภัณฑ์	0	0	1	1
	2) ปัญหาของโรคและแมลงศัตรูพืช	1	0	2	3
ต.อ./เหนือ	1) ต้นทุนข้าวเปลือกสูง ราคาข้าวสารต่ำ	1	0	0	1
กลาง	1) การเน่าเสียของสินค้า	0	1	0	1
	2) ปัญหาสภาพอากาศและผลผลิตที่ไม่เพียงพอ ต่อความต้องการของผู้ซื้อ	0	0	1	1
	3) ผู้ซื้อยังไม่ค่อยรู้จักสินค้าเกษตรอินทรีย์	0	0	1	1
	4) ปัญหาของโรคและแมลงศัตรูพืช สภาพดินและ น้ำบริเวณรอบๆ ยังมีสารเคมีปนเปื้อน	0	1	0	1
	5) วัตถุดิบในการผลิตไม่เพียงพอทำให้ผลผลิต ไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้ซื้อ	0	2	0	2
ตะวันออก	1) ภาครัฐยังให้การสนับสนุนน้อย	1	0	0	1

ตารางภาคผนวกที่ 27 (ต่อ)

ตะวันตก	1) ขาดแคลนแรงงาน	1	1	0	2
	2) ขาดแบบแผนการผลิตที่ถูกต้องวิธีและขาดวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต	0	0	1	1
	3) พื้นที่ในการทำเกษตรอินทรีย์มีน้อยเพราะโดยส่วนมากเป็นพื้นที่ที่ใช้สารเคมีมาก่อน	1	1	0	2
	4) ปัญหาในเรื่องของระยะเวลาในการปลูกไม้ยืนต้น ตัวอย่างเช่น การปลูกมะพร้าว นั้นต้องใช้ระยะเวลานานทำให้ผลผลิตไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้ซื้อ	0	0	1	1
ใต้	1) พื้นที่ในการทำเกษตรอินทรีย์มีน้อยเพราะโดยส่วนมากเป็นพื้นที่ที่ใช้สารเคมีมาก่อน	1	1	0	2

ตารางภาคผนวกที่ 27 ความคิดเห็นของผู้ประกอบการเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทยเกี่ยวกับคุณลักษณะของกลุ่มผู้ซื้อหลักทั้งในปัจจุบันและในอนาคต จำแนกตามภูมิภาคและประเภทสินค้า

ภูมิภาค	คุณลักษณะของกลุ่มลูกค้าหลักทั้งในปัจจุบันและในอนาคตของท่าน	ประเภท			รวม
		ข้าว/ธัญพืช	ผักผลไม้	อื่นๆ	
เหนือ	1) พ่อค้าคนกลางและผู้ซื้อปลีกรายย่อยที่รักและใส่ใจสุขภาพ	0	0	1	1
	2) โรงพยาบาลที่เปิดบริการรักษาใช้สมุนไพรเป็นทางเลือก	0	0	1	1
	3) ตลาดต่างประเทศ	1	0	1	2
	4) ลูกค้าทั่วไปที่กำลังหันมาบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์	2	6	1	9
	5) นักเรียน นักศึกษา	0	1	0	1
	6) บุคคลที่นิยมดื่มชา	0	0	1	1
	7) ผู้รักษาสุขภาพ	0	0	1	1

ตารางภาคผนวกที่ 27 (ต่อ)

ภูมิภาค	คุณลักษณะของกลุ่มลูกค้าหลักทั้งในปัจจุบันและในอนาคตของท่าน	ประเภท			รวม
		ข้าว/ธัญพืช	ผักผลไม้	อื่นๆ	
ต.อ./เหนือ	1) เด็กเล็ก วัยรุ่นและบุคคลทั่วไป	2	1	1	4
	2) บุคคลที่ชอบสินค้าที่มีคุณภาพสูง	0	1	1	1
	3) บุคคลที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมกังวลต่อการใช้สารเคมี	0	1	1	1
กลาง	1) กลุ่มค้าปลีก-ค้าส่ง	0	1	1	2
	2) บุคคลทั่วไปที่รู้จักสหกรณ์ที่จำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์	1	0	0	1
	3) ผู้ที่ต้องการรักษาสุขภาพโดยไม่ใช้สารเคมี	0	0	1	1
	4) ผู้ที่ชอบดื่มชาคุณภาพ	0	0	1	1
	5) ผู้ที่ชอบทานผัก รักสุขภาพ	0	1	0	1
	6) ผู้ที่ต้องการรักษาสุขภาพโดยไม่พึ่งสารเคมี	1	0	1	2
	7) โรงงาน/พ่อค้าคนกลาง	0	1	0	1
	8) ลูกค้าในต่างประเทศ	0	1	0	1
ตะวันออก	1) กลุ่มลูกค้าที่ดูแลรักษาสุขภาพ	1	1	0	2
	2) กลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้ป่วยที่มีปัญหาจากการบริโภคอาหารไม่ปลอดภัยมาก่อน	1	1	1	3
	3) ผู้บริโภคสินค้าทั่วไป	1	1	2	5
	4) บุคคลที่นิยมใช้สมุนไพร	0	0	1	1
	5) ผู้ผลิตเครื่องสำอางที่ได้รับมาตรฐาน	0	0	1	1
ตะวันตก	1) ชาวต่างชาติ	1	0	0	1
	2) ผู้บริโภคสินค้าทั่วไป	1	1	2	4
	3) ผู้ใช้อินเทอร์เน็ต	1	0	0	1
	4) พ่อค้ารายย่อยหรือผู้ค้าปลีก	0	1	0	1
	5) กลุ่มผู้ที่รักษาสุขภาพและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม	1	1	0	2
ใต้	1) ผู้บริโภคสินค้าทั่วไป	1	2	0	3

ตารางภาคผนวกที่ 28 ความคิดเห็นของผู้ประกอบการเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทยเกี่ยวกับแผนที่จะพัฒนาธุรกิจ ในอนาคต จำแนกตามภูมิภาคและประเภทสินค้าที่ผลิตหรือจำหน่าย

ภูมิภาค	ประเด็นแผนพัฒนาธุรกิจ ของผู้ประกอบการ	ประเภท			รวม
		ข้าว/ธัญพืช	ผักผลไม้	อื่นๆ	
เหนือ	1) ผลิตให้มีคุณภาพที่ดีขึ้น	0	0	1	1
	2) พัฒนาด้านการแปรรูปโดยใช้สินค้าที่ยังใช้ประโยชน์ได้อยุ่มาแปรรูปให้เกิดประโยชน์	1	0	2	3
	3) รวมกลุ่มสร้างเครือข่ายของผลิตภัณฑ์ให้ขยายกว้างออกไป	1	0	0	1
	4) พัฒนาการตลาดและขยายการส่งออกต่างประเทศ	0	0	1	1
	5) ขยายฐานลูกค้าให้มีทั้งผู้ซื้อทั้งปลีกและส่ง	0	0	1	1
ต.อ./เหนือ	1) เพิ่มสายการผลิตสินค้าให้มีความหลากหลาย	0	0	1	1
	2) พัฒนาคุณภาพให้ดีขึ้น	0	1	0	1
กลาง	1) เพิ่มสายการผลิตสินค้าให้มีความหลากหลาย	0	1	0	1
	2) ถัดค้นการแปรรูปสินค้าและการสร้างผลผลิตให้มีคุณภาพแตกต่าง	0	3	0	3
	3) สร้างเครือข่ายทางการตลาดให้เพิ่มขึ้น	0	2	0	2
	4) ขยายตลาดส่งออก	1	0	0	1
	5) พัฒนาคุณภาพของสินค้าให้สูงขึ้น	0	0	1	1
	6) จัดทำโฆษณาให้ลูกค้ารู้จักสินค้ามากขึ้น	0	0	1	1
ตะวันออก	1) ขยายการขายในระบบสมาชิกแบบส่งถึงบ้าน	1	0	0	1
	2) ขยายตลาดในประเทศ	0	0	2	2
	3) ขยายตลาดส่งออก	0	1	0	1
ตะวันตก	1) ขยายตลาดในประเทศ	1	2	1	4
	2) พัฒนาและแปรรูปสินค้าให้เกิดประโยชน์	0	1	0	1
	3) เปิดบริการอาหารและเครื่องดื่มในตราสินค้า Squeeze By Tipco	0	1	0	1
	4) ทำการประชาสัมพันธ์ให้ตราสินค้าเป็นที่รู้จัก	0	0	1	1
	5) สร้างเป็นโฮมสเตย์ให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาชมการทำนาแบบธรรมชาติเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ตราสินค้าให้เป็นที่รู้จัก	2	0	0	2
ใต้	1) เพิ่มยอดขายให้มากขึ้น โดยการโฆษณาตราสินค้าให้เป็นที่รู้จัก	0	1	0	1

ภาคผนวก ค
ผลการวิเคราะห์เชิงปริมาณ

ตารางภาคผนวกที่ 2 ผลการวิเคราะห์สินค้าเกษตรอินทรีย์ที่ผู้ซื้อสินค้าซึ่บ้อยที่สุดแยกตามภูมิภาค ชนิดของสินค้าและปัจจัยส่วนบุคคล (จากแบบสอบถามตอนที่ 2 ข้อที่ 2.2 และ 2.2.1)

ภูมิภาค	ชนิดของสินค้า สินค้าเกษตรอินทรีย์ ในประเทศไทย	ชนิดสินค้า			เพศ		อายุ (ปี)				สถานภาพสมรส		การศึกษา				รายได้						อาชีพ					รวม			
		ข้าว/ธัญพืช	ผักผลไม้	อื่นๆ	ชาย	หญิง	ไม่เกิน 25	26-35	36-45	46 ปีขึ้นไป	โสด	สมรส	หย่าร้าง กันอยู่	ต่ำกว่าป.ตรี	ป.ตรีหรือ เทียบเท่า	ป.โท	ป.เอก	ไม่เกิน 15,000	ประมาณ 15,001-25,000	ประมาณ 25,001-35,000	ประมาณ 35,001-45,000	ประมาณ 45,001-55,000	มากกว่า 55,000	ข้าราชการ	รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท	ธุรกิจ ส่วนตัว		นักศึกษา	อื่นๆ	
เหนือ	จำนวนรวมผู้ตอบคำถาม ในข้อ 2.2.1 (ท่านซื้อสินค้าประเภทใด บ้อยที่สุดระบุเพียง 1 ข้อ)	23	25	23	20	51	22	24	8	17	43	25	3	26	37	8	0	39	15	10	2	2	3	10	0	30	9	14	8	71	
	ข้าว/ธัญพืช	จำนวน	23	7	10	14	26	9	13	7	11	21	16	3	11	24	5	0	17	12	6	1	2	2	6	0	14	8	8	4	40
		ร้อยละ	100	28	43.5	70	51	40.9	54.2	87.5	64.7	48.8	64	100	42.3	64.9	62.5	0	43.6	80	60	50	100	66.7	60	0	46.7	88.9	57.1	50	56.3
	ผักผลไม้	จำนวน	23	25	21	20	49	22	23	8	16	42	24	3	25	36	8	0	37	15	10	2	2	3	9	0	30	9	14	7	69
		ร้อยละ	100	100	91.3	100	96.1	100	95.8	100	94.1	97.7	96	100	96.2	97.3	100	0	94.9	100	100	100	100	100	90	0	100	100	100	87.5	97.2
	อื่นๆ	จำนวน	0	1	23	4	20	7	7	1	9	14	8	2	11	9	4	0	16	5	1	1	0	1	3	0	9	2	6	4	24
		ร้อยละ	0	4	100	20	39.2	31.8	29.2	12.5	52.9	32.6	32	66.7	42.3	24.3	50	0	41	33.3	10	50	0	33.3	30	0	30	22.2	42.9	50	33.8
	ค.อ./เหนือ	จำนวนรวมผู้ตอบคำถาม ในข้อ 2.2.1 (ท่านซื้อสินค้าประเภทใด บ้อยที่สุดระบุเพียง 1 ข้อ)	23	23	23	19	50	13	17	11	28	30	38	1	37	18	10	4	34	17	5	5	3	5	19	0	5	24	9	12	69
ข้าว/ธัญพืช		จำนวน	23	1	5	9	20	4	7	6	12	10	19	0	13	8	6	2	10	11	3	2	1	2	6	0	2	13	4	4	29
		ร้อยละ	100	4.3	21.7	47.4	40	30.8	41.2	54.5	42.9	33.3	50	0	35.1	44.4	60	50	29.4	64.7	60	40	33.3	40	31.6	0	40	54.2	44.4	33.3	42
ผักผลไม้		จำนวน	8	23	20	12	39	9	14	7	21	24	27	0	23	17	8	3	26	11	4	4	3	3	17	0	5	15	5	9	51
		ร้อยละ	34.8	100	87	63.2	78	69.2	82.4	63.6	75	80	71.1	0	62.2	94.4	80	75	76.5	64.7	80	80	100	60	89.5	0	100	62.5	55.6	75	73.9
อื่นๆ		จำนวน	1	0	23	6	18	4	6	3	11	12	11	1	14	4	3	3	10	7	1	1	2	3	7	0	4	6	3	4	24
		ร้อยละ	4.3	0	100	31.6	36	30.8	35.3	27.3	39.3	40	28.9	100	37.8	22.2	30	75	29.4	41.2	20	20	66.7	60	36.8	0	80	25	33.3	33.3	34.8
กลาง		จำนวนรวมผู้ตอบคำถาม ในข้อ 2.2.1 (ท่านซื้อสินค้าประเภทใด บ้อยที่สุดระบุเพียง 1 ข้อ)	26	25	23	31	43	2	25	20	27	31	36	7	14	24	31	5	7	13	18	11	8	17	8	3	34	22	0	7	74
	ข้าว/ธัญพืช	จำนวน	26	6	16	20	28	2	13	14	19	20	24	4	7	14	23	4	4	7	9	9	7	12	5	3	20	16	0	4	48
		ร้อยละ	100	24	69.6	64.5	65.1	100	52	70	70.4	64.5	66.7	57.1	50	58.3	74.2	80	57.1	53.8	50	81.8	87.5	70.6	62.5	100	58.8	72.7	0	57.1	64.9
	ผักผลไม้	จำนวน	21	25	22	28	40	1	23	19	25	27	34	7	12	21	30	5	6	11	16	11	8	16	8	3	32	19	0	6	68
		ร้อยละ	80.8	100	95.7	90.3	93	50	92	95	92.6	87.1	94.4	100	85.7	87.5	96.8	100	85.7	84.6	88.9	100	100	94.1	100	100	94.1	86.4	0	85.7	91.9
	อื่นๆ	จำนวน	1	3	23	11	16	0	9	8	10	10	13	4	4	5	14	4	3	3	4	5	3	9	3	2	9	11	0	2	27
		ร้อยละ	3.8	12	100	35.5	37.2	0	36	40	37	32.3	36.1	57.1	28.6	20.8	45.2	80	42.9	23.1	22.2	45.5	37.5	52.9	37.5	66.7	26.5	50	0	28.6	36.5

ตารางภาคผนวกที่ 2 (ต่อ)

ภูมิภาค	ชนิดของสินค้า สินค้าเกษตรอินทรีย์ ในประเทศไทย	ชนิดสินค้า			เพศ		อายุ (ปี)				สถานภาพสมรส			การศึกษา				รายได้					อาชีพ					รวม			
		ข้าวธัญพืช	ผักผลไม้	อื่นๆ	ชาย	หญิง	ไม่เกิน 25	26-35	36-45	46 ปีขึ้นไป	โสด	สมรส	หย่าแยก กันอยู่ฝ่าย	ต่ำกว่า ป.ตรี	ป.ตรีหรือ เทียบเท่า	ป.โท	ป.เอก	ไม่เกิน 15,000	ประมาณ 15,001-25,000	ประมาณ 25,001-35,000	ประมาณ 35,001-45,000	ประมาณ 45,001-55,000	มากกว่า 55,000	ข้าราชการ	รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท	ธุรกิจ ส่วนตัว		นักศึกษา	อื่นๆ	
ตะวันออก	จำนวนรวมผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกตอบคำถาม ในข้อ 2.2.1 (ท่านซื้อสินค้าประเภทใด บ่อยที่สุดระบุเพียง 1 ข้อ)	23	29	22	21	53	9	14	21	30	19	42	13	45	25	4	0	35	21	8	7	3	0	6	1	24	20	4	19	74	
	ข้าวธัญพืช	จำนวน	22	0	18	10	30	4	8	9	19	9	22	9	26	12	2	0	21	10	3	4	2	0	4	0	11	10	2	13	40
		ร้อยละ	95.7	0	81.8	47.6	56.6	44.4	57.1	42.9	63.3	47.4	52.4	69.2	57.8	48	50	0	60	47.6	37.5	57.1	66.7	0	66.7	0	45.8	50	50	68.4	54.1
	ผักผลไม้	จำนวน	19	29	19	18	49	8	12	19	28	17	38	12	42	21	4	0	31	20	7	6	3	0	5	1	21	19	3	18	67
		ร้อยละ	82.6	100	86.4	85.7	92.5	88.9	85.7	90.5	93.3	89.5	90.5	92.3	93.3	84	100	0	88.6	95.2	87.5	85.7	100	0	83.3	100	87.5	95	75	94.7	90.5
	อื่นๆ	จำนวน	0	0	22	5	17	2	4	5	11	4	15	3	12	9	1	0	10	5	3	2	2	0	3	0	7	5	1	6	22
		ร้อยละ	0	0	100	23.8	32.1	22.2	28.6	23.8	36.7	21.1	35.7	23.1	26.7	36	25	0	28.6	23.8	37.5	28.6	66.7	0	50	0	29.2	25	25	31.6	29.7
	ตะวันตก	จำนวนรวมผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกตอบคำถาม ในข้อ 2.2.1 (ท่านซื้อสินค้าประเภทใด บ่อยที่สุดระบุเพียง 1 ข้อ)	25	24	23	30	42	20	30	19	3	35	26	11	15	43	14	0	20	31	14	2	4	1	9	15	30	9	9	0	72
ข้าวธัญพืช		จำนวน	25	2	5	20	12	15	10	6	1	26	6	0	13	16	3	0	14	12	2	2	1	1	9	1	12	4	6	0	32
		ร้อยละ	100	8.3	21.7	66.7	28.6	75	33.3	31.6	33.3	74.3	23.1	0	86.7	37.2	21.4	0	70	38.7	14.3	100	25	100	100	6.7	40	44.4	66.7	0	44.4
ผักผลไม้		จำนวน	4	24	12	6	34	10	23	5	2	18	21	1	4	34	2	0	10	23	2	1	3	1	1	15	10	8	6	0	40
		ร้อยละ	16	100	52.2	20	81	50	76.7	26.3	66.7	51.4	80.8	9.1	26.7	79.1	14.3	0	50	74.2	14.3	50	75	100	11.1	100	33.3	88.9	66.7	0	55.6
อื่นๆ		จำนวน	0	0	23	10	13	3	3	14	3	5	8	10	1	11	11	0	3	5	11	1	2	1	0	2	16	4	1	0	23
		ร้อยละ	0	0	100	33.3	31	15	10	73.7	100	14.3	30.8	90.9	6.7	25.6	78.6	0	15	16.1	78.6	50	50	100	0	13.3	53.3	44.4	11.1	0	31.9
ใต้		จำนวนรวมผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกตอบคำถาม ในข้อ 2.2.1 (ท่านซื้อสินค้าประเภทใด บ่อยที่สุดระบุเพียง 1 ข้อ)	23	24	22	28	41	16	18	18	17	28	36	5	42	21	6	0	38	15	7	5	2	2	15	0	25	17	9	3	69
	ข้าวธัญพืช	จำนวน	22	9	14	21	24	10	9	12	14	17	24	4	28	13	4	0	18	14	7	4	1	1	11	0	16	11	4	3	45
		ร้อยละ	95.7	37.5	63.6	75	58.5	62.5	50	66.7	82.4	60.7	66.7	80	66.7	61.9	66.7	0	47.4	93.3	100	80	50	50	73.3	0	64	64.7	44.4	100	65.2
	ผักผลไม้	จำนวน	16	24	20	23	37	14	15	16	15	23	32	5	35	19	6	0	32	13	7	5	2	1	13	0	20	15	9	3	60
		ร้อยละ	69.6	100	90.9	82.1	90.2	87.5	83.3	88.9	88.2	82.1	88.9	100	83.3	90.5	100	0	84.2	86.7	100	100	100	50	86.7	0	80	88.2	100	100	87
	อื่นๆ	จำนวน	1	1	22	11	13	4	4	8	8	6	14	4	14	7	3	0	7	10	3	2	1	1	9	0	6	6	1	2	24
		ร้อยละ	4.3	4.2	100	39.3	31.7	25	22.2	44.4	47.1	21.4	38.9	80	33.3	33.3	50	0	18.4	66.7	42.9	40	50	50	60	0	24	35.3	11.1	66.7	34.8

ตารางภาคผนวกที่ 3 (ต่อ)

ภูมิภาค	ระยะเวลาที่เริ่มรับโรคติดต่ออันตราย	ชนิดอินสั			เพศ		อายุ (ปี)					สถานภาพสมรส			การศึกษา				รายได้						อาชีพ				รวม		
		จำนวนผู้พิช	ผู้กลั	อื่นๆ	ชาย	หญิง	ไม่เกิน 25	26-35	36-45	46 ปีขึ้นไป	โสด	สมรส	หย่าชก กันอยู่	ต่ำกว่า ป.ตรี	ป.ตรีหรือ เทียบเท่า	ป.โท	ป.เอก	ไม่เกิน 15,000	ประมาณ 15,001-25,000	ประมาณ 25,001-35,000	ประมาณ 35,001-45,000	ประมาณ 45,001-55,000	มากกว่า 55,000	ข้าราชการ	รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท	ธุรกิจ ส่วนตัว	กั		อื่นๆ	
ตะวันออก	ไม่เกิน 6 เดือน	จำนวน	4	4	4	2	10	2	3	3	4	2	9	1	8	2	2	0	6	4	1	0	1	0	1	0	4	3	0	4	12
		ร้อยละ	17.4	13.8	18.2	9.5	18.9	22.2	21.4	14.3	13.3	10.5	21.4	7.7	17.8	8	50	0	17.1	19	12.5	0	33.3	0	16.7	0	16.7	15	0	21.1	16.2
	ประมาณ 7-12 เดือน (1 ปี)	จำนวน	7	10	7	10	14	3	3	9	9	7	14	3	14	9	1	0	13	5	4	2	0	0	1	0	10	6	2	5	24
		ร้อยละ	30.4	34.5	31.8	47.6	26.4	33.3	21.4	42.9	30	36.8	33.3	23.1	31.1	36	25	0	37.1	23.8	50	28.6	0	0	16.7	0	41.7	30	50	26.3	32.4
	ประมาณ 13-24 เดือน (2 ปี)	จำนวน	0	5	4	5	4	1	4	2	2	2	7	0	5	4	0	0	5	2	1	1	0	0	0	1	3	3	1	1	9
		ร้อยละ	0	17.2	18.2	23.8	7.5	11.1	28.6	9.5	6.7	10.5	16.7	0	11.1	16	0	0	14.3	9.5	12.5	14.3	0	0	0	100	12.5	15	25	5.3	12.2
	ประมาณ 25-36 เดือน (3 ปี)	จำนวน	1	2	1	0	4	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	0	0	2	0	1	1	0	0	0	2	1	0	1	4
		ร้อยละ	4.3	6.9	4.5	0	7.5	11.1	7.1	4.8	3.3	10.5	2.4	7.7	4.4	4	25	0	0	9.5	0	14.3	33.3	0	0	0	8.3	5	0	5.3	5.4
	ประมาณ 37 เดือนขึ้นไป (3 ปีขึ้นไป)	จำนวน	11	8	6	4	21	2	3	6	14	6	11	8	16	9	0	0	11	8	2	3	1	0	4	0	5	7	1	8	25
		ร้อยละ	47.8	27.6	27.3	19	39.6	22.2	21.4	28.6	46.7	31.6	26.2	61.5	35.6	36	0	0	31.4	38.1	25	42.9	33.3	0	66.7	0	20.8	35	25	42.1	33.8
รวม	จำนวน	23	29	22	21	53	9	14	21	30	19	42	13	45	25	4	0	35	21	8	7	3	0	6	1	24	20	4	19	74	
	ร้อยละ	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	0	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
ตะวันออก	ไม่เกิน 6 เดือน	จำนวน	16	2	5	15	8	12	6	4	1	17	5	1	9	11	3	0	13	6	1	1	2	0	8	0	8	5	2	0	23
		ร้อยละ	64	8.3	21.7	50	19	60	20	21.1	33.3	48.6	19.2	9.1	60	25.6	21.4	0	65	19.4	7.1	50	50	0	88.9	0	26.7	55.6	22.2	0	31.9
	ประมาณ 7-12 เดือน (1 ปี)	จำนวน	2	18	4	4	20	3	18	3	0	5	19	0	3	21	0	0	3	17	3	1	0	0	0	14	4	3	3	0	24
		ร้อยละ	8	75	17.4	13.3	47.6	15	60	15.8	0	14.3	73.1	0	20	48.8	0	0	15	54.8	21.4	50	0	0	0	93.3	13.3	33.3	33.3	0	33.3
	ประมาณ 13-24 เดือน (2 ปี)	จำนวน	2	2	12	6	10	3	1	11	1	5	1	10	2	4	10	0	2	2	10	0	2	0	1	0	13	0	2	0	16
		ร้อยละ	8	8.3	52.2	20	23.8	15	3.3	57.9	33.3	14.3	3.8	90.9	13.3	9.3	71.4	0	10	6.5	71.4	0	50	0	11.1	0	43.3	0	22.2	0	22.2
	ประมาณ 25-36 เดือน (3 ปี)	จำนวน	5	2	2	5	4	2	5	1	1	8	1	0	1	7	1	0	2	6	0	0	0	1	0	1	5	1	2	0	9
		ร้อยละ	20	8.3	8.7	16.7	9.5	10	16.7	5.3	33.3	22.9	3.8	0	6.7	16.3	7.1	0	10	19.4	0	0	100	0	6.7	16.7	11.1	22.2	0	12.5	
	ประมาณ 37 เดือนขึ้นไป (3 ปีขึ้นไป)	จำนวน	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		ร้อยละ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
รวม	จำนวน	25	24	23	30	42	20	30	19	3	35	26	11	15	43	14	0	20	31	14	2	4	1	9	15	30	9	9	0	72	
	ร้อยละ	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	0	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	0	100
ใต้	ไม่เกิน 6 เดือน	จำนวน	6	11	8	11	14	7	8	4	6	12	11	2	14	10	1	18	4	2	0	0	1	7	0	6	6	2	1	25	
		ร้อยละ	26.1	45.8	36.4	39.3	34.1	43.8	44.4	22.2	35.3	43	30.6	40	33.3	47.6	16.7	47.4	26.7	28.6	0	0	50	46.7	0	35.3	35.3	22.2	33.3	36.2	
	ประมาณ 7-12 เดือน (1 ปี)	จำนวน	7	6	3	7	9	5	3	4	4	6	9	1	9	5	2	0	6	4	1	2	2	1	5	0	3	5	3	0	16
		ร้อยละ	30.4	25	13.6	25	22	31.3	16.7	22.2	23.5	21.4	25	20	21.4	23.8	33.3	0	15.8	26.7	14.3	40	100	50	33.3	0	12	29.4	33.3	0	23.2
	ประมาณ 13-24 เดือน (2 ปี)	จำนวน	2	1	5	3	0	2	3	3	2	5	1	5	5	3	0	0	3	3	1	1	0	0	1	0	4	2	0	1	8
		ร้อยละ	8.7	4.2	22.7	17.9	7.3	0	11.1	16.7	17.6	7.1	13.9	20	11.9	14.3	0	0	7.9	20	14.3	20	0	0	6.7	0	16	11.8	0	33.3	11.6
	ประมาณ 25-36 เดือน (3 ปี)	จำนวน	2	1	3	1	5	1	1	2	2	2	3	1	1	3	2	0	4	0	1	1	0	0	2	0	3	0	1	0	6
		ร้อยละ	8.7	4.2	13.6	3.6	12.2	6.3	5.6	11.1	11.8	7.1	8.3	20	2.4	14.3	33.3	0	10.5	0	14.3	20	0	0	13.3	0	12	0	11.1	0	8.7
	ประมาณ 37 เดือนขึ้นไป (3 ปีขึ้นไป)	จำนวน	6	5	3	4	10	3	4	5	2	6	8	0	13	0	1	0	7	4	2	1	0	0	0	0	6	4	3	1	14
		ร้อยละ	26.1	20.8	13.6	14.3	24.4	18.8	22.2	27.8	11.8	21.4	22.2	0	31	0	16.7	0	18.4	26.7	28.6	20	0	0	0	0	24	23.5	33.3	33.3	20.3
รวม	จำนวน	23	24	22	28	41	16	18	18	17	28	36	5	42	21	6	38	15	7	5	2	2	15	0	25	17	9	3	69		
	ร้อยละ	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
รวมทั้งหมด	ไม่เกิน 6 เดือน	จำนวน	45	44	34	49	74	39	36	23	25	66	49	8	58	51	13	1	76	28	10	2	5	2	27	0	40	31	16	9	123
		ร้อยละ	31.5	29.3	25	32.9	26.4	47.6	28.1	23.7	20.5	35.5	24.1	20	32.4	30.4	17.8	11.1	43.9	25	16.1	6.3	22.7	7.1	40.3	0	27	30.7	35.6	18.4	28.7
	ประมาณ 7-12 เดือน (1 ปี)	จำนวน	27	49	32	35	73	18	39	24	27	39	62	7	42	49	13	4	34	36	13	12	6	7	12	15	33	22	12	14	108
		ร้อยละ	18.9	32.7	23.5	23.5	26.1	22	30.5	24.7	22.1	21	30.5	17.5	23.5	29.2	17.8	44.4	19.7	32.1	21	37.5	27.3	25	17.9	78.9	22.3	21.8	26.7	28.6	25.2
	ประมาณ 13-24 เดือน (2 ปี)	จำนวน	12	15	29	23	33	11	15	20	10	24	20	12	18	23	15	0	20	11	16	2	4	3	4	1	26	11	9	5	56
		ร้อยละ	8.4	10	21.3	15.4	11.8	13.4	11.7	20.6	8.2	12.9	9.9	30	10.1	13.7	20.5	0	11.6	9.8	25.8	6.3	18.2	10.7	6	5.3	17.6	10.9	20	10.2	13.1
	ประมาณ 25-36 เดือน (3 ปี)	จำนวน	10	5	8	6	17	2	7	5	9	10	11	2	8	6	8	1	7	4	3	4	1	4	6	0	8	6	1	2	23
		ร้อยละ	7	3.3	5.9	4	6.1	2.4	5.5	5.2	7.4	5.4	5.4	5	4.5	3.6	11	11.1	4	3.6	4.8	12.5	4.5	14.3	9	0	5.4	5.9	2.2	4.1	5.4
	ประมาณ 37 เดือนขึ้นไป (3 ปีขึ้นไป)	จำนวน	49	37	33	36	83	12	31	25	51	47	61	11	53	39	24	3	36	33	20	12	6	12	18	3	41	31	7	19	119
		ร้อยละ	34.3	24.7	24.3	24.2	29.6	14.6	24.2	25.8	41.8	25.3	30	27.5	29.6	23.2	32.9	33.3													

ตารางภาคผนวกที่ 4 ผลการวิเคราะห์สาเหตุสำคัญที่ผู้ซื้อสนใจซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์แยกตามภาค สาเหตุที่ซื้อสินค้า ชนิดของสินค้าและปัจจัยส่วนบุคคล (จากแบบสอบถามตอนที่ 2 ข้อ 2.4.1)

ภูมิภาค	สาเหตุที่สนใจซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์	ชนิดสินค้า			เพศ	อายุ (ปี)					สถานภาพสมรส			การศึกษา				รายได้						อาชีพ					รวม		
		ข้าว/ข้าวโพด	ผักผลไม้	อื่นๆ		ชาย	หญิง	ไม่เกิน 25	26-35	36-45	46 ปีขึ้นไป	โสด	สมรส	หย่าร้าง/ร้างอยู่ด้วย	ต่ำกว่า ปริญญา	ปริญญาหรือเทียบเท่า	ป.โท	ป.เอก	ไม่เกิน 15,000	ประมาณ 15,001- 25,000	ประมาณ 25,001 - 35,000	ประมาณ 35,001 - 45,000	ประมาณ 45,001 - 55,000	มากกว่า 55,000	ข้าราชการ	รัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัท	ธุรกิจส่วนตัว		นักศึกษา	อื่นๆ
เหนือ	รักษาสุขภาพ	จำนวน	12	12	12	0	1	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	3	0	0	1	0	0	0	1
		ร้อยละ	52.2	48	52.2	0	2	4.5	0	0	0	2.3	0	0	3.8	0	0	0	2.6	0	0	0	0	100	0	0	3.3	0	0	0	1.4
	เพื่อนำมาขายของครอบครัว	จำนวน	2	1	3	7	14	7	10	3	1	14	7	0	8	12	1	0	12	5	3	0	0	0	3	0	14	0	3	1	21
		ร้อยละ	8.7	4	13	35	27.5	31.8	41.7	37.5	5.9	32.6	28	0	30.8	32.4	12.5	0	30.8	33.3	30	0	0	0	30	0	46.7	0	21.4	12.5	29.6
	ตระหนักถึงอันตรายจากสารเคมี	จำนวน	5	7	7	1	3	1	2	0	1	3	1	0	1	1	2	0	1	1	1	0	0	1	0	2	0	0	1	4	
		ร้อยละ	21.7	28	30.4	5	5.9	4.5	8.3	0	5.9	7	4	0	3.8	2.7	25	0	2.6	6.7	0	50	0	0	10	0	6.7	0	0	12.5	5.6
	อุตสาหกรรมครอบครัว	จำนวน	2	2	0	2	2	1	1	0	2	2	1	1	2	1	1	0	1	2	1	0	0	0	1	0	0	1	1	1	4
		ร้อยละ	8.7	8	0	10	3.9	4.5	4.2	0	11.8	4.7	4	33.3	7.7	2.7	12.5	0	2.6	13.3	10	0	0	0	10	0	0	11.1	7.1	12.5	5.6
	ค่าจ้างลดค่าความปลอดภัยของผู้เพาะปลูกสินค้า	จำนวน	1	2	0	9	25	11	8	5	10	20	12	2	11	20	3	0	21	7	4	1	0	0	4	0	10	6	9	5	34
		ร้อยละ	4.3	8	0	45	49	50	33.3	62.5	58.8	46.5	48	66.7	42.3	54.1	37.5	0	53.8	46.7	40	50	0	0	40	0	33.3	66.7	64.3	62.5	47.9
รักสิ่งแวดล้อม	จำนวน	1	1	1	0	2	0	2	0	0	1	1	0	2	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	2	0	0	0	2	
	ร้อยละ	4.3	4	4.3	0	3.9	0	8.3	0	0	2.3	4	0	7.7	0	0	0	2.6	0	10	0	0	0	0	0	6.7	0	0	0	2.8	
รวม	จำนวน	23	25	23	0	3	1	1	0	1	2	1	0	1	1	1	0	2	0	1	0	0	3	0	0	1	1	1	0	3	
	ร้อยละ	100	100	100	0	5.9	4.5	4.2	0	5.9	4.7	4	0	3.8	2.7	12.5	0	5.1	0	10	0	0	100	0	0	3.3	11.1	7.1	0	4.2	
กลาง	รักษาสุขภาพ	จำนวน	13	9	11	4	4	0	1	1	6	2	5	1	4	2	2	0	1	2	2	0	2	2	1	0	4	3	0	0	8
		ร้อยละ	56.5	39.1	55	12.9	9.5	0	4.2	5	22.2	6.7	13.9	0	28.6	8.7	6.5	0	14.3	15.4	11.8	0	25	40	12.5	0	11.8	14.3	0	0	11
	เพื่อนำมาขายของครอบครัว	จำนวน	3	5	2	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
		ร้อยละ	13	21.7	10	0	2.4	0	0	5	0	3.3	0	0	0	0	3.2	0	7.7	0	0	0	0	0	12.5	0	0	0	0	0	1.4
	ตระหนักถึงอันตรายจากสารเคมี	จำนวน	4	3	5	1	1	0	2	0	0	2	0	0	0	2	0	1	1	1	0	0	0	3	0	0	2	0	0	0	2
		ร้อยละ	17.4	13	25	3.2	2.4	0	8.3	0	0	6.7	0	0	0	6.5	0	14.3	7.7	0	0	0	60	0	0	5.9	0	0	0	0	2.7
	อุตสาหกรรมครอบครัว	จำนวน	1	3	1	31	42	2	24	20	27	30	36	7	14	23	31	5	7	13	17	11	8	0	8	3	34	21	0	7	73
		ร้อยละ	4.3	13	5	100	100	100	100	100	100	100	100	1	100	100	100	100	100	100	100	100	100	0	100	1	100	100	0	100	100
	ค่าจ้างลดค่าความปลอดภัยของผู้เพาะปลูกสินค้า	จำนวน	1	2	0	1	3	1	0	1	2	2	2	0	2	2	0	0	3	0	1	0	0	0	1	0	0	2	0	1	4
		ร้อยละ	4.3	8.7	0	5.6	6.3	8.3	0	10	7.4	7.1	5.3	0	5.7	11.8	0	9.4	0	20	0	0	0	5.6	0	0	8.7	0	8.3	6.1	
รักสิ่งแวดล้อม	จำนวน	1	1	1	4	11	2	4	3	6	7	8	0	6	3	4	2	5	5	1	1	1	0	6	0	2	2	1	4	15	
	ร้อยละ	4.3	4.3	5	22.2	22.9	16.7	23.5	30	22.2	25	21.1	0	17.1	17.6	40	50	15.6	31.3	20	20	33.3	0	33.3	0	40	8.7	12.5	33.3	22.7	
รวม	จำนวน	23	23	20	2	6	2	1	1	4	3	5	0	5	1	2	0	4	1	2	0	5	1	0	2	3	1	1	8		
	ร้อยละ	100	100	100	11.1	12.5	16.7	5.9	10	14.8	10.7	13.2	0	14.3	5.9	20	0	12.5	6.3	0	40	0	100	5.6	0	40	13	12.5	8.3	12.1	
ล่าง	รักษาสุขภาพ	จำนวน	12	10	10	1	1	0	0	2	0	2	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	2	2	1	0	0	1	0	0	2
		ร้อยละ	48	40	45.5	5	2	0	0	0	11.8	0	8	0	0	5.4	0	0	0	0	0	0	100	11.8	10	0	0	11.1	0	0	2.8
	เพื่อนำมาขายของครอบครัว	จำนวน	7	4	2	20	51	22	24	8	17	43	25	3	26	37	8	0	39	15	10	2	2	3	10	0	30	9	14	8	71
		ร้อยละ	28	16	9.1	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	0	100	100	100	100	100	100	100	17.6	100	0	100	100	1	100
	ตระหนักถึงอันตรายจากสารเคมี	จำนวน	6	9	5	1	0	0	0	0	1	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	8	0	0	0	1	0	0	1
		ร้อยละ	24	36	22.7	3.2	0	0	0	0	3.7	3.3	0	0	0	4.3	0	0	0	0	0	0	47.1	0	0	0	0	4.8	0	0	1.4
	อุตสาหกรรมครอบครัว	จำนวน	0	2	4	17	16	1	13	11	8	14	15	4	5	13	13	2	4	6	7	6	4	3	3	2	19	5	0	4	33
		ร้อยละ	0	8	18.2	54.8	38.1	50	54.2	55	29.6	46.7	41.7	57.1	35.7	56.5	41.9	40	57.1	46.2	41.2	54.5	50	17.6	37.5	66.7	55.9	23.8	0	57.1	45.2
	ค่าจ้างลดค่าความปลอดภัยของผู้เพาะปลูกสินค้า	จำนวน	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		ร้อยละ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
รักสิ่งแวดล้อม	จำนวน	0	0	1	6	13	1	5	3	10	8	10	1	3	5	9	2	1	2	5	4	1	1	1	1	1	6	9	0	2	19
	ร้อยละ	0	0	4.5	19.4	31	50	20.8	15	37	26.7	27.8	14.3	21.4	21.7	29	40	14.3	15.4	29.4	36.4	12.5	5.9	12.5	33.3	17.6	42.9	0	28.6	26	
รวม	จำนวน	25	25	22	2	7	0	3	4	2	2	6	1	2	2	4	1	0	1	3	1	1	17	2	0	3	3	0	1	9	
	ร้อยละ	100	100	100	6.5	16.7	0	12.5	20	7.4	6.7	16.7	14.3	14.3	8.7	12.9	20	0	7.7	17.6	9.1	12.5	100	25	0	8.8	14.3	0	14.3	12.3	

ตารางภาคผนวกที่ 4 (ต่อ)

ภูมิภาค	สาเหตุที่ก่อให้เกิดอันตราย	ชนิดสินค้า			เพศ		อายุ (ปี)					สถานภาพสมรส			การศึกษา		รายได้							จำนวน								
		ข้าวสาลี	พืชผลอื่น	อื่นๆ	ชาย	หญิง	ไม่เกิน 25	26-35	36-45	46 ปีขึ้นไป	โสด	สมรส	หย่าร้าง/มีคู่สมรส	ต่ำกว่า ป.ตรี	ป.ตรีหรือเทียบเท่า	ป.โท	ป.เอก	ไม่เกิน 15,000	ประมาณ 15,001 - 25,000	ประมาณ 25,001 - 35,000	ประมาณ 35,001 - 45,000	ประมาณ 45,001 - 55,000	มากกว่า 55,000		จ้างเหมากร	ผู้วิสาหกิจ	อาชีพ	ธุรกิจส่วนตัว	นักศึกษามหาวิทยาลัย	อื่นๆ		
ตะวันออกเฉียงเหนือ	ปริมาณสุขภาพ	จำนวน	12	15	14	5	9	1	6	0	7	4	10	0	6	4	3	1	3	6	2	1	1	0	5	0	0	7	1	1	14	
		ร้อยละ	54.5	62.5	70	27.8	18.8	8.3	35.3	0	25.9	14.3	26.3	0	17.1	23.5	30	0	9.4	37.5	40	20	33.3	0	27.8	0	0	30.4	12.5	8.3	21.2	
	เพื่อนำมาขายของครอบครัว	จำนวน	6	5	4	4	13	3	5	3	6	7	10	0	12	4	1	0	11	3	0	1	1	0	3	0	1	6	3	4	17	
		ร้อยละ	27.3	20.8	20	22.2	27.1	25	29.4	30	22.2	25	26.3	0	34.3	23.5	10	0	34.4	18.8	0	20	33.3	0	16.7	0	20	26.1	37.5	33.3	25.8	
	ละหนักถึงอันตรายจากสารเคมี	จำนวน	4	3	2	1	2	1	0	1	2	1	0	1	0	1	0	1	2	0	1	0	0	0	1	0	0	1	1	0	3	
		ร้อยละ	18.2	12.5	10	5.6	4.2	8.3	0	10	3.7	7.1	2.6	0	2.9	5.9	0	0	6.3	0	20	0	0	0	5.6	0	0	4.3	12.5	0	4.5	
	ดูแลหมอกมลพิษ	จำนวน	0	1	0	1	4	2	1	1	1	3	2	0	3	2	0	0	4	1	0	0	0	0	1	0	0	2	1	1	5	
		ร้อยละ	0	4.2	0	5.6	8.3	16.7	5.9	10	3.7	10.7	5.3	0	8.6	11.8	0	0	12.5	6.3	0	0	0	0	5.6	0	0	8.7	12.5	8.3	7.6	
	ความรู้เรื่องความปลอดภัยของสุขภาพ	จำนวน	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
		ร้อยละ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
รู้สึกไม่ปลอดภัย	จำนวน	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
	ร้อยละ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
รวม	จำนวน	22	24	20	18	48	12	17	10	27	28	38	0	35	17	10	4	32	16	5	5	3	0	18	0	5	23	8	12	66		
	ร้อยละ	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	0	100	100	100	1	100	100	100	100	100	0	100	0	100	100	100	100	100		
ตะวันออกเฉียงใต้	ปริมาณสุขภาพ	จำนวน	21	4	5	7	33	5	9	12	14	13	19	8	25	11	4	0	24	10	3	2	1	2	0	16	5	2	15	40		
		ร้อยละ	84	16.7	21.7	38.9	66	62.5	69.2	60	51.9	68.4	52.8	61.5	61	47.8	100	0	72.7	55.6	37.5	33.3	33.3	100	50	0	69.6	29.4	50	1	58.8	
	เพื่อนำมาขายของครอบครัว	จำนวน	2	17	5	7	10	0	4	6	7	2	12	3	7	10	0	0	5	6	3	2	1	0	2	1	6	5	0	3	17	
		ร้อยละ	8	70.8	21.7	38.9	20	0	30.8	30	25.9	10.5	33.3	23.1	7	17.1	43.5	0	15.2	33.3	37.5	33.3	33.3	0	50	100	26.1	29.4	0	0	25	
	ละหนักถึงอันตรายจากสารเคมี	จำนวน	2	2	11	2	1	1	0	0	2	2	1	0	2	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	2	1	0	3	
		ร้อยละ	8	8.3	47.8	11.1	2	12.5	0	0	7.4	10.5	2.8	0	4.9	4.3	0	0	3	0	12.5	16.7	0	0	0	0	0	11.8	25	0	4.4	
	ดูแลหมอกมลพิษ	จำนวน	0	1	0	2	5	1	0	2	4	1	4	2	7	0	0	0	2	2	1	1	0	0	0	1	5	0	1	7		
		ร้อยละ	0	4.2	0	11.1	10	12.5	0	10	14.8	5.3	11.1	15.4	17.1	0	0	0	6.1	11.1	12.5	16.7	33.3	0	0	0	4.3	29.4	0	0	10.3	
	ความรู้เรื่องความปลอดภัยของสุขภาพ	จำนวน	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
		ร้อยละ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
รู้สึกไม่ปลอดภัย	จำนวน	0	0	2	0	1	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1		
	ร้อยละ	0	0	8.7	0	2	12.5	0	0	0	5.3	0	0	0	4.3	0	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	25	0	1.5		
รวม	จำนวน	25	24	23	18	50	8	13	20	27	19	36	13	41	23	4	0	33	18	8	6	3	1	4	1	23	17	4	19	68		
	ร้อยละ	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	0	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	1		
ภาคใต้	ปริมาณสุขภาพ	จำนวน	9	13	9	10	2	7	4	1	0	10	2	0	7	4	1	0	8	3	1	0	0	1	8	0	4	0	0	12		
		ร้อยละ	47.4	54.2	40.9	33.3	4.9	36.8	13.3	5.3	0	29.4	7.7	0	50	9.3	7.1	0	42.1	9.7	7.1	0	0	50	88.9	0	13.3	0	0	0	16.9	
	เพื่อนำมาขายของครอบครัว	จำนวน	1	7	3	11	27	6	23	7	2	14	23	1	2	33	3	0	6	24	3	1	3	0	0	14	14	6	4	0	38	
		ร้อยละ	5.3	29.2	13.6	36.7	65.9	31.6	76.7	36.8	66.7	41.2	88.5	9.1	14.3	76.7	21.4	0	31.6	77.4	21.4	50	75	0	1	46.7	66.7	50	0	53.5		
	ละหนักถึงอันตรายจากสารเคมี	จำนวน	6	3	8	6	5	1	0	10	0	1	0	10	1	0	0	0	1	0	10	0	0	0	0	0	0	10	0	1	0	11
		ร้อยละ	31.6	12.5	36.4	20	12.2	5.3	0	52.6	0	2.9	0	90.9	7.1	0	71.4	0	5.3	0	71.4	0	0	0	0	0	33.3	0	12.5	0	15.5	
	ดูแลหมอกมลพิษ	จำนวน	2	0	0	1	2	1	1	1	0	2	1	0	1	2	0	0	0	1	0	1	1	0	1	0	1	1	0	0	3	
		ร้อยละ	10.5	0	0	0	3.3	4.9	5.3	3.3	5.3	0	5.9	3.8	0	7.1	4.7	0	0	3.2	0	50	25	0	11.1	0	3.3	11.1	0	0	4.2	
	ความรู้เรื่องความปลอดภัยของสุขภาพ	จำนวน	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
		ร้อยละ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
รู้สึกไม่ปลอดภัย	จำนวน	1	1	2	1	4	4	1	0	0	5	0	0	3	2	0	0	3	2	0	0	1	0	0	1	1	3	0	0	5		
	ร้อยละ	5.3	4.2	9.1	3.3	9.8	21.1	3.3	0	14.7	0	0	0	21.4	4.7	0	0	15.8	6.5	0	0	0	50	0	3.3	11.1	37.5	0	7			
รวม	จำนวน	19	24	22	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	2	0	0	0	1	0	0	0	1		
	ร้อยละ	100	100	100	3.3	0	0	3.3	0	0	2.9	0	0	0	2.3	0	0	5.3	0	0	0	0	100	0	0	11.1	0	0	0	1.4		
ภาคเหนือ	ปริมาณสุขภาพ	จำนวน	79	63	68	135	48	64	40	51	110	80	13	83	88	29	3	92	57	23	12	10	9	41	1	69	43	24	25	203		
		ร้อยละ	57.7	43.4	46.9	47.2	50.4	61.5	51.6	44.4	42.5	62.1	40.8	33.3	48.8	54.3	40.8	33.3	55.8	52.3	38.3	38.7	52.6	32.1	63.1	5.3	48.3	45.3	55.8	53.2	49.3	
	เพื่อนำมาขายของครอบครัว	จำนวน	21	39	19	27	52	6	34	16	23	16	56	7	30	38	9	2	26	28	13	6	3	3	11	14	24	16	2	12	79	
		ร้อยละ	15.3	26.9	14.6	18.8	19.4	7.7	27.4	17.8	19.2	9	28.6	17.9	17.6	23.5	12.7	22.2	15.8	25.7	21.7	19.4	15.8	10.7	16.9	73.7	16.8	16.8	4.7	25.5	19.2	
	ละหนักถึงอันตรายจากสารเคมี	จำนวน	27	27	38	36	56	12	17	27	36	30	45	17	39	23	27	3	27	19	20	11	4	4	11	10	3	38	23	10	8	92
		ร้อยละ	19.7	18.6	29.2	25	20.9	15.4	13.7	30	30	16.9	23	43.6	22.9	14.2	38	33.3	16.4	17.4	33.3											

ตารางภาคผนวกที่ 6 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการซื้อขายสินค้าโดยส่วนใหญ่ของผู้ซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย แยกตามภูมิภาค พฤติกรรมการซื้อสินค้าชนิดของสินค้าและปัจจัยส่วนบุคคล (จากแบบสอบถามตอนที่ 2 ข้อที่ 2.1)

ภูมิภาค	ประเภทของผู้ซื้อ สินค้าเกษตรอินทรีย์ ในประเทศไทย	ชนิดสินค้า			เพศ		อายุ (ปี)				สถานภาพสมรส			การศึกษา			รายได้						อาชีพ						รวม		
		ข้าว/ธัญพืช	ผักผลไม้	อื่นๆ	ชาย	หญิง	ไม่เกิน 25	26-35	36-45	46 ปีขึ้นไป	โสด	สมรส	หย่าแยก กันอยู่ด้วย	ต่ำกว่า ป.ตรี	ป.ตรีหรือ เทียบเท่า	ป.โท	ป.เอก	ไม่เกิน 15,000	ประมาณ 15,001-25,000	ประมาณ 25,001-35,000	ประมาณ 35,001-45,000	ประมาณ 45,001-55,000	มากกว่า 55,000	ข้าราชการ	รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท	ธุรกิจ ส่วนตัว	นักศึกษา		อื่นๆ	
เหนือ	จำนวนรวมผู้ตอบคำถามที่เลือกตอบคำถาม ในข้อ 2.1.1 (ท่านจัดเป็นผู้ซื้อกลุ่มใด มากที่สุดตอบเพียง 1 ข้อ)	23	25	23	20	51	22	24	8	17	43	25	3	26	37	8	0	39	15	10	2	2	3	10	0	30	9	14	8	71	
	ซื้อเองและใช้เอง (ภายในครอบครัว)	จำนวน	19	22	22	18	45	21	19	8	15	38	22	3	23	33	7	0	35	12	10	2	2	2	9	0	26	8	13	7	63
	ร้อยละ	82.6	88	95.7	90	88.2	95.5	79.2	100	88.2	88.4	88	100	88.5	89.2	87.5	0	89.7	80	100	100	100	66.7	90	0	86.7	88.9	92.9	87.5	88.7	
	เป็นผู้ซื้อแต่ไม่ได้ใช้เอง (ซื้อให้คนอื่น)	จำนวน	3	4	1	2	6	0	5	2	1	2	6	0	2	6	0	0	6	2	0	0	0	0	0	0	6	1	0	1	8
	ร้อยละ	13	16	4.3	10	11.8	0	20.8	25	5.9	4.7	24	0	7.7	16.2	0	0	15.4	13.3	0	0	0	0	0	0	20	11.1	0	12.5	11.3	
กลาง	จำนวนรวมผู้ตอบคำถามที่เลือกตอบคำถาม ในข้อ 2.1.1 (ท่านจัดเป็นผู้ซื้อกลุ่มใด มากที่สุดตอบเพียง 1 ข้อ)	26	25	23	31	43	2	25	20	27	31	36	7	14	24	31	5	7	13	18	11	8	17	8	3	34	22	0	7	74	
	ซื้อเองและใช้เอง (ภายในครอบครัว)	จำนวน	20	19	21	26	34	1	17	19	23	25	30	5	12	17	26	5	7	9	12	10	7	15	7	3	27	16	0	7	60
	ร้อยละ	76.9	76	91.3	83.9	79.1	50	68	95	85.2	80.6	83.3	71.4	85.7	70.8	83.9	100	100	69.2	66.7	90.9	87.5	88.2	87.5	100	79.4	72.7	0	100	81.1	
	เป็นผู้ซื้อแต่ไม่ได้ใช้เอง (ซื้อให้คนอื่น)	จำนวน	2	4	2	2	6	0	5	1	2	4	3	1	0	4	3	1	0	3	2	1	1	1	1	0	4	3	0	0	8
	ร้อยละ	7.7	16	8.7	6.5	14	0	20	5	7.4	12.9	8.3	14.3	0	16.7	9.7	20	0	23.1	11.1	9.1	12.5	5.9	12.5	0	11.8	13.6	0	0	10.8	
ภาคเหนือ	จำนวนรวมผู้ตอบคำถามที่เลือกตอบคำถาม ในข้อ 2.1.1 (ท่านจัดเป็นผู้ซื้อกลุ่มใด มากที่สุดตอบเพียง 1 ข้อ)	23	23	23	19	50	13	17	11	28	30	38	1	37	18	10	4	34	17	5	5	3	5	19	0	5	24	9	12	69	
	ซื้อเองและใช้เอง (ภายในครอบครัว)	จำนวน	17	11	19	12	35	9	12	10	16	19	27	1	24	14	7	2	21	14	4	3	1	4	12	0	5	16	5	9	47
	ร้อยละ	73.9	47.8	82.6	63.2	70	69.2	70.6	90.9	57.1	63.3	71.1	100	64.9	77.8	70	50	61.8	82.4	80	60	33.3	80	63.2	0	100	66.7	55.6	75	68.1	
	เป็นผู้ซื้อแต่ไม่ได้ใช้เอง (ซื้อให้คนอื่น)	จำนวน	3	4	1	3	5	3	1	1	3	4	4	0	7	1	0	0	7	0	0	0	0	1	2	0	2	3	1	8	
	ร้อยละ	13	17.4	4.3	15.8	10	23.1	5.9	9.1	10.7	13.3	10.5	0	18.9	5.6	0	0	20.6	0	0	0	0	20	10.5	0	0	8.3	33.3	8.3	11.6	
ภาคใต้	จำนวนรวมผู้ตอบคำถามที่เลือกตอบคำถาม ในข้อ 2.1.1 (ท่านจัดเป็นผู้ซื้อกลุ่มใด มากที่สุดตอบเพียง 1 ข้อ)	26	25	23	31	43	2	25	20	27	31	36	7	14	24	31	5	7	13	18	11	8	17	8	3	34	22	0	7	74	
	ซื้อเองและใช้เอง (ภายในครอบครัว)	จำนวน	20	19	21	26	34	1	17	19	23	25	30	5	12	17	26	5	7	9	12	10	7	15	7	3	27	16	0	7	60
	ร้อยละ	76.9	76	91.3	83.9	79.1	50	68	95	85.2	80.6	83.3	71.4	85.7	70.8	83.9	100	100	69.2	66.7	90.9	87.5	88.2	87.5	100	79.4	72.7	0	100	81.1	
	เป็นผู้ซื้อแต่ไม่ได้ใช้เอง (ซื้อให้คนอื่น)	จำนวน	2	4	2	2	6	0	5	1	2	4	3	1	0	4	3	1	0	3	2	1	1	1	1	0	4	3	0	0	8
	ร้อยละ	7.7	16	8.7	6.5	14	0	20	5	7.4	12.9	8.3	14.3	0	16.7	9.7	20	0	23.1	11.1	9.1	12.5	5.9	12.5	0	11.8	13.6	0	0	10.8	
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	จำนวนรวมผู้ตอบคำถามที่เลือกตอบคำถาม ในข้อ 2.1.1 (ท่านจัดเป็นผู้ซื้อกลุ่มใด มากที่สุดตอบเพียง 1 ข้อ)	26	25	23	31	43	2	25	20	27	31	36	7	14	24	31	5	7	13	18	11	8	17	8	3	34	22	0	7	74	
	ซื้อเองและใช้เอง (ภายในครอบครัว)	จำนวน	20	19	21	26	34	1	17	19	23	25	30	5	12	17	26	5	7	9	12	10	7	15	7	3	27	16	0	7	60
	ร้อยละ	76.9	76	91.3	83.9	79.1	50	68	95	85.2	80.6	83.3	71.4	85.7	70.8	83.9	100	100	69.2	66.7	90.9	87.5	88.2	87.5	100	79.4	72.7	0	100	81.1	
	เป็นผู้ซื้อแต่ไม่ได้ใช้เอง (ซื้อให้คนอื่น)	จำนวน	2	4	2	2	6	0	5	1	2	4	3	1	0	4	3	1	0	3	2	1	1	1	1	0	4	3	0	0	8
	ร้อยละ	7.7	16	8.7	6.5	14	0	20	5	7.4	12.9	8.3	14.3	0	16.7	9.7	20	0	23.1	11.1	9.1	12.5	5.9	12.5	0	11.8	13.6	0	0	10.8	
ภาคตะวันออก	จำนวนรวมผู้ตอบคำถามที่เลือกตอบคำถาม ในข้อ 2.1.1 (ท่านจัดเป็นผู้ซื้อกลุ่มใด มากที่สุดตอบเพียง 1 ข้อ)	26	25	23	31	43	2	25	20	27	31	36	7	14	24	31	5	7	13	18	11	8	17	8	3	34	22	0	7	74	
	ซื้อเองและใช้เอง (ภายในครอบครัว)	จำนวน	20	19	21	26	34	1	17	19	23	25	30	5	12	17	26	5	7	9	12	10	7	15	7	3	27	16	0	7	60
	ร้อยละ	76.9	76	91.3	83.9	79.1	50	68	95	85.2	80.6	83.3	71.4	85.7	70.8	83.9	100	100	69.2	66.7	90.9	87.5	88.2	87.5	100	79.4	72.7	0	100	81.1	
	เป็นผู้ซื้อแต่ไม่ได้ใช้เอง (ซื้อให้คนอื่น)	จำนวน	2	4	2	2	6	0	5	1	2	4	3	1	0	4	3	1	0	3	2	1	1	1	1	0	4	3	0	0	8
	ร้อยละ	7.7	16	8.7	6.5	14	0	20	5	7.4	12.9	8.3	14.3	0	16.7	9.7	20	0	23.1	11.1	9.1	12.5	5.9	12.5	0	11.8	13.6	0	0	10.8	
ภาคใต้	จำนวนรวมผู้ตอบคำถามที่เลือกตอบคำถาม ในข้อ 2.1.1 (ท่านจัดเป็นผู้ซื้อกลุ่มใด มากที่สุดตอบเพียง 1 ข้อ)	26	25	23	31	43	2	25	20	27	31	36	7	14	24	31	5	7	13	18	11	8	17	8	3	34	22	0	7	74	
	ซื้อเองและใช้เอง (ภายในครอบครัว)	จำนวน	20	19	21	26	34	1	17	19	23	25	30	5	12	17	26	5	7	9	12	10	7	15	7	3	27	16	0	7	60
	ร้อยละ	76.9	76	91.3	83.9	79.1	50	68	95	85.2	80.6	83.3	71.4	85.7	70.8	83.9	100	100	69.2	66.7	90.9	87.5	88.2	87.5	100	79.4	72.7	0	100	81.1	
	เป็นผู้ซื้อแต่ไม่ได้ใช้เอง (ซื้อให้คนอื่น)	จำนวน	2	4	2	2	6	0	5	1	2	4	3	1	0	4	3	1	0	3	2	1	1	1	1	0	4	3	0	0	8
	ร้อยละ	7.7	16	8.7	6.5	14	0	20	5	7.4	12.9	8.3	14.3	0	16.7	9.7	20	0	23.1	11.1	9.1	12.5	5.9	12.5	0	11.8	13.6	0	0	10.8	
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	จำนวนรวมผู้ตอบคำถามที่เลือกตอบคำถาม ในข้อ 2.1.1 (ท่านจัดเป็นผู้ซื้อกลุ่มใด มากที่สุดตอบเพียง 1 ข้อ)	26	25	23	31	43	2	25	20	27	31	36	7	14	24	31	5	7	13	18	11	8	17	8	3	34	22	0	7	74	
	ซื้อเองและใช้เอง (ภายในครอบครัว)	จำนวน	20	19	21	26	34	1	17	19	23	25	30	5	12	17	26	5	7	9	12	10	7	15	7	3	27	16	0	7	60
	ร้อยละ	76.9	76	91.3	83.9	79.1	50	68	95	85.2	80.6	83.3	71.4	85.7	70.8	83.9	100	100	69.2	66.7	90.9	87.5	88.2	87.5	100	79.4	72.7	0	100	81.1	
	เป็นผู้ซื้อแต่ไม่ได้ใช้เอง (ซื้อให้คนอื่น)	จำนวน	2	4	2	2	6	0	5	1	2	4	3	1	0	4	3	1	0	3	2	1	1	1	1	0	4	3	0	0	8
	ร้อยละ	7.7	16	8.7	6.5	14	0	20	5	7.4	12.9	8.3	14.3	0	16.7	9.7	20	0	23.1	11.1	9.1	12.5	5.9	12.5	0	11.8	13.6	0	0	10.8	
ภาคตะวันออก	จำนวนรวมผู้ตอบคำถามที่เลือกตอบคำถาม ในข้อ 2.1.1 (ท่านจัดเป็นผู้ซื้อกลุ่มใด มากที่สุดตอบเพียง 1 ข้อ)	26	25	23	31	43	2	25	20	27	31	36	7	14	24	31	5	7	13	18	11	8	17	8	3	34	22	0	7	74	
	ซื้อเองและใช้เอง (ภายในครอบครัว)	จำนวน	20	19	21	26	34	1	17	19	23	25	30	5	12	17	26	5	7	9	12	10	7	15	7	3	27	16	0	7	60
	ร้อยละ	76.9	76	91.3	83.9	79.1	50	68	95	85.2	80.6	83.3	71.4	85.7	70.8	83.9	100	100	69.2	66.7	90.9	87.5	88.2	87.5	100	79.4	72.7	0	100	81.1	
	เป็นผู้ซื้อแต่ไม่ได้ใช้เอง (ซื้อให้คนอื่น)	จำนวน	2	4	2	2	6	0	5	1	2	4	3	1	0	4	3	1	0	3	2	1	1	1	1	0	4	3	0	0	8
	ร้อยละ	7.7	16	8.7	6.5	14	0	20	5	7.4	12.9	8.3	14.3	0	16.7	9.7	20														

ตารางภาคผนวกที่ 6 (ต่อ)

ภูมิภาค	ประเภทของผู้ซื้อ ลักษณะครอบครัว ในประเทศไทย	ชนิดสินค้า			เพศ		อายุ (ปี)				สถานภาพสมรส			การศึกษา				รายได้						อาชีพ						รวม	
		ข้าวชัยพิเศษ	ผักผลไม้	อื่นๆ	ชาย	หญิง	ไม่เกิน 25	26-35	36-45	46 ปีขึ้นไป	โสด	สมรส	หย่าแยก กันอยู่ฝ่าย	ต่ำกว่า ป.ตรี	ป.ตรีหรือ เทียบเท่า	ป.โท	ป.เอก	ไม่เกิน 15,000	ประมาณ 15,001 - 25,000	ประมาณ 25,001 - 35,000	ประมาณ 35,001 - 45,000	ประมาณ 45,001 - 55,000	มากกว่า 55,000	ข้าราชการ	รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท	ธุรกิจ ส่วนตัว	นักศึกษา	อื่นๆ		
ตะวันออก	จำนวนรวมผู้ตอบแบบที่เลือกตอบคำถาม ในข้อ 2.1.1 (ท่านจัดเป็นผู้ซื้อกลุ่มใด มากที่สุดตอบเพียง 1 ข้อ)	23	29	22	21	53	9	14	21	30	19	42	13	45	25	4	0	35	21	8	7	3	0	6	1	24	20	4	19	74	
	ซื้อเองและใช้เอง (ภายในครอบครัว)	จำนวน	19	20	18	16	41	9	10	13	25	13	32	12	37	19	1	0	29	18	5	4	1	0	5	1	17	15	4	15	57
		ร้อยละ	82.6	69	81.8	76.2	77.4	100	71.4	61.9	83.3	68.4	76.2	92.3	82.2	76	25	0	82.9	85.7	62.5	57.1	33.3	0	83.3	100	70.8	75	100	78.9	77
	เป็นผู้ซื้อแต่ไม่ได้ใช้เอง (ซื้อให้คนอื่น)	จำนวน	4	5	8	5	12	1	1	8	7	3	13	1	12	4	1	0	6	4	3	1	3	0	2	0	2	7	0	6	17
		ร้อยละ	17.4	17.2	36.4	23.8	22.6	11.1	7.1	38.1	23.3	15.8	31	7.7	26.7	16	25	0	17.1	19	37.5	14.3	100	0	33.3	0	8.3	35	0	31.6	23
ตะวันออก	จำนวนรวมผู้ตอบแบบที่เลือกตอบคำถาม ในข้อ 2.1.1 (ท่านจัดเป็นผู้ซื้อกลุ่มใด มากที่สุดตอบเพียง 1 ข้อ)	25	24	23	30	42	20	30	19	3	35	26	11	15	43	14	0	20	31	14	2	4	1	9	15	30	9	9	0	72	
	ซื้อเองและใช้เอง (ภายในครอบครัว)	จำนวน	23	4	8	19	16	14	13	7	1	27	8	0	11	21	3	0	15	14	3	1	1	9	1	16	4	5	0	35	
		ร้อยละ	92	16.7	34.8	63.3	38.1	70	43.3	36.8	33.3	77.1	30.8	0	73.3	48.8	21.4	0	75	45.2	21.4	50	25	100	100	6.7	53.3	44.4	55.6	0	48.6
	เป็นผู้ซื้อแต่ไม่ได้ใช้เอง (ซื้อให้คนอื่น)	จำนวน	2	16	6	3	21	3	19	0	2	7	17	0	2	22	0	0	5	16	1	0	2	0	0	14	6	2	2	0	24
		ร้อยละ	8	66.7	26.1	10	50	15	63.3	0	66.7	20	65.4	0	13.3	51.2	0	0	25	51.6	7.1	0	50	0	0	93.3	20	22.2	22.2	0	33.3
ใต้	จำนวนรวมผู้ตอบแบบที่เลือกตอบคำถาม ในข้อ 2.1.1 (ท่านจัดเป็นผู้ซื้อกลุ่มใด มากที่สุดตอบเพียง 1 ข้อ)	23	24	22	28	41	16	18	18	17	28	36	5	42	21	6	0	38	15	7	5	2	2	15	0	25	17	9	3	69	
	ซื้อเองและใช้เอง (ภายในครอบครัว)	จำนวน	16	20	19	20	35	14	14	14	13	27	3	30	19	6	0	30	14	7	2	1	1	13	0	19	13	8	2	55	
		ร้อยละ	69.6	83.3	86.4	71.4	85.4	87.5	77.8	77.8	76.5	89.3	75	60	71.4	90.5	100	0	78.9	93.3	100	40	50	50	86.7	0	76	76.5	88.9	66.7	79.7
	เป็นผู้ซื้อแต่ไม่ได้ใช้เอง (ซื้อให้คนอื่น)	จำนวน	9	5	12	16	10	3	6	6	11	8	14	4	15	8	3	0	6	8	4	4	2	2	7	0	6	10	1	2	26
		ร้อยละ	39.1	20.8	54.5	57.1	24.4	18.8	33.3	33.3	64.7	28.6	38.9	80	35.7	38.1	50	0	15.8	53.3	57.1	80	100	100	46.7	0	24	58.8	11.1	66.7	37.7
ใต้	จำนวนรวมผู้ตอบแบบที่เลือกตอบคำถาม ในข้อ 2.1.1 (ท่านจัดเป็นผู้ซื้อกลุ่มใด มากที่สุดตอบเพียง 1 ข้อ)	10	9	13	16	16	3	7	12	10	7	22	3	20	9	3	0	10	11	5	3	2	1	10	0	11	10	0	1	32	
	ซื้อเองและใช้เอง (ภายในครอบครัว)	จำนวน	10	9	13	16	16	3	7	12	10	7	22	3	20	9	3	0	10	11	5	3	2	1	10	0	11	10	0	1	32
		ร้อยละ	43.5	37.5	59.1	57.1	39	18.8	38.9	66.7	58.8	25	61.1	60	47.6	42.9	50	0	26.3	73.3	71.4	60	100	50	66.7	0	44	58.8	0	33.3	46.4

ตารางภาคผนวกที่ 7 ผลการวิเคราะห์สาเหตุที่ผู้ซื้อสนใจซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์แยกตามภูมิภาค สาเหตุที่ซื้อสินค้า ชนิดของสินค้าและปัจจัยส่วนบุคคล (แบบสอบถามตอนที่ 2 ข้อ 2.4)

ภูมิภาค	ระยะเวลาที่เริ่มบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์	ชนิดสินค้า			เพศ		อายุ (ปี)					สถานภาพสมรส			การศึกษา			รายได้					อาชีพ					รวม			
		ข้าว/พืชไร่	ผักผลไม้	อื่นๆ	ชาย	หญิง	ไม่เกิน 25	26-35	36-45	46 ขึ้นไป	โสด	สมรส	หย่าร้าง/同居อยู่	ต่ำกว่า ป.ตรี	ป.ตรีหรือเทียบเท่า	ป.โท	ป.เอก	ไม่เกิน 15,000	ประมาณ 15,001 – 25,000	ประมาณ 25,001 – 35,000	ประมาณ 35,001 – 45,000	ประมาณ 45,001 – 55,000	มากกว่า 55,000	ข้าราชการ	รัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัท	ธุรกิจส่วนตัว		นักศึกษา	อื่นๆ	
เหนือ	จำนวนผู้ตอบแบบที่เลือกตอบคำถามในข้อ 2.4.1 (สาเหตุสำคัญที่สุดที่หันมาบริโภคอินทรีย์ 1 ข้อ)	23	25	23	20	51	22	24	8	17	43	25	3	26	37	8	0	39	15	10	2	2	3	10	0	30	9	14	8	71	
	รับมาสุขภาพ	จำนวน	22	23	22	19	48	18	24	8	17	40	24	3	24	35	8	0	36	14	10	2	2	3	10	0	27	9	13	8	67
	ร้อยละ	95.7	92	95.7	95	94.1	81.8	100	100	100	93	96	100	92.3	94.6	100	0	92.3	93.3	100	100	100	100	100	0	90	100	92.9	100	94.4	
	เพื่อนำมาบริโภค	จำนวน	21	12	12	11	34	12	12	8	13	24	19	2	19	24	2	0	23	12	6	1	2	1	5	0	20	8	9	3	45
	ร้อยละ	91.3	48	52.2	55	66.7	54.5	50	100	76.5	55.8	76	66.7	73.1	64.9	25	0	59	80	60	50	100	33.3	50	0	66.7	88.9	64.3	37.5	63.4	
	ตระหนักถึงอันตรายจากสารเคมี	จำนวน	17	16	16	13	36	17	11	7	14	27	20	2	17	28	4	0	27	9	9	1	2	1	7	0	15	8	12	7	49
	ร้อยละ	73.9	64	69.6	65	70.6	77.3	45.8	87.5	82.4	62.8	80	66.7	65.4	75.7	50	0	69.2	60	90	50	100	33.3	70	0	50	88.9	85.7	87.5	69	
	อุดหนุนเกษตรกร	จำนวน	9	12	10	9	22	10	9	4	8	18	11	2	14	14	3	0	16	7	5	1	1	3	0	12	6	6	4	31	
	ร้อยละ	39.1	48	43.5	45	43.1	48.5	37.5	50	47.1	41.9	44	66.7	53.8	37.8	37.5	0	41	46.7	50	50	33.3	30	0	40	66.7	42.9	50	43.7		
	ความกังวลต่อความปลอดภัยของผู้เพาะปลูกสินค้า	จำนวน	7	5	3	3	12	5	3	3	4	9	5	1	5	8	2	0	7	4	3	1	0	0	1	0	4	7	3	0	15
ร้อยละ	30.4	20	13	15	23.5	22.7	12.5	37.5	23.5	20.9	20	33.3	19.2	21.6	25	0	17.9	26.7	30	50	0	0	10	0	13.3	77.8	21.4	0	21.1		
ปริมาณสิ่งแวดล้อม	จำนวน	14	10	7	6	25	9	10	5	7	19	10	2	11	17	3	0	14	8	6	1	2	0	3	0	11	8	8	1	31	
ร้อยละ	60.9	40	30.4	30	49	40.9	41.2	42.2	44.2	40	66.7	42.3	45.9	37.5	0	35.9	53.3	60	50	100	0	30	0	36.7	88.9	57.1	12.5	43.7			
คำนึงถึงสวัสดิภาพของสัตว์	จำนวน	6	2	1	2	7	2	2	2	3	5	4	0	1	6	2	0	2	4	2	1	0	0	1	0	2	5	1	0	9	
ร้อยละ	26.1	8	4.3	10	13.7	9.1	8.3	2.5	17.6	11.6	16	0	3.8	16.2	25	0	5.1	26.7	20	50	0	0	10	0	6.7	55.6	7.1	0	12.7		
ค.ล.เหนือ	จำนวนผู้ตอบแบบที่เลือกตอบคำถามในข้อ 2.4.1 (สาเหตุสำคัญที่สุดที่หันมาบริโภคอินทรีย์ 1 ข้อ)	23	23	23	19	50	13	17	11	28	30	38	1	37	18	10	4	34	17	5	3	5	19	0	5	24	9	12	69		
	รับมาสุขภาพ	จำนวน	18	14	14	10	36	11	12	6	17	23	23	0	23	14	6	3	24	12	2	3	2	3	13	0	3	15	7	8	46
	ร้อยละ	78.3	60.9	60.9	52.6	72	84.6	70.6	54.5	60.7	76.7	60.5	0	62.2	77.8	60	75	70.6	70.6	40	60	66.7	60	68.4	0	60	62.5	77.8	66.7	66.7	
	เพื่อนำมาบริโภค	จำนวน	8	8	8	7	17	4	6	5	9	9	15	0	12	9	2	1	12	7	2	1	1	8	0	1	9	3	3	24	
	ร้อยละ	34.8	34.8	34.8	36.8	34	30.8	35.3	45.5	32.1	30	39.5	0	32.4	50	20	25	35.3	41.2	40	20	33.3	20	42.1	0	20	37.5	33.3	25	34.8	
	ตระหนักถึงอันตรายจากสารเคมี	จำนวน	9	7	11	4	23	1	10	4	12	9	18	0	11	8	6	2	7	10	4	1	2	3	9	0	3	10	0	5	27
	ร้อยละ	39.1	30.4	47.8	21.1	46	7.7	58.8	36.4	42.9	30	47.4	0	29.7	44.4	60	50	20.6	58.8	80	20	66.7	60	47.4	0	60	41.7	0	41.7	39.1	
	อุดหนุนเกษตรกร	จำนวน	6	8	6	4	16	4	7	3	6	10	10	0	8	9	2	1	11	4	1	3	1	0	5	0	2	7	3	3	20
	ร้อยละ	26.1	34.8	26.1	21.1	32	30.8	41.2	27.3	21.4	33.3	26.3	0	21.6	50	20	25	32.4	23.5	20	60	33.3	0	26.3	0	40	29.2	33.3	25	29	
	ความกังวลต่อความปลอดภัยของผู้เพาะปลูกสินค้า	จำนวน	5	4	1	3	7	2	3	2	3	4	6	0	4	2	4	0	4	4	0	1	1	0	5	0	1	2	1	1	10
ร้อยละ	21.7	17.4	4.3	15.8	14	15.4	17.6	18.2	10.7	13.3	15.8	0	10.8	11.1	40	0	11.8	23.5	0	20	33.3	0	26.3	0	20	8.3	11.1	8.3	14.5		
ปริมาณสิ่งแวดล้อม	จำนวน	5	4	5	5	9	2	7	2	3	8	6	0	5	8	1	0	6	5	0	2	1	0	3	0	1	7	1	2	14	
ร้อยละ	21.7	17.4	21.7	26.3	18	15.4	41.2	18.2	10.7	26.7	15.8	0	13.5	44.4	10	0	17.6	29.4	0	40	33.3	0	15.8	0	20	29.2	11.1	16.7	20.3		
คำนึงถึงสวัสดิภาพของสัตว์	จำนวน	2	1	0	0	3	1	1	0	1	1	2	0	2	1	0	0	1	1	0	0	1	0	2	0	0	1	0	0	3	
ร้อยละ	8.7	4.3	0	0	6	7.7	5.9	0	3.6	3.3	5.3	0	5.4	5.6	0	0	2.9	5.9	0	0	33.3	0	10.5	0	0	4.2	0	0	4.3		
กลาง	จำนวนผู้ตอบแบบที่เลือกตอบคำถามในข้อ 2.4.1 (สาเหตุสำคัญที่สุดที่หันมาบริโภคอินทรีย์ 1 ข้อ)	26	25	23	31	43	2	25	20	27	31	36	7	14	24	31	5	7	13	18	11	8	17	8	3	34	22	0	7	74	
	รับมาสุขภาพ	จำนวน	24	20	22	26	40	1	24	18	23	30	30	6	11	22	30	3	6	11	17	11	8	13	7	3	31	20	0	5	66
	ร้อยละ	92.3	80	95.7	83.9	93	50	96	90	85.2	96.8	83.3	85.7	78.6	91.7	96.8	60	85.7	84.6	94.4	100	100	76.5	87.5	100	91.2	90.9	0	71.4	89.2	
	เพื่อนำมาบริโภค	จำนวน	18	12	12	14	28	2	12	10	18	13	26	3	5	14	20	3	3	4	10	7	4	14	6	3	16	13	0	4	42
	ร้อยละ	69.2	48	52.2	45.2	65.1	100	48	50	66.7	41.9	72.2	42.9	35.7	58.3	64.5	60	42.9	30.8	55.6	63.6	50	82.4	75	100	47.1	59.1	0	57.1	56.8	
	ตระหนักถึงอันตรายจากสารเคมี	จำนวน	18	15	16	20	29	1	11	14	23	17	27	5	7	10	28	4	2	8	8	8	7	16	7	3	20	16	0	3	49
	ร้อยละ	69.2	60	69.6	64.5	67.4	50	44	70	85.2	54.8	75	71.4	50	41.7	90.3	80	28.6	61.5	44.4	72.7	87.5	94.1	87.5	100	58.8	72.7	0	42.9	66.2	
	อุดหนุนเกษตรกร	จำนวน	11	8	10	12	17	0	10	8	11	11	15	3	3	6	17	3	1	6	3	5	4	10	2	0	15	11	0	1	29
	ร้อยละ	42.3	32	43.5	38.7	39.5	0	40	40	40	35.5	41.7	42.9	21.4	25	54.8	60	14.3	46.2	16.7	45.5	50	58.8	25	0	44.1	50	0	14.3	39.2	
	ความกังวลต่อความปลอดภัยของผู้เพาะปลูกสินค้า	จำนวน	2	3	1	1	5	0	2	2	2	1	5	0	0	2	3	1	0	1	0	2	1	2	1	1	3	0	0	1	6
ร้อยละ	7.7	12	4.3	3.2	11.6	0	8	10	7.4	3.2	13.9	0	0	8.3	9.7	20	0	7.7	0	18.2	12.5	11.8	12.5	0	11.8	12.5	0	14.3	8.1		
ปริมาณสิ่งแวดล้อม	จำนวน	11	5	12	11	17	0	10	6	12	11	16	1	2	6	17	3	0	4	2	7	5	10	2	2	13	9	0	2	28	
ร้อยละ	42.3	20	52.2	35.5	39.5	0	40	30	44.4	35.5	44.4	14.3	14.3	25	54.8	60	0	30.8	11.1	63.6	62.5	58.8	25	66.7	38.2	40.9	0	28.6	37.8		
คำนึงถึงสวัสดิภาพของสัตว์	จำนวน	2	2	1	0	5	1	1	1	2	2	3	0	0	2	2	1	1	1	0	2	1	1	1	1	1	1	0	1	5	
ร้อยละ	7.7	8	4.3	0	11.6	50	4	5	7.4	6.5	8.3	0	0	8.3	6.5	20	14.3	7.7	0	9.1	0	11.8	12.5	33.3	2.9	4.5	0	14.3	6.8		

ตารางภาคผนวกที่ 7 (ต่อ)

ภูมิภาค	ระยะเวลาที่เริ่มบริโภคสินค้าเกษตรหรือปศุสัตว์	ชนิดสินค้า					เพศ					อายุ (ปี)					สถานภาพเกษตร			การศึกษาระดับ			รายได้					อาชีพ					รวม
		ข้าว/สับปะรด	ผักผลไม้	อื่นๆ	ชาย	หญิง	ไม่เกิน 25	26-35	36-45	46 ปีขึ้นไป	โสด	สมรส	หย่าร้าง/กึ่งหย่าร้าง	ต่ำกว่า ป.ศ.	ป.ศ.หรือเทียบเท่า	ป.โท	ป.เอก	ไม่เกิน 15,000	ประมาณ 15,001 - 25,000	ประมาณ 25,001 - 35,000	ประมาณ 35,001 - 45,000	ประมาณ 45,001 - 55,000	มากกว่า 55,000	ข้าราชการ	รัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัท	ธุรกิจส่วนตัว	นักศึกษา	อื่นๆ				
ตะวันออกเฉียงเหนือ	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกตอบคำถามในข้อ 2.4.1 (สาเหตุหลักที่สุดที่หันมาบริโภคเนื้อหมู 1 ข้อ)	23	29	22	21	53	9	14	21	30	19	42	13	45	25	4	0	35	21	8	7	3	0	6	1	24	20	4	19	74			
	ปริมาณสุขภาพ	จำนวน	20	22	21	15	48	9	11	18	25	17	36	10	37	22	4	0	29	18	7	6	3	0	5	0	19	17	4	18	63		
	ร้อยละ	ร้อยละ	87	75.9	95.5	71.4	90.6	100	78.6	85.7	83.3	89.5	85.7	76.9	82.2	88	100	0	82.9	85.7	87.5	85.7	100	0	83.3	0	79.2	85	100	94.7	85.1		
	เพื่อนำมาบริโภคของครอบครัว	จำนวน	17	15	16	14	34	5	8	15	20	10	31	7	31	16	1	0	25	12	6	3	2	0	5	0	16	13	1	13	48		
	ร้อยละ	ร้อยละ	73.9	51.7	72.7	66.7	64.2	55.6	57.1	71.4	66.7	52.6	73.8	53.8	68.9	64	25	0	71.4	57.1	75	42.9	66.7	0	83.3	0	66.7	65	25	68.4	64.9		
	ตระหนักถึงอันตรายจากสารเคมี	จำนวน	12	13	13	11	27	4	6	11	17	9	21	8	26	11	1	0	16	13	4	4	1	0	3	0	12	12	3	8	38		
	ร้อยละ	ร้อยละ	52.2	44.8	59.1	52.4	50.9	44.4	42.9	52.4	56.7	47.4	50	61.5	57.8	44	25	0	45.7	61.9	50	57.1	33.3	0	50	0	50	60	75	42.1	51.4		
	ลดต้นทุนการผลิต	จำนวน	4	7	4	4	11	1	2	3	9	5	8	2	10	5	0	0	6	4	3	2	0	0	2	1	3	6	0	3	15		
	ร้อยละ	ร้อยละ	17.4	24.1	18.2	19	20.8	11.1	14.3	14.3	30	26.3	19	15.4	22.2	20	0	0	17.1	19	37.5	28.6	0	0	33.3	100	12.5	30	0	15.8	20.3		
	ความกังวลต่อความปลอดภัยของผู้เพาะปลูกสินค้า	จำนวน	2	2	0	0	4	2	1	1	0	2	2	0	2	2	0	0	2	1	0	1	0	0	0	0	2	2	0	0	4		
ร้อยละ	ร้อยละ	8.7	6.9	0	0	7.5	22.2	7.1	4.8	0	10.5	4.8	0	4.4	8	0	0	5.7	4.8	0	0	0	0	0	0	8.3	10	0	0	5.4			
ปริมาณสิ่งแวดล้อม	จำนวน	2	1	0	0	3	1	1	0	1	2	0	2	1	0	0	0	2	0	1	0	0	0	0	0	1	2	0	0	3			
ร้อยละ	ร้อยละ	8.7	3.4	0	0	5.7	11.1	7.1	0	3.3	5.3	4.8	0	4.4	4	0	0	9.5	0	0	14.3	0	0	0	0	4.2	10	0	0	4.1			
กำลังซื้อชีวิตประจำวัน	จำนวน	1	0	0	0	1	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1			
ร้อยละ	ร้อยละ	4.3	0	0	0	1.9	11.1	0	0	0	5.3	0	0	2.2	0	0	0	2.9	0	0	0	0	0	0	0	4.2	0	0	0	1.4			
ตะวันออกเฉียงใต้	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกตอบคำถามในข้อ 2.4.1 (สาเหตุหลักที่สุดที่หันมาบริโภคเนื้อหมู 1 ข้อ)	25	24	23	30	42	20	30	19	3	35	26	11	15	43	14	0	20	31	14	2	4	1	9	15	30	9	9	0	72			
	ปริมาณสุขภาพ	จำนวน	22	7	10	17	22	19	11	7	2	30	8	1	13	22	4	0	18	13	3	1	3	1	8	1	14	7	9	0	39		
	ร้อยละ	ร้อยละ	88	29.2	43.5	56.7	52.4	95	36.7	36.8	66.7	85.7	30.8	9.1	86.7	51.2	28.6	0	90	41.9	21.4	50	75	100	88.9	6.7	46.7	77.8	100	0	54.2		
	เพื่อนำมาบริโภคของครอบครัว	จำนวน	5	19	10	7	27	4	24	6	0	12	21	1	2	29	3	0	5	24	2	1	1	1	0	14	12	6	2	0	34		
	ร้อยละ	ร้อยละ	20	79.2	43.5	23.3	64.3	20	80	31.6	0	34.3	80.8	9.1	13.3	67.4	21.4	0	25	77.4	14.3	50	25	100	0	93.3	40	66.7	22.2	0	47.2		
	ตระหนักถึงอันตรายจากสารเคมี	จำนวน	7	6	19	12	20	9	6	15	2	14	7	11	5	14	13	0	8	8	11	2	2	1	0	1	17	8	6	0	32		
	ร้อยละ	ร้อยละ	28	25	82.6	40	47.6	45	20	78.9	66.7	40	26.9	100	33.3	32.6	92.9	0	40	25.8	78.6	100	50	100	0	6.7	56.7	88.9	66.7	0	44.4		
	ลดต้นทุนการผลิต	จำนวน	5	4	4	3	10	6	4	2	1	10	2	1	2	8	3	0	4	6	0	0	2	1	1	1	5	3	3	0	13		
	ร้อยละ	ร้อยละ	20	16.7	17.4	10	23.8	30	13.3	10.5	33.3	28.6	7.7	9.1	13.3	18.6	21.4	0	20	19.4	0	0	50	100	11.1	6.7	16.7	33.3	33.3	0	18.1		
	ความกังวลต่อความปลอดภัยของผู้เพาะปลูกสินค้า	จำนวน	3	2	3	1	7	2	3	2	1	6	1	1	1	6	1	0	2	4	1	0	1	0	0	0	1	4	2	1	0	8	
ร้อยละ	ร้อยละ	12	8.3	13	3.3	16.7	10	10	10.5	33.3	17.1	3.8	9.1	6.7	14	7.1	0	10	12.9	7.1	0	25	0	0	6.7	13.3	22.2	11.1	0	11.1			
ปริมาณสิ่งแวดล้อม	จำนวน	4	3	5	4	8	5	4	1	2	11	1	0	3	9	0	0	5	6	0	0	1	0	0	1	6	1	4	0	12			
ร้อยละ	ร้อยละ	16	12.5	21.7	13.3	19	25	13.3	5.3	66.7	31.4	3.8	0	20	20.9	0	0	25	19.4	0	0	25	0	0	6.7	20	11.1	44.4	0	16.7			
กำลังซื้อชีวิตประจำวัน	จำนวน	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1		
ร้อยละ	ร้อยละ	4	0	0	3.3	0	0	3.3	0	0	2.9	0	0	0	2.3	0	0	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1.4		
ใต้	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกตอบคำถามในข้อ 2.4.1 (สาเหตุหลักที่สุดที่หันมาบริโภคเนื้อหมู 1 ข้อ)	23	24	22	28	41	16	18	18	17	28	36	5	42	21	6	0	38	15	7	5	2	2	15	0	25	17	9	3	69			
	ปริมาณสุขภาพ	จำนวน	21	23	21	27	38	14	17	17	17	26	34	5	40	19	6	0	35	14	7	5	2	2	15	0	22	17	8	3	65		
	ร้อยละ	ร้อยละ	91.3	95.8	95.5	96.4	92.7	87.5	94.4	94.4	100	92.9	94.4	100	95.2	90.5	100	0	92.1	93.3	100	100	100	100	100	0	88	100	88.9	100	94.2		
	เพื่อนำมาบริโภคของครอบครัว	จำนวน	20	12	21	23	23	11	8	12	13	19	23	2	26	15	3	0	19	13	4	4	2	2	7	0	16	13	6	2	44		
	ร้อยละ	ร้อยละ	87	50	54.5	75	56.1	68.8	44.4	66.7	76.5	67.9	63.9	40	61.9	71.4	50	0	50	86.7	57.1	80	100	100	46.7	0	64	76.5	66.7	66.7	63.8		
	ตระหนักถึงอันตรายจากสารเคมี	จำนวน	18	12	17	20	27	7	11	14	15	16	26	5	31	11	5	0	20	13	7	5	2	0	9	0	18	13	4	3	47		
	ร้อยละ	ร้อยละ	78.3	50	77.3	71.4	65.9	43.8	61.1	77.8	88.2	57.1	72.2	100	73.8	52.4	83.3	0	52.6	86.7	100	100	0	60	0	72	76.5	44.4	100	68.1			
	ลดต้นทุนการผลิต	จำนวน	12	8	5	12	13	5	5	7	8	12	12	1	17	7	1	0	11	7	3	3	0	1	5	0	10	6	2	2	25		
	ร้อยละ	ร้อยละ	52.2	33.3	22.7	42.9	31.7	31.3	27.8	38.9	47.1	42.9	33.3	20	40.5	33.3	16.7	0	28.9	46.7	42.9	60	0	50	33.3	0	40	35.3	22.2	66.7	36.2		
	ความกังวลต่อความปลอดภัยของผู้เพาะปลูกสินค้า	จำนวน	8	4	1	8	5	2	3	4	4	6	7	0	9	4	0	0	8	2	1	2	0	0	1	0	9	2	1	0	13		
ร้อยละ	ร้อยละ	34.8	16.7	4.5	28.6	12.2	12.5	16.7	22.2	23.5	21.4	19.4	0	21.4	19	0	0	21.1	13.3	14.3	40	0	0	6.7	0	36	11.8	11.1	0	18.8			
ปริมาณสิ่งแวดล้อม	จำนวน	9	8	7	10	14	6	3	7	8	8	16	0	16	7	1	0	12	6	3	2	0	1	3	0	10	7	4	0	24			
ร้อยละ	ร้อยละ	39.1	33.3	31.8	35.7	34.1	37.5	16.7	38.9	47.1	28.6	44.4	0	38.1	33.3	16.7	0	31.6	40	42.9	20	0	50	20	0	40	41.2	44.4	0	34.8			
กำลังซื้อชีวิตประจำวัน	จำนวน	4	2	0	4	2	0	1	3	2	2	4	0	6	0	0	0	4	1	0	1	0	0	0	0	4	2	0	0	6			
ร้อยละ	ร้อยละ	17.4	8.3	0	14.3	4.9	0	5.6	16.7	11.8	7.1	11.1	0	14.3	0	0	0	10.5	6.7	0	20	0	0	0	0	16	11.8	0	0	8.7			

ตารางภาคผนวกที่ 8 ผลการวิเคราะห์ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าที่ผู้ซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ให้ความสนใจ จำแนกตามภูมิภาค ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าที่สนใจ ชนิดสินค้าและปัจจัยส่วนบุคคล (จากแบบสอบถามตอนที่ 2 ข้อ 2.5)

ภูมิภาค	ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าที่สนใจ	ชนิดสินค้า			เพศ		อายุ (ปี)						สถานภาพ			การศึกษา			รายได้												
		ข้าวสาลี	ผักผลไม้	อื่นๆ	ชาย	หญิง	ไม่เกิน 25	26-35	36-45	46-55	ไป	มากกว่า 55	โสด	สมรส	หย่าร้าง/กึ่งหย่าร้าง	ต่ำกว่า ปวช.	ปวช./หรือเทียบเท่า	ปวท.	ปวศ.	ไม่เกิน 15,000	ประมาณ 15,001 - 25,000	ประมาณ 25,001 - 35,000	ประมาณ 35,001 - 45,000	ประมาณ 45,001 - 55,000	มากกว่า 55,000	ข้าราชการ	รัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัท	ธุรกิจส่วนตัว	นักศึกษา	อื่นๆ
เหนือ	จำนวนรวมผู้ตอบแบบสอบถามในข้อ 2.5.1 (ผู้ซื้อความสนใจซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่สอดคล้องข้อ 1 ข้อ)	23	25	23	20	51	22	24	8	17	43	25	3	26	37	8	0	39	15	10	2	2	3	10	0	30	9	14	8		
	เสร็จสิ้นอันเดอร์ไลน์	จำนวน	1	1	0	1	1	1	1	0	0	1	1	0	1	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	
	ร้อยละ	4.3	4	0	5	2	4.5	4.2	0	0	2.3	4	0	3.8	2.7	0	0	2.6	6.7	0	0	0	0	0	0	6.7	0	0	0	0	
	จำนวน	11	15	10	11	25	10	12	5	9	22	13	1	14	19	3	0	20	8	4	1	1	2	5	0	19	2	6	4	4	
	ร้อยละ	47.8	60	43.5	55	49	45.5	50	62.5	52.9	51.2	52	33.3	53.8	51.4	37.5	0	51.3	53.3	40	50	50	66.7	50	0	63.3	22.2	42.9	50	50	
	จำนวน	5	4	4	5	8	3	4	2	4	9	4	0	2	8	3	0	4	2	3	2	1	1	1	0	4	4	1	3	3	
	ร้อยละ	21.7	16	17.4	25	15.7	13.6	16.7	25	23.5	20.9	16	0	7.7	21.6	37.5	0	10.3	13.3	30	100	50	66.7	50	0	13.3	44.4	7.1	37.5	37.5	
	จำนวน	9	2	8	9	10	2	8	3	6	9	8	2	3	13	3	0	6	6	4	1	1	1	4	0	4	6	2	3	3	
	ร้อยละ	39.1	8	34.8	45	19.6	9.1	33.3	37.5	35.3	20.9	32	66.7	11.5	35.1	37.5	0	15.4	40	40	50	50	66.7	50	0	13.3	66.7	14.3	37.5	37.5	
	จำนวน	15	17	12	37	16	15	6	12	31	16	2	19	24	6	0	29	9	8	1	0	2	6	0	0	19	7	11	6	6	
	ร้อยละ	65.2	68	73.9	60	72.5	72.7	62.5	75	70.6	72.1	64	66.7	73.1	64.9	75	0	74.4	60	80	50	0	66.7	60	0	63.3	77.8	78.6	75	75	
	จำนวน	4	4	1	4	5	2	4	0	3	6	3	0	5	3	1	0	5	2	0	0	1	1	2	0	6	1	0	0	0	0
	ร้อยละ	17.4	16	4.3	20	9.8	9.1	16.7	0	17.6	14	12	0	19.2	8.1	12.5	0	12.8	13.3	0	0	50	33.3	20	0	20	11.1	0	0	0	0
	จำนวน	15	8	10	12	21	8	11	3	11	21	11	1	9	18	6	0	16	7	5	1	2	2	6	0	10	6	6	5	5	
	ร้อยละ	65.2	32	43.5	60	41.2	36.4	45.8	37.5	64.7	48.8	44	33.3	34.6	48.6	75	0	41	46.7	50	50	100	66.7	60	0	33.3	66.7	42.9	62.5	62.5	
จำนวน	2	0	0	1	1	0	0	0	2	0	2	0	0	2	0	0	0	0	0	0	2	0	1	0	0	1	0	0	0	0	
ร้อยละ	8.7	0	0	5	2	0	0	0	11.8	0	8	0	0	5.4	0	0	0	0	0	0	100	0	10	0	0	11.1	0	0	0	0	
กลาง	จำนวนรวมผู้ตอบแบบสอบถามในข้อ 2.5.1 (ผู้ซื้อความสนใจซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่สอดคล้องข้อ 1 ข้อ)	23	23	23	19	50	13	17	11	28	30	38	1	37	18	10	4	34	17	5	5	3	5	19	0	5	24	9	12		
	เสร็จสิ้นอันเดอร์ไลน์	จำนวน	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	1	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
	ร้อยละ	4.3	0	0	0	2	0	0	0	3.6	0	2.6	0	2.7	0	0	0	2.9	0	0	0	0	0	0	0	0	4.2	0	0	0	0
	จำนวน	6	8	9	6	17	5	5	4	9	11	12	0	11	6	4	2	11	5	2	1	2	2	9	0	2	4	3	5	5	
	ร้อยละ	26.1	34.8	39.1	31.6	34	38.5	29.4	36.4	32.1	36.7	31.6	0	29.7	33.3	40	50	32.4	29.4	40	20	66.7	40	47.4	0	40	16.7	33.3	41.7	41.7	
	จำนวน	4	1	5	2	8	3	2	1	4	5	5	0	6	2	2	0	5	2	0	2	0	2	1	0	0	3	3	2	1	1
	ร้อยละ	17.4	4.3	21.7	10.5	16	23.1	11.8	9.1	14.3	16.7	13.2	0	16.2	11.1	20	0	14.7	11.8	0	40	0	20	5.3	0	60	12.5	22.2	8.3	8.3	
	จำนวน	6	9	9	7	17	3	8	2	14	13	6	0	12	7	3	2	9	7	3	2	2	2	1	9	0	8	3	4	4	
	ร้อยละ	26.1	39.1	39.1	36.8	34	23.1	47.1	18.2	39.3	26.7	42.1	0	32.4	38.9	30	50	26.5	41.2	60	40	66.7	20	47.4	0	0	33.3	33.3	33.3	33.3	
	จำนวน	8	8	7	5	18	5	6	4	8	9	14	0	13	8	1	1	12	6	1	1	1	2	5	0	1	9	4	4	4	
	ร้อยละ	34.8	34.8	30.4	26.3	36	38.5	35.3	36.4	28.6	30	36.8	0	35.1	44.4	10	25	35.3	35.3	20	20	33.3	40	26.3	0	20	37.5	44.4	33.3	33.3	
	จำนวน	4	4	2	3	7	2	2	3	3	3	7	0	5	3	0	2	5	1	1	3	0	0	3	0	0	5	1	1	1	1
	ร้อยละ	17.4	17.4	8.7	15.8	14	15.4	11.8	27.3	10.7	10	18.4	0	13.5	16.7	0	50	14.7	5.9	20	60	0	0	15.8	0	0	20.8	11.1	8.3	8.3	
	จำนวน	6	5	6	2	15	3	5	2	7	6	11	0	8	7	1	1	10	4	1	1	1	0	7	0	0	7	1	2	2	
	ร้อยละ	26.1	21.7	26.1	10.5	30	23.1	29.4	18.2	25	20	28.9	0	21.6	38.9	10	25	29.4	23.5	20	20	33.3	0	36.8	0	0	29.2	11.1	16.7	16.7	
จำนวน	0	0	2	1	1	0	2	0	0	1	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	
ร้อยละ	0	0	8.7	5.3	2	0	11.8	0	0	3.3	2.6	0	2.7	5.6	0	0	0	5.9	0	20	0	0	0	0	0	8.3	0	0	0	0	
ล่าง	จำนวนรวมผู้ตอบแบบสอบถามในข้อ 2.5.1 (ผู้ซื้อความสนใจซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่สอดคล้องข้อ 1 ข้อ)	26	25	23	31	43	2	25	20	27	31	36	7	14	24	31	5	7	13	18	11	8	17	8	3	34	22	0	7		
	เสร็จสิ้นอันเดอร์ไลน์	จำนวน	6	0	9	6	9	0	5	5	5	7	8	0	0	2	12	1	0	0	1	3	4	7	0	2	6	7	0	0	0
	ร้อยละ	23.1	0	39.1	19.4	20.9	0	20	25	18.5	22.6	22.2	0	0	8.3	38.7	20	0	0	5.6	27.3	50	41.2	0	66.7	17.6	31.8	0	0	0	
	จำนวน	20	16	22	24	34	1	19	16	22	26	27	5	8	18	27	5	6	7	12	11	7	15	6	3	28	15	0	6	6	
	ร้อยละ	76.9	64	95.7	77.4	79.1	50	76	80	81.5	83.9	75	71.4	57.1	75	87.1	100	85.7	53.8	66.7	100	87.5	88.2	75	100	82.4	68.2	0	85.7	85.7	
	จำนวน	14	10	16	14	26	1	13	7	19	15	22	3	4	13	19	4	1	3	9	8	5	14	2	2	14	18	0	4	4	
	ร้อยละ	53.8	40	69.6	45.2	60.5	50	52	35	70.4	48.4	61.1	42.9	28.6	54.2	61.3	80	14.3	23.1	50	72.7	62.5	82.4	25	66.7	41.2	81.8	0	57.1	57.1	
	จำนวน	6	10	9	5	20	0	6	11	8	7	15	3	4	7	12	2	1	4	4	7	3	4	6	12	1	11	4	0	3	3
	ร้อยละ	23.1	40	39.1	16.1	46.5	0	24	55	29.6	22.6	41.7	42.9	28.6	29.2	38.7	40	14.3	30.8	38.9	27.3	50	35.3	75	33.3	32.4	18.2	0	42.9	42.9	
	จำนวน	7	7	4	7	11	0	4	3	11	6	10	2	6	7	4	1	2	5	4	2	2	3	3	0	8	6	0	1	1	1
	ร้อยละ	26.9	28	17.4	22.6	25.6	0	16	15	40.7	19.4	27.8	28.6	42.9	29.2	12.9	20	28.6	38.5	22.2	18.2	25	17.6	37.5	0	23.5	27.3	0	14.3	14.3	
	จำนวน	3	4	2	2	7	1	3	2	3	4	4	1	0	4	4	1	0	3	2	1	0	3	2	1	5	1	0	0	0	0
	ร้อยละ	11.5	16	8.7	6.5	16.3	50	12	10	11.1	12.9	11.1	14.3	0	16.7	12.9	20	0	23.1	11.1	9.1	0	17.6	25	33.3	14.7	4.5	0	0	0	0
	จำนวน	9	4	7	8	12	0	6	5	9	7	12	1	3	3	12	2	2	3	3	3	2	7	1	0	11	7	0	1	1	1
	ร้อยละ	34.6	16	30.4	25.8	27.9	0	24	25	33.3	22.6	33.3	14.3	21.4	12.5	38.7	40	28.6	23.1	16.7	27.3	25	41.2	12.5	0	32.4	31.8	0	14.3	14.3	
จำนวน	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	
ร้อยละ	0	4	0	0	2.3	0	4	0	0	0	0	14.3	0	0	3.2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2.9	0	0	0	0	

ตารางภาคผนวกที่ 9 โดยเฉลี่ยแล้วท่านซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์อาทิตย์ละกี่ครั้ง (จากแบบสอบถาม ตอนที่ 2 ข้อ 2.6)

ภาค	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD
เหนือ	62	2.13	1.329
ตอ/เหนือ	49	1.91	1.756
กลาง	72	1.09	1.126
ตะวันออก	73	2.38	2.091
ตะวันตก	43	1.5	1.024
ใต้	50	1.68	1.700
รวม	349	1.80	1.626

ตารางภาคผนวกที่ 10 ท่านคิดว่าราคาขายสินค้าเกษตรอินทรีย์ควรมีราคาสูงกว่าสินค้าทั่วไปประมาณกี่เปอร์เซ็นต์ (จากแบบสอบถามตอนที่ 2 ข้อ 2.7)

ภาค	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD
เหนือ	71	17.35	18.410
ตอ/เหนือ	69	13.86	17.953
กลาง	74	25.36	19.765
ตะวันออก	74	19.69	16.989
ตะวันตก	72	11.18	18.203
ใต้	69	10.71	15.297
รวม	429	16.47	18.477

ตอนที่ 2 การประเมินผลหลังการซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์

การซื้อซ้ำ

ตารางภาคผนวกที่ 11 ท่านจะซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ในครั้งต่อไปหรือไม่ (จากแบบสอบถามตอนที่ 5 ข้อ 5.1.1)

ภาค	คำตอบ	จำนวน ร้อยละ	ชนิดสินค้า			เพศ		อายุ (ปี)				สถานภาพสมรส			การศึกษา				รายได้						อาชีพ						รวม
			ข้าว/หอยพิช	ผักผลไม้	อื่นๆ	ชาย	หญิง	ไม่เกิน 25	26-35	36-45	46 ปีขึ้นไป	โสด	สมรส	หย่าแยก กันอยู่ฝ่าย	ต่ำกว่า ป.ตรี	ป.ตรีหรือ เทียบเท่า	ป.โท	ป.เอก	ไม่เกิน 15,000	ประมาณ 15,001- 25,000	ประมาณ 25,001 - 35,000	ประมาณ 35,001 - 45,000	ประมาณ 45,001 - 55,000	มากกว่า 55,000	ข้าราชการ	รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท	ธุรกิจ ส่วนตัว	นักศึกษา	อื่นๆ	
เหนือ	ใช่	จำนวน	23	23	20	18	48	21	22	8	15	40	23	3	23	36	7	0	36	14	9	2	2	3	10	0	26	9	14	7	66
		ร้อยละ	100	92	87	90	94.1	95.5	91.7	100	88.2	93	92	100	88.5	97.3	87.5	0	92.3	93.3	90	100	100	100	100	0	86.7	100	100	87.5	93
	ไม่ใช้	จำนวน	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1
		ร้อยละ	0	4	0	0	2	4.5	0	0	0	2.3	0	0	3.8	0	0	0	2.6	0	0	0	0	0	0	0	3.3	0	0	0	1.4
	ไม่แน่ใจ	จำนวน	0	1	3	2	2	0	2	0	2	2	2	0	2	1	1	0	2	1	1	0	0	0	0	0	3	0	0	1	4
ร้อยละ	0	4	13	10	3.9	0	8.3	0	11.8	4.7	8	0	7.7	2.7	12.5	0	5.1	6.7	10	0	0	0	0	0	10	0	0	12.5	5.6		
	รวม	จำนวน	23	25	23	20	51	22	24	8	17	43	25	3	26	37	8	0	39	15	10	2	2	3	10	0	30	9	14	8	71
ร้อยละ	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	0	100	100	100	100	100	100	100	100	0	100	100	100	100	100
ค.อ./เหนือ	ใช่	จำนวน	20	20	19	14	45	7	17	10	25	24	34	1	31	15	10	3	26	17	5	5	2	4	18	0	5	22	4	10	59
		ร้อยละ	87	90.9	82.6	77.8	90	53.8	100	90.9	92.6	80	91.9	100	86.1	83.3	100	75	76.5	100	100	100	66.7	100	94.7	0	100	95.7	44.4	83.3	86.8
	ไม่ใช้	จำนวน	0	0	1	1	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
		ร้อยละ	0	0	4.3	5.6	0	7.7	0	0	0	3.3	0	0	2.8	0	0	0	2.9	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	8.3	1.5
	ไม่แน่ใจ	จำนวน	3	2	3	3	5	5	0	1	2	5	3	0	4	3	0	1	7	0	0	0	1	0	1	0	0	1	5	1	8
ร้อยละ	13	9.1	13	16.7	10	38.5	0	9.1	7.4	16.7	8.1	0	11.1	16.7	0	25	20.6	0	0	0	33.3	0	5.3	0	0	4.3	55.6	8.3	11.8		
	รวม	จำนวน	23	22	23	18	50	13	17	11	27	30	37	1	36	18	10	4	34	17	5	5	3	4	19	0	5	23	9	12	68
ร้อยละ	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	0	100	100	100	100	100
กลาง	ใช่	จำนวน	24	24	23	30	41	2	25	19	25	31	33	7	14	22	30	5	7	13	18	10	8	15	8	2	33	21	0	7	71
		ร้อยละ	100	96	100	100	97.6	100	100	100	96.2	100	97.1	100	100	95.7	100	100	100	100	100	100	100	93.8	100	66.7	100	100	0	100	98.6
	ไม่ใช้	จำนวน	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		ร้อยละ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	ไม่แน่ใจ	จำนวน	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	1
ร้อยละ	0	4	0	0	2.4	0	0	0	3.8	0	2.9	0	0	4.3	0	0	0	0	0	0	0	0	6.3	0	33.3	0	0	0	0	1.4	
	รวม	จำนวน	24	25	23	30	42	2	25	19	26	31	34	7	14	23	30	5	7	13	18	10	8	16	8	3	33	21	0	7	72
ร้อยละ	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	0	100	100	

ตารางภาคผนวกที่ 14 ถ้าไม่มีการซื้อสินค้าในรอบระยะเวลาหนึ่งเดือนที่ผ่านมาท่านมีความตั้งใจที่จะซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ในอนาคตหรือไม่ (จากแบบสอบถามตอนที่ 5 ข้อ 5.1.2.2)

ภาค	คำตอบ	จำนวน ร้อยละ	ชนิดสินค้า			เพศ		อายุ (ปี)				สถานภาพสมรส			การศึกษา				รายได้						อาชีพ						รวม		
			ข้าว/ข้าวโพด	ผักผลไม้	อื่นๆ	ชาย	หญิง	ไม่เกิน 25	26-35	36-45	46 ปีขึ้นไป	โสด	สมรส	หย่าแยก กันอยู่ฝ่าย	ต่ำกว่า ป.ตรี	ป.ตรีหรือ เทียบเท่า	ป.โท	ป.เอก	ไม่เกิน 15,000	ประมาณ 15,001-25,000	ประมาณ 25,001-35,000	ประมาณ 35,001-45,000	ประมาณ 45,001-55,000	มากกว่า 55,000	ข้าราชการ	รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท	ธุรกิจ ส่วนตัว	นักศึกษา	อื่นๆ			
เหนือ	มี	จำนวน	2	2	4	2	6	2	3	0	3	6	2	0	4	3	1	0	4	3	1	0	0	0	0	0	0	0	6	0	1	1	8
		ร้อยละ	100	100	100	100	100	100	100	0	100	100	100	0	100	100	100	0	100	100	100	0	0	0	0	0	0	100	0	100	100	100	
	ไม่มี	จำนวน	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
		ร้อยละ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
	รวม	จำนวน	2	2	4	2	6	2	3	0	3	6	2	0	4	3	1	0	4	3	1	0	0	0	0	0	0	6	0	1	1	8	
		ร้อยละ	100	100	100	100	100	100	100	0	100	100	100	0	100	100	100	0	100	100	100	0	0	0	0	0	0	100	0	100	100	100	
ค.อ./เหนือ	มี	จำนวน	1	0	2	1	2	2	1	0	0	3	0	0	2	0	1	0	1	2	0	0	0	0	0	0	0	1	0	2	0	3	
		ร้อยละ	33.3	0	100	100	50	66.7	100	0	0	75	0	0	66.7	0	50	0	50	66.7	0	0	0	0	0	0	0	100	0	66.7	0	60	
	ไม่มี	จำนวน	2	0	0	0	2	1	0	1	0	1	1	0	1	0	1	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	2	
		ร้อยละ	66.7	0	0	0	50	33.3	0	100	0	25	100	0	33.3	0	50	0	50	33.3	0	0	0	0	0	100	0	0	0	33.3	0	40	
	รวม	จำนวน	3	0	2	1	4	3	1	1	0	4	1	0	3	0	2	0	2	3	0	0	0	0	0	1	0	1	0	3	0	5	
		ร้อยละ	100	0	100	100	100	100	100	100	0	100	100	0	100	0	100	0	100	100	0	0	0	0	0	100	0	100	0	100	0	100	
กลาง	มี	จำนวน	2	1	2	1	4	1	1	2	1	3	2	0	2	3	0	1	0	2	1	0	1	1	1	1	2	0	0	1	5		
		ร้อยละ	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	0	0	100	100	0	100	0	100	100	0	100	100	100	100	100	0	0	100	100		
	ไม่มี	จำนวน	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
		ร้อยละ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
	รวม	จำนวน	2	1	2	1	4	1	1	2	1	3	2	0	2	3	0	1	0	2	1	0	1	1	1	1	2	0	0	1	5		
		ร้อยละ	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	0	0	100	100	0	100	0	100	100	0	100	100	100	100	100	0	0	100	100		

ตารางภาคผนวกที่ 16 ความพึงพอใจในยี่ห้อหรือตราสินค้าเกษตรอินทรีย์ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะซื้อของท่าน (จากแบบสอบถามตอนที่ 5 ข้อ 5.2.2)

ภาค	คัสตอม	จำนวน และ ร้อยละ	ชนิดสินค้า			เพศ		อายุ (ปี)				สถานภาพสมรส			การศึกษา				รายได้						อาชีพ						รวม
			ข้าว/พืช	ผักผลไม้	อื่นๆ	ชาย	หญิง	ไม่เกิน 25	26-35	36-45	46 ปีขึ้นไป	โสด	สมรส	หย่าแยก กันอยู่ฝ่าย	ต่ำกว่า ป.ตรี	ป.ตรีหรือ เทียบเท่า	ป.โท	ป.เอก	ไม่เกิน 15,000	ประมาณ 15,001-25,000	ประมาณ 25,001-35,000	ประมาณ 35,001-45,000	ประมาณ 45,001-55,000	มากกว่า 55,000	ข้าราชการ	รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท	ธุรกิจ ส่วนตัว	นักศึกษา	อื่นๆ	
เหนือ	ใช่	จำนวน	16	16	12	14	30	13	17	5	9	25	17	2	14	24	6	0	19	13	6	1	2	3	8	0	20	6	7	3	44
		ร้อยละ	69.6	69.6	52.2	70	61.2	65	70.8	62.5	52.9	61	68	66.7	56	66.7	75	0	50	86.7	66.7	50	100	100	80	0	69	66.7	50	42.9	63.8
	ไม่ใช	จำนวน	6	6	5	3	14	3	4	2	8	9	8	0	9	6	2	0	12	1	3	1	0	0	1	0	6	3	3	4	17
		ร้อยละ	26.1	26.1	21.7	15	28.6	15	16.7	25	47.1	22	32	0	36	16.7	25	0	31.6	6.7	33.3	50	0	0	10	0	20.7	33.3	21.4	57.1	24.6
	ไม่แน่ใจ	จำนวน	1	1	6	3	5	4	3	1	0	7	0	1	2	6	0	0	7	1	0	0	0	0	1	0	3	0	4	0	8
		ร้อยละ	4.3	4.3	26.1	15	10.2	20	12.5	12.5	0	17.1	0	33.3	8	16.7	0	0	18.4	6.7	0	0	0	0	10	0	10.3	0	28.6	0	11.6
รวม	จำนวน	23	23	23	20	49	20	24	8	17	41	25	3	25	36	8	0	38	15	9	2	2	3	10	0	29	9	14	7	69	
	ร้อยละ	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	0	100	100	100	100	100	100	100	0	100	100	100	100	100	
ค.อ./เหนือ	ใช่	จำนวน	14	14	18	10	36	8	14	6	18	22	23	1	24	10	9	3	22	15	2	2	2	3	15	0	4	15	5	7	46
		ร้อยละ	63.6	63.6	81.8	52.6	76.6	66.7	82.4	60	66.7	75.9	63.9	100	70.6	55.6	90	75	68.8	88.2	40	50	66.7	60	83.3	0	80	65.2	62.5	58.3	69.7
	ไม่ใช	จำนวน	6	5	2	5	8	1	3	3	6	4	9	0	4	7	1	1	4	2	3	1	1	2	3	0	1	6	1	2	13
		ร้อยละ	27.3	22.7	9.1	26.3	17	8.3	17.6	30	22.2	13.8	25	0	11.8	38.9	10	25	12.5	11.8	60	25	33.3	40	16.7	0	20	26.1	12.5	16.7	19.7
	ไม่แน่ใจ	จำนวน	2	3	2	4	3	3	0	1	3	3	4	0	6	1	0	0	6	0	0	1	0	0	0	0	0	2	2	3	7
		ร้อยละ	9.1	13.6	9.1	21.1	6.4	25	0	10	11.1	10.3	11.1	0	17.6	5.6	0	0	18.8	0	0	25	0	0	0	0	0	8.7	25	25	10.6
รวม	จำนวน	22	22	22	19	47	12	17	10	27	29	36	1	34	18	10	4	32	17	5	4	3	5	18	0	5	23	8	12	66	
	ร้อยละ	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	0	100	100	100	100	100	
กลาง	ใช่	จำนวน	14	14	15	19	24	0	11	13	19	17	21	5	7	13	19	4	4	7	8	6	6	12	6	2	18	13	0	4	43
		ร้อยละ	58.3	56	65.2	61.3	58.5	0	44	68.4	73.1	54.8	61.8	71.4	53.8	54.2	63.3	80	66.7	53.8	44.4	60	75	70.6	75	66.7	54.5	59.1	0	66.7	59.7
	ไม่ใช	จำนวน	7	8	8	8	15	1	12	5	5	11	11	1	3	8	11	1	1	4	7	4	2	5	2	1	12	7	0	1	23
		ร้อยละ	29.2	32	34.8	25.8	36.6	50	48	26.3	19.2	35.5	32.4	14.3	23.1	33.3	36.7	20	16.7	30.8	38.9	40	25	29.4	25	33.3	36.4	31.8	0	16.7	31.9
	ไม่แน่ใจ	จำนวน	3	3	0	4	2	1	2	1	2	3	2	1	3	3	0	0	1	2	3	0	0	0	0	0	3	2	0	1	6
		ร้อยละ	12.5	12	0	12.9	4.9	50	8	5.3	7.7	9.7	5.9	14.3	23.1	12.5	0	0	16.7	15.4	16.7	0	0	0	0	0	9.1	9.1	0	16.7	8.3
รวม	จำนวน	24	25	23	31	41	2	25	19	26	31	34	7	13	24	30	5	6	13	18	10	8	17	8	3	33	22	0	6	72	
	ร้อยละ	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	0	100	100	0	100	100
ตะวันออก	ใช่	จำนวน	19	22	18	15	44	7	12	17	23	17	31	11	36	19	4	0	28	17	5	7	2	0	4	1	20	14	3	17	59
		ร้อยละ	82.6	75.9	81.8	71.4	83	77.8	85.7	81	76.7	89.5	73.8	84.6	80	76	100	0	80	81	62.5	100	66.7	0	66.7	100	83.3	70	75	89.5	79.7
	ไม่ใช	จำนวน	1	4	2	3	4	0	1	3	3	0	6	1	4	3	0	0	2	2	2	0	1	0	2	0	2	2	0	1	7
		ร้อยละ	4.3	13.8	9.1	14.3	7.5	0	7.1	14.3	10	0	14.3	7.7	8.9	12	0	0	5.7	9.5	25	0	33.3	0	33.3	0	8.3	10	0	5.3	9.5
	ไม่แน่ใจ	จำนวน	3	3	2	3	5	2	1	1	4	2	5	1	5	3	0	0	5	2	1	0	0	0	0	0	2	4	1	1	8
		ร้อยละ	13	10.3	9.1	14.3	9.4	22.2	7.1	4.8	13.3	10.5	11.9	7.7	11.1	12	0	0	14.3	9.5	12.5	0	0	0	0	0	8.3	20	25	5.3	10.8
รวม	จำนวน	23	29	22	21	53	9	14	21	30	19	42	13	45	25	4	0	35	21	8	7	3	0	6	1	24	20	4	19	74	
	ร้อยละ	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	0	100	100	100	100	100	100	0	100	100	100	100	100	100	100

ภาคผนวก ง
แบบสัมภาษณ์และแบบสอบถาม

แบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย

เลขที่แบบสัมภาษณ์

แบบสอบถามคุณลักษณะเรื่องอิทธิพลของกลยุทธ์การตลาดและวิถีการดำเนินชีวิตของผู้ประกอบการประเมินภายหลังการซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย

แบบสัมภาษณ์ที่ 1 การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดและความคิดเห็นที่มีต่อกลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการสินค้าเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย

ชื่อสถานประกอบการ.....

แบบสัมภาษณ์ชุดนี้ประกอบไปด้วย 2 ตอน

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการสินค้าเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย (กรุณาใส่เครื่องหมาย

✓ ลงในช่อง ที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด)

1. เพศ 1. ชาย 2. หญิง
2. อายุ.....ปี
3. สถานภาพสมรส 1. โสด 2. สมรส
4. ระดับการศึกษาสูงสุด 1. มัธยมศึกษา 2. ต่ำกว่าปริญญาตรี 3. ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า 4. ปริญญาโทหรือเทียบเท่า 5. ปริญญาเอกหรือเทียบเท่า 6. อื่นๆ (โปรดระบุ)
5. รายได้ต่อเดือนของสถานประกอบการ 1. ไม่เกิน 100,000 บาท 2. 100,001 – 200,000 บาท 3. 200,001 – 300,000 บาท 4. 300,001 – 400,000 บาท 5. 400,001 – 500,000 บาท 6. มากกว่า 500,000 บาท
6. ระยะเวลาที่ประกอบธุรกิจ.....ปี

7. ภูมิภาคที่สถานประกอบการตั้งอยู่

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1. ภาคเหนือ | <input type="checkbox"/> 2. ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ |
| <input type="checkbox"/> 3. ภาคกลาง | <input type="checkbox"/> 4. ภาคตะวันออก |
| <input type="checkbox"/> 5. ภาคตะวันตก | <input type="checkbox"/> 6. ภาคใต้ |

8. โปรรูปประเภทของสินค้าที่ท่านผลิตและจัดจำหน่าย (ตอบได้มากกว่า)

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1. ผักผลไม้ | <input type="checkbox"/> 2. ข้าว |
| <input type="checkbox"/> 3. สมุนไพร | <input type="checkbox"/> 4. อาหารอบแห้ง |
| <input type="checkbox"/> 5. อื่นๆ (โปรรูป) | |

8.1 ถ้าท่านผลิตและจัดจำหน่ายสินค้ามากกว่า 1 ประเภท สินค้าหลักของท่าน คือ.....

ตอนที่ 2 การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการสินค้าเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย

1. ในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าท่านให้ความสนใจกับกลยุทธ์ใดมากที่สุดและเพราะเหตุใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1. มีใบรับรองมาตรฐานคุณภาพสินค้าจากหน่วยงานที่ได้รับการยอมรับ (Certificate)
- 2. มีตราสินค้า (Brand)
- 3. มีบรรจุภัณฑ์ (Package) ที่ใช้วัสดุย่อยสลายง่าย, มีการออกแบบรูปลักษณะของบรรจุภัณฑ์ที่ดี

และสวยงาม

- 4. มีการระบุแหล่งกำเนิดสินค้า (Product Origin)
- 5. มีความแตกต่างของสินค้า (Product Differentiations)
- 6. มีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ (Product Variety)
- 7. มีนวัตกรรมการผลิต (Product Innovation)
- 8. มีการให้ข้อมูลจริงเกี่ยวกับสินค้า เช่น ข้อดีของการไม่ใช้สารเคมีในการผลิต
- 9. การเปิดเผยข้อมูลที่โปร่งใส เช่น ให้เข้าเยี่ยมชมกระบวนการผลิตสินค้า

1.1 จากคำตอบในข้อที่ 1 ท่านให้ความสนใจกับกลยุทธ์ใดมากที่สุดและเพราะเหตุใด

.....

.....

.....

2. โปรรูปความแตกต่างของราคาขายที่ท่านคิดว่ามีความสมเหตุสมผลระหว่างสินค้าเกษตรอินทรีย์เมื่อเปรียบเทียบกับสินค้าทั่วไป

- 1. ราคาขายสินค้าเกษตรอินทรีย์น่าจะสูงกว่าประมาณ..... เปอร์เซ็นต์
- 2. ราคาขายปลีกน่าจะมีความใกล้เคียงกัน

2.1 ท่านคิดว่าความแตกต่างของราคาขายในข้อ 2 เกิดขึ้นจากปัจจัยบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 1. คุณภาพของสินค้า | <input type="checkbox"/> 2. บรรจุภัณฑ์ที่ใช้ |
| <input type="checkbox"/> 3. ความยากในการเพาะปลูก | <input type="checkbox"/> 4. ต้นทุนค่าขนส่งสินค้า |
| <input type="checkbox"/> 5. ชื่อเสียงของตราสินค้า | <input type="checkbox"/> 6. ฤดูกาลของสินค้า |
| <input type="checkbox"/> 7. อื่นๆ โปรดระบุ..... | |

3. ท่านใช้ช่องทางใดบ้างในการกระจายสินค้า (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1. ขายผ่านสื่อออนไลน์ เช่น อินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ ตลาดออนไลน์
- 2. ขายผ่านซูเปอร์มาร์เก็ต เช่น ในห้างสรรพสินค้า
- 3. ขายผ่านร้านที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์
- 4. ขายตรงจากฟาร์มหรือสวน
- 5. ขายผ่านตลาดนัดชุมชน
- 6. ขายผ่านระบบสมาชิก เช่น สหกรณ์
- 7. อื่นๆ โปรดระบุ.....

3.1 จากคำตอบในข้อ 3 ท่านใช้ช่องทางใดในการจัดจำหน่ายสินค้ามากที่สุด เพราะเหตุใด

.....

.....

.....

4. ท่านให้ความสำคัญกับเครื่องมือหรือสื่อในการสื่อสารทางการตลาดกับลูกค้าส่วนใดบ้างและเพราะเหตุผลใด (ตอบได้

มากกว่า 1 ข้อ)

- | | | |
|--|---|--|
| <input type="checkbox"/> 1. การให้ส่วนลด | <input type="checkbox"/> 2. บัตรสมาชิก | <input type="checkbox"/> 3. โทรทัสน์ |
| <input type="checkbox"/> 4. วิทย์ | <input type="checkbox"/> 5. หนังสือพิมพ์ | <input type="checkbox"/> 6. นิตยสารเพื่อสุขภาพ |
| <input type="checkbox"/> 7. โบปลิว | <input type="checkbox"/> 8. เพื่อน/ครอบครัว | <input type="checkbox"/> 9. การสาธิตสินค้า |
| <input type="checkbox"/> 10. การออกนิทรรศการ | | |
| <input type="checkbox"/> 11. อินเทอร์เน็ต เช่น | | |
| <input type="checkbox"/> 11.1 เว็บไซต์ของร้านค้า | | |
| <input type="checkbox"/> 11.2 เครือข่ายสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Google Group, You tube หรืออื่นๆ โปรด | | |
| ระบุ..... | | |
| <input type="checkbox"/> 12. อื่นๆ โปรดระบุ..... | | |

4.1 จากคำตอบในข้อ 4 ท่านให้ความสำคัญกับเครื่องมือหรือสื่อในการสื่อสารทางการตลาดกับลูกค้าส่วนใดมากที่สุด เพราะเหตุใด

.....

.....

.....

5. ท่านใช้นวัตกรรมในการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์หรือไม่ 1. ไม่ใช่ 2. ใช่
โปรดตอบคำถามข้อ 5.1- 5.3

1. ใช้วิธีการอื่นในการทดแทนการใช้สารเคมีในการผลิต โปรดอธิบาย.....

.....

.....

2. ใช้วิธีที่เก็บสินค้าให้ยาวนานขึ้น โปรดอธิบาย.....

.....

.....

3. ใช้เทคโนโลยีในการแปรรูปสินค้า โปรดอธิบาย.....

.....

.....

6. โปรดระบุจุดขายของสินค้าเกษตรอินทรีย์ของท่านที่แตกต่างจากผู้ประกอบการรายอื่นๆ

.....

.....

.....

7. ท่านมีการสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการด้วยกันหรือไม่ อย่างไร เช่น ความร่วมมือในการผลิตสินค้าหรือ

ความร่วมมือในการจัดส่งสินค้าหรือการแลกเปลี่ยนความรู้ในการผลิตสินค้า เป็นต้น

.....

.....

.....

8. โปรดระบุสาเหตุที่ท่านสนใจประกอบธุรกิจผลิตและหรือจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์

.....

.....

9. ท่านประสบปัญหาในการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์หรือไม่ ถ้ามีโปรดระบุปัญหา เช่น การขาดการสนับสนุนจากภาครัฐ, การนำเสียของสินค้า เป็นต้น

.....
.....
.....

10. โปรดระบุคุณลักษณะของกลุ่มลูกค้าหลักทั้งในปัจจุบันและในอนาคตของท่าน

.....
.....
.....

11. ท่านมีแผนการที่จะพัฒนาธุรกิจของท่านในประเด็นใดบ้างในอนาคต

.....
.....
.....

แบบสอบถามผู้ซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย

เลขที่แบบสอบถาม

แบบสอบถามคุณฉันทินพงษ์เรื่องอิทธิพลของกลยุทธ์การตลาดและวิถีการดำเนินชีวิต
ของผู้ซื้อต่อการประเมินภายหลังการซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย

แบบสอบถามที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ซื้อสินค้า พฤติกรรมการบริโภคสินค้า วิถีการดำเนินชีวิตของผู้ซื้อ ความคิดเห็นและการประเมินผลหลังการซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์
แบบสอบถามชุดนี้ประกอบไปด้วย 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย (กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด)

ภูมิภาค.....จังหวัด.....

- 1.1. เพศ 1. ชาย 2. หญิง
- 1.2. อายุ 1. ไม่เกิน 25 ปี 2. 26-35 ปี
 3. 36-45 ปี 4. 46 ปีขึ้นไป
- 1.3. สถานภาพสมรส 1. โสด 2. สมรส
 3. หย่า / แยกกันอยู่/ หม้าย
- 1.4. ระดับการศึกษาสูงสุด 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี 2. ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า
 3. ปริญญาโท 4. ปริญญาเอก
- 1.5. รายได้ต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม 1. ไม่เกิน 15,000 บาท 2. ประมาณ 15,001 – 25,000 บาท
 3. ประมาณ 25,001 – 35,000 บาท 4. ประมาณ 35,001 – 45,000 บาท
 5. ประมาณ 45,001 – 55,000 บาท 6. มากกว่า 55,000 บาท

2.5.1 จากข้อ 2.5 ท่านมีความสนใจซื้อสินค้าจากช่องทางใดมากที่สุด (โปรดระบุเพียง 1 ข้อเท่านั้น)..... (ใส่หมายเลข)

2.6 โดยเฉลี่ยแล้วท่านซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์บ่อยแค่ไหน.....

2.7 โปรดระบุเปอร์เซ็นต์ความแตกต่างของราคาขายที่ท่านคิดว่าจะมีความสมเหตุสมผลกับสินค้าเกษตรอินทรีย์เมื่อเทียบกับสินค้าทั่วไปที่ท่านคิดว่าราคาขายสินค้าเกษตรอินทรีย์ควรมีราคาสูงกว่าสินค้าทั่วไป.....เปอร์เซ็นต์

ตอนที่ 3 วิธีการดำเนินชีวิต (กิจกรรม ความสนใจ ความคิดเห็น) ของผู้ซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย

(กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด) โดยกำหนดค่าคะแนนระดับดังนี้

เห็นด้วย อย่างมาก	เห็นด้วย	เห็นด้วย ปานกลาง	ไม่ออก ความคิดเห็น	ไม่เห็นด้วย ปานกลาง	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างมาก
⑦	⑥	⑤	④	③	②	①

3.1 กิจกรรมของผู้ซื้อสินค้า

3.1.1 ฉันชอบเดินทางไปร้านที่จำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ในช่วงวันหยุด	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
3.1.2 ฉันชอบเดินสำรวจสินค้าเกษตรอินทรีย์ชนิดใหม่ๆ	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
3.1.3 ฉันซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์หลากหลายชนิด	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
3.1.4 ฉันชอบทดลองใช้หรือซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ชนิดใหม่ๆ	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
3.1.5 ฉันชอบที่จะพูดคุยกับเพื่อนเรื่องสินค้าเกษตรอินทรีย์	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
3.1.6 ฉันอ่านข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการเพาะปลูกสินค้าเกษตรอินทรีย์	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
3.1.7 ฉันชอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
3.1.8 ฉันชอบทำกิจกรรมการพัฒนาชุมชนต่างๆ เช่น การก่อสร้างโรงเรียน	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
3.1.9 ฉันชอบปลูกพืชผักเองภายในครัวเรือนเพื่อนำมารับประทาน	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
3.1.10 ฉันชอบเข้าร่วมกิจกรรมเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมต่างๆ เช่น การปลูกป่า	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①

3.2. ความสนใจของผู้ซื้อสินค้า

3.2.1 ฉันสนใจรับฟังข่าวสารเกี่ยวกับการลดราคาสินค้าเกษตรอินทรีย์	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
3.2.2 ฉันสนใจศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับกระบวนการเพาะปลูกสินค้าเกษตรอินทรีย์	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
3.2.3 ฉันสนใจที่จะหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าก่อนตัดสินใจซื้อ (ข้อดีของสินค้า)	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
3.2.4 ฉันสนใจที่จะสมัครเป็นสมาชิกร้านค้าที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
3.2.5 ฉันสนใจวิตามินหรืออาหารเสริมที่ช่วยบำรุงสุขภาพ	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
3.2.6 ฉันสนใจในหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
3.2.7 ฉันสนใจศึกษาวิธีการออกกำลังกายที่ทำให้มีสุขภาพแข็งแรง	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
3.2.8 ฉันสนใจในดนตรีพื้นบ้าน	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
3.2.9 ฉันสนใจศึกษาวิธีการเลี้ยงสัตว์แบบเกษตรอินทรีย์	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①

3.2.10 ฉันสนใจที่จะเป็นผู้ประกอบการสินค้าเกษตรอินทรีย์ในอนาคต ⑦ ⑥ ⑤ ④ ③ ② ①

3.3. ความคิดเห็นของผู้ซื้อสินค้า

ฉันคิดว่าถ้าฉันซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์จะทำให้ :-

3.3.1 ฉันจะได้รับความปลอดภัยในการบริโภคสินค้า ⑦ ⑥ ⑤ ④ ③ ② ①

3.3.2 ฉันจะมีสุขภาพที่ดีขึ้น ⑦ ⑥ ⑤ ④ ③ ② ①

3.3.3 ฉันจะได้รับความคุณภาพของสินค้าที่ดีกว่าสินค้าทั่วไป ⑦ ⑥ ⑤ ④ ③ ② ①

3.3.4 ฉันจะได้รับความรสชาติของอาหารที่ดีกว่าอาหารทั่วไป ⑦ ⑥ ⑤ ④ ③ ② ①

3.3.5 ฉันจะได้รับความคุ้มค่าทางโภชนาการทางด้านอาหารที่มากกว่าสินค้าทั่วไป ⑦ ⑥ ⑤ ④ ③ ② ①

3.3.6 ฉันจะช่วยอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ⑦ ⑥ ⑤ ④ ③ ② ①

3.3.7 ฉันจะช่วยรักษาสวัสดิภาพของสัตว์ได้ เช่น สัตว์จะได้รับการเลี้ยงดูที่ดีกว่า ⑦ ⑥ ⑤ ④ ③ ② ①

3.3. ความคิดเห็นของผู้ซื้อสินค้า (ต่อ)

3.3.8 ฉันคิดว่าถ้ามีการจัดงานแสดงสินค้าฉันจะซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ในปริมาณที่มากขึ้น ⑦ ⑥ ⑤ ④ ③ ② ①

3.3.9 ฉันคิดว่าการเพาะปลูกแบบเกษตรอินทรีย์สามารถช่วยลดภาวะโลกร้อน ⑦ ⑥ ⑤ ④ ③ ② ①

3.3.10 ฉันมีความคิดเห็นว่าจะซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ต่อไปในอนาคต ⑦ ⑥ ⑤ ④ ③ ② ①

3.4. ปัจจัยใดที่ทำให้ท่านซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์มากขึ้นในอนาคต (โปรดระบุเพียง 1 ข้อ)

- | | |
|--|--|
| <input type="radio"/> 1. ความปลอดภัยของสินค้า | <input type="radio"/> 2. สุขภาพที่แข็งแรง |
| <input type="radio"/> 3. คุณภาพของสินค้า | <input type="radio"/> 4. รสชาติของสินค้า |
| <input type="radio"/> 5. ความกังวลต่อความปลอดภัยของผู้เพาะปลูก | <input type="radio"/> 6. ความกังวลต่อสิ่งแวดล้อม |
| <input type="radio"/> 7. ความกังวลต่อสวัสดิภาพของสัตว์ | |

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นของผู้ซื้อที่มีต่อกลยุทธ์การตลาดสำหรับสินค้าเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย (กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด) โดยกำหนดค่าคะแนนระดับความสำคัญดังนี้

สำคัญมากที่สุด ⑦ ⑥ ⑤ ④ ③ ② ① สำคัญน้อยที่สุด

4.1 ท่านให้ความสำคัญกับการสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้าเกษตรอินทรีย์ดังต่อไปนี้เพียงใด (กลยุทธ์การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า)

4.1.1 ใบบรับรองมาตรฐานคุณภาพสินค้า ⑦ ⑥ ⑤ ④ ③ ② ①

4.1.2 ยี่ห้อ/ตราสินค้า ⑦ ⑥ ⑤ ④ ③ ② ①

4.1.3 บรรจุภัณฑ์ที่ดี/หีบห่อ ⑦ ⑥ ⑤ ④ ③ ② ①

4.1.4 การระบุแหล่งผลิตของสินค้า ที่ชัดเจน ⑦ ⑥ ⑤ ④ ③ ② ①

4.1.5 สินค้ามีความแตกต่างจากผู้ประกอบการรายอื่น เช่น คุณภาพ ⑦ ⑥ ⑤ ④ ③ ② ①

4.1.6 ผู้ประกอบการมีสินค้าให้เลือกหลากหลายชนิด ⑦ ⑥ ⑤ ④ ③ ② ①

4.1.7 นวัตกรรมการผลิตใหม่ๆ ที่ผู้ประกอบการรายอื่นยังไม่มี ⑦ ⑥ ⑤ ④ ③ ② ①

4.2 ท่านให้ความสำคัญกับการตั้งราคาขายสินค้าเกษตรอินทรีย์ดังต่อไปนี้เพียงใด (กลยุทธ์ด้านราคา)

4.2.1 ราคาขายสินค้าเกษตรอินทรีย์ควรเท่ากับราคาขายสินค้าทั่วไป ⑦ ⑥ ⑤ ④ ③ ② ①

4.2.2 ราคาขายสินค้าเกษตรอินทรีย์ควรสูงกว่าราคาขายสินค้าทั่วไป ⑦ ⑥ ⑤ ④ ③ ② ①

4.2.3 ราคาไม่ผลต่อความตั้งใจในการซื้อสินค้าของท่าน ⑦ ⑥ ⑤ ④ ③ ② ①

4.2.4 ราคาไม่ผลต่อแนวโน้มการกลับมาซื้อสินค้าใหม่ในอนาคต ⑦ ⑥ ⑤ ④ ③ ② ①

4.2.5 ราคามีผลต่อแนวโน้มการซื้อสินค้าเพิ่มในอนาคต	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
4.3 ท่านให้ความสำคัญกับช่องทางการซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ดังต่อไปนี้เพียงใด (กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า)							
4.3.1 อินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ร้านค้า ตลาดออนไลน์	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
4.3.2 ห้างสรรพสินค้า เช่น ในซูเปอร์มาร์เก็ต	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
4.3.3 ร้านที่จำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ เช่น ฟู้ดแลนด์, โกลเด้นเพลส, เลมอนฟาร์ม	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
4.3.4 ร้านค้าหน้าฟาร์มหรือสวนของผู้ประกอบการเอง	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
4.3.5 ร้านค้าในตลาดนัดชุมชน	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
4.3.6 ร้านค้าในระบบสมาชิก เช่น สหกรณ์	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
4.4 ท่านให้ความสำคัญกับกลยุทธ์ต่อไปนี้เพียงใด (กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด)							
4.4.1 การโฆษณาทาง							
1) โทรทัศน์	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
2) วิทยุ	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
3) หนังสือพิมพ์	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
4) นิตยสารเพื่อสุขภาพ	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
5) สื่อออนไลน์ เช่น Facebook, Google Group, You tube	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
4.4.2 การประชาสัมพันธ์โดย							
1) สิ่งพิมพ์ต่างๆ เช่น โบปลิว (เหมือนพวกโบปลิวที่เดินแจกตามบ้านหรือในห้าง)	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
2) จดหมายข่าว (เมื่อท่านสมัครเป็นสมาชิกกับร้านค้าก็จะได้รับข่าวจากร้านที่ท่านสมัคร)	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
3) การบอกข่าวสาร โดยบอกผ่านคนรู้จัก เช่น เพื่อน ครอบครัว	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
4) งานแสดงสินค้า	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
5) อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ร้านค้า, ตลาดออนไลน์	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
4.4.3 การส่งเสริมการขายโดย							
1) การให้ส่วนลดเมื่อซื้อสินค้าจำนวนมาก	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
2) การจัดทำบัตรสมาชิกเพื่อสะสมคะแนนแลกซื้อสินค้า	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
3) แจกสินค้าเพื่อให้ทดลองใช้	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
4) แคมเปญสินค้าให้เมื่อซื้อสินค้าจำนวนมาก	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
5) บริการจัดส่งสินค้าถึงบ้าน	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
4.4.4 การใช้พนักงานขาย							
1) มีความรู้เกี่ยวกับสินค้าเป็นอย่างดี	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
2) มีอรรถาธิบายที่ดี	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
3) มีการต้อนรับลูกค้าที่ดี	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
4) มีเทคนิคการขายที่ดี	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
5) มีพนักงานที่ให้บริการเพียงพอ	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
4.4.5 การตลาดทางตรง							
1) ร้านค้าหน้าฟาร์มหรือสวนของผู้ประกอบการเอง	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①
2) ขายผ่านเว็บไซต์ร้านค้า	⑦	⑥	⑤	④	③	②	①

4.5 ท่านให้ความสำคัญกับปัจจัยของผู้ประกอบการด้านใดมากที่สุด (โปรดระบุเพียง 1 ข้อ)

1. ปัจจัยที่เกี่ยวกับสินค้า เช่น ลักษณะของหีบห่อ, ความสดใหม่
2. ปัจจัยด้านราคา
3. ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า (สถานที่จำหน่ายสินค้า)
4. ปัจจัยทางด้านของการส่งเสริมการตลาด เช่น การโฆษณา, การให้ส่วนลด

ตอนที่ 5 การประเมินภายหลังการซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ (กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความเป็นจริงของ

ท่านมากที่สุดโปรดเลือกเพียง 1 ข้อเท่านั้น)

5.1 การซื้อซ้ำ

5.1.1 ท่านจะซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ในครั้งต่อไป 1. ใช่ 2. ไม่ใช่ 3. ไม่แน่ใจ

5.1.2 ในรอบระยะเวลาหนึ่งเดือนที่ผ่านมาท่านมีความตั้งใจที่จะซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์หรือไม่

1. มี

2. ไม่มี (ถ้าท่านตอบข้อนี้โปรดข้ามไปตอบข้อ 5.1.2.2)

5.1.2.1 ถ้ามีในรอบระยะเวลาหนึ่งเดือนที่ผ่านมาท่านมีความตั้งใจที่จะซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์โดยมีการเปลี่ยนแปลงอย่างไร

1. เพิ่มขึ้น 2. คงที่ 3. ลดลง

5.1.2.2 ถ้าไม่มีการซื้อสินค้าในรอบระยะเวลาหนึ่งเดือนที่ผ่านมาท่านมีความตั้งใจที่จะซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ในอนาคตหรือไม่

1. มี 2. ไม่มี

5.2 ความพึงพอใจในตราสินค้า

5.2.1 ท่านมักจะเลือกยี่ห้อหรือตราสินค้าของสินค้าเกษตรอินทรีย์ก่อนทำการตัดสินใจซื้อ

1. ใช่ 2. ไม่ใช่ 3. ไม่แน่ใจ

5.2.2 ความพึงพอใจในยี่ห้อหรือตราสินค้าเกษตรอินทรีย์ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะซื้อของท่าน

1. ใช่ 2. ไม่ใช่ 3. ไม่แน่ใจ

5.3 ความภักดีในตราสินค้า

5.3.1 ท่านมักจะเลือกซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์โดยเจาะจงยี่ห้อหรือตราสินค้าที่ใช้ประจำ

1. ใช่ 2. ไม่ใช่ 3. ไม่แน่ใจ

5.3.2 ท่านมักจะลังเลที่จะซื้อยี่ห้อหรือตราสินค้าเกษตรอินทรีย์ใหม่ที่ท่านยังไม่เคยซื้อ

1. ใช่ 2. ไม่ใช่ 3. ไม่แน่ใจ

5.4 การขยายตราสินค้า (การซื้อสินค้าชนิดใหม่ภายใต้ยี่ห้อหรือตราสินค้าเดิม)

5.4.1 ท่านมั่นใจในคุณภาพของยี่ห้อหรือตราสินค้าที่ใช้อยู่เป็นประจำ

1. ใช่ 2. ไม่ใช่ 3. ไม่แน่ใจ

5.4.2 ถ้ายี่ห้อหรือตราสินค้าที่ท่านใช้อยู่เป็นประจำออกสินค้าใหม่ท่านยินดีจะซื้อ

1. ใช่ 2. ไม่ใช่ 3. ไม่แน่ใจ

ข้อคิดเห็น.....

หมายเหตุ :-

1. **การคำนึงถึงสวัสดิภาพของสัตว์** หมายถึง การเลี้ยงดูสัตว์แบบเกษตรอินทรีย์ซึ่งจะเป็นการเลี้ยงที่ดีกว่าการเลี้ยงดูสัตว์ทั่วไป โดยสัตว์จะมีโรงเรือนที่สะอาดได้รับการใส่ใจจากผู้เลี้ยงดู ไม่มีการฉีดฮอร์โมนหรือสารเร่งโต ปลอ่ยให้สัตว์อยู่ตามธรรมชาติมากกว่าการกักขังและมีการให้อาหารอย่างถูกต้องหลักตามกฎของการเลี้ยงสัตว์แบบเกษตรอินทรีย์ เช่น ไข่ไก่ของฟาร์มแม่ไก่อารมณ์ดีจะปลอ่ยให้ไก่อยู่ตามธรรมชาติมีการเปิดเพลงให้ฟังและมีสภาพแวดล้อมที่สะอาดมากไม่มีการฉีดฮอร์โมนให้ไก่สามารถออกไข่ได้มากโดยผลที่ได้รับนั้นไข่ไก่เกษตรอินทรีย์จะมีโภชนาการทางด้านอาหารสูงกว่าไข่ไก่ทั่วไป