



ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและพยากรณ์ทางการเกษตร (แม่โจ้โพลล์) ได้สำรวจความคิดเห็นของประชาชนทั่วประเทศ จำนวนทั้งสิ้น 1,591 ราย ระหว่างวันที่ 24 มิถุนายน – 8 กรกฎาคม 2564 ในหัวข้อ **โควิด-19 กับตลาดสินค้าเกษตรยุคดิจิทัล** มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจความสนใจของประชาชนทั่วประเทศต่อการซื้อสินค้าเกษตรผ่านระบบออนไลน์ภายใต้

สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 จากการสำรวจพบว่าประชาชนส่วนใหญ่ **ร้อยละ 70.58 ไม่เคยซื้อสินค้าเกษตรผ่านระบบออนไลน์** โดยให้เหตุผลว่า **เนื่องจาก** สามารถใช้จ่ายเลือกซื้อสินค้าเองที่ตลาดสดและร้านค้าสะดวกซื้อได้ตามปกติ มากที่สุด (ร้อยละ 50.65) **รองลงมา ได้แก่** ไม่สนใจซื้อสินค้าเกษตรผ่านทางระบบออนไลน์และใช้สื่อออนไลน์ไม่เป็น (ร้อยละ 22.21) กังวลและไม่มั่นใจในคุณภาพสินค้า (ร้อยละ 16.54) เพาะปลูกพืชผักไว้บริโภคเอง (ร้อยละ 5.17) การแปรรูปสินค้าบกพร่องและการขนส่งสินค้าที่ล่าช้า (ร้อยละ 3.36) และ ราคาในตลาดออนไลน์สูงกว่าท้องตลาดทั่วไป (ร้อยละ 2.07) **มีประชาชนร้อยละ 29.42 ที่เคยซื้อสินค้าเกษตรแบบออนไลน์** โดยสินค้าที่ประชาชนนิยมซื้อ **มากที่สุด** คือ ผักผลไม้ เช่น ผักกาด ผักสลัด อะโวคาโด ทูเรียน มะม่วง (ร้อยละ 50.21) **รองลงมา ได้แก่** สินค้าเกษตร เช่น ต้นไม้ เมล็ดพันธุ์ ปุ๋ย อุปกรณ์การเกษตร (ร้อยละ 44.95) สินค้าเกษตรแปรรูป เช่น เนื้อสัตว์ ทูเรียนทอด น้ำพริก (ร้อยละ 41.00) สินค้าประมงแปรรูป เช่น กุ้งแห้ง กะปิ หมึกแห้ง ร้อยละ (21.71) และ ธัญพืชและข้าว เช่น ถั่วชนิดต่างๆ ข้าวกล้อง (ร้อยละ 16.44) **โดยช่องทางที่ประชาชนใช้เลือกซื้อสินค้าเกษตรผ่านตลาดออนไลน์ คือ มากที่สุดคือ** ทางสื่อสังคมออนไลน์เฟสบุ๊ก (Facebook) (ร้อยละ 88.39) **รองลงมาได้แก่** การสั่งซื้อทางเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันของแบรนด์สินค้าโดยตรง เช่น Lotus, Big-C, Tops, 7-11 (ร้อยละ 60.70) การสั่งซื้อทางแอปพลิเคชันไลน์ (Line) (ร้อยละ 53.86) การสั่งซื้อทางมาร์เก็ตเพลส เช่น ลาซาด้า (Lazada) ช้อปปี้ (Shopee) (ร้อยละ 52.14) การสั่งซื้อทางแอปพลิเคชันอินสตาแกรม (Instagram) (ร้อยละ 15.61) และ การสั่งซื้อทางแอปพลิเคชันทวิตเตอร์ (Twitter) (ร้อยละ 3.69) **ทั้งนี้ประชาชนพบปัญหาและอุปสรรคต่อการซื้อสินค้าเกษตรผ่านตลาดออนไลน์ 1) ราคาสินค้าที่สูงกว่าราคาท้องตลาดทั่วไป และ 2) การขนส่งสินค้าที่ล่าช้าทำให้สินค้าเกิดความเสียหาย โดยประชาชนทั่วไปมีข้อเสนอแนะในการปรับปรุงการขายสินค้าเกษตรผ่านตลาดออนไลน์ 1) คุณภาพของสินค้าควรตรงตามที่โฆษณา 2) ควรจัดโปรโมชั่นของสินค้าที่ขายบนสื่อออนไลน์ 3) ร้านค้าควรมีความรับผิดชอบและไม่หลอกลวงผู้บริโภค และ 4) ควรมีการโฆษณาสินค้าเพื่อเพิ่มช่องทางให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงได้มากขึ้น**

การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ในประเทศไทยตั้งแต่ปลายปี 2562 ส่งผลกระทบต่อภาคเศรษฐกิจและวิถีชีวิตของประชาชนเป็นวงกว้าง ในหลายๆ ธุรกิจมีการชะลอตัวและปิดตัวลง ส่งผลกระทบต่อการจ้างงานและเศรษฐกิจในภาพรวมเป็นอย่างมาก ขณะเดียวกันในด้านของธุรกิจการขายออนไลน์สามารถเติบโตได้มากในปัจจุบัน การขายสินค้าในระบบออนไลน์นั้นถือว่าเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่จะช่วยให้ร้านค้าสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น แต่อย่างไรก็ตามจากสภาพสินค้าที่มีลักษณะเฉพาะของสินค้าเกษตรทำให้ผลการสำรวจพบว่าผู้ใช้บริการซื้อสินค้าเกษตรผ่านระบบออนไลน์ไม่มากนักเนื่องจากผู้บริโภคมักพบเจอปัญหาในคุณภาพของสินค้าที่มักเกิดความเสียหายจากการขนส่งที่ล่าช้าหรือคุณภาพของสินค้าที่ไม่ตรงตามคุณลักษณะที่ร้านค้าหรือผู้ขายได้ระบุไว้ จึงควรมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องคอยตรวจสอบคุณภาพของสินค้า และ มีการรับรองในคุณภาพของสินค้าจากผู้ขายไปจนถึงมือผู้บริโภคเพื่อสร้างความมั่นใจในคุณภาพของสินค้าให้แก่ผู้บริโภคต่อไปในอนาคต



**ตลาดเกษตรออนไลน์ยังไม่พุ่ง คนไทยร้อยละ 70.58 บอกยังไม่เคยซื้อ
เหตุ ยังสามารถเลือกซื้อได้ตามปกติและไม่มั่นใจในคุณภาพของสินค้า**

1.พฤติกรรมการซื้อสินค้าเกษตรในตลาดออนไลน์ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 (พฤษภาคม - มิถุนายน 2564)

1.1 เคยซื้อ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) ร้อยละ 29.42

ได้แก่ ผักและผลไม้ (ทุเรียน มะม่วง อะโวคาโด และ ผักสลัด)	ร้อยละ 50.21
สินค้าเกษตร (ต้นไม้ เมล็ดพันธุ์)	ร้อยละ 44.95
สินค้าเกษตรแปรรูป (เนื้อสัตว์ ทุเรียนทอด น้ำพริก)	ร้อยละ 41.00
สินค้าประมงแปรรูป (กุ้งแห้ง กะปิ)	ร้อยละ 21.71
ธัญพืชและข้าว (ถั่วชนิดต่างๆ ข้าวกล้อง)	ร้อยละ 16.44

1.2 ไม่เคยซื้อ ร้อยละ 70.58

โดยให้เหตุผลว่า

สามารถเลือกซื้อที่ตลาดสดและร้านค้าสะดวกซื้อได้ตามปกติ	ร้อยละ 50.65
ไม่สนใจซื้อสินค้าเกษตรผ่านทางระบบออนไลน์	ร้อยละ 22.21
และใช้สื่อออนไลน์ไม่เป็น	
กังวลและไม่มั่นใจในคุณภาพสินค้า	ร้อยละ 16.54
เพาะปลูกพืชผักไว้บริโภคเอง	ร้อยละ 5.17
การแปรรูปสินค้าบกพร่องจากการขนส่งและสินค้าที่ล่าช้า	ร้อยละ 3.36
ราคาในตลาดออนไลน์สูงกว่าท้องตลาดทั่วไป	ร้อยละ 2.07

2.ช่องทางที่เลือกซื้อสินค้าเกษตรในออนไลน์ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ได้แก่ เพจหรือกลุ่มในสื่อสังคมออนไลน์ (Facebook)	ร้อยละ 88.39
แบรนด์สินค้าโดยตรง เช่น Lotus, Big-C, Tops, 7-11	ร้อยละ 60.70
ไลน์ (Line)	ร้อยละ 53.86
Lazada, Shopee	ร้อยละ 52.14
อินสตาแกรม (Instagram)	ร้อยละ 15.61
ทวิตเตอร์ (Twitter)	ร้อยละ 3.69

3. ปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะต่อการซื้อ - ขายสินค้าเกษตรผ่านตลาดออนไลน์ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19

ปัญหาอุปสรรค

- 1) ราคาสินค้าสูงกว่าราคาท้องตลาดทั่วไป
- 2) การขนส่งที่ล่าช้าทำให้สินค้าเกิดความเสียหาย

ข้อเสนอแนะ

- 1) คุณภาพของสินค้าควรตรงตามที่โฆษณา
- 2) ควรจัดโปรโมชั่นของสินค้าที่ขายบนสื่อออนไลน์
- 3) ร้านค้าควรมีความรับผิดชอบและไม่หลอกลวงผู้บริโภค
- 4) ควรมีการโฆษณาสินค้าเพื่อเพิ่มช่องทางให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงได้มากขึ้น

ข้อมูลทั่วไปผู้ตอบแบบสอบถาม

1. ภาค

- | | |
|------------------------|-------------------------------------|
| 1.1 เหนือ ร้อยละ 22.01 | 1.2 ตะวันออกเฉียงเหนือ ร้อยละ 20.17 |
| 1.3 กลาง ร้อยละ 37.02 | 1.4 ใต้ ร้อยละ 20.80 |

2. เพศ

- | | |
|-----------------|--------------|
| 2.1 เพศชาย | ร้อยละ 39.51 |
| 2.2 เพศหญิง | ร้อยละ 58.58 |
| 2.3 เพศทางเลือก | ร้อยละ 2.91 |

3. อายุ

- | | | | |
|----------------------|--------------|-----------------------|--------------|
| 3.1 ไม่เกิน 20 ปี | ร้อยละ 14.20 | 3.2 ระหว่าง 21-30 ปี | ร้อยละ 32.17 |
| 3.3 ระหว่าง 31-40 ปี | ร้อยละ 25.94 | 3.4 ระหว่าง 41-50 ปี | ร้อยละ 15.95 |
| 3.5 ระหว่าง 51-60 ปี | ร้อยละ 9.86 | 3.6 อายุ 61 ปี ขึ้นไป | ร้อยละ 1.88 |
- (อายุเฉลี่ย 33 ปี ต่ำสุด 15 ปี และสูงสุด 70 ปี)

4. ระดับการศึกษา

- | | | | |
|----------------------|--------------|----------------|--------------|
| 4.1 ประถมศึกษา | ร้อยละ 6.19 | 4.2 มัธยมศึกษา | ร้อยละ 17.10 |
| 4.3 ปวช./ปวส. | ร้อยละ 29.23 | 4.4 ปริญญาตรี | ร้อยละ 39.29 |
| 4.5 สูงกว่าปริญญาตรี | ร้อยละ 8.13 | 4.6 อื่นๆ | ร้อยละ 0.06 |

5. อาชีพ

- | | |
|--------------------------|--------------|
| 5.1 รับราชการ/พนักงานรัฐ | ร้อยละ 19.90 |
| 5.2 พนักงานเอกชน/รับจ้าง | ร้อยละ 31.67 |
| 5.3 เกษตรกร | ร้อยละ 12.48 |
| 5.4 ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย | ร้อยละ 15.92 |
| 5.5 นักเรียน/นักศึกษา | ร้อยละ 19.07 |
| 5.6 อื่นๆ | ร้อยละ 0.96 |

6. ระดับรายได้ต่อเดือน

5.1 ไม่เกิน 20,000 บาท	ร้อยละ 70.54
5.2 ระหว่าง 20,001 – 30,000 บาท	ร้อยละ 18.76
5.3 ระหว่าง 30,001 – 40,000 บาท	ร้อยละ 6.06
5.4 ระหว่าง 40,001 – 50,000 บาท	ร้อยละ 1.87
5.5 มากกว่า 50,000 บาท ขึ้นไป	ร้อยละ 2.77