

บทที่ 4

ผลการวิจัย และ อภิปรายผล

ผลการวิจัย และ อภิปรายผล แบ่งออกเป็น 6 ส่วน ได้แก่ 1) ข้อมูลพื้นฐานของเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการปศุสัตว์อินทรีย์ 2) ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานกิจกรรมตลาดสีเขียว 3) ข้อมูลพื้นฐานของประชาชนที่บริโภคสินค้าในตลาดสีเขียว 4) ข้อมูลความพึงพอใจของประชาชนต่อตลาดสีเขียว 5) เปรียบเทียบความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อตลาดสีเขียว และ 6) ปัญหาอุปสรรคในการผลิตสินค้าปลอดภัยและการจำหน่ายผลผลิตในตลาดสีเขียว โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ข้อมูลพื้นฐานของเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการปศุสัตว์อินทรีย์

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากร้อยละ 86.4 เป็นเพศหญิง ร้อยละ 13.6 เป็นเพศชาย ร้อยละ 75.0 มีอายุมากกว่า 40 ปี อายุเฉลี่ย 47.2 ปี การศึกษาส่วนมากร้อยละ 50.0 เรียนจบชั้นประถมศึกษาตอนต้น ร้อยละ 44.4 มีพื้นที่ทำการเกษตรอยู่ระหว่าง 11-20 ไร่ รวมเฉลี่ย 22.8 ไร่ต่อราย ร้อยละ 97.7 มีพื้นที่เลี้ยงปศุสัตว์ น้อยกว่า 5 ไร่ เฉลี่ย 0.8 ไร่ต่อราย และร้อยละ 48.9 มีรูปแบบทำการเกษตรแบบผสมผสานและไร่นาสวนผสมในสัดส่วนที่เท่ากัน ร้อยละ 56.8 มีจำนวนแรงงานในครอบครัวน้อยกว่า 2 คน เฉลี่ย 2.6 คนต่อครอบครัว สำหรับวัตถุประสงค์ของการผลิตสัตว์เกษตรกรทั้งหมดเลี้ยงเพื่อจำหน่ายและบริโภคในครัวเรือน ซึ่งชนิดสัตว์ที่เลี้ยง ส่วนมากร้อยละ 31.9 เกษตรกรจะเลี้ยงไก่พื้นเมือง รองลงมาเลี้ยงไก่ไข่ เป็ดไข่ เป็ดเทศ และสุกร ร้อยละ 16.1 9.7 8.1 และ 7.7 ตามลำดับ ชนิดผลผลิตที่นำไปจำหน่ายในตลาดสีเขียว ส่วนมากร้อยละ 31.7 จะนำพืชผักชนิดต่างๆตามฤดูกาลไปจำหน่าย รองลงมาเป็นอาหารที่หาได้จากธรรมชาติ ผลผลิตสัตว์ ปลาและผลผลิตอื่นๆ ร้อยละ 28.9 20.7 15.4 และ 3.3ตามลำดับ โดยผลผลิตด้านปศุสัตว์ ที่นำไปจำหน่ายมากที่สุดร้อยละ 47.4 เป็นเนื้อไก่พื้นเมือง รองลงมาเป็นไข่ไก่ เนื้อเป็ด ไข่เป็ด และเนื้อสุกร ร้อยละ 23.3 15.8 11.3 และ 2.3 ตามลำดับ สำหรับการนำผลผลิตไปจำหน่ายในตลาดสีเขียวร้อยละ 67.0 จะนำไปจำหน่าย 3-4 ครั้งต่อเดือน เฉลี่ย 4.6 ครั้งต่อเดือน โดยส่วนมาก ร้อยละ 70.5 มีรายได้จากการจำหน่ายผลผลิตน้อยกว่า 1,000 บาทต่อรายต่อครั้ง สูงสุด 5,000 บาท ต่ำสุด 300 บาท เฉลี่ย 1,074.9 บาทต่อรายต่อครั้ง ดังแสดงในตารางที่ 1

ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า การทำเกษตรอินทรีย์เพื่อผลิตอาหารปลอดภัยสู่ผู้บริโภคนั้น เกษตรกรจะทำการเกษตรแบบผสมผสานหรือไร่นาสวนผสม เช่น การทำนา การปลูกพืชผัก เลี้ยงสัตว์ เลี้ยงปลา โดยให้กิจกรรมต่างๆ สามารถเกื้อกูลสนับสนุนซึ่งกันและกัน เพื่อช่วยลดต้นทุนการผลิต เช่น การนำเศษพืชผักมาเลี้ยงสัตว์ การทำน้ำหมักชีวภาพเลี้ยงสัตว์ การทำพืชอาหารหมักเลี้ยงสัตว์ การใช้มูลสัตว์เป็นอาหารปลา และใส่แปลงการเกษตรผลผลิตที่เกษตรกรนำออกมาจำหน่ายจึงประกอบไปด้วย ข้าวอินทรีย์ พืชผักชนิดต่างๆตามฤดูกาล ปลา เนื้อสัตว์ ไข่เป็ด ไข่ไก่ และสัตว์ที่เกษตรกรจะเลี้ยงทุกครัวเรือนได้แก่ ไก่พื้นเมือง เนื่องจากเป็นสัตว์ที่เลี้ยงง่าย หากินอาหารเก่ง ขยายพันธุ์เร็ว เกษตรกรจะฆ่าชำแหละไปขายร่วมกับสินค้าอื่น ในขณะเดียวกันก็มีเกษตรกรเลี้ยงไก่ไข่ เป็ดไข่ แบบปล่อยอิสระ เพื่อนำไข่ไปขายรอรับความต้องการของผู้บริโภค อีกทางหนึ่ง และเกษตรกรส่วนมากจะทำการเกษตรตามกำลังความสามารถและทรัพยากรที่มีอยู่ผลผลิตที่ได้ก็จะมีมากน้อยต่างกัน รายได้จากการจำหน่ายผลผลิตก็ต่างกันไปด้วยตั้งแต่ 300 - 5,000 บาท ถ้าเกษตรกรรักษาคุณภาพสินค้า และสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้บริโภคแล้ว ตลาดสีเขียวจะเป็นแหล่งจำหน่ายผลผลิตที่สร้างรายได้ที่ยั่งยืนให้แก่เกษตรกร

2. ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานกิจกรรมตลาดสีเขียว

ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานกิจกรรมตลาดสีเขียว แบ่งออกเป็น 7 ด้าน ได้แก่ 1) ความเข้มแข็งของกลุ่มเกษตรกร 2) เกษตรกรผู้ผลิตสินค้าไปจำหน่ายในตลาดสีเขียว 3) ประชาชนผู้บริโภคสินค้า 4) ผลผลิตสินค้าที่จำหน่าย 5) การประชาสัมพันธ์ 6) การสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และ 7) การบริหารจัดการตลาดสีเขียว โดยมีรายละเอียดดังนี้

2.1 ความเข้มแข็งของกลุ่มเกษตรกร

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานกิจกรรมตลาดสีเขียวด้านความเข้มแข็งของกลุ่มเกษตรกร ในระดับมาก ประเด็น มีคณะกรรมการกลุ่มที่เข้มแข็ง $\bar{X} = 3.86$ มีคณะกรรมการตลาดสีเขียวที่เข้มแข็ง $\bar{X} = 3.86$ มีจุดสาธิตการผลิตหรือศูนย์เรียนรู้ประจำกลุ่ม $\bar{X} = 3.83$ มีข้อบังคับในการผลิตสินค้าปศุสัตว์อินทรีย์ของกลุ่ม $\bar{X} = 3.73$ สมาชิกมีส่วนร่วมในกิจกรรมของกลุ่ม $\bar{X} = 3.70$ ในระดับปานกลาง ประเด็นมีเงินกองทุนสำหรับบริหารจัดการตลาด $\bar{X} = 3.05$ โดยรวมแล้วมีความคิดเห็นว่า ความเข้มแข็งของกลุ่มเกษตรกรจะมีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานกิจกรรมตลาดสีเขียวในระดับมาก $\bar{X} = 3.67$

2.2 เกษตรกรผู้ผลิตสินค้าไปจำหน่ายในตลาดสีเขียว

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานกิจกรรมตลาดสีเขียวด้านเกษตรกรผู้ผลิตสินค้าไปจำหน่ายในตลาดสีเขียว ในระดับมาก ประเด็นเกษตรกรมีความเข้าใจในกระบวนการผลิต $\bar{X} = 3.90$ เกษตรกรปฏิบัติตามข้อบังคับในการผลิตสินค้าไปจำหน่ายของกลุ่ม $\bar{X} = 3.80$ ในระดับปานกลาง ประเด็น รายได้ของเกษตรกรที่ได้จากการจำหน่ายสินค้า $\bar{X} = 3.25$ และ จำนวนเกษตรกรที่นำสินค้าไปจำหน่าย $\bar{X} = 3.22$ โดยรวมแล้วมีความคิดเห็นว่า เกษตรกรผู้ผลิตสินค้าไปจำหน่ายในตลาดสีเขียวจะมีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานกิจกรรมตลาดสีเขียว ในระดับมาก $\bar{X} = 3.54$

2.3 ประชาชนผู้บริโภคสินค้า

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานกิจกรรมตลาดสีเขียวด้านประชาชนผู้บริโภคสินค้า ในระดับมาก ประเด็น ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อสินค้า $\bar{X} = 3.98$ เพศ $\bar{X} = 3.65$ อายุ $\bar{X} = 3.60$ การศึกษา $\bar{X} = 3.51$ ในระดับปานกลาง ประเด็น รายได้ของผู้บริโภค $\bar{X} = 3.22$ อาชีพ $\bar{X} = 2.66$ โดยรวมแล้วมีความคิดเห็นว่า ประชาชนผู้บริโภคสินค้า จะมีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานกิจกรรมตลาดสีเขียว ในระดับปานกลาง $\bar{X} = 3.44$

2.4 ผลผลิตสินค้าที่จำหน่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานกิจกรรมตลาดสีเขียวด้านผลผลิตสินค้าที่จำหน่าย ในระดับมาก ประเด็น คุณภาพสินค้าที่จำหน่าย $\bar{X} = 3.73$ ในระดับปานกลาง ประเด็น ผลผลิตได้รับการรับรองจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง $\bar{X} = 3.48$ ภาชนะบรรจุสินค้า $\bar{X} = 3.23$ ความหลากหลายสินค้า $\bar{X} = 3.20$ ราคาจำหน่ายสินค้า $\bar{X} = 2.97$ ในระดับน้อย ประเด็น การแปรรูปสินค้า $\bar{X} = 2.35$ โดยรวมแล้วมีความคิดเห็นว่า ผลผลิตสินค้า จะมีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานกิจกรรมตลาดสีเขียว ในระดับปานกลาง $\bar{X} = 3.16$

2.5 การประชาสัมพันธ์

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานกิจกรรมตลาดสีเขียวด้านการประชาสัมพันธ์ ในระดับปานกลาง ประเด็นการประชาสัมพันธ์ที่จำหน่ายสินค้าบริเวณตลาดนัดสีเขียว เช่น ป้าย สื่อความรู้ เครื่องเสียงประชาสัมพันธ์ $\bar{X} = 2.98$ ในระดับน้อย ประเด็น การประชาสัมพันธ์ทั่วไป เช่น วิทยูทูปชน โบว์ชัวร์ ฯลฯ ภาชนะบรรจุสินค้า $\bar{X} = 2.35$ โดยรวมแล้วมีความคิดเห็นว่าการประชาสัมพันธ์ จะมีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานกิจกรรมตลาดสีเขียว ในระดับปานกลาง $\bar{X} = 2.66$

2.6 การสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานกิจกรรมตลาดสีเขียวด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ในระดับปานกลาง ประเด็น มีกลุ่มเกษตรกรเครือข่ายให้การสนับสนุน $\bar{X} = 3.18$ มีส่วนราชการให้การสนับสนุน $\bar{X} = 2.99$ มีอปท. ให้การสนับสนุน $\bar{X} = 2.81$ โดยรวมแล้วมีความคิดเห็นว่าการสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จะมีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานกิจกรรมตลาดสีเขียว ในระดับปานกลาง $\bar{X} = 2.98$

2.7 การบริหารจัดการตลาดสีเขียว

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานกิจกรรมตลาดสีเขียวด้านการบริหารจัดการตลาดสีเขียว ในระดับมาก ประเด็น มีการคมนาคมสะดวกจากจุดที่ผลิตไปจุดจำหน่าย $\bar{X} = 4.10$ มีรถขนส่งสินค้าไปจำหน่ายอย่างสะดวก $\bar{X} = 4.01$ ช่วงเวลาที่จำหน่าย $\bar{X} = 3.82$ ระยะทางจากจุดที่ผลิตไปจุดจำหน่ายไม่ไกลเกินไป $\bar{X} = 3.81$ สถานที่จำหน่าย $\bar{X} = 3.74$ อุปกรณ์ที่ใช้วางจำหน่ายสินค้า $\bar{X} = 3.73$ มีเครื่องแต่งกายที่เหมาะสม $\bar{X} = 3.61$ ในระดับปานกลาง ประเด็น วันที่จำหน่าย $\bar{X} = 3.44$ จำนวนครั้งในการจำหน่ายต่อสัปดาห์ $\bar{X} = 3.24$ โดยรวมแล้วมีความคิดเห็นว่าการบริหารจัดการตลาดสีเขียว จะมีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานกิจกรรมตลาดสีเขียว ในระดับมาก $\bar{X} = 3.92$ ดังแสดงในตารางที่ 2

จากผลการศึกษา เกษตรกรเห็นว่าปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานกิจกรรมตลาดสีเขียวจากมากไปหาน้อยได้แก่ การบริหารจัดการตลาดสีเขียว ความเข้มแข็งของกลุ่มเกษตรกร เกษตรกรผู้ผลิตสินค้าไปจำหน่ายในตลาดสีเขียว ประชาชนผู้บริโภคสินค้า ผลผลิตสินค้าที่จำหน่าย การสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และการประชาสัมพันธ์ เนื่องจากตลาดสีเขียว เกิดจากกลุ่มเกษตรกรได้รวมตัวกันผลิต และบริหารจัดการนำสินค้าไปจำหน่ายในรูปกลุ่ม ดังนั้น ความเข้มแข็งของกลุ่มเกษตรกรจึงเป็นส่วนที่สำคัญต่อผลสำเร็จการดำเนินงานของตลาดสีเขียว โดยความเข้มแข็งของกลุ่มจะส่งผลต่อ ปัจจัยเกี่ยวเนื่องด้านอื่น และมีปัจจัยสนับสนุนที่ควรเข้ามาสนับสนุนการทำงานของกลุ่ม เช่น การประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับตลาดสีเขียวในด้านต่าง เพื่อให้ผู้บริโภคได้มีโอกาสเข้าถึงผลผลิตปลอดภัย การตรวจสอบคุณภาพสินค้าหรือสารตกค้างในผลผลิตก็จะสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้บริโภคได้อีกทางหนึ่งเช่นกัน

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละข้อมูลพื้นฐานของเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการปลูสดั้วอินทรีย์

n = 88

ข้อมูลพื้นฐาน	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	12	13.6
หญิง	76	86.4
2. อายุ		
> 40	66	75.0
≤ 40	22	25.0
(เฉลี่ย 47.2 ปี สูงสุด 77 ปี ต่ำสุด 24 ปี)		
3. การศึกษา		
ประถมศึกษาต้น	44	50.0
ประถมศึกษาปลาย	12	13.6
มัธยมศึกษาตอนต้น	11	12.5
มัธยมศึกษาตอนปลาย	16	18.2
ปวส/อนุปริญญา	1	1.1
ปริญญาตรีหรือสูงกว่า	4	4.5
4. พื้นที่ทำการเกษตร		
4.1 พื้นที่ทำการเกษตรทั้งหมด		
≤ 10 ไร่	15	17.0
ระหว่าง 11- 20 ไร่	39	44.4
> 20 ไร่	34	38.6
(เฉลี่ย 22.8 ไร่ต่อราย สูงสุด 70 ไร่ ต่ำสุด 5 ไร่)		
4.1 พื้นที่เลี้ยงปลูสดั้ว		
≤ 5 ไร่	86	97.7
ระหว่าง 6 - 10 ไร่	2	2.3
> 10 ไร่	0	0
(เฉลี่ย 0.8 ไร่ต่อราย สูงสุด 6 ไร่ ต่ำสุด 0 ไร่)		
5.รูปแบบทำการเกษตร		
เชิงเดี่ยว	0	0
ผสมผสาน	43	48.9
ทฤษฎีใหม่	2	2.3
ไร่นาสวนผสม	43	48.9

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละข้อมูลพื้นฐานของเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการปศุสัตว์อินทรีย์ (ต่อ)

n = 88

ข้อมูลพื้นฐาน	จำนวน	ร้อยละ
6. จำนวนแรงงานใช้ทำการเกษตร		
≤ 2 คน	50	56.8
> 2 คน	38	43.2
(เฉลี่ย 2.6 คน สูงสุด 6 คน ต่ำสุด 1 คน)		
6.1 แรงงานในครอบครัว (เฉลี่ย 2.6 คน สูงสุด 6 คน ต่ำสุด 1 คน)		
7. วัตถุประสงค์ของการผลิต		
จำหน่าย	0	0
บริโภค	0	0
จำหน่ายและบริโภค	88	100
8 การเลี้ยงสัตว์เพื่อนำไปจำหน่ายในตลาดสีเขียว(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
ไก่ไข่	40	16.1
ไก่พื้นเมือง	79	31.9
เป็ดไข่	24	9.7
เป็ดเทศ	20	8.1
สุกร	19	7.7
9 ชนิดผลผลิตที่นำไปจำหน่ายในตลาดสีเขียว (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
พืชผักชนิดต่างๆ	78	31.7
ปลา	38	15.4
อาหารที่ทำได้ตามธรรมชาติ	71	28.9
สัตว์	51	20.7
อื่นๆ	8	3.3
10 ชนิดผลผลิตปศุสัตว์ ที่นำไปจำหน่ายในตลาดสีเขียว(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
ไข่ไก่	31	23.3
ไข่เป็ด	15	11.3
เนื้อ เป็ด	21	15.8
เนื้อ ไก่พื้นเมือง	63	47.4
เนื้อสุกร	3	2.3

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละข้อมูลพื้นฐานของเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการปศุสัตว์อินทรีย์ (ต่อ) n = 88

ข้อมูลพื้นฐาน	จำนวน	ร้อยละ
11. การนำผลผลิตไปจำหน่ายในตลาดสีเขียว (ครั้งต่อเดือน)		
1-2 ครั้ง	7	8.0
3-4 ครั้ง	59	67.0
มากกว่า 4 ครั้ง	22	25.0
เฉลี่ย 4.6 ครั้งต่อเดือน		
12 รายได้จากการจำหน่ายผลผลิตในตลาดสีเขียวต่อครั้ง		
น้อยกว่า 1,000 บาท	62	70.5
1001 – 2,000 บาท	21	23.9
2001 – 3,000 บาท	3	3.4
3,001- 4,000 บาท	1	1.1
มากกว่า 4,000 บาท	1	1.1
(เฉลี่ย 1,074.9 บาทต่อรายต่อครั้ง สูงสุด 5,000 บาท ต่ำสุด 300 บาท)		

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานกิจกรรมตลาดสีเขียว

n = 88

รายละเอียด	ค่าสถิติ		แปลความหมาย
	$\bar{x}$	S.D	
1 ความเข้มแข็งของกลุ่มเกษตรกร	3.67	0.47	มาก
มีคณะกรรมการกลุ่มที่เข้มแข็ง	3.86	0.68	มาก
มีคณะกรรมการตลาดสีเขียวที่เข้มแข็ง	3.86	0.69	มาก
สมาชิกมีส่วนร่วมในกิจกรรมของกลุ่ม	3.70	0.69	มาก
มีข้อบังคับในการผลิตสินค้าปศุสัตว์อินทรีย์ของกลุ่ม	3.73	0.75	มาก
มีจิตสำนึกการผลิตหรือศูนย์เรียนรู้ประจำกลุ่ม	3.83	0.82	มาก
มีเงินกองทุนสำหรับบริหารจัดการตลาดและกลุ่ม	3.05	0.77	ปานกลาง
2 เกษตรกรผู้ผลิตสินค้าไปจำหน่ายในตลาด	3.54	0.51	มาก
จำนวนเกษตรกรที่นำสินค้าไปจำหน่าย	3.22	0.65	ปานกลาง
รายได้ของเกษตรกรที่ได้จากการจำหน่ายสินค้า	3.25	0.44	ปานกลาง
เกษตรกรมีความเข้าใจในขบวนการผลิต	3.90	0.80	มาก
เกษตรกรปฏิบัติตามข้อบังคับในการผลิตของกลุ่ม	3.80	0.81	มาก

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงาน

กิจกรรมตลาดสีเขียว(ต่อ)

n = 88

รายละเอียด	ค่าสถิติ		แปลความหมาย
	$\bar{x}$	S.D	
3 ประชาชนผู้บริโภค	3.44	0.35	ปานกลาง
เพศ	3.65	0.53	มาก
อายุ	3.60	0.49	มาก
การศึกษา	3.51	0.53	มาก
อาชีพ	2.66	0.69	ปานกลาง
รายได้ของผู้บริโภค	3.22	0.41	ปานกลาง
ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อสินค้า	3.98	0.91	มาก
4 ผลผลิตสินค้าที่นำมาจำหน่าย	3.16	0.48	ปานกลาง
ราคาจำหน่ายสินค้า	2.97	0.44	ปานกลาง
ความหลากหลายสินค้า	3.20	0.75	ปานกลาง
การแปรรูปสินค้า	2.35	0.80	น้อย
ภาชนะบรรจุสินค้า	3.23	0.62	ปานกลาง
ผลผลิตได้รับการรับรองจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	3.48	0.98	ปานกลาง
คุณภาพสินค้าที่จำหน่าย	3.73	0.66	มาก
5 การประชาสัมพันธ์	2.66	0.58	ปานกลาง
การประชาสัมพันธ์ขณะที่จำหน่ายสินค้าบริเวณตลาดนัดสีเขียว เช่น ป้าย สื่อความรู้ เครื่องเสียงประชาสัมพันธ์	2.98	0.61	ปานกลาง
การประชาสัมพันธ์ทั่วไป เช่น วิทยุชุมชน โบว์ชัวร์ ฯลฯ	2.35	0.73	น้อย
6 การสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	2.98	0.87	ปานกลาง
มีส่วนราชการให้การสนับสนุน	2.99	0.66	ปานกลาง
มือปท. ให้การสนับสนุน	2.81	0.69	ปานกลาง
มีกลุ่มเกษตรกรเครือข่ายให้การสนับสนุน	3.18	0.75	ปานกลาง
7 การดำเนินงานของตลาดสีเขียว	3.92	0.94	มาก
สถานที่จำหน่าย	3.74	0.83	มาก
วันที่จำหน่าย	3.44	0.97	ปานกลาง
ช่วงเวลาที่จำหน่าย	3.82	1.13	มาก
จำนวนครั้งในการจำหน่ายต่อสัปดาห์	3.24	0.94	ปานกลาง
อุปกรณ์ที่ใช้วางจำหน่ายสินค้า	3.73	1.12	มาก

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงาน

กิจกรรมตลาดสีเขียว(ต่อ)

n = 88

รายละเอียด	ค่าสถิติ		แปลความหมาย
	$\bar{x}$	S.D	
มีเครื่องแต่งกายที่เหมาะสม	3.61	0.78	มาก
มีการคมนาคมสะดวกจากจุดที่ผลิตไปจุดจำหน่าย	4.10	0.94	มาก
ระยะทางจากจุดที่ผลิตไปจุดจำหน่ายไม่ไกลเกินไป	3.81	0.96	มาก
มีรถขนส่งสินค้าไปจำหน่ายอย่างสะดวก	4.01	1.01	มาก

3. ข้อมูลพื้นฐานของประชาชนที่บริโภคสินค้าในตลาดสีเขียว

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากร้อยละ 80.9 เป็นเพศหญิง ร้อยละ 19.1 เป็นเพศชาย ร้อยละ 63.0 มีอายุมากกว่า 40 ปี อายุเฉลี่ย 42.5 ปี การศึกษาส่วนมากร้อยละ 24.9 เรียนจบปริญญาตรีหรือสูงกว่า รองลงมา มัธยมศึกษาตอนปลาย ประถมศึกษาปลาย ประถมศึกษาต้น มัธยมศึกษาตอนต้น และอนุปริญญา ร้อยละ 20.8 19.1 16.2 10.4 และ 8.7 ตามลำดับ ร้อยละ 42.2 มีอาชีพทำการเกษตร รองลง รับราชการ ค้าขาย และ นักศึกษา ร้อยละ 26.6 16.8 และ 14.4 ตามลำดับ ร้อยละ 48.0 มาซื้อสินค้าในตลาดสีเขียว 3-4 ครั้งต่อเดือน รองลงมา 1-2 ครั้ง และ มากกว่า 4 ครั้ง ร้อยละ 34.7 และ 17.3 ตามลำดับ เฉลี่ยมาซื้อสินค้าในตลาดสีเขียว 3.5 ครั้งต่อเดือน ดังแสดงในตารางที่ 3

ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าประชาชนที่มามีเลือกซื้อสินค้าในตลาดสีเขียวส่วนมากเป็นผู้หญิงมีหลายอาชีพตั้งแต่ ทำการเกษตร รับราชการ ค้าขาย และ นักศึกษา เมื่อคู่สัดส่วนแล้ว จะเห็นว่ากลุ่มอาชีพอื่นๆที่ไม่ได้ทำการเกษตร มีจำนวนที่สูงมาก เนื่องจากต้องการสินค้าที่ปลอดภัยมาบริโภค ในส่วนของการซื้อสินค้านั้น ตลาดสีเขียวส่วนมากจะเปิดจำหน่ายผลผลิตสัปดาห์ละ 1 ครั้ง เนื่องจากผลผลิตของกลุ่มเกษตรกรมีไม่มากไม่สามารถเปิดจำหน่ายได้ทุกวัน จึงทำให้ประชาชนที่รักสุขภาพ มาซื้อสินค้าในตลาดสีเขียวเกือบทุกวันที่เปิดตลาด

4. ความพึงพอใจของประชาชนต่อตลาดสีเขียว

ความพึงพอใจของประชาชนต่อตลาดสีเขียว แบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ 1) การบริหารจัดการตลาดสีเขียว 2) ผู้นำสินค้าไปจำหน่ายในตลาดสีเขียว และ 3) ผลผลิตที่นำไปจำหน่าย โดยมีรายละเอียดดังนี้

4.1 การบริหารจัดการตลาดสีเขียว

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อตลาดสีเขียวด้านการบริหารจัดการตลาดสีเขียว ในระดับมาก ประเด็น ช่วงเวลาที่จำหน่ายสินค้า $\bar{x} = 3.96$ สถานที่จำหน่าย $\bar{x} = 3.92$ ระยะเวลาที่จำหน่าย $\bar{x} = 3.90$ วันที่จำหน่าย $\bar{x} = 3.51$ ในระดับปานกลาง ประเด็น อุปกรณ์วางจำหน่ายสินค้า $\bar{x} = 3.47$ จำนวนครั้งในการจำหน่ายต่อสัปดาห์ $\bar{x} = 2.94$ มีสื่อประชาสัมพันธ์สร้างความเข้าใจต่อลูกค้า $\bar{x} = 2.84$ โดยรวมแล้วมีความพึงพอใจต่อการบริหารจัดการตลาดสีเขียว ในระดับปานกลาง $\bar{x} = 3.48$

4.2 ผู้นำสินค้าไปจำหน่ายในตลาดสีเขียว

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อตลาดสีเขียวด้านผู้นำสินค้าไปจำหน่ายในตลาดสีเขียว ในระดับมาก ประเด็น มีการพูดจาประชาสัมพันธ์ที่ดี $\bar{X}=3.66$ มีเครื่องแต่งกายที่เหมาะสม $\bar{X}=3.56$ โดยรวมแล้วมีความพึงพอใจต่อผู้นำสินค้าไปจำหน่ายในตลาดสีเขียว ในระดับมาก $\bar{X}=3.60$

4.3 ผลผลิตที่นำไปจำหน่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อตลาดสีเขียวด้านผลผลิตที่นำไปจำหน่าย ในระดับมาก ประเด็น คุณภาพสินค้าของอาหารตามธรรมชาติ $\bar{X}=3.97$ พืช $\bar{X}=3.79$ เนื้อไก่ $\bar{X}=3.72$ ปลา $\bar{X}=3.62$ ไข่ไก่ $\bar{X}=3.61$ เนื้อสุกร $\bar{X}=3.57$ ไข่เป็ด $\bar{X}=3.52$ ในระดับปานกลาง ประเด็นภาชนะบรรจุภัณฑ์สินค้า $\bar{X}=3.41$ ความหลากหลายของสินค้า $\bar{X}=3.23$ คุณภาพเนื้อเป็ด $\bar{X}=3.22$ ผลผลิตได้รับการรับรองจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง $\bar{X}=3.12$ ราคาสินค้าที่จำหน่าย $\bar{X}=3.05$ การแปรรูปสินค้า $\bar{X}=2.78$ โดยรวมแล้วมีความพึงพอใจต่อผลผลิตที่นำไปจำหน่ายในตลาดสีเขียว ในระดับปานกลาง $\bar{X}=3.39$ ดังแสดงในตารางที่ 4

ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าประชาชนที่บริโภคสินค้า มีความพึงพอใจต่อผู้นำสินค้าไปจำหน่ายในระดับมาก รองลงมามีความพึงพอใจต่อผลผลิต และการบริหารจัดการตลาดสีเขียว ภาพรวมแล้วมีความพึงพอใจต่อตลาดสีเขียวในระดับปานกลาง $\bar{X}=3.49$ แสดงให้เห็นว่าผู้นำผลผลิตไปจำหน่ายในตลาดสีเขียวมีการแต่งกายที่เหมาะสม มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ในส่วนของการบริหารจัดการตลาด ประเด็นที่ประชาชนมีความพึงพอใจน้อย ได้แก่ จำนวนครั้งในการจำหน่ายผลผลิต และการประชาสัมพันธ์ โดยมีความต้องการให้เปิดจำหน่ายผลผลิตมากกว่า 1 ครั้งต่อสัปดาห์ และจัดทำที่วางสินค้าให้เหมาะสมมีผ้าพลาสติกรองก้นวางสินค้า พร้อมให้มีการประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภคทราบถึงความปลอดภัยในการเลือกซื้อสินค้า มีสื่อที่แสดงให้เห็นถึงการผลิตด้านต่างๆทั้งพืช ปลา และสัตว์ สำหรับความพึงพอใจต่อผลผลิตนั้น ประชาชนมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของผลผลิตในระดับมาก แต่ต้องการให้เพิ่มความหลากหลายของชนิดสินค้า และ มีการแปรรูปสินค้ามาจำหน่ายเพิ่มมากขึ้น ตลอดจนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะต้องให้การรับรองผลผลิตที่ออกมาจำหน่าย จะสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคเพิ่มมากขึ้น สร้างรายได้ที่ยั่งยืนให้แก่เกษตรกร

5 เปรียบเทียบความพึงพอใจของประชาชนที่บริโภคสินค้าในตลาดสีเขียว

เปรียบเทียบความพึงพอใจของประชาชนต่อตลาดสีเขียว แบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ 1) การบริหารจัดการตลาดสีเขียว 2) ผู้นำสินค้าไปจำหน่ายในตลาดสีเขียว และ 3) ผลผลิตที่นำไปจำหน่าย โดยมีรายละเอียดดังนี้

1 การบริหารจัดการตลาดสีเขียว

ประชาชนมีความพึงพอใจต่อการบริหารจัดการตลาดสีเขียวของจังหวัดสุรินทร์และร้อยเอ็ด ในระดับที่เท่ากัน $\bar{X}=3.48$ รองลงมา จังหวัดอำนาจเจริญ $\bar{X}=3.35$ และยโสธร $\bar{X}=2.86$ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ($P<0.05$)

2 ผู้นำสินค้าไปจำหน่ายในตลาดสีเขียว

ประชาชนมีความพึงพอใจต่อผู้นำสินค้าไปจำหน่ายในตลาดสีเขียว ของจังหวัดร้อยเอ็ด $\bar{X}=3.79$

รองลงมา จังหวัดสุรินทร์ $\bar{X} = 3.68$ อำนาจเจริญ $\bar{X} = 3.50$ และยโสธร $\bar{X} = 3.34$ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ($P < 0.05$)

3 ผลผลิตที่นำไปจำหน่าย

ประชาชนมีความพึงพอใจต่อผลผลิตที่นำไปจำหน่ายตลาดสีเขียวของจังหวัดสุรินทร์ $\bar{X} = 3.73$ รองลงมา จังหวัดร้อยเอ็ด $\bar{X} = 3.57$ อำนาจเจริญ $\bar{X} = 3.27$ และยโสธร $\bar{X} = 2.74$ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ($P < 0.05$) ดังแสดงในตารางที่ 5

ผลการศึกษา ประชาชนมีความพึงพอใจมากต่อตลาดสีเขียวจังหวัดสุรินทร์และร้อยเอ็ด เนื่องจากตลาดสีเขียวจังหวัดสุรินทร์ เป็นตลาดที่เปิดจำหน่ายในระดับจังหวัดแห่งแรกของพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง โดยมีส่วนราชการบูรณาการให้การสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง ได้มีการจำหน่ายผลผลิตในช่วงเช้าของวันเสาร์ทุกสัปดาห์บริเวณหน้าองค์การบริหารส่วนจังหวัด ส่วนราชการทุกส่วนให้ความสำคัญในการส่งเสริมทำเกษตรอินทรีย์ จนเกิดมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ของสุรินทร์ซึ่งนับเป็นจังหวัดเดียวที่กำหนดมาตรฐานของตนเองได้ จึงทำให้ผู้บริโภคให้ความมั่นใจในผลผลิตที่เกษตรกรนำมาจำหน่าย มีเกษตรกรสมาชิกจำนวนมาก ผลผลิตด้านปศุสัตว์ เกษตรกรมีการเลี้ยงไก่ไข่ และ สุกรชีวภาพ(หมูหลุม)จำนวนมาก มีสินค้าออกมาจำหน่ายอย่างต่อเนื่องทุกครั้ง ประชาชนจึงมีความพึงพอใจต่อผลผลิตที่นำมาจำหน่าย

ตลาดสีเขียวจังหวัดร้อยเอ็ด เป็นตลาดที่เปิดจำหน่ายในระดับอำเภอ บริเวณเทศบาลปทุมรัตน์ สมาชิกมีการรวมกลุ่มในการผลิตและจำหน่ายสินค้าเอง หน่วยงานราชการให้การสนับสนุนเป็นบางหน่วยโดยได้แบบอย่างและแนวคิดจากตลาดสีเขียวสุรินทร์ เกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการอยู่ในพื้นที่อำเภอเท่านั้น จึงทำให้มีสมาชิกยังไม่มีมาก ทำให้ผลผลิตที่ออกมาจำหน่ายไม่ต่อเนื่อง แต่กลุ่มสมาชิกดังกล่าวสามารถที่จะกำหนดข้อบังคับในการผลิตและใช้ตรวจสอบการผลิตของสมาชิกเองภายในกลุ่ม เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคได้ในระดับหนึ่ง

ตลาดสีเขียวจังหวัดอำนาจเจริญ เป็นตลาดที่เปิดจำหน่ายในระดับจังหวัด โดยมีส่วนราชการให้การสนับสนุน ได้มีการจำหน่ายผลผลิตในช่วงบ่ายของวันพุธทุกสัปดาห์บริเวณสวนสาธารณะมิ่งมงคล ใจกลางเมืองอำนาจเจริญ ซึ่งเทศบาลเมืองอำนาจเจริญจัดให้เป็นแหล่งพักผ่อนและออกกำลังกายของคน มีซุ้มศาลาที่สวยงามมั่นคง กันแดดกันฝนได้ จำนวน 24 ซุ้ม และใช้เป็นที่จำหน่ายผลผลิตด้วย ถ้าพิจารณาเฉพาะเรื่องสถานที่จำหน่ายจึงมีความเหมาะสมมากกว่าจังหวัดอื่น แต่ผลผลิตที่นำมาจำหน่ายยังไม่มีหลากหลายและต่อเนื่อง

ตลาดสีเขียวจังหวัดยโสธร เป็นตลาดที่เปิดจำหน่ายในระดับจังหวัดและอำเภอ ได้มีการจำหน่ายผลผลิตในช่วงเช้าของวันเสาร์ทุกสัปดาห์บริเวณสถานีขนส่งเก่า และบริเวณโรงพยาบาลอำเภอทรายมูล สมาชิกเกิดการรวมกลุ่มในการผลิตและจำหน่ายมานานแล้ว มีสมาชิกจำนวนมาก ผลผลิตออกจำหน่ายต่อเนื่อง แต่ส่วนราชการยังไม่ให้ความสำคัญทั้งในเรื่องการประชาสัมพันธ์ การพัฒนาสถานที่จำหน่าย จึงทำให้ผู้บริโภคมีความพึงพอใจน้อยกว่าตลาดสีเขียวแห่งอื่น

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละข้อมูลพื้นฐานของประชาชนที่บริโภคสินค้าในตลาดสีเขียว

n = 173

ข้อมูลพื้นฐาน	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	33	19.1
หญิง	140	80.9
2. อายุ		
> 40	109	63.0
≤ 40	64	37.0
(เฉลี่ย 42.5 ปี สูงสุด 69 ปี ต่ำสุด 13 ปี)		
3. การศึกษา		
ประถมศึกษาต้น	28	16.2
ประถมศึกษาปลาย	33	19.1
มัธยมศึกษาตอนต้น	18	10.4
มัธยมศึกษาตอนปลาย	36	20.8
ปวส/อนุปริญญา	15	8.7
ปริญญาตรีหรือสูงกว่า	43	24.9
4. อาชีพหลัก		
ทำการเกษตร	73	42.2
รับราชการ	46	26.6
ค้าขาย	29	16.8
นักศึกษา	25	14.4
5. ซื้อสินค้าตลาดสีเขียวต่อเดือน		
1 - 2 ครั้ง	60	34.7
3 - 4 ครั้ง	83	48.0
มากกว่า 4 ครั้ง	30	17.3
(เฉลี่ย 3.5 ครั้ง สูงสุด 10 ครั้ง ต่ำสุด 1 ครั้ง)		

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจของประชาชนที่บริโภคสินค้าในตลาดสี่แยก

n = 173

รายละเอียด	ค่าสถิติ		แปลความหมาย
	$\bar{x}$	S.D	
1. การบริหารจัดการตลาดสี่แยก	3.48	0.56	ปานกลาง
สถานที่จำหน่าย	3.92	0.92	มาก
วันที่จำหน่าย	3.51	0.70	มาก
ระยะเวลาที่จำหน่าย	3.90	1.03	มาก
ช่วงเวลาที่จำหน่ายสินค้า	3.96	0.98	มาก
จำนวนครั้งในการจำหน่ายต่อสัปดาห์	2.94	0.64	ปานกลาง
อุปกรณ์วางจำหน่ายสินค้า	3.47	0.64	ปานกลาง
มีสื่อประชาสัมพันธ์สร้างความเข้าใจต่อลูกค้า	2.84	0.70	ปานกลาง
2. ผู้นำสินค้าไปจำหน่าย	3.60	0.37	มาก
มีเครื่องแต่งกายที่เหมาะสม	3.56	0.64	มาก
มีการพูดจาประชาสัมพันธ์ที่ดี	3.66	0.47	มาก
3. ผลผลิต	3.39	0.55	ปานกลาง
ราคาผลผลิตที่จำหน่าย	3.05	0.56	ปานกลาง
ภาชนะบรรจุภัณฑ์สินค้า	3.41	0.68	ปานกลาง
การแปรรูปสินค้า	2.78	0.85	ปานกลาง
ผลผลิตได้รับการรับรองจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	3.12	0.68	ปานกลาง
มีความหลากหลายของผลผลิต	3.23	0.63	ปานกลาง
คุณภาพของผลผลิต แยกเป็น			
พืช	3.79	0.91	มาก
ปลา	3.62	0.82	มาก
อาหารตามธรรมชาติ เช่น เห็ด ปู หอย แมลง ฯลฯ	3.97	1.04	มาก
ไข่เป็ด	3.52	0.69	มาก
ไข่ไก่	3.61	0.72	มาก
เนื้อไก่	3.72	1.05	มาก
เนื้อเป็ด	3.22	0.89	ปานกลาง
เนื้อสุกร	3.57	1.24	มาก
ภาพรวมความพึงพอใจของผู้บริโภค ต่อตลาดสี่แยก	3.49	0.43	ปานกลาง

ตารางที่ 5 เปรียบเทียบความพึงพอใจของประชาชนที่บริโภคสินค้าในตลาดสี่แยกจําแนกเป็นรายจังหวัด

n = 173									
รายละเอียด	ร้อยเอ็ด		สุรินทร์		ยโสธร		อำนาจเจริญ		ค่า f
	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D	
1. การบริหารจัดการตลาดสี่แยก	3.48	0.56	3.48	0.56	2.86	0.37	3.35	0.67	65.49*
สถานที่จำหน่าย	4.29	0.58	4.19	0.88	2.86	0.58	4.42	0.60	43.56*
วันที่จำหน่าย	3.98	0.59	3.65	0.66	2.97	0.44	3.19	0.60	24.14*
ระยะเวลาที่จำหน่าย	4.71	0.50	4.26	0.92	2.84	0.55	3.23	0.76	61.66*
ช่วงเวลาที่จำหน่าย (เช้าหรือบ่าย)	4.78	0.42	4.35	0.77	2.76	0.64	3.42	0.50	91.70*
จำนวนครั้งในการจำหน่ายต่อสัปดาห์	2.76	0.75	3.04	0.53	2.92	0.49	3.10	0.70	2.51
อุปกรณ์วางจำหน่ายสินค้า	3.96	0.28	3.68	0.54	2.95	0.52	2.97	0.54	46.43*
มีสื่อประชาสัมพันธ์สร้างความเข้าใจต่อลูกค้า	2.76	0.56	2.88	0.68	2.70	0.57	3.10	0.97	2.18
2. ผู้นำสินค้าไปจำหน่าย	3.79	0.29	3.68	0.32	3.34	0.37	3.50	0.34	15.86*
มีเครื่องแต่งกายที่เหมาะสม	3.92	0.27	3.75	0.54	3.03	0.64	3.29	0.69	23.97*
มีการพูดจาประชาสัมพันธ์ที่ดี	3.67	0.47	3.63	0.48	3.65	0.48	3.70	0.46	0.23
3. ผลผลิต	3.57	0.28	3.73	0.37	2.74	0.34	3.27	0.65	48.38*
ราคาสินค้าที่จำหน่าย	3.06	0.24	3.11	0.45	2.84	0.76	3.19	0.74	2.69*
ภาชนะบรรจุภัณฑ์สินค้า	3.57	0.74	3.63	0.62	3.03	0.37	3.23	0.76	8.38*
การแปรรูปสินค้า	1.67	0.52	3.62	0.78	2.78	0.71	3.06	0.68	32.46*
ผลผลิตได้รับรับรองจากหน่วยงานอื่น	2.76	0.59	3.53	0.67	2.89	0.57	3.32	0.79	6.54*
มีความหลากหลายของสินค้า	3.08	0.76	3.60	0.53	2.95	0.32	3.29	0.69	6.56*
คุณภาพของสินค้า แยกเป็น									
พืช	4.10	0.74	4.30	0.82	3.00	0.33	3.29	0.86	31.27*
ปลา	4.16	0.42	3.95	0.58	2.65	0.63	3.39	0.76	54.57*
อาหารตามธรรมชาติ เช่น เห็ด ปู หอย	4.71	0.58	4.42	0.92	3.03	0.49	3.13	0.81	56.84*
ไข่เป็ด	3.67	0.47	3.73	0.52	3.08	0.83	3.42	0.81	8.94*
ไข่ไก่	3.90	0.42	3.86	0.48	2.92	0.89	3.52	0.68	22.43*
เนื้อไก่	4.37	0.56	4.26	0.85	2.41	0.69	3.29	0.64	70.04*
เนื้อเป็ด	3.53	0.58	3.67	0.64	2.16	0.80	3.19	0.75	40.86*
เนื้อสุกร	3.86	0.46	4.68	0.57	1.86	0.95	3.13	0.81	131.26*
ภาพรวมความพึงพอใจ ต่อตลาดสี่แยก	3.75	0.17	3.71	0.32	2.98	0.27	3.31	0.40	64.60*

หมายเหตุ * แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ($P < 0.05$)

5.1 เปรียบเทียบความพึงพอใจของประชาชนที่บริโภคสินค้าในตลาดสีเขียวจำแนกตามเพศ

ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของประชาชนที่บริโภคสินค้าในตลาดสีเขียวจำแนกตามเพศ พบว่า เพศแตกต่างกัน ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อตลาดสีเขียวด้านผลผลิตในประเด็นคุณภาพของผลผลิตจากปลา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ($P < 0.05$) โดยพบว่า เพศชาย มีความพึงพอใจ มากกว่าเพศหญิง ดังแสดงใน ภาพผนวกตารางที่ 1

ผลการศึกษาครั้งนี้ พบว่าเพศชายมีความพึงพอใจคุณภาพของผลผลิตจากปลา มากกว่าเพศหญิง ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะว่า ปลาที่นำมาจำหน่ายนั้นส่วนมากเกษตรกรจะหาปลาจากธรรมชาติในนาข้าว บ่อน้ำธรรมชาติ และบ่อเลี้ยงของเกษตรกรเอง ตามลำดับ ซึ่งเพศชายชอบที่จะหาปลาธรรมชาติเพื่อประกอบเป็นอาหารอยู่แล้ว การที่ ตลาดสีเขียวมีปลาจำหน่าย จึงมีความพึงพอใจมากกว่า

5.2 เปรียบเทียบความพึงพอใจ ของประชาชนที่บริโภคสินค้าในตลาดสีเขียวจำแนกตามระดับ การศึกษา

ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของประชาชนที่บริโภคสินค้าในตลาดสีเขียวจำแนกตามระดับ การศึกษา พบว่า กลุ่มระดับการศึกษาแตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อตลาดสีเขียวด้านผลผลิตที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ($P < 0.05$) โดยพบว่า กลุ่มที่มีการศึกษาสูงกว่าประถมศึกษา มีความพึงพอใจ มากกว่า กลุ่มที่มีการศึกษาในระดับประถมศึกษา ดังแสดงใน ภาพผนวกตารางที่ 2

ผลการศึกษาครั้งนี้ พบว่ากลุ่มการศึกษาที่สูงกว่าประถมศึกษา มีความพึงพอใจด้านผลผลิต มากกว่า กลุ่มที่มีการศึกษาในระดับประถมศึกษา ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะว่า กลุ่มการศึกษาที่สูงกว่าประถมศึกษาอาจเป็นกลุ่มที่ ได้รับข่าวสารผ่านทางสื่อต่างๆ ในการเลือกซื้อสินค้า จึงให้ความสำคัญต่อคุณภาพของผลผลิต เพื่อความปลอดภัย ของตนเอง

5.3 เปรียบเทียบความพึงพอใจของประชาชนที่บริโภคสินค้าในตลาดสีเขียว จำแนกตามระดับอายุ

ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของประชาชนที่บริโภคสินค้าในตลาดสีเขียวจำแนกตามระดับอายุ พบว่า กลุ่มอายุแตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อตลาดสีเขียวด้านการบริหารจัดการตลาดและผลผลิต ใน ประเด็น สถานที่จำหน่าย ระยะเวลาที่จำหน่าย จำนวนครั้งในการจำหน่ายต่อสัปดาห์ และความหลากหลายของ สินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ($P < 0.05$) ดังแสดงใน ภาพผนวกตารางที่ 3

ผลการศึกษาครั้งนี้ พบว่ากลุ่มอายุมากกว่า 40 ปี มีความพึงพอใจด้านการบริหารจัดการตลาดและ ผลผลิต แตกต่างกับกลุ่มที่มีอายุน้อยกว่า 40 ปี ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะกลุ่มอายุที่แตกต่างกันจะให้ความสำคัญต่อ ตลาดสีเขียวในประเด็นที่ต่างกัน โดยกลุ่มอายุน้อยกว่า 40 ปี จะให้ความสำคัญในประเด็นความหลากหลายสินค้า และจำนวนครั้งในการจำหน่ายต่อสัปดาห์ และกลุ่มอายุมากกว่า 40 ปี จะให้ความสำคัญในประเด็นสถานที่จำหน่าย และ ระยะเวลาที่จำหน่าย

5.4 เปรียบเทียบความพึงพอใจ ของประชาชนที่บริโภคสินค้าในตลาดสีเขียวจำแนกตามอาชีพ

ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของประชาชนที่บริโภคสินค้าในตลาดสีเขียวจำแนกตามกลุ่มอาชีพ พบว่า กลุ่มอาชีพแตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อตลาดสีเขียวด้านการบริหารจัดการตลาดและผลผลิต ใน ประเด็น จำนวนครั้งในการจำหน่ายต่อสัปดาห์ ผลผลิตได้รับการรับรองจากหน่วยงาน ความหลากหลายของสินค้า

คุณภาพของผลผลิตปลา ไข่เปิด ไข่ไก่ เนื้อไก่ เนื้อเป็ด และเนื้อสุกร ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ($P < 0.05$) ดังแสดงใน ภาคผนวกตารางที่ 4

ผลการศึกษาครั้งนี้ พบว่ากลุ่มอาชีพข้าราชการ มีความพึงพอใจด้านการบริหารจัดการตลาดและผลผลิต แตกต่างกับกลุ่มไม่ได้รับราชการ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะกลุ่มรับราชการ จะให้ความสำคัญกับคุณภาพของอาหารปลอดภัยเพื่อสุขภาพของตนเองที่มากกว่า

6. ปัญหา อุปสรรคในการผลิตสินค้าปลอดภัยและการจำหน่ายผลผลิตในตลาดสีเขียว

จากการศึกษาปัญหาอุปสรรคในการผลิตสินค้าปลอดภัยและการจำหน่ายผลผลิตในตลาดสีเขียว สามารถสรุปปัญหาอุปสรรค ออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ การผลิต การจำหน่าย และการบริหารจัดการตลาด พบว่าเกษตรกรมีปัญหาเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้

6.1 เกษตรกรร้อยละ 70.6 ขาดความรู้เรื่องการแปรรูปสินค้าเพื่อเพิ่มมูลค่า เช่น การทำอาหารสำเร็จรูป เนื้อแดดเดียว แหนม ไส้กรอก เป็นต้น

6.2 เกษตรกรร้อยละ 58.5 ขาดความรู้ความเข้าใจในการผลิตเกษตรอินทรีย์และปศุสัตว์อินทรีย์ รวมทั้งไม่ปฏิบัติตามเกณฑ์ข้อบังคับการผลิต

6.3 เกษตรกรร้อยละ 46.8 ไม่สามารถเพิ่มกำลังในการผลิตสินค้าปศุสัตว์ได้มาก เนื่องจากขาดแคลนอาหารสัตว์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานอินทรีย์

6.4 เกษตรกรร้อยละ 45.6 เห็นว่าสถานที่จำหน่ายเป็นตลาดเคลื่อนที่ เมื่อจำหน่ายเสร็จแล้วก็เก็บอุปกรณ์กลับด้วย จึงไม่สะดวกในการจำหน่าย โดยเฉพาะในช่วงฤดูฝน

6.5 เกษตรกรร้อยละ 42.8 เห็นว่าระยะทางจากกลุ่มผลิตถึงสถานที่จำหน่ายทำให้มีต้นทุนค่าขนส่งมากขึ้น

6.6 เกษตรกรร้อยละ 39.7 เห็นว่า เกษตรกรส่วนมากจะผลิตสินค้าแบบเดียวกันทำให้ไม่มีความหลากหลายของผลผลิตจึงไม่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างเต็มที่

6.7 เกษตรกรร้อยละ 29.9 เห็นว่า ตลาดสีเขียวขาดการประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภคทราบถึงการจำหน่ายผลผลิตปลอดภัยและสื่อแสดงให้เห็นการผลิตของเกษตรกร