

## บทที่ 5

### ข้อมูลลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคม ทักษะและความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง

จากการรวบรวมข้อมูลภาคสนาม โดยการสัมภาษณ์ตัวแทนครัวเรือนผู้บริโภครวม 394 ครัวเรือน ในจังหวัดเชียงใหม่จำนวน 394 ครัวเรือน ทำให้ทราบถึงสภาพทั่วไปทางเศรษฐกิจและสังคมของกลุ่มตัวอย่าง พฤติกรรมการบริโภคผลไม้ พฤติกรรมการบริโภคและซื้อส้มเขียวหวาน ความตระหนักที่มีต่อความปลอดภัยในอาหารของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภค ทักษะเกี่ยวกับสารเคมีตกค้างและความรู้สึกที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อส้มเขียวหวานของกลุ่มตัวอย่าง โดยผลการศึกษาในประเด็นต่างๆ เป็นดังนี้

#### 5.1 สภาพทั่วไปทางเศรษฐกิจและสังคมของกลุ่มตัวอย่าง

จากการสัมภาษณ์ตัวแทนครัวเรือนผู้บริโภครวม 394 ครัวเรือน ในจังหวัดเชียงใหม่จำนวน 394 ครัวเรือน ทั้งหมดเป็นผู้ที่เคยซื้อหรือรับประทานส้มเขียวหวาน โดยร้อยละ 90.86 เป็นผู้ที่มีหน้าที่ในการซื้อสินค้ามาอุปโภค บริโภคหรือประกอบอาหาร เป็นประจำในครัวเรือน โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง 346 ราย (ร้อยละ 87.82) สถานะภาพในครัวเรือนของกลุ่มตัวอย่างนั้น ร้อยละ 33.50 ทำหน้าที่เป็นหัวหน้าครัวเรือน และ ร้อยละ 46.70 เป็นคู่สมรสของหัวหน้าครัวเรือน อายุของกลุ่มตัวอย่างเฉลี่ย คือ 46.84 ปี โดยส่วนใหญ่ (ร้อยละ 28.93) มีอายุอยู่ระหว่าง 41-50 ปี รองลงมา 51-60 ปี และ 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 22.34 และ 21.07 ตามลำดับ ระดับการศึกษาส่วนใหญ่ของผู้บริโภคตัวอย่างนั้นอยู่ในระดับประถมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 42.89 ของตัวอย่างทั้งหมด รองลงมา คือ ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น มัธยมศึกษาตอนปลายหรือปวช. และปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 18.27 15.23 และ 14.47 ตามลำดับ จำนวนปีที่ได้รับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างเฉลี่ย คือ 8.66 ปี กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ (ร้อยละ 31.47) ประกอบอาชีพด้านการค้าขาย ร้อยละ 18.53 เป็นแม่บ้านหรือพ่อบ้าน และ ร้อยละ 13.96 ทำธุรกิจส่วนตัว เช่น ร้านซ่อมรถ รับเหมาก่อสร้าง และธุรกิจห้องพัก/หอพัก เป็นต้น ครัวเรือนผู้บริโภครวมส่วนใหญ่ (ร้อยละ 48.22) มีสมาชิกในครัวเรือน 3-4 คน รองลงมา (ร้อยละ 27.66) มีสมาชิกในครัวเรือน 1-2 คน โดยเฉลี่ยแล้วครัวเรือนผู้บริโภครวมตัวอย่างจะมีสมาชิกในครัวเรือนประมาณ 3.61 คน ครัวเรือนผู้บริโภครวมตัวอย่างส่วนใหญ่ (ร้อยละ 28.68) จะมีรายได้ทั้งครัวเรือนประมาณ 5,001-10,000 บาทต่อเดือน โดยเฉลี่ยแล้วครัวเรือนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดมีรายได้

ประมาณครัวเรือนละ 20,079.95 บาทต่อเดือน เมื่อพิจารณารายได้ของครัวเรือนเฉลี่ยต่อคนต่อเดือนแล้วพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ (ร้อยละ 34.01) มีรายได้ของครัวเรือนเฉลี่ยต่อคนต่อเดือนอยู่ในช่วง 2,501-5,000 บาท รองลงมา คือ 1,001-2,500 บาท และ 5,001-7,500 บาท คิดเป็นร้อยละ 23.35 และ 20.30 ตามลำดับ โดยเฉลี่ยแล้วเท่ากับ 6,229.18 บาทต่อคนต่อเดือน ครัวเรือนผู้บริโภคร้อยละ 30.46 เป็นครัวเรือนที่มีเด็กอายุไม่เกิน 12 ปี อาศัยอยู่ ส่วนจำนวนครัวเรือนที่มีผู้สูงอายุ (อายุ 60 ปีขึ้นไป) อาศัยอยู่นั้นมีอยู่ 136 ครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 34.52 ส่วนจำนวนครัวเรือนที่มี ผู้ที่มีปัญหาทางด้านสุขภาพหรือมีโรคประจำตัวอาศัยอยู่นั้นมีอยู่ 153 ครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 38.83 ของครัวเรือนผู้บริโภคตัวอย่างทั้งหมด สำหรับรายละเอียดของสภาพทั่วไปทางเศรษฐกิจและสังคมของกลุ่มตัวอย่างอื่นๆ สามารถดูได้ในตารางที่ 5.1

## 5.2 พฤติกรรมการบริโภคผลไม้

จากการสัมภาษณ์ผู้บริโภครวมกลุ่มตัวอย่างจำนวน 394 รายนั้น เมื่อพิจารณาถึงระดับความชอบในการบริโภคผลไม้ โดยแบ่งระดับความชอบออกเป็น 5 ระดับ ได้แก่ ชอบมาก ชอบเฉยๆ ไม่ชอบ และไม่ชอบอย่างมาก พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ (228 ราย) ประมาณร้อยละ 57.87 มีความชอบบริโภคผลไม้ในระดับที่ชอบมาก รองลงมาชอบบริโภคผลไม้ในระดับชอบ ร้อยละ 30.71 โดยมีกลุ่มตัวอย่างที่รู้สึกเฉยๆ และไม่ชอบบริโภคผลไม้ร้อยละ 10.15 และ 1.27 ตามลำดับ และไม่พบว่ามียุทธศาสตร์ที่ไม่ชอบบริโภคผลไม้อย่างมาก ดังตารางที่ 5.2 ซึ่งเหตุผลที่ผู้บริโภครส่วนใหญ่ชอบบริโภคผลไม้เนื่องจาก เล็งเห็นประโยชน์และคุณค่าทางอาหารที่จะได้รับจากผลไม้ นอกจากนี้คิดว่าผลไม้จะช่วยให้อายุยืนยาวและระบบขับถ่ายของร่างกายดีไม่มีปัญหา

ผลไม้ที่กลุ่มตัวอย่างชอบมากที่สุด (ผลไม้ที่ชอบเป็นอันดับที่ 1 มากที่สุด) คือ ส้มเขียวหวาน โดยมีถึงร้อยละ 63.96 รองลงมาคือ กล้วย (ร้อยละ 5.84) แอปเปิ้ลและมะม่วง ร้อยละ 3.55 และ 3.30 ตามลำดับ ผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ (ร้อยละ 60.91) บริโภคผลไม้ทุกวัน รองลงมาบริโภคสัปดาห์ละ 3-4 วัน คิดเป็นร้อยละ 20.81 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ผู้ที่บริโภคผลไม้สัปดาห์ละ 5-6 วัน และ 1-2 วัน มีอยู่ร้อยละ 9.14 เท่ากัน ดังตารางที่ 5.2 โดยเฉลี่ยแล้วผู้บริโภครวมกลุ่มตัวอย่างบริโภคผลไม้สัปดาห์ละ 5.61 วัน

ตารางที่ 5.1 ความถี่และร้อยละของสภาพทั่วไปทางเศรษฐกิจและสังคมของกลุ่มตัวอย่าง

รายการ	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
จำนวนตัวอย่างทั้งหมด	394	100.00
จำนวนตัวอย่างที่มีหน้าที่ในการซื้อสินค้ามาอุปโภค บริโภค/ ประกอบอาหาร เป็นประจำในครัวเรือน	358	90.86
เพศ		
- ชาย	48	12.18
- หญิง	346	87.82
ความสัมพันธ์กับหัวหน้าครัวเรือน		
- หัวหน้าครัวเรือน	132	33.50
- คู่สมรส	184	46.70
- บิดา/ มารดา	9	2.28
- บุตร/ธิดา	49	12.44
- บุตรเขย/ สะใภ้	1	0.25
- พี่สาว/น้องสาว	7	1.78
- น้องชาย	1	0.25
- หลาน	5	1.27
- ญาติ	3	0.76
- ผู้อาศัย	3	0.76
อายุของกลุ่มตัวอย่าง		
- 15-20	9	2.28
- 21-30	39	9.90
- 31-40	83	21.07
- 41-50	114	28.93
- 51-60	88	22.34
- 60-70	42	10.66
- 71 ขึ้นไป	19	4.82
อายุต่ำสุด 15 ปี สูงสุด 80 ปี เฉลี่ย 46.84 ปี		

ตารางที่ 5.1 ความถี่และร้อยละสภาพทั่วไปทางเศรษฐกิจและสังคมของกลุ่มตัวอย่าง (ต่อ)

รายการ	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
<b>การศึกษา</b>		
- ไม่ได้เรียน	5	1.27
- ประถมศึกษาชั้นปีที่ 4	139	35.28
- ประถมศึกษาชั้นปีที่ 6	30	7.61
- มัธยมศึกษาตอนต้น	72	18.27
- มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	60	15.23
- อนุปริญญา/ปวส.	29	7.36
- ปริญญาตรี	57	14.47
- ปริญญาโท	2	.51
จำนวนปีที่ได้รับการศึกษาเฉลี่ย 8.66 ปี		
<b>อาชีพ</b>		
- ค้าขาย	124	31.47
- แม่บ้าน/พ่อบ้าน	73	18.53
- ธุรกิจส่วนตัว เช่น ร้านซ่อมรถ รับเหมาก่อสร้าง ธุรกิจหอพัก ฯลฯ	55	13.96
- รับจ้างทั่วไป	34	8.63
- ธุรกิจด้านบริการ เช่น ร้านเสริมสวย ร้านอินเทอร์เน็ต บริการนวด ฯลฯ	32	8.12
- รับจ้างซักรีด	30	7.61
- รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	18	4.57
- พนักงานบริษัท/ร้านค้า	13	3.30
- ข้าราชการบำนาญ	7	1.78
- นักศึกษา	4	1.02
- เกษตรกร	4	1.02
<b>จำนวนสมาชิกในครัวเรือน</b>		
- 1-2 คน	109	27.66
- 3-4 คน	190	48.22
- 5-6 คน	75	19.04
- 7 คนขึ้นไป	20	5.08
จำนวนสมาชิกในครัวเรือนต่ำสุด 1 คน สูงสุด 11 คน เฉลี่ย 3.61 คน		

ตารางที่ 5.1 ความถี่และร้อยละสภาพทั่วไปทางเศรษฐกิจและสังคมของกลุ่มตัวอย่าง (ต่อ)

รายการ	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
รายได้ของครัวเรือน		
- 3,000 -5,000 บาทต่อเดือน	37	9.39
- 5,001-10,000 บาทต่อเดือน	113	28.68
- 10,001-15,000 บาทต่อเดือน	48	12.18
- 15,001-20,000 บาทต่อเดือน	70	17.77
- 20,001-25,000 บาทต่อเดือน	36	9.14
- 25,001-30,000 บาทต่อเดือน	29	7.36
- มากกว่า 30,000 บาทต่อเดือน	61	15.48
รายได้ของครัวเรือนต่อเดือน ต่ำสุด 3,000 บาท สูงสุด 200,000 บาท เฉลี่ย 20,079.95 บาท		
รายได้เฉลี่ยต่อคน		
- 833-1,000 บาทต่อเดือน	6	1.52
- 1,001-2,500 บาทต่อเดือน	92	23.35
- 2,501-5,000 บาทต่อเดือน	134	34.01
- 5,001-7,500 บาทต่อเดือน	80	20.30
- 7,501-10,000 บาทต่อเดือน	28	7.11
- 10,001-12,500 บาทต่อเดือน	24	6.09
- 12,501-15,000 บาทต่อเดือน	10	2.54
- มากกว่า 15,000 บาทต่อเดือน	20	5.08
รายได้เฉลี่ยต่อคนต่อเดือน ต่ำสุด 833 บาท สูงสุด 60,000 บาท เฉลี่ย 6,229.18 บาท		
จำนวนครัวเรือนที่มีผู้ที่มีปัญหาทางสุขภาพหรือโรคประจำตัวอยู่ในครัวเรือน	153	38.83
จำนวนครัวเรือนที่มีผู้สูงอายุ (อายุ 60 ปีขึ้นไป) อยู่ในครัวเรือน	136	34.52
จำนวนครัวเรือนที่มีเด็ก (อายุไม่เกิน 12 ปี) อยู่ในครัวเรือน	120	30.46

ที่มา : จากการเก็บรวบรวมข้อมูล

ตารางที่ 5.2 พฤติกรรมการบริโภคผลไม้

รายการ	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
ระดับความชอบบริโภคผลไม้		
- ชอบมาก	228	57.87
- ชอบ	121	30.71
- เฉยๆ	40	10.15
- ไม่ชอบ	5	1.27
- ไม่ชอบอย่างมาก	0	0.0
ผลไม้ที่ชอบมากที่สุด		
- ส้มเขียวหวาน	252	63.96
- กล้วย	23	5.84
- แอปเปิ้ล	14	3.55
- มะม่วง	13	3.30
- มังคุด	13	3.30
- ฝรั่ง	9	2.28
- มะละกอ	9	2.28
- สับประรด	9	2.28
- สาลี่	6	1.52
- ลำไย	6	1.52
- แดงโม	5	1.27
- ชมพู่เขียว	5	1.27
- ทุเรียน	5	1.27
- ผลไม้อื่นๆ	25	6.36
ความถี่ในการบริโภคผลไม้ต่อสัปดาห์ (จำนวนวัน)		
- ทุกวัน	240	60.91
- 5-6 วัน	36	9.14
- 3-4 วัน	82	20.81
- 1-2 วัน	36	9.14
เฉลี่ย 5.61 วันต่อสัปดาห์		

ที่มา : จากการเก็บรวบรวมข้อมูล

### 5.3 พฤติกรรมการบริโภคและซื้อส้มเขียวหวาน

เมื่อพิจารณาระดับความชอบส้มเขียวหวานจากผลไม้ทั้งหมดพบว่า ผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ (ร้อยละ 93.65) เป็นผู้ที่ชอบส้มเขียวหวานเป็น 3 อันดับแรก ที่เหลือเพียงร้อยละ 6.35 เท่านั้นที่ไม่ได้ชอบส้มเขียวหวานเป็น 3 อันดับแรก ลักษณะการบริโภคส้มเขียวหวานของผู้บริโภคส่วนใหญ่ (ร้อยละ 77.41) จะรับประทานในรูปของผลสดเพียงอย่างเดียว และ ร้อยละ 22.34 จะรับประทานทั้งผลสดและน้ำส้มกัน วัตถุประสงค์ในการซื้อส้มเขียวหวานนอกจากจะซื้อมาเพื่อรับประทานเองหรือบริโภคภายในครัวเรือนแล้ว ร้อยละ 34.26 ยังเคยซื้อเพื่อบริโภคเองหรือบริโภคภายในครัวเรือนและเป็นของฝากอีกด้วย ซึ่งโดยเฉลี่ยแล้วผลผลิตส้มเขียวหวานตามท้องตลาดโดยทั่วไป ร้อยละ 93.63 จะถูกซื้อเพื่อนำไปบริโภคเองหรือบริโภคภายในครัวเรือน และอีกร้อยละ 6.37 จะถูกนำไปเป็นของฝาก สำหรับสาเหตุ 3 อันดับแรกที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อหรือบริโภคส้มเขียวหวานนั้น กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคส่วนใหญ่ จะคำนึงถึงคุณค่าทางอาหาร หรือประโยชน์ต่อสุขภาพ ที่จะได้รับจากการบริโภคส้มเขียวหวานเป็นหลัก รองลงเห็นว่าเป็นผลไม้ที่มีราคาถูกเมื่อเทียบกับผลไม้ชนิดอื่นๆ และสะดวกในการซื้อหรือสามารถหาซื้อได้ง่าย ดังตารางที่ 5.3

ส้มเขียวหวานที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ซื้อมานั้น เป็นส้มเขียวหวานที่มีแหล่งผลิตในจังหวัดเชียงใหม่ รองลงมาเป็นส้มเขียวหวานที่มีแหล่งผลิตมาจากจังหวัดอื่นๆ ในภาคเหนือ โดยเฉลี่ยแล้วผลผลิตส้มเขียวหวานที่กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคซื้อมานั้น เป็นส้มเขียวหวานที่มีแหล่งผลิตอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ ร้อยละ 99.40 (ตารางที่ 5.4) ส่วนใหญ่แล้วกลุ่มตัวอย่างจะซื้อส้มเขียวหวานมาจากตลาดสดทั่วไป รองลงมาเป็นร้านค้าตามข้างทางต่างๆ และซูเปอร์มาร์เก็ต ตามลำดับ โดยเฉลี่ยแล้วผลผลิตส้มเขียวหวานที่กลุ่มตัวอย่างซื้อมาเพื่อบริโภคเองหรือบริโภคภายในครัวเรือนรวมทั้งซื้อมาเป็นของฝากนั้น เป็นส้มเขียวหวานที่วางจัดจำหน่ายที่ตลาดสดโดยทั่วไปร้อยละ 78.02 และจากร้านค้าข้างทางร้อยละ 13.01 ที่เหลือเป็นส้มเขียวหวานที่วางจัดจำหน่ายในสถานที่ต่างๆ ดังตารางที่ 5.4

ผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ (ร้อยละ 77.66) เลือกซื้อส้มเขียวหวาน โดยไม่เคยสนใจว่าจะมีการระบุชื่อสวนหรือยี่ห้อด้วยหรือไม่ มีเพียงร้อยละ 22.34 เท่านั้น ที่เคยตัดสินใจเลือกซื้อส้มเขียวหวานที่มีการระบุชื่อสวนหรือยี่ห้อด้วย สำหรับความถี่ของการซื้อส้มเขียวหวานในแต่ละครั้งนั้น ในช่วงฤดูกาลกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ (ร้อยละ 54.82) จะซื้อส้มเขียวหวานสัปดาห์ละ 3-4 ครั้ง รองลงมาซื้อ สัปดาห์ละครั้ง และซื้อทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 26.65 และ 14.72 ตามลำดับ ส่วนความถี่ในการซื้อส้มเขียวหวานนอกช่วงฤดูกาลนั้น ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 36.06) จะซื้อส้มเขียวหวานเพียงเดือนละครั้ง รองลงมาสัปดาห์ละครั้ง และไม่ซื้อหรือไม่บริโภคเลย คิดเป็นร้อยละ 26.85 และ 16.37

ตามลำดับ (ตารางที่ 5.5) ผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างทุกรายนิยมซื้อส้มเขียวหวานแบบเป็นกิโลกรัม และมีเพียงร้อยละ 1.78 เท่านั้นที่เคยซื้อแบบเป็นกล่อง โดยจะซื้อในโอกาสที่ต้องการซื้อเป็นของฝากเท่านั้น สำหรับปริมาณส้มเขียวหวานที่ซื้อเป็นประจำนั้น ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 95.69) ซื้อครั้ง 1-3 กิโลกรัมเท่านั้น ดังตารางที่ 5.5

ในเรื่องของปัญหาและอุปสรรคจากการซื้อหรือบริโภคส้มเขียวหวานนั้น กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่ค่อยเจอปัญหาและอุปสรรคในการซื้อหรือบริโภคส้มเขียวหวาน แต่ถ้ามีก็ถือได้ว่าอยู่ในระดับที่มีน้อย ซึ่งปัญหาและอุปสรรคที่กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคพบมากที่สุดคือ ปัญหาเจอส้มเขียวหวานที่มีรสชาติไม่เป็นที่พอใจ รองลงมาคือปัญหาเรื่องเนื้อส้มฟาม (เนื้อสีขาว/จุ่น แห้ง ไม่มีน้ำ) รวมทั้งปัญหาเรื่องไม่มี หรือค่อยไม่มั่นใจ ในการรับรองคุณภาพและความปลอดภัย และบางครั้งก็เจอผลเน่าเสียหรือนวมปะปนจากส้มเขียวหวานที่ซื้อมา ทั้งนี้ปัญหาต่างๆ ก็ยังถือว่าเป็นปัญหาในระดับต่ำ (ตารางที่ 5.6) นอกจากนั้นผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างก็ยังให้ข้อเสนอแนะ ในเรื่องของการส่งเสริมให้ผู้ผลิตลดการใช้สารเคมีในการเพาะปลูก และอยากให้มีการปรับปรุง หรือคัดเลือกเฉพาะส้มเขียวหวานที่มีคุณภาพ ไม่มีผลเน่าเสียปะปน เนื้อในไม่ฟาม และรสชาติหวานไม่เปรี้ยวเกินไป ก่อนนำออกมาจัดจำหน่ายให้ผู้บริโภค และอยากจะให้อยู่ในมาตรฐานเดียวกัน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved



ตารางที่ 5.3 พฤติกรรมการบริโภคและซื้อส้มเขียวหวาน

รายการ	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
ลำดับความชอบส้มเขียวหวานจากผลไม้ทั้งหมด		
- ชอบเขียวหวานเป็นลำดับที่ 1	252	63.95
- ชอบเขียวหวานเป็นลำดับที่ 2	86	21.83
- ชอบเขียวหวานเป็นลำดับที่ 3	31	7.87
- ไม่ได้ชอบส้มเขียวหวานเป็น 3 ลำดับแรก	25	6.35
ลักษณะการทานส้มเขียวหวาน		
- ทานเฉพาะผลสดอย่างเดียว	305	77.41
- ทานแบบคั้นน้ำอย่างเดียว	1	0.25
- ทานทั้งแบบผลส้มและคั้นน้ำ	88	22.34
โดยเฉลี่ยส้มเขียวหวานร้อยละ 93.80 จะถูกทานแบบผลสด ร้อยละ 6.20 จะถูกนำไปคั้นน้ำ		
วัตถุประสงค์ในการซื้อส้มเขียวหวานแต่ละครั้ง		
- เพื่อบริโภคเอง/บริโภคภายในครัวเรือนเท่านั้น	259	65.74
- เพื่อบริโภคเอง/บริโภคภายในครัวเรือนและเป็นของฝากด้วย	135	34.26
โดยเฉลี่ยส้มเขียวหวาน ร้อยละ 93.63 จะถูกซื้อเพื่อนำไปบริโภคเองหรือบริโภคภายในครัวเรือน ร้อยละ 6.37 จะถูกนำไปเป็นของฝาก		
สาเหตุ 3 อันดับแรกที่มีผลต่อการเลือกซื้อ/บริโภคส้มเขียวหวาน	จำนวนคำตอบ	ร้อยละ
	(881)	ของคำตอบ
- คุณค่าทางอาหาร/ผลดีต่อสุขภาพ	270	30.65
- ราคาถูกเมื่อเทียบกับผลไม้ชนิดอื่นๆ	196	22.25
- สะดวกในการซื้อ/สามารถหาซื้อได้ง่าย	191	21.68
- เป็นผลไม้ที่รับประทานสะดวก/ง่าย	133	15.10
- ชอบในรสชาติ/รู้สึกว่าร่อยกว่าผลไม้อื่นๆ	64	7.26
- เป็นผลไม้ที่เก็บรักษาได้นาน	27	3.06

ที่มา : จากการเก็บรวบรวมข้อมูล

ตารางที่ 5.4 แหล่งผลิตส้มเขียวหวานและสถานที่ที่ผู้บริโภครซื้อส้มเขียวหวานเป็นประจำ

รายการ	โดยเฉลี่ย (ร้อยละ)
แหล่งผลิตส้มเขียวหวานที่ผู้บริโภครซื้อ	
- แหล่งผลิตในจังหวัดเชียงใหม่	99.40
- แหล่งผลิตของจังหวัดอื่นๆในภาคเหนือ	0.27
- แหล่งผลิตจากภาคกลาง	0.22
- แหล่งผลิตจากภาคใต้	0.11
สถานที่ที่ผู้บริโภครซื้อส้มเขียวหวานเป็นประจำ	
- ตลาดสดทั่วไป	78.02
- ร้านค้าข้างทาง	13.01
- ซูเปอร์มาร์เก็ต	3.86
- รถเร่/รถเข็น	0.27
- ศูนย์จำหน่ายส้ม	0.16
- ร้านสะดวกซื้อ	0.16
- สถานที่ท่องเที่ยว	0.03
- อื่นๆ เช่น ตลาดนัดชั่วคราว จากเจ้าของสวน/จากสวนโดยตรง	4.51
ที่มา : จากการเก็บรวบรวมข้อมูล	

ตารางที่ 5.5 ลักษณะการเลือกซื้อ ความถี่และปริมาณการซื้อส้มเขียวหวานในแต่ละครั้ง

รายการ	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
ผู้ที่เลือกซื้อส้มเขียวหวานโดยไม่สนใจว่าจะมีการระบุสวน/ยี่ห้อด้วย	306	77.66
ผู้ที่เคยเลือกซื้อส้มเขียวหวานที่มีการระบุสวน/ยี่ห้อด้วย	88	22.34
ความถี่ในการซื้อส้มเขียวหวานในช่วงฤดูกลาง		
- ทุกวัน	58	14.72
- สัปดาห์ละ 3-4 ครั้ง	216	54.82
- สัปดาห์ละครั้ง	105	26.65
- เดือนละ 2-3 ครั้ง	13	3.30
- เดือนละครั้ง	2	0.51
ความถี่ในการซื้อส้มเขียวหวานในช่วงนอกฤดูกลาง		
- ไม่ซื้อ/บริโภคเลย	64	16.37
- ทุกวัน	2	0.51
- สัปดาห์ละ 3-4 ครั้ง	51	13.04
- สัปดาห์ละครั้ง	105	26.85
- เดือนละ 2-3 ครั้ง	22	5.63
- เดือนละครั้ง	141	36.06
- 2-3 เดือนต่อครั้ง	9	2.30
ลักษณะและปริมาณการซื้อส้มเขียวหวานในแต่ละครั้ง		
- ซื้อเป็นกิโลกรัม	394	100
1. ครั้งละ 1-3 กิโลกรัม	377	95.69
2. ครั้งละ 4-6 กิโลกรัม	11	2.79
3. ครั้งละ 10 กิโลกรัมขึ้นไป	6	1.52
- เคยซื้อแบบกล่องด้วย	7	1.78
1. ครั้งละ 1-3 กล่อง (กล่องละ 40 ผล)	7	100

ที่มา : จากการเก็บรวบรวมข้อมูล

ตาราง 5.6 ปัญหาและอุปสรรคจากการซื้อหรือบริโภคส้มเขียวหวาน

ปัญหาและอุปสรรค	น้อยที่สุด		น้อย		ปานกลาง		มาก		มากที่สุด		ระดับคะแนนเฉลี่ย
	(1 คะแนน)		(2 คะแนน)		(3 คะแนน)		(4 คะแนน)		(5 คะแนน)		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
- แหล่งจำหน่ายมีจำนวนจำกัด	373	94.67	15	3.81	6	1.52	0	0.00	0	0.00	1.07
- การเดินทางไม่สะดวก หาซื้อยาก	377	95.69	17	4.31	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1.04
- ราคาค่อนข้างสูง	330	83.76	49	12.44	13	3.30	2	0.51	0	0.00	1.21
- รสชาติไม่เป็นที่พอใจ	75	19.04	178	45.18	109	27.66	26	6.60	6	1.52	2.26
- สัมผัสผลไม้เสีย/นวม ปะปน	216	54.82	150	38.07	28	7.11	0	0.00	0	0.00	1.52
- สัมผัส (เนื้อสีขาว/ขุ่น แห้งไม่มีน้ำ)	107	27.16	176	44.67	93	23.60	9	2.28	9	2.28	2.08
- ไม่มี/ไม่มั่นใจ ในการรับรองคุณภาพและ	259	65.74	43	10.91	56	14.21	32	8.12	4	1.02	1.68
ความปลอดภัย											
- ไม่มีการระบุชื่อ และที่มาของ	319	80.96	39	9.90	30	7.61	2	0.51	4	1.02	1.31
ส้มเขียวหวาน											

ที่มา : จากการเก็บรวบรวมข้อมูล

#### 5.4 ความตระหนักที่มีต่อความปลอดภัยในอาหารของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภครวม

ในส่วนนี้จะพิจารณาถึงความตระหนักที่มีต่อความปลอดภัยในอาหารของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่าง โดยได้สัมภาษณ์ตัวแทนครัวเรือนผู้บริโภค ซึ่งประกอบด้วยคำถามเกี่ยวกับความบ่อยครั้งที่กังวลว่าจะได้รับสารเคมีตกค้างเข้าสู่ร่างกายจากผลไม้ที่ซื้อมาบริโภค ความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความปลอดภัยในการบริโภคอาหารในแต่ละประเภท ตลอดจนวิธีการปฏิบัติเพื่อเพิ่มความปลอดภัย ในการบริโภคผัก-ผลไม้สด ต่างๆ ของแต่ละครัวเรือน ความรู้ความเข้าใจในความแตกต่างระหว่าง ผักอินทรีย์ ผักปลอดสารพิษ และผักปลอดภัยจากสารพิษ และการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสารพิษตกค้างในอาหารและอันตรายจากสารพิษที่ตกค้างของตัวแทนครัวเรือน

จากการสัมภาษณ์ผู้บริโภครวมกลุ่มตัวอย่าง 394 ราย เกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อความปลอดภัยในการบริโภคอาหารในแต่ละประเภท โดยให้กลุ่มตัวอย่างประเมินอาหารประเภทต่างๆ ว่ามีความปลอดภัยในการบริโภคมากน้อยเพียงไร โดยกำหนดให้ 0 คะแนน หมายถึงไม่มีความปลอดภัยในการบริโภคหรือคิดว่ามีสารเคมีหรือสารพิษตกค้างมาก 10 คะแนน หมายถึงมีความปลอดภัยในการบริโภคมากหรือคิดว่ามีสารเคมีหรือสารพิษตกค้าง พบว่าอาหารประเภทข้าว ผู้บริโภคคิดว่าจะมีความปลอดภัยมากที่สุด (คะแนนเฉลี่ย 8.49) รองลงมาเป็นน้ำดื่มด้วยคะแนนเฉลี่ย 8.03 ส่วนประเภทอาหารที่กลุ่มตัวอย่างคิดว่าไม่มีความปลอดภัยในการบริโภคหรือคิดว่ามีสารเคมีหรือสารพิษตกค้างมากที่สุดคือ ผักสด (คะแนนเฉลี่ย 2.26) รองลงมาเป็น ผลไม้สด และอาหารที่ผ่านการถนอมอาหาร เช่น ดอง ตากแห้ง หรือทำเค็ม เป็นต้น โดยมีคะแนนเฉลี่ย 4.03 และ 4.16 ตามลำดับ (ตารางที่ 5.7)

ในส่วนของความบ่อยครั้งที่กังวลว่าจะได้รับสารเคมีตกค้างเข้าสู่ร่างกายจากผลไม้ที่ซื้อมาบริโภคนั้น ได้แบ่งระดับความกังวลออกเป็น 5 ระดับ ได้แก่ กังวลทุกครั้ง (100%) กังวลเกือบทุกครั้ง (75%) กังวลบ่อยๆ (50%) กังวลนานๆ ครั้ง (25%) และไม่กังวลเลย (0%) พบว่า ผู้บริโภคตัวอย่างส่วนใหญ่ (ร้อยละ 30.46) จะมีความกังวลทุกครั้งว่าจะได้รับอันตรายจากสารเคมีตกค้าง เมื่อซื้อผลไม้มาบริโภค รองลงมา ร้อยละ 23.35 จะมีความกังวลเกือบทุกครั้ง ส่วนผู้ที่มีความกังวลบ่อยๆ นานๆ ครั้ง และไม่มีความกังวลเลย คิดเป็น ร้อยละ 19.80 14.72 และ 11.68 ตามลำดับ ดังตารางที่ 5.8 ซึ่งผู้บริโภครวมกลุ่มตัวอย่างนั้น มีความบ่อยครั้งที่กังวลโดยเฉลี่ย ร้อยละ 61.55

ผู้บริโภครวมกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ (ร้อยละ 50) ได้ล้างส้มเขียวหวานก่อนนำไปรับประทานทุกครั้ง และมีผู้บริโภครวมกลุ่มตัวอย่างมากถึงร้อยละ 32.21 ไม่เคยล้างส้มเขียวหวานก่อนไปรับประทาน

เลย (ตารางที่ 5.9) และโดยเฉลี่ยแล้วส้มเขียวหวานร้อยละ 59.01 จะถูกล้างก่อนที่ผู้บริโภคนำไปรับประทานในลำดับต่อไป การพิจารณาถึงวิธีการปฏิบัติเพื่อเพิ่มความปลอดภัย ในการบริโภคผักและผลไม้สด ต่างๆ ของแต่ละครัวเรือนนั้น ได้แบ่งระดับของการปฏิบัติออกเป็น 5 ระดับได้แก่ ไม่เคยเลย (0%) แทบจะไม่เคย (25%) ปฏิบัติบ้าง ครั้ง-ครั้ง (50%) ปฏิบัติเกือบจะทุกครั้ง (75%) ปฏิบัติทุกครั้ง (100%) พบว่าวิธีเพิ่มความปลอดภัย ในการบริโภคผักและผลไม้สด ต่างๆ ของแต่ละครัวเรือนนั้น ส่วนใหญ่จะนำผักและผลไม้สด ล้างในน้ำที่ไหลผ่านตลอด นานระยะเวลาหนึ่ง ซึ่งโดยเฉลี่ยแล้วกลุ่มตัวอย่างจะปฏิบัติด้วยวิธีนี้เกือบจะทุกครั้ง (ประมาณร้อยละ 80.14) รองลงมาจะนำผักและผลไม้แช่ในน้ำเปล่าทิ้งไว้ระยะเวลาหนึ่ง ซึ่งโดยเฉลี่ยจะปฏิบัติด้วยวิธีนี้เกือบจะทุกครั้งเช่นเดียวกัน (ประมาณร้อยละ 75.19) บางส่วนก็แช่ในเคมีภัณฑ์บางอย่าง อาทิเช่น เกลือ ด่างทับทิม และน้ำส้มสายชู เป็นต้น นอกจากนั้นก็จะเลือกซื้อผักที่มีสัญลักษณ์รับรอง หรือซื้อในร้านที่วางใจได้หรือ เป็นร้านค้าที่มีการรับรอง (ตารางที่ 5.10)

ตารางที่ 5.7 ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อความปลอดภัยในการบริโภคอาหารในแต่ละประเภท

ประเภทอาหาร	คะแนนเฉลี่ย
- ผักสด	2.26
- ผลไม้สด	4.03
- ข้าว	8.49
- เนื้อสัตว์	4.96
- น้ำดื่ม	8.03
- อาหารกระป๋อง	5.12
- อาหาร/กับข้าว ที่ปรุงสำเร็จ	5.06
- อาหารประเภท ปิ้ง ย่าง	4.66
- อาหารที่ผ่านการถนอมอาหาร เช่น ดอง ตากแห้ง/ทำเค็ม	4.16

ที่มา : จากการเก็บรวบรวมข้อมูล

หมายเหตุ

- 0 คะแนน หมายถึงไม่มีความปลอดภัยในการบริโภค/ มีสารเคมีหรือสารพิษตกค้างมาก

- 10 คะแนน หมายถึง มีความปลอดภัยในการบริโภคมาก/ไม่มีสารเคมีหรือสารพิษตกค้าง

ตารางที่ 5.8 ความบ่อยครั้งที่กังวลว่าจะได้รับสารเคมีตกค้างจากผลไม้เข้าสู่ร่างกาย

ความบ่อยครั้งที่กังวลว่าจะได้รับสารเคมีตกค้างเข้าสู่ร่างกายจากผลไม้ที่ซื้อมารับบริโภค	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
- ทุกครั้ง (100%)	120.00	30.46
- เกือบทุกครั้ง (75%)	92.00	23.35
- บ่อยๆ (50%)	78.00	19.80
- นานๆ ครั้ง (25%)	58.00	14.72
- ไม่กังวล (0%)	46.00	11.68

ความบ่อยครั้งที่กังวลโดยเฉลี่ย ร้อยละ 61.55

ที่มา : จากการเก็บรวบรวมข้อมูล

ตารางที่ 5.9 ความบ่อยครั้งที่ล้างส้มเขียวหวานก่อนนำไปรับประทาน

การล้างส้มเขียวหวานก่อนรับประทาน	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
- ปฏิบัติทุกครั้ง (100%)	197	50.00
- ปฏิบัติ เกือบจะทุกครั้ง (75%)	19	4.81
- ปฏิบัติบ้าง ครั้ง-ครั้ง (50%)	34	8.65
- แทบจะไม่เคย (25%)	17	4.33
- ไม่เคยเลย (0%)	127	32.21

โดยเฉลี่ยล้างส้มเขียวหวาน ร้อยละ 59.01 จะถูกล้างก่อนที่ผู้บริโภคจะรับประทาน

ที่มา : จากการเก็บรวบรวมข้อมูล

ตารางที่ 5.10 วิธีการปฏิบัติเพื่อเพิ่มความปลอดภัย ในการบริโภคผัก-ผลไม้สด ต่างๆ

วิธีการปฏิบัติ	ไม่เคยเลย		แทบจะไม่เคย		ปฏิบัติบ้าง ครั้ง-		ปฏิบัติ เกือบจะ		ปฏิบัติทุกครั้ง		โดยเฉลี่ย (ร้อยละ)
	(0%)		(25%)		ครึ่ง (50%)		ทุกครั้ง (75%)		(100%)		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
- ซื้อมีผักที่มีสัญลักษณ์ รับรอง	98	24.87	165	41.88	69	17.51	53	13.45	9	2.28	31.60
- ซื้อในร้านที่วางใจได้หรือ เป็นร้านค้าที่มีการ รับรอง	176	44.67	90	22.84	56	14.21	49	12.44	23	5.84	27.98
- ปลุกเองเพื่อรับประทานใน คราวเรือน	280	71.07	68	17.26	30	7.61	9	2.28	7	1.78	11.61
- แช่ในสารธรรมชาติ บางอย่าง เช่น น้ำซาวข้าว มะนาว	383	97.21	2	0.51	2	0.51	5	1.27	2	0.51	1.84
- แช่ในเคมีภัณฑ์ บางอย่าง เช่น เกลือ ด่างทับทิม น้ำส้มสายชู	169	42.89	47	11.93	81	20.56	60	15.23	37	9.39	34.07
- ใช้น้ำยาที่ผลิตมาเพื่อล้างผัก-ผลไม้ โดยเฉพาะ	377	95.69	5	1.27	6	1.52	6	1.52	0	0.00	2.22
- แช่น้ำเปล่าทิ้งไว้ระยะเวลาหนึ่ง	6	1.52	13	3.30	71	18.02	186	47.21	118	29.95	75.19
- ล้างในน้ำที่ไหลผ่านตลอด นานระยะเวลาหนึ่ง	13	3.30	6	1.52	39	9.90	165	41.88	171	43.40	80.14
- ลวกในน้ำร้อนก่อนแล้วจึงนำไปประกอบอาหาร	393	99.75	0	0.00	0	0.00	1	0.25	0	0.00	0.19

ที่มา : จากการเก็บรวบรวมข้อมูล



ตัวแทนครัวเรือนผู้บริโภคส่วนใหญ่ (ร้อยละ 91.37) เคยรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสารพิษตกค้างในอาหารและอันตรายจากสารพิษที่ตกค้าง อันจะก่อให้เกิดโรคหรืออาการเจ็บป่วยต่างๆ และส่วนใหญ่ (ร้อยละ 52.28) ไม่ทราบหรือแยกแยะไม่ได้ถึงนิยามความแตกต่างระหว่าง ผักอินทรีย์ ผักปลอดสารพิษ และผักปลอดภัยจากสารพิษ รวมทั้งไม่เคยได้ยินหรือได้ข้อมูลเกี่ยวกับผักอินทรีย์ ผักปลอดสารพิษ และผักปลอดภัยจากสารพิษเลย และมีเพียงร้อยละ 20.56 เท่านั้น ที่ทราบและเข้าใจชัดเจนถึงนิยามความแตกต่างระหว่าง ผักอินทรีย์ ผักปลอดสารพิษ และผักปลอดภัยจากสารพิษ (ตารางที่ 5.11)

ตารางที่ 5.11 รับรู้ข้อมูลข่าวสารและความรู้ความเข้าใจในความแตกต่างระหว่าง ผักแต่ละประเภทของกลุ่มตัวอย่าง

รายการ	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
จำนวนผู้ที่เคยรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสารพิษตกค้างในอาหารและอันตรายจากสารพิษที่ตกค้าง	360	91.37
ทราบนิยามความแตกต่างระหว่าง ผักอินทรีย์ ผักปลอดสารพิษ และผักปลอดภัยจากสารพิษ		
- ทราบ/เข้าใจชัดเจน	81.00	20.56
- ไม่แน่ใจ/ลึนๆ/จำสลับกันบ้าง	107.00	27.16
- ไม่ทราบ/แยกแยะไม่ได้/ไม่เคยได้ยิน	206.00	52.28

ที่มา : จากการเก็บรวบรวมข้อมูล

## 5.5 ทักษะคิดเกี่ยวกับสารเคมีตกค้างและความรู้สึกที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

ทักษะคิดเกี่ยวกับสารเคมีตกค้าง ความรู้สึกที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในส่วนนี้นั้น ประกอบไปด้วย ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับสารเคมีในประเด็นต่างๆ รวมถึงความคิดเห็นเกี่ยวกับการวางแผนนโยบายกำหนดระบบการจัดการคุณภาพและความปลอดภัยในส้มเขียวหวาน ความคิดเห็นเกี่ยวกับการผลกระทบด้านราคาเป็นหน้าที่ของผู้บริโภค ถ้าราคาที่แท้จริงของส้มเขียวหวานที่จะวางจำหน่ายเพิ่มสูงขึ้นเมื่อมีการปรับปรุงในคุณภาพและความปลอดภัย ความคิดเห็นเกี่ยวกับการระบุแหล่งที่มาหรือชื่อผู้ผลิต ที่อยู่และเบอร์โทรศัพท์ ของผู้ผลิตส้มเขียวหวาน ตลอดจนความ

คิดเห็นเกี่ยวกับการแสดงวิธีการรับรองคุณภาพและความปลอดภัย ที่ผู้บริโภครู้สึกว่าสามารถสร้างความมั่นใจ ในการตัดสินใจซื้อส้มเขียวหวานมาบริโภคได้

การพิจารณาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับสารเคมีในประเด็นต่างๆ นั้นได้แบ่งระดับความคิดเห็นออกเป็น 5 ระดับ ได้แก่ ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (-2 คะแนน) ไม่เห็นด้วย (-1 คะแนน) ไม่แน่ใจ (0 คะแนน) เห็นด้วย (1 คะแนน) และเห็นด้วยอย่างยิ่ง (2 คะแนน) พบว่าตัวแทนผู้บริโภคร่วมใหญ่ (ร้อยละ 57.36 และ 21.32) เห็นด้วยและเห็นด้วยอย่างยิ่ง (ตามลำดับ) ว่ามีสารเคมีตกค้างในผลส้มที่ซื้อมาบริโภค ผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 55.08 และ 35.53 เห็นด้วยอย่างยิ่งและเห็นด้วยตามลำดับว่า มีการใช้สารเคมีในกระบวนการผลิตส้มเขียวหวาน แต่ผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ (ร้อยละ 39.09) ไม่แน่ใจว่าสารเคมีที่ตกค้างในส้มเขียวหวานที่ซื้อมาบริโภคนั้นอยู่ในระดับที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพหรือไม่ ส่วนผู้ที่เห็นด้วย และเห็นด้วยอย่างยิ่งนั้นมีร้อยละ 33.50 และ 14.21 ตามลำดับ ผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ (ร้อยละ 41.62 และ 40.86) เห็นด้วยอย่างยิ่งและเห็นด้วย (ตามลำดับ) ว่าสารเคมีที่ตกค้างในส้มหากมีการบริโภค และสะสมในร่างกายเป็น ระยะเวลาาน อาจก่อให้เกิดอันตรายได้ ผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ (ร้อยละ 55.33 และ 39.34) เห็นด้วยอย่างยิ่งและเห็นด้วย (ตามลำดับ) ว่าการใช้สารเคมีในการผลิตทางการเกษตรย่อมส่งผลกระทบต่อสุขภาพผู้ผลิตเอง และผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ก็เห็นด้วยและเห็นด้วยอย่างยิ่งว่า การใช้สารเคมีในการผลิตทางการเกษตรย่อมส่งผลกระทบต่อสุขภาพของผู้บริโภคและส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอีกด้วย (ตารางที่ 5.12)

ผู้บริโภคร่วมใหญ่ (ร้อยละ 97.48) เห็นด้วยถ้าหากจะมีการวางแนวนโยบาย กำหนดระบบการจัดการคุณภาพ และความปลอดภัยในส้มเขียวหวาน โดยส่วนใหญ่เห็นว่าเกิดประโยชน์แก่ผู้บริโภคเอง ทำให้เกษตรกรไม่ต้องเสี่ยงอันตรายต่อสารเคมี และทำให้คุณภาพชีวิตของประชาชนทั้งประเทศดีขึ้น (ตามลำดับ) ถ้าหากในการดำเนินนโยบายการจัดการคุณภาพ และความปลอดภัย จะส่งผลให้ราคาของส้มเขียวหวานที่จะวางจำหน่ายเพิ่มสูงขึ้น ผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ (ร้อยละ 89.09) ก็เห็นด้วยถ้าจะมีการผลักราคาบางส่วนเป็นหน้าที่ของผู้บริโภค โดยเห็นว่านโยบายดังกล่าวเกิดผลดีต่อผู้บริโภคเอง ดังนั้นผู้บริโภคควรแบกรับภาระด้านราคาด้วย โดยผู้ผลิต และรัฐบาลจะต้องเข้ามาช่วยแบกรับภาระราคาที่จะสูงขึ้นด้วย โดยเฉพาะแล้วผู้บริโภครู้สึกว่า รัฐบาลควรแบกรับภาระด้านราคามากที่สุด และเมื่อพิจารณาสัดส่วนการแบกรับภาระด้านราคาที่จะสูงขึ้นนั้น ผู้บริโภคเห็นว่ารัฐบาลควรแบกรับภาระราคาที่จะสูงขึ้น (โดยเฉพาะ) ประมาณ ร้อยละ 43.21 รองลงมาควรเป็นหน้าที่ของผู้บริโภค และผู้ผลิต (โดยเฉพาะ) ร้อยละ 33.85 และ 22.94 ตามลำดับ วิธีการแสดงการรับรองคุณภาพและความปลอดภัยที่สามารถสร้างความมั่นใจ ในการตัดสินใจซื้อส้มเขียวหวานนั้น ผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ (ร้อยละ 57.11) เห็นว่าควรติด

สต็อกเกอร์สัญลักษณ์การรับรองความปลอดภัย ที่ออกโดยหน่วยงานรัฐบาลบนผลสัมที่วางจำหน่าย ขณะที่ ร้อยละ 21.32 เห็นว่าควรปรับปรุงระบบการผลิตให้ผลผลิตมีความปลอดภัย ควบคุมเกษตรกรและผู้จำหน่าย ให้อยู่ในมาตรฐานเดียวกัน โดยไม่จำเป็นต้องแสดงป้ายหรือสัญลักษณ์ใดๆ ที่ร้านค้าจำหน่ายหรือบนผลสัมหรือบรรจุภัณฑ์อีก และผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ (ร้อยละ 66.50) เห็นว่าการระบุแหล่งที่มา ชื่อผู้ผลิต รวมทั้งที่อยู่และเบอร์โทรศัพท์นั้นมีความสำคัญ เช่นเดียวกัน ผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เห็นว่าควรติดสติ๊กเกอร์แสดงแหล่งที่มา ชื่อผู้ผลิต รวมทั้งที่อยู่และเบอร์โทรศัพท์บนผลสัมที่วางจำหน่าย โดยเมื่อมีปัญหาหรือต้องการติดต่อกับเจ้าของสวนโดยตรงก็สามารถทำได้ง่ายและสะดวกกว่าการระบุไว้ที่อื่นๆ (ตารางที่ 5.13)

### 5.6 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อส้มเขียวหวาน

ในส่วนนี้เป็นการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อส้มเขียวหวาน โดยได้แบ่งปัจจัยต่างๆ ออกเป็น 5 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยด้านตัวสินค้า ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านส่งเสริมการขาย และปัจจัยด้านอื่นๆ ซึ่งในแต่ละด้านมีปัจจัยย่อยๆ ให้กลุ่มตัวอย่าง ให้กลุ่มตัวอย่างบอกว่าปัจจัยย่อยต่างๆ นั้นมีผลต่อการตัดสินใจซื้อส้มเขียวหวานมากน้อยเพียงใด โดยได้แบ่งระดับของการมีผลต่อการตัดสินใจออกเป็น 5 ระดับ ประกอบด้วย มากที่สุด(100%) มาก (75%) ปานกลาง (50%) ค่อนข้างไม่มีผล (25%) และไม่มีผลเลย (0%) พบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคคิดว่า ส้มเขียวหวานที่มีคุณภาพสม่ำเสมอ ไม่มีผลเน่าหรือเสียปะปนนั้น มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อส้มเขียวหวานมากที่สุด ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจโดยเฉลี่ย ร้อยละ 87.98 รองลงราคาต้องเหมาะสมกับคุณภาพของส้มเขียวหวาน (มีผลต่อการตัดสินใจโดยเฉลี่ยร้อยละ 87.43) นอกจากนี้ต้องเป็นส้มเขียวหวานที่มีเนื้อส้มที่มีคุณภาพดี ไม่ฝ่อและขาวขุ่น (ฟ้าม) และเป็นส้มเขียวหวานที่มีรสชาติและความสดตามที่ต้องการ ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุดคือการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการบุกรุกทำลายป่าไม้ในการผลิตส้มเขียวหวาน ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจโดยเฉลี่ยเพียงร้อยละ 15.98 เนื่องจากเห็นว่าส้มเขียวหวานที่วางจำหน่ายอยู่ปัจจุบันนั้น อาจจะไม่ได้ออกจากการบุกรุกทำลายป่าไม้เพื่อผลิตส้มเขียวหวาน แต่ถ้าหากเกษตรกรผู้ผลิตส้มเขียวหวานมีการบุกรุกพื้นที่ป่าไม้ เพิ่มขึ้นอีกเพื่อผลิตส้มเขียวหวานนั้น ผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างบางส่วนก็จะลดปริมาณการบริโภคส้มเขียวหวานลง ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุดรองลงมา ก็คือการให้บริการของผู้ขาย เช่น การหีบห่อ การส่งของ ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจโดยเฉลี่ยเพียงร้อยละ 24.59 โดยเห็นว่าผลผลิตส้มเขียวหวาน เป็นสินค้าที่ไม่จำเป็นต้องมีการบริการห่อ บรรจุหรือส่ง เป็นสินค้าที่ซื้อขายกันได้ง่ายๆ ผู้บริโภคส่วนใหญ่ก็ซื้อในปริมาณที่ไม่มากและส่วนใหญ่ก็มักจะซื้อ

ส้มเขียวหวานจากตลาดสดโดยทั่วไป ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุดรองลงมาอีกประการหนึ่งคือการเคลือบผิวส้มหรือการแว็กซ์เพื่อเพิ่มความเงางามให้กับผลผลิตส้มเขียวหวานนั้น มีผลต่อการตัดสินใจโดยเฉลี่ยเพียงร้อยละ 25.00 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าไม่มีความจำเป็น และที่สำคัญไม่มั่นใจว่าสารเคมีที่นำมาเคลือบผลผลิตส้มเขียวหวานนั้นจะมีความปลอดภัยมากนักเลย และไม่อยากให้ผู้ประกอบการนำส้มเขียวหวานไปเคลือบก่อนการวางจำหน่ายหรือไม่ก็ควรจะมีส้มเขียวหวานที่ไม่ผ่านกระบวนการเคลือบผิววางจำหน่ายด้วย เพื่อเป็นตัวเลือกให้กับผู้บริโภคหรือผู้ซื้อทั่วไป และปัจจัยด้านสถานที่โดยเฉพาะการนำส้มเขียวหวานไปวางจำหน่ายในซูเปอร์มาร์เก็ต แม้จะเพิ่มความสะดวกสบายในการซื้อ มีช่วงการลดราคา แต่ผู้บริโภคก็เห็นว่ามีผลต่อการตัดสินใจซื้อเพียงร้อยละ 28.55 เนื่องจากเห็นว่าส้มเขียวหวานที่วางจำหน่ายในซูเปอร์มาร์เก็ตส่วนใหญ่ มีผลเหี่ยวหรือไม่มีความสดตามที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ต้องการ สำหรับระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อส้มเขียวหวานของส่วนปัจจัยอื่นๆ นั้นเป็นดังตารางที่ 5.14

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright© by Chiang Mai University  
 All rights reserved

ตารางที่ 5.12 ทัศนคติเกี่ยวกับสารเคมีตกค้างและความรู้สึกที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

ทัศนคติเกี่ยวกับสารเคมีตกค้างและความรู้สึกที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	ไม่เห็นด้วย		ไม่เห็นด้วย		ไม่แน่ใจ		เห็นด้วย		เห็นด้วย		ระดับคะแนนเฉลี่ย
	อย่างยิ่ง		(-1 คะแนน)		(0 คะแนน)		(1 คะแนน)		อย่างยิ่ง		
	(-2 คะแนน)								(2 คะแนน)		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
1. มีสารเคมีตกค้างในส้มที่ท่านซื้อมาบริโภคเห็น	6	1.52	18	4.57	60	15.23	226	57.36	84	21.32	0.92
2. มีการใช้สารเคมีในกระบวนการเพาะปลูกส้มเขียวหวาน	1	0.25	7	1.78	29	7.36	140	35.53	217	55.08	1.43
3. ระดับสารเคมีตกค้างในส้มที่ท่านซื้อมาบริโภคอยู่ในระดับที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ	7	1.78	45	11.42	154	39.09	132	33.50	56	14.21	0.47
4. สารเคมีที่ตกค้างใน ส้มหากมีการบริโภค และสะสมในร่างกายเป็น ระยะเวลาานอาจ ก่อให้เกิดอันตรายได้	4	1.02	15	3.81	50	12.69	161	40.86	164	41.62	1.18
5. การใช้สารเคมีในการผลิตทางการเกษตรย่อมส่งผลกระทบต่อสุขภาพผู้ผลิตเอง	0	0.00	8	2.03	13	3.30	155	39.34	218	55.33	1.48
6. การใช้สารเคมีในการผลิตทางการเกษตรย่อมส่งผลกระทบต่อสุขภาพของผู้บริโภค	0	0.00	5	1.27	11	2.79	207	52.54	171	43.40	1.38
7. การใช้สารเคมีในการผลิตทางการเกษตรย่อมส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม	0	0.00	3	0.76	29	7.36	218	55.33	144	36.55	1.28

คะแนนทัศนคติโดยรวม (คะแนนเต็ม -14 ถึง 14) ต่ำสุด -4 คะแนน สูงสุด 14 คะแนน โดยเฉลี่ย 8.14 คะแนน

ที่มา : จากการเก็บรวบรวมข้อมูล

ตารางที่ 5.13 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการวางแผนนโยบาย วิธีการรับรองคุณภาพและความปลอดภัย การระบุแหล่งที่มา ที่สร้างสามารถความมั่นใจให้ผู้บริโภค

รายการ	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
ผู้ที่เห็นด้วยกับการวางแผนนโยบายกำหนดระบบการจัดการคุณภาพ และความปลอดภัยในส้มเขียวหวาน	388	98.48
- เหตุผลที่เห็นด้วยกับการวางแผนนโยบายฯ	จำนวนคำตอบ (รวม 596 คำตอบ)	ร้อยละ
1. เกิดประโยชน์แก่ผู้บริโภคเอง	380	63.76
2. ทำให้เกษตรกรไม่ต้องเสี่ยงอันตรายต่อสารเคมี	93	15.60
3. ทำให้คุณภาพชีวิตของประชาชนทั่วประเทศดีขึ้น	54	9.06
4. สร้างความไว้วางใจให้แก่ต่างชาติ ใช้นหรือไม่	29	4.87
5. ประหยัดค่าใช้จ่าย/ลดการนำเข้า พืชสารเคมี	30	5.03
6. เกิดผลดีต่อสิ่งแวดล้อม	10	1.68
- เหตุผลที่ไม่เห็นด้วยกับการวางแผนนโยบายฯ	จำนวนคำตอบ (รวม 8 คำตอบ)	ร้อยละ
1. ไม่มั่นใจในการดำเนินการรับรองของหน่วยงานภาครัฐ	3	37.50
2. เห็นว่าไม่ใช่เรื่องสำคัญ หรือมีประโยชน์	4	50.00
3. จะทำให้ต้นทุนสูงขึ้น แล้วผู้บริโภคต้องแบกรับภาระด้านราคาที่สูงขึ้น	1	12.50
จำนวนผู้ที่เห็นด้วยกับการผลัดภาระด้านราคาบางส่วนเป็นหน้าที่ของผู้บริโภค	351	89.09
- เหตุผลที่เห็นด้วยกับการผลัดภาระด้านราคาฯ	จำนวนคำตอบ (รวม 395 คำตอบ)	ร้อยละ
1. เกิดผลดีต่อผู้บริโภคเอง ดังนั้นผู้บริโภคควรแบกรับภาระด้านราคาด้วย	335	84.81
2. ถือว่าเป็นการช่วยเหลือเกษตรกรในด้านของรายได้	22	5.57
3. ถือว่าเป็นการช่วยเหลือเกษตรกรในด้านของสุขภาพ	17	4.30
4. เห็นด้วยแต่ควรให้ผู้ผลิตแบกรับภาระด้านราคาด้วย/พยายามลดต้นทุนด้วย	8	2.03
5. เห็นด้วย แต่รัฐบาลควรควบคุมต้นทุนไม่ให้สูงเกินไป	13	3.29

ตารางที่ 5.13 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการวางแผนนโยบาย วิธีการรับรองคุณภาพและความปลอดภัย การระบุแหล่งที่มา ที่สร้างสามารถความมั่นใจให้ผู้บริโภค (ต่อ)

รายการ	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
- เหตุผลที่ไม่เห็นด้วยกับการผลักระดานราคาฯ	จำนวนคำตอบ (รวม 36 คำตอบ)	ร้อยละ
1. ถือว่าเป็นหน้าที่ของผู้ผลิตอยู่แล้วที่จะต้องผลิตสินค้าที่มีคุณภาพและความปลอดภัย	6	16.67
2. เป็นหน้าที่ของรัฐบาล ที่จะต้องใช้งบประมาณในเรื่องนี้ และชดเชยให้กับเกษตรกร ไม่ควรให้ผู้บริโภคแบกรับภาระ	14	38.89
3. ไม่ควรให้เกิดราคาสูงขึ้นมากเกินไป/ทุกฝ่ายต้องช่วยกันแบกรับภาระ	16	44.44
วิธีการรับรองคุณภาพและความปลอดภัย ที่สามารถสร้างความมั่นใจให้ผู้บริโภคได้	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
- ควรปรับปรุงระบบการผลิตให้ผลผลิตมีความปลอดภัย มีการควบคุมเกษตรกรและผู้จำหน่าย ให้มีมาตรฐานเดียวกัน โดยไม่ต้องแสดงป้าย/ สัญลักษณ์ใดๆ ที่ร้านค้าจำหน่ายและบนผลส้ม บรรจุภัณฑ์อีก	84	21.32
- ดึงสติ๊กเกอร์สัญลักษณ์การรับรองความปลอดภัย ที่ออกโดยหน่วยงานรัฐบาลบนผลส้มที่วางจำหน่าย	225	57.11
- ประทับตรา หรือมีสัญลักษณ์การรับรองความปลอดภัย ที่ออกโดยหน่วยงานรัฐบาลบนบรรจุภัณฑ์ก็พอแล้ว	50	12.69
- แสดงป้าย/ สัญลักษณ์รับรองร้านค้าที่มีสินค้าอาหารปลอดภัยจำหน่าย และไม่ต้องดึงสติ๊กเกอร์บนผลส้มหรือบนบรรจุภัณฑ์อีก	31	7.87
- ประชาสัมพันธ์สวนให้ได้รับความน่าเชื่อถือก็เพียงพอแล้ว	1	0.25
- แสดงสัญลักษณ์การรับรองความปลอดภัย ที่ออกโดยหน่วยงานรัฐบาลไว้ที่สวนก็เพียงพอแล้ว	1	0.25
- ไม่ว่าจะมียุทธวิธีอย่างไรก็ไม่สามารถสร้างความมั่นใจให้ผู้บริโภคได้	2	0.51

ตารางที่ 5.13 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการวางแผนนโยบาย วิธีการรับรองคุณภาพและความปลอดภัย การระบุแหล่งที่มา ที่สร้างสามารถความมั่นใจให้ผู้บริโภค (ต่อ)

รายการ	จำนวนตัวอย่าง	ร้อยละ
ผู้ที่คิดว่ากระบวนการระบุแหล่งที่มา/ชื่อผู้ผลิต รวมทั้งที่อยู่และเบอร์โทรมีความสำคัญ	262	66.50
- ควรติดสติ๊กเกอร์แสดงไว้บนผลส้มที่วางจำหน่าย	208	52.79
- ประทับตรา หรือแสดงไว้บนบรรจุภัณฑ์ก็พอแล้ว	39	9.90
- แสดงป้าย/ สัญลักษณ์ไว้บริเวณร้านค้าที่จำหน่าย และไม่ต้องติดสติ๊กเกอร์บนผลส้ม/บนบรรจุภัณฑ์อีก	15	3.81
ผู้ที่คิดว่ากระบวนการระบุแหล่งที่มา/ชื่อผู้ผลิต รวมทั้งที่อยู่และเบอร์โทรไม่มีความสำคัญ	132	33.50

ที่มา: จากการเก็บรวบรวมข้อมูล

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved



ตารางที่ 5.14 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อส้มเขียวหวาน

ปัจจัยในด้านต่างๆ	การมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ										มีผลโดยเฉลี่ย (ร้อยละ)
	มากที่สุด(100%)		มาก (75%)		ปานกลาง (50%)		ค่อนข้างไม่มีผล (25%)		ไม่มีผลเลย(0%)		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
<b>ปัจจัยด้านตัวสินค้า</b>											
- รสชาติ (เน้นส้มที่มีรสชาติตามที่ต้องการ)	198	50.25	170	43.15	20	5.08	4	1.02	2	0.51	85.38
- สีผิว (เน้นส้มที่มีสีผิวตามที่ต้องการ)	86	21.83	116	29.44	99	25.13	65	16.50	28	7.11	60.66
- การเคลือบผิวส้ม (เน้นส้มที่มีการแว็กซ์)	15	3.81	28	7.11	65	16.50	120	30.46	166	42.13	25.00
- ความสวยงามของผิว (เน้นส้มที่ไม่มีจุดดำ)	13	3.30	99	25.13	90	22.84	93	23.60	99	25.13	39.48
- ขนาดผลส้มเขียวหวาน (เน้นส้มที่มีขนาดตามที่ต้องการ)	73	18.53	134	34.01	99	25.13	56	14.21	32	8.12	60.11
- ความสดของส้ม (เน้นส้มที่มีความสดตามที่ต้องการ)	222	56.35	112	28.43	43	10.91	15	3.81	2	0.51	84.02
- เนื้อส้มมีคุณภาพดี ไม่ฝ่อและขาวขุ่น	248	62.94	110	27.92	17	4.31	17	4.31	2	0.51	87.02

ตารางที่ 5.14 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อส้มเขียวหวาน (ต่อ)

ปัจจัยในด้านต่างๆ	การมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ										มีผลโดยเฉลี่ย (ร้อยละ)
	มากที่สุด(100%)		มาก (75%)		ปานกลาง (50%)		ค่อนข้างไม่มีผล (25%)		ไม่มีผลเลย(0%)		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
<b>ปัจจัยด้านตัวสินค้า (ต่อ)</b>											
- ส้มมีคุณภาพสม่ำเสมอ ไม่มีผลเน่า/เสีย	271	68.78	88	22.34	13	3.30	11	2.79	11	2.79	87.98
ปะปน											
- การระบุนวันเดือนปีที่เก็บเกี่ยว	24	6.09	69	17.51	56	14.21	73	18.53	172	43.65	30.87
- มีฉลาก ,สติ๊กเกอร์หรือตราสัญลักษณ์	26	6.60	71	18.02	82	20.81	62	15.74	153	38.83	34.43
- มีการรับรองว่าเป็นส้มที่มีความปลอดภัย/ไร้สารเคมี	34	8.63	108	27.41	71	18.02	65	16.50	116	29.44	42.35
- บรรจุภัณฑ์หรือการหีบห่อสะดวก	30	7.61	54	13.71	54	13.71	114	28.93	142	36.04	31.97
สวยงาม											
<b>ปัจจัยด้านราคา</b>											
- ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของส้มเขียวหวาน	215	54.57	166	42.13	9	2.28	2	0.51	2	0.51	87.43
- ราคาถูกเมื่อเทียบกับผลไม้ชนิดอื่นๆ	129	32.74	91	23.10	56	14.21	75	19.04	43	10.91	61.89

ตารางที่ 5.14 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อส้มเขียวหวาน (ต่อ)

ปัจจัยในด้านต่างๆ	การมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ										มีผลโดยเฉลี่ย (ร้อยละ)
	มากที่สุด (100%)		มาก (75%)		ปานกลาง (50%)		ค่อนข้างไม่มีผล (25%)		ไม่มีผลเลย(0%)		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
<b>ปัจจัยด้านราคา (ต่อ)</b>											
- ราคาขายใกล้เคียงกับราคาที่ตั้งใจไว้	119	30.20	196	49.75	47	11.93	15	3.81	17	4.31	74.32
- มีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน	103	26.14	157	39.85	97	24.62	24	6.09	13	3.30	69.95
<b>ปัจจัยด้านสถานที่</b>											
- ร้านค้าข้างทาง (สะดวกต่อการซื้อและจอดรถ)	63	15.99	75	19.04	90	22.84	78	19.80	88	22.34	46.58
- ขายในตลาดสด / ตลาดขายส่ง (ทำให้หาซื้อง่าย)	80	20.30	123	31.22	60	15.23	45	11.42	86	21.83	54.10
- ขายในซูเปอร์มาร์เก็ต (สะดวกสบายในการซื้อ, มีช่วงการลดราคา)	45	11.42	24	6.09	58	14.72	82	20.81	185	46.95	28.55
- ร้านค้าที่ซื้อประจำ (มั่นใจในคุณภาพและราคา)	50	12.69	50	12.69	77	19.54	43	10.91	174	44.16	34.56

ตารางที่ 5.14 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อส้มเขียวหวาน (ต่อ)

ปัจจัยในด้านต่างๆ	การมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ										มีผลโดยเฉลี่ย (ร้อยละ)
	มากที่สุด(100%)		มาก (75%)		ปานกลาง (50%)		ค่อนข้างไม่มีผล (25%)		ไม่มีผลเลย(0%)		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
<b>ปัจจัยด้านสถานที่ (ต่อ)</b>											
- แผงลอยหรือศูนย์รวมขายส้มเขียวหวาน เช่นข้างทางหรือในตลาด (มีให้เลือกทั้งราคาเกรดหรือบรรจุภัณฑ์หลากหลาย)	17	4.31	118	29.95	52	13.20	37	9.39	170	43.15	35.79
<b>ปัจจัยด้านส่งเสริมการขาย</b>											
- ช่วงลดราคาของซูเปอร์มาร์เก็ต	24	6.09	90	22.84	52	13.20	54	13.71	174	44.16	33.20
- การให้ทดลองชิมก่อนซื้อ	123	31.22	99	25.13	39	9.90	28	7.11	105	26.65	56.69
- ผู้ขายมีอัธยาศัยดี	155	39.34	172	43.65	41	10.41	11	2.79	15	3.81	78.01
- การให้บริการของผู้ขาย เช่นการหีบห่อ การส่งของ	9	2.28	58	14.72	37	9.39	105	26.65	185	46.95	24.59
- การให้ส่วนลดหรือของแถม	17	4.31	73	18.53	91	23.10	58	14.72	155	39.34	33.47
- การโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ของยี่ห้อต่างๆ	6	1.52	41	10.41	97	24.62	58	14.72	192	48.73	25.41

ตารางที่ 5.14 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อส้มเขียวหวาน (ต่อ)

ปัจจัยในด้านต่างๆ	การมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ										มีผลโดยเฉลี่ย (ร้อยละ)
	มากที่สุด (100%)		มาก (75%)		ปานกลาง (50%)		ค่อนข้างไม่มีผล (25%)		ไม่มีผลเลย(0%)		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
<b>ปัจจัยด้านอื่นๆ</b>											
- เทศกาลต่างๆเช่นปีใหม่ตรุษจีนสงกรานต์	62	15.74	112	28.43	26	6.60	58	14.72	136	34.52	44.13
- ความต้องการบริโภคของสมาชิกในครัวเรือน	106	26.90	170	43.15	47	11.93	19	4.82	52	13.20	66.39
- จำนวนของสมาชิกครัวเรือนต่อปริมาณที่ซื้อต่อครั้ง	125	31.73	148	37.56	45	11.42	24	6.09	52	13.20	67.21
- ข่าวสาร ,ข้อมูลเรื่องสารพิษตกค้างจากการผลิต	28	7.11	67	17.01	49	12.44	101	25.63	149	37.82	32.51
- ข่าวสาร ,ข้อมูลด้านการบุกรุกทำลายป่าไม้ในการผลิตส้มเขียวหวาน	7	1.78	15	3.81	19	4.82	142	36.04	211	53.55	15.98

ที่มา : จากการเก็บรวบรวมข้อมูล