

## บทที่ 4

### ผลการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษา เรื่องพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารบางประเภทที่แสดงเครื่องหมายเลขทะเบียนอาหาร ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ได้จำแนกออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ลักษณะทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมทั่วไปของผู้บริโภคในการซื้อผลิตภัณฑ์อาหาร

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อผลิตภัณฑ์อาหาร ที่แสดงเครื่องหมายเลขทะเบียนอาหาร

ส่วนที่ 4 การรับทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหาร ที่แสดงเครื่องหมายเลขทะเบียนอาหาร

โดยการตอบแบบสอบถามของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่าง ผู้ศึกษาถือว่าเป็นเอกลักษณ์ของผู้ตอบ ที่อาจไม่ประสงค์จะตอบในบางประเด็นได้ ดังนั้นจำนวนรวมของคำตอบในแต่ละประเด็นจึงไม่จำเป็นต้องเท่ากัน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในประเด็นต่างๆ มีรายละเอียดดังนี้

ส่วนที่ 1 ลักษณะทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ในการศึกษาได้สำรวจข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการศึกษา ดังตารางที่แสดงต่อไปนี้

Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตาราง 1 จำนวนและร้อยละของลักษณะทั่วไปเกี่ยวกับประชากรที่ศึกษา

ลักษณะประชากร		จำนวน	ร้อยละ
เพศ	หญิง	191	63.7
	ชาย	109	36.3
	รวม	300	100.0
อายุ	ต่ำกว่า 25 ปี	156	52.9
	25- 35 ปี	78	26.4
	36-45 ปี	36	12.2
	46-55 ปี	19	6.5
	มากกว่า 55 ปี	6	2.0
รวม	295	100.0	
สถานภาพครอบครัว	โสด	186	63.7
	สมรส	106	36.3
	รวม	292	100.0
จำนวนสมาชิกในครอบครัว	1-4 คน	131	47.3
	5-6 คน	105	37.9
	7 คนขึ้นไป	41	14.8
	รวม	277	100.0

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright© by Chiang Mai University  
 All rights reserved

ตาราง 1 จำนวนและร้อยละของลักษณะทั่วไปเกี่ยวกับประชากรที่ศึกษา (ต่อ)

ลักษณะประชากร	จำนวน	ร้อยละ
อาชีพหลัก		
รับราชการ, พนักงานรัฐวิสาหกิจ	51	17.3
ค้าขาย	51	17.3
ลูกจ้างหน่วยเอกชน	48	16.3
รับจ้างทั่วไป	20	6.9
แม่บ้าน	10	3.4
เกษตรกร	5	1.7
อื่นๆ เช่น นักศึกษา	109	37.1
รวม	294	100.0
ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา	27	9.2
มัธยมศึกษา	75	25.6
อาชีวศึกษา	76	21.9
อุดมศึกษา	115	39.3
รวม	293	100.0
รายได้ต่อเดือน		
ต่ำกว่า 3,000 บาท	112	39.0
3,000-6,000 บาท	102	35.6
6,001-9,000 บาท	39	13.6
มากกว่า 9,000 บาท	34	11.8
รวม	287	100.0

01/๓๗  
381.34  
๒๑๑๗

เลขหมู่	.....
เลขทะเบียน	118538

สำนักหอสมุดมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

จากตาราง 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาเป็นเพศหญิง ร้อยละ 63.7 เพศชายร้อยละ 36.3 กลุ่มตัวอย่างอายุต่ำกว่า 25 ปี มีมากที่สุดคือ ร้อยละ 52.9 รองลงมาคือกลุ่มอายุ 25-35 ปี มีร้อยละ 26.4 สถานภาพครอบครัวของกลุ่มตัวอย่างเป็นโสด ร้อยละ 63.7 สมรส ร้อยละ 36.3 จำนวนสมาชิกในครอบครัว ขนาด 1-4 คน, 5-6 คน และ 7 คนขึ้นไปมีร้อยละ 47.3, 37.9 และ 14.8 ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างมีอาชีพส่วนใหญ่รับราชการ-พนักงานรัฐวิสาหกิจ, ค้าขาย และลูกจ้างหน่วยงานเอกชน ร้อยละ 17.3, 17.3 และ 16.3 ตามลำดับ โดยมีกลุ่มอื่นๆ เช่น นักศึกษา เป็นกลุ่มมากที่สุดถึงร้อยละ 37.1 กลุ่มตัวอย่างมีการศึกษาระดับประถมศึกษา มัธยมศึกษา อาชีวศึกษาและอุดมศึกษาร้อยละ 9.2, 25.6, 21.9 และ 39.3 โดยมีรายได้ต่อเดือน ระดับต่ำกว่า 3,000 บาท 3,000-6,000 บาท 6,001-9,000 บาท และมากกว่า 9,000 บาท ร้อยละ 39.0, 35.6, 13.6 และ 11.8 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright© by Chiang Mai University  
 All rights reserved

## ส่วนที่ 2 พฤติกรรมทั่วไปในการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารของประชากรที่ศึกษา

ในการศึกษาพฤติกรรมทั่วไปของผู้บริโภคในการซื้อผลิตภัณฑ์อาหาร ต่อประเด็นเกี่ยวกับบทบาทการทำหน้าที่ซื้อผลิตภัณฑ์อาหาร มีกลุ่มตัวอย่างตอบ 287 ราย พบว่าร้อยละ 64.1 เป็นผู้ทำหน้าที่ซื้อผลิตภัณฑ์อาหารสำหรับใช้ในครอบครัว จากการศึกษาพฤติกรรมทั่วไปของผู้บริโภคในส่วนที่เกี่ยวข้องกับแหล่งที่ซื้อ ความถี่ของการซื้อ การอ่านฉลาก ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ ปรากฏผลดังตาราง 2 - 6 ต่อไปนี้

ตาราง 2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามแหล่งที่ซื้อผลิตภัณฑ์อาหารและเหตุผลของการซื้อจากแหล่งนั้น

เหตุผลของการซื้อ	แหล่งที่ซื้อผลิตภัณฑ์				
	ซูเปอร์มาเก็ตในห้างสรรพสินค้า	ร้านขายของชำในตลาดสด	ร้านค้าปลีกใกล้บ้าน	สหกรณ์ผู้บริโภค	รวม
สะดวกในการซื้อหา	27	31	43	7	108 (36.5)
มีสินค้าให้เลือกมาก	80	22	1	3	106 (35.8)
ราคาถูกกว่าที่อื่น	36	7	3	1	47 (15.8)
สินค้าใหม่เชื่อถือได้	12	1	1	4	18 (6.0)
ร้านค้าให้บริการดี	4	2	4	1	11 (3.7)
อื่นๆ	2	1	1	2	6 (2.2)
รวม	161	64	53	18	296
	(54.4)	(21.6)	(17.9)	(6.1)	(100.0)

จากตาราง 2 แหล่งที่ซื้อผลิตภัณฑ์อาหารของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่นิยมซื้อที่แผนกซูเปอร์มาเก็ตในห้างสรรพสินค้า ร้านขายของชำในตลาดสด ร้านค้าปลีกใกล้บ้าน และสหกรณ์ผู้บริโภคร้อยละ 54.4, 21.6, 17.9 และ 6.1 ตามลำดับ โดยมีเหตุผลของการซื้อที่สำคัญ คือ สะดวกในการซื้อหา มีสินค้าให้เลือกมาก ราคาถูกกว่าที่อื่น สินค้าใหม่เชื่อถือได้และร้านค้าให้บริการดี ร้อยละ 36.5, 35.8, 15.8, 6.0 และ 3.7 ตามลำดับ เหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างซื้อจากแผนกซูเปอร์มาเก็ตในห้างสรรพสินค้า เพราะมีสินค้าให้เลือกมากและราคาถูกกว่าที่อื่น ที่ซื้อจากร้านขายของชำในตลาดสดเพราะสะดวกในการซื้อหาและมีสินค้าให้เลือกมาก ที่ซื้อจากร้านค้าปลีกใกล้บ้านเพราะสะดวกในการซื้อหา ส่วนที่ซื้อจากสหกรณ์ผู้บริโภคเพราะสะดวกในการซื้อหาและสินค้าใหม่เชื่อถือได้

ตาราง 3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความถี่ในการซื้อ และจำนวนสมาชิกในครอบครัว

ความถี่ในการซื้อ	จำนวนสมาชิกในครอบครัว (คน)			รวม
	1-4	5-6	7 คนขึ้นไป	
สัปดาห์ละครั้ง	24	6	7	37 (13.5)
สองสัปดาห์ต่อครั้ง	11	11	6	28 (10.2)
เดือนละครั้ง	16	12	4	32 (11.6)
ซื้อเมื่อผลิตภัณฑ์ใกล้หมด	51	47	14	112 (40.7)
แล้วแต่สะดวก	24	25	10	59 (21.5)
อื่นๆ	5	2	0	7 (2.5)
รวม	131 (47.6)	103 (37.5)	41 (14.9)	275 (100.0)

จากตาราง 3 จะเห็นได้ว่าขนาดของครอบครัวขนาดใดก็ตาม นิยมซื้อเมื่อผลิตภัณฑ์ใกล้จะหมดเช่นเดียวกันถึงร้อยละ 40.7 รองลงมาคือ การซื้อแล้วแต่สะดวก ร้อยละ 21.5

ตาราง 4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการอ่านฉลากของ ผลิตภัณฑ์อาหาร ก่อนตัดสินใจซื้อ

อ่านฉลากผลิตภัณฑ์อาหารก่อนตัดสินใจซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
อ่าน	278	93.0
ไม่อ่าน	21	7.0
รวม	299	100.0

จากตาราง 4 พบว่าส่วนใหญ่ของกลุ่มตัวอย่างถึงร้อยละ 93.0 จะอ่านฉลากของผลิตภัณฑ์อาหารก่อนตัดสินใจซื้อ

ตาราง 5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการอ่านฉลากของผลิตภัณฑ์อาหารก่อนตัดสินใจซื้อและระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	อ่านฉลากก่อนตัดสินใจซื้อหรือไม่		รวม
	อ่าน	ไม่อ่าน	
ประถมศึกษา	22 (81.5)	5 (18.5)	27 (100.0)
มัธยมศึกษา	71 (94.7)	4 (5.3)	75 (100.0)
อาชีวศึกษา	70 (92.1)	6 (7.9)	76 (100.0)
อุดมศึกษา	108 (94.7)	6 (5.3)	114 (100.0)
รวม	271 (92.8)	21 (7.2)	292 (100.0)

$$\chi^2 = 6.28 \quad d.f. = 3 \quad (P > 0.05)$$

จากตาราง 5 แสดงว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาประถมศึกษา ไม่อ่านฉลากผลิตภัณฑ์ก่อนตัดสินใจซื้อ มีร้อยละ 18.5 ซึ่งมากกว่าผู้ที่มีการศึกษา ระดับมัธยมศึกษา อาชีวศึกษา และอุดมศึกษา คือร้อยละ 5.3, 7.9 และ 5.3 ตามลำดับ แต่เมื่อนำไปทดสอบทางสถิติโดยใช้ Chi-Square พบว่าระดับการศึกษาไม่มีผลต่อการอ่านฉลากก่อนตัดสินใจซื้อ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานข้อที่ 1 ที่ตั้งไว้



ตาราง 6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามปัจจัยในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหาร

ปัจจัยสำคัญที่สุด ในการตัดสินใจ ซื้อผลิตภัณฑ์อาหาร	จำนวน	ร้อยละ
คุณภาพ	207	69.2
ราคา	56	18.7
ชื่อเสียง	19	6.4
หีบห่อ	2	0.7
อื่นๆ เช่น แหล่งที่ซื้อ	15	5.0
รวม	299	100.0

ตาราง 6 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างถึงร้อยละ 69.2 ให้ความสนใจต่อคุณภาพมากที่สุด ในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหาร รองลงมาให้ความสำคัญในเรื่อง ราคา ชื่อเสียง และหีบห่อ ร้อยละ 18.7, 6.4 และ 0.7 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารบางประเภทที่แสดง  
เครื่องหมายเลขทะเบียนอาหาร

ในการศึกษาพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารบางประเภท ที่แสดง  
เครื่องหมายเลขทะเบียนอาหาร ผลการศึกษาปรากฏดังรายละเอียดต่อไปนี้

ตาราง 7 จำนวนของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามผลิตภัณฑ์อาหารบางประเภท  
และการให้ลำดับความสำคัญของคุณภาพมาตรฐาน

ผลิตภัณฑ์อาหาร	ความถี่ของลำดับความสำคัญของผลิตภัณฑ์					คิดเป็น น้ำหนัก เฉลี่ย
	ที่ 1	ที่ 2	ที่ 3	ที่ 4	ที่ 5	
ผลิตภัณฑ์นม	158	49	43	22	20	4.04
น้ำปลา	96	92	45	38	21	3.70
อาหารกระป๋อง	28	105	109	36	13	3.34
น้ำหวานใส่สี-	6	18	53	112	100	2.02
บรรจุในภาชนะ ปิดสนิท						
น้ำส้มสายชู	9	28	38	80	134	1.96

จากตาราง 7 เมื่อพิจารณาถึงความสำคัญของคุณภาพมาตรฐาน  
ผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคได้จัดลำดับความสำคัญเรียงจากมากไปน้อย ดังนี้

1) ผลิตภัณฑ์นม 2) น้ำปลา 3) อาหารกระป๋อง 4) น้ำหวานใส่สีบรรจุ  
ในภาชนะปิดสนิท และ 5) น้ำส้มสายชู ตามลำดับ

ตาราง 8 จำนวนของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามบุคคล/หน่วยงาน และการให้  
ลำดับความสำคัญต่อการรับผิดชอบความปลอดภัยในการบริโภคผลิต  
ภัณฑ์อาหารบางประเภท

บุคคล/หน่วยงาน	ความถี่ของลำดับความสำคัญในการรับผิดชอบ						คิดเป็น น้ำหนัก เฉลี่ย
	ที่ 1	ที่ 2	ที่ 3	ที่ 4	ที่ 5	ที่ 6	
ผู้ผลิต	112	60	37	53	19	6	4.61
สำนักงานคณะกรรมการ อาหารและยา	60	52	48	37	25	67	3.60
หน่วยงานสาธารณสุข ในจังหวัด	20	49	59	82	58	19	3.42
องค์กรคุ้มครองผู้บริโภค ของประชาชน	28	53	59	54	57	38	3.40
ผู้บริโภคเอง	68	34	27	24	34	102	3.21
ผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์	12	39	57	35	92	50	2.92

จากตาราง 8 กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่า บุคคล/หน่วยงาน ที่  
ต้องรับผิดชอบความปลอดภัยในการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหาร เรียงลำดับความ  
รับผิดชอบจากมากไปน้อยดังนี้ 1) ผู้ผลิต 2) สำนักงานคณะกรรมการอาหาร  
และยา 3) หน่วยงานสาธารณสุขในจังหวัด 4) องค์กรคุ้มครองผู้บริโภคของ  
ประชาชน 5) ผู้บริโภคเอง และ 6) ผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ

ตาราง 9 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์  
อาหารบางประเภทในแง่ของเครื่องหมายเลขทะเบียนอาหาร

การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์	จำนวน	ร้อยละ
เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่แสดงเครื่องหมายเลข ทะเบียนอาหาร	260	86.7
ไม่ได้เลือกซื้อหรือไม่ได้ค่านึงว่าเป็น ผลิตภัณฑ์อาหารที่แสดงเครื่องหมาย เลขทะเบียนอาหาร	40	13.3
รวม	300	100.0

จากตาราง 9 ร้อยละ 86.7 ของกลุ่มตัวอย่าง จะเลือกซื้อ  
ผลิตภัณฑ์ที่แสดงเครื่องหมายเลขทะเบียนอาหาร เพียงร้อยละ 13.3 เท่านั้น  
ที่ไม่ได้เลือกซื้อหรือไม่ได้ค่านึงว่า เป็นผลิตภัณฑ์ที่แสดงเครื่องหมายเลข  
ทะเบียนอาหาร

ตาราง 10 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการเลือกชื่อผลิตภัณฑ์อาหารบางประเภท ในแง่เครื่องหมายเลขทะเบียนอาหารและระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	การเลือกชื่อผลิตภัณฑ์อาหาร		รวม
	ชื่อผลิตภัณฑ์ที่แสดงเครื่องหมายเลขทะเบียนอาหาร	ไม่ได้เลือกชื่อหรือไม่ได้คำนึงว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่แสดงเครื่องหมายเลขทะเบียนอาหาร	
ประถมศึกษา	17 (63.0)	10 (37.0)	27 (100.0)
มัธยมศึกษา	66 (88.0)	9 (12.0)	75 (100.0)
อาชีวศึกษา	69 (90.8)	7 (9.2)	76 (100.0)
อุดมศึกษา	103 (89.6)	12 (10.4)	115 (100.0)
รวม	255 (87.0)	38 (13.0)	293 (100.0)

$$\chi^2 = 15.52 \quad \text{d.f.} = 3 \quad (p < 0.05)$$

จากตาราง 10 แสดงว่า ผู้ที่มีระดับการศึกษาประถมศึกษาไม่ได้เลือกชื่อผลิตภัณฑ์อาหารที่แสดงเครื่องหมายเลขทะเบียนอาหาร มีร้อยละ 37.0 ซึ่งมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา, อาชีวศึกษาและอุดมศึกษา คือร้อยละ 12.0, 9.2 และ 10.4 ตามลำดับ และเมื่อนำไปทดสอบทางสถิติด้วย Chi-Square พบว่าระดับการศึกษา มีผลต่อการเลือกชื่อผลิตภัณฑ์อาหารที่แสดงเครื่องหมายเลขทะเบียนอาหาร ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 2 ที่ตั้งไว้

## ตาราง 11

จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารบางประเภท ในแง่ของเครื่องหมายเลขทะเบียนอาหาร และ อาชีพหลัก

อาชีพหลัก	การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหาร		รวม
	ซื้อผลิตภัณฑ์ที่แสดงเครื่องหมายเลขทะเบียนอาหาร	ไม่ได้เลือกซื้อหรือไม่ได้คำนึงว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่แสดงเครื่องหมายเลขทะเบียนอาหาร	
-รับราชการ, พนักงานรัฐวิสาหกิจ	45 (88.2)	6 (11.8)	51 (100.0)
-ค้าขาย	41 (80.4)	10 (19.6)	51 (100.0)
-ลูกจ้างหน่วยงานเอกชน	46 (95.8)	2 (4.2)	48 (100.0)
-รับจ้างทั่วไป, แม่บ้าน, เกษตรกร	24 (68.6)	11 (31.4)	35 (100.0)
-อื่นๆ เช่นนักศึกษา, ว่างงาน	99 (90.8)	10 (9.2)	109 (100.0)
รวม	255 (86.7)	39 (13.3)	294 (100.0)

$$\chi^2 = 29.6 \quad \text{d.f.} = 4 \quad (p < 0.05)$$

จากตาราง 11 แสดงว่ากลุ่มอาชีพหลัก รับจ้างทั่วไป, แม่บ้าน, เกษตรกร ไม่ได้เลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่แสดงเครื่องหมายเลขทะเบียนอาหาร มีร้อยละ 31.4 ซึ่งมากกว่ากลุ่มอาชีพค้าขาย, รับราชการ-พนักงาน

รัฐวิสาหกิจ, ลูกจ้างหน่วยงานเอกชน และกลุ่มอื่นเป็นนักศึกษา คือ ร้อยละ 19.6, 11.8, 4.2 และ 9.2 ตามลำดับ แต่เมื่อนำมาทดสอบทางสถิติด้วย Chi-Square พบว่า อาชีพหลัก มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่แสดงเครื่องหมายเลขทะเบียนอาหาร ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 3 ที่ตั้งไว้

ตาราง 12 จำนวนของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารบางประเภทในแง่ของเครื่องหมายเลขทะเบียนอาหารและรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหาร		รวม
	ซื้อผลิตภัณฑ์ที่แสดงเครื่องหมายทะเบียนอาหาร	ไม่ได้เลือกซื้อหรือไม่ได้คำนึงว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่แสดงเครื่องหมายเลขทะเบียนอาหาร	
ต่ำกว่า 3,000 บาท	99 (88.4)	13 (11.6)	112 (100.0)
3,000-6000 บาท	89 (87.3)	13 (12.7)	102 (100.0)
6,001-9,000 บาท	36 (92.3)	3 ( 7.7)	39 (100.0)
มากกว่า 9,000 บาท	26 (76.5)	8 (23.5)	34 (100.0)
รวม	250 (87.1)	37 (12.9)	287 (100.0)

$$\chi^2 = 4.53 \quad \text{d.f.} = 3 \quad (p > 0.05)$$

จากตาราง 12 แสดงว่าผู้ที่มีระดับรายได้ต่อเดือน มากกว่า 9,000 บาท ไม่ได้เลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่แสดงเครื่องหมายเลขทะเบียนอาหาร มีร้อยละ 23.5 ซึ่งมากกว่าผู้ที่มีระดับรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า

3,000 บาท, 3,000-6,000 บาท และ 6,001-9,000 บาท คือ ร้อยละ 11.6, 12.7 และ 7.7 ตามลำดับ แต่เมื่อนำมาทดสอบทางสถิติด้วย Chi-Square พบว่าระดับรายได้ต่อเดือนไม่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่แสดงเครื่องหมายเลขทะเบียนอาหาร ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานข้อที่ 4 ที่ตั้งไว้

ตาราง 13-14 ต่อไปนี้ แสดงข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างที่ส่วนใหญ่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่แสดงเครื่องหมายเลขทะเบียนอาหาร ซึ่งจำนวน 260 คน จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 300 คน (ดูตาราง 9)

ตาราง 13 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ส่วนใหญ่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่แสดงเครื่องหมายเลขทะเบียนอาหาร จำแนกตามปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
มั่นใจในคุณภาพ	185	71.5
ฉลากแสดงข้อมูลที่ต้องการเพียงพอ	52	20.1
ราคายุติธรรม	11	4.2
อื่นๆ	11	4.2
รวม	259	100.0

จากตาราง 13 ปัจจัยสำคัญที่กลุ่มตัวอย่างเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่มีเครื่องหมายเลขทะเบียนอาหาร คือ มั่นใจในคุณภาพ ฉลากแสดงข้อมูลที่ต้องการเพียงพอและราคายุติธรรม ร้อยละ 71.5, 20.1 และ 4.2 ตามลำดับ



ตาราง 14 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับความพอใจ  
ในการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารบางประเภท ที่แสดงเครื่องหมาย  
เลขทะเบียนอาหาร

ระดับความพอใจ	จำนวน	ร้อยละ
พอใจมาก	65	25.3
พอใจ	181	70.4
ไม่ชอบพอใจ	11	4.3
รวม	257	100.0

จากตาราง 14 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คือ ร้อยละ 70.4 มีความพอใจในการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารบางประเภท ที่แสดงเครื่องหมายเลขทะเบียนอาหารร้อยละ 25.3 มีความพอใจมาก และกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 4.3 ที่ไม่ชอบพอใจต่อผลิตภัณฑ์ที่แสดงเครื่องหมายเลขทะเบียนอาหาร

ตาราง 15-19 แสดงข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ได้เลือกซื้อหรือไม่ได้คำนึงว่าเป็นผลิตภัณฑ์อาหาร ที่แสดงเครื่องหมายเลขทะเบียนอาหาร

ตาราง 15 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ได้เลือกซื้อหรือไม่ได้คำนึงว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่แสดงเครื่องหมายเลขทะเบียนอาหาร จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 3,000 บาท	12	34.3
3,000-6,000 บาท	13	37.1
6,001-9,000 บาท	3	8.6
มากกว่า 9,000 บาท	7	20.0
รวม	35	100.0

จากตาราง 15 ผู้ที่ไม่ได้เลือกซื้อหรือไม่ได้คำนึงว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่แสดงเครื่องหมายเลขทะเบียนอาหาร ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 6,000 บาท

ตาราง 16 จำนวนของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสาเหตุที่ทำให้ไม่ได้เลือกซื้อ หรือไม่ได้ค่านิ่งว่าเป็นผลิตภัณฑ์อาหารที่แสดงเครื่องหมายเลข ทะเบียนอาหาร และระดับการศึกษา

สาเหตุที่ไม่ได้เลือกซื้อ	รายได้ต่อเดือน				รวม
	ประถม ศึกษา	มัธยม ศึกษา	อาชีว ศึกษา	อุดม ศึกษา	
-ผลิตภัณฑ์ที่ซื้อเป็นตรา ยี่ห้อที่มีชื่อเสียง	2	5	2	7	16
-ไม่รู้จักเครื่องหมาย เลขทะเบียนอาหาร	3	0	1	2	6
-ผลิตภัณฑ์ที่ซื้อมีราคาถูก กว่าผลิตภัณฑ์ที่แสดงเครื่องหมาย เลขทะเบียนอาหาร	1	3	2	0	6
-ไม่ทราบความสำคัญของ ผลิตภัณฑ์ที่แสดงเครื่องหมาย เลขทะเบียนอาหาร	4	0	1	0	5
-ผลิตภัณฑ์ที่ซื้อได้รับการรับ รองคุณภาพจากหน่วยงานอื่น	0	0	1	1	2
-อื่นๆ (สินค้าที่วางขายได้ ต้องดีและมีมาตรฐานอยู่แล้ว)	0	0	0	1	1
รวม	10	8	7	11	36

จากตาราง 16 ส่วนใหญ่สาเหตุที่ทำให้ไม่ได้เลือกซื้อ หรือไม่ได้  
 คำนึงว่าเป็นผลิตภัณฑ์อาหารที่แสดงเครื่องหมายเลขทะเบียนอาหาร เนื่อง  
 จากกลุ่มตัวอย่างคำนึงถึงชื่อเสียงของตราซื้อ รongลงมาได้แก่ ไม้รู้จัก  
 เครื่องหมายเลขทะเบียนอาหาร, ผลิตภัณฑ์ที่ซื้อมีราคาสูงกว่าผลิตภัณฑ์ที่แสดง  
 เครื่องหมายเลขทะเบียนอาหาร, ไม่ทราบความสำคัญของผลิตภัณฑ์ที่แสดง  
 เครื่องหมายเลขทะเบียนอาหาร และผลิตภัณฑ์ที่ซื้อได้รับการรับรองคุณภาพ  
 จากหน่วยงานอื่นตามลำดับ

ตาราง 17 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ได้เลือกซื้อ หรือไม่ได้  
 คำนึงว่าผลิตภัณฑ์ที่แสดงเครื่องหมายเลขทะเบียนอาหารจำแนก  
 ตามการเปลี่ยนแปลงการซื้อถ้าได้รับข่าวสารเกี่ยวกับมาตรฐาน  
 ผลิตภัณฑ์อาหารที่แสดงเครื่องหมายเลขทะเบียนอาหารเพิ่มขึ้น

การเปลี่ยนแปลงการซื้อถ้าได้รับข่าวสาร เกี่ยวกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มขึ้น	จำนวน	ร้อยละ
เปลี่ยนแปลง	14	35.9
ไม่เปลี่ยนแปลง	6	15.4
ไม่แน่ใจ	19	48.7
รวม	39	100.0

จากตาราง 17 ร้อยละ 15.4 ยังคงไม่เปลี่ยนแปลงการซื้อ  
 ถ้าได้รับข่าวสารเกี่ยวกับ มาตรฐานผลิตภัณฑ์อาหารที่แสดงเครื่องหมายเลข  
 ทะเบียนอาหารมากขึ้น ร้อยละ 48.7 ยังไม่แน่ใจ โดยจำแนกสาเหตุที่  
 ไม่ได้เลือกซื้อแสดงไว้ในตาราง 18

ตาราง 18 จำนวนของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสาเหตุที่ไม่ได้เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่แสดงเครื่องหมายเลขทะเบียนอาหาร กับการไม่เปลี่ยนแปลงหรือไม่แน่ใจเมื่อได้รับข่าวสารเกี่ยวกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์

สาเหตุที่ไม่ได้เลือกซื้อ	การเปลี่ยนแปลงการซื้อเมื่อได้รับข่าวสาร		รวม
	ไม่เปลี่ยนแปลง	ไม่แน่ใจ	
-ผลิตภัณฑ์ที่ซื้อเป็นตรา ยี่ห้อที่มีชื่อเสียง	4	7	11
-ไม่รู้จักเครื่องหมาย เลขทะเบียนอาหาร	0	5	5
-ผลิตภัณฑ์ที่ซื้อมีราคาที่ถูก กว่าผลิตภัณฑ์ที่แสดงเครื่องหมาย เลขทะเบียนอาหาร	1	3	4
-ไม่ทราบความสำคัญของ ผลิตภัณฑ์ที่แสดงเครื่องหมาย เลขทะเบียนอาหาร	0	2	2
-ผลิตภัณฑ์ที่ซื้อได้รับการรับรอง คุณภาพจากหน่วยงานอื่น	0	1	1
-อื่นๆ	1	0	1
รวม	6	18	24

จากตาราง 18 ส่วนใหญ่ของผู้ที่ไม่เปลี่ยนแปลงการซื้อหรือไม่แน่ใจมีสาเหตุมาจากผลิตภัณฑ์ที่ซื้อเป็นตรายี่ห้อที่มีชื่อเสียง รองลงมาคือไม่รู้จักเครื่องหมายเลขทะเบียนอาหาร และผลิตภัณฑ์ที่ซื้อมีราคาถูกกว่าผลิตภัณฑ์ที่แสดงเครื่องหมายเลขทะเบียนอาหาร

ส่วนที่ 4 การรับทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารที่แสดงเครื่องหมายเลขทะเบียนอาหาร

การศึกษาถึงการรับทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ ผลิตภัณฑ์ที่แสดงเครื่องหมายเลขทะเบียนอาหาร จะศึกษาเฉพาะผู้บริโภคที่รู้จักเครื่องหมายเลขทะเบียนอาหารเท่านั้น กลุ่มตัวอย่างของการศึกษาในครั้งนี้มีจำนวน 300 คน เป็นผู้ที่ไม่รู้จักเครื่องหมายเลขทะเบียนอาหาร 6 คน (ดังตาราง 19) ดังนั้น ผู้ที่รู้จักเครื่องหมายเลขทะเบียนอาหารจึงมีทั้งสิ้น 294 คน ผลของการศึกษาปรากฏรายละเอียดดังนี้

ตาราง 19 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่รู้จักเครื่องหมาย เลขทะเบียนอาหาร จำแนกตามแหล่งที่รับทราบข่าวสารเกี่ยวกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์อาหารที่แสดงเครื่องหมาย เลขทะเบียนอาหาร

แหล่งข่าว	จำนวน	ร้อยละ
-การเผยแพร่ผ่านสื่อโฆษณาต่าง ๆ โดยเจ้าของสินค้า	169	57.7
-สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา	49	16.7
-หน่วยงานสาธารณสุขจังหวัดในจังหวัด	24	8.2
-คำบอกเล่าของสมาชิกในครอบครัวหรือเพื่อน	22	7.5
-การแนะนำของผู้ขายปลีก	13	4.4
-อื่นๆ	16	5.5
รวม	293	100.0

จากตาราง 19 กลุ่มตัวอย่างที่รู้จักเครื่องหมายเลขทะเบียนอาหาร รับทราบข่าวสารเกี่ยวกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์อาหารที่แสดงเครื่องหมายเลขทะเบียนอาหาร จากการเผยแพร่ผ่านสื่อโฆษณาต่างๆ โดยเจ้าของสินค้า, สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา, หน่วยงานสาธารณสุขในจังหวัดและค่าบอกเล่าของสมาชิกในครอบครัวหรือเพื่อนร้อยละ 57.7, 16.7, 8.2 และ 7.5 ตามลำดับ

ตาราง 20 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่รู้จักเครื่องหมายเลขทะเบียนอาหาร จำนวนตามความคิดเห็นที่มีต่อการเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับคุณภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์อาหารของหน่วยงานสาธารณสุขในสังกัดกระทรวงสาธารณสุข

ความคิดเห็นต่อการเผยแพร่ข่าวสารของกระทรวงสาธารณสุข	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เพียงพอ	269	92.1
เพียงพอ	23	7.9
รวม	292	100.0

จากตาราง 20 กลุ่มตัวอย่างที่รู้จักเครื่องหมายเลขทะเบียนอาหารถึงร้อยละ 92.1 เห็นว่าการเผยแพร่ข่าวสารของกระทรวงสาธารณสุขในขณะนี้ยังไม่เพียงพอ ควรเผยแพร่ให้มากขึ้น โดยผ่านสื่อต่างๆ ดังแสดงใน

ตาราง 21

ตาราง 21 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการเผยแพร่ข่าวสาร  
เพิ่มขึ้นผ่านสื่อต่างๆ

การเผยแพร่ข่าวสารผ่านสื่อต่างๆ	จำนวน	ร้อยละ
โทรทัศน์	164	70.4
วิทยุ	31	13.3
หนังสือพิมพ์ นิตยสาร	13	5.6
สิ่งพิมพ์ แผ่นพับ โปสเตอร์	10	4.3
รถประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่	6	2.6
อื่นๆ	9	3.8
รวม	233	100.0

จากตาราง 21 กลุ่มตัวอย่างต้องการให้เผยแพร่ข่าวสารเพิ่มขึ้น  
โดยผ่านสื่อโทรทัศน์มากที่สุดถึงร้อยละ 70.4 รองลงมาได้แก่สื่อวิทยุร้อยละ  
13.3



ตาราง 22 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่รู้จักเครื่องหมาย เลข  
ทะเบียนอาหารต่อการแสดงความคิดเห็น ในการเผยแพร่  
ข่าวสาร เพื่อให้ประชาชนได้ตระหนักถึงความสำคัญของ  
เครื่องหมายเลขทะเบียนอาหาร

ความคิดเห็นต่อการเผยแพร่ เครื่องหมายเลขทะเบียนอาหาร	จำนวน	ร้อยละ
เห็นควรมีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์เพิ่มขึ้น	199	67.7
ไม่ตอบ	79	26.9
ไม่ทราบ	16	5.4
รวม	294	100.0

จากตาราง 22 ร้อยละ 67.7 ของกลุ่มตัวอย่างที่รู้จักเครื่องหมายเลขทะเบียนอาหาร เห็นว่าควรมีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าวสารเพิ่มขึ้นอีก เพื่อให้ประชาชนได้ตระหนักถึงความสำคัญของเครื่องหมายเลขทะเบียนอาหาร จากการรวบรวมคำตอบจากคำถามปลายเปิด และการสัมภาษณ์ที่ไม่กำหนดรูปแบบมีความเห็นบางประเด็นที่อาจแบ่งเป็น เกี่ยวกับตัวเครื่องหมายเลขทะเบียนอาหาร วิธีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ และมาตรการเสริม ดังนี้

ในส่วนที่เกี่ยวกับเครื่องหมายเลขทะเบียนอาหาร มีการเสนอแนะว่า "น่าจะมีเครื่องหมายที่น่าสนใจกว่านี้", "ควรติดป้ายทะเบียนให้มองเห็นชัดเจนมากขึ้นกว่าเดิม", "อยากให้เด่นชัดในฉลากเพื่อเป็นจุดสนใจหรือดึงดูดเวลาผู้บริโภคซื้อจะได้เลือกและอ่านเข้าใจได้ถูกต้อง" และ "ให้มีคำว่า ได้รับอนุญาตจากกระทรวงสาธารณสุขกำกับไว้บริเวณเครื่องหมายเลขทะเบียนอาหาร", "อาหารทุกชนิดที่มีฉลากอาหารให้มีการขอ อย."

ในส่วนที่เกี่ยวกับวิธีเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ มีการเสนอแนะว่า "เผยแพร่ทางโทรทัศน์ดีที่สุด เพราะเป็นสื่อที่เห็นภาพพจน์ดีมาก แสดงให้เห็นความจริงและอันตรายที่เกิดจากการบริโภคอาหารไม่ได้มาตรฐาน ขอเน้น เพราะที่ผ่านมาไม่ค่อยเน้นอันตราย ตัวอย่างผู้ป่วยจริงๆสักที", "ให้ข้อมูลผ่านสื่อโฆษณาให้เด่นชัด กระชับแต่บ่อยครั้ง", "ทำรูปแบบนำเสนอให้น่าสนใจ ไม่วิชาการมากเกินไป", "ให้มีการให้ความรู้แก่ประชาชนในชนบทว่าอาหารหรือผลิตภัณฑ์ที่มีเครื่องหมายเลขทะเบียนนั้น ว่าได้ผ่านการตรวจสอบจากหน่วยงานสาธารณสุขแล้ว", "บรรจุเป็นวิชาที่สอนให้นักเรียนชั้นประถม เพื่อต่อไปเด็กเหล่านั้นจะมีส่วนช่วยครอบครัวในการซื้อสินค้าที่ถูกต้องขึ้น", "ปิดป้ายโฆษณาประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่", "แสดงผลการตรวจวิเคราะห์ของผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีเครื่องหมายเลขทะเบียนหลาย ๆ อย่าง เทียบกันกับที่มีเลขทะเบียนอาหารให้ประชาชนรู้" และ "พิสูจน์ข้อเสียหรืออันตรายที่เกิดจากอาหารที่ไม่มีเครื่องหมายเลขทะเบียนให้ทราบ เพราะแค่คำบอกทำให้ซื้อที่มีเครื่องหมาย คนทั่วไปอาจไม่เห็นความสำคัญเท่าใด " เป็นต้น

ในส่วนที่เกี่ยวกับมาตรการเสริม มีการเสนอแนะว่า "มาตรการในการออกเครื่องหมายเลขทะเบียน ควรจะมีระเบียบรัดกุมเป็นที่น่าเชื่อถือ แสดงถึงผลประโยชน์ คุณค่าที่จะได้รับจากการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีเครื่องหมาย", "ควรอธิบายให้ทราบถึงวิธีการตรวจสอบและขั้นตอนซึ่งทำให้สินค้านั้นได้รับเครื่องหมายเลขทะเบียนเพื่อให้ประชาชนได้ตระหนักถึงคุณภาพ และมาตรฐานของสินค้า", "ส่งสารทางสื่อมวลชนและแสดงให้เห็นถึงมาตรการคุ้มครองผู้บริโภคให้เด็ดขาดและเห็นผลชัดเจน" และ "รัฐต้องลงมือทำอย่างจริงจัง" เป็นต้น

ตาราง 23 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามแหล่งที่ผู้บริโภค  
ประสงค์จะแจ้งให้ผู้เกี่ยวข้องทราบในกรณีเห็นว่า มีผลิตภัณฑ์  
อาหารไม่ได้คุณภาพมาตรฐานเพียงพอวางจำหน่ายอยู่

แหล่งบุคคล/หน่วยงาน	จำนวน	ร้อยละ
หน่วยงานสาธารณสุขในจังหวัด	106	36.1
สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา	41	13.9
กระทรวงสาธารณสุข	17	5.8
ผู้จำหน่าย/ผู้ผลิต	11	3.7
สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค	8	2.7
ตำรวจ	4	1.4
อื่นๆ	11	3.7
ไม่แจ้ง	8	2.7
ไม่ทราบจะแจ้งที่ใด	33	11.3
ไม่ตอบ	55	18.7
รวม	294	100.0

จากตาราง 23 พบว่าในกรณีที่ผู้บริโภคเห็นว่าผลิตภัณฑ์อาหาร  
ไม่ได้คุณภาพมาตรฐานที่เพียงพอวางจำหน่ายอยู่ หากประสงค์จะแจ้งให้ผู้  
เกี่ยวข้องทราบ ส่วนใหญ่จะแจ้งที่หน่วยงานสังกัดกระทรวงสาธารณสุข  
โดยเฉพาะที่หน่วยงานสาธารณสุขในจังหวัดมากที่สุดถึงร้อยละ 36.1 และมี  
ผู้บริโภคไม่ทราบจะแจ้งที่ใด ร้อยละ 11.3 ตลอดจนมีผู้บริโภคที่ไม่ประสงค์  
จะแจ้ง ร้อยละ 2.7