

## บทคัดย่อ

ระบบการรับรองเกษตรอินทรีย์แบบมีส่วนร่วม (PGS) ถูกพัฒนาขึ้นมาเพื่อลดต้นทุนและเงื่อนไขของการรับรองมาตรฐานโดยบุคคลที่สามที่สร้างข้อจำกัดในการขอรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ให้กับเกษตรกรรายย่อย การศึกษานี้มุ่งเน้นวิเคราะห์ความพึงพอใจและความเต็มใจจะจ่ายของผู้บริโภคต่อผักสดที่มีฉลาก PGS ในพื้นที่จังหวัดนครปฐมซึ่งเป็นตัวแทนตลาดท้องถิ่น เนื่องจากมีเครือข่าย PGS และกรุงเทพมหานครซึ่งเป็นตลาดเมือง ผลการศึกษาด้วยวิธีการทดลองทางเลือก โดยใช้ผักกาดขาวปลีสดเป็นตัวแทนผักสดในการศึกษา พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจและเต็มใจจะจ่ายส่วนเพิ่มหากผักกาดขาวปลีสดมีฉลากรับรองว่าปลอดภัยหรือเป็นเกษตรอินทรีย์ และให้ความสำคัญมากกับความสดของผัก เมื่อเปรียบเทียบระหว่างตลาดท้องถิ่นและตลาดเมือง ความเต็มใจจะจ่ายของผู้บริโภคในนครปฐมที่มีต่อฉลาก PGS สูงกว่าผู้บริโภคในกรุงเทพฯ โดยที่ตลาดสีเขียวเป็นแหล่งจำหน่ายที่มีโอกาสทางการตลาดมากที่สุด ยิ่งไปกว่านั้นผู้ที่มีความถี่สูงในการซื้อผักจากแหล่งจำหน่ายผักปลอดภัยโดยเฉพาะจะมีความเต็มใจจะจ่ายส่วนเพิ่มสูงขึ้นด้วย นอกจากนี้ผลสำรวจยังพบว่า การรับรู้และเข้าใจความหมายของฉลาก PGS ยังมีน้อย อีกทั้งความเชื่อมั่นต่อการรับรองตามมาตรฐานของภาครัฐสูงกว่าขององค์กรเอกชนในประเทศชี้ให้เห็นว่า PGS มีโอกาสในตลาดท้องถิ่นมากกว่าตลาดในเมือง การขยายไปตลาดกรุงเทพฯ มีความท้าทายสูงที่จะได้รับการสนับสนุนจากผู้บริโภค แหล่งจำหน่ายที่เป็นโอกาสคือตลาดสีเขียว โดยเฉพาะกลุ่มผู้บริโภคที่ซื้อผักปลอดภัยเป็นประจำ และควรมีการสื่อสารการตลาดกับผู้บริโภคมากขึ้น รวมถึงการสนับสนุนจากภาครัฐจะช่วยสร้างความเชื่อมั่นต่อ PGS ให้กับผู้บริโภค

## **Abstract**

Participatory guarantee systems (PGS) are developed to reduce costs and requirements of third-party certification that can constrain smallholder farmers to apply for the organic certification. This study aimed to investigate consumers' preferences and willingness to pay for the PGS label and other labels on fresh produce. The study was done in two provinces; Nakhon Pathom, where there was a network of the PGS and representing a local market, and Bangkok, representing an urban market. A choice experiment (CE) on Chinese cabbage, as an example for fresh produce, was employed. The results showed that consumers preferred and were willing to pay more for organic and food safety labels, also paid attention to the freshness of the produce. When comparing between local and urban market, it was seen that consumers in Nakhon Pathom were willing to pay more for the PGS label than those in Bangkok. Green market was the main channel to expand the PGS products to consumers. Moreover, consumers who had high frequency of buying vegetables from food safety outlets were willing to pay more for the PGS label. However, few consumers understood and were aware of the PGS label. The trust on government labels was higher than labels from domestic private institutions. Results indicate that PGS is more practical in local market than urban market. The expansion of the PGS product to urban market is yet challenging. However, it can be possible for example, expanding the PGS products to green market and creating marketing communications regarding the PGS label to consumers. Furthermore, government support on the PGS label will build trust among consumers.