

การศึกษาลักษณะและการตัดสินใจของผู้ผลิตและผู้บริโภคภายใต้ระบบชุมชนสนับสนุนเกษตรกรรม



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ ไม่สังกัดภาควิชา/เทียบเท่า

คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2562

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

A STUDY OF CHARACTERISTICS AND DECISION-MAKING OF FARMERS AND CONSUMERS
IN COMMUNITY SUPPORTED AGRICULTURE



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Economics in Economics

Common Course

FACULTY OF ECONOMICS

Chulalongkorn University

Academic Year 2019

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์	การศึกษาลักษณะและการตัดสินใจของผู้ผลิตและผู้บริโภค ภายใต้ระบบชุมชนสนับสนุนเกษตรกรรม
โดย	นายพัชรดนัย ไชยเดช
สาขาวิชา	เศรษฐศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก	รองศาสตราจารย์ ดร.สิทธิเดช พงศ์กิจวรสิน

คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้หัวข้อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

.....	คณบดีคณะเศรษฐศาสตร์
(รองศาสตราจารย์ ดร.สิทธิเดช พงศ์กิจวรสิน)	
คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์	
.....	ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สรวัย บุญยमानนท์)	
.....	อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก
(รองศาสตราจารย์ ดร.สิทธิเดช พงศ์กิจวรสิน)	
.....	กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนิษฐา เต็มบุญเลิศชัย)	
.....	กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย
(ดร.ภาวิญญ์ เถลิงศรี)	

พัชรดนัย ไชยเดช : การศึกษาลักษณะและการตัดสินใจของผู้ผลิตและผู้บริโภคภายใต้ระบบชุมชนสนับสนุนเกษตรกรรม. (A STUDY OF CHARACTERISTICS AND DECISION-MAKING OF FARMERS AND CONSUMERS IN COMMUNITY SUPPORTED AGRICULTURE) อ.ที่ปรึกษาหลัก : รศ. ดร.สิทธิเดช พงศ์กิจวรสิน

ระบบชุมชนสนับสนุนเกษตรกรรม (CSA) คือ รูปแบบของความสัมพันธ์ระหว่างเกษตรกรและผู้บริโภค ในการซื้อขายผลผลิตอินทรีย์ โดยให้ผู้บริโภคเข้ามาเป็นสมาชิกและมีการชำระเงินล่วงหน้าให้เกษตรกรเป็นรายปี ผู้บริโภคจะได้ผลผลิตอินทรีย์จากฟาร์มเกษตรกรโดยตรง เป็นรายสัปดาห์ หรือตามข้อกำหนดที่ตกลงกันได้ การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะและการตัดสินใจของเกษตรกรและผู้บริโภคที่เป็นสมาชิกภายใต้ระบบชุมชนสนับสนุนเกษตรกรรม (CSA) ในประเทศไทย โดยผู้วิจัยเลือกเก็บข้อมูลผ่านแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างเกษตรกรและกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคทั้งที่อยู่ภายใต้ระบบและไม่ได้ที่อยู่ภายใต้ระบบ CSA ผลการศึกษาพบว่าเกษตรกรในกลุ่ม CSA มีอายุเฉลี่ยที่สูง มีรายจ่ายและหนี้สินน้อย ในด้านลักษณะเกษตรกรรมเกษตรกรในกลุ่ม CSA มีประสิทธิภาพในภาคเกษตรน้อยกว่า และใช้พื้นที่ในการเพาะปลูกน้อยกว่าเกษตรกรในกลุ่ม Non-CSA เหตุผลในการตัดสินใจเข้าร่วม CSA ของเกษตรกรให้ความสำคัญกับการไม่ใช้สารเคมีในการเกษตรมากที่สุด ลักษณะของผู้บริโภคในระบบชุมชนสนับสนุนเกษตรกรรม (CSA) มีอายุเฉลี่ย ระดับการศึกษา จำนวนสมาชิกในครัวเรือน และระดับรายได้สูงกว่าผู้บริโภคในกลุ่ม Non-CSA โดยเหตุผลในด้านผลผลิตอินทรีย์เป็นแรงจูงใจของผู้บริโภคในการตัดสินใจเข้าร่วมในระบบชุมชนสนับสนุนเกษตรกรรมมากที่สุด

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

สาขาวิชา เศรษฐศาสตร์

ปีการศึกษา 2562

ลายมือชื่อนิสิต

ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาหลัก

5985168029 : MAJOR ECONOMICS

KEYWORD: Community Supported Agriculture, CSA producer, CSA consumer,
CSA joining

Pacharadanai Chaidech : A STUDY OF CHARACTERISTICS AND DECISION-
MAKING OF FARMERS AND CONSUMERS IN COMMUNITY SUPPORTED
AGRICULTURE. Advisor: Assoc. Prof. Sittidaj Pongkijvorasin, Ph.D.

Community Supported Agriculture (CSA) is a system that supports a relationship between producers and consumers in an organic product market. It allows consumers to become members and subscribe for the farming products with an annual prepayment. As a result, these members are able to receive the products regularly and directly from the producers every particular time period depending on the subscription contract. The objective of this work is to study the characteristics and decision-making of the producers and the consumers who are the members of CSA in Thailand. A survey on a sample of the producers and consumers in CSA and non-CSA system was conducted. The results show that producers in the CSA group are older and have less expenses as well as debts on average. In terms of agriculture, the CSA members have less experience in farming and require less land usage than the non-members. The most important reason of joining CSA is the non-use of agricultural chemicals. As for the consumer side, the consumers in the CSA group have higher ages, educational levels, the numbers of family members and income levels compared to the consumers in the Non-CSA group. An organic vegetables is the most important motivations of the CSA consumers to join the community.

Field of Study: Economics

Student's Signature

Academic Year: 2019

Advisor's Signature

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้คงไม่อาจสำเร็จลุล่วงไปด้วยดีได้ หากปราศจากความเมตตาและโอกาสอันล้ำค่าจากรองศาสตราจารย์ ดร.สิทธิเดช พงศ์กิจวรสิน ที่ทำให้ผู้วิจัยได้หัวข้อในการทำวิทยานิพนธ์ และกรุณารับเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาของผู้วิจัย ได้ให้ข้อมูลและคำแนะนำต่าง ๆ ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อผู้วิจัย โดยเฉพาะการวางเค้าโครง แนวทางการเขียนเนื้อหาและบทวิเคราะห์ ตลอดจนการกำหนดกรอบเวลาในการเสนอความคืบหน้าของงาน อีกทั้งยังได้สละเวลาตรวจสอบความถูกต้องและช่วยแก้ปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นระหว่างการดำเนินงานอีกด้วย ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งใจและสำนึกในพระคุณของท่านอาจารย์เป็นอย่างยิ่ง จึงขอกราบขอบพระคุณท่านอาจารย์ไว้ ณ ที่นี้

ขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สวรัย บุญมานนท์ ประธานกรรมการวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนิษฐา แต่มบุญเลิศชัย และ ดร.ภาวิญญู เถลิงศรี กรรมการวิทยานิพนธ์ ที่ท่านได้กรุณาชี้แนะแนวทางและคำแนะนำ ตลอดจนข้อสังเกตต่าง ๆ ทำให้ผู้เขียนได้พัฒนาแนวความคิดและไตร่ตรองปัญหาต่าง ๆ ได้อย่างรอบคอบมากยิ่งขึ้นจนทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลงได้

ขอกราบขอบพระคุณ โครงการฝึกประสบการณ์ จังหวัดสุพรรณบุรี และ เดอะ บาสเก็ต จังหวัดเพชรบุรีสถานที่ที่มอบโอกาสและอนุญาตให้ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลเพื่อทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ รวมถึงสมาชิกของโครงการที่เกี่ยวข้อง ที่สละเวลาอันมีค่าและได้ให้ข้อมูลที่สำคัญแก่ผู้วิจัยตลอดการเก็บข้อมูลอีกด้วย

ขอกราบขอบพระคุณ บิดามารดาและครอบครัว ที่ช่วยสนับสนุนในด้านการศึกษแก่ผู้วิจัย และเป็นกำลังใจสำคัญซึ่งทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงลงได้ ขอขอบคุณพี่ๆ หลักรัฐศาสตร์มหาบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยเฉพาะ พี่โอม พี่เถียร พี่เคนท์ และพี่ปอนด์ ที่คอยให้ความช่วยเหลือ ให้คำแนะนำ และกำลังใจตลอดระยะเวลาที่ศึกษา รวมทั้งขอขอบคุณกัลยาณมิตรทุกท่านที่ได้ให้กำลังใจแก่ผู้วิจัย โดยเฉพาะเพื่อนคนสำคัญ ธเนศ มากโฉม (แอม) ที่ได้ให้คำแนะนำและความช่วยเหลือแก่ผู้วิจัยด้วยความเต็มใจเสมอมา

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยขอขอบคุณ แนทเธอริน ดุสิตา กิตติสาระกุลชัย ผู้ที่เป็นหนึ่งในกำลังใจที่สำคัญยิ่งและเป็นแรงผลักดันให้ผู้วิจัยสามารถฟันฝ่าอุปสรรคและความยากลำบากต่างๆ จนทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

พัชรดนัย ไชยเดช

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ค
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ง
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญรูป.....	ฎ
บทที่ 1 บทนำ	12
1.1 ที่มาและความสำคัญ.....	12
1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย.....	19
1.3 ขอบเขตการวิจัย	20
1.3.1 ขอบเขต CSA	20
1.3.2 ขอบเขตกลุ่มตัวอย่าง.....	20
1.3.3 ขอบเขตพื้นที่.....	21
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	21
บทที่ 2 ภูมิหลัง และวรรณกรรมปริทัศน์	22
2.1 ภูมิหลัง.....	22
2.1.1 โครงการฝึกประสานใจ	23
2.1.2 เดอะ บาสเก็ต.....	24
2.2 วรรณกรรมปริทัศน์	25
2.2.1 ลักษณะเกษตรกรและผู้บริโภคภายใต้ระบบชุมชนสนับสนุนเกษตรกร.....	25

2.2.2 เหตุผลของเกษตรกรและผู้บริโภคในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกในระบบชุมชนสนับสนุนเกษตรกรกรรม (CSA).....	31
2.2.3 ความคาดหวังรายได้ของเกษตรกรและความยินดีในการจ่ายเงินของผู้บริโภคในระบบชุมชนสนับสนุนเกษตรกรกรรม (CSA)	35
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	37
3.1 ขั้นตอนการวิจัย	37
3.1.1 การวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research).....	37
3.1.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล (Data)	37
3.2 กลุ่มตัวอย่าง	37
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	38
3.3.1 แบบสอบถามเกษตรกร.....	38
3.3.2 แบบสอบถามผู้บริโภค	39
3.4 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือวิจัย	40
3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล	41
3.5.1 กลุ่มตัวอย่างเกษตรกรและผู้บริโภคในระบบ CSA.....	41
3.5.2 กลุ่มตัวอย่างเกษตรกรและผู้บริโภคทั่วไป	41
3.6 วิธีการพิทักษ์สิทธิ์กลุ่มตัวอย่างหรือผู้มีส่วนร่วมในการวิจัย	42
3.7 งบประมาณในการทำวิจัย	42
3.8 แผนการดำเนินงานตลอดโครงการวิจัย	44
3.9 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล	46
3.9.1 กลุ่มตัวอย่างเกษตรกร	46
3.9.2 กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภค.....	48
3.9.3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม CSA.....	50
บทที่ 4 ผลการวิจัย.....	52

4.1 ผลการวิจัยเกษตรกร.....	52
4.1.1 ข้อมูลทั่วไป.....	52
4.1.2 ลักษณะเกษตรกรรวม.....	53
4.1.3 แหล่งข้อมูลข่าวสาร.....	54
4.1.4 ข้อมูลสมาชิกเกษตรกร CSA.....	55
4.1.5 เหตุผลในการเข้าร่วม/ไม่เข้าร่วม CSA.....	56
4.1.6 ปัญหา.....	58
4.1.7 รายได้ล่วงหน้า.....	61
4.2 ผลการวิจัยผู้บริโภค.....	63
4.2.1 ข้อมูลทั่วไป.....	63
4.2.2 ลักษณะพฤติกรรม.....	65
4.2.3 แหล่งที่ซื้อและการตัดสินใจเลือกซื้อผัก.....	66
4.2.4 แหล่งข้อมูลข่าวสาร.....	68
4.2.5 ข้อมูลสมาชิกผู้บริโภค CSA.....	69
4.2.6 เหตุผลในการเข้าร่วม/ไม่เข้าร่วม CSA.....	72
4.2.7 การจ่ายเงินล่วงหน้า.....	75
4.3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม CSA.....	78
4.3.1 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม CSA ของกลุ่มตัวอย่างเกษตรกร.....	78
4.3.2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม CSA ของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภค.....	80
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	84
5.1 สรุปผลการศึกษา.....	84
5.1.1 ลักษณะของเกษตรกรภายใต้ระบบชุมชนสนับสนุนเกษตรกรรวม (CSA).....	84
5.1.2 การตัดสินใจของเกษตรกรภายใต้ระบบชุมชนสนับสนุนเกษตรกรรวม (CSA).....	86
5.1.3 ลักษณะของผู้บริโภคภายใต้ระบบชุมชนสนับสนุนเกษตรกรรวม (CSA).....	87

5.1.4 การตัดสินใจของผู้บริโภคภายใต้ระบบชุมชนสนับสนุนเกษตรกรรม (CSA) 87

5.2 อภิปรายผล 89

5.3 ข้อเสนอแนะ 93

5.3.1 ภาครัฐ 93

5.3.2 ผู้ประกอบการและเกษตรกรในระบบชุมชนสนับสนุนเกษตรกรรม (CSA) 95

บรรณานุกรม 97

ประวัติผู้เขียน 103



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 รายละเอียดค่าใช้จ่าย.....	43
ตารางที่ 2 แผนการดำเนินงานตลอดโครงการวิจัย	44
ตารางที่ 3 สรุปข้อมูลทั่วไปของเกษตรกร.....	53
ตารางที่ 4 สรุปลักษณะเกษตรกรรวมของเกษตรกร	54
ตารางที่ 5 แสดงสัดส่วนระยะเวลาที่เข้าร่วมเป็นสมาชิก CSA ของเกษตรกร.....	56
ตารางที่ 6 สรุปปัญหาปัจจุบันของเกษตรกรในกลุ่ม CSA และ Non-CSA	61
ตารางที่ 7 สรุปรายได้ล่วงหน้าที่คาดหวังในเกษตรกรรูปแบบ CSA ของแต่ละช่วงเวลา.....	63
ตารางที่ 8 สรุปข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค.....	64
ตารางที่ 9 สรุปข้อมูลลักษณะพฤติกรรมของผู้บริโภค.....	66
ตารางที่ 10 สรุปปัจจัยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญในการตัดสินใจเลือกซื้อผัก	68
ตารางที่ 11 แสดงสัดส่วนระยะเวลาที่เข้าร่วมเป็นสมาชิก CSA ของผู้บริโภค	70
ตารางที่ 12 สรุปการจ่ายเงินค่าสมาชิกผักล่วงหน้าของผู้บริโภคในกลุ่ม CSA.....	71
ตารางที่ 13 สรุปความยินดีในการจ่ายเงินล่วงหน้าในการซื้อผักรูปแบบ CSA.....	78
ตารางที่ 14 แสดงรายละเอียดของตัวแปรต่างๆ ที่ใช้ในการวิเคราะห์	78
ตารางที่ 15 แสดงผลของปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้าร่วมเป็นสมาชิก CSA ของกลุ่มตัวอย่างเกษตรกร. 79	
ตารางที่ 16 แสดงรายละเอียดของตัวแปรต่างๆ ที่ใช้ในการวิเคราะห์	80
ตารางที่ 17 แสดงผลของปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้าร่วมเป็นสมาชิก CSA ของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภค ..	82

สารบัญรูป

	หน้า
รูปที่ 1 แสดงข้อมูลช่องทางการรู้จัก CSA ของเกษตรกรกลุ่ม CSA และ Non-CSA.....	55
รูปที่ 2 แสดงสัดส่วนอาชีพก่อนเข้าร่วมเป็นสมาชิก CSA ของเกษตรกร	56
รูปที่ 3 แสดงร้อยละเหตุผลของเกษตรกรที่ตัดสินใจเข้าร่วม CSA.....	57
รูปที่ 4 แสดงร้อยละเหตุผลของเกษตรกรที่เคยเข้าร่วมหรือรู้จัก CSA แต่ตัดสินใจไม่เข้าร่วม.....	58
รูปที่ 5 แสดงคะแนนของปัญหาก่อนเข้าร่วมเป็นสมาชิก CSA ของเกษตรกรในกลุ่ม CSA	59
รูปที่ 6 แสดงคะแนนของปัญหาปัจจุบันของเกษตรกรในกลุ่ม CSA.....	59
รูปที่ 7 แสดงร้อยละของแหล่งที่ซื้อผักของผู้บริโภค	68
รูปที่ 8 แสดงร้อยละของช่องทางที่รู้จัก CSA ของผู้บริโภค	69
รูปที่ 9 แสดงสัดส่วนระยะเวลาที่สมาชิกผู้บริโภค CSA เลือกจ่ายเงินล่วงหน้า	71
รูปที่ 10 แสดงร้อยละเหตุผลการจ่ายเงินล่วงหน้าแบบรายปี (12 เดือน) ของผู้บริโภค CSA	71
รูปที่ 11 แสดงร้อยละเหตุผลการจ่ายเงินล่วงหน้าแบบไม่ใช่รายปี (<12 เดือน) ของผู้บริโภค CSA..	72
รูปที่ 12 แสดงร้อยละเหตุผลของผู้บริโภคกลุ่ม <u>CSA</u> ที่ตัดสินใจเข้าร่วม CSA	74
รูปที่ 13 แสดงร้อยละของเหตุผลของผู้บริโภคกลุ่ม <u>Non-CSA</u> ที่สนใจเข้าร่วม CSA.....	75
รูปที่ 14 แสดงร้อยละของเหตุผลของผู้บริโภคกลุ่ม <u>Non-CSA</u> ที่ไม่สนใจเข้าร่วม CSA.....	75

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญ

ในปัจจุบัน ระบบการผลิตอาหารอยู่ในรูปแบบของอุตสาหกรรมการผลิตโดยบริษัทขนาดใหญ่ที่มีศักยภาพการแข่งขันในด้านปริมาณการผลิตสินค้า (Norberg-Hodge, Merrifield, & Gorelick, 2002) เช่น การผลิตโดยใช้เทคโนโลยีและเครื่องจักรขนาดใหญ่ โดยมีเป้าหมายในการสร้างกำไรสูงสุด (Profit Maximization) ผ่านการขยายปริมาณการผลิตเพื่อลดต้นทุนต่อหน่วย (Economy of Scale) และตอบสนองต่อความต้องการภายในประเทศและการส่งออก (Ikerd, 1995)

การผลิตอาหารที่เน้นการขยายปริมาณการผลิต นำมาซึ่งปริมาณการใช้ทรัพยากรเพื่อใช้ในการผลิตอาหารเป็นจำนวนมาก นำมาซึ่งการใช้สารเคมีเพื่อเร่งการเจริญเติบโตของผลผลิตในระยะเวลานานสั้นและการเก็บรักษาผลผลิตให้อยู่ได้นานขึ้น ส่งผลกระทบต่อปริมาณทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่เสื่อมโทรมไป เช่น ความเสื่อมโทรมของป่าไม้จากการขยายพื้นที่การปลูกพืชเชิงเดี่ยว (สิทธิเดช พงศ์กิจวรสิน และเขมรัฐ ฤกษ์ศรี, 2558) รวมถึงส่งผลกระทบต่อทั้งผู้บริโภคและผู้ผลิตในระบบเศรษฐกิจ เช่น ความปลอดภัยและความมั่นคงทางอาหารของผู้บริโภค และความเป็นอยู่ที่ดีของผู้ผลิตที่เป็นเกษตรกรรายย่อย (Norberg-Hodge et al., 2002)

การขยายปริมาณการผลิตเพื่อตอบสนองต่อความต้องการภายในประเทศและการส่งออกที่เพิ่มขึ้น (Ikerd, 1995) โดยเฉพาะการผลิตในสินค้าพื้นฐานในภาคการเกษตร เช่น ข้าวโพด ข้าวสาลี ถั่วเหลือง สุกอร์ โค และกระบือ ทำให้ฟาร์มขนาดเล็กและขนาดกลาง (Small and Medium Scale Farm) มีจำนวนลดลงเมื่อเทียบกับฟาร์มขนาดใหญ่ (Large Scale Farm) ที่มีการจ้างคนงานน้อยกว่า ฟาร์มขนาดเล็กเนื่องจากถูกแทนที่ด้วยเทคโนโลยี ทำให้เกิดปัญหาการว่างงานและส่งผลกระทบต่อชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีของเกษตรกรรายย่อยที่อยู่ในระบบ (Rosset, 2000)

ฟาร์มขนาดใหญ่แบบอุตสาหกรรมมีความได้เปรียบในด้านกำลังผลิตที่สูงกว่าฟาร์มขนาดเล็ก โดยฟาร์มขนาดใหญ่สามารถผลิตสินค้าได้ปริมาณมากในระยะเวลานานสั้น แล้วยังได้เปรียบในด้านเงินทุนที่เยอะกว่า ความสามารถทางการตลาดที่แข็งแกร่งและกว้างขวางกว่าฟาร์มขนาดเล็ก โดยฟาร์มขนาดใหญ่มีกำลังที่สามารถขนย้ายผลผลิตและกระจายไปยังทั่วประเทศหรือส่งออกไปตลาดภายนอกประเทศได้ นอกจากนี้ ฟาร์มขนาดใหญ่ยังได้เปรียบจากการสนับสนุนจากนโยบายของรัฐที่ดีกว่าฟาร์ม

ขนาดเล็ก เช่น ในสหรัฐฯ มีการอุดหนุนเงินทุนให้แก่ฟาร์ม โดยเพิ่มขึ้นตามจำนวนที่ดินที่เกษตรกรถือครอง (Harvey, 2011)

ด้วยลักษณะของการอุดหนุนที่ขึ้นอยู่กับขนาดของฟาร์มและที่ดินที่เกษตรกรถือครอง โดยฟาร์มขนาดใหญ่ในรูปแบบอุตสาหกรรมที่มีการถือครองที่ดินมากกว่าฟาร์มขนาดเล็ก แม้จะขายผลผลิตในราคาที่ต่ำกว่าต้นทุนก็ยังมีกำไรที่มากกว่าฟาร์มขนาดเล็ก และส่งผลทำให้ราคาสินค้าเกษตรตกต่ำถึงระดับที่เกษตรกรรายย่อยที่ขายสู่ตลาดโลกแทบไม่มีทางรอด เพราะฟาร์มของเกษตรกรรายย่อยที่มีขนาดเล็กกว่าและได้รับการอุดหนุนที่น้อยกว่า แต่ต้องขายผลผลิตในราคาที่ต่ำกว่าต้นทุนเกษตรกรรายย่อยเหล่านี้จึงขาดทุนปีแล้วปีเล่า (Harvey, 2011; Rosset, 2000)

ระบบการผลิตที่เน้นการขายปริมาณผลผลิตในรูปแบบของอุตสาหกรรมส่งผลกระทบต่อเกษตรกรรายย่อยโดยตรง ทำให้เกษตรกรต้องเปลี่ยนวิธีการผลิตไปสู่การผลิตสินค้าพื้นฐานที่มีลักษณะเดียวกันในปริมาณมากเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตลาดและความสะดวกต่อการเก็บเกี่ยวผลผลิต เช่น พืชที่ปลูกเหมือนกันจะมีรอบระยะเวลาการเก็บเกี่ยวพร้อมกัน โดยเฉพาะการใช้สารเคมีในขั้นตอนการเพาะปลูก โดยเชื่อว่าจะสามารถช่วยเพิ่มผลผลิตทางการเกษตรได้ เช่น ปุ๋ยเคมี สารกำจัดศัตรูพืช สารกำจัดแมลง สารเร่งการเจริญเติบโต แต่ยังขาดการคำนึงถึงผลกระทบด้านอื่นๆ ที่ตามมา เช่น ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมและสุขภาพ (Mingay, 1963; Norberg-Hodge et al., 2002)

ระบบการผลิตดังกล่าว ทำให้เกษตรกรมีบทบาทเป็นเพียงแค่ผู้ผลิตวัตถุดิบตามความต้องการของนายทุนหรือบริษัทขนาดใหญ่ ในรูปแบบการซื้อขายให้ตัวแทนหรือพ่อค้าคนกลางเป็นคนรับซื้อผลผลิตก่อนที่จะถูกส่งไปถึงมือของผู้บริโภค โดยที่ราคาและคุณภาพของสินค้าถูกกำหนดโดยพ่อค้าคนกลางที่มารับซื้อผลผลิตแทบทั้งหมด หากคุณภาพไม่ได้มาตรฐานหรือเป็นไปตามข้อกำหนด เช่น ความชื้นของผลผลิตไม่เป็นไปตามที่ต้องการ ผลผลิตดูไม่สวย ส่งผลให้ถูกกดราคาผลผลิตจากพ่อค้าคนกลางได้ แม้ราคาผลผลิตจะต่ำกว่าต้นทุนที่เกษตรกรลงทุนไปก็ตาม เกษตรกรจึงไม่มีอำนาจต่อรองในการกำหนดราคาของสินค้าที่ตนเองผลิต ทำให้เกษตรกรจำเป็นต้องหวังพึ่งในด้านปริมาณของสินค้าในการผลิตให้ได้จำนวนของผลผลิตเยอะที่สุด เพื่อหวังผลตอบแทนจากการขายผลผลิตให้ได้มากที่สุด (Oguoma, Nkwocha, Ibeawuchi, & Research, 2010)

ระบบการผลิตที่เน้นการขายปริมาณการผลิต นอกจากการขายพื้นที่เพาะปลูกและการใช้สารเคมีที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมแล้ว ต้นทุนทางการเกษตรที่สูงขึ้นจากการขยายพื้นที่เพาะปลูก

การเตรียมที่ดิน ต้นทุนเมล็ดพันธุ์ และต้นทุนสารเคมี เป็นภาระที่เกษตรกรจำเป็นต้องแบกรับและส่งผลกระทบต่อเกษตรกรโดยตรงโดยไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ เมื่อผลตอบแทนจากผลผลิตไม่เป็นตามที่คาดหวัง จากความผันผวนของราคาผลผลิต เช่น ราคาผลผลิตตกต่ำ โดนกดราคาจากผู้รับซื้อ และผลกระทบจากภัยธรรมชาติ เช่น น้ำแล้ง น้ำท่วม ส่งผลกระทบต่อรายรับของเกษตรกรไม่เพียงพอสำหรับภาระค่าใช้จ่ายต่าง ๆ และเงินทุนสำหรับการเพาะปลูกครั้งต่อไป ทำให้เกษตรกรหลายรายจำเป็นต้องพึ่งเงินกู้ซึ่งตามมาด้วยหนี้สินต่าง ๆ ที่เกษตรกรต้องแบกรับ (Daly & Farley, 2011)

จากการตระหนักถึงผลกระทบจากระบบการผลิตที่อยู่ภายใต้ระบบอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ เกษตรกรมีความพยายามในการเปลี่ยนแปลงวิธีการผลิตจากเดิมที่เน้นการขยายพื้นที่เพาะปลูกเพื่อผลิตผลผลิตในปริมาณมากเปลี่ยนมาผลิตในเกษตรกรรมที่มีขนาดเล็กลงในลักษณะของการพัฒนาฟาร์มในชุมชน โดยปลูกผลผลิตในรูปแบบอินทรีย์ ที่ไม่ต้องพึ่งสารเคมีในการเกษตร แต่ก็ต้องประสบปัญหาจากแรงกดดันจากระบบอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ในด้านตลาดรับซื้อผลผลิต ราคาผลผลิตอินทรีย์จากฟาร์มเกษตรกรที่ยังไม่ถูกยอมรับและสนับสนุนจากผู้บริโภคมากพอ และต้องใช้เวลาในฟาร์มมากขึ้นเพื่อดูแลผลผลิตที่เพาะปลูก ทำให้เกษตรกรบางรายจำเป็นต้องล้มเลิกและต้องวางกลับไปอยู่ภายใต้ระบบเกษตรแบบเดิม (Daly & Farley, 2011; Norberg-Hodge et al., 2002)

ในปัจจุบันประเทศไทยเอง เกษตรกรปลูกผักโดยพึ่งพาการใช้สารเคมีในการเพาะปลูก เนื่องจากต้องปลูกตามความต้องการของตลาด หรือ พ่อค้าคนกลางที่มารับซื้อ ที่ต้องการผักที่ดูสวยในปริมาณที่มาก ซึ่งจำเป็นต้องพึ่งสารเคมีในการเพาะปลูก อีกทั้งเกษตรกรยังไม่มีอำนาจในการต่อรองในด้านราคา การกำหนดราคา ซึ่งจะถูกกำหนดโดยพ่อค้าคนกลางแทบจะทั้งหมด ทั้งด้านราคา ปริมาณและคุณภาพของผลผลิต ทำให้เกษตรกรหลายคนป่วยจากการใช้สารเคมีในการเพาะปลูก อีกทั้งในระยะยาว การใช้สารเคมีไปเรื่อยๆ ส่งผลต่อคุณภาพดินที่ปลูก ที่สะสมสารตกค้างจากสารเคมีที่ใช้ คุณภาพดินลดลง ส่งผลให้คุณภาพผลผลิตลดลงตามไปด้วย ไม่สามารถผลิตผลผลิตได้ตามความต้องการของพ่อค้าคนกลางที่รับซื้อได้ (จิตต์สงวน, 2543)

เกษตรกรมีความพยายามในการหันมาปลูกผลผลิตโดยไม่พึ่งพาสารเคมี โดยแบ่งแปลงเพาะปลูกไว้สำหรับขายและเพื่อกินเอง โดยไม่ใช้สารเคมี หรือ บางคนต้องซื้อผักกินจากเพื่อนบ้าน หรือคนรู้จักที่เป็นเกษตรกรเหมือนกันที่ปลูกโดยไม่ใช้สารเคมี เนื่องจากตระหนักถึงผลกระทบของการใช้สารเคมี จากตรงจุดนี้จะเห็นว่า ถ้าเลือกได้ เกษตรกรก็อยากจะปลูกโดยไม่พึ่งสารเคมี แต่ต้องเผชิญกับข้อจำกัดและอุปสรรคหลายๆด้าน ต้องการการดูแลที่มากขึ้น ปลูกได้ในปริมาณที่จำกัด ไม่มี

ตลาดที่รองรับผลผลิตชัดเจน ราคาที่ไม่สามารถกำหนดได้ ทำให้เกษตรกรยังต้องคงติดอยู่ในวังวนของการเพาะปลูกที่ต้องพึ่งพาการใช้สารเคมี (จิตต์สงวน, 2543)

นอกจากผลกระทบต่อเกษตรกรแล้ว ระบบการผลิตอาหารในเชิงอุตสาหกรรมยังส่งผลกระทบต่อโดยตรงต่อผู้บริโภคในด้านต่าง ๆ เช่น ความหลากหลายในการเข้าถึงอาหารของผู้บริโภคลดลง เนื่องจากลักษณะของสินค้าที่ถูกผลิตโดยกระบวนการผลิตที่เหมือนกัน โดยเฉพาะสินค้าเกษตรที่ถูกผลิตในรูปแบบพืชเศรษฐกิจที่ขึ้นอยู่กับความต้องการของตลาด เช่น ข้าว ข้าวโพด และมันสำปะหลัง เป็นต้น และความปลอดภัยของอาหารที่ลดลง เนื่องจากมีการใช้สารเคมีในการยืดอายุของอาหารให้สามารถเก็บได้นานขึ้นและสารเคมีตกค้างจากยาฆ่าแมลง รวมทั้งผู้บริโภคมีการรับรู้ถึงแหล่งที่มาของผลผลิต กระบวนการผลิต และวิธีการเก็บรักษาน้อยลง เช่น รายละเอียดเกี่ยวกับผู้ผลิต วิธีการเพาะปลูก และวิธีการเก็บเกี่ยวผลผลิต (Norberg-Hodge et al., 2002)

ผู้บริโภคที่ตระหนักถึงผลกระทบของสารเคมีที่ใช้ในการเกษตร เริ่มหันมาให้ความสนใจความปลอดภัยของอาหารมากขึ้น โดยเฉพาะความสำคัญกับเกษตรอินทรีย์และผักที่เป็นอินทรีย์ (Organic) หรือ ผักปลอดสารพิษ เพื่อสุขภาพกันมากขึ้น แต่โดยทั่วไปผลผลิตอินทรีย์ที่ซื้อจากในห้างสรรพสินค้าส่วนใหญ่มีราคาที่สูงกว่าผลผลิตทั่วไปในท้องตลาด โดยเฉพาะผลผลิตที่มีตราสัญลักษณ์รับรองตามมาด้วยการจ่ายในราคาที่สูงขึ้น ส่วนใหญ่ไม่ระบุข้อมูลให้ผู้บริโภคได้ทราบถึงแหล่งที่มา รูปแบบวิธีการ กระบวนการผลิตของสินค้า และเงินของผู้บริโภคที่จ่ายสำหรับสินค้าไปตกอยู่กับใคร เป็นเพียงรูปแบบของการจ่ายเงินซื้อสินค้าที่ไม่รู้ปลายทาง (Brown, 2003; Henderson & Van En, 2007)

การบริโภคอาหารของผู้บริโภคในปัจจุบันเปลี่ยนแปลงไปจากอดีต เนื่องจากการพัฒนาประเทศจากเกษตรกรรมไปสู่อุตสาหกรรม ก่อเกิดการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีการผลิตและแปรรูปอาหาร เช่น อาหารกระป๋องและอาหารแช่แข็ง การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคม เช่น มีแหล่งบริการอาหารนอกบ้านเพิ่มขึ้นในรูปแบบของร้านอาหารต่าง ๆ ตั้งแต่ระดับภัตตาคารจนกระทั่งร้านหาบเร่แผงลอยตามข้างถนน ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของผู้บริโภคทำให้บุคคลและครอบครัวมีรูปแบบการดำเนินชีวิตเปลี่ยนแปลงไป เช่น ผู้บริโภคส่วนใหญ่นิยมรับประทานอาหารนอกบ้านเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากมีความสะดวกสบายกว่าการทำอาหารรับประทานเอง (Norberg-Hodge et al., 2002)

พฤติกรรมบริโภคอาหารที่เปลี่ยนแปลงไปก่อให้เกิดปัญหาโภชนาการที่เกิดจากการขาดความหลากหลายของอาหารที่บริโภค เช่น อาหารจานด่วน อาหารสำเร็จรูป อาหารกึ่งสำเร็จรูปที่

สามารถหาได้ง่าย ซึ่งมีสัดส่วนปริมาณของสารอาหารที่ไม่เหมาะสม ส่งผลกระทบต่อให้เกิดโรคภัยไข้เจ็บของชีวิตบุคคลในครอบครัว เช่น โรคมะเร็ง โรคไขมันในเลือดสูง โรคอ้วน และโรคหัวใจขาดเลือด เป็นต้น โดยแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารของคนไทยในอนาคตจะขึ้นอยู่กับความรู้และความเข้าใจของผู้บริโภคในเรื่องอาหารและโภชนาการ (อัจฉรา ดลวิทยาคุณ, 2558)

ภายใต้ระบบการผลิตอาหารในเชิงอุตสาหกรรม ผลผลิตโดยส่วนใหญ่จะถูกซื้อขายในระบบการค้าปลีกสมัยใหม่ที่ไม่มีการเชื่อมโยงใดๆ ระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค ในปัจจุบันจึงมีความพยายามที่จะพัฒนาระบบการผลิตอาหารทางเลือก (Alternative Food Networks) ที่มีลักษณะแตกต่างไปจากระบบการผลิตอาหารในเชิงอุตสาหกรรม เช่น อาหารจานเช้า ห่วงโซ่อุปทานอาหารสั้น ตลาดท้องถิ่น การทำฟาร์มแบบยั่งยืน ฟาร์มปลอดสารพิษ และความหลากหลายทางชีวภาพ ซึ่งลักษณะต่างๆ ที่กล่าวมาเป็นรูปแบบในการพัฒนาระบบการผลิตอาหารทางเลือก (Maye, Kirwan, & Food, 2010)

อุตสาหกรรมอาหารของประเทศไทยเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมหลักที่มีความสำคัญต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ และเป็นอุตสาหกรรมพื้นฐานในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลผลิตต่างๆ ทั้งจากภาคเกษตรกรรม การประมง ปศุสัตว์ และสาขาอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยปัจจุบันอุตสาหกรรมอาหารของไทยสามารถส่งออกไปยังประเทศต่างๆ ในภูมิภาคทั่วโลกได้กว่า 200 ประเทศ จากข้อมูลของศูนย์อัจฉริยะเพื่ออุตสาหกรรมอาหาร (Food Intelligence Center) GDP ในปี 2560 มีมูลค่าประมาณ 850,000 ล้านบาท และเป็นประเทศผู้ส่งออกอันดับที่ 14 ของโลก (ศูนย์อัจฉริยะเพื่ออุตสาหกรรมอาหาร, 2560) โดยภาครัฐมีนโยบายการผลิตเพื่อการส่งออกเป็นนโยบายหลักในการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหาร โดยการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านการชลประทานและการคมนาคมขนส่งเพื่อขยายพื้นที่การผลิตและผลผลิต ตลอดจนอำนวยความสะดวกในการนำผลผลิตเข้าสู่ตลาดและการส่งออก (ธันวา จิตตสงวน และเดชรัตน์ สุขกำเนิด, 2537)

แม้ว่าอุตสาหกรรมอาหารของไทยจะมีแนวโน้มการเติบโตด้านการส่งออก โดยเฉพาะภาคเกษตรกรรมที่มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องตามระบบเศรษฐกิจโดยรวม แต่เกษตรกรยังอยู่ในฐานะที่เสียเปรียบจากระบบตลาดและราคา โดยขาดสมดุลในระบบราคาของผลผลิตทางการเกษตร เนื่องจากมีราคาต่ำกว่ามูลค่าที่ควรจะเป็น และกลไกของระบบตลาดทำให้ราคาสินค้าทั่วไปเพิ่มสูงขึ้นในอัตราที่รวดเร็วกว่าราคาผลผลิตทางการเกษตร โดยเกษตรกรต้องผลิตพืชผลให้มากขึ้น นำไปสู่การผลิตที่เน้นปริมาณมากกว่าคุณภาพ (ธันวา จิตตสงวน และเดชรัตน์ สุขกำเนิด, 2537)

จากการพัฒนาดังกล่าว เกษตรกรในประเทศไทยเปลี่ยนจากการเกษตรที่หลากหลายเพื่อยังชีพและผลิตสินค้าอาหารเพื่อตอบสนองตลาดภายในประเทศมาเป็นเกษตรเชิงเดี่ยวเพื่อการค้า ปลูกพืชชนิดใดชนิดหนึ่งเพียงชนิดเดียว เน้นการผลิตสินค้าวัตถุดิบเพื่อการส่งออก โดยเกษตรกรรายย่อยยังคงต้องพึ่งพาการใช้สารเคมีและเทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่น สารกำจัดโรค แมลง ปุ๋ยเคมี และเครื่องจักรกลเกษตร เพื่อเพิ่มผลผลิตเฉลี่ยต่อพื้นที่ให้สูงขึ้นและยังสามารถเพิ่มฤดูการเพาะปลูกต่อปีได้มากขึ้น เช่น จากหนึ่งฤดูการเพาะปลูกเป็นสองหรือสามฤดูการเพาะปลูกต่อปี (จิตต์สงวน, 2543)

การพัฒนาที่สอดคล้องกับระบบการผลิตอาหารทางเลือกในประเทศไทยนั้น ได้มีนโยบายของภาครัฐที่ต้องการให้มีพื้นที่ตลาดแบบใหม่และพัฒนาพื้นที่ตลาดแบบเดิม เพื่อเพิ่มช่องทางให้ประชาชนมีพื้นที่ในการจำหน่ายสินค้า ไม่ว่าจะเป็น เกษตรกร หาบเร่แผงลอย วิชากิจชุมชน หรือร้านอาหาร รวมทั้งยังเป็นการช่วยเหลือผู้ประกอบการที่เดือดร้อนจากการไม่มีสถานที่ค้าขาย (กระทรวงมหาดไทย, 2561) เช่น การจัดตั้งตลาดประชารัฐในรูปแบบต่างๆ ได้แก่ ตลาดประชารัฐ Green Market ตลาดประชารัฐคนไทยยิ้มได้ ตลาดประชารัฐท้องถิ่นสุขใจ ตลาดประชารัฐ กทม.คืบความสุข ตลาดประชารัฐของดีจังหวัด เป็นต้น

อย่างไรก็ตามการพัฒนาที่ผ่านมาไม่สอดคล้องกับหลักปรัชญาในการส่งเสริมการเกษตรที่ว่า “จะต้องพัฒนาเกษตรกรให้สามารถช่วยเหลือตนเองได้” แต่กลับส่งเสริมการเกษตรแบบสำเร็จรูปที่ให้การสนับสนุนปัจจัยการผลิตเพื่อเพิ่มผลผลิตของเกษตรกร ทำให้เกษตรกรพึ่งพาตนเองได้น้อยลง โดยเปลี่ยนจากเจ้าของที่ดินกลายเป็นผู้เช่าหรือผู้รับจ้าง (สุวินัย รันดา, 2543)

การเชื่อมโยงผู้ผลิตและผู้บริโภคเข้าด้วยกัน โดยผ่านการผลิตอาหารที่ปลอดภัยเป็นหนึ่งในรูปแบบของการพัฒนาระบบการผลิตอาหารทางเลือกที่มุ่งเน้นในความสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค โดยทำให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงในการสนับสนุนเกษตรกรรายย่อยที่เป็นผู้ผลิตอาหาร ผู้บริโภคได้รับรู้ที่มาของอาหาร รู้จักหน้าตาคนปลูก รับรู้วิธีการผลิต และเข้าใจในกระบวนการเพาะปลูกในแปลงเกษตร ขณะที่เกษตรกรได้รับรู้ถึงผลผลิตที่ไปถึงมือมือผู้บริโภค ความมั่นคงของตลาดรับซื้อผลผลิต ที่รับประกันผู้ซื้อ มีราคาการซื้อขายสินค้าที่เป็นธรรมต่อทั้งสองฝ่ายทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภค ซึ่งจะสามารถทำให้เกษตรกรมีความสามารถในการพึ่งพาตนเองได้มากขึ้น และผู้บริโภคได้รับอาหารที่ปลอดภัยมากขึ้นเช่นเดียวกัน (Henderson & Van En, 2007)

การที่สามารถเชื่อมโยงผู้บริโภคเข้ากับเกษตรกรรายย่อยได้โดยตรงเป็นหนึ่งในเครื่องมือในการพัฒนาระบบการผลิตอาหารทางเลือกที่สร้างความเข้าใจและสามารถเรียนรู้ถึงแหล่งที่มาของ

อาหารที่ตนเองบริโภค เพื่อพัฒนาความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นทั้งต่อเกษตรกร เช่น มีรายได้และความมั่นคงเพิ่มขึ้น มีความเสี่ยงลดลง และเกิดประโยชน์กับผู้บริโภค เช่น การได้บริโภคอาหารที่ปลอดภัยและมีคุณภาพ รวมถึงการสร้างจิตสำนึกที่ดีในการคำนึงถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นในกระบวนการผลิตและการบริโภคอาหาร (van der Ploeg, Ye, & Schneider, 2010) โดยหนึ่งในลักษณะของการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภคดีังกล่าว คือ ระบบชุมชนสนับสนุนเกษตรกร (Community Supported Agriculture: CSA)

ระบบชุมชนสนับสนุนเกษตรกร (Community Supported Agriculture: CSA) โดยพื้นฐานตามความหมายของศูนย์ข้อมูลระบบเกษตรทางเลือก หรือ AFSIC (*The Alternative Farming Systems Information Center*) ได้อธิบายความหมายของ CSA คือ การประกอบไปด้วยการรวมกลุ่มของบุคคลในชุมชนที่ให้สัญญาในการสนับสนุนการทำเกษตรกรรม เพื่อให้พื้นที่เพาะปลูกกลายเป็นฟาร์มของชุมชนทั้งทางนิตินัยและพฤตินัย เกษตรกรและผู้บริโภคให้การสนับสนุนซึ่งกันและกัน แบ่งปันความเสี่ยงและประโยชน์ของการผลิตอาหารร่วมกัน

โดยทั่วไปแล้วสมาชิกหรือ "ผู้ถือหุ้น" ของฟาร์มจะทำสัญญากันไว้ล่วงหน้า โดยครอบคลุมต้นทุนสำหรับการทำฟาร์มที่คาดการณ์ไว้และค่าตอบแทนของเกษตรกร โดยสมาชิกได้รับความพึงพอใจและประสบการณ์จากการมีส่วนร่วมโดยตรงในการผลิตอาหารเป็นผลตอบแทน นอกจากนี้สมาชิกยังมีส่วนร่วมในการกระจายความเสี่ยงของฟาร์มในด้านปริมาณผลผลิตจากปัญหาสภาพอากาศหรือศัตรูพืช ด้วยการขายผลผลิตโดยตรงให้กับสมาชิกในชุมชน จะช่วยให้เกษตรกรผู้ปลูกได้รับราคาผลผลิตที่ดีขึ้น มีความมั่นคงทางการเงินและลดความผันผวนจากราคาตลาด (Agricultural Research Service, 1993)

CSA สามารถอธิบายความหมายอย่างง่ายได้ว่า เป็นความร่วมมือระหว่างเกษตรกรและผู้บริโภคซึ่งรับผิดชอบและเก็บเกี่ยวผลประโยชน์จากการทำเกษตรร่วมกัน เป็นข้อผูกพันร่วมที่จะสร้างระบบเกษตรกรรมที่มีความเป็นท้องถิ่นและเท่าเทียมกันยิ่งขึ้น เพื่อให้เกษตรกรสามารถทุ่มเทให้การปฏิบัติตามหลักการเกษตรที่ดี แต่ขณะเดียวกันก็ยังคงดูแลฟาร์มให้มีผลผลิตสูงและมีผลกำไรด้วย มีประโยชน์หลายประการต่อทั้งเกษตรกรและผู้บริโภค ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงอาหารสดที่ได้จากแหล่งที่สามารถตรวจสอบได้ นอกจากนี้ CSA ยังให้ประโยชน์ในด้านสิ่งแวดล้อม เช่น ระยะทางอาหารที่ลดลง การลดใช้บรรจุภัณฑ์ การทำเกษตรที่ใส่ใจต่อระบบนิเวศ การผลิตอาหารภายในภูมิภาคที่เพิ่ม

การจ้างงาน การแปรรูป การบริโภค และกระแสเงินหมุนเวียนในชุมชนที่เพิ่มขึ้น ซึ่งช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจในท้องถิ่น (Hvitsand & systems, 2016)

ในหลายประเทศทั่วโลก ทั้งในทวีปยุโรป อเมริกาเหนือ และทวีปเอเชีย มีการเลือกใช้ CSA เป็นเครื่องมือในการพัฒนาและฟื้นฟูเศรษฐกิจในชนบท การสร้างความมั่นคงทางอาหารของชุมชน และลดการพึ่งพาสารเคมีในการเกษตรลง ขณะเดียวกันเป็นการผลักดันให้ผู้บริโภคเข้ามามีส่วนร่วมในระบบการผลิตอาหารมากยิ่งขึ้น เพิ่มความสำคัญของบทบาทของผู้บริโภคที่มีต่อผู้ผลิตในระบบการผลิตอาหาร ซึ่งนำไปสู่การก่อกำเนิดระบบชุมชนสนับสนุนเกษตรกรรม หรือ CSA และรูปแบบการซื้อขายตรงอื่นๆ ระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภคที่ให้ความสนับสนุนซึ่งกันและกัน (Henderson & Van En, 2007) นอกจากนี้ ในทวีปเอเชียอย่าง ญี่ปุ่น ที่ถือว่าเป็นต้นแบบของการพัฒนารูปแบบ CSA แล้ว ในประเทศไทยเองก็มีรูปแบบของการพัฒนาดังกล่าวเช่นเดียวกัน อาทิ โครงการผักประสานใจ และ เดอะ บาสเก็ต

ผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการศึกษาลักษณะและการตัดสินใจของเกษตรกรและผู้บริโภคที่อยู่ในระบบชุมชนสนับสนุนเกษตรกรรมในประเทศไทยว่า มีความเหมือนหรือแตกต่างกับระบบชุมชนสนับสนุนเกษตรกรรม CSA ในต่างประเทศอย่างไรบ้าง เพื่อสนับสนุนระบบ CSA ดังกล่าว เกษตรกรและผู้บริโภคควรมีคุณสมบัติหรือให้ความสำคัญกับอะไรในการเข้าร่วม เพื่อตอบโจทย์กับการสร้างหรือเลือกกลุ่มเป้าหมายที่เหมาะสมกับสมาชิกในระบบ CSA

โดยผู้วิจัยเลือกศึกษากลุ่มตัวอย่างเกษตรกรและผู้บริโภคที่อยู่ในระบบชุมชนสนับสนุนเกษตรกรรมภายใต้โครงการผักประสานใจ จังหวัดสุพรรณบุรี และ เดอะ บาสเก็ต จังหวัดเพชรบุรี ซึ่งเป็นโครงการที่ให้ความร่วมมือและยินดีให้ผู้วิจัยเก็บข้อมูลเพื่อศึกษาในวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ซึ่งจะเน้นประโยชน์ต่อการสนับสนุนและการพัฒนาเกษตรอินทรีย์ในรูปแบบระบบชุมชนสนับสนุนเกษตรกรรมให้ตอบโจทย์กับกลุ่มเกษตรกรและกลุ่มผู้บริโภคมากยิ่งขึ้นสำหรับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องหรือการศึกษาต่อในอนาคต

1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างของลักษณะและการตัดสินใจของเกษตรกรที่อยู่ในระบบ CSA และเกษตรกรทั่วไปที่ไม่อยู่ในระบบ CSA
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างของลักษณะและการตัดสินใจของผู้บริโภคที่อยู่ในระบบ CSA และผู้บริโภคทั่วไปที่ไม่อยู่ในระบบ CSA

3. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างของลักษณะและการตัดสินใจของเกษตรกรและผู้บริโภคที่อยู่ในระบบ CSA ในประเทศไทยและต่างประเทศ
4. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมเป็นสมาชิกในระบบ CSA ของเกษตรกรและผู้บริโภค
5. เพื่อศึกษาความคาดหวังรายได้ล่วงหน้าของเกษตรกรและความยินดีในการจ่ายเงินล่วงหน้าของผู้บริโภคในระบบ CSA

1.3 ขอบเขตการวิจัย

1.3.1 ขอบเขต CSA

CSA ที่ศึกษาในวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ หมายถึง ระบบเกษตรอินทรีย์ที่มีลักษณะการซื้อขายกันโดยตรงระหว่างเกษตรกรและผู้บริโภค ในรูปแบบที่ให้ผู้บริโภคเป็นสมาชิกจ่ายเงินล่วงหน้าเป็นรายปีหรือรายเดือนให้กับเกษตรกร โดยเกษตรกรจะส่งผลผลิตให้กับสมาชิกตามวันและเวลาที่กำหนดตกลงกันไว้ โดยผลผลิตที่เกษตรกรปลูกและส่งให้ผู้บริโภคเป็นผลผลิตอินทรีย์ที่ไม่ใช้สารเคมีในการเพาะปลูก ซื้อขายกันโดยตรงโดยไม่ผ่านตัวกลางหรือร้านค้าที่ทำเพียงหน้าที่รับซื้อสินค้าจากเกษตรกรแล้วขายต่อให้ผู้บริโภค ยกเว้นเป็นคนในชุมชนหรือผู้นำในกลุ่มเกษตรกรนั้นๆ ที่ทำหน้าที่เป็นตัวแทนรวบรวมกลุ่มเกษตรกรเพื่อมาทำเกษตร รวมถึงการจัดการระบบต่างๆ ให้เกิดการซื้อขายกับผู้บริโภค เพื่อประโยชน์ส่วนรวมในการช่วยเหลือเกษตรกรด้วยกันเอง ไม่หวังเพียงผลประโยชน์ส่วนตนหรือเอารัดเอาเปรียบ เกษตรกรและผู้บริโภคในระบบ CSA รู้จักและมีปฏิสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน มีกิจกรรมที่ให้สมาชิกผู้บริโภคสามารถเข้าเยี่ยมชมฟาร์มของเกษตรกรได้

การวิจัยในฉบับนี้เลือกระบบเกษตรอินทรีย์ของโครงการผักประसानใจ จังหวัดสุพรรณบุรี และ เดอะ บาสเก็ต จังหวัดเพชรบุรี ซึ่งมีรูปแบบเกษตรกรรมและการซื้อขายผลผลิตระหว่างเกษตรกรและผู้บริโภค ตรงตามวัตถุประสงค์ของผู้วิจัย และเป็นสถานที่ที่อนุญาตให้ผู้วิจัยสามารถเข้าไปเก็บข้อมูลเพื่อการศึกษาในครั้งนี้ได้

1.3.2 ขอบเขตกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษานี้เป็นข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) คือ ข้อมูลที่ได้จากการเก็บแบบสอบถาม โดยกลุ่มตัวอย่างที่สนใจ คือ

- 1.เกษตรกรที่ทำเกษตรกรรมในระบบ CSA ของโครงการผักประसानใจ จังหวัดสุพรรณบุรี และ เดอะ บาสเก็ต จังหวัดเพชรบุรี
- 2.เกษตรกรทั่วไปในพื้นที่ใกล้เคียงที่ไม่ได้อยู่ในกลุ่มเกษตรกร CSA
- 3.ผู้บริโภคที่เป็นสมาชิกของโครงการผักประसानใจ จังหวัดสุพรรณบุรี และ เดอะ บาสเก็ต จังหวัดเพชรบุรี
- 4.ผู้บริโภคทั่วไปในพื้นที่กรุงเทพและปริมณฑล ที่ไม่ได้เป็นสมาชิกผู้บริโภคในกลุ่ม CSA

1.3.3 ขอบเขตพื้นที่

- 1.เกษตรกรรมที่มีรูปแบบ CSA ในประเทศไทยที่มีรูปแบบตามที่กล่าวไว้ในขอบเขตของ CSA และสามารถให้ข้อมูลได้ คือ 1.โครงการผักประसानใจ จังหวัดสุพรรณ 2.เดอะ บาสเก็ต จังหวัดเพชรบุรี
- 2.สถานที่ให้ผู้บริโภคมารซื้อผักเพื่อบริโภค ในพื้นที่กรุงเทพและปริมณฑล เช่น ตลาดทั่วไป ห้างสรรพสินค้า เป็นต้น

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1.สามารถบ่งบอกได้ถึงกลุ่มเป้าหมายเกษตรกรและผู้บริโภคที่เหมาะสมกับรูปแบบ CSA
- 2.ทราบถึงปัจจัยที่รัฐบาลหรือผู้สนับสนุนควรให้ความสำคัญในการพัฒนาเกษตรกรรมในรูปแบบ CSA
- 3.ทราบถึงความเป็นไปได้ในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกในระบบ CSA ของเกษตรกรและผู้บริโภคทั่วไป
- 4.เป็นประโยชน์ต่อการสนับสนุนและการพัฒนาเกษตรอินทรีย์ระบบชุมชนสนับสนุนเกษตรกรรมในประเทศไทยให้ตอบโจทย์กับกลุ่มเกษตรกรและกลุ่มผู้บริโภคมามากยิ่งขึ้นสำหรับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องหรือการศึกษาต่อในอนาคต

บทที่ 2

ภูมิหลัง และวรรณกรรมปริทัศน์

2.1 ภูมิหลัง

CSA (Community Supported Agriculture) หรือ ระบบชุมชนสนับสนุนเกษตรกรรม มีหลักการพื้นฐานบนความสัมพันธ์ของผู้บริโภคและเกษตรกรผู้ผลิตอาหารในระบบเกษตรอินทรีย์ โดยให้ผู้บริโภคชำระเงินล่วงหน้าให้กับเกษตรกรก่อนทำการผลิตเป็นรายปี และผู้บริโภคจะได้รับผลผลิตจากฟาร์มเกษตรกรเป็นรายสัปดาห์ เป็นรูปแบบของความสัมพันธ์ที่ช่วยให้เกษตรกรมีหลักประกันทางเศรษฐกิจและมีโอกาสในการสื่อสารโดยตรงกับผู้บริโภค ส่วนผู้บริโภคจะได้รับหลักประกันทางความปลอดภัยของอาหารและสามารถเข้าถึงพื้นที่ที่ผลิตอาหาร เพื่อดูขั้นตอนกระบวนการผลิต หรือ ร่วมกิจกรรมทางการผลิตในฟาร์มได้ เป็นรูปแบบเกษตรกรรมที่ผู้บริโภคตกลงเข้ามารับความเสี่ยงและผลประโยชน์ร่วมกับเกษตรกร (Henderson & Van En, 2007)

แนวคิด CSA ดังกล่าวมีจุดเริ่มต้นจากความตื่นตัวของผู้บริโภคในระบบการผลิตเกษตรอินทรีย์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และความต้องการความปลอดภัยของอาหารที่เพิ่มขึ้น ซึ่งเกิดความคิดลักษณะนี้ครั้งแรกในประเทศญี่ปุ่น เป็นการรวมกลุ่มของแม่บ้านที่มีความกังวลต่อการใช้สารเคมีในการเกษตร อาหารแปรรูป และการลดลงของประชากรในภาคเกษตรของญี่ปุ่นในขณะนั้น กลุ่มแม่บ้านได้ติดต่อกับเกษตรกรในท้องถิ่นเพื่อซื้อผักโดยตรง และมีการกำหนดเงื่อนไขข้อตกลงในการซื้อขายระหว่างกัน ซึ่งมีชื่อเรียกในญี่ปุ่นว่า เตเก้ (Teikei) ซึ่งหมายถึง มิตรภาพ หรือ ความร่วมมือ โดยในภูมิภาคอื่น ๆ จะมีชื่อเรียกที่แตกต่างกันออกไป เช่น ในประเทศแถบอเมริกาเหนือใช้คำว่า Community Supported Agriculture หรือ CSA ขณะที่ในแถบทวีปยุโรปจะเรียกว่า ระบบกล่อง (Box System) ซึ่งต่างก็มีเป้าหมายเดียวกันในการพยายามร่วมมือเพื่อผลิตอาหารที่ดีและมีความยั่งยืนระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค (Henderson & Van En, 2007; ศรีทอง, 2553)

รูปแบบ CSA ในประเทศไทย เกิดขึ้นเป็นรูปเป็นร่างครั้งแรกที่ สวนดวงตะวัน เขตหนองจอก กรุงเทพมหานคร ปี พ.ศ.2542 โดยมีรูปแบบเกษตรกรรมที่เกษตรกรไม่ต้องขายผลผลิตผ่านพ่อค้าคนกลาง แต่เป็นการขายผลผลิตโดยตรงกับผู้บริโภค โดยผู้บริโภคต้องเข้าร่วมเป็นสมาชิกและจ่ายเงินล่วงหน้าสำหรับผักและผลไม้ที่เกษตรกรเพาะปลูก และส่งให้ผู้บริโภคเป็นรายสัปดาห์ ซึ่งเริ่มแรกมีผู้บริโภคที่เข้าร่วมเป็นสมาชิกสวนดวงตะวัน ประมาณ 20 ครอบครัว โดยมี นายดิศศักดิ์ โรจนลักษณ์ เป็นผู้จัดการในขณะนั้น ดำเนินการมาเรื่อย ๆ จนปิดตัวลงในปี พ.ศ.2547 (ศรีทอง, 2553)

2.1.1 โครงการผักประसानใจ

คุณระวีวรรณ ศรีทอง (พีเจน) นักพัฒนาอิสระและเป็นหนึ่งในหน่วยงานอาสาสมัครแคนาดา (CUSO) ได้นำแนวความคิด CSA ที่เคยไปแลกเปลี่ยนประสบการณ์ที่สวนดวงตะวัน มาทดลองทำเกษตรอินทรีย์ในรูปแบบ CSA กับกลุ่มเกษตรกรอินทรีย์ที่ อำเภอด่านช้าง จังหวัดสุพรรณบุรี ในปี พ.ศ.2546 ภายใต้ชื่อโครงการผักประसानใจผู้ผลิตเพื่อผู้บริโภคและสิ่งแวดล้อม โดยยึดหลักแนวคิดในด้านความมั่นคงทางอาหารที่มุ่งเน้นรูปแบบของเศรษฐกิจชุมชน การรับความเสี่ยงร่วมกันระหว่างเกษตรกรและผู้บริโภค เมื่อเกิดปัญหาความเสียหายต่อผลผลิตจากภัยธรรมชาติ การมีส่วนร่วมของผู้บริโภคในแปลงเพาะปลูกผลผลิต และการจัดกิจกรรมที่ต้องทำร่วมกันระหว่างเกษตรกรและผู้บริโภค เพื่อสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจซึ่งกันและกัน โดยเริ่มแรกมีเกษตรกรผู้ผลิต 6 ราย และสมาชิกผู้บริโภค 10 ราย ในปีแรก โดยเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ในปีถัดมา นอกจากนี้การที่สวนดวงตะวัน ปิดตัวลงในปี พ.ศ.2547 จึงมีสมาชิกของสวนดวงตะวันบางส่วนที่ถ่ายโอนย้ายมาเข้าร่วมเป็นสมาชิกกับโครงการผักประसानใจ (ศรีทอง, 2553)

โครงการผักประसानใจในปัจจุบัน มีสมาชิกเกษตรกรในกลุ่มที่ทำ CSA อยู่ประมาณ 4 ครัวเรือน โดยมีเกษตรกรรุ่นแรกที่เป็นเหมือนต้นแบบในการทำ CSA ของกลุ่ม คือ พีปัญญา ซึ่งเคยประสบปัญหาาราคาผลผลิตตกต่ำและผลกระทบจากการใช้สารเคมีในการเกษตร จนตระหนักถึงผลกระทบดังกล่าว จึงมีความต้องการที่จะเปลี่ยนแปลงรูปแบบการผลิตพืชเชิงเดี่ยวที่เคยทำแต่เดิมในระบบตลาดทั่วไปที่ต้องผ่านพ่อค้าคนกลาง มาเป็นการทำเกษตรอินทรีย์รูปแบบ CSA จนถึงปัจจุบันแต่ในหมู่บ้านเดียวกันนี้ยังมีเกษตรกรอีก 16 ครัวเรือน ที่ยังคงปลูกพืชเชิงเดี่ยวและพึ่งพาการใช้สารเคมีในการเกษตร

ผู้บริโภคที่เป็นสมาชิกของโครงการผักประसानใจ ในปัจจุบันมีประมาณ 50-60 ครอบครัวยังคงส่วนใหญ่เป็นผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในพื้นที่กรุงเทพฯและปริมณฑล โดยเข้าร่วมเป็นสมาชิกของโครงการผักประसानใจ มีการชำระเงินล่วงหน้าเป็นรายปี และรับผักเป็นชุดส่งตรงถึงบ้านผู้บริโภค โดยชุดผักมีให้เลือกในปริมาณ 3 กิโลกรัมต่อสัปดาห์สำหรับชุดเล็ก และ 5 กิโลกรัมต่อสัปดาห์สำหรับชุดใหญ่ ซึ่งนอกจากผักที่เป็นสินค้าหลักจากฟาร์มแล้ว ยังมีไข่และผลไม้ตามฤดูกาลเป็นองค์ประกอบในชุดผักนั้นๆ อีกด้วย ถึงแม้จะมีการจ่ายเงินล่วงหน้าของสมาชิกผู้บริโภค แต่ในกลุ่มเกษตรกร CSA ของโครงการผักประसानใจมีการขอแบ่งรับเงินเป็นรายเดือน โดยให้พีเจนเป็นเหมือนผู้จัดการของกลุ่มในการบริการด้านการเงินและการติดต่อกับสมาชิกผู้บริโภคในเรื่องต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการจัดกิจกรรมในฟาร์มที่ให้สมาชิกผู้บริโภคของโครงการหรือคนที่สนใจ สามารถเข้าร่วมกิจกรรมในฟาร์มที่จัดขึ้นในทุก ๆ ปี เพื่อเรียนรู้ พบปะพูดคุย และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกัน

2.1.2 เดอะ บาสเก็ต

เดอะ บาสเก็ต (The Basket) หรือ ตะกร้าออร์แกนิกจากใจเกษตรกรถึงมือคุณ เป็นอีกหนึ่งโครงการที่นำเอาแนวคิดและรูปแบบของ CSA มาปรับใช้ โดยมีรูปแบบที่ใช้ระบบสมาชิกเป็นหลัก และทำหน้าที่เป็นเหมือนช่องทางในการกระจายสินค้าจากฟาร์มเกษตรไปยังผู้บริโภคที่เป็นสมาชิกของโครงการ มีการชำระเงินล่วงหน้าสำหรับสมาชิกผู้บริโภค และผู้บริโภคจะได้รับชุดผักเป็นรายสัปดาห์ ซึ่งผู้บริโภคจะสามารถเลือกชนิดของผักและผลไม้ในแต่ละสัปดาห์ตามความต้องการของสมาชิกผู้บริโภครได้ และสามารถเลือกระยะเวลาในการจ่ายเงินล่วงหน้าได้ตามที่ เดอะ บาสเก็ต กำหนด เพื่อเพิ่มความยืดหยุ่นในการเลือกจ่ายเงินสำหรับสมาชิกผู้บริโภค นอกจากนี้ ยังมีผักและผลไม้สำหรับขายหน้าร้านค้า เดอะ บาสเก็ต ให้ผู้บริโภคทั่วไปที่ไม่สะดวกในการจ่ายเงินล่วงหน้าในรูปแบบสมาชิกสามารถซื้อสินค้าได้เช่นกัน

คุณ มนัส หามาลา หัวหน้าโครงการชุมชนกึ่งเกษตรอินทรีย์ และกลุ่มเพื่อนอีก 5 คน ได้ก่อตั้ง เดอะ บาสเก็ต ขึ้นโดยมีความตั้งใจในการเชื่อมโยงผู้ผลิตและผู้บริโภค ด้วยแนวความคิดชุมชนเกษตรอินทรีย์ โดยมีกลุ่มเกษตรกรภายใต้โครงการ เดอะ บาสเก็ต 3 กลุ่มหลัก คือ กลุ่มเกษตรกรจังหวัดฉะเชิงเทรา กลุ่มแก้วกล้าและกลุ่มสาระเห็ด จังหวัดเพชรบุรี โดย เดอะ บาสเก็ต จะรับซื้อผักและผลไม้ตามฤดูกาลจากแปลงเพาะปลูกของเกษตรกรในแต่ละกลุ่มในทุก ๆ สัปดาห์ ซึ่งมีการตกลงกันว่าแต่ละกลุ่มจะปลูกพืชอะไร เพื่อกระจายความหลากหลายของสินค้า และจัดส่งให้ตามบ้านของสมาชิกผู้บริโภคหรือสถานที่ที่ตกลงนัดรับสินค้า

ในปัจจุบัน เดอะ บาสเก็ต มีจำนวนผู้บริโภคที่สมัครเป็นสมาชิกที่มีการจ่ายเงินล่วงหน้าอยู่ประมาณ 30 ราย ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในพื้นที่กรุงเทพฯและปริมณฑล ขณะที่เกษตรกรภายใต้โครงการ เดอะ บาสเก็ต มีสมาชิกเกษตรกรเข้าร่วมของแต่ละกลุ่มจำนวนรวมทั้งหมด 30 ครัวเรือน โดยในแต่ละปี เดอะ บาสเก็ต ก็มีการจัดกิจกรรมการเยี่ยมชมฟาร์มสำหรับสมาชิกผู้บริโภคของโครงการหรือผู้ที่สนใจ เพื่อให้เกษตรกรและผู้บริโภคได้พบปะ พูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกันตามแนวทางของ CSA

2.2 วรรณกรรมปริทัศน์

ในการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบชุมชนสนับสนุนเกษตรกรกรรม (CSA) ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยแบ่งการทบทวนวรรณกรรมออกเป็น ดังนี้ 1. ลักษณะเกษตรกรและผู้บริโภคภายใต้ระบบชุมชนสนับสนุนเกษตรกรกรรม (CSA) 2. เหตุผลของเกษตรกรและผู้บริโภคในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกในระบบชุมชนสนับสนุนเกษตรกรกรรม (CSA) และ 3. ความคาดหวังรายได้ของเกษตรกรและความยินดีในการจ่ายเงินของผู้บริโภคในระบบชุมชนสนับสนุนเกษตรกรกรรม (CSA)

2.2.1 ลักษณะเกษตรกรและผู้บริโภคภายใต้ระบบชุมชนสนับสนุนเกษตรกรกรรม

ลักษณะเกษตรกร

การศึกษาถึงลักษณะของเกษตรกร สามารถช่วยให้ทราบและเข้าใจถึงถึงลักษณะทางกายภาพ สภาพทางเศรษฐกิจและสังคมของเกษตรกร ในระบบชุมชนสนับสนุนเกษตรกรกรรม (CSA) รวมถึงปัญหาที่เกษตรกรประสบพบเจอ ซึ่งเป็นสาเหตุให้เกษตรกรเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม การเพาะปลูกและช่องทางการกระจายสินค้ามายังตลาดทางเลือกมากขึ้น (Maye et al., 2010)

โดยลักษณะทั่วไปของเกษตรกรที่อยู่ในระบบชุมชนสนับสนุนเกษตรกรกรรมที่พบในการศึกษาส่วนใหญ่พบว่า เป็นเพศหญิงที่ให้ความสนใจในสุขภาพและสิ่งแวดล้อม โดยมีการศึกษาที่พบว่าเกษตรกรที่เป็นเพศหญิงมีแนวโน้มในการเปลี่ยนแปลงการเพาะปลูกในแบบเกษตรอินทรีย์มากกว่าเพศชาย (Tegtmeier & Duffy, 2005) และมีการศึกษาที่พบว่าเกษตรกรที่ทำเกษตรกรรมในระบบ CSA ในสหรัฐอเมริกาส่วนใหญ่เป็นการรวมตัวของกลุ่มเกษตรกรเพศหญิงที่ให้ความสำคัญกับระบบเกษตรกรรมอินทรีย์ (Schnell, 2007)

มีการศึกษาที่เกี่ยวกับลักษณะกลุ่มอายุของเกษตรกรที่อยู่ในระบบ CSA ในภูมิภาคตอนเหนือของประเทศสหรัฐอเมริกาพบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่จะมีอายุเฉลี่ยน้อยกว่าเกษตรกรที่ทำเกษตรทั่วไป (Tegtmeier & Duffy, 2005) สอดคล้องกับการศึกษาที่พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่ในสหรัฐเป็นคนรุ่นใหม่ที่มีอายุไม่เยอะ เพิ่งเริ่มทำเกษตรกรรมได้ไม่นานและยังมีประสบการณ์ในภาคการเกษตรที่น้อย เมื่อเปรียบเทียบกับเกษตรกรทั่วไป (Lass, Bevis, Stevenson, Hendrickson, & Ruhf, 2003) นอกจากนี้ยังพบว่า ส่วนใหญ่คนที่มาทำเกษตรกรรม CSA ไม่ได้เป็นเกษตรกรมาก่อน ซึ่งทำอาชีพหรืองานอื่นๆ ที่ไม่ได้เกี่ยวข้องกับการทำเกษตรเลย (Schnell, 2007) และเกษตรกรบางคนยังมีงานเสริมอื่นๆ นอกจากการทำเกษตรในฟาร์มของตัวเองอีกด้วย (Tegtmeier & Duffy, 2005)

ระดับการศึกษาของเกษตรกรในระบบชุมชนสนับสนุนเกษตรกรรม CSA เป็นหนึ่งในลักษณะที่มีความแตกต่างจากเกษตรกรทั่วไปที่ไม่อยู่ในระบบ CSA โดยส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาที่สูง จากการศึกษาพบว่า เกษตรกรที่ทำเกษตรกรรมในรูปแบบ CSA ในประเทศสหรัฐอเมริกา ร้อยละ 77 จบการศึกษาในระดับมหาวิทยาลัยขึ้นไป (Schnell, 2007) สอดคล้องกับการศึกษาที่พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่ที่เป็นสมาชิกในกลุ่มเกษตรกรรม CSA ร้อยละ 70 จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี และร้อยละ 30 จบการศึกษาในระดับปริญญาโท (Lass et al., 2003)

ในด้านรายได้ของเกษตรกรในระบบชุมชนสนับสนุนเกษตรกรรม CSA โดยเฉลี่ยมีรายได้ที่ดีขึ้นและสูงกว่ารายได้ของเกษตรกรทั่วไป เมื่อเปรียบเทียบผลตอบแทนต่อพื้นที่เพาะปลูกในฟาร์ม CSA กับฟาร์มที่เพาะปลูกข้าวโพด ถั่วเหลือง และข้าวสาลี ในสหรัฐอเมริกา (Tegtmeier & Duffy, 2005) จากการศึกษารายได้ของเกษตรกรที่ทำเกษตรกรรมรูปแบบ CSA ในสหรัฐอเมริกา พบว่า เกษตรกรในฟาร์ม CSA เมื่อหักต้นทุนและค่าใช้จ่ายทางการเกษตรแล้ว มีรายได้สุทธิที่ดีขึ้น (Sabih & Baker, 1998) สอดคล้องกับการศึกษาที่พบว่า เมื่อเปรียบเทียบรายได้จากฟาร์มเกษตรกรรม CSA มีรายได้โดยรวมของฟาร์มสูงกว่าฟาร์มทั่วไปในสหรัฐอเมริกา (Lass et al., 2003)

ลักษณะพื้นที่ทางการเกษตรในระบบชุมชนสนับสนุนเกษตรกรรม CSA โดยทั่วไป ฟาร์ม CSA ใช้พื้นที่ในการเพาะปลูกผลผลิตน้อยและเป็นฟาร์มขนาดเล็กที่ผลิตผลผลิตในรูปแบบเกษตรกรรมอินทรีย์ (Lass et al., 2003) สอดคล้องกับการศึกษาที่พบว่า ฟาร์มเกษตรในระบบชุมชนสนับสนุนเกษตรกรรม CSA มีลักษณะของพื้นที่ฟาร์มที่เล็กกว่าฟาร์มทั่วไป เพราะการผลิตในรูปแบบ CSA มุ่งเน้นในการใช้ประโยชน์จากที่ดินอย่างเข้มข้นและเพื่อให้ได้รายได้หรือผลตอบแทนต่อพื้นที่เพาะปลูกมากที่สุด (Schnell, 2007)

นอกจากนี้ สิทธิความเป็นเจ้าของที่ดินเพาะปลูกของเกษตรกรในระบบชุมชนสนับสนุนเกษตรกรรม CSA มีผลการศึกษาที่พบความแตกต่างในหลายงานวิจัย จากการศึกษาเกษตรกรในระบบ CSA ของสหรัฐอเมริกาพบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่ที่ทำเกษตรกรรมในรูปแบบ CSA มีพื้นที่เพาะปลูกเป็นของตัวเอง ในลักษณะเป็นเจ้าของที่ดิน (Lass et al., 2003; Tegtmeier & Duffy, 2005) ขณะที่การศึกษาบางงานพบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่มีพื้นที่ทางการเกษตรน้อยและไม่ได้เป็นเจ้าของที่ดินในช่วงเริ่มต้นทำเกษตรกรรม CSA ในลักษณะเป็นผู้เช่าที่ดินในช่วงเริ่มต้น (Schnell, 2007)

การมีผลผลิตที่มีลักษณะพิเศษหรือลักษณะเฉพาะที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค (Zepeda & Leviten-Reid, 2004) เป็นหนึ่งในลักษณะเฉพาะที่ทำให้เกษตรกรเปลี่ยนแปลงวิธีการเพาะปลูกและการกระจายสินค้ามายังระบบ CSA เช่น มีกระบวนการผลิตที่ลดการใช้สารเคมีและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งสามารถดึงดูดความสนใจและความต้องการซื้อสินค้าของผู้บริโภค นอกจากนี้เกษตรกรที่ได้รับแรงกดดันด้านราคาและการกระจายสินค้าในระบบตลาดแบบปกติ ที่ถูกกำหนดราคาและรูปแบบการซื้อขายจากพ่อค้าคนกลาง มีโอกาสเปลี่ยนช่องทางการเพาะปลูกและการกระจายสินค้ามายังระบบตลาดทางเลือกมากขึ้น (Zepeda & Deal, 2009)

ความเข้มแข็งและความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันของเกษตรกรในชุมชนเดียวกัน เป็นอีกลักษณะหนึ่งที่ยังบอกถึง ความสามารถในการรวมกลุ่มของเกษตรกรในการทำเกษตรกรรมในรูปแบบ CSA โดยชุมชนของเกษตรกรที่มีความเข้มแข็งและมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน มีโอกาสเกิดการรวมกลุ่มของเกษตรกรในการเข้าสู่เกษตรกรรมทางเลือกในรูปแบบ CSA มากขึ้น (Oberholtzer & Grow, 2003)

ลักษณะทางภูมิศาสตร์ในด้านระยะทาง เป็นอีกปัจจัยที่สนับสนุนการเข้าสู่ระบบ CSA ของเกษตรกร จากการศึกษาพบว่า เกษตรกรที่อาศัยอยู่ในชุมชนใกล้เคียงหรือชุมชนเดียวกับผู้บริโภค มีโอกาสเปลี่ยนช่องทางการขายและการกระจายสินค้ามายังรูปแบบ CSA เพิ่มขึ้น (Zepeda & Leviten-Reid, 2004) เนื่องจากสามารถช่วยลดต้นทุนการขนส่งสินค้าและเพิ่มความสะดวกสบายในการกระจายสินค้าไปยังผู้บริโภค

ลักษณะผู้บริโภค

การศึกษาถึงลักษณะผู้บริโภคที่เป็นสมาชิกในระบบชุมชนสนับสนุนเกษตรกรรม (CSA) เป็นอีกหนึ่งสิ่งที่สามารถบ่งบอกได้ถึงลักษณะของกลุ่มลูกค้าที่มีความต้องการและตอบสนองต่อตลาดการเกษตรรูปแบบใหม่ รวมถึงลักษณะพฤติกรรมของผู้บริโภค ซึ่งช่วยให้เกษตรกรหรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการทำเกษตรรูปแบบ CSA สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคที่มีความสนใจได้ง่ายและสะดวกมากขึ้น (Zepeda & Leviten-Reid, 2004)

ลักษณะเพศของผู้บริโภคที่พบในระบบชุมชนสนับสนุนเกษตรกรรม (CSA) เป็นอีกหนึ่งลักษณะที่พบว่ามีความโดดเด่นจากผู้บริโภคทั่วไป จากการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคที่เป็นสมาชิก CSA ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง และในกลุ่มสมาชิก CSA ที่มาเยี่ยมชมฟาร์มหรือเข้าร่วมทำกิจกรรมในกลุ่มสมาชิก CSA ด้วยกัน มีสัดส่วนมากกว่าร้อยละ 50 เป็นเพศหญิง (Lang & Agriculture, 2010;

Russell, Zepeda, & Systems, 2008; Shi, Cheng, Lei, Wen, & Merrifield, 2011; Uribe, Winham, & Wharton, 2012)

โดยผู้บริโภครที่เป็นเพศชายมีแนวโน้มที่จะตัดสินใจเข้าร่วมสมาชิกระบบ CSA น้อยกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับผู้บริโภครที่เป็นเพศหญิง (Kolodinsky & Pelch, 1997; Pole, Gray, & values, 2013) สอดคล้องกับผลการศึกษาที่พบว่า ผู้บริโภครที่เป็นเพศชายมีแนวโน้มซื้อสินค้าและผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่นน้อยกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับเพศหญิง (Brown, 2003; Eastwood, Brooker, Orr, & Economics, 1987)

นอกจากนี้ยังมีการศึกษาที่พบว่า ผู้บริโภครที่เป็นเพศหญิงมีความเต็มใจที่จะซื้อผลิตภัณฑ์อินทรีย์ทางการเกษตรที่ผลิตในท้องถิ่นมากกว่าผู้บริโภครที่เป็นเพศชาย (Govindasamy & Italia, 1999; Jekanowski, Williams, Schiek, & Review, 2000) สอดคล้องกับผลการศึกษาที่พบว่า ผู้บริโภครที่เป็นเพศชายส่งผลกระทบต่อแนวโน้มและโอกาสในการซื้อผลิตภัณฑ์อินทรีย์ในท้องถิ่น ขณะที่เพศหญิงส่งผลกระทบต่อการศึกษาซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นผลิตภัณฑ์อินทรีย์มากกว่าเพศชาย (Byrne, Toensmeyer, German, & Muller, 1991)

ในด้านอายุและวัยของผู้บริโภครที่เป็นสมาชิกในระบบชุมชนสนับสนุนเกษตรกรรม CSA จากการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่ผู้บริโภครที่เป็นสมาชิก CSA มักจะเป็นคนรุ่นใหม่ที่มีความสนใจในสิ่งแวดล้อมและคุณภาพของผลผลิตอินทรีย์ โดยมีอายุเฉลี่ยที่น้อยกว่าผู้บริโภครทั่วไป (J. Chen, Gao, Chen, & Zhang, 2019; Shi et al., 2011; Vassalos, Gao, & Zhang, 2017)

สอดคล้องกับการศึกษาที่พบว่า ผู้บริโภครที่สนใจซื้อผลิตภัณฑ์การเกษตรที่ผลิตแบบอินทรีย์มักจะเป็นกลุ่มผู้บริโภครที่มีอายุน้อยและให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพ (Govindasamy & Italia, 1999) และอายุที่เพิ่มขึ้นส่งผลกระทบต่อโอกาสในการซื้อผลิตภัณฑ์อินทรีย์ของผู้บริโภคร (Byrne et al., 1991) ในขณะที่มีการศึกษาที่พบว่า ลักษณะในด้านอายุของผู้บริโภคร ไม่ส่งผลกระทบต่อโอกาสในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกในกลุ่ม CSA อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Kolodinsky & Pelch, 1997)

ลักษณะในด้านการศึกษา ผู้บริโภครที่เป็นสมาชิก CSA มีระดับการศึกษาที่สูงกว่าผู้บริโภครทั่วไป จากการศึกษาพบว่า ระดับการศึกษาที่สูงจะเพิ่มโอกาสในการเข้าร่วม CSA ของผู้บริโภคร (Kolodinsky & Pelch, 1997; Pole et al., 2013; Vassalos et al., 2017) สอดคล้องกับการศึกษาที่พบว่า ผู้บริโภครที่เป็นสมาชิก CSA ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาที่สูง โดยเฉลี่ยมีระดับการศึกษา

ปริญญาตรีขึ้นไป (Bougherara, Grolleau, & Mzoughi, 2009; Henderson & Van En, 2007; Kane & Lohr, 1997; Perez, Allen, & Brown, 2003)

ผลการศึกษาของผู้บริโภคที่เป็นสมาชิก CSA ในประเทศจีนพบว่า ร้อยละ 90 สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรีขึ้นไป ร้อยละ 40 สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาโท (Shi et al., 2011) นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการศึกษาที่พบว่า ผู้บริโภคในรัฐมิสซูรีที่จบการศึกษาในระดับมหาวิทยาลัยขึ้นไป มีแนวโน้มที่ซื้อผลผลิตอินทรีย์และผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่นมากขึ้น เมื่อเปรียบเทียบกับผู้บริโภคทั่วไปที่จบการศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี (Brown, 2003)

ในขณะที่มีการศึกษาที่พบว่าระดับการศึกษาส่งผลต่อโอกาสในการเข้าร่วมเป็นสมาชิก CSA ของผู้บริโภค โดยผู้บริโภคที่มีการศึกษาที่สูงขึ้น มีแนวโน้มที่จะซื้อผลิตภัณฑ์อินทรีย์ในท้องถิ่นลดลง (Byrne et al., 1991) สอดคล้องกับการศึกษาที่พบว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาที่สูงมักจะมีตารางงานที่ยุ่งมาก จนไม่ค่อยมีเวลาไปเยี่ยมชมฟาร์ม (Gumirakiza, Curtis, Bosworth, & Review, 2014) นอกจากนี้ มีการศึกษาที่พบว่าผู้บริโภคในกลุ่มที่เป็นสมาชิก CSA มีทั้งผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาที่สูงและต่ำกว่าปริญญาตรีในสัดส่วนที่ไม่มี ความแตกต่างกัน (Jekanowski et al., 2000)

รายได้ของผู้บริโภคเป็นอีกลักษณะหนึ่งที่มีการตั้งสมมติฐานว่าเป็นลักษณะสำคัญที่พบในกลุ่มสมาชิกผู้บริโภค CSA จากการศึกษาพบว่าผู้บริโภคที่เป็นสมาชิกในระบบ CSA มีระดับรายได้ที่สูงกว่ารายได้เฉลี่ยของประชากรทั่วไป และมีรายได้รวมทั้งครัวเรือนโดยเฉลี่ยที่สูงกว่ารายได้ของครัวเรือนทั่วไป (J. Chen et al., 2019; Henderson & Van En, 2007; Perez et al., 2003; Schnell, 2007) โดยผู้บริโภคที่มีระดับรายได้สูงจะมีแนวโน้มที่จะซื้อสินค้าที่ผลิตโดยเกษตรกรในชุมชนในรูปแบบของระบบ CSA เพิ่มขึ้น (Uribe et al., 2012)

สอดคล้องกับผลการศึกษาที่พบว่า ในกลุ่มผู้บริโภคที่ซื้อผลิตภัณฑ์ที่ผลิตแบบอินทรีย์มักจะมีรายได้เฉลี่ยและความสามารถทางการเงินที่สูงกว่าผู้บริโภคทั่วไป โดยผู้บริโภคที่มีรายได้ต่อปีสูงมีแนวโน้มในการจ่ายเงินเพื่อซื้อสินค้าที่เป็นผลิตภัณฑ์อินทรีย์มากขึ้น (Govindasamy & Italia, 1999; Jekanowski et al., 2000) และผู้บริโภคที่มีรายได้ที่สูงมีความยินดีที่จะจ่ายเงินเพิ่มขึ้นสำหรับผลผลิตอินทรีย์ในท้องถิ่น (Brown, 2003)

ในทางตรงกันข้ามมีการศึกษาที่พบว่า รายได้ของผู้บริโภคที่เป็นสมาชิก CSA นั้นไม่มีความสัมพันธ์ทางสถิติกับความต้องการซื้อสินค้าจากระบบ CSA มีทั้งระดับรายได้ที่สูงและต่ำกว่ารายได้เฉลี่ยของประชากรทั่วไป (Kolodinsky & Pelch, 1997; Shi et al., 2011) สอดคล้องกับผล

การศึกษาที่พบว่า รายได้ของผู้บริโภคไม่ส่งผลต่อโอกาสในการซื้อผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่นและผลิตภัณฑ์อินทรีย์ (Zepeda & Deal, 2009) ขณะที่ผลการศึกษาพบว่า รายได้ที่สูงของผู้บริโภคส่งผลต่อโอกาสและแนวโน้มในการซื้อสินค้าในรูปแบบผลิตภัณฑ์อินทรีย์และในท้องถิ่น (Byrne et al., 1991; Gumirakiza et al., 2014)

ช่องทางข้อมูลในการเข้าถึงระบบชุมชนสนับสนุนเกษตรกรรมของผู้บริโภค เป็นอีกสิ่งหนึ่งที่บ่งบอกถึงลักษณะการเข้าถึงเกษตรกรรมทางเลือก มีการศึกษาที่พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่รู้จัก CSA ผ่านช่องทางการบอกต่อจากคนรู้จัก หรือ คนใกล้ชิดที่เป็นสมาชิก CSA ในการแนะนำและชักชวนให้เข้าร่วมเป็นสมาชิกในกลุ่ม CSA ขณะที่ช่องทางอื่นๆ เช่น โฆษณาบนสื่อออนไลน์ ไปสเตอร์ แผ่นพับ และป้ายริมทาง ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ (Kolodinsky & Pelch, 1997) สอดคล้องกับการศึกษาที่พบว่า การบอกปากต่อปากของสมาชิกผู้บริโภคต่อคนรู้จัก มีอิทธิพลอย่างมากในการเข้าร่วมเป็นสมาชิก CSA ของผู้บริโภคหน้าใหม่ในอนาคต (Vassalos et al., 2017)

ลักษณะครัวเรือนของผู้บริโภคที่ผู้สูงอายุและเด็กเล็กในครัวเรือน รวมถึงขนาดของครัวเรือน เป็นอีกลักษณะหนึ่งที่มีมักจะพบในกลุ่มสมาชิกผู้บริโภค CSA จากการศึกษาพบว่า สมาชิกผู้บริโภค CSA ในประเทศจีน ร้อยละ 70 มีเด็กเล็กอายุต่ำกว่า 12 ปี และผู้สูงอายุ 60 ปีขึ้นไป ในครัวเรือนและมีขนาดครัวเรือนขนาดใหญ่ที่มีสมาชิกเกิน 3 คนขึ้นไป (Shi et al., 2011)

ขณะที่มีการศึกษาในประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่า ครัวเรือนของผู้บริโภคที่มีเด็กเล็กอายุต่ำกว่า 12 ปี และเด็กในช่วงวัยรุ่น 12-18 ปี มีแนวโน้มลดลงในการเข้าร่วมเป็นสมาชิก CSA (Kolodinsky & Pelch, 1997) สอดคล้องกับการศึกษาที่พบว่า โอกาสในการจ่ายเงินสำหรับผลิตภัณฑ์อินทรีย์จะลดลง ตามจำนวนคนที่อาศัยอยู่ในครัวเรือน (Govindasamy & Italia, 1999) นอกจากนี้ยังมีการศึกษาที่พบว่า ครัวเรือนของผู้บริโภคที่มีเด็กเล็กที่อายุยังไม่บรรลุนิติภาวะ มีแนวโน้ม และมีจำนวนคนในครัวเรือนน้อยกว่าครัวเรือนอื่นๆ ในสหรัฐอเมริกา ของครัวเรือนที่มีเด็กเล็กในครอบครัว (Zepeda & Deal, 2009)

ลักษณะในด้านพฤติกรรมและการใช้ชีวิตของผู้บริโภค เป็นอีกลักษณะหนึ่งที่มีการศึกษาเพื่อรู้ถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่สอดคล้องกับรูปแบบของระบบชุมชนสนับสนุนเกษตรกรรม CSA มีการศึกษาพบว่า พฤติกรรมมีผลอย่างมากต่อการตัดสินใจเข้าร่วมเป็นสมาชิก CSA โดยผู้บริโภคที่มีพฤติกรรมไปจับจ่ายซื้อของในตลาดหรือร้านค้าเป็นประจำ และมีการรับประทานอาหารในครัวเรือนมากกว่านอกครัวเรือน รวมถึงพฤติกรรมการทำอาหารเป็นประจำ ส่งผลต่อแนวโน้มของผู้บริโภคใน

การเข้าร่วมเป็นสมาชิก CSA (Kane & Lohr, 1997; Kolodinsky & Pelch, 1997; Vassalos et al., 2017) ขณะที่มีการศึกษาที่พบว่า พฤติกรรมการรับประทานอาหาร การประกอบอาหาร และการจับจ่ายตลาดของผู้บริโภคที่เป็นสมาชิก CSA ไม่มีความแตกต่างกันกับผู้บริโภคทั่วไป (Bond, Thilmany, Bond, & Economics, 2009)

นอกจากนี้การมีกิจกรรมประจำวันที่มีความกระตือรือร้น มีแนวโน้มในการเข้าร่วมเป็นสมาชิก CSA ของผู้บริโภค สอดคล้องกับผลการศึกษาที่พบว่า ผู้บริโภคที่เป็นสมาชิก CSA ในสหรัฐอเมริกา และฝรั่งเศส ส่วนใหญ่เป็นสมาชิกในฟิตเนสคลับ (Peterson, Taylor, & Baudouin, 2015; Vassalos et al., 2017) และผู้บริโภคที่มีจำนวนครั้งของการออกกำลังกายที่สูงกว่าผู้บริโภคทั่วไป มักจะมีแนวโน้มในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อินทรีย์ (Bond et al., 2009)

2.2.2 เหตุผลของเกษตรกรและผู้บริโภคในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกในระบบชุมชนสนับสนุนเกษตรกร (CSA)

การศึกษาถึงเหตุผลของเกษตรกรและผู้บริโภคในการตัดสินใจเข้าร่วมเป็นสมาชิกในระบบชุมชนสนับสนุนเกษตรกร (CSA) ทำให้ทราบถึงปัจจัยหรือสิ่งที่เกษตรกรและผู้บริโภคให้ความสำคัญและเป็นแรงจูงใจในการตัดสินใจเข้าร่วมเป็นสมาชิกในระบบชุมชนสนับสนุนเกษตรกร CSA

เหตุผลเกษตรกร

จากการศึกษาลักษณะของเกษตรกรในระบบชุมชนสนับสนุนเกษตรกร (CSA) ส่วนใหญ่มีระดับรายได้ที่สูงกว่าเกษตรกรทั่วไป (Tegtmeier & Duffy, 2005) ระดับรายได้ที่ดีขึ้นจึงเป็นเหตุผลและแรงจูงใจสำคัญให้เกษตรกรในการตัดสินใจเข้าร่วมในระบบ CSA มีผลการศึกษาที่พบว่า การชำระเงินล่วงหน้าของสมาชิกผู้บริโภคเป็นการช่วยสนับสนุนในด้านต้นทุนในการเกษตรให้เกษตรกรสามารถวางแผนการเพาะปลูกได้ดีขึ้น และทำให้เกษตรกรมีค่าตอบแทนที่ดีขึ้นด้วยเช่นกัน (Lass et al., 2003)

ความมั่นคงทางการเงิน เป็นประโยชน์และข้อดีสำหรับระบบชุมชนสนับสนุนเกษตรกร ที่ผู้บริโภคให้กับเกษตรกรในรูปแบบของการชำระเงินล่วงหน้าเพื่อเป็นต้นทุนในการเพาะปลูกและช่วยให้เกษตรกรสามารถวางแผนการเพาะปลูกได้ จากผลการศึกษาพบว่า เกษตรกรในระบบ CSA มีความรู้สึกดีขึ้นในเรื่องของภาระค่าใช้จ่ายที่ลดลง เนื่องจากไม่ต้องแบกรับภาระต้นทุนในการเพาะปลูก

อีกทั้งเกษตรกรมีความสม่ำเสมอของรายได้และค่าตอบแทนที่เพิ่มขึ้น (Lass et al., 2003; Schnell, 2007)

ความกังวลต่อความมั่นคงของรายได้ ที่เกิดจากความเสี่ยงทางด้านราคาผลผลิตที่ผันผวน และความเสี่ยงทางภัยธรรมชาติที่เกิดขึ้นกับผลผลิตของเกษตรกร เป็นสิ่งที่เกษตรกรมักจะหลีกเลี่ยงไม่ได้ จากการศึกษาพบว่า เกษตรกรกังวลต่อการแบ่งปันความเสี่ยง (Risk-Sharing) เกี่ยวกับความมั่นคงทางการเงินและผลผลิตที่ผู้บริโภคร่วมแบกรับ ช่วยให้เกษตรกรมีความมั่นคงทางการเงินมากขึ้น จากรูปแบบการจ่ายเงินล่วงหน้าและได้ราคาที่เป็นธรรมกับเกษตรกร (Lea, Phillips, Ward, Worsley, & Nutrition, 2006)

เกษตรกรกังวลกับความเสี่ยงของราคาผลผลิตและความเสี่ยงของผลผลิตจากภัยธรรมชาติ โดยการทำเกษตรกรรมในรูปแบบ CSA ช่วยลดความเสี่ยงด้านราคาผลผลิตที่ผันผวน เพราะมีการตกลงราคาผลผลิตกับผู้บริโภคก่อนที่จะทำการเพาะปลูกผลผลิต ซึ่งมีความเป็นธรรมกับเกษตรกร และเพิ่มความมั่นคงทางการเงินให้กับเกษตรกรจากรูปแบบการจ่ายเงินล่วงหน้าของสมาชิกผู้บริโภคในระบบ CSA รวมถึงลดความกังวลต่อความเสี่ยงที่จะเกิดความเสียหายกับผลผลิตจากภัยธรรมชาติ เช่น น้ำท่วมและความแห้งแล้งในฤดูกาลเพาะปลูก ที่ผู้บริโภคช่วยแบกรับความเสี่ยงกับเกษตรกร (Lea et al., 2006)

ถึงแม้เกษตรกรจะมีความมั่นคงทางรายได้ที่เพิ่มขึ้นจากการทำเกษตรกรรมในรูปแบบ CSA แต่ขณะเดียวกัน ในมุมมองของเกษตรกรที่ยังไม่เปลี่ยนมาทำเกษตรอินทรีย์ เนื่องจาก ยังไม่มีความมั่นใจในเรื่องรายได้ที่จะเพียงพอเลี้ยงครอบครัว และมีความรู้จำกัดในการทำเกษตรแบบอินทรีย์ (Lea et al., 2006) เพราะต้องใช้ความรู้และความเข้าใจมากขึ้น ในเรื่องของการดูแลรักษาบำรุงผิวดิน การทำปุ๋ยหมัก ปุ๋ยชีวภาพ เนื่องจากไม่ใช้ยาฆ่าแมลงและยากำจัดศัตรูพืช ทำให้ผลผลิตบางส่วนสูญเสียไปตามธรรมชาติ รวมทั้งต้องใช้เวลาในการดูแลรักษาผลผลิตด้วยตัวเกษตรกรเองมากขึ้น ทำให้ได้จำนวนผลผลิตลดลงและรายได้ก็อาจจะลดลงด้วย เมื่อเทียบกับการทำเกษตรเคมี

สอดคล้องกับการศึกษาที่พบว่า ปัญหาในด้านรายได้ที่ไม่เพียงพอ เป็นอุปสรรคสำคัญสำหรับเกษตรกรในการทำเกษตรกรรมรูปแบบ CSA (Tegtmeier & Duffy, 2005) โดยเกษตรกรบางรายยัง ไม่มีความเชื่อมั่นต่อความยั่งยืนของเกษตรกรรมในรูปแบบ CSA (Lass et al., 2003) เนื่องจากไม่มั่นใจว่ารายได้ที่ได้รับจากการเข้าร่วมในระบบ CSA จะมากกว่าการขายสินค้าการเกษตรในตลาดทั่วไป (Ostrom, 2007)

นอกจากเหตุผลในด้านรายได้แล้ว คุณค่าทางสิ่งแวดล้อมและสังคม เป็นอีกแรงจูงใจที่ทำให้เกษตรกรมาเข้าร่วมทำเกษตรกรรมในรูปแบบ CSA จากผลการศึกษาพบว่า เกษตรกรรู้สึกว่ารระบบชุมชนสนับสนุนเกษตรกรรม CSA ช่วยให้คุณภาพของดินในแปลงเพาะปลูกดีขึ้น อีกทั้งยังเกิดความมีส่วนร่วมในชุมชนเพิ่มขึ้นอีกด้วย (Lass et al., 2003) สอดคล้องกับผลการศึกษาที่พบว่า เกษตรกรที่เข้าร่วมทำเกษตรกรรมรูปแบบ CSA มีความต้องการสร้างความเข้มแข็งในชุมชนและรักษาสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ของพวกเขาให้สามารถตกทอดไปยังรุ่นลูกรุ่นหลานได้ (Schnell, 2007; Tegtmeier & Duffy, 2005)

เหตุผลผู้บริโภค

คุณภาพและความปลอดภัยของสินค้าเป็นปัจจัยหลักที่สนับสนุนการตัดสินใจเข้าร่วมสมาชิก CSA ของผู้บริโภค จากการศึกษาพบว่า ความสดใหม่ การปราศจากสารเคมี เป็นปัจจัยสนับสนุนให้ผู้บริโภคหันมาซื้อผักจากระบบ CSA เพราะทำให้ผู้บริโภคได้รับประทานผักและผลไม้ที่สะอาด และเชื่อมั่นว่าผักผลไม้ที่รับประทานนั้นปราศจากสารเคมีอันตรายปลอดภัยต่อสุขภาพและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Byrne et al., 1991; Lea et al., 2006; Pole et al., 2013) สอดคล้องกับการศึกษาที่พบว่า ผู้บริโภคที่เป็นสมาชิก CSA ในประเทศจีน มีความต้องการผักอินทรีย์ที่มีคุณภาพสูง เป็นสาเหตุหลักสำหรับพวกเขาในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกในกลุ่ม CSA (Shi et al., 2011)

นอกจากนี้ การรับรู้ถึงคุณภาพที่ดีของผลผลิตหรือสินค้ามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเป็นอย่างมาก (Jekanowski et al., 2000) และการที่ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์ที่สดใหม่และมีคุณภาพ พร้อมทั้งทราบถึงแหล่งที่มาของสินค้าที่ตนบริโภค ทำให้ผู้บริโภคมีความต้องการซื้อผักสินค้าจากเกษตรกรในท้องถิ่นเพิ่มมากขึ้น (Lockeretz, 1986; Schnell, 2007) และมีการศึกษาในภูมิภาคตะวันออกเฉียงใต้ของรัสเซีย พบว่า ผู้บริโภคเริ่มหันมาให้ความสำคัญกับคุณภาพที่ปลอดภัยและความสดของผลผลิตในท้องถิ่นมากขึ้น (Brown, 2003)

ถึงแม้ว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่จะเห็นด้วยกับการบริโภคและสนับสนุนผลิตภัณฑ์อินทรีย์ ที่ให้ผลดีต่อสุขภาพในระยะยาวที่ดีกว่าผลผลิตทั่วไปตามท้องตลาด แต่เมื่อเปรียบเทียบสัดส่วนของผู้บริโภคที่เห็นด้วยกับความสำคัญของคุณภาพผลิตภัณฑ์อินทรีย์ มีเพียงส่วนน้อยเท่านั้นที่จะซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นอินทรีย์เป็นประจำ เนื่องจากผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังรู้สึกว่า ผลผลิตที่เป็นผลิตภัณฑ์อินทรีย์มีราคาที่สูงกว่าผลผลิตทั่วไปอย่างมาก และไม่รู้สึกว่าคุณภาพของผลิตภัณฑ์อินทรีย์ไม่ได้มีความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ทั่วไปในท้องตลาด ความไม่สนใจต่อสุขภาพและราคาสินค้าที่สูงจึงเป็นอุปสรรคสำคัญต่อ

ผู้บริโภคในการค้นหาหรือเข้าถึงผลิตภัณฑ์อินทรีย์และลดโอกาสในการเข้าร่วมเป็นสมาชิก CSA ของผู้บริโภค (Byrne et al., 1991; Kolodinsky & Pelch, 1997)

นอกจากความสำคัญที่มีต่อคุณภาพของผลผลิตหรือสินค้า ผู้บริโภคยังให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมอีกด้วย มีการศึกษาที่พบว่า ผู้บริโภคที่เป็นสมาชิก CSA ในประเทศสหรัฐอเมริกา ส่วนใหญ่มีความกังวลต่อสิ่งแวดล้อมที่พวกเขาอาศัยอยู่ (Schnell, 2007) และมีการศึกษาที่พบว่า ผู้บริโภคที่เป็นสมาชิกในกลุ่มที่เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม มีแนวโน้มที่จะซื้อผลิตภัณฑ์อินทรีย์และยินดีจ่ายในราคาที่สูงขึ้นสำหรับผลผลิตในท้องถิ่น (Brown, 2003)

สอดคล้องกับการศึกษาที่พบว่า ผู้บริโภคที่เป็นสมาชิก CSA ในประเทศจีนมีความเชื่อมั่นต่อแนวทางในการเพาะปลูกผลผลิตของบุคลากรในฟาร์ม CSA ที่จะไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมถึงผู้บริโภคทั่วไป โดยเฉพาะผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเมืองใหญ่ เริ่มตระหนักถึงผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมของเกษตรอุตสาหกรรมที่เน้นปริมาณการผลิตโดยใช้พื้นที่เพาะปลูกจำนวนมากและสารตกค้างจากสารเคมีที่ใช้ในการเกษตร (Shi et al., 2011)

นอกจากลักษณะทั่วไปของผู้บริโภคแล้ว ปฏิสัมพันธ์ระหว่างเกษตรกรและผู้บริโภค จากการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าในท้องถิ่นจากเกษตรกรโดยตรง เป็นอีกเหตุผลที่ส่งผลกระทบต่อ การตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภค จากการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคได้รับประสบการณ์ที่ดีจากการซื้อสินค้าจากเกษตรกรโดยตรง โดยการได้พูดคุยและมีความสัมพันธ์โดยตรงกับเกษตรกรผู้ผลิต (Lockeretz, 1986) สอดคล้องกับการศึกษาที่พบว่า ผู้บริโภคที่เป็นสมาชิก CSA มีความต้องการที่จะสนับสนุนเกษตรกรในท้องถิ่น และได้ช่วยเหลือพวกเขาโดยตรง (Cox et al., 2008; Curtis, Allen, & Ward, 2015)

การได้รับรู้ถึงกระบวนการผลิตและแหล่งที่มาของอาหาร เป็นอีกสิ่งหนึ่งที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกในระบบชุมชนสนับสนุนเกษตรกร CSA มีการศึกษาที่พบว่า ผู้บริโภคที่เป็นสมาชิก CSA มีความพึงพอใจต่อการได้รับรู้ขั้นตอนและกระบวนการผลิตสินค้าก่อนมาถึงมือผู้บริโภค (Zepeda & Leviten-Reid, 2004) สอดคล้องกับการศึกษาที่พบว่า ผู้บริโภคที่เป็นสมาชิก CSA มีความคาดหวังว่ากระบวนการผลิตทางการเกษตรจะไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม และมีความต้องการทราบว่าอาหารที่พวกเขาบริโภคนั้น มาจากสถานที่ไหนและผลิตโดยใคร (Shi et al., 2011)

นอกจากการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างเกษตรกรและผู้บริโภคโดยตรงแล้ว การซื้อสินค้าหรือผลผลิตจากเกษตรกรโดยตรง ทำให้ผู้บริโภครู้สึกได้ช่วยเหลือเกษตรกรเหล่านี้ จากการศึกษาพบว่า

ผู้บริโภคมีความต้องการช่วยเหลือเกษตรกรในท้องถิ่น โดยการซื้อสินค้าหรือผลผลิตจากเกษตรกรโดยตรง อีกทั้งยังเป็นการส่งเสริมการกระจายรายได้ให้แก่เกษตรกรในชุมชนและท้องถิ่นที่ตนอาศัยอยู่อีกด้วย (J. Chen et al., 2019; Cooley & Lass, 1998; Zepeda & Leviten-Reid, 2004)

นอกจากการเข้าถึงคุณภาพของผลผลิตแล้ว ความสะดวกในการเข้าถึงผลผลิตดังกล่าวเป็นอีกสิ่งหนึ่งที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญในการเลือกซื้อสินค้า จากการศึกษาพบว่า ความสะดวกสบายในการเข้าถึงสินค้าหรือตลาดขายสินค้าที่อยู่ใกล้เคียงชุมชนที่ตนอาศัย เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้พบว่าผู้บริโภคหันมาให้ความสนใจกับการเลือกซื้อสินค้าในพื้นที่ที่ใกล้เคียงที่อยู่อาศัยมากขึ้น เนื่องจากช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายด้านการเดินทางไปซื้อสินค้าในห้างสรรพสินค้าที่อยู่ห่างไกล (Ertmanska, 2015) สอดคล้องกับการการศึกษาที่พบว่า ผู้บริโภคหันมาซื้อสินค้าในรูปแบบ CSA ความพึงพอใจและชื่นชอบในรูปแบบบริการการส่งผลผลิตให้ผู้บริโภคโดยตรง (Kolodinsky & Pelch, 1997)

2.2.3 ความคาดหวังรายได้ของเกษตรกรและความยินดีในการจ่ายเงินของผู้บริโภคในระบบชุมชนสนับสนุนเกษตรกรรม (CSA)

จากรูปแบบของระบบชุมชนสนับสนุนเกษตรกรรมที่มีการจ่ายเงินล่วงหน้าของผู้บริโภคที่เป็นสมาชิกให้กับเกษตรกร ในส่วนนี้จะเป็นการพูดถึงความคาดหวังและความคิดเห็นต่อรายได้ล่วงหน้าที่เกษตรกรได้รับในรูปแบบของ CSA และความยินดีและเต็มใจในการจ่ายเงินล่วงหน้าของผู้บริโภคที่เป็นสมาชิก CSA

เกษตรกร

การจ่ายเงินล่วงหน้าของผู้บริโภคสำหรับผลผลิตในฟาร์ม CSA จะเป็นราคาที่ตกลงกันระหว่างเกษตรกรและผู้บริโภคล่วงหน้า ซึ่งโดยทั่วไปมีการศึกษาที่พบว่า เกษตรกรในฟาร์ม CSA เชื่อว่าการกำหนดราคาของผลผลิตในฟาร์ม CSA มาจากความเต็มใจที่จะจ่ายของสมาชิกผู้บริโภคมากกว่า การกำหนดราคาผลผลิตตามท้องตลาดทั่วไป และเกษตรกรส่วนใหญ่ในฟาร์ม CSA รู้สึกว่าราคาผลผลิตอินทรีย์ที่พวกเขาได้มีราคาค่อนข้างสูง (Tegtmeier & Duffy, 2005)

ถึงแม้การจ่ายเงินล่วงหน้าจะช่วยให้เกษตรกรมีความมั่นคงในรายได้มากขึ้น รวมถึงการรับประกันรายได้ที่จะได้ในอนาคตก็ตาม แต่มีการศึกษาที่พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่พึงพอใจกับรายได้จากการขายผลผลิตในรูปแบบ CSA แต่โดยรวมเกษตรกรในระบบ CSA ยังมีความต้องการรายได้ที่เพิ่มขึ้น และเกษตรกรบางส่วนยังไม่ค่อยพอใจกับผลตอบแทนที่ได้เมื่อเทียบกับชั่วโมงในการทำงานในฟาร์ม CSA (Tegtmeier & Duffy, 2005) สอดคล้องกับการศึกษาที่พบว่า เกษตรกร CSA บางส่วน

ยังไม่พอใจกับค่าตอบแทนและความมั่นคงทางการเงินที่ได้รับ รวมถึงคุณภาพชีวิต ภาระการดูแลฟาร์ม และการมีส่วนร่วมของชุมชนยังไม่มากพอ (Lass et al., 2003)

ขณะเดียวกัน การจ่ายเงินล่วงหน้าของผู้บริโภคได้สร้างความกังวลใจให้กับเกษตรกร CSA มีการศึกษาที่พบว่า ในมุมมองของเกษตรกร มีความกังวลเกี่ยวกับการได้รายได้ล่วงหน้าจำนวนมากจากผู้บริโภค ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่ผู้บริโภคต้องรอคอยการเพาะปลูกผลผลิตของพวกเขา เกษตรกรกังวลว่าอาจจะไม่สามารถผลิตผลผลิตที่ตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้บริโภคที่เป็นสมาชิก CSA ได้ ซึ่งความกังวลในลักษณะนี้ เป็นอุปสรรคสำคัญสำหรับเกษตรกรทั่วไปที่ปฏิเสธในการเข้าร่วมทำเกษตรกรรมในระบบชุมชนสนับสนุนเกษตรกรรม (Lea et al., 2006)

ผู้บริโภค

ความยินดีในการจ่ายเงินล่วงหน้าของผู้บริโภคขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายๆ อย่าง เช่น ระยะเวลาของสัญญาการจ่ายเงินล่วงหน้า ที่มีการศึกษาที่พบว่า ผู้บริโภคที่เป็นสมาชิก CSA ส่วนใหญ่เลือกจ่ายเงินล่วงหน้าแบบรายปี หรือ 12 เดือน เนื่องจากเป็นระยะเวลาที่คุ้มค่าที่สุด และเป็นการเพิ่มความมั่นคงทางรายได้ให้กับเกษตรกรในฟาร์ม CSA (J. Chen et al., 2019) สอดคล้องกับการศึกษาที่พบว่า ผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับชุมชนและต้องการสนับสนุนเกษตรกรและฟาร์มในท้องถิ่น มีแนวโน้มที่จะจ่ายเงินเพิ่มขึ้นสำหรับผลิตภัณฑ์อินทรีย์ในท้องถิ่น (Govindasamy & Italia, 1999)

ขณะที่มีการศึกษาที่พบว่า ระยะเวลาของการจ่ายเงินล่วงหน้าที่ยาวนานเกินไป เป็นอุปสรรคสำหรับสมาชิกผู้บริโภค CSA (Tegtmeier & Duffy, 2005) บางคนที่ไม่พึงพอใจต่อการจ่ายเงินล่วงหน้าจำนวนมาก รวมถึงผู้บริโภคหน้าใหม่ที่จะเข้าร่วมเป็นสมาชิก CSA ในอนาคต สอดคล้องกับการศึกษาที่พบว่า ค่าสมาชิกสัญญาในการจ่ายเงินล่วงหน้าที่สูง มีแนวโน้มที่จะลดโอกาสในการเข้าร่วมเป็นสมาชิก CSA ของผู้บริโภคในอนาคต (W. J. A. Chen, 2013; Kolodinsky & Pelch, 1997)

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

3.1 ขั้นตอนการวิจัย

ในการดำเนินการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องให้ตรงกับวัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัยในประเด็นเรื่อง “การศึกษาลักษณะและการตัดสินใจของผู้ผลิตและผู้บริโภคภายใต้ระบบชุมชนสนับสนุนเกษตรกรรม (CSA)” ซึ่งผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องได้แก่ แนวคิดและทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการโดยใช้วิธีการวิจัยใน 2 วิธี ดังต่อไปนี้

3.1.1 การวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research) โดยมุ่งศึกษาค้นคว้าตำราทางวิชาการ เพื่อให้ได้ข้อมูลสถิติที่เป็นตัวเลขของตัวแปรสำคัญที่วางไว้เพื่อนำมาอ้างอิงเป็นข้อค้นพบ (findings) อันจะทำให้ผลงานการวิจัย เกิดความน่าเชื่อถือ (reliability) และความแม่นยำ (Validity)

3.1.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล (Data) โดยข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ที่ผู้วิจัยได้ดำเนินการรวบรวมข้อมูลโดยตรงจากกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้การสำรวจและใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล โดยผู้วิจัยดำเนินการโดยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 238 คน

3.2 กลุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษานี้แบ่งกลุ่มตัวอย่างที่จะทำการเก็บข้อมูลออกเป็น 4 กลุ่มคือ (1) เกษตรกรที่อยู่ในกลุ่ม CSA (2) เกษตรกรทั่วไปที่ไม่อยู่ในกลุ่ม CSA (3) ผู้บริโภคที่อยู่ในกลุ่ม CSA (4) ผู้บริโภคทั่วไปที่ไม่อยู่ในกลุ่ม CSA ดังนี้

1. เกษตรกรที่อยู่ในกลุ่ม CSA คือ เกษตรกรที่ทำเกษตรกรรมในรูปแบบ CSA ของโครงการผักประसानใจ จังหวัดสุพรรณบุรี และ The Basket จังหวัดเพชรบุรี จำนวน 44 ตัวอย่าง

2. เกษตรกรทั่วไปที่ไม่อยู่ในกลุ่ม CSA คือ เกษตรกรที่ทำเกษตรกรรมอื่นๆ ที่ไม่ใช่รูปแบบ CSA ในพื้นที่ใกล้เคียงหรือในหมู่บ้านเดียวกันของโครงการผักประसानใจ จังหวัดสุพรรณบุรี และ The Basket จังหวัดเพชรบุรี จำนวน 48 ตัวอย่าง

3. ผู้บริโภคที่อยู่ในกลุ่ม CSA คือ ผู้บริโภคที่ซื้อผักจากเกษตรกรในกลุ่ม CSA ในรูปแบบสมาชิกของกลุ่ม CSA ที่มีลักษณะการทำสัญญาการจ่ายเงินล่วงหน้าของโครงการผักประसानใจ จังหวัดสุพรรณบุรี และ The Basket จังหวัดเพชรบุรี จำนวน 30 ตัวอย่าง

4. ผู้บริโภคทั่วไปที่ไม่อยู่ในกลุ่ม CSA คือ ผู้บริโภคทั่วไปที่ซื้อผักจากแหล่งอื่นๆ ที่ไม่ใช่รูปแบบ CSA ในพื้นที่กรุงเทพและปริมณฑล จำนวน 116 ตัวอย่าง

โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างเกษตรกรและผู้บริโภคในกลุ่ม CSA แบบเจาะจง (Purposive sampling) เนื่องจากเป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะเฉพาะตามเกณฑ์ที่ผู้วิจัยกำหนดและเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย คือ เกษตรกรที่อยู่ในเกษตรกรรมรูปแบบ CSA และผู้บริโภคที่ซื้อผักจากเกษตรกรในกลุ่ม CSA ของโครงการผักประสาใจ จังหวัดสุพรรณบุรี และ The Basket จังหวัดเพชรบุรี ที่มีรูปแบบตรงกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยและเป็นสถานที่ที่อนุญาตให้ผู้วิจัยสามารถเก็บข้อมูลเพื่อทำวิจัยได้

ผู้วิจัยเลือกเก็บข้อมูลโดยการสุ่มแบบบังเอิญ (Accident Sampling) กับกลุ่มตัวอย่างเกษตรกรและผู้บริโภคทั่วไปที่ไม่ได้อยู่ในกลุ่ม CSA เนื่องจากผู้วิจัยพยายามเก็บตัวอย่างมากที่สุดเท่าที่จะทำได้ตามที่มีอยู่หรือที่ได้รับความร่วมมือเพื่อนำมาเปรียบเทียบความแตกต่าง โดยเลือกเกษตรกรทั่วไปในพื้นที่ใกล้เคียงที่ไม่ได้อยู่ในกลุ่ม CSA และเลือกกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคทั่วไปที่ไม่ได้อยู่ในกลุ่ม CSA ในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล เนื่องจากผู้บริโภคในกลุ่ม CSA ส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaires) ในเรื่องการศึกษาลักษณะและการตัดสินใจของผู้ผลิตและผู้บริโภคภายใต้ระบบชุมชนสนับสนุนเกษตรกรรม โดยแบ่งแบบสอบถามเป็น 2 ชุด คือ (1) แบบสอบถามเกษตรกร (2) แบบสอบถามผู้บริโภค

3.3.1 แบบสอบถามเกษตรกร ซึ่งแบ่งออกเป็น 7 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของเกษตรกร เกี่ยวกับ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ ประสบการณ์ในภาคเกษตร จำนวนสมาชิกในครัวเรือน รายได้ ความถี่ของรายได้ รายจ่าย ทรัพย์สินหนี้สิน

ส่วนที่ 2 ลักษณะเกษตรกรรม ซึ่งเกี่ยวกับ พื้นที่ทำเกษตรกรรม รูปแบบการทำเกษตร สารเคมีในการเกษตร จำนวนรอบในการเพาะปลูก ชนิดของพืชที่ปลูก ชนิดสัตว์ที่เลี้ยง ช่องทางการขายผลผลิต

ส่วนที่ 3 แหล่งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ CSA ใช้มาตรวัดแบบให้เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ (Checklist) และแบบมี 2 คำตอบให้เลือก (Dichotomous)

ส่วนที่ 4 ข้อมูลสมาชิกเกษตรกร CSA โดยเป็นส่วนที่ตอบแบบสอบถามเฉพาะเกษตรกรที่อยู่ในระบบ CSA ซึ่งเกี่ยวกับ การเป็นสมาชิก ระยะเวลาที่เข้าร่วม อาชีพก่อนเข้าร่วม ปัญหาที่พบเจอ ก่อนเข้าร่วม ระยะเวลาในการปรับเปลี่ยน

ส่วนที่ 5 เหตุผลในการเข้าร่วมและไม่เข้าร่วมสมาชิกเกษตร CSA เกี่ยวกับประเด็นปัจจัยต่างๆ ที่เป็นเหตุผลทำให้ตัดสินใจเข้าร่วมและไม่เข้าร่วม CSA ระหว่างกลุ่มเกษตรกร CSA และกลุ่มเกษตรกร Non-CSA ที่รู้จัก CSA โดยใช้มาตรวัดแบบมี 2 คำตอบให้เลือก (Dichotomous) และเรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยโดยใช้มาตรวัดแบบเรียงลำดับ (Ranking)

ส่วนที่ 6 ปัญหาที่เกษตรกรพบในปัจจุบัน ใช้มาตรวัดแบบประมาณค่า (Rating Scale) เป็นการวัดแบบเรียงลำดับ (Ordinal Scale) แบ่งเป็น 5 ระดับ ได้แก่

ปัญหาที่ท่านกำลังประสบพบเจอในปัจจุบัน	คะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

ปัญหาอื่นๆ โดยการเรียงลำดับความรุนแรงของปัญหาโดยใช้มาตรวัดแบบเรียงลำดับ (Ranking)

ส่วนที่ 7 รายได้ล่วงหน้า เกี่ยวกับรายได้ล่วงหน้าที่เกษตรกรต้องการหรือคาดหวังในเกษตรกรรมรูปแบบ CSA ในแต่ละช่วงเวลาระหว่างเกษตรกรในกลุ่ม CSA และ Non-CSA

3.3.2 แบบสอบถามผู้บริโภค ซึ่งแบ่งออกเป็น 7 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค ซึ่งเกี่ยวกับ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ สถานที่พักอาศัย จำนวนสมาชิกในครัวเรือน รายได้

ส่วนที่ 2 ลักษณะพฤติกรรม ซึ่งเกี่ยวกับการรับประทานอาหารในชีวิตประจำวัน ความถี่การประกอบอาหารภายในครัวเรือน มังสวิรัติ สัดส่วนของผักที่รับประทาน การออกกำลังกาย ปัญหาสุขภาพ

ส่วนที่ 3 แหล่งที่ซื้อและการซื้อผักของผู้บริโภค เกี่ยวกับ แหล่งที่ซื้อผัก ประเภทของผัก รายจ่ายในการซื้อผัก ใช้มาตรวัดแบบให้เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ (Checklist) และแบบมี 2 คำตอบให้เลือก (Dichotomous) ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจซื้อผักของผู้บริโภค ใช้มาตรวัดแบบประมาณค่า (Rating Scale) เป็นการวัดแบบเรียงลำดับ (Ordinal Scale) แบ่งเป็น 5 ระดับ ได้แก่

ปัจจัยที่ท่านให้ความสำคัญในการซื้อผัก	คะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

ปัจจัยอื่นๆ โดยการสัมภาษณ์ (Interviews) และเรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยโดยใช้มาตรวัดแบบเรียงลำดับ (Ranking)

ส่วนที่ 4 แหล่งข้อมูลข่าวสารของผู้บริโภคเกี่ยวกับ Community Supported Agriculture (CSA) ใช้มาตรวัดแบบให้เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ (Checklist) และแบบมี 2 คำตอบให้เลือก (Dichotomous)

ส่วนที่ 5 ข้อมูลสมาชิกผู้บริโภค CSA โดยเป็นส่วนที่ตอบแบบสอบถามเฉพาะผู้บริโภคที่อยู่ในระบบ CSA ซึ่งเกี่ยวกับการเป็นสมาชิก ระยะเวลาที่เข้าร่วม ระยะเวลาของสัญญาการจ่ายเงินล่วงหน้า ปริมาณผักที่รับ ค่าสมาชิกของ

ส่วนที่ 6 เหตุผลในการเข้าร่วมและไม่เข้าร่วมสมาชิก CSA เกี่ยวกับประเด็นปัจจัยต่างๆ ที่เป็นเหตุผลทำให้ตัดสินใจเข้าร่วมและไม่เข้าร่วมสมาชิก CSA ของผู้บริโภคกลุ่ม CSA และ Non-CSA โดยใช้มาตรวัดแบบมี 2 คำตอบให้เลือก (Dichotomous) และเรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยโดยใช้มาตรวัดแบบเรียงลำดับ (Ranking)

ส่วนที่ 7 การจ่ายเงินล่วงหน้า เกี่ยวกับความยินดีในการจ่ายเงินล่วงหน้าในการซื้อผักในรูปแบบ CSA ของผู้บริโภคในกลุ่ม CSA และ Non-CSA

3.4 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือวิจัย

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์ โดยมีรายละเอียดขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือดังต่อไปนี้

(1) ศึกษารายละเอียดที่เกี่ยวข้องโดยการรวบรวมข้อมูลทั้งแนวความคิด ทฤษฎี หลักการวิธีการ เกี่ยวกับ ระบบชุมชนสนับสนุนเกษตรกรรม (CSA)

(2) สร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะทั่วไป ลักษณะพฤติกรรม ลักษณะเกษตรกรรม ของผู้ตอบแบบสอบถาม

(3) สร้างแบบสอบถามที่เกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมระบบชุมชนสนับสนุนเกษตรกรรม (CSA) รวมถึงปัญหาที่พบและเหตุผลอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องโดยรวบรวมข้อมูลจากบทความและงานวิจัยต่างๆ

(4) การหาค่าความเที่ยง ของแบบสอบถาม ผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามทดลองใช้กับประชากรกลุ่มตัวอย่าง ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบ แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไข

3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการทำวิจัยครั้งนี้จะเป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเกษตรกรและผู้บริโภคที่อยู่ในเกษตรกรรมรูปแบบ CSA คือ โครงการผักประसानใจ จังหวัดสุพรรณบุรี และ The Basket จังหวัดเพชรบุรี รวมถึงกลุ่มตัวอย่างเกษตรกรทั่วไปที่ไม่อยู่ในกลุ่ม CSA ในพื้นที่ใกล้เคียง และผู้บริโภคทั่วไปที่ไม่ได้ซื้อผักจากเกษตรกรในกลุ่ม CSA โดยมีรายละเอียดขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

3.5.1 กลุ่มตัวอย่างเกษตรกรและผู้บริโภคในระบบ CSA

(1) ก่อนเริ่มต้นในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการติดต่อประสานงานกับตัวแทนของโครงการผักประसानใจ จังหวัดสุพรรณบุรี และ The Basket จังหวัดเพชรบุรี โดยพูดคุยและนำเสนองานวิจัยที่จะศึกษาตลอดจนความสำคัญในการเก็บข้อมูล เพื่อแสดงให้เห็นถึงวัตถุประสงค์ของการวิจัย และขออนุญาตทางตัวแทนของโครงการ เพื่อให้พิจารณาการเข้าถึงผู้มีส่วนร่วมในการวิจัย

(2) ภายหลังจากโครงการผักประसानใจ และ The Basket ได้พิจารณาอนุญาตให้เข้าถึงผู้มีส่วนร่วมในการวิจัย ผู้วิจัยจะต้องสร้างความคุ้นเคยและทำความรู้จัก พูดคุยกับผู้ที่เข้าเกณฑ์ของการวิจัยภายในโครงการ โดยผู้วิจัยจะต้องเปิดเผยตนเองว่าเป็นนิสิตปริญญาโทที่กำลังสนใจและศึกษาเกี่ยวกับ ลักษณะและการตัดสินใจของเกษตรกรและผู้บริโภคภายใต้ระบบชุมชนสนับสนุนเกษตรกรรม (CSA) รวมถึงกล่าวถึงประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นเมื่อได้มีการวิจัยในครั้งนี้ เพื่อให้ผู้ที่เข้าเกณฑ์ของการวิจัยได้ตัดสินใจว่าจะยินยอมให้ข้อมูลกับผู้วิจัยหรือไม่

(3) เมื่อกลุ่มตัวอย่างยินยอมให้ข้อมูลกับผู้วิจัยแล้ว ผู้วิจัยจะใช้วิธีการเก็บข้อมูลผ่านการตอบแบบสอบถามแบบเผชิญหน้า (Face to Face) และแบบคุยผ่านทางโทรศัพท์สำหรับผู้มีส่วนร่วมที่ไม่สะดวกในการให้ข้อมูลแบบเผชิญหน้า โดยเริ่มต้นผู้วิจัยจะต้องแนะนำตัวและแจ้งวัตถุประสงค์ให้แก่กลุ่มตัวอย่างรับทราบเพื่อการเก็บรวบรวมข้อมูลทุกครั้ง ซึ่งผู้วิจัยจะไม่นำอคติหรือค่านิยมทางสังคมส่วนตัวเข้าไปตัดสิน แต่จะพยายามทำความเข้าใจความรู้สึกนึกคิดของผู้มีส่วนร่วมในการวิจัย และนำเสนอข้อมูลที่ได้รับในมุมมองของผู้มีส่วนร่วมในการวิจัย

3.5.2 กลุ่มตัวอย่างเกษตรกรและผู้บริโภคทั่วไป

(1) ก่อนเริ่มต้นในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างทั่วไป ผู้วิจัยจะต้องแนะนำตัวและแจ้งวัตถุประสงค์ให้แก่กลุ่มตัวอย่างรับทราบเพื่อการเก็บรวบรวมข้อมูลทุกครั้ง และเปิดเผยตนเองว่าเป็นนิสิตปริญญาโทที่กำลังสนใจและศึกษาเกี่ยวกับ ลักษณะและการตัดสินใจของเกษตรกรและ

ผู้บริโภครายได้ระบบชุมชนสนับสนุนเกษตรกรรม (CSA) รวมถึงกล่าวถึงประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นเมื่อได้มีการวิจัยในครั้งนี้ เพื่อให้ผู้ที่เข้าเกณฑ์ของการวิจัยได้ตัดสินใจว่าจะยินยอมให้ข้อมูลกับผู้วิจัยหรือไม่

(2) เมื่อกลุ่มตัวอย่างอนุญาตและยินยอมให้ข้อมูลกับผู้วิจัยแล้ว ผู้วิจัยจะใช้วิธีการเก็บข้อมูลผ่านการตอบแบบสอบถามแบบเผชิญหน้า (Face to Face) ซึ่งผู้วิจัยจะไม่นำอคติหรือค่านิยมทางสังคมส่วนตัวเข้าไปตัดสิน แต่จะพยายามทำความเข้าใจความรู้สึกนึกคิดของผู้มีส่วนร่วมในการวิจัย และนำเสนอข้อมูลที่ได้รับในมุมมองของผู้มีส่วนร่วมในการวิจัย

3.6 วิธีการพิทักษ์สิทธิ์กลุ่มตัวอย่างหรือผู้มีส่วนร่วมในการวิจัย

ผู้วิจัยมีวิธีการพิทักษ์สิทธิ์หรือรักษาข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง ดังต่อไปนี้

(1) กลุ่มตัวอย่างหรือผู้มีส่วนร่วมในการวิจัยสามารถยกเลิกและปฏิเสธที่จะให้ความร่วมมือในการวิจัยได้ทุกกรณี โดยไม่จำเป็นต้องให้เหตุผล รวมถึงกลุ่มตัวอย่างจะไม่เป็นผู้สูญเสียประโยชน์แต่อย่างใด

(2) ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างหรือผู้มีส่วนร่วมในการวิจัยจะถูกเก็บเป็นความลับ ไม่นำมาเปิดเผยต่อสาธารณะเป็นรายบุคคล หากมีการนำเสนอผลการวิจัย ผู้วิจัยจะนำเสนอเป็นข้อมูลโดยรวม ซึ่งข้อมูลดังกล่าวจะไม่สามารถระบุถึงตัวตนของกลุ่มตัวอย่าง รวมถึงผู้ที่มีสิทธิ์เข้าถึงข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างหรือผู้มีส่วนร่วมในการวิจัยจะมีเฉพาะผู้ที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยในครั้งนี้และคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคนเท่านั้น

3.7 งบประมาณในการทำวิจัย

ในวิทยานิพนธ์ฉบับนี้จำเป็นต้องดำเนินการเก็บข้อมูลผ่านการตอบแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่ (1) โครงการฝึกประสานใจ จังหวัดสุพรรณบุรี (2) The Basket จังหวัดเพชรบุรี

โดยงบประมาณในการทำวิจัย มีรายละเอียดค่าใช้จ่าย แสดงในตารางที่ 1 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1 รายละเอียดค่าใช้จ่าย

รายการ	จำนวน	จำนวนเงิน	
1. ค่าเดินทาง			
- ค่าน้ำมัน		2,000	บาท
- ค่าเช่ารถยนต์	3 วัน	3,000	บาท
2. ค่าเอกสาร			
- ค่าถ่ายเอกสารแบบสอบถาม ชุดละ 10 บาท	300 ชุด	3,000	บาท
3. ค่าตอบแทน			
- ค่าของที่ระลึก มูลค่าไม่เกิน 50 บาท	60 ชิ้น	3,000	บาท
	รวมจำนวนเงินทั้งสิ้น	11,000	บาท

*หมายเหตุ รายละเอียดค่าใช้จ่ายดังกล่าว เป็นจำนวนเงินที่แสดงเป็นตัวเลขโดยประมาณเท่านั้น

3.9 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้แบ่งขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 3 ส่วน คือ 3.9.1 กลุ่มตัวอย่างเกษตรกร 3.9.2 กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภค และ 3.9.3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม ดังนี้

3.9.1 กลุ่มตัวอย่างเกษตรกร

ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างเกษตรกรในกลุ่ม CSA และกลุ่มตัวอย่างเกษตรกรในกลุ่ม Non-CSA จะแบ่งประเด็นออกเป็น 7 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ส่วนที่ 2 ลักษณะเกษตรกรกรรม ส่วนที่ 3 แหล่งข้อมูลข่าวสาร ส่วนที่ 4 ข้อมูลสมาชิกเกษตรกร CSA ส่วนที่ 5 เหตุผลในการเข้าร่วม/ไม่เข้าร่วม CSA ส่วนที่ 6 ปัญหา และส่วนที่ 7 รายได้ล่วงหน้า

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ในส่วนที่ 1 นี้เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างเกษตรกร เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของข้อมูลระหว่างเกษตรกรในกลุ่ม CSA และ เกษตรกรในกลุ่ม Non-CSA ด้วยวิธีสถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) คือ วิธี Mann-Whitney Test ในการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยของข้อมูล และ วิธี Chi-Square ในการเปรียบเทียบความแตกต่างข้อมูลที่แสดงเป็นสัดส่วนร้อยละ

ส่วนที่ 2 ลักษณะเกษตรกรกรรม

ในส่วนที่ 2 นี้เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะเกษตรกรกรรมของกลุ่มตัวอย่างเกษตรกร เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของข้อมูลระหว่างเกษตรกรในกลุ่ม CSA และ เกษตรกรในกลุ่ม Non-CSA ด้วยวิธีสถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) คือ วิธี Mann-Whitney Test ในการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยของข้อมูล

ส่วนที่ 3 แหล่งข้อมูลข่าวสาร

ในส่วนที่ 3 นี้เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับช่องทางที่เกษตรกรรู้จัก ได้ยิน หรือเคยเข้าไปเรียนรู้เกี่ยวกับเกษตรกรกรรมรูปแบบ CSA โดยเปรียบเทียบความแตกต่างของข้อมูลด้วยวิธีสถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) ระหว่างเกษตรกรในกลุ่ม CSA จำนวน 44 ตัวอย่าง และ เกษตรกรในกลุ่ม Non-CSA ที่รู้จัก CSA จำนวน 31 ตัวอย่าง

ส่วนที่ 4 ข้อมูลสมาชิกเกษตรกร CSA

ในส่วนที่ 4 นี้เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเฉพาะกลุ่มตัวอย่างเกษตรกรในกลุ่ม CSA เกี่ยวกับระยะเวลาที่เข้าร่วมเป็นสมาชิก CSA และอาชีพก่อนเข้าร่วมเป็นสมาชิก CSA โดยเปรียบเทียบความแตกต่างของข้อมูลด้วยวิธีสถิติพรรณนา (Descriptive Statistics)

ส่วนที่ 5 เหตุผลในการเข้าร่วม/ไม่เข้าร่วม CSA

ในส่วนที่ 5 นี้เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับประเด็นปัจจัยต่างๆ ที่เป็นเหตุผลทำให้ตัดสินใจเข้าร่วมและไม่เข้าร่วม CSA ระหว่างเกษตรกรในกลุ่ม CSA จำนวน 44 ตัวอย่าง และเกษตรกรในกลุ่ม Non-CSA ที่รู้จัก CSA จำนวน 31 ตัวอย่าง โดยเปรียบเทียบความแตกต่างของข้อมูลด้วยวิธีสถิติพรรณนา (Descriptive Statistics)

ส่วนที่ 6 ปัญหา

ในส่วนที่ 6 นี้เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาของกลุ่มตัวอย่างเกษตรกร โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ปัญหาที่เกษตรกรพบก่อนเข้าร่วมเป็นเกษตรกรในกลุ่ม CSA และปัญหาในปัจจุบันระหว่างเกษตรกรในกลุ่ม CSA และ เกษตรกรในกลุ่ม Non-CSA โดยเปรียบเทียบความแตกต่างของข้อมูลด้วยวิธีสถิติพรรณนา (Descriptive Statistics)

ปัญหาก่อนเข้าร่วมสมาชิก CSA เป็นการคิดคะแนนรวมจากอันดับของปัญหา โดยอันดับ 1 คิดเป็น 3 คะแนน อันดับ 2 คิดเป็น 2 คะแนน และอันดับ 3 คิดเป็น 1 คะแนน

ปัญหาปัจจุบัน เป็นการคิดคะแนนรวมจากอันดับของปัญหา โดยอันดับ 1 คิดเป็น 3 คะแนน อันดับ 2 คิดเป็น 2 คะแนน และอันดับ 3 คิดเป็น 1 คะแนน และเป็นการคิดคะแนนเฉลี่ยจากมาตรวัด Likert Scales 5 ระดับ

ส่วนที่ 7 รายได้ล่วงหน้า

ในส่วนที่ 7 นี้เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรายได้ล่วงหน้าที่เกษตรกรต้องการหรือคาดหวังในเกษตรกรรูปแบบ CSA ในแต่ละช่วงเวลาระหว่างเกษตรกรในกลุ่ม CSA และ Non-CSA ด้วยวิธีสถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) คือ วิธี Mann-Whitney Test ในการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยของข้อมูล เพื่อเปรียบเทียบความเป็นไปได้ของเกษตรกรในกลุ่ม CSA ในการปรับระยะเวลาของสัญญาการจ่ายเงินล่วงหน้าของผู้บริโภค และถ้าหากให้เกษตรกรในกลุ่ม Non-CSA มาเข้าร่วมทำเกษตรกรรมในรูปแบบ CSA เกษตรกรในกลุ่ม Non-CSA มีความต้องการรายได้ล่วงหน้าใน

เกษตรกรรมรูปแบบ CSA ของแต่ละช่วงเวลาอย่างไรบ้าง โดยแบ่งช่วงเวลาของการได้รับรายได้ล่วงหน้าออกเป็น 4 ช่วง คือ 12 เดือน 6 เดือน 3 เดือน และ 1 เดือน ตามลำดับ

โดยทั่วไปของเกษตรกรรมรูปแบบ CSA มีการซื้อขายผลผลิตในลักษณะของการทำสัญญา การจ่ายเงินล่วงหน้าของผู้บริโภคให้กับเกษตรกรที่ปลูกผลผลิต โดยรูปแบบทั่วไปของสัญญา CSA มีระยะเวลาของสัญญาอยู่ที่ครึ่งปีถึง 1 ปี หรือบางที่อาจมีระยะเวลาน้อยกว่านั้น เช่น สัญญาล่วงหน้า 6 เดือน 3 เดือน หรือรายเดือน ขึ้นอยู่กับรูปแบบในการจัดการของกลุ่ม CSA ในแต่ละพื้นที่แตกต่างกันไป

3.9.2 กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภค

ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคในกลุ่ม CSA และกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคในกลุ่ม Non-CSA แบ่งประเด็นออกเป็น 7 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ส่วนที่ 2 ลักษณะพฤติกรรม ส่วนที่ 3 แหล่งที่ซื้อและการตัดสินใจเลือกซื้อผัก ส่วนที่ 4 แหล่งข้อมูลข่าวสาร ส่วนที่ 5 ข้อมูลสมาชิกผู้บริโภค CSA ส่วนที่ 6 เหตุผลในการเข้าร่วม/ไม่เข้าร่วม CSA และส่วนที่ 7 การจ่ายเงินล่วงหน้า

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ในส่วนที่ 1 นี้เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภค เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของข้อมูลระหว่างผู้บริโภคในกลุ่ม CSA และ ผู้บริโภคในกลุ่ม Non-CSA ด้วยวิธีสถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) คือ วิธี Mann-Whitney Test ในการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยของข้อมูล และ วิธี Chi-Square ในการเปรียบเทียบความแตกต่างข้อมูลที่แสดงเป็นสัดส่วนร้อยละ

ส่วนที่ 2 ลักษณะพฤติกรรม

ในส่วนที่ 2 นี้เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภค เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของข้อมูลระหว่างผู้บริโภคในกลุ่ม CSA และ ผู้บริโภคในกลุ่ม Non-CSA ด้วยวิธีสถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) คือ วิธี Mann-Whitney Test ในการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยของข้อมูล และ วิธี Chi-Square ในการเปรียบเทียบความแตกต่างข้อมูลที่แสดงเป็นสัดส่วนร้อยละ

ส่วนที่ 3 แหล่งที่ซื้อและการตัดสินใจเลือกซื้อผัก

ในส่วนที่ 3 นี้เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งที่ซื้อและการตัดสินใจในการเลือกซื้อผักของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภค เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของข้อมูลระหว่างผู้บริโภคในกลุ่ม CSA และผู้บริโภคในกลุ่ม Non-CSA ด้วยวิธีสถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) คือ วิธี Mann-Whitney Test ในการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยของข้อมูล โดยคิดค่าเฉลี่ยจากมาตรวัด Likert Scale 5 ระดับ

ส่วนที่ 4 แหล่งข้อมูลข่าวสาร

ในส่วนที่ 4 นี้เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับช่องทางที่รู้จัก CSA ของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคในกลุ่ม CSA จำนวน 30 ตัวอย่าง และผู้บริโภคบางคนในกลุ่ม Non-CSA ที่รู้จัก CSA จำนวน 13 ตัวอย่าง โดยผู้บริโภคสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ช่องทาง ด้วยวิธีสถิติพรรณนา (Descriptive Statistics)

ส่วนที่ 5 ข้อมูลสมาชิกผู้บริโภค CSA

ในส่วนที่ 5 นี้เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเฉพาะกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคในกลุ่ม CSA เกี่ยวกับระยะเวลาที่เข้าร่วมเป็นสมาชิก CSA การจ่ายเงินค่าผักล่วงหน้า ระยะเวลาที่ผู้บริโภคเลือกจ่ายเงินล่วงหน้า และเหตุผลในการจ่ายเงินล่วงหน้า โดยเปรียบเทียบความแตกต่างของข้อมูลด้วยวิธีสถิติพรรณนา (Descriptive Statistics)

ส่วนที่ 6 เหตุผลในการเข้าร่วม/ไม่เข้าร่วม CSA

ในส่วนที่ 6 นี้เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับประเด็นปัจจัยต่างๆ ที่เป็นเหตุผลทำให้ตัดสินใจเข้าร่วมและไม่เข้าร่วม CSA ระหว่างผู้บริโภคในกลุ่ม CSA และผู้บริโภคในกลุ่ม Non-CSA โดยเปรียบเทียบความแตกต่างของข้อมูลด้วยวิธีสถิติพรรณนา (Descriptive Statistics)

ส่วนที่ 7 การจ่ายเงินล่วงหน้า

ในส่วนที่ 7 นี้เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความยินดีในการจ่ายเงินล่วงหน้าในการซื้อผักในรูปแบบ CSA ของผู้บริโภคในกลุ่ม CSA และ Non-CSA ด้วยวิธีสถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) คือ วิธี Mann-Whitney Test ในการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยของข้อมูล เพื่อเปรียบเทียบความยินดีในการจ่ายเงินล่วงหน้าของผู้บริโภคทั้ง 2 กลุ่ม ในแต่ละช่วงเวลา และความ

เป็นไปได้ในการจ่ายเงินล่วงหน้าในรูปแบบ CSA ของผู้บริโภคนอกกลุ่ม Non-CSA โดยแบ่งช่วงเวลาของการจ่ายเงินล่วงหน้าออกเป็น 4 ช่วงเวลา คือ 12 เดือน 6 เดือน 3 เดือน และ 1 เดือน

โดยทั่วไปของเกษตรกรรูปแบบ CSA มีการซื้อขายผลผลิตในลักษณะของการทำสัญญาการจ่ายเงินล่วงหน้าของผู้บริโภคให้กับเกษตรกรที่ปลูกผลผลิต โดยรูปแบบทั่วไปของสัญญา CSA มีระยะเวลาของสัญญาอยู่ที่ครึ่งปีถึง 1 ปี หรือบางที่อาจมีระยะเวลาน้อยกว่านั้น เช่น สัญญาล่วงหน้า 6 เดือน 3 เดือน หรือรายเดือน ขึ้นอยู่กับรูปแบบในการจัดการของกลุ่ม CSA ในแต่ละพื้นที่แตกต่างกันไป

3.9.3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม CSA

การศึกษาในส่วนนี้ต้องการศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม CSA ของกลุ่มเกษตรกรและผู้บริโภค โดยการนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาเป็นข้อมูลในการวิเคราะห์

ในการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม CSA จะใช้หลักการทางเศรษฐมิติ จากข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างแบ่งเป็นกลุ่มที่เข้าร่วมและไม่เข้าร่วม ซึ่งเป็นแบบ Binary Choice มีตัวแปรตามคือ การเป็นสมาชิก CSA จะมีค่าเท่ากับ 1 และไม่เป็นสมาชิก CSA มีค่าเท่ากับ 0 ดังนั้นการศึกษานี้จึงใช้โมเดลการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกแบบทวิ (Binary Logistic Regression Analysis Model) เพื่อวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่จะส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม CSA ของกลุ่มตัวอย่าง โดยแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 2 สมการคือ

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม CSA ของเกษตรกร

$$FarmerCSA = \beta_0 + \beta_i X_i + \beta_i A_i + \varepsilon_i \quad (1)$$

โดยมีรายละเอียดดังนี้

FarmerCSA คือ เกษตรกรที่เข้าร่วมเป็นสมาชิก CSA โดยมีค่าเท่ากับ 1 และเกษตรกรที่ไม่ได้เข้าร่วมเป็นสมาชิก CSA มีค่าเท่ากับ 0

β_0 คือ ค่าคงที่ของสมการถดถอยโลจิสติกส์

β_i คือ ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรอิสระ X_i และ A_i

X_i คือ ปัจจัยลักษณะทั่วไป

A_i คือ ปัจจัยลักษณะเกษตรกร

ε_i คือ ค่าความคลาดเคลื่อน

และ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม CSA ของผู้บริโภค

$$\text{ConsumerCSA} = \beta_0 + \beta_i X_i + \beta_i A_i + \varepsilon_i \quad (2)$$

โดยที่

ConsumerCSA คือ ผู้บริโภคที่เข้าร่วมเป็นสมาชิก CSA โดยมีค่าเท่ากับ 1 และ ผู้บริโภคที่ไม่ได้เข้าร่วมเป็นสมาชิก CSA มีค่าเท่ากับ 0

β_0 คือ ค่าคงที่ของสมการถดถอยโลจิสติกส์

β_i คือ ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรอิสระ X_i และ A_i

X_i คือ ปัจจัยลักษณะทั่วไป

A_i คือ ปัจจัยลักษณะพฤติกรรม

ε_i คือ ค่าความคลาดเคลื่อน

บทที่ 4

ผลการวิจัย

4.1 ผลการวิจัยเกษตรกร

4.1.1 ข้อมูลทั่วไป

ในส่วนนี้เป็นการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทั่วไปของเกษตรกร จากการเปรียบเทียบข้อมูลทางสถิติจากแบบสอบถามและการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างเกษตรกรในกลุ่ม CSA และ Non-CSA พบความแตกต่างที่น่าสนใจดังนี้

เกษตรกรในกลุ่ม CSA มีอายุเฉลี่ย 53.27 ปี ส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับประถมศึกษา (ร้อยละ 68.18) มีสถานภาพสมรส (ร้อยละ 79.55) มีจำนวนสมาชิกในครัวเรือนเฉลี่ย 3.32 คน มีรายได้รวมทั้งครัวเรือนต่อปีโดยเฉลี่ย 126,786.36 บาท มีช่องทางรายได้โดยเฉลี่ย 1.25 ช่องทาง ส่วนใหญ่มีรายได้เป็นรายสัปดาห์ (ร้อยละ 70.45) มีรายจ่ายรวมทั้งครัวเรือนต่อปีโดยเฉลี่ย 19,109.77 บาท มีเงินออมสำรองต่อเดือนโดยเฉลี่ย 1,119.3 บาท และมีหนี้สินรวมทั้งครัวเรือนโดยเฉลี่ย 317,795.45 บาท

เกษตรกรในกลุ่ม Non-CSA มีอายุเฉลี่ย 48.69 ปี ส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับประถมศึกษา (ร้อยละ 68.42) มีสถานภาพสมรส (ร้อยละ 91.67) มีจำนวนสมาชิกในครัวเรือนเฉลี่ย 3.98 คน มีรายได้รวมทั้งครัวเรือนต่อปีโดยเฉลี่ย 141,020.83 บาท มีช่องทางรายได้โดยเฉลี่ย 1.44 ช่องทาง ส่วนใหญ่มีรายได้เป็นรายปี (ร้อยละ 56.25) มีรายจ่ายรวมทั้งครัวเรือนต่อปีโดยเฉลี่ย 74,077.08 บาท มีเงินออมสำรองต่อเดือนโดยเฉลี่ย 781.25 บาท และมีหนี้สินรวมทั้งครัวเรือนโดยเฉลี่ย 473,562.50 บาท

เมื่อเปรียบเทียบเกษตรกรในกลุ่ม CSA และ Non-CSA พบว่าเกษตรกรในกลุ่ม CSA มีอายุโดยเฉลี่ยมากกว่าเกษตรกรในกลุ่ม Non-CSA ขณะที่เกษตรกรในกลุ่ม Non-CSA มีจำนวนสมาชิกในครัวเรือนมากกว่าเกษตรกรในกลุ่ม CSA ในด้านรายได้และเงินออมของเกษตรกรทั้ง 2 กลุ่ม มีรายได้รวมทั้งครัวเรือนต่อปีโดยเฉลี่ยและเงินออมต่อเดือนโดยเฉลี่ยใกล้เคียงกัน แต่มีความแตกต่างกันในด้านความถี่ของรายได้ โดยเกษตรกรในกลุ่ม CSA ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อสัปดาห์ เนื่องจากเกษตรกรในกลุ่ม CSA มีการตกลงขอแบ่งรับรายได้ล่วงหน้าจากสมาชิกผู้บริโภคเป็นรายสัปดาห์ ขณะที่เกษตรกรในกลุ่ม Non-CSA ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อปี จากรูปแบบการเพาะปลูกผลผลิตที่เป็นพืชเชิงเดี่ยวที่มีรอบการเพาะปลูก 1 รอบต่อปี เกษตรกรในกลุ่ม Non-CSA รายจ่ายรวมทั้งครัวเรือนต่อปีมากกว่าเกษตรกรในกลุ่ม CSA ถึง 3.88 เท่า และมีหนี้สินรวมทั้งครัวเรือนมากกว่าเกษตรกรในกลุ่ม CSA ถึง 1.5 เท่า

ผลจากการเปรียบเทียบสถิติข้อมูลจากแบบสอบถามด้านข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง
เกษตรกร CSA และเกษตรกร Non-CSA แสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 สรุปข้อมูลทั่วไปของเกษตรกร

	รวม (92)	CSA (44)	Non-CSA (48)	Statistics Test	ทดสอบ
อายุ (ปี)	50.88	53.27	48.69	803.000**	A
ระดับการศึกษา	ประถมศึกษา (64.13) มัธยมศึกษา (17.39) ไม่ได้รับการศึกษา (11.96) ปริญญาตรี (6.52)	ประถมศึกษา (68.18) มัธยมศึกษา (18.18) ปริญญาตรี (9.09) ไม่ได้รับการศึกษา (4.54)	ประถมศึกษา (60.42) ไม่ได้รับการศึกษา (18.75) มัธยมศึกษา (16.67) ปริญญาตรี (4.17)	4.974	B
สถานภาพ	สมรส (85.87) โสด (7.61) หย่าร้าง (6.52)	สมรส (79.55) หย่าร้าง (11.36) โสด (9.09)	สมรส (91.67) โสด (6.25) หย่าร้าง (2.08)	3.668	B
จำนวนสมาชิกในครัวเรือน (คน)	3.66	3.32	3.98	778.000**	A
รายได้รวมทั้งครัวเรือน (บาท/ปี)	134,213.04	126,786.36	141,020.83	832.500	A
ช่องทางรายได้	1.35	1.25	1.44	850.500	A
ความถี่รายได้	รายสัปดาห์ (35.87) รายปี (31.52) รายเดือน (15.22) รายวัน (8.70) ปีละสองครั้ง (6.52) รายไตรมาส (2.17)	รายสัปดาห์ (70.45) รายเดือน (15.91) รายวัน (9.09) รายปี (4.55)	รายปี (56.25) รายเดือน (14.58) ปีละสองครั้ง (12.50) รายวัน (8.33) รายสัปดาห์ (4.17) รายไตรมาส (4.17)	54.967	B
รายจ่ายรวมทั้งครัวเรือน (บาท/ปี)	47,788.37	19,109.77	74,077.08	205.500***	A
เงินออมสำรอง (บาท/เดือน)	942.93	1,119.30	781.25	514.000	A
หนี้สินรวมทั้งครัวเรือน (บาท)	399,065.22	317,795.45	473,562.50	702.000***	A

หมายเหตุ *, **, *** หมายถึงค่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.10, 0.05, 0.01 ตามลำดับ โดย A และ B หมายถึงการทดสอบโดยวิธี Mann-Whitney Test และ Chi-Square ตามลำดับ และตัวเลขในวงเล็บแสดงสัดส่วนร้อยละ

4.1.2 ลักษณะเกษตรกร

ในส่วนนี้เป็นการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะเกษตรกรของเกษตรกร จากการเปรียบเทียบข้อมูลทางสถิติจากแบบสอบถามและการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างเกษตรกรในกลุ่ม CSA และ Non-CSA พบความแตกต่างที่น่าสนใจดังนี้

เกษตรกรในกลุ่ม CSA มีประสบการณ์ในภาคการเกษตรโดยเฉลี่ย (16.59 ปี) น้อยกว่าเกษตรกรในกลุ่ม Non-CSA (21.44 ปี) มีพื้นที่การเกษตรที่ใช้เพาะปลูกโดยเฉลี่ย (5.53 ไร่) น้อยกว่าเกษตรกรในกลุ่ม Non-CSA (16.96) ถึง 3.07 เท่า มีปริมาณการใช้สารเร่งการเจริญเติบโตโดยเฉลี่ย (76.14 กิโลกรัม/รอบ) น้อยกว่าเกษตรกรในกลุ่ม Non-CSA (604.69 กิโลกรัม/รอบ) ถึง 7.94 เท่า และมีปริมาณการใช้สารกำจัดศัตรูพืชโดยเฉลี่ย (3.45 ลิตร/รอบ) น้อยกว่าเกษตรกรในกลุ่ม Non-CSA (32.6 ลิตร/รอบ) ถึง 9.45 เท่า ขณะที่เกษตรกรในกลุ่ม CSA มีจำนวนชนิดพืชที่ปลูกโดยเฉลี่ย (6.77 ชนิด) มากกว่าเกษตรกรในกลุ่ม Non-CSA (2.79 ชนิด) ถึง 2.43 เท่า และมีจำนวนช่องทางการขายผลผลิตโดยเฉลี่ย (1.68 ช่องทาง) มากกว่าเกษตรกรในกลุ่ม Non-CSA ที่มีเพียง 1 ช่องทาง ถึงแม้เกษตรกรในกลุ่ม CSA มีปริมาณการใช้สารเคมีอยู่บ้าง แต่เป็นการใช้สารเคมีในแปลงเพาะปลูกอื่นๆ ที่ไม่ใช่แปลงเพาะปลูกในกลุ่ม CSA หรือ แปลงเพาะปลูกเดิมก่อนที่นำมาทำแปลงเพาะปลูกในกลุ่ม CSA

ผลจากการเปรียบเทียบสถิติข้อมูลจากแบบสอบถามด้านลักษณะเกษตรกรรมของกลุ่มตัวอย่างเกษตรกร CSA และเกษตรกร Non-CSA แสดงในตารางที่ 4

ตารางที่ 4 สรุปลักษณะเกษตรกรรมของเกษตรกร

	รวม (92)	CSA (44)	Non-CSA (48)	Statistics Test
ประสบการณ์ในภาคเกษตร (ปี)	19.12	16.59	21.44	796.000**
พื้นที่การเกษตรที่ใช้เพาะปลูก (ไร่)	11.49	5.53	16.96	219.500***
ปริมาณสารเร่งการเจริญเติบโต (กิโลกรัม/รอบ)	351.91	76.14	604.69	181.000***
ปริมาณสารกำจัดศัตรูพืช (ลิตร/รอบ)	18.66	3.45	32.6	127.500***
จำนวนชนิดพืชที่ปลูก	4.69	6.77	2.79	285.500***
จำนวนช่องทางการขายผลผลิต	1.33	1.68	1	504.000***

หมายเหตุ *, **, *** หมายถึงค่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.10, 0.05, .01 ตามลำดับ จากการทดสอบโดยวิธี Mann-Whitney Test

4.1.3 แหล่งข้อมูลข่าวสาร

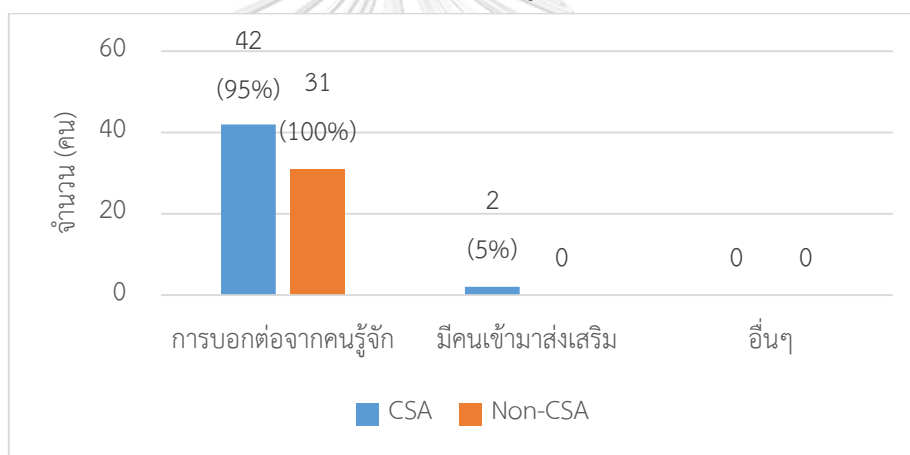
ในส่วนนี้เป็นการสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับช่องทางที่เกษตรกรรู้จัก ได้ยิน หรือเคยเข้าไปเรียนรู้เกี่ยวกับ CSA โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างที่ใช้เปรียบเทียบดังนี้

- 1) เกษตรกรในกลุ่ม CSA จำนวน 44 ครัวเรือน
- 2) เกษตรกรในกลุ่ม Non-CSA ที่รู้จัก CSA จำนวน 31 ครัวเรือน จากทั้งหมด 48 ครัวเรือน

จากการเปรียบเทียบข้อมูลทางสถิติจากแบบสอบถามระหว่างเกษตรกรในกลุ่ม CSA จำนวน 44 ครัวเรือนและเกษตรกรในกลุ่ม Non-CSA ที่รู้จัก CSA จำนวน 31 ครัวเรือน พบความแตกต่างที่น่าสนใจดังนี้

ช่องทางที่เกษตรกรรู้จัก CSA มากที่สุดทั้ง 2 กลุ่ม คือ การบอกต่อจากคนรู้จักหรือเพื่อนบ้าน โดยเกษตรกรในกลุ่ม CSA จำนวน 42 ครัวเรือน รู้จัก CSA จากช่องทางการบอกต่อจากคนรู้จัก ร้อยละ 95 และจำนวน 2 ครัวเรือนรู้จักจากการมีคนเข้ามาส่งเสริม ร้อยละ 5 ซึ่งเป็นลักษณะของผู้นำในกลุ่มของเกษตรกร ขณะที่เกษตรกรในกลุ่ม Non-CSA มีจำนวน 31 ครัวเรือนจากทั้งหมดในกลุ่ม 48 ครัวเรือน ที่รู้จัก CSA โดยคิดเป็นร้อยละ 64.58 และมีเพียงช่องทางเดียวที่รู้จัก CSA คือ การบอกต่อจากคนรู้จักหรือเพื่อนบ้าน

ผลจากการเปรียบเทียบสถิติข้อมูลจากแบบสอบถามด้านแหล่งข้อมูลข่าวสารของกลุ่มตัวอย่างเกษตรกร CSA และเกษตรกร Non-CSA แสดงในรูปที่ 1



รูปที่ 1 แสดงข้อมูลช่องทางการรู้จัก CSA ของเกษตรกรกลุ่ม CSA และ Non-CSA

4.1.4 ข้อมูลสมาชิกเกษตรกร CSA

ในส่วนนี้เป็นการเก็บข้อมูลเฉพาะเกษตรกรในกลุ่ม CSA เกี่ยวกับระยะเวลาที่เข้าร่วมเป็นสมาชิก CSA และอาชีพก่อนเข้าร่วมเป็นสมาชิก CSA โดยการเปรียบเทียบข้อมูลทางสถิติจากแบบสอบถาม พบประเด็นข้อมูลที่น่าสนใจดังนี้

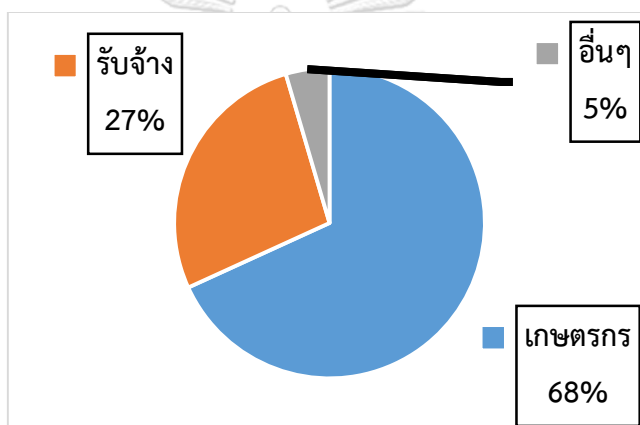
ระยะเวลาเฉลี่ยที่เกษตรกรเข้าร่วมเป็นสมาชิก CSA อยู่ที่ 2 ปี 5 เดือน หรือมีสัดส่วนอยู่ในช่วง 1-5 ปี ร้อยละ 57

อาชีพของกลุ่มตัวอย่างก่อนเข้าร่วมเป็นสมาชิก CSA ส่วนใหญ่ทำอาชีพเกษตรกรอยู่แล้ว ร้อยละ 68

ผลจากการเปรียบเทียบสถิติข้อมูลจากแบบสอบถามด้านข้อมูลสมาชิกเกษตรกร CSA แสดงในตารางที่ 5 และรูปที่ 2

ตารางที่ 5 แสดงสัดส่วนระยะเวลาที่เข้าร่วมเป็นสมาชิก CSA ของเกษตรกร

ระยะเวลาที่เข้าร่วมเป็นสมาชิก CSA	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ปี	16	36
1-5 ปี	25	57
6-10 ปี	2	5
มากกว่า 10 ปี	1	2
เฉลี่ย	2 ปี 5 เดือน	



รูปที่ 2 แสดงสัดส่วนอาชีพก่อนเข้าร่วมเป็นสมาชิก CSA ของเกษตรกร

4.1.5 เหตุผลในการเข้าร่วม/ไม่เข้าร่วม CSA

ในส่วนนี้เป็นการเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างเกษตรกรที่เกี่ยวกับประเด็นปัจจัยต่างๆ ที่เป็นเหตุผลทำให้ตัดสินใจเข้าร่วมและไม่เข้าร่วม CSA ระหว่างกลุ่มเกษตรกร CSA จำนวน 44 คน และกลุ่มเกษตรกร Non-CSA ที่รู้จัก CSA จำนวน 31 คน

จากการเปรียบเทียบข้อมูลทางสถิติจากแบบสอบถาม พบประเด็นข้อมูลที่น่าสนใจดังนี้

เกษตรกรในกลุ่ม CSA

เหตุผลส่วนใหญ่ที่เกษตรกรในกลุ่ม CSA เห็นด้วยในการเข้าร่วมเป็นสมาชิก CSA เกินกว่าร้อยละ 50 ของกลุ่ม มี 6 ข้อจากทั้งหมด 9 ข้อ โดยเหตุผลที่เห็นด้วยมากที่สุดคือ 1.ไม่มีการใช้สารเคมีในการเกษตร ไม่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ (ร้อยละ 88.64) และเหตุผลอื่นๆ ที่รองลงมาคือ 2.ไม่มีการใช้สารเคมีในการเกษตร ดีต่อสภาพดินในแปลงเพาะปลูก (ร้อยละ 79.55) 3.ไม่มีความกังวล

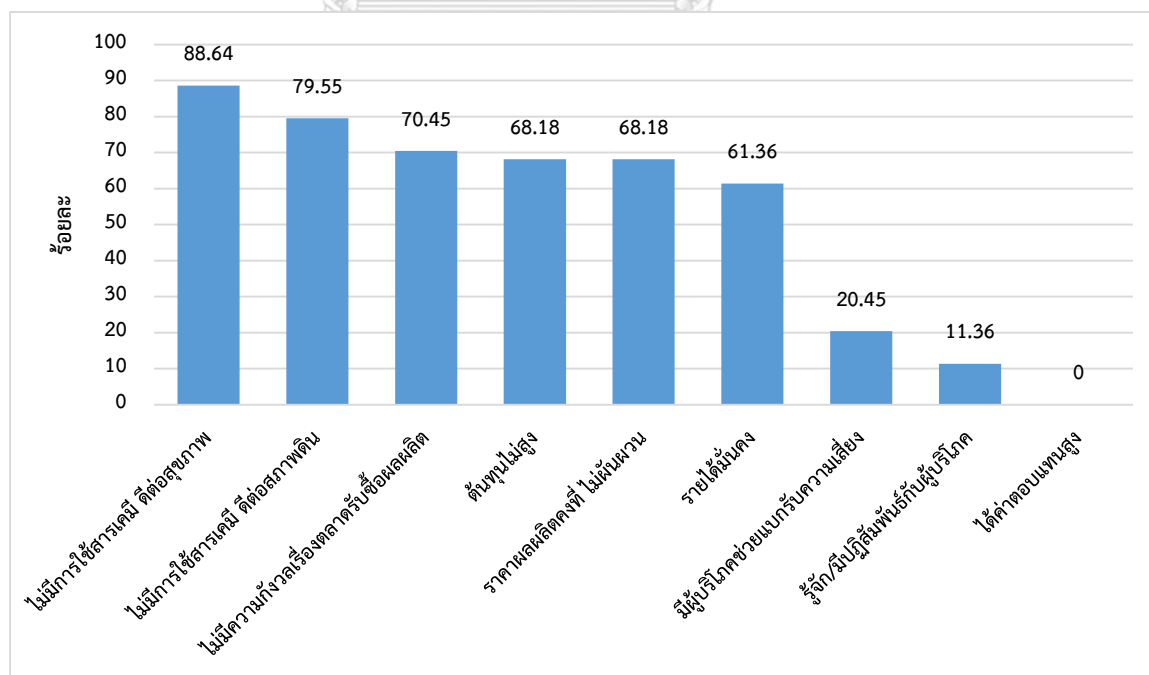
เรื่องตลาดรับซื้อผลผลิต (ร้อยละ 70.45) 4.ต้นทุนไม่สูง (ร้อยละ 68.18) 5.ราคาผลผลิตคงที่ ไม่ผันผวน (ร้อยละ 68.18) และ 6.มีรายได้มั่นคง (ร้อยละ 61.36) ขณะที่เหตุผลที่เกษตรกรในกลุ่มเห็นด้วยน้อยกว่าร้อยละ 50 ของกลุ่มคือ 7.มีผู้บริโภควิเคราะห์ความเสี่ยง (ร้อยละ 20.45) 8.การรู้จักและมีปฏิสัมพันธ์กับผู้บริโภค (ร้อยละ 11.36) และ 9.การได้ค่าตอบแทนที่สูง เป็นเหตุผลที่ไม่มีเกษตรกรในกลุ่ม CSA เห็นด้วยเลย (ร้อยละ 0)

เกษตรกรในกลุ่ม Non-CSA ที่รู้จัก CSA

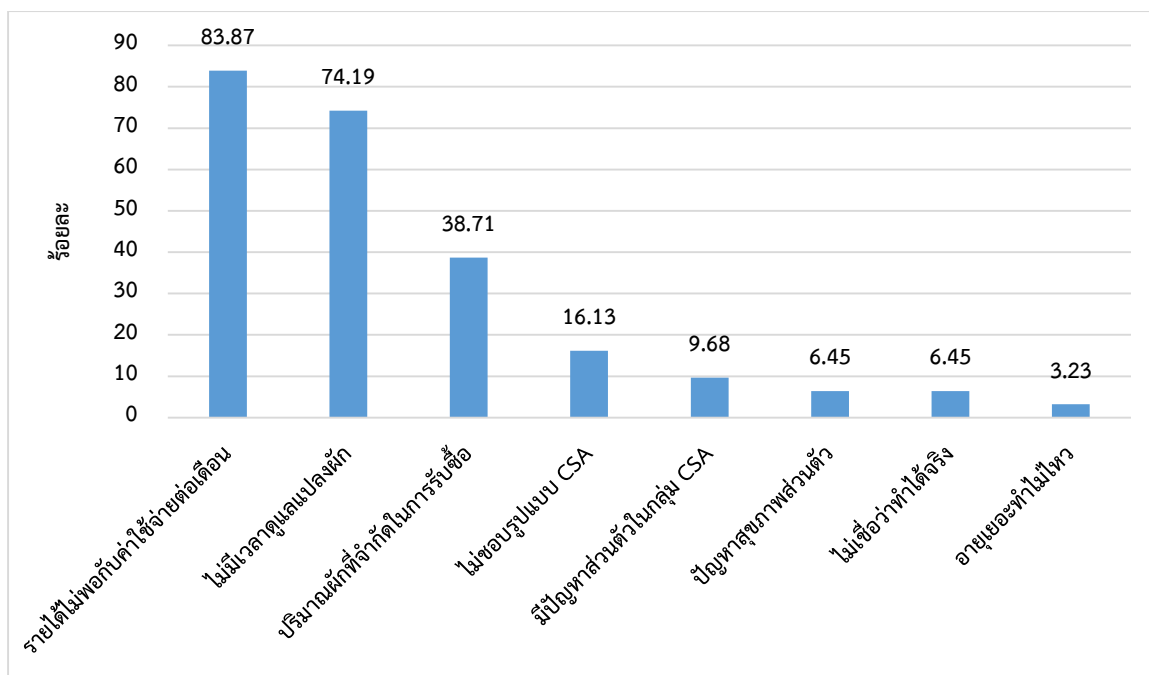
เหตุผลของเกษตรกรที่เคยเข้าร่วมหรือเกษตรกรที่รู้จักแต่ตัดสินใจไม่เข้าร่วม CSA จำนวน 31ครัวเรือนจาก 48 ครัวเรือนในกลุ่ม Non-CSA ที่เห็นตรงกันเกินกว่าร้อยละ 50 คือ รายได้ไม่พอกับค่าใช้จ่ายต่อเดือน (ร้อยละ 83.87) และ ไม่มีเวลาดูแลแปลงผัก (ร้อยละ 74.19)

จากผลทั้ง 2 ข้างต้นเห็นได้ชัดว่า เกษตรกรในกลุ่ม CSA ให้ความสำคัญกับการไม่ใช้สารเคมีในการเกษตร ตลาดที่รองรับผลผลิต ต้นทุนที่ไม่สูงและราคาผลผลิตคงที่ ขณะที่ด้านรายได้ เกษตรกรในกลุ่ม CSA ให้ความสำคัญกับ ความมั่นคงหรือสม่ำเสมอของรายได้มากกว่าจำนวนรายได้ที่มากหรือน้อย แตกต่างจากกลุ่มเกษตรกรที่ตัดสินใจไม่เข้าร่วม CSA ที่ให้ความสำคัญกับจำนวนรายได้ที่ไม่มากพอต่อค่าใช้จ่ายต่อเดือนมากที่สุด

ผลจากสถิติข้อมูลจากแบบสอบถามด้านเหตุผลในการตัดสินใจเข้าร่วมและไม่เข้าร่วมสมาชิก CSA ของกลุ่มตัวอย่างเกษตรกร CSA และ Non-CSA แสดงในรูปที่ 3 และ รูปที่ 4 ตามลำดับ



รูปที่ 3 แสดงร้อยละเหตุผลของเกษตรกรที่ตัดสินใจเข้าร่วม CSA



รูปที่ 4 แสดงร้อยละเหตุผลของเกษตรกรที่เคยเข้าร่วมหรือรู้จัก CSA แต่ตัดสินใจไม่เข้าร่วม

4.1.6 ปัญหา

ในส่วนนี้แบ่งข้อมูลปัญหาออกเป็น 2 ส่วน คือ ปัญหาก่อนเข้าร่วมสมาชิก CSA ของเกษตรกรในกลุ่ม CSA และ ปัญหาปัจจุบันของเกษตรกรในกลุ่ม CSA และ Non-CSA

ปัญหาก่อนเข้าร่วมสมาชิก CSA เป็นการคิดคะแนนรวมจากอันดับของปัญหา โดยอันดับ 1 คิดเป็น 3 คะแนน อันดับ 2 คิดเป็น 2 คะแนน และอันดับ 3 คิดเป็น 1 คะแนน

ปัญหาปัจจุบัน เป็นการคิดคะแนนรวมจากอันดับของปัญหา โดยอันดับ 1 คิดเป็น 3 คะแนน อันดับ 2 คิดเป็น 2 คะแนน และอันดับ 3 คิดเป็น 1 คะแนน และเป็นการคิดคะแนนเฉลี่ยจากมาตรวัด Likert Scales 5 ระดับ

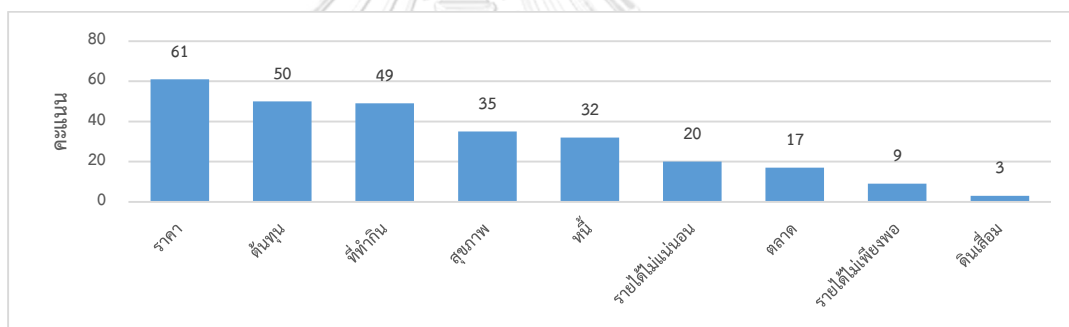
จากการเปรียบเทียบข้อมูลทางสถิติจากแบบสอบถามระหว่างเกษตรกรกลุ่ม CSA และ Non-CSA พบความแตกต่างที่น่าสนใจดังนี้

เกษตรกรในกลุ่ม CSA มีปัญหาที่พบก่อนมาเข้าร่วมเป็นสมาชิกในกลุ่ม CSA โดยเรียงลำดับคะแนนจากมากที่สุดไปน้อยที่สุดทั้งหมด 9 อันดับคือ 1.ราคาผลผลิต (61 คะแนน) 2.ต้นทุน (50 คะแนน) 3.ที่ทำกิน (49 คะแนน) 4.สุขภาพ (35 คะแนน) 5.หนี้ (32 คะแนน) 6.รายได้ไม่แน่นอน (20 คะแนน) 7.ตลาด (17 คะแนน) 8.รายได้ไม่เพียงพอ (9 คะแนน) และ 9.ดินเสื่อม (3 คะแนน)

ในด้านปัญหาปัจจุบันของเกษตรกรในกลุ่ม CSA เรียงลำดับคะแนนจากมากที่สุดไปน้อยที่สุด ทั้งหมด 12 อันดับ คือ 1.ที่ทำกิน (49 คะแนน) 2.น้ำแล้ง (46 คะแนน) 3.รายได้ไม่เพียงพอ (43 คะแนน) 4.แมลงระบาด (36 คะแนน) 5.ผลผลิตเหลือ (28 คะแนน) 6.หนี้ (6 คะแนน) 7.ต้นทุน (5 คะแนน) 8.รายได้ไม่แน่นอน (5 คะแนน) 9.ขาดอำนาจต่อรอง (3 คะแนน) 10.ตลาด (3 คะแนน) 11.ราคา (2 คะแนน) และ 12.สุขภาพ (1 คะแนน)

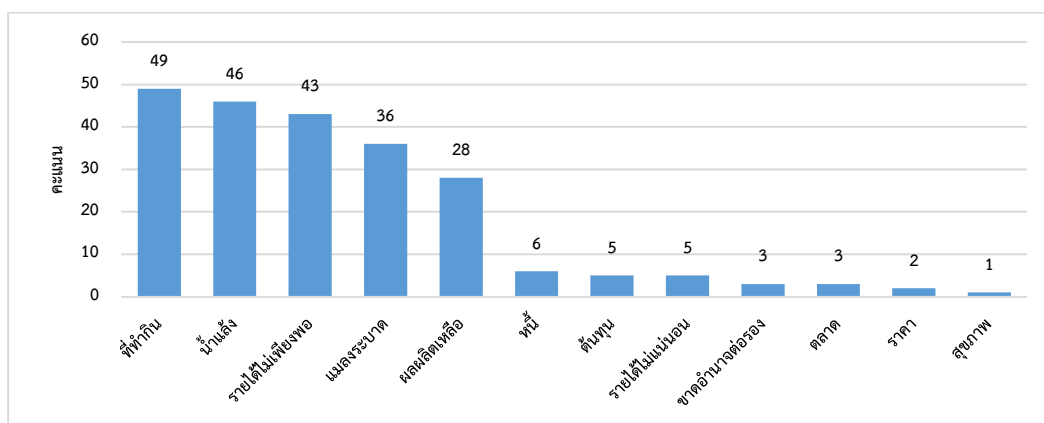
เมื่อเปรียบเทียบปัญหาที่พบก่อนเข้าร่วม CSA และ ปัญหาปัจจุบันของเกษตรกรในกลุ่ม CSA ข้างต้น เกษตรกรในกลุ่ม CSA มีปัญหาในด้านราคาผลผลิต ต้นทุนการผลิต และสุขภาพ ลดลงหลังเข้าร่วมกลุ่ม CSA ขณะที่ปัญหาหลังเข้าร่วมกลุ่ม CSA พบว่าในด้านที่ทำกิน น้ำแล้ง และรายได้ไม่เพียงพอ เป็นปัญหาที่มากที่สุดใน 3 อันดับแรก

ผลจากการเปรียบเทียบสถิติข้อมูลปัญหาที่พบก่อนเข้าร่วม CSA และ ปัญหาปัจจุบันของเกษตรกรในกลุ่ม CSA จากแบบสอบถามด้านปัญหาของกลุ่มตัวอย่างเกษตรกร CSA แสดงในรูปที่ 5 และรูปที่ 6



หมายเหตุ ตัวเลขเป็นการแสดงคะแนนรวมของปัญหา โดยอันดับ 1 คิดเป็น 3 คะแนน อันดับ 2 คิดเป็น 2 คะแนน และอันดับ 3 คิดเป็น 1 คะแนน

รูปที่ 5 แสดงคะแนนของปัญหาที่พบก่อนเข้าร่วมเป็นสมาชิก CSA ของเกษตรกรในกลุ่ม CSA



หมายเหตุ ตัวเลขเป็นการแสดงคะแนนรวมของปัญหา โดยอันดับ 1 คิดเป็น 3 คะแนน อันดับ 2 คิดเป็น 2 คะแนน และอันดับ 3 คิดเป็น 1 คะแนน

รูปที่ 6 แสดงคะแนนของปัญหาปัจจุบันของเกษตรกรในกลุ่ม CSA

เมื่อวัดค่าเฉลี่ยจากมาตรวัด Likert Scales 5 ระดับ ของปัญหาปัจจุบันที่มากที่สุดของเกษตรกรในกลุ่ม CSA พบว่า ปัญหาด้านขาดการเข้าถึงทรัพยากรการผลิต/น้ำ (2.7) เป็นปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด และปัญหาด้านอื่นๆ ที่มีค่าเฉลี่ยรองลงมาคือ ด้านนโยบายภาครัฐไม่ตอบสนองต่อความต้องการของเกษตรกร (2.52) ความไม่ชัดเจนในแนวทางการพัฒนานโยบาย (2.57) รายได้ที่ไม่เพียงพอต่อการเลี้ยงชีพ (2.48) ที่ดินไม่เพียงพอในการทำเกษตร (2.39) ตลาดรองรับผลผลิตไม่เพียงพอ (1.61) ความมั่นคงและสม่ำเสมอของรายได้ (1.48) ขาดเงินทุนในการทำเกษตร (1.32) ความตกต่ำและผันผวนของราคาผลผลิต (1.29) อำนาจต่อรองและวิสัยทัศน์ของเกษตรกร (1.27) ต้นทุนการผลิตสูง (1.2) และการเจ็บป่วยจากสารเคมีในการเกษตร (1.09)

เกษตรกรในกลุ่ม Non-CSA มีค่าเฉลี่ยของปัญหาปัจจุบันมากที่สุดคือ ความตกต่ำและผันผวนของราคาผลผลิต (4.81) และปัญหาด้านอื่นๆ ที่มีค่าเฉลี่ยรองลงมาคือ อำนาจต่อรองและวิสัยทัศน์ของเกษตรกร (4.67) ต้นทุนการผลิตสูง (4.54) รายได้ไม่เพียงพอต่อการเลี้ยงชีพ (4.08) ขาดเงินทุนในการทำเกษตร (4.00) ความมั่นคงและสม่ำเสมอของรายได้ (3.71) ขาดการเข้าถึงทรัพยากรการผลิตในด้านน้ำ (3.29) นโยบายของภาครัฐไม่ตอบสนองต่อความต้องการของเกษตรกร (3.06) ความไม่ชัดเจนในแนวทางการพัฒนานโยบาย (3.06) ตลาดรองรับผลผลิตไม่เพียงพอ (1.69) การเจ็บป่วยจากสารเคมีในการเกษตร (1.27) และที่ดินไม่เพียงพอในการทำเกษตร (1.12)

เมื่อเปรียบเทียบผลปัญหาปัจจุบันระหว่างเกษตรกรกลุ่ม CSA และกลุ่ม Non-CSA ดังกล่าว พบความแตกต่างอย่างชัดเจนว่า ปัญหาด้านตลาดและราคา (ความตกต่ำและผันผวนของราคาผลผลิต อำนาจต่อรองและวิสัยทัศน์ของเกษตรกร) และต้นทุนการผลิต (ต้นทุนการผลิตที่สูง ขาดเงินทุนในการทำเกษตร) ด้านรายได้ (รายได้ไม่เพียงพอต่อการเลี้ยงชีพ ความมั่นคงและสม่ำเสมอของรายได้) เป็นปัญหาสำหรับเกษตรกรกลุ่ม Non-CSA อยู่ในระดับมาก-มากที่สุด แตกต่างกับเกษตรกรในกลุ่ม CSA ที่มีปัญหาดังกล่าวอยู่ในระดับน้อย-น้อยที่สุด ในขณะที่ปัญหาด้านสุขภาวะ (การเจ็บป่วยจากสารเคมีในการเกษตร) ทั้ง 2 กลุ่มไม่มีความแตกต่างกัน อยู่ในระดับน้อยที่สุด ขณะที่ปัญหาในด้านที่ทำกินไม่เพียงพอของเกษตรกรในกลุ่ม CSA อยู่ในระดับที่มากกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับเกษตรกรในกลุ่ม Non-CSA และปัญหาแมลงระบาดเป็นปัญหาที่พบเฉพาะในกลุ่มเกษตรกร CSA เนื่องจากไม่มีการใช้สารกำจัดศัตรูพืชในการเพาะปลูกผลผลิตในรูปแบบ CSA

ผลจากการเปรียบเทียบสถิติข้อมูลจากแบบสอบถามด้านปัญหาปัจจุบันของกลุ่มตัวอย่างเกษตรกร CSA และเกษตรกร Non-CSA แสดงในตารางที่ 6

ตารางที่ 6 สรุปปัญหาปัจจุบันของเกษตรกรในกลุ่ม CSA และ Non-CSA

ส่วนที่ 6 ปัญหา	รวม (92)	CSA (44)	Non-CSA (48)	Statistics Test
ด้านปัจจัยการผลิต				
เกษตรกรไม่มีที่ดิน/ ไม่เพียงพอ	1.73	2.39	1.12	598.000***
ขาดการเข้าถึงทรัพยากรการผลิต/ น้ำ	3.01	2.70	3.29	844.500*
ด้านต้นทุนการผลิต				
ต้นทุนการผลิตสูง	2.94	1.20	4.54	38.000***
ขาดเงินทุนในการทำเกษตร	2.72	1.32	4.00	140.500***
ด้านสุขภาพ				
การเจ็บป่วยจากสารเคมีในการเกษตร	1.18	1.09	1.27	928.500
ด้านตลาดและราคา				
ความตกต่ำและผันผวนของราคาผลผลิต	3.13	1.29	4.81	56.500***
อำนาจต่อรองและวิสัยทัศน์ของเกษตรกร	3.04	1.27	4.67	68.000***
ตลาดรองรับผลผลิตไม่เพียงพอ	1.65	1.61	1.69	1010.000
ด้านรายได้				
รายได้ไม่เพียงพอต่อการเลี้ยงชีพ	3.31	2.48	4.08	329.000***
ความมั่นคงและความสม่ำเสมอของรายได้	2.64	1.48	3.71	216.500***
ด้านนโยบายภาครัฐ				
นโยบายของรัฐไม่ตอบสนองต่อความต้องการเกษตรกร	2.80	2.52	3.06	781.500**
ความไม่ชัดเจนในแนวทางการพัฒนานโยบาย	2.83	2.57	3.06	851.000*

หมายเหตุ *, **, *** หมายถึงค่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.10, 0.05, .01 ตามลำดับ จากการทดสอบโดยวิธี Mann-Whitney Test และตัวเลขแสดงคะแนนเฉลี่ยจากมาตราวัด Likert Scales 5 ระดับ

4.1.7 รายได้ล่วงหน้า

เกษตรกรในรูปแบบ CSA มีการซื้อขายผลผลิตในลักษณะของการทำสัญญาการจ่ายเงินล่วงหน้าของผู้บริโภคให้กับเกษตรกรที่ปลูกผลผลิต โดยรูปแบบทั่วไปของสัญญา CSA มีระยะเวลาของสัญญาอยู่ที่ครึ่งปีถึง 1 ปี หรือบางที่อาจมีระยะเวลาน้อยกว่านั้น เช่น สัญญาล่วงหน้า 6 เดือน 3 เดือน หรือรายเดือน ขึ้นอยู่กับรูปแบบในการจัดการของกลุ่ม CSA ในแต่ละพื้นที่แตกต่างกันไป

ในส่วนที่ 7 นี้เป็นการสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับรายได้ล่วงหน้าที่เกษตรกรต้องการหรือคาดหวังในเกษตรกรในรูปแบบ CSA ในแต่ละช่วงเวลาระหว่างเกษตรกรในกลุ่ม CSA และ Non-CSA เพื่อเปรียบเทียบความเป็นไปได้ของเกษตรกรในกลุ่ม CSA ในการปรับระยะเวลาของสัญญาการจ่ายเงินล่วงหน้าของผู้บริโภค และถ้าหากให้เกษตรกรในกลุ่ม Non-CSA มาเข้าร่วมทำเกษตรกรรมในรูปแบบ CSA เกษตรกรในกลุ่ม Non-CSA มีความต้องการรายได้ล่วงหน้าในเกษตรกรรูปแบบ CSA ของแต่ละช่วงเวลาอย่างไรบ้าง โดยแบ่งช่วงเวลาของการได้รับรายได้ล่วงหน้าออกเป็น 4 ช่วง คือ 12 เดือน 6

เดือน 3 เดือน และ 1 เดือน ตามลำดับ จากการเปรียบเทียบข้อมูลทางสถิติจากแบบสอบถามระหว่างเกษตรกรกลุ่ม CSA และ Non-CSA พบความแตกต่างที่น่าสนใจดังนี้

เกษตรกรในกลุ่ม CSA มีความต้องการรายได้ล่วงหน้าโดยเฉลี่ย ดังนี้ ระยะเวลาสัญญาล่วงหน้า 12 เดือน คือ 108,091 บาท ระยะเวลาสัญญาล่วงหน้า 6 เดือน คือ 61,023 บาท ระยะเวลาสัญญาล่วงหน้า 3 เดือน คือ 39,864 บาท และระยะเวลาสัญญาล่วงหน้า 1 เดือน คือ 18,795 บาท เมื่อเปรียบเทียบกับรายได้ปัจจุบันต่อปีโดยเฉลี่ยพบว่า เกษตรกรในกลุ่ม CSA มีความต้องการรายได้ล่วงหน้าโดยเฉลี่ยของสัญญา 12 เดือน (108,091 บาท) ในเกษตรกรรูปแบบ CSA ต่ำกว่ารายได้ปัจจุบันต่อปีโดยเฉลี่ย (126,786.36 บาท) ถึง 1.17 เท่า (ตามตารางที่ 3 สรุปข้อมูลทั่วไปของเกษตรกร) แสดงว่าเกษตรกรในกลุ่ม CSA มีความพึงพอใจกับระดับรายได้ต่อปีในปัจจุบัน

เมื่อเปรียบเทียบรายได้ล่วงหน้าโดยเฉลี่ยของสัญญาในแต่ละช่วงเวลา พบว่าเกษตรกรในกลุ่ม CSA มีความต้องการรายได้ล่วงหน้าโดยเฉลี่ยต่อเดือนเพิ่มขึ้นเมื่อลดระยะเวลาการจ่ายเงินล่วงหน้าของสัญญาลง ดังนี้ เมื่อลดระยะเวลาสัญญาจาก 12 เดือน (9,007.6 บาท/เดือน) เหลือระยะเวลาสัญญา 6 เดือน (10,170.5 บาท/เดือน) เกษตรกรในกลุ่ม CSA มีความต้องการรายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 12.9 เมื่อลดระยะเวลาสัญญาเหลือ 3 เดือน (13,288.00 บาท/เดือน) เกษตรกรในกลุ่ม CSA มีความต้องการรายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 47.5 และเมื่อลดระยะเวลาสัญญาเหลือ 1 เดือน (18,795.0 บาท/เดือน) เกษตรกรในกลุ่ม CSA มีความต้องการรายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 108.7 ซึ่งข้อมูลในส่วนนี้จะนำไปเปรียบเทียบกับความยินดีจ่ายเงินล่วงหน้าของผู้บริโภคในส่วนของที่ 7 ของผลการศึกษาผู้บริโภค

เกษตรกรในกลุ่ม Non-CSA มีความต้องการรายได้ล่วงหน้าโดยเฉลี่ยในการทำเกษตรกรรมรูปแบบ CSA ดังนี้ ระยะเวลาสัญญาล่วงหน้า 12 เดือน คือ 204,313 บาท ระยะเวลาสัญญาล่วงหน้า 6 เดือน คือ 113,229 บาท ระยะเวลาสัญญาล่วงหน้า 3 เดือน คือ 72,604 บาท และระยะเวลาสัญญาล่วงหน้า 1 เดือน คือ 36,771 บาท เมื่อเปรียบเทียบกับรายได้ปัจจุบันต่อปีโดยเฉลี่ยพบว่า เกษตรกรในกลุ่ม Non-CSA มีความต้องการรายได้ล่วงหน้าโดยเฉลี่ยของสัญญา 12 เดือน ในเกษตรกรรูปแบบ CSA สูงกว่ารายได้ปัจจุบันต่อปีโดยเฉลี่ยในปัจจุบัน (141,020.83 บาท) ถึง 1.45 เท่า และมากกว่ารายได้ปัจจุบันต่อปีโดยเฉลี่ยของเกษตรกรในกลุ่ม CSA (126,786.36) ถึง 1.61 เท่า (ตามตารางที่ 3 สรุปข้อมูลทั่วไปของเกษตรกร) แสดงว่าเกษตรกรในกลุ่ม Non-CSA มีความต้องการรายได้เพิ่มขึ้นหากให้เปลี่ยนไปทำเกษตรกรรมในรูปแบบ CSA

เมื่อเปรียบเทียบรายได้ล่วงหน้าโดยเฉลี่ยระหว่างเกษตรกรในกลุ่ม CSA และ Non-CSA พบว่าความต้องการรายได้ล่วงหน้าโดยเฉลี่ยในแต่ละช่วงระยะเวลาของสัญญา 12 เดือน 6 เดือน 3

เดือน และ 1 เดือน ของเกษตรกรในกลุ่ม Non-CSA สูงกว่าเกษตรกรในกลุ่ม CSA ทุกช่วงเวลาถึง 2 เท่า ดังนั้นเป็นไปได้ยากในการให้เกษตรกรในกลุ่ม Non-CSA มาเข้าร่วมทำเกษตรกรรมในรูปแบบ CSA ทั้งนี้เป็นผลมาจากเกษตรกรในกลุ่ม Non-CSA มีรายจ่ายรวมทั้งครัวเรือนต่อปีโดยเฉลี่ย (74,077.08 บาท) มากกว่าเกษตรกรในกลุ่ม CSA (19,109.77 บาท) ถึง 3.88 เท่า และมีหนี้สินโดยเฉลี่ย (473,562.50 บาท) สูงกว่าเกษตรกรในกลุ่ม CSA (317,795.45 บาท) ถึง 1.5 เท่า (ตามตารางที่ 3 สรุปข้อมูลทั่วไปของเกษตรกร)

ผลจากการเปรียบเทียบสถิติข้อมูลจากแบบสอบถามด้านรายได้ล่วงหน้าของกลุ่มตัวอย่างเกษตรกร CSA และเกษตรกร Non-CSA แสดงในตารางที่ 7

ตารางที่ 7 สรุปรายได้ล่วงหน้าที่คาดหวังในเกษตรกรรมรูปแบบ CSA ของแต่ละช่วงเวลา

ระยะเวลา (เดือน)	CSA (44)			Non-CSA (48)			Statistics Test
	รายได้ล่วงหน้า (บาท)	หารต่อ 1 เดือน (บาท)	เพิ่มขึ้น (ร้อยละ)	รายได้ล่วงหน้า (บาท)	หารต่อ 1 เดือน (บาท)	เพิ่มขึ้น (ร้อยละ)	
12	108,091	9,007.6	-	204,313	17,026.1	-	431.000***
6	61,023	10,170.5	12.9	113,229	18,871.5	10.8	413.500***
3	39,864	13,288.0	47.5	72,604	24,201.3	42.1	384.500***
1	18,795	18,795.0	108.7	36,771	36,771.0	116.0	342.500***

หมายเหตุ *, **, *** หมายถึงค่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.10, 0.05, .01 ตามลำดับ จากการทดสอบโดยวิธี Mann-Whitney Test

4.2 ผลการวิจัยผู้บริโภคร

4.2.1 ข้อมูลทั่วไป

ในส่วนนี้เป็นการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทั่วไปของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล แบ่งเป็นผู้บริโภคในกลุ่ม CSA จำนวน 30 ตัวอย่าง และ ผู้บริโภคทั่วไปที่ไม่อยู่ในกลุ่ม CSA จำนวน 116 ตัวอย่าง จากการเปรียบเทียบข้อมูลทางสถิติจากแบบสอบถาม พบว่าผู้บริโภคทั้ง 2 กลุ่มมีความแตกต่างที่น่าสนใจดังนี้

ผู้บริโภคในกลุ่ม CSA มีอายุเฉลี่ย 49.60 ปี มีสัดส่วนของการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีขึ้นไป (ร้อยละ 96.66) ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส (ร้อยละ 70.00) มีสถานที่พักเป็นบ้าน (ร้อยละ 76.67) มีจำนวนสมาชิกในครัวเรือนเฉลี่ย 3.87 คน โดยเป็นครัวเรือนที่มีเด็กในวัยประถม (อายุต่ำกว่า 12 ปี) ร้อยละ 15.07 เป็นครัวเรือนที่มีเด็กในวัยมัธยม (อายุช่วง 12-18 ปี) ร้อยละ 26.03 และเป็นครัวเรือนที่มีผู้สูงอายุ (อายุ 60 ปีขึ้นไป) ร้อยละ 43.33 ขณะที่ในด้านรายได้ ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อ

เดือนรายบุคคลอยู่ในช่วง 30,000-60,000 บาท (ร้อยละ 46.67) และมีรายได้ต่อเดือนรวมทั้งครัวเรือนโดยเฉลี่ย 1,222,666.67 บาท

ผู้บริโภคนอกกลุ่ม Non-CSA มีอายุเฉลี่ย 38.40 ปี มีสัดส่วนของการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีขึ้นไป (ร้อยละ 70.69) ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด (ร้อยละ 53.45) มีสถานที่พักเป็นบ้าน (ร้อยละ 51.72) มีจำนวนสมาชิกในครัวเรือนเฉลี่ย 2.88 คน โดยเป็นครัวเรือนที่มีเด็กในวัยประถม (อายุต่ำกว่า 12 ปี) ร้อยละ 13.79 เป็นครัวเรือนที่มีเด็กในวัยมัธยม (อายุช่วง 12-18 ปี) ร้อยละ 29.31 และเป็นครัวเรือนที่มีผู้สูงอายุ (อายุ 60 ปีขึ้นไป) ร้อยละ 21.55 ขณะที่ในด้านรายได้ ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนรายบุคคลอยู่ในช่วง 15,000-30,000 บาท (ร้อยละ 57.76) และมีรายได้ต่อเดือนรวมทั้งครัวเรือนโดยเฉลี่ย 41,129.31 บาท

เมื่อเปรียบเทียบผู้บริโภคระหว่างกลุ่ม CSA และ Non-CSA พบว่า ผู้บริโภคในกลุ่ม CSA มีอายุโดยเฉลี่ย จำนวนสมาชิกในครัวเรือนโดยเฉลี่ย ระดับการศึกษา ระดับรายได้ต่อเดือนรายบุคคลโดยเฉลี่ย และรายได้ต่อเดือนรวมทั้งครัวเรือนโดยเฉลี่ยสูงกว่าผู้บริโภคนอกกลุ่ม Non-CSA ขณะที่ผู้บริโภคนอกกลุ่ม CSA มีสัดส่วนของสถานภาพสมรส สถานที่พักเป็นบ้าน และเป็นครัวเรือนที่มีผู้สูงอายุมากกว่าผู้บริโภคนอกกลุ่ม Non-CSA

ผลจากการเปรียบเทียบสถิติข้อมูลจากแบบสอบถามด้านข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ผู้บริโภค CSA และผู้บริโภคนอกกลุ่มที่ไม่ใช่ CSA แสดงในตารางที่ 8

ตารางที่ 8 สรุปข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค

	รวม (146)	CSA (30)	Non-CSA (116)	Statistics Test	ทดสอบ
อายุ (ปี)	40.70	49.60	38.40	875.000***	A
ระดับการศึกษา	ปริญญาตรี (61.64) ต่ำกว่าปริญญาตรี (23.97) ปริญญาโท (12.33) ปริญญาเอก (2.05)	ปริญญาตรี (43.33) ปริญญาโท (43.33) ปริญญาเอก (10.00) ต่ำกว่าปริญญาตรี (3.33)	ปริญญาตรี (66.38) ต่ำกว่าปริญญาตรี (29.31) ปริญญาโท (4.31)	49.804***	B
สถานภาพ	โสด (47.26) สมรส (46.58) หย่าร้าง (6.16)	สมรส (70.00) โสด (23.33) หย่าร้าง (6.67)	โสด (53.45) สมรส (40.52) หย่าร้าง (6.03)	9.038**	B
สถานที่พัก	บ้าน (59.85) คอนโด (9.59) หอพัก (31.51) ทาวน์เฮ้าส์ (0.68)	บ้าน (76.67) คอนโด (13.33) หอพัก (3.33) ทาวน์เฮ้าส์ (3.33)	บ้าน (51.72) หอพัก (38.79) คอนโด (8.62) แฟลต (0.86)	17.602***	B

	แพลตฟอร์ม (1.37)	แพลตฟอร์ม (3.33)			
สมาชิกในครัวเรือน (คน)	3.08	3.87	2.88	1318.000**	A
ครัวเรือนมีเด็กเล็กอายุต่ำกว่า 12 ปี (ร้อยละ)	15.07	20.00	13.79	.718	B
ครัวเรือนมีเด็กในอายุช่วง 12-18 ปี (ร้อยละ)	26.03	13.33	29.31	3.160*	B
ครัวเรือนมีผู้สูงอายุ 60 ปีขึ้นไป (ร้อยละ)	26.03	43.33	21.55	5.874**	B
รายได้รายบุคคล (บาท/เดือน)	15,000-30,000 (48.63) ไม่เกิน 15,000 (21.92) 30,001-60,000 (20.55) มากกว่า 60,000 (8.90)	30,001-60,000 (46.67) มากกว่า 60,000 (33.33) 15,000-30,000 (13.33) ไม่เกิน 15,000 (6.67)	15,000-30,000 (57.76) ไม่เกิน 15,000 (25.86) 30,001-60,000 (13.79) มากกว่า 60,000 (2.59)	51.524***	B
รายได้รวมทั้งครัวเรือน (บาท/เดือน)	283,910.96	1,222,666.67	41,129.31	405.500***	A

หมายเหตุ *, **, *** หมายถึงค่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.10, 0.05, 0.01 ตามลำดับ โดย A และ B หมายถึงการทดสอบโดยวิธี Mann-Whitney Test และ Chi-Square ตามลำดับ และตัวเลขในวงเล็บแสดงสัดส่วนร้อยละ

4.2.2 ลักษณะพฤติกรรม

ในส่วนนี้เป็นการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะพฤติกรรมของผู้บริโภคในกลุ่ม CSA และ Non-CSA จากการเปรียบเทียบข้อมูลทางสถิติจากแบบสอบถาม พบความแตกต่างที่น่าสนใจดังนี้

ผู้บริโภคในกลุ่ม CSA มีสัดส่วนรับประทานอาหารภายในบ้านมากกว่านอกบ้าน (ร้อยละ 66.95) มีสัดส่วนการประกอบอาหารภายในบ้านมากกว่าการซื้ออาหารสำเร็จ (ร้อยละ 73.55) มีสัดส่วนของผักเป็นองค์ประกอบของมื้ออาหาร ร้อยละ 56.23 เป็นมังสวิรัติ ร้อยละ 10.00 มีคนในครัวเรือนที่มีปัญหาสุขภาพ ร้อยละ 50.00 และมีจำนวนครั้งของการออกกำลังกายต่อสัปดาห์โดยเฉลี่ย 2.73 ครั้ง

ผู้บริโภคในกลุ่ม Non-CSA มีสัดส่วนรับประทานอาหารภายในบ้านมากกว่านอกบ้าน (ร้อยละ 50.87) มีสัดส่วนการประกอบอาหารภายในบ้านน้อยกว่าการซื้ออาหารสำเร็จ (ร้อยละ 48.26) มีสัดส่วนของผักเป็นองค์ประกอบของมื้ออาหาร ร้อยละ 51.72 เป็นมังสวิรัติ ร้อยละ 4.31 มีคนในครัวเรือนที่มีปัญหาสุขภาพ ร้อยละ 31.03 และมีจำนวนครั้งของการออกกำลังกายต่อสัปดาห์โดยเฉลี่ย 3.50 ครั้ง

เมื่อเปรียบเทียบผู้บริโภคระหว่างกลุ่ม CSA และ Non-CSA พบว่า ผู้บริโภคในกลุ่ม CSA มีสัดส่วนของการรับประทานอาหารภายในบ้านและการประกอบอาหารภายในบ้านมากกว่าผู้บริโภคในกลุ่ม Non-CSA ขณะที่ผู้บริโภคทั้ง 2 กลุ่ม มีสัดส่วนของผักที่บริโภคและสัดส่วนการเป็นมังสวิรัติไม่แตกต่างกัน ในด้านปัญหาสุขภาพของคนในครัวเรือนของผู้บริโภคในกลุ่ม CSA มีสัดส่วนที่มากกว่า แต่ผู้บริโภคในกลุ่ม Non-CSA มีจำนวนครั้งของการออกกำลังกายต่อสัปดาห์โดยเฉลี่ยมากกว่าผู้บริโภคในกลุ่ม CSA

ผลจากการเปรียบเทียบสถิติข้อมูลจากแบบสอบถามด้านลักษณะพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่าง ผู้บริโภค CSA และผู้บริโภคทั่วไปที่ไม่ใช่ CSA แสดงในตารางที่ 9

ตารางที่ 9 สรุปข้อมูลลักษณะพฤติกรรมของผู้บริโภค

	รวม (146)	CSA (30)	Non-CSA (116)	Statistics Test	ทดสอบ
สัดส่วนการรับประทานอาหารในบ้าน (ร้อยละ)	54.17	66.95	50.87	38.547***	B
สัดส่วนการประกอบอาหารในบ้าน (ร้อยละ)	53.46	73.55	48.26	60.581***	B
สัดส่วนของผักเป็นองค์ประกอบอาหาร (ร้อยละ)	52.65	56.23	51.72	2.176	B
มังสวิรัติ (ร้อยละ)	5.48	10.00	4.31	1.490	B
คนในครัวเรือนมีปัญหาสุขภาพ (ร้อยละ)	34.93	50.00	31.03	3.772*	B
การออกกำลังกาย (ครั้ง/สัปดาห์)	3.34	2.73	3.50	1395.000*	A

หมายเหตุ *, **, *** หมายถึงค่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.10, 0.05, 0.01 ตามลำดับ โดย A และ B หมายถึงการทดสอบโดยวิธี Mann-Whitney Test และ Chi-Square ตามลำดับ

4.2.3 แหล่งที่ซื้อและการตัดสินใจเลือกซื้อผัก

ในส่วนนี้เป็นการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งที่ซื้อและการตัดสินใจเลือกซื้อผักของผู้บริโภคในกลุ่ม CSA และ Non-CSA จากการเปรียบเทียบข้อมูลทางสถิติจากแบบสอบถาม พบว่าผู้บริโภคทั้ง 2 กลุ่ม มีความแตกต่างที่น่าสนใจดังนี้

ผู้บริโภคในกลุ่ม CSA

แหล่งที่ซื้อผักของผู้บริโภคในกลุ่ม CSA ที่มีสัดส่วนมากที่สุดคือ ผักที่ได้รับจากเกษตรกรในกลุ่ม CSA ร้อยละ (100) และสถานที่ซื้อผักอื่นๆ ที่รองลงมาคือ ตลาดสด (ร้อยละ 36.67) Tops (ร้อยละ 13.33) Lemon Farm (ร้อยละ 13.33) Gourmet Market (ร้อยละ 10.00) โครงการหลวง (ร้อยละ 10.00) Farmer Market (ร้อยละ 10.00) และ Lotus (ร้อยละ 3.33)

ปัจจัยที่ผู้บริโภคในกลุ่ม CSA ให้ความสำคัญในการตัดสินใจเลือกซื้อผักที่มีคะแนนเฉลี่ยมากที่สุดคือ ปลอดภัย (4.60 คะแนน) และปัจจัยอื่นๆ ที่มีคะแนนเฉลี่ยรองลงมาคือ ความสด (4.50

คะแนน) ความสะอาด (3.97 คะแนน) แหล่งที่มา (3.80 คะแนน) ราคา (3.37 คะแนน) มีตรารับรองคุณภาพ (3.00) และความสวยงาม (2.77 คะแนน)

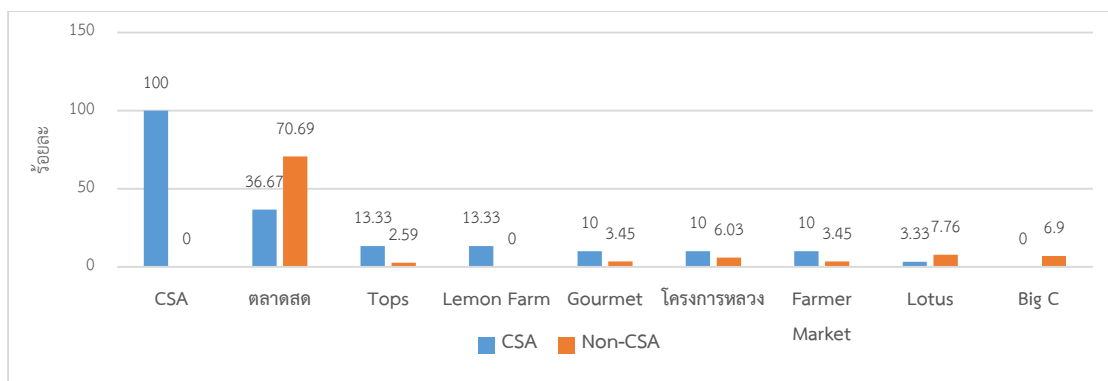
ผู้บริโภคในกลุ่ม Non-CSA

แหล่งที่ซื้อผักของผู้บริโภคในกลุ่ม Non-CSA ที่มีสัดส่วนมากที่สุดคือ ตลาดสด (ร้อยละ 70.69) และสถานที่ซื้อผักอื่นๆ ที่รองลงมาคือ Lotus (ร้อยละ 7.76) Big C (ร้อยละ 6.90) โครงการหลวง (ร้อยละ 6.03) Gourmet Market (ร้อยละ 3.45) Farmer Market (ร้อยละ 3.45) และ Tops (ร้อยละ 2.59)

ปัจจัยที่ผู้บริโภคในกลุ่ม Non-CSA ให้ความสำคัญในการตัดสินใจเลือกซื้อผักที่มีคะแนนเฉลี่ยมากที่สุดคือ ความสด (4.51 คะแนน)) และปัจจัยอื่นๆ ที่มีคะแนนเฉลี่ยรองลงมาคือ ความสะอาด (4.49 คะแนน) ปลอดภัย (4.26 คะแนน) ราคา (4.03 คะแนน) มีตรารับรองคุณภาพ (3.91 คะแนน) ความสวยงาม (3.86 คะแนน) และแหล่งที่มา (3.71 คะแนน)

เมื่อเปรียบเทียบผู้บริโภคในกลุ่ม CSA และ Non-CSA พบว่า ผู้บริโภคในกลุ่ม CSA รับผักจากเกษตรกรในกลุ่ม CSA เป็นสถานที่หลักของผักที่บริโภค ขณะที่ผู้บริโภคในกลุ่ม Non-CSA ส่วนใหญ่ซื้อผักจากตลาดสด โดยที่ปัจจัยด้านการปลอดภัยเป็นปัจจัยที่ผู้บริโภคในกลุ่ม CSA ให้ความสำคัญในการตัดสินใจเลือกซื้อผักมากที่สุด และเป็นปัจจัยเดียวที่ผู้บริโภคในกลุ่ม CSA ให้ความสำคัญมากกว่าผู้บริโภคในกลุ่ม Non-CSA ขณะที่ปัจจัยในด้านความสะอาด ราคา มีตรารับรองคุณภาพ และความสวยงาม เป็นปัจจัยที่ผู้บริโภคในกลุ่ม Non-CSA ให้ความสำคัญมากกว่าผู้บริโภคในกลุ่ม CSA โดยปัจจัยในด้านความสดและแหล่งที่มาเป็นปัจจัยที่ผู้บริโภคทั้ง 2 กลุ่มให้ความสำคัญไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

ผลจากการเปรียบเทียบสถิติข้อมูลจากแบบสอบถามด้านแหล่งที่ซื้อและการตัดสินใจเลือกซื้อผักของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภค CSA และผู้บริโภคทั่วไปที่ไม่ใช่ CSA แสดงในรูปที่ 7 และ ตารางที่ 10



หมายเหตุ ผู้บริโภคเลือกตอบสถานที่ซื้อผักได้มากกว่า 1 ที่
รูปที่ 7 แสดงร้อยละของแหล่งที่ซื้อผักของผู้บริโภค

ตารางที่ 10 สรุปปัจจัยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญในการตัดสินใจเลือกซื้อผัก

ปัจจัย	รวม	CSA	Non-CSA	Statistics Test
ความสด	4.51	4.50	4.51	1724.000
ความสวยงาม	3.64	2.77	3.86	819.500***
ความสะอาด	4.38	3.97	4.49	1268.000**
ราคา	3.89	3.37	4.03	1113.000***
ปลอดภัยและมีคุณค่าสารเคมี	4.33	4.60	4.26	1277.000**
มีตรารองรับคุณภาพ	3.72	3.00	3.91	976.000***
แหล่งที่มา	3.73	3.80	3.71	1660.500

หมายเหตุ *, **, *** หมายถึงค่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.10, 0.05, .01 ตามลำดับ จากการทดสอบโดยวิธี Mann-Whitney Test และตัวเลขแสดงคะแนนเฉลี่ยจากมาตราวัด Likert Scales 5 ระดับ

4.2.4 แหล่งข้อมูลข่าวสาร

ในส่วนนี้เป็นการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับช่องทางที่รู้จักเกษตรกรกรรมรูปแบบ CSA ของผู้บริโภคในกลุ่ม CSA จำนวน 30 คน และผู้บริโภคบางคนในกลุ่ม Non-CSA ที่รู้จัก CSA จำนวน 13 คน โดยผู้บริโภคสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ช่องทาง จากการเปรียบเทียบข้อมูลทางสถิติจากแบบสอบถาม พบว่าผู้บริโภคทั้ง 2 กลุ่ม มีความแตกต่างที่น่าสนใจดังนี้

ผู้บริโภคในกลุ่ม CSA

ช่องทางที่ผู้บริโภคในกลุ่ม CSA ได้รู้จักเกษตรกรกรรม CSA มีทั้งหมด 9 ช่องทาง โดยช่องทางที่ผู้บริโภครู้จัก CSA มากที่สุดคือ การบอกต่อจากคนรู้จัก (ร้อยละ 56.67) และช่องทางอื่นๆ ที่รองลงมาคือ Website (ร้อยละ 13.33) Facebook (ร้อยละ 10.00) โทรศัพท์ (ร้อยละ 10.00) แผ่น

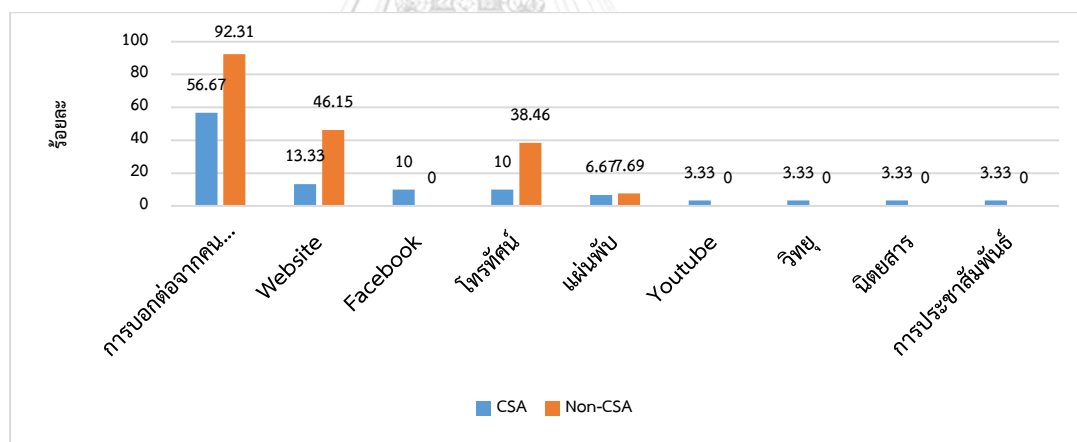
พบ (ร้อยละ 6.67) Youtube (ร้อยละ 3.33) วิทยุ (ร้อยละ 3.33) นิตยสาร (ร้อยละ 3.33) และการประชาสัมพันธ์ (ร้อยละ 3.33)

ผู้บริโภคนอกกลุ่ม Non-CSA

ช่องทางที่ผู้บริโภคนอกกลุ่ม Non-CSA ได้รู้จักเกษตรกร CSA มีทั้งหมด 4 ช่องทาง โดยช่องทางที่ผู้บริโภครู้จัก CSA มากที่สุดคือ การบอกต่อจากคนรู้จัก (ร้อยละ 92.31) และช่องทางอื่นๆ ที่รองลงมาคือ Website (ร้อยละ 46.15) โทรศัพท์ (ร้อยละ 38.46) และแผ่นพับ (ร้อยละ 7.69)

เมื่อเปรียบเทียบช่องทางการรู้จักเกษตรกร CSA ระหว่างผู้บริโภคนอกกลุ่ม CSA และ Non-CSA พบว่า การบอกต่อจากคนรู้จัก เป็นช่องทางที่ทำให้ผู้บริโภคนอกทั้งสองกลุ่มรู้จัก CSA มากที่สุด โดยผู้บริโภคนอกกลุ่ม CSA มีช่องทางที่รู้จัก CSA (9 ช่องทาง) มากกว่าช่องทางของผู้บริโภคนอกกลุ่ม Non-CSA (4 ช่องทาง)

ผลจากการเปรียบเทียบสถิติข้อมูลจากแบบสอบถามด้านแหล่งข้อมูลข่าวสารของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคนอก CSA และผู้บริโภคนอกที่ไม่ใช่ CSA แสดงในรูปที่ 8



หมายเหตุ ร้อยละคิดจากจำนวนผู้บริโภครู้จัก CSA คือ กลุ่ม CSA จำนวน 30 ตัวอย่าง และ กลุ่ม Non-CSA จำนวน 13 ตัวอย่าง และผู้บริโภคนอกเลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

รูปที่ 8 แสดงร้อยละของช่องทางที่รู้จัก CSA ของผู้บริโภคนอก

4.2.5 ข้อมูลสมาชิกผู้บริโภคนอก CSA

ในส่วนนี้เป็นการเก็บข้อมูลเฉพาะผู้บริโภคนอกกลุ่ม CSA เกี่ยวกับ ระยะเวลาที่เข้าร่วมเป็นสมาชิก CSA การจ่ายเงินค่าผักล่วงหน้า ระยะเวลาที่ผู้บริโภคนอกเลือกจ่ายเงินล่วงหน้า และเหตุผลในการจ่ายเงินล่วงหน้า จากการเปรียบเทียบข้อมูลทางสถิติจากแบบสอบถามพบว่ามีความน่าสนใจดังนี้

ระยะเวลาเฉลี่ยที่ผู้บริโภคร่วมเป็นสมาชิกในกลุ่ม CSA คือ 5 ปี 5 เดือน หรือมีส่วนมากที่สุดในช่วง 1-5 ปี (ร้อยละ 60)

ผู้บริโภคร่วมในกลุ่ม CSA จ่ายเงินล่วงหน้าสำหรับค่าผักที่รับจากเกษตรกรในกลุ่ม CSA โดยเฉลี่ยของระยะเวลาสัญญา 12 เดือน คือ 13,823.53 บาท ระยะเวลาสัญญา 6 เดือน คือ 8,000 บาท ระยะเวลา 3 เดือน คือ 3,750 บาท และระยะเวลาสัญญา 1 เดือน คือ 1,350 บาท

ระยะเวลาของสัญญาที่ผู้บริโภคร่วมเลือกจ่ายเงินล่วงหน้าที่ยาวที่สุดคือ ระยะเวลาสัญญา 12 เดือน หรือ 1 ปี (ร้อยละ 60) โดยมีเหตุผลในการเลือกจ่ายล่วงหน้าแบบรายปีคือ สะดวกในการจ่ายเงินทีเดียว (ร้อยละ 50) ค่ำราคาต่อหน่วยมากที่สุด (ร้อยละ 33.33) และเป็นการให้หลักประกันเกษตรกร (ร้อยละ 16.67)

ระยะเวลาของสัญญาที่ผู้บริโภคร่วมเลือกจ่ายเงินล่วงหน้าแบบไม่ชำระรายปี คือ ระยะเวลาสัญญา 6 เดือน (ร้อยละ 20) ระยะเวลาสัญญา 3 เดือน (ร้อยละ 6) ระยะเวลาสัญญา 1 เดือน (ร้อยละ 7) และระยะเวลาสัญญารายสัปดาห์ (ร้อยละ 7) โดยมีเหตุผลในการเลือกจ่ายเงินล่วงหน้าแบบไม่ชำระรายปีคือ ไม่สะดวกในการจ่ายเงินล่วงหน้าจำนวนมาก (ร้อยละ 83.33) และไม่ค่อยอยู่บ้าน (ร้อยละ 16.67)

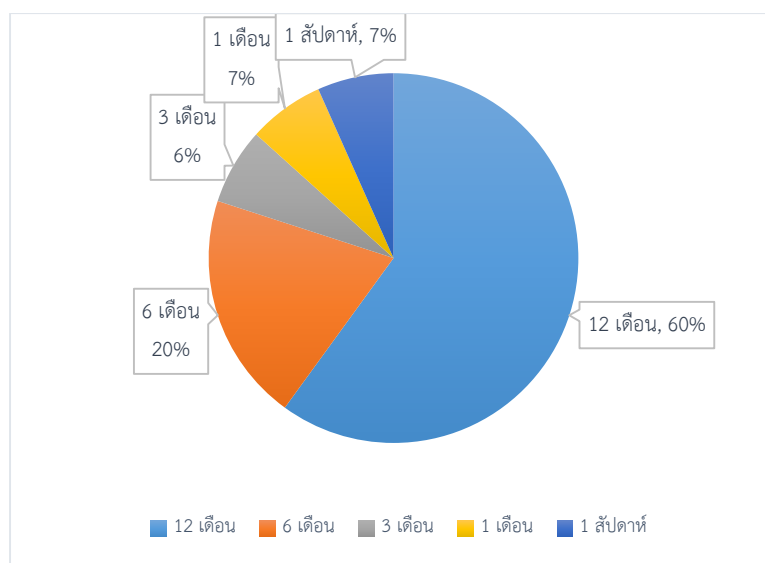
จากผลดังกล่าวจะเห็นว่า ผู้บริโภคร่วมส่วนใหญ่ในกลุ่ม CSA ตัดสินใจเลือกระยะเวลาสัญญาแบบรายปีมากที่สุด และมีความยินดีที่จะจ่ายเงินล่วงหน้าให้กับเกษตรกรในกลุ่ม CSA ขณะที่ผู้บริโภคร่วมที่เลือกระยะเวลาสัญญาแบบไม่ชำระรายปี (ระยะเวลาน้อยกว่า 12 เดือน) ให้เหตุผลหลักคือ ความไม่สะดวกในการจ่ายเงินล่วงหน้าจำนวนมากให้กับเกษตรกรในกลุ่ม CSA

ผลจากการเปรียบเทียบสถิติข้อมูลจากแบบสอบถามด้านข้อมูลสมาชิกของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคร่วม CSA แสดงในตารางที่ 11 ตารางที่ 12 รูปที่ 9 รูปที่ 10 และรูปที่ 11 ตารางที่ 11 แสดงสัดส่วนระยะเวลาที่เข้าร่วมเป็นสมาชิก CSA ของผู้บริโภคร่วม

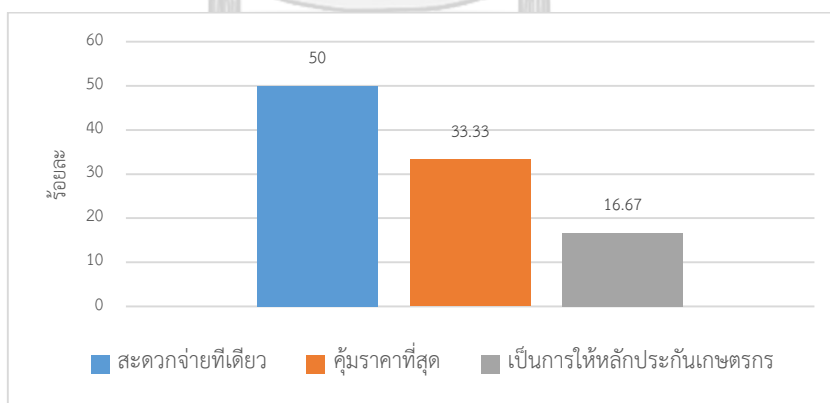
ระยะเวลาที่เข้าร่วมเป็นสมาชิก CSA	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 1 ปี	1	3
1-5 ปี	18	60
6-10 ปี	4	14
มากกว่า 10 ปี	7	23
เฉลี่ย	5 ปี 5 เดือน	

ตารางที่ 12 สรุปการจ่ายเงินค่าสมาชิกผักล่องหน้าของผู้บริโภคในกลุ่ม CSA

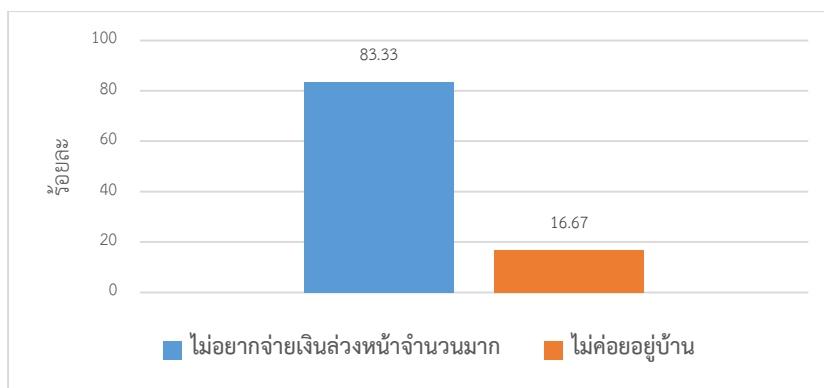
ระยะเวลาของสัญญา	ค่าสมาชิกผักล่องหน้า (บาท)
12 เดือน	13,823.53
6 เดือน	8,000.00
3 เดือน	3,750.00
1 เดือน	1,350.00



รูปที่ 9 แสดงสัดส่วนระยะเวลาที่สมาชิกผู้บริโภค CSA เลือกจ่ายเงินล่วงหน้า



รูปที่ 10 แสดงร้อยละเหตุผลการจ่ายเงินล่วงหน้าแบบรายปี (12 เดือน) ของผู้บริโภค CSA



รูปที่ 11 แสดงร้อยละเหตุผลการจ่ายเงินล่วงหน้าแบบไม่ใช้รายปี (<12 เดือน) ของผู้บริโภคร่วม CSA

4.2.6 เหตุผลในการเข้าร่วม/ไม่เข้าร่วม CSA

ในส่วนนี้เป็นการเก็บข้อมูลกับกลุ่มผู้บริโภคร่วมเกี่ยวกับประเด็นปัจจัยต่างๆ ที่เป็นเหตุผลทำให้ตัดสินใจเข้าร่วมและไม่เข้าร่วมสมาชิก CSA ของผู้บริโภคร่วม CSA และ Non-CSA จากการเปรียบเทียบข้อมูลทางสถิติจากแบบสอบถามพบว่ามี ความแตกต่างที่น่าสนใจดังนี้

ผู้บริโภคร่วมใน CSA

เหตุผลส่วนใหญ่ของผู้บริโภคร่วมใน CSA ที่เห็นด้วยในการเข้าร่วมเป็นสมาชิก CSA เกินกว่าร้อยละ 50 ของกลุ่ม มี 8 ข้อจากทั้งหมด 11 ข้อ โดยเหตุผลที่เห็นด้วยมากที่สุดคือ 1.ได้ผักที่ปลอดภัยและมีแน่นอน (ร้อยละ 100) และเหตุผลอื่นๆ ที่รองลงมาคือ 2.ได้สนับสนุนเกษตรกรที่ปลูกผลผลิตโดยตรง (ร้อยละ 93) 3.ความสะอาดของการส่งผักถึงบ้าน (ร้อยละ 87) 4.สามารถรู้และตรวจสอบแหล่งที่มาและกระบวนการผลิตได้ (ร้อยละ 83) 5.ช่วยแบ่งปันความเสี่ยงของผลผลิตร่วมกับเกษตรกร (ร้อยละ 83) 6.ได้ผักที่มีความสดจากฟาร์ม (ร้อยละ 73) 7.ได้ราคาผักที่เหมาะสมทั้งคนกินและคนปลูก (ร้อยละ 67) และ 8.ได้บริโภคผักตามฤดูกาล (ร้อยละ 53) ขณะที่เหตุผลของผู้บริโภคร่วมใน CSA ที่เห็นด้วยน้อยกว่าร้อยละ 50 ของกลุ่มคือ 9.ได้รู้จักและมีปฏิสัมพันธ์กับเกษตรกร (ร้อยละ 40) 10.ได้มีส่วนร่วมในแปลงเพาะปลูกผลผลิตที่บริโภค (ร้อยละ 37) และ 11.ชอบรูปแบบของ CSA (ร้อยละ 33)

การได้ผักที่ปลอดภัยและมีแน่นอนเป็นเหตุผลที่ผู้บริโภคร่วมทุกคนในกลุ่ม CSA เห็นด้วยในการตัดสินใจเข้าร่วมกลุ่ม CSA ซึ่งสอดคล้องกับปัจจัยที่ผู้บริโภคร่วมใน CSA ให้ความสำคัญมากที่สุดใน การตัดสินใจเลือกซื้อผัก คือ การปลอดภัยของผัก (แสดงในตารางที่ 10สรุปปัจจัยที่ผู้บริโภคร่วมให้ความสำคัญในการตัดสินใจเลือกซื้อผัก)

ผู้บริโภคในกลุ่ม Non-CSA

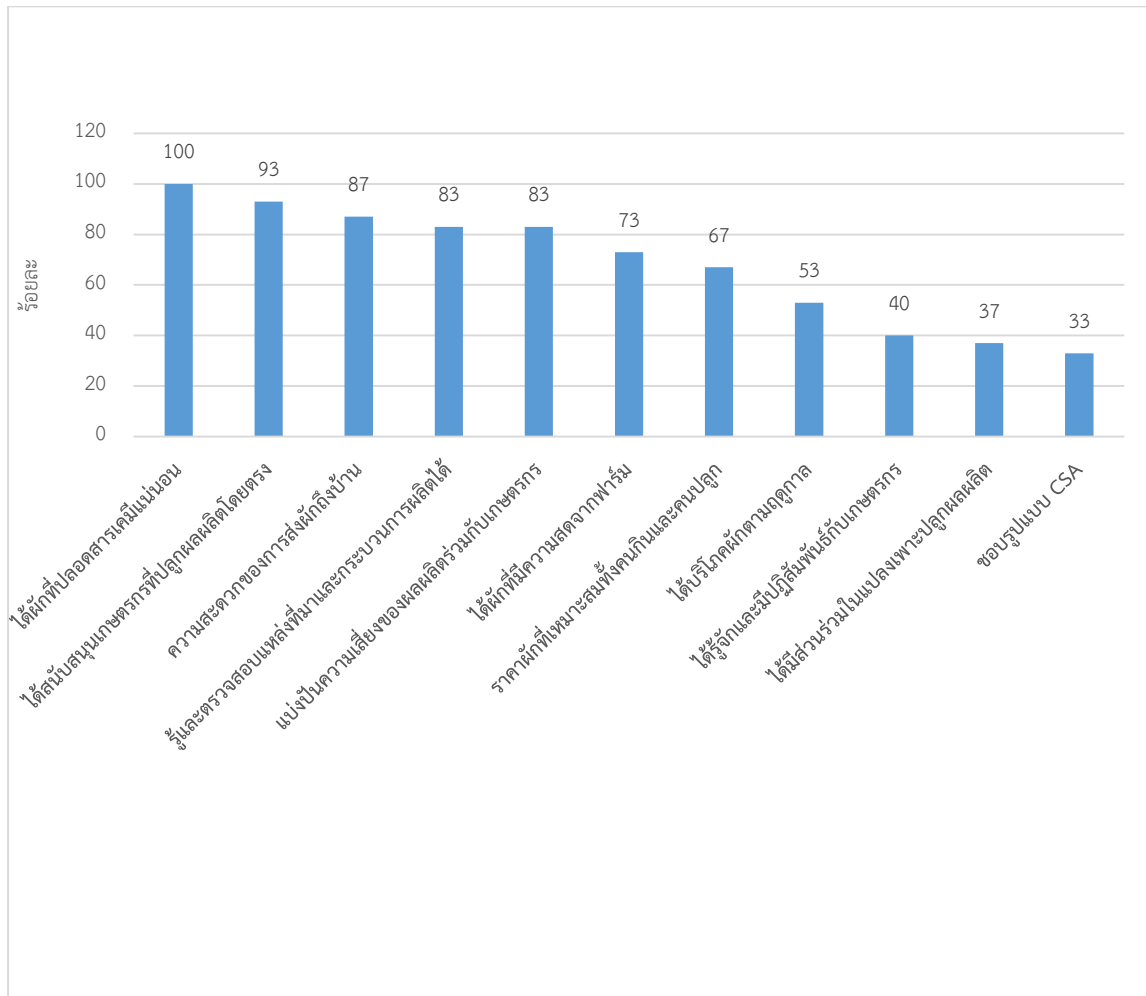
เหตุผลของผู้บริโภคในกลุ่ม Non-CSA ที่มีความสนใจในการเข้าร่วมกลุ่ม CSA ที่มีสัดส่วนมากที่สุด คือ ประหยัดเวลาเดินตลาด (ร้อยละ 57.57) และเหตุผลอื่นๆ ที่รองลงมาคือ การได้ผักที่ปลอดภัยปราศจากสารเคมี (ร้อยละ 36.36) และการได้ผักจากเกษตรกรโดยตรง (ร้อยละ 6.06)

ขณะที่เหตุผลของผู้บริโภคในกลุ่ม Non-CSA ที่ไม่สนใจในการเข้าร่วมกลุ่ม CSA ที่มีสัดส่วนมากที่สุด คือ ไม่ค่อยรับประทานอาหารเช้าหรือประกอบอาหารที่บ้าน (ร้อยละ 37.35) และเหตุผลอื่นๆ ที่มีสัดส่วนรองลงมา คือ เลือกซื้อผักด้วยตนเองได้ผักตรงความต้องการมากกว่า (ร้อยละ 26.51) ใช้จ่ายตลาดทุกวันอยู่แล้ว (ร้อยละ 15.66) ไม่อยากจ่ายเงินล่วงหน้าจำนวนมาก (ร้อยละ 15.66) และมีที่ซื้อผักประจำอยู่แล้ว (ร้อยละ 4.82)

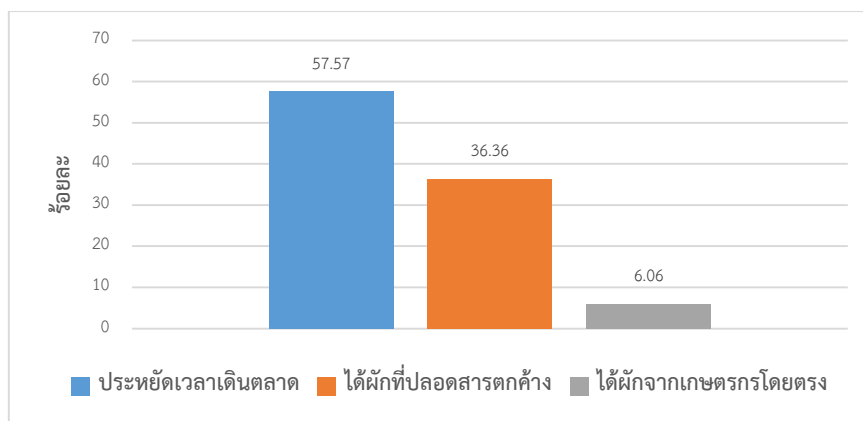
จากผลที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นว่า เหตุผลด้านการได้ผักที่ปลอดภัยปราศจากสารเคมีหรือสารตกค้าง และรูปแบบการอำนวยความสะดวกในการส่งผักถึงบ้านผู้บริโภค เป็นเหตุผลใน 2 อันดับแรกที่มีมากที่สุดของผู้บริโภคในกลุ่ม Non-CSA ที่มีความสนใจในการเข้าร่วมกลุ่ม CSA และเหตุผลทั้ง 2 ดังกล่าวเป็นเหตุผลใน 3 อันดับแรกของผู้บริโภคในกลุ่ม CSA ที่เห็นด้วยว่าเป็นเหตุผลที่ทำให้ตัดสินใจในการเข้าร่วมกลุ่ม CSA แสดงว่ากลุ่มเป้าหมายผู้บริโภคที่เหมาะสมกับการเป็นสมาชิกในกลุ่ม CSA คือ ผู้บริโภคที่ให้ความสนใจในผักที่ปลอดภัยปราศจากสารเคมีหรือสารตกค้าง และรูปแบบการรับผักประจำที่ส่งถึงบ้านผู้บริโภค

ขณะที่เหตุผลของผู้บริโภคในกลุ่ม Non-CSA ที่ไม่สนใจเข้าร่วม เป็นเหตุผลในด้านพฤติกรรมที่ไม่สอดคล้องกับการซื้อผักในรูปแบบสมาชิก CSA ที่มีการรับผักจากเกษตรกรเป็นประจำ คือ ไม่ค่อยรับประทานอาหารเช้าหรือทำอาหารที่บ้าน และความต้องการเลือกซื้อผักด้วยตนเองของผู้บริโภค เป็นเหตุผลใน 2 อันดับแรกที่มีมากที่สุดจาก 5 อันดับ ขณะที่เหตุผลในด้านความสะดวกในการจ่ายเงินล่วงหน้า เป็นเหตุผลในอันดับที่ 4 ของผู้บริโภคในกลุ่ม Non-CSA ที่ไม่มีความสนใจในการเข้าร่วมกลุ่ม CSA แสดงว่า ผู้บริโภคที่มีพฤติกรรมในลักษณะไม่ค่อยรับประทานอาหารเช้า ไม่ค่อยทำอาหารที่บ้าน และมีความต้องการในการเลือกซื้อผักด้วยตนเอง เป็นกลุ่มผู้บริโภคที่ไม่เหมาะสมกับการเป็นสมาชิกในกลุ่ม CSA ที่มีรูปแบบการรับผักเป็นประจำและการบริโภคผักตามฤดูกาลที่ไม่สามารถเลือกชนิดของผักตามความต้องการของผู้บริโภคด้วยตนเองได้

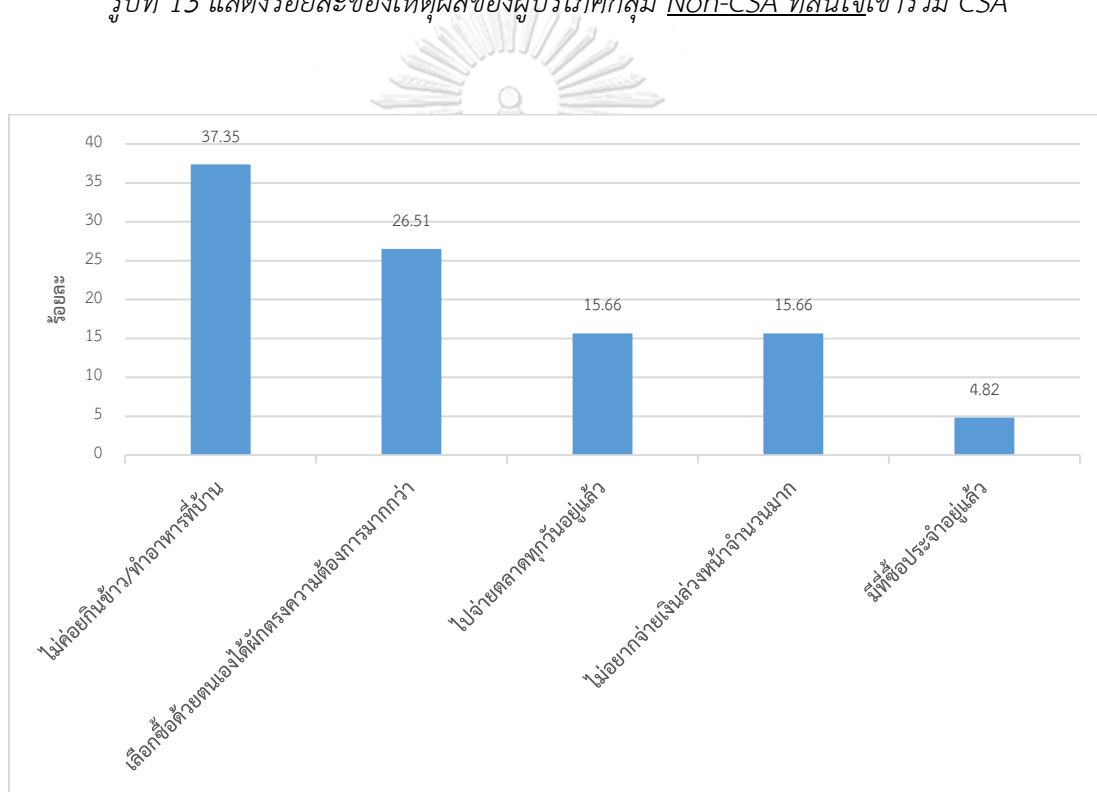
ผลจากการเปรียบเทียบสถิติข้อมูลจากแบบสอบถามด้านเหตุผลในการตัดสินใจเข้าร่วมและไม่เข้าร่วมสมาชิกกลุ่ม CSA ของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภค CSA และ Non-CSA แสดงในรูปที่ 12 รูปที่ 13 และรูปที่ 14



รูปที่ 12 แสดงร้อยละเหตุผลของผู้บริโภคกลุ่ม CSA ที่ตัดสินใจเข้าร่วม CSA



รูปที่ 13 แสดงร้อยละของเหตุผลของผู้บริโภคกลุ่ม Non-CSA ที่สนใจเข้าร่วม CSA



รูปที่ 14 แสดงร้อยละของเหตุผลของผู้บริโภคกลุ่ม Non-CSA ที่ไม่สนใจเข้าร่วม CSA

4.2.7 การจ่ายเงินล่วงหน้า

เกษตรกรรมรูปแบบ CSA มีการซื้อขายผลผลิตในลักษณะของการทำสัญญาการจ่ายเงินล่วงหน้าของผู้บริโภคให้กับเกษตรกรที่ปลูกผลผลิต โดยรูปแบบทั่วไปของสัญญา CSA มีระยะเวลาของสัญญาอยู่ที่ครึ่งปีถึง 1 ปี หรือบางที่อาจมีระยะเวลาน้อยกว่านั้น เช่น สัญญาล่วงหน้า 6 เดือน 3 เดือน หรือรายเดือน ขึ้นอยู่กับรูปแบบในการจัดการของกลุ่ม CSA ในแต่ละพื้นที่แตกต่างกันไป

ในส่วนนี้เป็นการสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับความยินดีในการจ่ายเงินล่วงหน้าในการซื้อผักในรูปแบบ CSA ของผู้บริโภคนอกกลุ่ม CSA และ Non-CSA เพื่อเปรียบเทียบความยินดีในการจ่ายเงินล่วงหน้าของผู้บริโภคทั้ง 2 กลุ่ม ในแต่ละช่วงเวลา และความเป็นไปได้ในการจ่ายเงินล่วงหน้าในรูปแบบ CSA ของผู้บริโภคนอกกลุ่ม Non-CSA โดยแบ่งช่วงเวลาของการจ่ายเงินล่วงหน้าออกเป็น 4 ช่วงเวลา คือ 12 เดือน 6 เดือน 3 เดือน และ 1 เดือน จากการเปรียบเทียบข้อมูลทางสถิติจากแบบสอบถามผู้บริโภคระหว่างกลุ่ม CSA และ Non-CSA พบความแตกต่างที่น่าสนใจดังนี้

ผู้บริโภคนอกกลุ่ม CSA

ผู้บริโภคนอกกลุ่ม CSA มีความยินดีในการจ่ายเงินล่วงหน้าโดยเฉลี่ยในการซื้อผักรูปแบบ CSA ของแต่ละช่วงเวลาดังนี้ ระยะเวลาสัญญาล่วงหน้า 12 เดือน คือ 13,236 บาท ระยะเวลาสัญญาล่วงหน้า 6 เดือน คือ 7,150 บาท ระยะเวลาสัญญาล่วงหน้า 3 เดือน คือ 3,735 บาท และระยะเวลาสัญญาล่วงหน้า 1 เดือน คือ 1,323 บาท

เมื่อเปรียบเทียบกับกรจ่ายเงินล่วงหน้าในปัจจุบันโดยเฉลี่ยสำหรับค่าผักของผู้บริโภคนอกกลุ่ม CSA (แสดงในตารางที่ 12 สรุปการจ่ายค่าสมาชิกผักล่วงหน้าของผู้บริโภคนอกกลุ่ม CSA) พบว่าผู้บริโภคนอกกลุ่มมีความต้องการในการจ่ายเงินล่วงหน้าในทุกช่วงเวลาของสัญญา ลดลงเล็กน้อย ดังนี้ ระยะเวลาสัญญาล่วงหน้า 12 เดือน เดิมปัจจุบันจ่ายเงินล่วงหน้าเฉลี่ย 13,823.53 บาท ผู้บริโภคนอกกลุ่ม CSA มีความต้องการจ่ายเงินล่วงหน้าเฉลี่ย 13,236 บาท (ลดลงร้อยละ 4.25) ระยะเวลาสัญญาล่วงหน้า 6 เดือน เดิมปัจจุบันจ่ายเงินล่วงหน้าเฉลี่ย 8,000 บาท ผู้บริโภคนอกกลุ่ม CSA มีความต้องการจ่ายเงินล่วงหน้าเฉลี่ย 7,150 บาท (ลดลงร้อยละ 10.63) ระยะเวลาสัญญาล่วงหน้า 3 เดือน เดิมปัจจุบันจ่ายเงินล่วงหน้าเฉลี่ย 3,750 บาท ผู้บริโภคนอกกลุ่ม CSA มีความต้องการจ่ายเงินล่วงหน้าเฉลี่ย 3,735 บาท (ลดลงร้อยละ 0.4) และระยะเวลาสัญญาล่วงหน้า 1 เดือน เดิมปัจจุบันจ่ายเงินล่วงหน้าเฉลี่ย 1,350 บาท ผู้บริโภคนอกกลุ่ม CSA มีความต้องการจ่ายเงินล่วงหน้าเฉลี่ย 1,323 บาท (ลดลงร้อยละ 2)

ความยินดีในการจ่ายเงินล่วงหน้าเฉลี่ยต่อเดือนในแต่ละช่วงเวลา ผู้บริโภคนอกกลุ่ม CSA มีความยินดีในการจ่ายเงินล่วงหน้าโดยเฉลี่ยต่อเดือนเพิ่มขึ้นเมื่อลดระยะเวลาของสัญญาการจ่ายเงินล่วงหน้าลง ดังนี้ เมื่อลดระยะเวลาสัญญาจาก 12 เดือน (1,103.0 บาท/เดือน) เหลือระยะเวลาสัญญา 6 เดือน (1,191.7 บาท/เดือน) ผู้บริโภคนอกกลุ่ม CSA มีความยินดีจ่ายเพิ่มขึ้นร้อยละ 8.0 เมื่อลดระยะเวลาสัญญาเหลือ 3 เดือน (1,245.0 บาท/เดือน) ผู้บริโภคนอกกลุ่ม CSA มีความยินดีจ่ายเพิ่มขึ้น

ร้อยละ 12.9 และเมื่อลดระยะเวลาสัญญาเหลือ 1 เดือน (1,323.0 บาท/เดือน) ผู้บริโภคในกลุ่ม CSA มีความยินดีจ่ายเพิ่มขึ้นร้อยละ 20.0

เมื่อเปรียบเทียบความยินดีในการจ่ายเงินล่วงหน้าเฉลี่ยในแต่ละช่วงเวลาของผู้บริโภคในกลุ่ม CSA กับความต้องการรายได้ล่วงหน้าโดยเฉลี่ยในแต่ละช่วงเวลาของเกษตรกรในกลุ่ม CSA พบว่าเกษตรกรในกลุ่ม CSA มีความต้องการรายได้ล่วงหน้าเพิ่มต่อเดือนสูงกว่าความยินดีในการจ่ายเงินเพิ่มต่อเดือนของผู้บริโภคในกลุ่ม CSA ทุกช่วงเวลาของสัญญา (แสดงในตารางที่ 7 สรุปรายได้ล่วงหน้าที่คาดหวังในเกษตรกรรูปแบบ CSA ของแต่ละช่วงเวลา) ดังนี้ เมื่อลดระยะเวลาของสัญญาจาก 12 เดือนเหลือ 6 เดือน เกษตรกรต้องการรายได้ต่อเดือนเพิ่มขึ้นร้อยละ 12.9 ขณะที่ผู้บริโภคมักมีความยินดีในการจ่ายเงินล่วงหน้าต่อเดือนเพิ่มขึ้นร้อยละ 8.0 เมื่อลดระยะเวลาของสัญญาเหลือ 3 เดือน เกษตรกรต้องการรายได้ต่อเดือนเพิ่มขึ้นร้อยละ 47.5 ขณะที่ผู้บริโภคมักมีความยินดีในการจ่ายเงินล่วงหน้าต่อเดือนเพิ่มขึ้นร้อยละ 12.9 เมื่อลดระยะเวลาของสัญญาเหลือ 1 เดือน เกษตรกรต้องการรายได้ต่อเดือนเพิ่มขึ้นร้อยละ 108.7 ขณะที่ผู้บริโภคมักมีความยินดีในการจ่ายเงินล่วงหน้าต่อเดือนเพิ่มขึ้นร้อยละ 20.0 แสดงว่า เป็นไปได้ยากในการปรับลดระยะเวลาสัญญาการจ่ายเงินล่วงหน้าระหว่างผู้บริโภคในกลุ่ม CSA และเกษตรกรในกลุ่ม CSA

ผู้บริโภคในกลุ่ม Non-CSA

ผู้บริโภคในกลุ่ม Non-CSA มีความยินดีในการจ่ายเงินล่วงหน้าโดยเฉลี่ยในการซื้อผักรูปแบบ CSA ของแต่ละช่วงเวลาดังนี้ ระยะเวลาสัญญาล่วงหน้า 12 เดือน คือ 4,475 บาท ระยะเวลาสัญญาล่วงหน้า 6 เดือน คือ 2,753 บาท ระยะเวลาสัญญาล่วงหน้า 3 เดือน คือ 1,519 บาท และระยะเวลาสัญญาล่วงหน้า 1 เดือน คือ 689 บาท

เมื่อเปรียบเทียบความยินดีในการจ่ายเงินล่วงหน้าโดยเฉลี่ยในการซื้อผักรูปแบบ CSA ของแต่ละช่วงเวลาระหว่างผู้บริโภคในกลุ่ม CSA และผู้บริโภคในกลุ่ม Non-CSA พบว่า ผู้บริโภคในกลุ่ม Non-CSA มีความยินดีในการจ่ายเงินล่วงหน้าโดยเฉลี่ยน้อยกว่าความยินดีในการจ่ายเงินล่วงหน้าโดยเฉลี่ยของผู้บริโภคในกลุ่ม CSA ในทุกช่วงเวลาถึง 2.49 เท่า และน้อยกว่าการจ่ายเงินล่วงหน้าโดยเฉลี่ยในปัจจุบันของผู้บริโภคในกลุ่ม CSA ในทุกช่วงเวลาถึง 2.61 เท่า (แสดงในตารางที่ 12 สรุปการจ่ายเงินค่าผักล่วงหน้าของผู้บริโภคในกลุ่ม CSA) จึงเป็นไปได้ยากในการให้ผู้บริโภคในกลุ่ม Non-CSA มาเข้าร่วมเป็นสมาชิกในกลุ่มผู้บริโภค CSA ที่มีความยินดีและความสามารถในการจ่ายเงินล่วงหน้าที่สูงกว่า ทั้งนี้เป็นผลมาจากผู้บริโภคในกลุ่ม Non-CSA มีรายได้ต่อเดือนเฉลี่ยรวมทั้งครัวเรือน

(41,123.31 บาท) น้อยกว่ารายได้ต่อเดือนโดยเฉลี่ยรวมทั้งครัวเรือนของผู้บริโภคในกลุ่ม CSA (1,222,666.67 บาท) ถึง 29.73 เท่า (แสดงในตารางที่ 8 สรุปข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค)

ผลจากการเปรียบเทียบสถิติข้อมูลจากแบบสอบถามด้านความยินดีในการจ่ายเงินล่วงหน้าของผู้บริโภคในกลุ่ม CSA และ Non-CSA แสดงในตารางที่ 13

ตารางที่ 13 สรุปความยินดีในการจ่ายเงินล่วงหน้าในการซื้อผักรูปแบบ CSA

ระยะเวลา (เดือน)	CSA			Non-CSA			Statistics Test
	ยินดีจ่ายล่วงหน้า (บาท)	หารต่อ 1 เดือน (บาท)	เพิ่มขึ้น (ร้อยละ)	ยินดีจ่ายล่วงหน้า (บาท)	หารต่อ 1 เดือน (บาท)	เพิ่มขึ้น (ร้อยละ)	
12	13,236	1,103.0	-	4,475	372.9	-	70.000***
6	7,150	1,191.7	8.0	2,753	458.8	23.0	107.000***
3	3,735	1,245.0	12.9	1,519	506.3	35.8	171.000***
1	1,323	1,323.0	20.0	689	689.0	84.8	280.500***

หมายเหตุ *, **, *** หมายถึงค่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.10, 0.05, .01 ตามลำดับ จากการทดสอบโดยวิธี Mann-Whitney Test

4.3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม CSA

ในส่วนของการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม CSA จะเป็นการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกแบบทวิ (Binary Logistic Regression) โดยมีตัวแปรตามคือ เป็นสมาชิก CSA มีค่าเท่ากับ 1 และ ไม่เป็นสมาชิก CSA มีค่าเท่ากับ 0 และเลือกตัวแปรอิสระที่น่าสนใจและมีความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มตัวอย่าง CSA และ Non-CSA จากส่วนของการวิเคราะห์สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) คือ ลักษณะทั่วไป ลักษณะเกษตรกรรม และลักษณะพฤติกรรม โดยแบ่งเป็น ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม CSA ของกลุ่มตัวอย่างเกษตรกร และปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม CSA ของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภค

4.3.1 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม CSA ของกลุ่มตัวอย่างเกษตรกร

ในส่วนนี้เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม CSA ของกลุ่มตัวอย่างเกษตรกร โดยมีรายละเอียดของตัวแปรต่างๆ ที่ใช้ในการวิเคราะห์ แสดงในตารางที่ 14

ตารางที่ 14 แสดงรายละเอียดของตัวแปรต่างๆ ที่ใช้ในการวิเคราะห์

ตัวแปรตาม	ความหมาย	หน่วย	หมายเหตุ
FarmerCSA	เกษตรกรที่อยู่ในกลุ่ม CSA	-	1 คือ เกษตรกรอยู่ในกลุ่ม CSA 0 คือ เกษตรกรอยู่ในกลุ่ม Non-CSA (กลุ่มอ้างอิง)

ตัวแปรอิสระ	ความหมาย	หน่วย	หมายเหตุ
ลักษณะทั่วไป			
Age	อายุ	ปี	-
Family	จำนวนสมาชิกในครัวเรือน	คน	-
ลักษณะเกษตรกรกรรม			
YearAgri	ประสบการณ์ในภาคเกษตร	ปี	-
Land	พื้นที่ที่ใช้ในการเกษตร	ไร่	-

จากผลการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติก พบว่า ปัจจัยพื้นที่ที่ใช้ในการเกษตร เป็นตัวแปรอิสระเพียงตัวเดียวที่ส่งผลต่อโอกาสที่จะเป็นเกษตรกรในกลุ่ม CSA ลดลงอย่างมีนัยสำคัญ โดยพื้นที่ในการเกษตรที่เพิ่มขึ้นทุก 1 ไร่ จะมีโอกาสที่เกษตรกรจะเข้าร่วมเป็นสมาชิกในกลุ่ม CSA ลดลงร้อยละ 14.4 สอดคล้องกับการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญโดยวิธี Mann-Whitney Test ที่เกษตรกรในกลุ่ม Non-CSA ที่มีพื้นที่ที่ใช้ในการเกษตรมากกว่าเกษตรกรในกลุ่ม CSA (แสดงในตารางที่ 4 สรุปลักษณะเกษตรกรกรรมของเกษตรกร) ขณะที่ตัวแปรอิสระอื่นๆ ในด้านลักษณะทั่วไป (อายุ จำนวนสมาชิกในครัวเรือน) และด้านลักษณะเกษตรกรกรรม (ประสบการณ์ในภาคเกษตร) ที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญในการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยโดยวิธี Mann-Whitney Test (แสดงในตารางที่ 3 สรุปข้อมูลทั่วไปของเกษตรกร และตารางที่ 4 สรุปลักษณะเกษตรกรกรรมของเกษตรกร) กลับไม่ส่งผลต่อโอกาสของเกษตรกรในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกในกลุ่ม CSA อย่างมีนัยสำคัญในการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติก

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้าร่วมเป็นสมาชิก CSA ของกลุ่มตัวอย่างเกษตรกร แสดงในตารางที่ 15

ตารางที่ 15 แสดงผลของปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้าร่วมเป็นสมาชิก CSA ของกลุ่มตัวอย่างเกษตรกร

ปัจจัย	B	S.E	P-Value	Exp(B)
ลักษณะทั่วไป				
อายุ (ปี)	.049	.029	.088*	1.050
จำนวนสมาชิกในครัวเรือน (คน)	-.101	.176	.565	.904
ลักษณะเกษตรกรกรรม				
ประสบการณ์ในภาคเกษตร (ปี)	-.042	.032	.187	.959
พื้นที่ในการเกษตร	-.156	.038	.000***	.856
ค่าคงที่	.142	1.457	.923	1.152

หมายเหตุ *, **, *** หมายถึงระดับนัยสำคัญที่ 0.10, 0.05, .01 ตามลำดับ จากการทดสอบโดยวิธี Binary Logistic Regression

4.3.2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม CSA ของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภค

ในส่วนนี้เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วม CSA ของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภค โดยมีรายละเอียดของตัวแปรต่างๆ ที่ใช้ในการวิเคราะห์ แสดงในตารางที่ 16

ตารางที่ 16 แสดงรายละเอียดของตัวแปรต่างๆ ที่ใช้ในการวิเคราะห์

ตัวแปรตาม	ความหมาย	หน่วย	หมายเหตุ
ConsumerCSA	ผู้บริโภคที่อยู่ในกลุ่ม CSA	-	1 คือ ผู้บริโภคอยู่ในกลุ่ม CSA 0 คือ ผู้บริโภคอยู่ในกลุ่ม Non-CSA (กลุ่มอ้างอิง)
ตัวแปรอิสระ	ความหมาย	หน่วย	หมายเหตุ
ลักษณะทั่วไป			
Age	อายุ	ปี	-
MasterDegreeUp	มีระดับการศึกษาที่สูงกว่าปริญญาตรี	-	1 คือ มีระดับการศึกษาที่สูงกว่าปริญญาตรี 0 คือ ระดับการศึกษาปริญญาตรีและต่ำกว่า (กลุ่มอ้างอิง)
Married	สถานะ	-	1 คือ แต่งงานแล้ว 0 คือ ยังไม่ได้แต่งงาน (กลุ่มอ้างอิง)
Home	ที่พักอาศัย	-	1 คือ ที่พักอาศัยเป็นบ้าน 0 คือ ที่พักอาศัยไม่ใช่บ้าน (กลุ่มอ้างอิง)
Family	จำนวนสมาชิกในครัวเรือน	คน	-
O60	ในครัวเรือนมีผู้สูงอายุ 60 ปีขึ้นไป	-	1 คือ ในครัวเรือนมีผู้สูงอายุ 60 ปีขึ้นไป 0 คือ ในครัวเรือนไม่มีผู้สูงอายุ 60 ปีขึ้นไป (กลุ่มอ้างอิง)
Income	รายรับต่อเดือนรวมทั้งครัวเรือน	1,000 บาท	-
ลักษณะพฤติกรรม			
EatHome	สัดส่วนการรับประทานอาหาร	-	1 คือ มีสัดส่วนการรับประทานอาหารในบ้านมากกว่านอกบ้าน 0 คือ มีสัดส่วนการรับประทานอาหารในบ้านน้อยกว่านอกบ้าน (กลุ่มอ้างอิง)
Health	คนในครัวเรือนมีปัญหาสุขภาพ	-	1 คือ คนในครัวเรือนมีปัญหาสุขภาพ 0 คือ คนในครัวเรือนไม่มีปัญหาสุขภาพ (กลุ่มอ้างอิง)
Exercise	จำนวนครั้งของการ	-	เป็นตัวแปรกลุ่มแบ่งเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้ - ออกกำลังกาย 1-2 ครั้ง/สัปดาห์ (กลุ่มอ้างอิง) - ออกกำลังกาย 3-5 ครั้ง/สัปดาห์ - ออกกำลังกาย 6-7 ครั้ง/สัปดาห์

จากผลการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติก พบว่า ตัวแปรอิสระในด้านลักษณะทั่วไปของผู้บริโภคที่ส่งผลต่อโอกาสที่ผู้บริโภคจะเข้าร่วมเป็นสมาชิกในกลุ่ม CSA เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญมาก

ที่สุด คือ ปัจจัยในด้านระดับการศึกษา ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาที่สูงกว่าปริญญาตรีขึ้นไป ส่งผลต่อโอกาสที่ผู้บริโภคจะเข้าร่วมเป็นสมาชิกในกลุ่ม CSA เพิ่มขึ้น 61.19 เท่า รองลงมาคือ ปัจจัยด้านในครัวเรือนของผู้บริโภคที่มีผู้สูงอายุ 60 ปีขึ้นไป ปัจจัยด้านอายุที่เพิ่มขึ้นทุก 1 ปี และปัจจัยด้านรายรับต่อเดือนรวมทั้งครัวเรือนทุก 1,000 บาทที่เพิ่มขึ้น ส่งผลต่อโอกาสที่ผู้บริโภคจะเข้าร่วมเป็นสมาชิกในกลุ่ม CSA เพิ่มขึ้น 8.096 เท่า 1.138 เท่า และ 1.025 เท่า ตามลำดับ แต่ปัจจัยในด้านจำนวนสมาชิกในครัวเรือนส่งผลต่อโอกาสที่ผู้บริโภคจะเข้าร่วมเป็นสมาชิกในกลุ่ม CSA ลดลงร้อยละ 38.1 ขณะที่ปัจจัยด้านสถานภาพที่แต่งงานแล้วและที่พักอาศัยเป็นบ้าน ไม่ส่งผลต่อโอกาสที่ผู้บริโภคจะเข้าร่วมเป็นสมาชิกในกลุ่ม CSA อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ปัจจัยในด้าน อายุ ระดับการศึกษา ในครัวเรือนมีผู้สูงอายุ และรายรับต่อเดือนรวมทั้งครัวเรือนของผู้บริโภค สอดคล้องกับการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยโดยวิธี Mann-Whitney Test และ Chi-Square ที่ผู้บริโภคในกลุ่ม CSA มีอายุเฉลี่ย มีสัดส่วนระดับการศึกษา มีสัดส่วนของครัวเรือนที่มีผู้สูงอายุ และรายรับต่อเดือนรวมทั้งครัวเรือนเฉลี่ยสูงกว่าผู้บริโภคในกลุ่ม Non-CSA แต่ปัจจัยในด้านจำนวนสมาชิกในครัวเรือนของผู้บริโภค ขัดแย้งกับการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยโดยวิธี Mann-Whitney Test ที่ผู้บริโภคในกลุ่ม CSA มีจำนวนสมาชิกในครัวเรือนโดยเฉลี่ยมากกว่าผู้บริโภคในกลุ่ม Non-CSA ขณะที่ปัจจัยในด้านสถานภาพและที่พักอาศัยของผู้บริโภคในกลุ่ม CSA ที่มีสัดส่วนสถานภาพการแต่งงานแล้วและสัดส่วนของที่พักอาศัยเป็นบ้านมากกว่าผู้บริโภคในกลุ่ม Non-CSA อย่างมีนัยสำคัญในการเปรียบเทียบความแตกต่างของสัดส่วนข้อมูลโดยวิธี Chi-Square (แสดงในตารางที่ 8 สรุปข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค) กลับไม่ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในการทดสอบด้วยวิธีการถดถอยโลจิสติก

ตัวแปรอิสระในด้านพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ส่งผลต่อโอกาสที่ผู้บริโภคจะเข้าร่วมเป็นสมาชิกในกลุ่ม CSA เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ คือ ปัจจัยพฤติกรรมการรับประทานอาหาร โดยผู้บริโภคที่มีพฤติกรรมการรับประทานอาหารในบ้านมากกว่านอกบ้าน ส่งผลต่อโอกาสที่ผู้บริโภคจะเข้าร่วมเป็นสมาชิกในกลุ่ม CSA เพิ่มขึ้น 16.894 เท่า แต่ปัจจัยในการออกกำลังกายของผู้บริโภคส่งผลต่อโอกาสที่ผู้บริโภคจะเข้าร่วมเป็นสมาชิกในกลุ่ม CSA ลดลงอย่างมีนัยสำคัญ โดย ผู้บริโภคที่มีจำนวนครั้งของการออกกำลังกาย 3-5 ครั้ง/สัปดาห์

เมื่อเทียบกับ ผู้บริโภคที่มีจำนวนครั้งของการออกกำลังกาย 1-2 ครั้ง/สัปดาห์ ส่งผลต่อโอกาสที่ผู้บริโภคจะเข้าร่วมเป็นสมาชิกในกลุ่ม CSA ลดลงร้อยละ 16 และ ผู้บริโภคที่มีจำนวนครั้ง

ของการออกกำลังกาย 6-7 ครั้ง/สัปดาห์ เมื่อเทียบกับ ผู้บริโภคที่มีจำนวนครั้งของการออกกำลังกาย 1-2 ครั้ง/สัปดาห์ ส่งผลต่อโอกาสที่ผู้บริโภคจะเข้าร่วมเป็นสมาชิกในกลุ่ม CSA ลดลงร้อยละ 49 ขณะที่ปัจจัยในด้านคนในครัวเรือนมีปัญหาสุขภาพไม่ส่งผลต่อโอกาสที่ผู้บริโภคจะเข้าร่วมเป็นสมาชิกในกลุ่ม CSA อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ปัจจัยในด้านสัดส่วนการรับประทานอาหารในบ้านและจำนวนครั้งของการออกกำลังกาย สอดคล้องกับการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยโดยวิธี Mann-Whitney Test และ Chi-Square ที่ผู้บริโภคในกลุ่ม CSA มีสัดส่วนของการรับประทานอาหารในบ้านมากกว่าและมีจำนวนครั้งของการออกกำลังกายโดยเฉลี่ยน้อยกว่าผู้บริโภคในกลุ่ม Non-CSA ขณะที่ปัจจัยในด้านคนในครัวเรือนมีปัญหาสุขภาพของผู้บริโภคในกลุ่ม CSA ที่มีสัดส่วนที่สูงกว่าผู้บริโภคในกลุ่ม Non-CSA (แสดงในตารางที่ 9 สรุปข้อมูลลักษณะพฤติกรรมของผู้บริโภค) กลับไม่ส่งผลต่อโอกาสของผู้บริโภคในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกในกลุ่ม CSA อย่างมีนัยสำคัญอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติก

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้าร่วมเป็นสมาชิก CSA ของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภค แสดงในตารางที่ 17

ตารางที่ 17 แสดงผลของปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้าร่วมเป็นสมาชิก CSA ของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภค

ปัจจัย	B	S.E	P-Value	Exp(B)
ลักษณะทั่วไป				
อายุ (ปี)	.129	.046	.005***	1.138
ระดับการศึกษาที่สูงกว่าปริญญาตรี (ระดับการศึกษาปริญญาตรีและต่ำกว่า เป็นกลุ่มอ้างอิง)	4.114	1.211	.001***	61.190
แต่งงานแล้ว (ยังไม่ได้แต่งงาน เป็นกลุ่มอ้างอิง)	.151	.773	.845	1.164
ที่พักอาศัยเป็นบ้าน (ที่พักอาศัยไม่ใช่บ้าน เป็นกลุ่มอ้างอิง)	-1.007	1.084	.353	.365
จำนวนสมาชิกในครัวเรือน (คน)	-.480	.240	.045**	.619
ในครัวเรือนมีผู้สูงอายุ 60 ปีขึ้นไป (ในครัวเรือนไม่มีผู้สูงอายุ 60 ปีขึ้นไป เป็นกลุ่มอ้างอิง)	2.091	.943	.027**	8.096
รายรับต่อเดือนรวมทั้งครัวเรือน (ทุก 1,000 บาท)	.025	.007	.000***	1.025
ลักษณะพฤติกรรม				
รับประทานอาหารในบ้านมากกว่านอกบ้าน (รับประทานอาหารนอกบ้านมากกว่าในบ้าน เป็นกลุ่มอ้างอิง)	2.827	1.141	.013**	16.894
คนในครัวเรือนมีปัญหาสุขภาพ (คนในครัวเรือนไม่มีปัญหาสุขภาพ เป็นกลุ่มอ้างอิง)	-.204	.841	.808	.815

ออกกำลังกาย 1-2 ครั้ง/สัปดาห์ (กลุ่มอ้างอิง)			.017**	
ออกกำลังกาย 3-5 ครั้ง/สัปดาห์	-2.474	1.097	.024**	.084
ออกกำลังกาย 6-7 ครั้ง/สัปดาห์	-2.976	1.096	.007***	.051
ค่าคงที่	-8.873	2.071	.000	.000

หมายเหตุ *, **, *** หมายถึงระดับนัยสำคัญที่ 0.10, 0.05, .01 ตามลำดับ จากการทดสอบโดยวิธี Binary Logistic Regression



บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการศึกษา

จากผลการวิเคราะห์ที่ในบทที่ 4 สามารถสรุปลักษณะและการตัดสินใจของเกษตรกรและผู้บริโภคภายใต้ระบบชุมชนสนับสนุนเกษตรกรกรรม (CSA) ได้ดังนี้

5.1.1 ลักษณะของเกษตรกรภายใต้ระบบชุมชนสนับสนุนเกษตรกรกรรม (CSA)

ลักษณะของเกษตรกรที่อยู่ในระบบชุมชนสนับสนุนเกษตรกรกรรม (CSA) มีอายุเฉลี่ยที่มากกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับเกษตรกรทั่วไปที่ไม่ได้ทำเกษตรกรรมในรูปแบบชุมชนสนับสนุนเกษตรกรกรรม (Non-CSA) เนื่องจากเกษตรกรในกลุ่ม CSA เมื่อมีอายุที่มากขึ้นจะมีแนวโน้มที่อยากเลิกการพึ่งพาสารเคมีในการทำเกษตร จากการให้เหตุผลด้านการไม่ใช้สารเคมีดีต่อสุขภาพทั้งคนกินและคนปลูก เป็นเหตุผลหลักของเกษตรกรในการเข้าร่วมกลุ่ม CSA

ด้านการศึกษา สถานภาพ และสมาชิกในครัวเรือน ส่วนใหญ่เกษตรกรในกลุ่ม CSA และ Non-CSA มีการศึกษาในระดับประถมศึกษาและมีสถานภาพสมรสไม่แตกต่างกัน แต่เกษตรกรในกลุ่ม CSA มีจำนวนสมาชิกในครัวเรือนน้อยกว่าเกษตรกรในกลุ่ม Non-CSA

ด้านรายได้ เกษตรกรในกลุ่ม CSA มีรายได้ต่อปีโดยเฉลี่ยรวมทั้งครัวเรือนน้อยกว่าเล็กน้อย แต่มีความสม่ำเสมอของรายได้ที่มากกว่าเกษตรกรในกลุ่ม Non-CSA จากรูปแบบการจ่ายเงินล่วงหน้าของผู้บริโภคที่เป็นสมาชิกในกลุ่ม CSA และส่วนใหญ่เกษตรกรในกลุ่ม CSA มีรายได้เป็นรายสัปดาห์ ถึงแม้จะมีรูปแบบการจ่ายเงินล่วงหน้าจากผู้บริโภคที่เป็นสมาชิก แต่เกษตรกรในกลุ่ม CSA มีการขอแบ่งรับรายได้จากการขายผลผลิตเป็นรายสัปดาห์

ด้านรายจ่ายและหนี้สิน เกษตรกรในกลุ่ม CSA มีรายจ่ายต่อปีโดยเฉลี่ยรวมทั้งครัวเรือนและหนี้สินน้อยกว่าเกษตรกรในกลุ่ม Non-CSA จากต้นทุนที่ต่ำกว่าในการทำเกษตรรูปแบบ CSA ไม่มีต้นทุนสารเคมีที่ใช้ในการเกษตร และมีเงินสนับสนุนจากการจ่ายเงินล่วงหน้าของผู้บริโภคที่เป็นสมาชิกในกลุ่ม CSA ที่เป็นเสมือนต้นทุนให้เกษตรกรสามารถวางแผนการเพาะปลูกผลผลิตล่วงหน้า และช่วยแบ่งเบาภาระต้นทุนค่าใช้จ่ายให้กับเกษตรกรในกลุ่ม CSA

เกษตรกรในกลุ่ม CSA มีประสบการณ์ในภาคเกษตรโดยเฉลี่ยน้อยกว่าเกษตรกรในกลุ่ม Non-CSA ถึงแม้เกษตรกรในกลุ่ม CSA จะมีอายุเฉลี่ยมากกว่าก็ตาม เนื่องจากส่วนใหญ่เพิ่งเข้าร่วม

เป็นสมาชิกในกลุ่ม CSA ไม่เกิน 3 ปี โดนส่วนใหญ่ผ่านการบอกต่อและชักชวนจากคนรู้จักในหมู่บ้าน หรือพื้นที่เดียวกัน ส่วนหนึ่งของเกษตรกรในกลุ่ม CSA ประกอบอาชีพอื่นมาก่อนเข้าร่วมกลุ่มทำ เกษตรกรรมในรูปแบบ CSA เช่น รับจ้าง หรือ บางคนเป็นข้าราชการเกษียณ

ด้านพื้นที่เกษตรกรรมและสารเคมีในการเกษตร เกษตรกรในกลุ่ม CSA มีการใช้พื้นที่ในการ เพาะปลูกผลผลิตและปริมาณสารเคมีที่ใช้ในการเกษตรโดยเฉลี่ยน้อยกว่าเกษตรกรในกลุ่ม Non-CSA โดยปริมาณสารเคมีที่ใช้ในการเกษตรของเกษตรกรในกลุ่ม CSA เป็นการใช้ในแปลงเพาะปลูกอื่นๆ ที่ ไม่ใช่แปลงเพาะปลูกผลผลิต CSA หรือแปลงเพาะปลูกเดิมของเกษตรกรบางคนที่เคยทำเกษตรแบบ พึ่งพาสารเคมีก่อนมาเข้าร่วมในกลุ่ม CSA

ผลผลิตของเกษตรกรในกลุ่ม CSA มีชนิดของผลผลิตที่หลากหลายกว่าเกษตรกรในกลุ่ม Non-CSA จากรูปแบบของระบบชุมชนสนับสนุนเกษตรกรรม (CSA) ที่เลือกปลูกผลผลิตตามฤดูกาล ต่างจากการปลูกพืชเชิงเดี่ยวของเกษตรกรในกลุ่ม Non-CSA อีกทั้งเกษตรกรในกลุ่ม CSA มีจำนวน ช่องทางในการขายผลผลิตที่มากกว่าเกษตรกรในกลุ่ม Non-CSA โดยผลผลิตของเกษตรกรในกลุ่ม CSA ที่เหลือจากการขายให้ผู้บริโภคที่เป็นสมาชิกในกลุ่ม CSA เป็นหลักแล้ว เกษตรกรในกลุ่ม CSA มี การแบ่งขายผลผลิตที่เหลือให้โรงเรียน โรงพยาบาล ร้านค้า ร้านอาหาร หรือ เพื่อนบ้านในพื้นที่ ใกล้เคียง

ด้านปัญหา เกษตรกรในกลุ่ม CSA มีปัญหาในด้านราคาผลผลิต ต้นทุน และสุขภาพ ลดลง อย่างเห็นได้ชัดหลังเข้าร่วมในระบบชุมชนสนับสนุนเกษตรกรรม (CSA) เนื่องจากมีการตกลงราคา ผลผลิตที่แน่นอนระหว่างเกษตรกรและผู้บริโภคที่เป็นสมาชิกในกลุ่ม CSA ต้นทุนที่ต่ำจากการไม่มี ค่าใช้จ่ายในด้านสารเคมีและมีการสนับสนุนจากการจ่ายเงินล่วงหน้าของผู้บริโภคที่เป็นสมาชิก CSA มีสุขภาพที่ดีขึ้น ไม่มีความเสี่ยงและผลกระทบจากการใช้สารเคมี ขณะที่ปัญหาในด้านที่ดินใน การเกษตร น้ำแล้ง และรายได้ไม่เพียงพอยังคงเป็นปัญหาสำหรับเกษตรกรในกลุ่ม CSA

เมื่อเปรียบเทียบปัญหาระหว่างเกษตรกรในกลุ่ม CSA และเกษตรกรในกลุ่ม Non-CSA จะ เห็นว่า เกษตรกรในกลุ่ม CSA มีปัญหาในด้านตลาดและราคา (ความตกต่ำและผันผวนของราคา ผลผลิต อำนาจต่อรองและวิสัยทัศน์ของเกษตรกร) ต้นทุนการผลิต (ต้นทุนการผลิตที่สูง ขาดเงินทุน ในการทำเกษตร) และรายได้ (รายได้ไม่เพียงพอต่อการเลี้ยงชีพ ความมั่นคงและสม่ำเสมอของรายได้) น้อยกว่าเกษตรกรในกลุ่ม Non-CSA อย่างเห็นได้ชัด ในขณะที่ปัญหาด้านสุขภาพ (การเจ็บป่วยจาก การใช้สารเคมีในการเกษตร) ของเกษตรกรทั้ง 2 กลุ่ม กลับอยู่ในระดับที่ไม่แตกต่างกัน และปัญหาใน

ด้านแมลงระบาดกัดกินผลผลิตในแปลงเพาะปลูก เป็นปัญหาที่พบเฉพาะเกษตรกรในกลุ่ม CSA เนื่องจากไม่มีการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชในแปลงเพาะปลูก

5.1.2 การตัดสินใจของเกษตรกรภายใต้ระบบชุมชนสนับสนุนเกษตรกรรม (CSA)

แรงจูงใจสำคัญที่เป็นเหตุผลให้เกษตรกรตัดสินใจเข้าร่วมในระบบชุมชนสนับสนุนเกษตรกรรม (CSA) เป็นเรื่องของ การไม่ใช้สารเคมี ไม่มีความกังวลเรื่องตลาดรับซื้อ ต้นทุนต่ำ ราคาผลผลิตคงที่ และรายได้ที่มั่นคง โดยการไม่ใช้สารเคมีเป็นเหตุผลที่เกษตรกรในกลุ่ม CSA ให้ความสำคัญมากที่สุด ทั้งในด้านผลกระทบต่อสุขภาพและสภาพที่ดีของดินในแปลงเพาะปลูก ขณะที่ในด้านรายได้ เกษตรกรในกลุ่ม CSA ให้ความสำคัญกับความมั่นคงของรายได้มากกว่าปริมาณของรายได้ที่มากหรือน้อย

แตกต่างจากเกษตรกรในกลุ่ม Non-CSA ที่ให้ความสำคัญกับปริมาณของรายได้ที่ไม่เพียงพอต่อค่าใช้จ่ายต่อเดือนและไม่มีเวลาในการดูแลแปลงเพาะปลูก เป็นเหตุผลสำคัญของเกษตรกรในกลุ่ม Non-CSA ที่ตัดสินใจไม่เข้าร่วมกลุ่ม CSA เนื่องจากภาระรายจ่ายต่อเดือนและหนี้สินของเกษตรกรในกลุ่ม Non-CSA สูงกว่าเกษตรกรในกลุ่ม CSA อย่างมาก อีกทั้งปัญหาแมลงกัดกินผลผลิตในแปลงเพาะปลูกจากการไม่ใช้สารเคมีในการเกษตรทำให้เกษตรกรจำเป็นต้องใส่ใจและใช้เวลาในการดูแลแปลงเพาะปลูกมากยิ่งขึ้น

ด้านรายได้ล่วงหน้า เกษตรกรในกลุ่ม CSA มีความยินดีในการลดระยะเวลาการจ่ายเงินล่วงหน้าของผู้บริโภคที่เป็นสมาชิกในกลุ่ม CSA เมื่อแลกกับส่วนต่างของรายได้ต่อเดือนที่เพิ่มขึ้น และมีความพึงพอใจกับรายได้เฉลี่ยต่อปีในปัจจุบัน เนื่องจากความคาดหวังต่อรายได้ล่วงหน้าของสัญญาในแต่ละช่วงเวลาต่างๆ ต่ำกว่ารายได้ต่อปีในปัจจุบัน ขณะที่เกษตรกรในกลุ่ม Non-CSA มีความต้องการรายได้ล่วงหน้าสูงกว่าความคาดหวังและรายได้ในปัจจุบันที่เกษตรกรในกลุ่ม CSA ได้รับในการทำเกษตรกรรมรูปแบบ CSA เป็นอย่างมาก

5.1.3 ลักษณะของผู้บริโภคภายใต้ระบบชุมชนสนับสนุนเกษตรกรรม (CSA)

ลักษณะของผู้บริโภคที่อยู่ในระบบชุมชนสนับสนุนเกษตรกรรม (CSA) มีอายุเฉลี่ยและระดับการศึกษาที่สูงกว่าผู้บริโภคทั่วไปที่ไม่ได้อยู่ในระบบชุมชนสนับสนุนเกษตรกรรม (Non-CSA) โดยส่วนใหญ่ผู้บริโภคในกลุ่ม CSA มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีขึ้นไป มีสถานภาพสมรส สถานที่พักอาศัยเป็นบ้าน มีจำนวนสมาชิกในครัวเรือนและเป็นครัวเรือนที่มีผู้สูงอายุ 60 ปีขึ้นไปในสัดส่วนที่สูงกว่าผู้บริโภคในกลุ่ม Non-CSA รวมทั้งระดับของรายได้ต่อบุคคลและรายได้ต่อเดือนรวมทั้งครัวเรือนของผู้บริโภคในกลุ่ม CSA สูงกว่าผู้บริโภคในกลุ่ม Non-CSA เป็นอย่างมาก

ลักษณะพฤติกรรมของผู้บริโภคในกลุ่ม CSA มีสัดส่วนการรับประทานอาหารและประกอบอาหารในบ้านมากกว่าผู้บริโภคในกลุ่ม Non-CSA ขณะที่มีส่วนการรับประทานผักเป็นองค์ประกอบของอาหารไม่แตกต่างกัน แต่ผู้บริโภคในกลุ่ม CSA มีจำนวนครั้งของการออกกำลังกายต่อสัปดาห์น้อยกว่าผู้บริโภคในกลุ่ม Non-CSA โดยผู้บริโภคในกลุ่ม CSA ส่วนใหญ่รับผักที่ส่งจากเกษตรกรในกลุ่ม CSA เป็นหลัก โดยบางครั้งซื้อผักเพิ่มเติมจากตลาดสดทั่วไปหรือในห้างสรรพสินค้า ต่างจากผู้บริโภคในกลุ่ม Non-CSA ที่ส่วนใหญ่ซื้อผักจากตลาดสดทั่วไป

5.1.4 การตัดสินใจของผู้บริโภคภายใต้ระบบชุมชนสนับสนุนเกษตรกรรม (CSA)

ผู้บริโภคส่วนใหญ่ในกลุ่ม CSA เข้าร่วมเป็นสมาชิกในระบบชุมชนสนับสนุนเกษตรกรรม (CSA) โดยเฉลี่ย 5 ปี โดยรู้จักผ่านการบอกต่อหรือชักชวนจากคนรู้จัก และบางส่วนรู้จักผ่านช่องทางอื่นๆ เช่น เว็บไซต์ เฟสบุ๊ก และโทรทัศน์ ส่วนใหญ่เลือกจ่ายเงินล่วงหน้าแบบรายปี โดยให้เหตุผลด้านความสะดวกในการจ่ายเงินล่วงหน้าในครั้งเดียว ขณะที่ส่วนที่เลือกจ่ายแบบไม่ชำระรายปี (น้อยกว่า 12 เดือน) ให้เหตุผลในด้านความไม่ต้องการจ่ายเงินล่วงหน้าจำนวนมาก

การปลอดภัยของผัก เป็นปัจจัยที่ผู้บริโภคในกลุ่ม CSA ให้ความสำคัญในการตัดสินใจเลือกซื้อผักเพื่อบริโภคมากที่สุด และเป็นปัจจัยเดียวที่ผู้บริโภคในกลุ่ม CSA ให้ความสำคัญมากกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับผู้บริโภคในกลุ่ม Non-CSA ที่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านความสะดวกสบาย ราคา และมีตรารับรองคุณภาพ ขณะที่ปัจจัยในด้านความสดและแหล่งที่มาของผักเป็นปัจจัยที่ผู้บริโภคในกลุ่ม CSA และ ผู้บริโภคในกลุ่ม Non-CSA ให้ความสำคัญไม่แตกต่างกัน

ด้านเหตุผลที่เป็นแรงจูงใจให้ผู้บริโภคในกลุ่ม CSA ตัดสินใจเข้าร่วมเป็นสมาชิกในระบบชุมชนสนับสนุนเกษตรกรรม (CSA) แบ่งออกเป็น 4 ด้านคือ 1.ด้านผลผลิต (ได้ผักที่ปลอดภัยและมี

แน่นอน ได้ผักที่มีความสดใหม่จากฟาร์มเกษตรกร ได้บริโภคผักตามฤดูกาล) 2.ด้านเกษตรกร (ได้สนับสนุนเกษตรกรที่ปลูกผลผลิตโดยตรง แบ่งปันความเสี่ยงร่วมกับเกษตรกร) 3.ด้านบริการ (ความสะดวกของการส่งผักถึงบ้านผู้บริโภค รู้และตรวจสอบแหล่งที่มาของกระบวนการผลิตได้) และ 4.ด้านราคา (ราคาผักที่เหมาะสมทั้งคนกินและคนปลูก)

ผู้บริโภคในกลุ่ม Non-CSA พบว่ามีคนที่สนใจและไม่สนใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกในระบบชุมชนสนับสนุนเกษตรกรรม (CSA) โดยให้เหตุผลในด้านบริการของรูปแบบการส่งผักถึงบ้านผู้บริโภค ด้านผลผลิตที่ได้ผักที่ปลอดสารตกค้าง และการได้ผักโดยตรงจากเกษตรกร เป็นเหตุผลที่ผู้บริโภคในกลุ่ม Non-CSA ให้ความสนใจในการอยากเข้าร่วมเป็นสมาชิกในกลุ่ม CSA ขณะที่เหตุผลในด้านพฤติกรรมที่ไม่สอดคล้องกับการซื้อผักในรูปแบบสมาชิก CSA เช่น ไม่ค่อยรับประทานอาหารเช้า ประกอบอาหารในบ้าน ความต้องการเลือกซื้อผักด้วยตนเอง ไม่อยากจ้างเงินล่วงหน้าจำนวนมาก มีที่ซื้อประจำและไปจ่ายตลาดด้วยตนเองทุกวันเป็นประจำอยู่แล้ว เป็นเหตุผลของผู้บริโภคในกลุ่ม Non-CSA ที่ไม่สนใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกในระบบชุมชนสนับสนุนเกษตรกรรม (CSA)

ด้านความยินดีในการจ่ายเงินล่วงหน้า ผู้บริโภคในกลุ่ม CSA มีความยินดีในการจ่ายเงินส่วนต่างต่อเดือนเพิ่มขึ้นหากระยะเวลาของการจ่ายเงินล่วงหน้าลดลง และมีความคาดหวังในการจ่ายเงินล่วงหน้าในแต่ละช่วงเวลาของสัญญาลดลงเล็กน้อยเมื่อเทียบกับจำนวนเงินล่วงหน้าที่ผู้บริโภคในกลุ่ม CSA จ่ายสำหรับค่าผักในปัจจุบัน เมื่อเปรียบเทียบกับผู้บริโภคในกลุ่ม Non-CSA พบว่า ความยินดีในการจ่ายเงินล่วงหน้าสำหรับการซื้อผักในรูปแบบ CSA ของผู้บริโภคในกลุ่ม Non-CSA น้อยกว่าความยินดีในการจ่ายเงินล่วงหน้าและจำนวนเงินที่จ่ายล่วงหน้าในปัจจุบันของผู้บริโภคในกลุ่ม CSA เป็นอย่างมาก

เมื่อเปรียบเทียบความยินดีในการจ่ายเงินล่วงหน้าของผู้บริโภคที่เป็นสมาชิกในกลุ่ม CSA กับความคาดหวังรายได้ล่วงหน้าของเกษตรกรในกลุ่ม CSA พบว่า เกษตรกรในกลุ่ม CSA มีความต้องการส่วนเพิ่มของรายได้ต่อเดือนสูงกว่าความยินดีในการจ่ายเงินเพิ่มเติมต่อเดือนของผู้บริโภคในกลุ่ม CSA ในการลดระยะเวลาการจ่ายล่วงหน้าของสัญญา จึงเป็นไปได้ยากในการปรับลดระยะเวลาการจ่ายเงินล่วงหน้าระหว่างเกษตรกรและผู้บริโภคที่เป็นสมาชิกในกลุ่ม CSA ณ ปัจจุบัน

5.2 อภิปรายผล

จากการสรุปผลการศึกษา ลักษณะและการตัดสินใจของเกษตรกรและผู้บริโภคในระบบชุมชนสนับสนุนเกษตรกร (CSA) โดยภาพรวมมีความคล้ายคลึงและมีทิศทางไปในทางเดียวกันกับผลการศึกษาระบบ CSA ที่พบในต่างประเทศ โดยมีความแตกต่างกันในบางประเด็นของลักษณะและการให้ความสำคัญในการตัดสินใจของเกษตรกรและผู้บริโภคในระบบ CSA ซึ่งอาจขึ้นอยู่กับความแตกต่างหรือลักษณะเฉพาะในบริบทของสภาพเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมของแต่ละประเทศหรือในพื้นที่นั้นๆ โดยสามารถอภิปรายในแต่ละประเด็นออกมาได้ดังนี้

อายุของเกษตรกรในระบบชุมชนสนับสนุนเกษตรกร (CSA) โดยเฉลี่ยมากกว่าเกษตรกรทั่วไปที่ไม่ได้ทำเกษตรกรรมในรูปแบบชุมชนสนับสนุนเกษตรกร (Non-CSA) และมีระดับการศึกษาไม่แตกต่างกัน โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับประถมศึกษา ซึ่งต่างกับผลการศึกษาของลักษณะเกษตรกรในระบบชุมชนสนับสนุนเกษตรกร (CSA) ในต่างประเทศ ที่ส่วนใหญ่มีอายุเฉลี่ยน้อย เป็นคนรุ่นใหม่ และมีระดับการศึกษาที่สูงกว่าเกษตรกรทั่วไป (Non-CSA) โดยส่วนใหญ่จบการศึกษาในระดับมหาวิทยาลัยหรือเทียบเท่าในระดับปริญญาตรี

ความแตกต่างดังกล่าว อาจเป็นเพราะบริบทที่แตกต่างกันของเกษตรกร CSA ในประเทศไทย ที่มีแนวโน้มอยากเลิกทำเกษตรกรรมที่ต้องพึ่งพาสารเคมีเนื่องจากอายุที่เพิ่มขึ้น จากการให้เหตุผลเหตุผลด้านการไม่ใช้สารเคมีในการเกษตรเป็นเหตุผลหลักของเกษตรกรในการเข้าร่วมกลุ่ม CSA และโดยทั่วไปเกษตรกรในประเทศไทยมีระดับการศึกษาโดยเฉลี่ยไม่สูง อาจทำให้ขาดความเข้าใจในภาพรวมของการพัฒนาระบบเกษตรกรรมในชุมชนและผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากการใช้สารเคมีในการเกษตร ต่างจากเกษตรกร CSA ในต่างประเทศที่เป็นคนรุ่นใหม่และมีการศึกษาที่สูงกว่า มีแนวความคิดที่อยากพัฒนาและเปลี่ยนแปลงระบบเกษตรที่ดีต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อม

ในด้านรายได้ เกษตรกรในกลุ่ม CSA มีรายได้ต่อปีรวมทั้งครัวเรือนน้อยกว่าเกษตรกรในกลุ่ม Non-CSA เล็กน้อย ซึ่งแตกต่างจากผลการศึกษาในต่างประเทศที่ส่วนใหญ่พบว่า เกษตรกรในกลุ่ม CSA มีรายได้โดยเฉลี่ยที่สูงกว่าเกษตรกรทั่วไป อาจเป็นเพราะเกษตรกรในระบบชุมชนสนับสนุนเกษตรกรในประเทศไทยยังเป็นกลุ่มขนาดเล็กและมีเพียงบางพื้นที่ในประเทศไทย รวมถึงจำนวนสมาชิกผู้บริโภคที่เข้าร่วมสนับสนุนในกลุ่ม CSA ยังมีจำนวนไม่มากและเป็นผู้บริโภคเฉพาะกลุ่มที่รู้จัก CSA ต่างจากระบบชุมชนสนับสนุนเกษตรกรในต่างประเทศที่พบว่ามีจำนวนฟาร์มในลักษณะ CSA ที่มากกว่าในประเทศไทยและพบในหลากหลายพื้นที่ โดยเฉพาะในสหรัฐฯ ขณะที่ในด้านความมั่นคง

ของรายได้สอดคล้องกับผลการศึกษาที่พบในต่างประเทศที่พบว่า เกษตรกรมีความสม่ำเสมอของรายได้ที่ดีขึ้น

ในด้านรายจ่ายและหนี้สิน เกษตรกรในกลุ่ม CSA มีรายจ่ายต่อปีโดยเฉลี่ยรวมทั้งครัวเรือน และมีหนี้สินน้อยกว่าเกษตรกรในกลุ่ม Non-CSA อย่างเห็นได้ชัด ซึ่งสอดคล้องกับงานศึกษาในต่างประเทศที่พบว่า เกษตรกรในกลุ่ม CSA มีต้นทุนทางการเกษตรที่ลดลงและน้อยกว่าเกษตรกรทั่วไป รวมถึงมีรายได้สุทธิหลังจากหักรายจ่ายที่ดีขึ้น ขณะที่ในด้านหนี้สินของเกษตรกรกลับพบว่าไม่ค่อยเป็นที่กล่าวถึงมากนักในงานศึกษาต่างประเทศที่เกี่ยวกับ CSA อาจจะเป็นเพราะบริบทของเกษตรกรไทยส่วนใหญ่มักจะมีหนี้สินติดตัวจากการทำเกษตรแบบเคมีโดยดั้งเดิม ที่มาจากการกู้ยืมเพื่อเป็นต้นทุนในการเกษตร

ลักษณะเกษตรกรรมของเกษตรกรในกลุ่ม CSA มีประสบการณ์ในภาคเกษตรและมีการใช้พื้นที่การเกษตรในการเพาะปลูกผลผลิตที่น้อยกว่าเกษตรกรในกลุ่ม Non-CSA สอดคล้องกับผลการศึกษาในต่างประเทศที่พบว่า เกษตรกรในกลุ่ม CSA มีประสบการณ์ในภาคเกษตรน้อยกว่าเกษตรกรทั่วไป โดยส่วนใหญ่เป็นคนรุ่นใหม่ที่ไม่ได้เป็นเกษตรกรมาก่อนหรือมีอาชีพอื่นที่ไม่ได้เกี่ยวข้องกับการเกษตรก่อนมาเข้าร่วมในกลุ่ม CSA และมีการใช้พื้นที่ในการเพาะปลูกของเกษตรกรในกลุ่ม CSA น้อยกว่าเกษตรกรทั่วไปที่ปลูกผลผลิตแบบเกษตรเคมี เนื่องจากรูปแบบของการเพาะปลูกที่เป็นการรวมกลุ่มในชุมชนที่มีลักษณะการใช้พื้นที่ไม่เยอะ มีการวางแผนการเพาะปลูกและคาดการณ์ผลผลิตเพื่อให้เหมาะสมกับจำนวนของผู้บริโภคที่เป็นสมาชิกในกลุ่มได้

ลักษณะของเกษตรกรในระบบชุมชนสนับสนุนเกษตรกรรม (CSA) จากผลการศึกษาของผู้วิจัยโดยภาพรวมสอดคล้องกับการศึกษาของต่างประเทศในด้าน ความมั่นคงของรายได้ที่มากขึ้น ต้นทุนรายจ่ายที่ลดลง ประสบการณ์ในภาคเกษตรและการใช้พื้นที่เกษตรกรรมน้อย แต่แตกต่างกันในด้านอายุ ระดับการศึกษา หนี้สินและระดับรายได้ ซึ่งขึ้นอยู่กับบริบทของเกษตรกรในแต่ละประเทศ และภูมิภาคที่แตกต่างกันไป

เหตุผลและแรงจูงใจของเกษตรกรในระบบชุมชนสนับสนุนเกษตรกรรม (CSA) ให้มีความสำคัญกับ การไม่ใช้สารเคมีในการเกษตร ไม่มีความกังวลเรื่องตลาดรับซื้อผลผลิต ต้นทุนที่ต่ำ ราคาผลผลิตคงที่ และรายได้ที่มั่นคงขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษา CSA ส่วนใหญ่ในต่างประเทศ แต่แตกต่างกันในด้านความปลอดภัยในด้านสุขภาพเป็นเหตุผลที่เกษตรกรให้ความสำคัญในการตัดสินใจเข้าร่วมกลุ่ม CSA มากที่สุด ขณะที่ผลการศึกษา CSA ในต่างประเทศที่พบว่า เกษตรกร CSA

ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในด้านรายได้มากที่สุดในการเข้าร่วมในระบบ CSA ทั้งความมั่นคงและระดับรายได้ที่ดีขึ้น รวมถึงการจ่ายเงินล่วงหน้าของสมาชิกผู้บริโภคที่เป็นเสมือนต้นทุนในการเพาะปลูกให้เกษตรกรในกลุ่ม CSA เนื่องจากความแตกต่างในด้านรายได้ของเกษตรกร CSA ในประเทศไทยที่มีระดับรายได้ต่ำกว่าเกษตรกรในกลุ่ม Non-CSA จึงทำให้เกษตรกรมองไปที่เรื่องการไม่ใช้สารเคมีในการเกษตรมากกว่าเรื่องรายได้ที่เพิ่มขึ้น ขณะที่เกษตรกร CSA ในต่างประเทศพบว่ามีระดับรายได้ที่สูงกว่าเกษตรกรทั่วไปอย่างชัดเจน

จากการสรุปผลการศึกษา ลักษณะของผู้บริโภคในระบบชุมชนสนับสนุนเกษตรกรกรรม (CSA) มีอายุเฉลี่ยสูงกว่าผู้บริโภคทั่วไปที่ไม่อยู่ในระบบชุมชนสนับสนุนเกษตรกรกรรม (CSA) ซึ่งขัดแย้งและแตกต่างกับผลการศึกษาลักษณะผู้บริโภค CSA ในต่างประเทศที่พบว่า ส่วนใหญ่สมาชิกผู้บริโภค CSA มีคนรุ่นใหม่ที่มีอายุเฉลี่ยน้อยกว่าผู้บริโภคทั่วไป ขณะที่ในด้านระดับการศึกษาและระดับรายได้ ของผู้บริโภคในระบบชุมชนสนับสนุนเกษตรกรกรรม (CSA) มีระดับการศึกษาที่สูงกว่าและมีระดับรายได้ที่มากกว่าผู้บริโภคในกลุ่ม Non-CSA ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาในต่างประเทศที่พบว่า ผู้บริโภคในกลุ่ม CSA มีระดับการศึกษาที่สูงและความสามารถทางการเงินที่สูงกว่าผู้บริโภคทั่วไป

จากความสอดคล้องในด้านระดับการศึกษาและระดับรายได้ของผู้บริโภค และความแตกต่างในด้านอายุ อาจเป็นเพราะความแตกต่างของบริบทในด้านวัยที่ให้ความสำคัญกับสุขภาพในการบริโภคอาหารที่ปลอดภัย และการรู้จักและความเข้าใจในระบบชุมชนสนับสนุนเกษตรกรกรรมในประเทศไทยที่เป็นกลุ่มเฉพาะ และผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาที่สูง มีรายได้เฉลี่ยและความสามารถทางการเงินที่สูง มีแนวโน้มที่จะสามารถเข้าถึงสินค้าที่มีคุณภาพสูงได้

ลักษณะพฤติกรรมของผู้บริโภคที่สอดคล้องกับระบบชุมชนสนับสนุนเกษตรกรกรรม (CSA) เป็นปัจจัยและอุปสรรคที่สำคัญสำหรับผู้บริโภคที่เป็นสมาชิกในระบบชุมชนสนับสนุนเกษตรกรกรรม (CSA) ทั้งในด้านพฤติกรรมมารับประทานอาหารและการประกอบอาหารในครัวเรือน พฤติกรรมการอยู่บ้าน พฤติกรรมการเดินทางตลาด รวมถึงความสามารถในการจ่ายเงินล่วงหน้าของผู้บริโภค ซึ่งพบว่า มีทั้งสอดคล้องและไม่มีความแตกต่างจากงานศึกษาในต่างประเทศ เนื่องจากพฤติกรรมและการใช้ชีวิต อาจมีบริบทที่แตกต่างกันในแต่ละพื้นที่ที่อาศัยอยู่ รวมถึงวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคอีกด้วย

ขณะเดียวกันผู้บริโภคที่เป็นสมาชิก CSA ที่พบจากการทบทวนงานศึกษาของต่างประเทศที่ผ่านมา พบว่า ผู้บริโภคที่เป็นสมาชิก CSA ให้ความสำคัญกับคุณภาพความปลอดภัยของผลผลิตเป็น

หลักเช่นเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับผลที่ได้จากการศึกษาผู้บริโภคที่เป็นสมาชิก CSA ของผู้วิจัยที่พบว่า คุณภาพของผลผลิตที่เป็นอินทรีย์ ปลอดภัย เป็นเหตุผลหลักของผู้บริโภคในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกในกลุ่ม CSA เพราะส่วนใหญ่ในปัจจุบัน ผู้บริโภคมีแนวโน้มที่หันมาสนใจในเรื่องของสุขภาพมากขึ้น โดยเฉพาะความต้องการบริโภคอาหารที่ปลอดภัย และมีความต้องการคุณภาพของผลผลิตทางการเกษตรเพิ่มมากขึ้น

ผู้บริโภคในระบบชุมชนสนับสนุนเกษตรกรรม (CSA) ยังให้ความสำคัญและเข้าใจกับบทบาทของเกษตรกรรายย่อยที่เป็นผู้ผลิตอาหารให้ผู้บริโภค โดยการได้ช่วยเหลือและสนับสนุนเกษตรกรรายย่อยโดยตรง ทั้งในด้านรายได้ ราคาผลผลิตที่เหมาะสม และรูปแบบการทำเกษตรกรรมที่ปลอดภัยต่อสิ่งแวดล้อมและมีความยั่งยืนในระยะยาว อีกทั้งยังเห็นความสำคัญในการร่วมแบ่งปันความเสี่ยงที่เกษตรกรเป็นผู้แบกรับอีกด้วย

ซึ่งสอดคล้องกับลักษณะของผู้บริโภคจากการศึกษาในต่างประเทศที่ส่วนใหญ่ ผู้บริโภคที่เป็นสมาชิก CSA นอกจากความต้องการคุณภาพของผลผลิตที่ปลอดภัยแล้ว ยังมีความต้องการในการสนับสนุนเกษตรกรโดยตรง รวมทั้งอยากมีส่วนร่วมในการแบ่งปันความเสี่ยงที่เกษตรกรแบกรับ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงการให้ความสำคัญและความช่วยเหลือในการพัฒนาบทบาทของเกษตรกรรายย่อย

ในด้านความคาดหวังรายได้ล่วงหน้าของเกษตรกรในระบบชุมชนสนับสนุนเกษตรกรรม CSA พบว่า เกษตรกรทั่วไปในกลุ่ม Non-CSA มีความต้องการรายได้ในระดับที่สูงกว่าเกษตรกรที่เป็นสมาชิกในกลุ่ม CSA ในปัจจุบันเป็นอย่างมาก อาจเป็นเพราะเกษตรกรในกลุ่ม Non-CSA มีภาระรายจ่ายและหนี้สินสูงกว่า ทำให้ไม่สามารถเข้ามาทำเกษตรกรรมในรูปแบบ CSA ที่มีค่าตอบแทนไม่มากพอกับภาระค่าใช้จ่ายของเกษตรกรในกลุ่ม Non-CSA ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาในต่างประเทศที่พบว่า ถึงแม้เกษตรกรที่เป็นสมาชิกในระบบ CSA จะพึงพอใจกับรายได้ที่ดีขึ้น แต่ส่วนใหญ่ยังรู้สึกว่าได้ค่าตอบแทนน้อยเมื่อเทียบกับชั่วโมงในการทำงานในฟาร์มที่มากขึ้นกว่าเดิม

ความยินดีในการจ่ายเงินล่วงหน้าของผู้บริโภค พบว่า ผู้บริโภคทั่วไปในกลุ่ม Non-CSA มีความยินดีในการจ่ายเงินล่วงหน้าสำหรับผักอินทรีย์ที่ได้จากระบบชุมชนสนับสนุนเกษตรกรรม (CSA) น้อยกว่าความยินดีจ่ายและค่าผักที่สมาชิกผู้บริโภคในกลุ่ม CSA จ่ายในปัจจุบันเป็นอย่างมาก จึงเป็นไปได้ยากในการให้ผู้บริโภคทั่วไปมาเข้าร่วมเป็นสมาชิกในกลุ่ม CSA

จากผลดังกล่าว อาจเป็นเพราะรูปแบบการจ่ายเงินล่วงหน้าในจำนวนมาก ไม่ใช่บริบททั่วไปของพฤติกรรมผู้บริโภคในประเทศที่ยังไม่คุ้นชินและรู้จักระบบชุมชนสนับสนุนเกษตรกรรมมากพอ อีก

ทั้งยังไม่มีประสบการณ์จากฟาร์มเกษตรกรโดยตรงที่สมาชิกผู้บริโภคนในกลุ่ม CSA ได้รับจากการไปเยี่ยมชมฟาร์ม ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาในต่างประเทศที่พบว่า ค่าสมาชิกของสัญญาที่สูงและระยะเวลาการจ่ายเงินล่วงหน้าが多เกินไป เป็นอุปสรรคในการตัดสินใจเข้าร่วมกลุ่ม CSA ของผู้บริโภค

ขณะที่เมื่อเปรียบเทียบการลดระยะเวลาของสัญญาการจ่ายเงินล่วงหน้าของสมาชิกผู้บริโภค CSA พบว่า เกษตรกรในกลุ่ม CSA มีความต้องการส่วนต่างของรายได้ต่อเดือนเพิ่มขึ้นมากกว่าส่วนต่างที่สมาชิกผู้บริโภคนในกลุ่ม CSA ยินดีจ่ายเพิ่มเพื่อลดระยะเวลาของการจ่ายเงินล่วงหน้าลง อาจจะเพราะ เกษตรกรต้องการรายได้หรือผลตอบแทนมากขึ้นเพื่อชดเชยกับความมั่นคงทางรายได้ที่ลดลง ขณะที่ผู้บริโภคนยินดีจ่ายเงินส่วนต่างเพิ่มขึ้นเพื่อแลกกับความยืดหยุ่นในการจ่ายเงินล่วงหน้าของผู้บริโภค แต่เมื่อเปรียบเทียบกันแล้วจะพบว่า ส่วนต่างของการจ่ายเงินล่วงหน้าของสมาชิกผู้บริโภคนในกลุ่ม CSA ไม่มากพอที่จะตอบสนองส่วนต่างของรายได้ที่เกษตรกรในกลุ่ม CSA ต้องการ

ซึ่งการเปรียบเทียบการปรับลดระยะเวลาของการจ่ายเงินล่วงหน้าลงเพื่อแลกกับส่วนต่างของการจ่ายเงินล่วงหน้าที่เพิ่มขึ้น จากการทบทวนงานศึกษาเกี่ยวกับระบบชุมชนสนับสนุนเกษตรกรกรรม (CSA) ในต่างประเทศ ไม่ค่อยพบการเปรียบเทียบในลักษณะดังกล่าวที่ผู้วิจัยได้เปรียบเทียบในการศึกษารุ่นนี้ ซึ่งเป็นส่วนที่ผู้วิจัยได้เลือกมาเพื่อศึกษาเพิ่มเติมจากการศึกษาในต่างประเทศ

5.3 ข้อเสนอแนะ

ในการสนับสนุนและการพัฒนาสำหรับระบบชุมชนสนับสนุนเกษตรกรกรรมในประเทศไทย สามารถแบ่งข้อเสนอแนะได้ดังนี้

5.3.1 ภาครัฐ

1. ภาครัฐควรสนับสนุนระบบชุมชนสนับสนุนเกษตรกรกรรม CSA ให้เกิดขึ้นในพื้นที่อื่นๆ หรือมีจำนวนของเกษตรกรกรรมรูปแบบ CSA เพิ่มขึ้นในประเทศไทย ถ้าต้องการลดปริมาณการใช้สารเคมีในการเกษตร และการลดปริมาณความเสื่อมโทรมของสิ่งแวดล้อมจากการใช้พื้นที่เพาะปลูกในการเกษตร

เนื่องจาก ระบบชุมชนสนับสนุนเกษตรกรกรรม CSA มีรูปแบบการเพาะปลูกที่ไม่ใช้สารเคมีในการเกษตรหรือแปลงเพาะปลูก ช่วยลดผลกระทบของสารเคมีที่ตกค้างในดิน และมีการใช้พื้นที่เพาะปลูกที่น้อยกว่าเกษตรกรทั่วไป ช่วยลดผลกระทบของการขยายพื้นที่เพาะปลูกที่ส่งผลต่อความเสื่อมโทรมของสิ่งแวดล้อมและธรรมชาติได้

2.ภาครัฐควรสนับสนุนระบบชุมชนสนับสนุนเกษตรกรกรรม CSA เพื่อแก้ไขปัญหาในด้านราคาสินค้าเกษตรผันผวน ตลาดรองรับผลผลิต และความมั่นคงทางรายได้ของเกษตรกร

เนื่องจาก ระบบชุมชนสนับสนุนเกษตรกรกรรม CSA มีรูปแบบที่ช่วยเกษตรกรในด้านความมั่นคงทางรายได้ที่ดีขึ้นจากการจ่ายเงินล่วงหน้าของผู้บริโภคที่เข้ามาเป็นสมาชิกในระบบ CSA เกษตรกรไม่ต้องกังวลกับตลาดรับซื้อผลผลิต เนื่องจากมีผู้รับซื้อผลผลิตที่แน่นอนจากการขายผลผลิตให้ผู้บริโภคที่เป็นสมาชิกในระบบ CSA และราคาผลผลิตที่ไม่ผันผวนตามราคาตลาด เพราะเป็นราคาที่ตกลงกันระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภคโดยตรง

3.ภาครัฐควรช่วยเหลือเกษตรกรในด้านภาระค่าใช้จ่ายและภาระหนี้สิน หากต้องการสนับสนุนเกษตรกรให้เข้าร่วมหรือทำเกษตรกรรมในระบบ CSA เช่น โครงการพักชำระหนี้ โครงการเรียนฟรี หรือเงินสนับสนุนค่าเรียนสำหรับเกษตรกรที่มีบุตรหลานในครัวเรือน

เนื่องจาก เกษตรกรในกลุ่ม CSA มีภาระหนี้สินและค่าใช้จ่ายที่ต้องแบกรับน้อยกว่าเกษตรกรทั่วไปอย่างมาก นอกจากนี้ ภาระค่าใช้จ่ายต่อเดือนและภาระหนี้สินส่วนตัวของเกษตรกรที่สูง เป็นอุปสรรคสำคัญสำหรับเกษตรกรในการเข้าร่วม หรือ เปลี่ยนจากเกษตรเคมีมาเป็นเกษตรอินทรีย์ในระบบ CSA ไม่ว่าจะเป็น ค่าผ่อนบ้าน ค่าผ่อนรถ ค่าเทอมและค่าเลี้ยงดูบุตรหลานในครัวเรือน

4.ภาครัฐควรช่วยเหลือหรือส่งเสริมเงินทุนส่วนหนึ่งให้กับเกษตรกรในระบบชุมชนสนับสนุนเกษตรกรกรรม CSA เพื่อลดปริมาณของเงินล่วงหน้าที่สมาชิกผู้บริโภคต้องจ่ายให้กับเกษตรกรในกลุ่ม CSA

เนื่องจาก ค่าสมาชิกหรือจำนวนเงินที่ผู้บริโภคต้องจ่ายล่วงหน้าที่สูงเกินไป เป็นหนึ่งในอุปสรรคที่สำคัญสำหรับผู้บริโภคในการตัดสินใจเข้าร่วมในระบบชุมชนสนับสนุนเกษตรกรกรรม CSA

5.ภาครัฐควรมีโครงการจัดอบรมหรือส่งเสริมความรู้และความเข้าใจให้เกษตรกรและผู้บริโภคในการตระหนักถึงความสำคัญของการไม่ใช้สารเคมีในการเกษตร ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากการใช้

สารเคมี ความสำคัญและความสัมพันธ์ของบทบาทระหว่างเกษตรกรและผู้บริโภค รวมถึงข้อดีของระบบชุมชนสนับสนุนเกษตรกร CSA

เนื่องจาก สิ่งสำคัญในการหากลุ่มเป้าหมายทั้งเกษตรกรและผู้บริโภคที่เหมาะสมกับระบบชุมชนสนับสนุนเกษตรกร CSA ควรเข้าใจสิ่งที่เกษตรกรและผู้บริโภคให้ความสำคัญในการตัดสินใจเข้าร่วมในระบบ CSA เช่น การให้ความสำคัญกับการไม่ใช้สารเคมีในการเกษตร ผู้บริโภคที่มีความต้องการช่วยเหลือเกษตรกร เป็นต้น

5.3.2 ผู้ประกอบการและเกษตรกรในระบบชุมชนสนับสนุนเกษตรกร (CSA)

1. ผู้ประกอบการในระบบ CSA ควรเพิ่มจำนวนสมาชิกผู้บริโภคผ่านการแนะนำของผู้บริโภคที่เป็นสมาชิกปัจจุบันในกลุ่ม CSA โดยสร้างแรงจูงใจให้สมาชิกผู้บริโภคที่เป็นสมาชิกในปัจจุบันในการชักชวนคนรู้จักหรือเพื่อนให้มาเข้าร่วมกลุ่ม CSA โดยไม่จำเป็นต้องลงทุนในการโฆษณาเกี่ยวกับ CSA ให้กับผู้บริโภคทั่วไป บนสื่อออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ หรือป้ายโฆษณา

เนื่องจาก ช่องทางการแนะนำรูปแบบของระบบชุมชนสนับสนุนเกษตรกร (CSA) ที่ดีที่สุดให้ผู้บริโภครับรู้ คือ การบอกต่อจากปากต่อปาก หรือ การแนะนำจากคนที่รู้จักกัน เป็นช่องทางที่มีอิทธิพลต่อการเข้าร่วมเป็นสมาชิกผู้บริโภค CSA มากที่สุด

2. ผู้ประกอบการควรจัดกิจกรรมเยี่ยมชมฟาร์ม CSA ให้ผู้บริโภคทั่วไปที่ยังไม่ได้เข้าร่วมเป็นสมาชิก แต่มีความสนใจในเกษตรอินทรีย์หรือสนใจในรูปแบบของระบบชุมชนสนับสนุนเกษตรกร เพื่อให้ผู้บริโภคได้เรียนรู้และสัมผัสกับประสบการณ์ในฟาร์ม CSA ด้วยตนเอง

เนื่องจาก ผู้บริโภคทั่วไปที่ปฏิเสธการเข้าร่วมเป็นสมาชิก CSA เนื่องจากให้เหตุผลในด้านราคาค่าสมาชิกที่สูงและไม่สะดวกในการจ่ายเงินล่วงหน้าจำนวนมาก แต่ยังคงความเข้าใจและการได้สัมผัสกับประสบการณ์เกี่ยวกับระบบชุมชนสนับสนุนเกษตรกรในฟาร์มจริงๆ เพื่อเพิ่มโอกาสในการเข้าร่วมสมาชิก CSA ของผู้บริโภคในอนาคต

3. ผู้ประกอบการควรรักษาค่าสมาชิกของสัญญาการจ่ายเงินล่วงหน้าของผู้บริโภคไม่ให้สูงจนเกินไป และถ้าเป็นไปได้ควรหาวิธีลดระยะเวลาการจ่ายเงินล่วงหน้าของสัญญาลง อาจจะเป็นการแบ่งจ่ายทุก ๆ 3 เดือน หรือ 6 เดือน จากระยะสัญญาแบบรายปี เพื่อเพิ่มความยืดหยุ่นให้ผู้บริโภค

เนื่องจากราคาค่าสมาชิกของสัญญาการจ่ายเงินล่วงหน้าและระยะเวลาการจ่ายเงินที่นานเกินไป เป็นอุปสรรคในการเข้าร่วมระบบชุมชนสนับสนุนเกษตรกรของผู้บริโภครายใหม่และสมาชิก

ผู้บริโภครุ่น CSA ปัจจุบัน โดยเฉพาะสมาชิกผู้บริโภครุ่นที่เลือกจ่ายเงินล่วงหน้าในระยะเวลาสัญญาที่น้อยกว่ารายปี เพราะไม่สะดวกและไม่สามารถจ่ายเงินล่วงหน้าจำนวนมากในครั้งเดียวได้ เมื่อเปรียบเทียบความยินดีในการจ่ายเงินล่วงหน้าระหว่างผู้บริโภคในกลุ่ม CSA และ Non-CSA แล้วจะพบว่า ผู้บริโภคในกลุ่ม Non-CSA มีความยินดีจ่ายเงินล่วงหน้าต่ำกว่าความยินดีจ่ายเงินล่วงหน้าของผู้บริโภคในกลุ่ม CSA และต่ำกว่าจำนวนเงินล่วงหน้าที่ผู้บริโภครุ่นจ่ายสำหรับค่าสมาชิกในปัจจุบันเป็นอย่างมาก

4. ผู้ประกอบการและเกษตรกรควรรักษาคุณภาพของผลผลิตให้ได้มาตรฐานหรือดียิ่งขึ้น โดยเฉพาะการปลอดสารเคมีของผลผลิต

เนื่องจาก คุณภาพที่ปลอดภัยและความเป็นอินทรีย์ของผลผลิตเป็นเหตุผลหลักที่ผู้บริโภครุ่นให้ความสำคัญในการตัดสินใจเลือกซื้อผลผลิตจากระบบชุมชนสนับสนุนเกษตรกรรมมากที่สุด รวมถึงเป็นแรงจูงใจหลักในการเข้าร่วมเป็นสมาชิก CSA อีกด้วย และความเป็นผลผลิตอินทรีย์ที่ปลอดสารตกค้างจากการใช้สารเคมีในการเกษตร เป็นปัจจัยเดียวที่ผู้บริโภคในกลุ่ม CSA ให้ความสำคัญในการตัดสินใจเลือกซื้อผักมากกว่าผู้บริโภครุ่น Non-CSA

5. ผู้ประกอบการและเกษตรกรควรเพิ่มความหลากหลายของผักที่เพาะปลูกในฟาร์ม และเพิ่มตัวเลือกให้ผู้บริโภคมีความยืดหยุ่นที่สามารถเลือกผักตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น

เนื่องจาก ความหลากหลายของผักที่ไม่มากพอ และข้อจำกัดในด้านความสามารถในการเลือกบริโภคของผู้บริโภค เป็นหนึ่งในเหตุผลของผู้บริโภคที่ปฏิเสธการเข้าร่วมเป็นสมาชิกในกลุ่ม CSA เพราะไม่สามารถเลือกบริโภคผักตรงความต้องการของผู้บริโภคได้

บรรณานุกรม

- Agricultural Research Service, U. S. D. o. A. (1993). Community Supported Agriculture (CSA): An Annotated Bibliography and Resource Guide. Retrieved 6 March 2018 <https://pubs.nal.usda.gov/sites/pubs.nal.usda.gov/files/csadef.html>
- Bond, J. K., Thilmany, D. D., Bond, C. A. J. J. o. A., & Economics, A. (2009). What influences consumer choice of fresh produce purchase location? , *41*(1379-2016-112744), 61-74.
- Bougherara, D., Grolleau, G., & Mzoughi, N. J. E. E. (2009). Buy local, pollute less: What drives households to join a community supported farm? , *68*(5), 1488-1495.
- Brown, C. J. A. J. o. A. A. (2003). Consumers' preferences for locally produced food: A study in southeast Missouri. *18*(4), 213-224.
- Byrne, P. J., Toensmeyer, U. C., German, C. L., & Muller, H. R. J. J. o. F. D. R. (1991). Analysis of consumer attitudes toward organic produce purchase likelihood. *22*(856-2016-56589), 49-62.
- Chen, J., Gao, Z., Chen, X., & Zhang, L. J. S. (2019). Factors affecting the dynamics of Community Supported Agriculture (CSA) membership. *11*(15), 4170.
- Chen, W. J. A. (2013). Perceived value of a community supported agriculture (CSA) working share. The construct and its dimensions. *62*, 37-49.
- Cooley, J. P., & Lass, D. A. J. R. o. A. E. (1998). Consumer benefits from community supported agriculture membership. *20*(1), 227-237.
- Cox, R., Holloway, L., Venn, L., Dowler, L., Hein, J. R., Kneafsey, M., & Tuomainen, H. J. L. e. (2008). Common ground? Motivations for participation in a community-supported agriculture scheme. *13*(3), 203-218.
- Curtis, K. R., Allen, K., & Ward, R. A. J. J. o. F. D. R. (2015). Food consumption, attitude, and behavioral change among CSA members: a northern Utah case study. *46*(856-2016-58182), 3-16.
- Daly, H. E., & Farley, J. (2011). *Ecological economics: principles and applications*: Island press.
- Eastwood, D. B., Brooker, J. R., Orr, R. H. J. J. o. A., & Economics, A. (1987). Consumer

- preferences for local versus out-of-state grown selected fresh produce: the case of Knoxville, Tennessee. *19*(2), 183-194.
- Ertmanska, K. J. A. S. P. O. (2015). Community supported agriculture (CSA) as a form of sustainable consumption. *14*(2).
- Govindasamy, R., & Italia, J. J. J. o. F. D. R. (1999). Predicting willingness-to-pay a premium for organically grown fresh produce. *30*(856-2016-56812), 44-53.
- Gumirakiza, J. D., Curtis, K. R., Bosworth, R. C. J. I. F., & Review, A. M. (2014). Who attends farmers' markets and why? Understanding consumers and their motivations. *17*(1030-2016-82978), 65-82.
- Harvey, G. (2011). *The killing of the countryside*: Random House.
- Henderson, E., & Van En, R. (2007). *Sharing the harvest: a citizen's guide to Community Supported Agriculture*: Chelsea Green Publishing.
- Hvitsand, C. J. A., & systems, S. f. (2016). Community supported agriculture (CSA) as a transformational act—distinct values and multiple motivations among farmers and consumers. *40*(4), 333-351.
- Ikerd, J. E. (1995). *The Role of Marketing in Sustainable Agriculture*. Paper presented at the 87th Annual Meeting of American Society of Agronomy. St. Louis, Mo., Oct.
- Jekanowski, M. D., Williams, D. R., Schiek, W. A. J. A., & Review, R. E. (2000). Consumers' willingness to purchase locally produced agricultural products: an analysis of an Indiana survey. *29*(1), 43-53.
- Kane, D. J., & Lohr, L. (1997). Maximizing shareholder retention in southeastern CSAs.
- Kolodinsky, J. M., & Pelch, L. L. J. J. o. s. a. (1997). Factors influencing the decision to join a community supported agriculture (CSA) farm. *10*(2-3), 129-141.
- Lang, K. B. J. C., & Agriculture. (2010). The changing face of community-supported agriculture. *32*(1), 17-26.
- Lass, D., Bevis, A., Stevenson, G., Hendrickson, J., & Ruhf, K. J. A. U. o. M., Department of Resource Economics. (2003). Community supported agriculture entering the 21st century: Results from the 2001 national survey.
- Lea, E., Phillips, J., Ward, M., Worsley, A. J. E. o. F., & Nutrition. (2006). Farmers' and consumers' beliefs about community-supported agriculture in Australia: A

- qualitative study. *45*(2), 61-86.
- Lockeretz, W. J. A. J. o. A. A. (1986). Urban consumers' attitudes towards locally grown produce. *1*(2), 83-88.
- Maye, D., Kirwan, J. J. S. o. A., & Food. (2010). Alternative food networks. *20*(3), 383-389.
- Mingay, G. E. J. A. h. (1963). The " Agricultural Revolution" in English History: A Reconsideration. *37*(3), 123-133.
- Norberg-Hodge, H., Merrifield, T., & Gorelick, S. (2002). *Bringing the food economy home: Local alternatives to global agribusiness*: Zed Books.
- Oberholtzer, L., & Grow, S. J. R. S. (2003). Producer-only farmers' markets in the mid-atlantic region. *21*, 2010.
- Oguoma, O., Nkwocha, V., Ibeawuchi, I. J. J. o. A., & Research, S. (2010). Implications of middlemen in the supply chain of agricultural products. *10*(2).
- Ostrom, M. J. R. t. N. A. f. s. (2007). The contribution of community supported agriculture (CSA) to movements for change in the agri-food system. 99-120.
- Perez, J., Allen, P., & Brown, M. (2003). Community supported agriculture on the central coast: The CSA member experience.
- Peterson, H. H., Taylor, M. R., & Baudouin, Q. J. E. E. (2015). Preferences of locavores favoring community supported agriculture in the United States and France. *119*, 64-73.
- Pole, A., Gray, M. J. A., & values, h. (2013). Farming alone? What's up with the "C" in community supported agriculture. *30*(1), 85-100.
- Rosset, P. J. D. (2000). The multiple functions and benefits of small farm agriculture in the context of global trade negotiations. *43*(2), 77-82.
- Russell, W. S., Zepeda, L. J. R. A., & Systems, F. (2008). The adaptive consumer: shifting attitudes, behavior change and CSA membership renewal. 136-148.
- Sabih, S. F., & Baker, L. (1998). *Alternative financing in agriculture: A case for the CSA method*. Paper presented at the XXV International Horticultural Congress, Part 14: Horticultural Economics at Micro and Macro Level, International Trade and 524.
- Schnell, S. M. J. G. R. (2007). Food with a farmer's face: community-supported

- agriculture in the united states. 97(4), 550-564.
- Shi, Y., Cheng, C., Lei, P., Wen, T., & Merrifield, C. J. I. J. o. A. S. (2011). Safe food, green food, good food: Chinese Community Supported Agriculture and the rising middle class. 9(4), 551-558.
- Tegtmeier, E. M., & Duffy, M. (2005). Community supported agriculture (CSA) in the Midwest United States: A regional characterization.
- Uribe, A. L. M., Winham, D. M., & Wharton, C. M. J. A. (2012). Community supported agriculture membership in Arizona. An exploratory study of food and sustainability behaviours. 59(2), 431-436.
- van der Ploeg, J. D., Ye, J., & Schneider, S. (2010). Rural development reconsidered: building on comparative perspectives from China, Brazil and the European Union. *Rivista di Economia Agraria*, 65(2), 163-190.
- Vassalos, M., Gao, Z., & Zhang, L. J. S. (2017). Factors affecting current and future CSA participation. 9(3), 478.
- Zepeda, L., & Deal, D. J. I. J. o. C. S. (2009). Organic and local food consumer behaviour: Alphabet theory. 33(6), 697-705.
- Zepeda, L., & Leviten-Reid, C. J. J. o. f. d. R. (2004). Consumers' views on local food. 35(856-2016-56647), 1-6.
- กระทรวงมหาดไทย. (2561). ตลาดประชารัฐ. <http://www.market.moi.go.th/>
- จิตต์สงวน, ธ. (2543). การพัฒนาการเกษตรแบบยั่งยืน: บทวิเคราะห์จากปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคม. รายงานการสัมมนาาระบบเกษตรแห่งชาติ.
- ฉันทา จิตตสงวน และเดชรัตน์ สุขกำเนิด. (2537). การเกษตรแบบยั่งยืนและนโยบายด้านอาหารของไทย. วารสารเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 1.
- ศรีทอง, ร. (2553). ประสบการณ์ CSA ในประเทศไทย: โครงการผักประสาใจ ผู้ผลิตเพื่อผู้บริโภคและสิ่งแวดล้อม. ศูนย์วิจัยเพื่ออุตสาหกรรมอาหาร. (2560). Thailand Food Industry Profile 2017. Retrieved 12 มีนาคม 2561, from กระทรวงอุตสาหกรรม http://fic.nfi.or.th/info_graphic.php
- สิทธิเดช พงศ์กิจวรสิน และเขมรัฐ เถลิงศรี. (2558). ข่าวโพตเลี้ยงสัตว์กับการสูญเสียพื้นที่ป่า: ปัญหาและทางออก. สถาบันคลังสมองของชาติ และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- สุนัย รันดา. (2543). การพัฒนาเกษตรยั่งยืน: มิติใหม่และการพัฒนาแบบมีส่วนร่วม. รายงานการสัมมนาาระบบเกษตรแห่งชาติ.
- อัจฉรา ดลวิทยาคุณ. (2558). พื้นฐานโภชนบำบัด : *Fundamentals of diet therapy* (Vol. 1). กรุงเทพฯ : โอ

เดือนสตรี, 2558.





จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	พัชรดนัย ไชยเดช
วัน เดือน ปี เกิด	16 เมษายน 2537
วุฒิการศึกษา	2559 วท.บ. (คณิตศาสตร์) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน
ที่อยู่ปัจจุบัน	222/249 คอนโดแอสปายงามวงศ์วาน ถ.งามวงศ์วาน แขวงทุ่งสองห้อง เขต หลักสี่ กรุงเทพมหานคร 10210



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY