

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษา "การเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับข้อตกลงเขตการค้าเสรีด้านการบริโภคสินค้าเกษตร" ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจะนำเสนอในเรื่องต่างๆ ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลผู้บริโภคสินค้าเกษตร

ตอนที่ 2 ผลการสัมมนาแบบมีส่วนร่วม

ตอนที่ 3 การค้าพืชผักและผลไม้ระหว่างไทยและจีนก่อนและหลังเปิดการค้าเสรี

ตอนที่ 4 การผลิตและราคาสินค้าพืชผักและผลไม้บางชนิดของไทยและการนำเข้าและราคาสินค้าพืชผักและผลไม้บางชนิดจากจีน

ตอนที่ 5 ผลการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis)

ตอนที่ 6 ผลการวิเคราะห์ TOWS Matrix

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลผู้บริโภคสินค้าเกษตร

ข้อมูลผู้บริโภคสินค้าเกษตรได้จากการรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิโดยใช้แบบสอบถามผู้บริโภคทั่วประเทศทั้งในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้รวมจำนวนตัวอย่างทั้งสิ้น 500 คน โดยเน้นถึงการบริโภคสินค้าเกษตรได้แก่ สินค้าผักและผลไม้ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลผู้บริโภคมียุทธศาสตร์ดังนี้

1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคสินค้าเกษตรกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคสินค้าเกษตรจำแนกตามเพศ อายุ และระดับการศึกษา

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	201	40.2
หญิง	299	59.8

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
อายุ (ปี)		
15 – 19	52	10.4
20 – 24	153	30.6
25 – 29	135	27.0
30 – 39	93	18.6
40 – 49	47	9.4
50 – 59	18	3.6
ตั้งแต่ 60 ขึ้นไป	2	0.4
ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษาและต่ำกว่า	32	6.4
มัธยมศึกษา/อาชีวศึกษา	192	38.5
ปริญญาตรี	255	50.9
สูงกว่าปริญญาตรี	21	4.2

จากตารางที่ 4.1 พบว่าผู้บริโภคนักค้าเกษตรกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยจำแนกเป็นเพศชาย ร้อยละ 40.2 และเพศหญิงร้อยละ 59.8 เมื่อจำแนกตามช่วงอายุ ร้อยละ 30.6 มีอายุอยู่ในช่วง 20 - 24 ปี รองลงมา ร้อยละ 27.0 มีอายุในช่วง 25 – 29 ปี ร้อยละ 18.6 มีอายุอยู่ในช่วง 30 – 39 ปี ร้อยละ 10.4 มีอายุอยู่ในช่วง 15 – 19 ปี ร้อยละ 9.4 มีอายุอยู่ในช่วง 40 – 49 ปี ร้อยละ 3.6 มีอายุอยู่ในช่วง 50 – 59 ปี และร้อยละ 0.4 มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป สำหรับระดับการศึกษาของผู้บริโภค นักค้าเกษตรกลุ่มตัวอย่างพบว่า ส่วนใหญ่ร้อยละ 50.9 อยู่ในระดับปริญญาตรี รองลงมา ร้อยละ 38.4 อยู่ในระดับมัธยมศึกษา/อาชีวศึกษา ร้อยละ 6.4 จบการศึกษาประถมศึกษาหรือต่ำกว่า และ ร้อยละ 4.2 มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคสินค้าเกษตรจำแนกตามอาชีพ สถานภาพสมรส จำนวนสมาชิกในครัวเรือน รายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน และรายได้ครัวเรือนต่อเดือน

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
อาชีพหลัก		
ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	80	16.0
พนักงานบริษัท/ ห้างร้าน	185	37.0
แม่บ้าน/ พ่อบ้าน	13	2.6
ประกอบอาชีพอิสระ	88	17.6
เกษตรกร	9	1.8
ค้าขาย	30	6.0
นักเรียน/ นักศึกษา	92	18.4
อื่นๆ	3	0.6
สถานภาพสมรส		
โสด	345	69.0
สมรส	145	29.0
หม้าย	10	2.0
จำนวนสมาชิกในครัวเรือน (คน)		
1 – 2	68	13.6
3 – 4	251	50.2
5 – 6	148	29.6
ตั้งแต่ 7 ขึ้นไป	33	6.6
รายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน (บาท)		
ต่ำกว่า 10,000	243	48.5
10,001 – 20,000	179	35.9
20,001 – 30,000	49	9.8
30,001 – 40,000	14	2.8
40,001 – 50,000	9	1.8
สูงกว่า 50,000	6	1.2

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
รายได้ครัวเรือนต่อเดือน (บาท)		
ต่ำกว่า 10,000	77	15.5
10,001 – 20,000	161	31.8
20,001 – 40,000	137	27.6
40,001 – 60,000	67	13.5
60,001 – 80,000	27	5.4
สูงกว่า 80,000	31	6.2

จากตารางที่ 4.2 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างที่สอบถามตามอาชีพ พบว่าร้อยละ 37.0 เป็นพนักงานบริษัท/ห้างร้าน รองลงมาร้อยละ 18.4 เป็นนักเรียน/นักศึกษา และร้อยละ 16.0 ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ตามลำดับ นอกจากนี้ยังมีอาชีพอื่น ๆ ดังตาราง เมื่อจำแนกตามสถานภาพสมรส ส่วนใหญ่ ร้อยละ 69.0 มีสถานภาพโสด และเมื่อพิจารณาจำนวนสมาชิกในครัวเรือน ส่วนใหญ่ ร้อยละ 50.2 มีจำนวนสมาชิก 3 – 4 คน รองลงมา ร้อยละ 29.6 มีสมาชิก 5 – 6 คน ส่วนรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน ผู้บริโภค ร้อยละ 48.5 มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท รองลงมา ร้อยละ 35.9 มีรายได้ต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท และเมื่อจำแนกตามรายได้ครัวเรือนต่อเดือน ร้อยละ 31.8 มีรายได้ครัวเรือนต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท รองลงมา ร้อยละ 27.6 มีรายได้ครัวเรือนต่อเดือน 20,001 – 40,000 บาท

1.2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อตกลงเขตการค้าเสรีด้านการบริโภคสินค้าเกษตร

ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของการทราบข้อตกลงเขตการค้าเสรีระหว่างประเทศไทยกับประเทศอื่นๆ ของผู้บริโภคสินค้าเกษตร

การทราบข้อตกลงเขตการค้าเสรี	จำนวน	ร้อยละ
ทราบ	298	59.6
ไม่ทราบ	202	40.4
รวม	500	100.0

จากตารางที่ 4.3 จากการสอบถามผู้บริโภคสินค้าเกษตรกลุ่มตัวอย่างถึงการรับทราบเกี่ยวกับข้อตกลงเขตการค้าเสรี (FTA) ระหว่างประเทศไทยกับประเทศอื่นๆ พบว่า ส่วนใหญ่ ร้อยละ 59.6 รับทราบเกี่ยวกับข้อตกลงเขตการค้าเสรีของประเทศไทย และร้อยละ 40.4 ที่ไม่ทราบ

ตารางที่ 4.4 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการทราบข้อตกลงเขตการค้าเสรีระหว่างประเทศไทยกับประเทศอื่นๆ กับลักษณะทางประชากรของผู้บริโภคสินค้าเกษตร (สมมติฐานที่ 1)

ลักษณะทางประชากร	ค่า Sig
เพศ	.000**
อายุ	.250 ^{ns.}
ระดับการศึกษา	.000**
อาชีพหลัก	.000**
สถานภาพสมรส	.051 ^{ns.}
รายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน	.113 ^{ns.}

** มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.01$

^{ns.} ไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$

จากตารางที่ 4.4 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการรับทราบข้อตกลงเขตการค้าเสรีระหว่างประเทศไทยกับประเทศอื่นๆ กับลักษณะทางประชากรของผู้บริโภคสินค้าเกษตรกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ตัวแปรเพศ ระดับการศึกษา และอาชีพหลักมีความสัมพันธ์กับการรับทราบข้อตกลงเขตการค้าเสรีระหว่างประเทศไทยกับประเทศอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.01$ ส่วนตัวแปร อายุ สถานภาพสมรส และรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน ไม่มีความสัมพันธ์กับการรับทราบข้อตกลงเขตการค้าเสรีที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$

ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละการทราบข้อตกลงเขตการค้าเสรีระหว่างประเทศไทยกับประเทศอื่นๆ ของผู้บริโภคสินค้าเกษตรจำแนกตาม เพศ ระดับการศึกษา และอาชีพหลัก

ลักษณะทางประชากร	การทราบข้อตกลงเขตการค้าเสรี			
	ทราบ (n=298)		ไม่ทราบ (n=202)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เพศ				
ชาย	142	70.6	59	29.4
หญิง	156	52.2	143	47.8
ระดับการศึกษา				
ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า	8	25.0	24	75.0
มัธยมศึกษา/ อาชีวศึกษา	101	52.6	91	47.4
ปริญญาตรี	173	68.1	81	31.9
สูงกว่าปริญญาตรี	16	76.2	5	23.8
อาชีพหลัก				
ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	64	80.0	16	20.0
พนักงานบริษัท/ ห้างร้าน	110	59.5	75	40.5
ประกอบอาชีพอิสระ/ ค้าขาย	67	56.8	51	43.2
นักเรียน/ นักศึกษา	49	53.3	43	46.7
อื่นๆ (เกษตรกร แม่บ้าน/พ่อบ้าน ฯลฯ)	8	32.0	17	68.0

จากตารางที่ 4.5 จากผลการวิเคราะห์ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับการทราบข้อตกลงเขตการค้าเสรีระหว่างประเทศไทยกับประเทศอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ พบว่า เพศชายรับทราบเกี่ยวกับข้อตกลงเขตการค้าเสรีมากกว่าเพศหญิง ผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่ารับทราบเกี่ยวกับข้อตกลงเขตการค้าเสรีมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาในระดับต่ำกว่า และผู้ที่มีอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจรับทราบข้อมูลมากกว่ากลุ่มอื่นๆ ดังนี้

ในกลุ่มเพศชายส่วนใหญ่ร้อยละ 70.6 ทราบ และอีกร้อยละ 29.4 ไม่ทราบ สำหรับเพศหญิง สัดส่วนการทราบและไม่ทราบในเรื่องดังกล่าวใกล้เคียงกัน คือ ร้อยละ 52.2 ทราบ และ ร้อยละ 47.8 ไม่ทราบ

เมื่อพิจารณาตามระดับการศึกษา พบว่า ผู้ที่อยู่ในระดับประถมศึกษาหรือต่ำกว่า ส่วนใหญ่ ร้อยละ 75.0 ไม่ทราบ มีเพียงร้อยละ 25.0 เท่านั้นที่ทราบ สำหรับผู้ที่อยู่ในระดับการศึกษา มัธยมศึกษา/อาชีวศึกษา สัดส่วนการทราบและไม่ทราบในเรื่องดังกล่าวใกล้เคียงกัน คือ ร้อยละ 52.6 ทราบ และร้อยละ 47.4 ไม่ทราบ ส่วนผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี ส่วนใหญ่ ร้อยละ 68.1 และ 76.2 ตามลำดับ รับทราบ และร้อยละ 31.9 และร้อยละ 23.8 ตามลำดับ ไม่ทราบ

เมื่อพิจารณาตามอาชีพหลัก พบว่า ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ส่วนใหญ่ ร้อยละ 80.0 ทราบ และอีกร้อยละ 20.0 ไม่ทราบ ส่วนพนักงานบริษัท/ ห้างร้าน ส่วนใหญ่ ร้อยละ 59.5 ทราบ และร้อยละ 40.5 ไม่ทราบ สำหรับผู้ประกอบการอาชีพอิสระหรือค้าขายร้อยละ 56.8 ทราบ และร้อยละ 43.2 ไม่ทราบ ส่วนนักเรียน/ นักศึกษา ร้อยละ 53.3 ทราบ ร้อยละ 46.7 ไม่ทราบ ส่วนอาชีพอื่นๆ ร้อยละ 32.0 ทราบ และร้อยละ 68.0 ไม่ทราบ

ตารางที่ 4.6 จำนวนและร้อยละของผู้บริโภคสินค้าเกษตรจำแนกตามแหล่งที่มาของการรับทราบ เกี่ยวกับข้อตกลงเขตการค้าเสรี

ที่มาของการรับทราบเกี่ยวกับข้อตกลงเขตการค้าเสรี	จำนวน (n=298)	ร้อยละ
โทรทัศน์	227	76.2
หนังสือพิมพ์	136	45.6
อินเทอร์เน็ต	69	23.2
วิทยุ	37	12.4
เพื่อน/ ญาติ	26	8.7
อื่นๆ	15	5.0

จากตารางที่ 4.6 ผู้บริโภคสินค้าเกษตรที่ทราบเกี่ยวกับข้อตกลงเขตการค้าเสรีส่วนใหญ่ ร้อยละ 76.2 ทราบเกี่ยวกับข้อตกลงเขตการค้าเสรีจากโทรทัศน์ รองลงมา ร้อยละ 45.6 ทราบจากหนังสือพิมพ์ ร้อยละ 23.2 ทราบจากอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 12.4 ทราบจากวิทยุ ร้อยละ 8.7 ทราบจากเพื่อน/ญาติ และร้อยละ 5.0 ทราบจากแหล่งอื่นๆ

ตารางที่ 4.7 จำนวนและร้อยละของผู้บริโภคสินค้าเกษตรจำแนกตามการเคยซื้อผักและผลไม้ที่นำเข้าจากต่างประเทศอันเนื่องมาจากข้อตกลงเขตการค้าเสรี

การเคยซื้อผักและผลไม้ที่นำเข้าจากต่างประเทศ	จำนวน	ร้อยละ
เคย	75	25.2
ไม่เคย	105	35.2
ไม่แน่ใจ	118	39.6
รวม	298	100.0

จากตารางที่ 4.7 จากการสำรวจผู้บริโภคสินค้าเกษตรที่ทราบเกี่ยวกับข้อตกลงเขตการค้าเสรีถึงการเคยซื้อผักและผลไม้ที่นำเข้าจากต่างประเทศอันเนื่องมาจากข้อตกลงเขตการค้าเสรี พบว่าร้อยละ 25.2 เคยซื้อผักและผลไม้ที่นำเข้า ร้อยละ 35.4 ไม่เคยซื้อ และร้อยละ 39.6 ไม่แน่ใจ

ตารางที่ 4.8 จำนวนและร้อยละของผู้บริโภคสินค้าเกษตรจำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำข้อตกลงเขตการค้าเสรีของภาคการเกษตร

ความคิดเห็นเกี่ยวกับ การทำข้อตกลงเขตการค้าเสรีของภาคการเกษตร	จำนวน	ร้อยละ
เห็นด้วย	112	37.6
ไม่เห็นด้วย	86	28.9
ไม่แน่ใจ	93	31.2
ไม่ตอบ	7	2.3
รวม	298	100.0

จากตารางที่ 4.8 ผู้บริโภคสินค้าเกษตรที่ทราบเกี่ยวกับข้อตกลงเขตการค้าเสรีของภาคการเกษตร ร้อยละ 37.6 เห็นด้วยกับการทำข้อตกลงเขตการค้าเสรีของภาคการเกษตร ร้อยละ 28.9 ไม่เห็นด้วย และร้อยละ 31.2 ไม่แน่ใจ

ตารางที่ 4.9 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำข้อตกลงเขตการค้าเสรีของภาคการเกษตรกับลักษณะทางประชากรของผู้บริโภคสินค้าเกษตร (สมมติฐานที่ 2)

ลักษณะทางประชากร	ค่า Sig
เพศ	0.294 ^{ns}
อายุ	0.039 *
ระดับการศึกษา	0.069 ^{ns}
อาชีพหลัก	0.772 ^{ns}
สถานภาพสมรส	0.975 ^{ns}
จำนวนสมาชิกในครัวเรือน	0.493 ^{ns}
รายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน	0.172 ^{ns}

* มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$

จากตารางที่ 4.9 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำข้อตกลงเขตการค้าเสรีของภาคการเกษตร (เห็นด้วย/ไม่เห็นด้วย/ไม่แน่ใจ) กับลักษณะทางประชากรของผู้บริโภคสินค้าเกษตร พบว่ามีเพียงอายุที่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นดังกล่าวที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$ โดยผู้ที่มีอายุแตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำข้อตกลงเขตการค้าเสรีของภาคการเกษตรแตกต่างกัน ส่วนเพศ ระดับการศึกษา อาชีพหลัก สถานภาพสมรส จำนวนสมาชิกในครัวเรือน และรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน ไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นดังกล่าว

ตารางที่ 4.10 จำนวนและร้อยละของผู้บริโภคสินค้าเกษตรจำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำข้อตกลงเขตการค้าเสรีของภาคการเกษตรและอายุ

อายุ(ปี)	ความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำข้อตกลงเขตการค้าเสรีของภาคการเกษตร							
	เห็นด้วย		ไม่เห็นด้วย		ไม่แน่ใจ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
15 – 19	8	33.3	3	12.5	13	54.2	24	8.2
20 – 24	43	43.9	27	27.6	28	28.6	98	33.7
25 – 29	29	38.2	21	27.6	26	34.2	76	26.1
30 – 39	14	25.9	25	46.3	15	27.8	54	18.6
40 – 49	15	53.6	7	25.0	6	21.4	28	9.6
50 – 59	3	27.3	3	27.3	5	45.5	11	3.8

จากตารางที่ 4.10 จากการสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำข้อตกลงเขตการค้าเสรีของภาคการเกษตรของผู้บริโภคสินค้าเกษตรในแต่ละช่วงอายุ พบว่า อายุ 40 – 49 ปีเห็นด้วยมากที่สุดร้อยละ 53.6 เห็นด้วย รองลงมาคืออายุ 20 – 24 ปี 25 – 29 ปี 15 – 19 ปี 50 – 59 ปี และ 30 – 39 ปี ซึ่งเห็นด้วยร้อยละ 43.9 38.2 และ 33.3 27.3 และ 25.9 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11 จำนวนและร้อยละของผู้บริโภคสินค้าเกษตรจำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับผลดีของข้อตกลงเขตการค้าเสรีภาคการเกษตรที่มีต่อชาวไทยโดยรวม

ผลดีของข้อตกลงเขตการค้าเสรีภาคการเกษตรที่มีต่อชาวไทยโดยรวม	จำนวน (n=298)	ร้อยละ	อันดับ
มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย	184	61.7	1
มีโอกาสบริโภคของที่คุณภาพดีกว่า	110	36.9	2
มีโอกาสหาซื้อได้ง่าย	95	31.9	3
มีโอกาสบริโภคของที่ราคาถูกลงกว่า	88	29.5	4

จากตารางที่ 4.11 จากการสอบถามผู้บริโภคสินค้าเกษตรที่ทราบเกี่ยวกับข้อตกลงเขตการค้าเสรีถึงผลดีต่อชาวไทยโดยรวม พบว่า ส่วนใหญ่ ร้อยละ 61.7 เห็นว่าทำให้มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย รองลงมา ร้อยละ 36.9 เห็นว่าทำให้มีโอกาสบริโภคของที่คุณภาพดีกว่า ร้อยละ 31.9 เห็นว่ามีโอกาสซื้อสินค้าได้ง่ายขึ้น และร้อยละ 29.5 เห็นว่ามีโอกาสบริโภคของที่ราคาถูกลงกว่า

ตารางที่ 4.12 จำนวนและร้อยละของผู้บริโภคสินค้าเกษตรจำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับผลเสียของข้อตกลงเขตการค้าเสรีภาคการเกษตรที่มีต่อชาวไทยโดยรวม

ผลเสียของข้อตกลงเขตการค้าเสรีภาคการเกษตรที่มีต่อชาวไทยโดยรวม	จำนวน (n=298)	ร้อยละ	อันดับ
เกษตรกรไทยจะเสียเปรียบทางการค้ามากขึ้น	166	55.7	1
เกษตรกรไทยจะขายสินค้าได้ราคาถูกลง	141	47.3	2
ขัดกับนโยบายเศรษฐกิจพอเพียงของรัฐบาล	96	32.2	3
คนไทยจะต้องซื้อสินค้าเกษตรแพงขึ้น	84	28.2	4
ทำให้บริโภคเกินความจำเป็น	74	24.8	5

จากตารางที่ 4.12 จากการสอบถามผู้บริโภคสินค้าเกษตรเกี่ยวกับผลเสียของข้อตกลงเขตการค้าเสรีต่อชาวไทยโดยรวม พบว่า ส่วนใหญ่ ร้อยละ 55.7 เห็นว่าเกษตรกรไทยจะเสียเปรียบทางการค้ามากขึ้น รองลงมา ร้อยละ 47.3 เห็นว่าเกษตรกรไทยจะขายสินค้าได้ราคาถูกลง ร้อยละ 32.2 เห็นว่าขัดกับนโยบายเศรษฐกิจพอเพียงของรัฐบาล ร้อยละ 28.2 เห็นว่าคนไทยจะต้องซื้อสินค้าเกษตรแพงขึ้น ร้อยละ 24.8 เห็นว่าทำให้บริโภคเกิดความจำเป็น

ตารางที่ 4.13 จำนวนและร้อยละของผู้บริโภคสินค้าเกษตรต่อปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการเลือกซื้อสินค้าเกษตรหลังจากมีข้อตกลงเขตการค้าเสรีภาคการเกษตร

ปัจจัยที่สำคัญในการเลือกซื้อสินค้าเกษตรหลังจากมีข้อตกลงเขตการค้าเสรี	จำนวน (n=297)	ร้อยละ	อันดับ
คุณภาพสินค้า	158	53.2	1
สินค้าเกษตรที่ผลิตในประเทศไทย	66	22.2	2
ราคาสินค้า	32	10.8	3
ความสะดวกในการซื้อ	28	9.4	4
การลดราคา/ การโฆษณา	13	4.4	5

จากตารางที่ 4.13 ผู้บริโภคสินค้าเกษตร มีความคิดเห็นว่าปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการเลือกซื้อสินค้าเกษตรหลังจากมีข้อตกลงเขตการค้าเสรีอันดับแรก ร้อยละ 53.2 คือ คุณภาพสินค้า รองลงมา ร้อยละ 22.2 คือสินค้าเกษตรที่ผลิตในประเทศไทย อันดับสาม ร้อยละ 10.8 คือ ราคาสินค้า

ตารางที่ 4.14 จำนวนและร้อยละของผู้บริโภคสินค้าเกษตรในแต่ละระดับการศึกษาจำแนกตามปัจจัยที่สำคัญในการเลือกซื้อสินค้าเกษตรหลังจากมีข้อตกลงเขตการค้าเสรี

ปัจจัยที่สำคัญในการเลือกซื้อสินค้าเกษตร หลังจากมีข้อตกลงเขตการค้าเสรี	ระดับการศึกษา (จำนวน) ร้อยละ			
	ประถมศึกษา หรือต่ำกว่า	มัธยมศึกษา/ อาชีวศึกษา	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี
คุณภาพสินค้า	(3) 37.5	(48) 48.0	(101) 58.4	(6) 37.5
ราคาสินค้า	(1) 12.5	(14) 14.0	(12) 6.9	(5) 31.3
ความสะดวกในการซื้อ	(2) 25.0	(8) 8.0	(16) 9.2	(2) 12.5
การลดราคา/ การโฆษณา	(-) 0.0	(3) 3.0	(10) 5.8	(-) 0.0
สินค้าเกษตรที่ผลิตในประเทศไทย	(2) 25.0	(27) 27.0	(34) 19.7	(3) 18.8
รวม	(8) 100.0	(100) 100.0	(173) 100.0	(16) 100.0

จากตารางที่ 4.14 เมื่อพิจารณาตามระดับการศึกษา พบว่า ผู้บริโภคสินค้าเกษตรในทุก
ระดับการศึกษาเลือกซื้อสินค้าเกษตรจากปัจจัยคุณภาพสินค้ามากกว่าปัจจัยอื่นๆ

ตารางที่ 4.15 จำนวนและร้อยละของผู้บริโภคสินค้าเกษตรในแต่ละอาชีพจำแนกตามปัจจัยที่
สำคัญในการเลือกซื้อสินค้าเกษตรหลังจากมีข้อตกลงเขตการค้าเสรี

ปัจจัยสำคัญในการ เลือกซื้อสินค้าเกษตร หลังจากมีข้อตกลง เขตการค้าเสรี	อาชีพหลัก(จำนวน) ร้อยละ						
	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท/ ห้างร้าน	แม่บ้าน/ พ่อบ้าน	ประกอบ อาชีพอิสระ	เกษตรกร	ค้าขาย	นักเรียน/ นักศึกษา
คุณภาพสินค้า	(32) 50.0	(64) 58.2	(1) 20.0	(25) 47.2	(1) 50.0	(7) 53.8	(28) 57.1
ราคาสินค้า	(11) 17.2	(11) 10.0	(-) 0.0	(6) 11.3	(-) 0.0	(-) 0.0	(4) 8.2
ความสะดวกในการซื้อ	(4) 6.3	(8) 7.3	(1) 20.0	(8) 15.1	(-) 0.0	(2) 15.4	(5) 10.2
การลดราคา/การโฆษณา	(2) 3.1	(6) 5.5	(-) 0.0	(2) 3.8	(-) 0.0	(-) 0.0	(3) 6.1
สินค้าเกษตรที่ผลิต ในประเทศไทย	(15) 23.4	(21) 19.1	(3) 60.0	(12) 22.6	(1) 50.0	(4) 30.8	(9) 18.4
รวม	(64) 100.0	(110) 100.0	(5) 100.0	(53) 100.0	(2) 100.0	(13) 100.0	(49) 100.0

จากตารางที่ 4.15 เมื่อพิจารณาตามอาชีพหลักของผู้บริโภคสินค้าเกษตร พบว่า ผู้ที่เป็นข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ เห็นว่า ปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการเลือกซื้อสินค้าเกษตรหลังจากมีข้อตกลงเขตการค้าเสรีอันดับแรก คือ คุณภาพสินค้า ร้อยละ 50.0 รองลงมา คือ สินค้าเกษตรที่ผลิตในประเทศไทย ร้อยละ 23.4 อันดับสาม คือ ราคาสินค้า ร้อยละ 17.2

ผู้ที่เป็นพนักงานบริษัท/ ห้างร้านเห็นว่า ปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการเลือกซื้อสินค้าเกษตรหลังจากมีข้อตกลงเขตการค้าเสรีอันดับแรก คือ คุณภาพสินค้า ร้อยละ 58.2 รองลงมา คือ สินค้าเกษตรที่ผลิตในประเทศไทย ร้อยละ 19.1 อันดับสาม คือ ราคาสินค้า ร้อยละ 10.0

ผู้ที่เป็นแม่บ้าน/ พ่อบ้านเห็นว่า ปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการเลือกซื้อสินค้าเกษตรหลังจากมีข้อตกลงเขตการค้าเสรีอันดับแรก คือ สินค้าเกษตรที่ผลิตในประเทศไทย ร้อยละ 60.0 รองลงมา คือ คุณภาพสินค้า และราคาสินค้า ร้อยละ 20

ผู้ที่ประกอบอาชีพอิสระเห็นว่า ปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการเลือกซื้อสินค้าเกษตรหลังจากมีข้อตกลงเขตการค้าเสรีอันดับแรก คือ คุณภาพสินค้า ร้อยละ 47.2 รองลงมา คือ สินค้าเกษตรที่ผลิตในประเทศไทย ร้อยละ 22.6 อันดับสาม คือ ความสะดวกในการซื้อ ร้อยละ 15.1

ผู้ที่เป็นเกษตรกรเห็นว่า ปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการเลือกซื้อสินค้าเกษตรหลังจากมีข้อตกลงเขตการค้าเสรี คือ คุณภาพสินค้า และสินค้าเกษตรที่ผลิตในประเทศไทยในจำนวนเท่ากันคือ ร้อยละ 50.0

ผู้ที่มีอาชีพค้าขายเห็นว่า ปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการเลือกซื้อสินค้าเกษตรหลังจากมีข้อตกลงเขตการค้าเสรีอันดับแรก คือ คุณภาพสินค้า ร้อยละ 53.8 รองลงมา คือ สินค้าเกษตรที่ผลิตในประเทศไทย ร้อยละ 30.8 อันดับสาม คือ ความสะดวกในการซื้อ ร้อยละ 15.4

ผู้ที่เป็นนักเรียน/ นักศึกษาเห็นว่า ปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการเลือกซื้อสินค้าเกษตรหลังจากมีข้อตกลงเขตการค้าเสรีอันดับแรก คือ คุณภาพสินค้า ร้อยละ 57.1 รองลงมา คือ สินค้าเกษตรที่ผลิตในประเทศไทย ร้อยละ 18.4 อันดับสาม คือ ความสะดวกในการซื้อ ร้อยละ 10.02



ตารางที่ 4.16 จำนวนและร้อยละของผู้บริโภคสินค้าเกษตรในแต่ละระดับรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือนจำแนกตามปัจจัยที่สำคัญในการเลือกซื้อสินค้าเกษตรหลังจากมีข้อตกลงเขตการค้าเสรี

ปัจจัยสำคัญในการเลือกซื้อสินค้าเกษตรหลังจากมีข้อตกลงเขตการค้าเสรี	รายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน(จำนวน) ร้อยละ					
	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,001 – 20,000 บาท	20,001 – 30,000 บาท	30,001 – 40,000 บาท	40,001 – 50,000 บาท	สูงกว่า 50,000 บาท
คุณภาพสินค้า	(72) 54.5	(58) 53.2	(16) 50.0	(5) 50.0	(4) 50.0	(2) 40.0
ราคาสินค้า	(15) 11.4	(12) 11.0	(3) 9.4	(1) 10.0	(1) 12.5	(-) 0.0
ความสะดวกในการซื้อ	(12) 9.0	(10) 9.2	(4) 12.5	(-) 0.0	(-) 0.0	(2) 40.0
การลดราคา/ การโฆษณา	(7) 5.3	(4) 3.7	(2) 6.3	(-) 0.0	(-) 0.0	(-) 0.0
สินค้าเกษตรที่ผลิตในประเทศไทย	(26) 19.7	(25) 22.9	(7) 21.9	(4) 40.0	(3) 37.5	(1) 20.0
รวม	(132)100.0	(109)100.0	(32)100.0	(10)100.0	(8)100.0	(8)100.0

จากตารางที่ 4.16 เมื่อพิจารณาตามรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน พบว่า ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท เห็นว่า ปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการเลือกซื้อสินค้าเกษตรหลังจากมีข้อตกลงเขตการค้าเสรีอันดับแรก คือ คุณภาพสินค้า ร้อยละ 54.5 รองลงมา คือสินค้าเกษตรที่ผลิตในประเทศไทย ร้อยละ 19.7 อันดับสาม คือ ราคาสินค้า ร้อยละ 11.4

ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท เห็นว่า ปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการเลือกซื้อสินค้าเกษตรหลังจากมีข้อตกลงเขตการค้าเสรีอันดับแรก ร้อยละ 53.2 คือ คุณภาพสินค้า รองลงมา ร้อยละ 22.9 คือสินค้าเกษตรที่ผลิตในประเทศไทย อันดับสาม ร้อยละ 11.0 คือ ราคาสินค้า

ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท เห็นว่า ปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการเลือกซื้อสินค้าเกษตรหลังจากมีข้อตกลงเขตการค้าเสรีอันดับแรก ร้อยละ 50.0 คือ คุณภาพสินค้า รองลงมา ร้อยละ 21.9 คือสินค้าเกษตรที่ผลิตในประเทศไทย อันดับสาม ร้อยละ 12.5 คือ ความสะดวกในการซื้อ

ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท เห็นว่า ปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการเลือกซื้อสินค้าเกษตรหลังจากมีข้อตกลงเขตการค้าเสรีอันดับแรก ร้อยละ 50.0 คือ คุณภาพสินค้า รองลงมา ร้อยละ 40.0 คือสินค้าเกษตรที่ผลิตในประเทศไทย อันดับสาม ร้อยละ 10.0 คือ ราคาสินค้า

ผู้ที่รายได้ต่อเดือน 40,001 – 50,000 บาท เห็นว่า ปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการเลือกซื้อสินค้าเกษตรหลังจากมีข้อตกลงเขตการค้าเสรีอันดับแรก ร้อยละ 50.0 คือ คุณภาพสินค้า รองลงมา ร้อยละ 37.5 คือสินค้าเกษตรที่ผลิตในประเทศไทย อันดับสาม ร้อยละ 12.5 คือ ราคาสินค้า

ผู้ที่รายได้ต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาท เห็นว่า ปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการเลือกซื้อสินค้าเกษตรหลังจากมีข้อตกลงเขตการค้าเสรีอันดับแรก ร้อยละ 40.0 คือ คุณภาพสินค้า และความสะดวกในการซื้อ รองลงมา ร้อยละ 20.0 คือสินค้าเกษตรที่ผลิตในประเทศไทย

ตารางที่ 4.17 จำนวนและร้อยละของผู้บริโภคสินค้าเกษตรในแต่ละระดับรายได้ครัวเรือนต่อเดือน จำแนกตามปัจจัยที่สำคัญในการเลือกซื้อสินค้าเกษตรหลังจากมีข้อตกลงเขตการค้าเสรี

ปัจจัยที่สำคัญในการเลือกซื้อสินค้าเกษตรหลังจากมีข้อตกลงเขตการค้าเสรี	รายได้ครัวเรือนต่อเดือน (จำนวน) ร้อยละ					
	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,001 – 20,000 บาท	20,001 – 40,000 บาท	40,001 – 60,000 บาท	60,001 – 80,000 บาท	สูงกว่า 80,000 บาท
คุณภาพสินค้า	(24) 49.0	(42) 51.9	(43) 51.8	(22) 52.4	(11) 61.1	(15) 68.2
ราคาสินค้า	(6) 12.2	(7) 8.6	(10) 12.0	(7) 16.7	(1) 5.6	(1) 4.5
ความสะดวกในการซื้อ	(7) 14.3	(8) 9.9	(4) 4.8	(2) 4.8	(2) 11.1	(4) 18.2
การลดราคา/การโฆษณา	(3) 6.1	(5) 6.2	(4) 4.8	(1) 2.4	(-) 0.0	(-) 0.0
สินค้าเกษตรที่ผลิตในประเทศไทย	(9) 18.4	(19) 23.5	(22) 26.5	(10) 23.8	(4) 22.2	(2) 9.1
รวม	(49)100.0	(81)100.0	(83)100.0	(42)100.0	(18)100.0	(22)100.0

จากตารางที่ 4.17 เมื่อพิจารณาตามรายได้ครัวเรือนต่อเดือน พบว่า ผู้ที่มีรายได้ครัวเรือนต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท เห็นว่า ปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการเลือกซื้อสินค้าเกษตรหลังจากมีข้อตกลงเขตการค้าเสรีอันดับแรก ร้อยละ 49.0 คือ คุณภาพสินค้า รองลงมา ร้อยละ 18.4 คือ สินค้าเกษตรที่ผลิตในประเทศไทย อันดับสาม ร้อยละ 14.3 คือ ความสะดวกในการซื้อ

ผู้ที่มีรายได้ครัวเรือนต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท เห็นว่า ปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการเลือกซื้อสินค้าเกษตรหลังจากมีข้อตกลงเขตการค้าเสรีอันดับแรก ร้อยละ 51.9 คือ คุณภาพสินค้า รองลงมา ร้อยละ 23.5 คือสินค้าเกษตรที่ผลิตในประเทศไทย อันดับสาม ร้อยละ 9.9 คือ ความสะดวกในการซื้อ

ผู้ที่มีรายได้ครัวเรือนต่อเดือน 20,001 – 40,000 บาทเห็นว่า ปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการเลือกซื้อสินค้าเกษตรหลังจากมีข้อตกลงเขตการค้าเสรีอันดับแรก ร้อยละ 51.8 คือ คุณภาพสินค้า รองลงมา ร้อยละ 26.5 คือ สินค้าเกษตรที่ผลิตในประเทศไทย อันดับสาม ร้อยละ 12.0 คือ ราคาสินค้า

ผู้ที่มีรายได้ครัวเรือนต่อเดือน 40,001 – 60,000 บาทเห็นว่า ปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการเลือกซื้อสินค้าเกษตรหลังจากมีข้อตกลงเขตการค้าเสรีอันดับแรก ร้อยละ 52.4 คือ คุณภาพสินค้า รองลงมา ร้อยละ 23.8 คือ สินค้าเกษตรที่ผลิตในประเทศไทย อันดับสาม ร้อยละ 16.7 คือ ราคาสินค้า

ผู้ที่มีรายได้ครัวเรือนต่อเดือน 60,001 – 80,000 บาทเห็นว่า ปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการเลือกซื้อสินค้าเกษตรหลังจากมีข้อตกลงเขตการค้าเสรีอันดับแรก ร้อยละ 61.1 คือ คุณภาพสินค้า รองลงมา ร้อยละ 22.2 คือ สินค้าเกษตรที่ผลิตในประเทศไทย อันดับสาม ร้อยละ 11.1 คือ ความสะดวกในการซื้อ

ผู้ที่มีรายได้ครัวเรือนต่อเดือน สูงกว่า 80,000 บาทเห็นว่า ปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการเลือกซื้อสินค้าเกษตรหลังจากมีข้อตกลงเขตการค้าเสรีอันดับแรก ร้อยละ 68.2 คือ คุณภาพสินค้า รองลงมา ร้อยละ 18.2 คือ ความสะดวกในการซื้อ อันดับสาม ร้อยละ 4.5 คือ ราคาสินค้า

ตารางที่ 4.18 จำนวนและร้อยละของข้อเสนอแนะในการปรับปรุงสินค้าเกษตรของไทยเพื่อให้แข่งขันได้ภายใต้การค้าเสรี

ข้อเสนอแนะ	จำนวน (n=295)	ร้อยละ
ปรับปรุงคุณภาพในด้านความปลอดภัยต่อผู้บริโภค	193	65.4
ปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ ฉลาก ตราสินค้า	50	16.9
ปรับราคาสินค้าเกษตรไทยให้ใกล้เคียงกับของต่างประเทศ	48	16.3
ปรับปรุงคุณภาพด้านรสชาติ	3	1.0
อื่นๆ	1	0.3

จากตารางที่ 4.18 จากการสอบถามผู้บริโภคสินค้าเกษตรที่รับทราบเกี่ยวกับข้อตกลงเขตการค้าเสรีเกี่ยวกับข้อเสนอแนะในการปรับปรุงสินค้าเกษตรของไทยเพื่อให้แข่งขันได้ภายใต้การค้าเสรี พบว่า ส่วนใหญ่ ร้อยละ 65.4 ให้ข้อแนะนำว่าควรปรับปรุงคุณภาพสินค้าในด้านความ

ปลอดภัยต่อผู้บริโภค รองลงมา ร้อยละ 16.9 เสนอแนะให้ปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ ฉลาก ตราสินค้า และร้อยละ 16.3 เสนอแนะให้ปรับราคาสินค้าเกษตรไทยให้ใกล้เคียงกับต่างประเทศ

1.3 พฤติกรรมการบริโภคสินค้าเกษตร

1) พฤติกรรมการบริโภคผักของครอบครัว

ตารางที่ 4.19 จำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการซื้อ/บริโภคผักที่ปลูกในประเทศโดยรวมในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา

พฤติกรรมการซื้อ/บริโภค	จำนวน	ร้อยละ
เพิ่มขึ้น	202	40.5
ลดลง	49	9.8
คงที่	248	49.7
รวม	499	100.0

จากตารางที่ 4.19 จากการสำรวจผู้บริโภคสินค้าเกษตร พบว่า ครอบครัวมีพฤติกรรมการซื้อ/บริโภคผักที่ปลูกในประเทศโดยรวมในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา ส่วนใหญ่ ร้อยละ 49.7 คงที่ รองลงมา ร้อยละ 40.5 เพิ่มขึ้น และมีเพียง ร้อยละ 9.8 ที่ซื้อ/บริโภคผักฯ ลดลง

ตารางที่ 4.20 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการซื้อ/บริโภคผักที่ปลูกในประเทศกับลักษณะทางครอบครัวของผู้บริโภคสินค้าเกษตร (สมมติฐานที่ 3)

ลักษณะทางครอบครัว	ค่า Sig
ภูมิภาคของผู้บริโภค	0.101
จำนวนสมาชิกในครัวเรือน	0.782
รายได้ครัวเรือนต่อเดือน	0.001*

* มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญยิ่งทางสถิติที่ $\alpha = 0.01$

จากตารางที่ 4.20 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการซื้อ/บริโภคผักที่ปลูกในประเทศโดยรวมในช่วง 2 – 3 ปีที่ผ่านมา (เพิ่มขึ้น/ลดลง/คงที่) กับภูมิภาคของผู้บริโภคที่สอบถาม (กรุงเทพฯและปริมณฑล/เหนือ/ใต้/กลาง/ตะวันออกเฉียงเหนือ) และลักษณะทางครอบครัวของผู้บริโภค พบว่า รายได้ครัวเรือนต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อ/บริโภคผักที่ปลูกในประเทศโดยรวมในช่วง 2 – 3 ปีที่ผ่านมาที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ $\alpha = 0.01$

ตารางที่ 4.21 จำนวนและร้อยละของผู้บริโภคสินค้าเกษตรในแต่ละระดับรายได้ครัวเรือนต่อเดือน จำแนกตามพฤติกรรมการซื้อ/บริโภคผักที่ปลูกในประเทศโดยรวม ในช่วง 2 – 3 ปีที่ผ่านมา

พฤติกรรม การซื้อ/บริโภค	รายได้ครัวเรือนต่อเดือน (จำนวน) ร้อยละ					
	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,001 – 20,000 บาท	20,001 – 40,000 บาท	40,001 – 60,000 บาท	60,001 – 80,000 บาท	สูงกว่า 80,000 บาท
เพิ่มขึ้น	(23) 30.3	(54) 34.2	(61) 44.5	(30) 44.8	(21) 77.8	(12) 38.7
ลดลง	(12) 15.8	(15) 9.5	(14) 10.2	(7) 10.4	(1) 3.7	(-) 0.0
คงที่	(41) 53.9	(89) 56.3	(62) 45.3	(30) 44.8	(5) 18.5	(19) 61.3
รวม	(76)100.0	(158)100.0	(137)100.0	(67)100.0	(27)100.0	(31)100.0

จากตารางที่ 4.21 เมื่อพิจารณารายได้ครัวเรือนต่อเดือน พบว่า ครัวเรือนที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ส่วนใหญ่ ร้อยละ 53.9 เห็นว่าครอบครัวซื้อ/บริโภคผักที่ปลูกในประเทศ คงที่ รองลงมา ร้อยละ 30.3 เห็นว่าครอบครัวซื้อ/บริโภคผักฯ เพิ่มขึ้น

ครัวเรือนที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท ส่วนใหญ่ ร้อยละ 56.3 เห็นว่าครอบครัวซื้อ/บริโภคผักฯ คงที่ รองลงมา ร้อยละ 34.2 เห็นว่าครอบครัวซื้อ/บริโภคผักฯ เพิ่มขึ้น

ครัวเรือนที่มีรายได้ 20,001 – 40,000 บาท ส่วนใหญ่ ร้อยละ 45.3 เห็นว่าครอบครัวซื้อ/บริโภคผักฯ คงที่ รองลงมา ร้อยละ 44.5 เห็นว่าครอบครัวซื้อ/บริโภคผักฯ เพิ่มขึ้น

ครัวเรือนที่มีรายได้ 40,001 – 60,000 บาท ร้อยละ 44.8 เห็นว่าครอบครัวซื้อ/บริโภคผักฯ คงที่ และเพิ่มขึ้นในจำนวนที่เท่ากัน

ครัวเรือนที่มีรายได้ 60,001 – 80,000 บาท ส่วนใหญ่ ร้อยละ 77.8 เห็นว่าครอบครัวซื้อ/บริโภคผักฯ เพิ่มขึ้น รองลงมา ร้อยละ 18.5 เห็นว่าครอบครัวซื้อ/บริโภคผักฯ คงที่

ครัวเรือนที่มีรายได้สูงกว่า 80,000 บาท ส่วนใหญ่ ร้อยละ 49.6 เห็นว่าครอบครัวซื้อ/บริโภคผักฯ คงที่ รองลงมา ร้อยละ 38.7 เห็นว่าครอบครัวซื้อ/บริโภคผักฯ เพิ่มขึ้น

ตารางที่ 4.22 จำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการซื้อขาย/ บริโภคผักที่ปลูกในประเทศโดยรวม
ในช่วง 2 – 3 ปีที่ผ่านมาของผู้บริโภคจำแนกตามรายได้ครัวเรือนต่อเดือน

พฤติกรรม การซื้อขาย/ บริโภค	รายได้ครัวเรือนต่อเดือน (จำนวน) ร้อยละ						รวม (จำนวน) ร้อยละ (n=496)
	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,001 – 20,000 บาท	20,001 – 40,000 บาท	40,001 – 60,000 บาท	60,001 – 80,000 บาท	สูงกว่า 80,000 บาท	
เพิ่มขึ้น	(23) 11.4	(54) 26.9	(61) 30.3	(30) 14.9	(21) 10.4	(12) 6.0	(201) 100.0
ลดลง	(12) 24.5	(15) 30.6	(14) 28.6	(7) 14.3	(1) 2.0	(-) 0.0	(49) 100.0
คงที่	(41) 16.7	(89) 36.2	(62) 25.2	(30) 12.2	(5) 2.0	(19) 7.7	(246) 100.0

จากตารางที่ 4.22 จากการสำรวจผู้บริโภคสินค้าเกษตรเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อขาย/ บริโภคผักที่ปลูกในประเทศโดยรวมในช่วง 2 – 3 ปีที่ผ่านมา พบว่า ผู้บริโภคที่มีพฤติกรรมซื้อขาย/บริโภคผักเพิ่มขึ้น ร้อยละ 30.3 มีรายได้ครัวเรือนต่อเดือน 20,001 – 40,000 บาท รองลงมา ร้อยละ 26.9 มีรายได้ครัวเรือนต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท ส่วนผู้บริโภคที่มีพฤติกรรมซื้อขาย/บริโภคผักลดลง ส่วนใหญ่ ร้อยละ 30.6 มีรายได้ครัวเรือนต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท รองลงมา ร้อยละ 28.6 มีรายได้ครัวเรือนต่อเดือน 20,001 – 40,000 บาท สำหรับผู้บริโภคที่มีพฤติกรรมซื้อขาย/บริโภคผักคงที่ ส่วนใหญ่ ร้อยละ 36.2 มีรายได้ครัวเรือนต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท รองลงมา ร้อยละ 25.2 มีรายได้ครัวเรือนต่อเดือน 20,001 – 40,000 บาท

ตารางที่ 4.23 จำนวนและร้อยละของสาเหตุในการซื้อ/บริโภคผักที่ปลูกในประเทศ เพิ่มขึ้น

เหตุผลการซื้อขาย/บริโภคผัก ที่ปลูกในประเทศเพิ่มขึ้น	จำนวน (n=202)	ร้อยละ
หาซื้อง่าย	108	53.7
คุณภาพดีขึ้น	45	22.4
ราคาถูก	43	21.4
อื่นๆ	5	2.5

จากตารางที่ 4.23 จากการสอบถามผู้บริโภคสินค้าเกษตรเกี่ยวกับเหตุผลในการซื้อ/บริโภคผักที่ปลูกในประเทศเพิ่มขึ้นพบว่าส่วนใหญ่ ร้อยละ 53.7 ให้เหตุผลว่าเพราะหาซื้อง่าย รองลงมา ร้อยละ 22.4 และ 21.4 ซื้อ/บริโภคเพิ่มขึ้นเพราะคุณภาพดีขึ้น และราคาถูก ตามลำดับ ตารางที่ 4.24 จำนวนและร้อยละของสาเหตุในการซื้อ/บริโภคผักที่ปลูกในประเทศ ลดลง

เหตุผลการซื้อ/บริโภคผักที่ปลูกในประเทศลดลง	จำนวน (n=46)	ร้อยละ
ราคาแพง	24	52.2
คุณภาพลดลง	16	34.8
หาซื้อยาก	3	6.5
อื่นๆ	3	6.5

จากตารางที่ 4.24 จากการสอบถามผู้บริโภคสินค้าเกษตรเกี่ยวกับเหตุผลในการซื้อ/บริโภคผักที่ปลูกในประเทศลดลง พบว่า ส่วนใหญ่ ร้อยละ 52.2 ซื้อ/บริโภคลดลง เพราะราคาแพง รองลงมา ร้อยละ 34.8 ซื้อ/บริโภคลดลง เพราะมีคุณภาพลดลง

ตารางที่ 4.25 อันดับและร้อยละ เพิ่มขึ้น ลดลง สุทธิ ของการซื้อ/บริโภคผักแต่ละชนิดที่ปลูกในประเทศในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา

ชนิดผัก	อันดับ	ร้อยละการซื้อ/บริโภค		
		เพิ่มขึ้น	ลดลง	สุทธิ
ผักบุ้ง	1	60.4	-17.4	43.0
กระเทียม	2	48.0	-15.4	32.6
ต้นหอม	3	44.0	-12.6	31.4
คะน้า	4	45.2	-14.4	30.8
ผักชี	5	43.6	-13.4	30.2
ผักกาดขาว	6	41.8	-12.0	29.8
กะหล่ำปลี	7	43.8	-16.8	27.0
หอมแดง	8	36.8	-13.4	23.4
ถั้วผักยาว	9	40.2	-19.0	21.2
หัวผักกาด	10	27.4	-16.4	11.0
กวาดตุ้ง	11	25.4	-20.8	4.6
อื่นๆ	13	1.4	-0.2	1.2
ผักกระเฉด	14	25.6	-25.8	-0.2

จากตารางที่ 4.25 จากการสำรวจผู้บริโภคร่วม 100 คน พบว่าครอบครัวมีการซื้อ/บริโภคผักที่ปลูกในประเทศ ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา จำแนกตามชนิดผักเป็นร้อยละสุทธิ ดังนี้ อันดับหนึ่ง คือ ผักบุ้ง มีการซื้อ/บริโภคร้อยละสุทธิ 43.0 อันดับสอง คือ กระเทียม ร้อยละสุทธิ 32.6 และอันดับที่สาม ได้แก่ ต้นหอม ร้อยละสุทธิ 31.4

ตารางที่ 4.26 จำนวนและร้อยละของพฤติกรรมกรรมการซื้อ/บริโภคผักจากต่างประเทศโดยรวมในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา

พฤติกรรมกรรมการซื้อ/บริโภคผักจากต่างประเทศ	จำนวน	ร้อยละ
เพิ่มขึ้น	48	10.7
ลดลง	186	41.4
คงที่	215	47.9
รวม	449	100.0

จากตารางที่ 4.26 จากการสำรวจผู้บริโภคร่วม 100 คน พบว่า ครอบครัวมีพฤติกรรมกรรมการซื้อ/บริโภคผักจากต่างประเทศโดยรวมในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา ร้อยละ 47.9 คงที่ ร้อยละ 41.4 ลดลง และมีเพียง ร้อยละ 10.7 ที่ซื้อ/บริโภคผักจากต่างประเทศเพิ่มขึ้น

ตารางที่ 4.27 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรรมการซื้อ/บริโภคผักจากต่างประเทศกับลักษณะทางครอบครัวของผู้บริโภคสินค้าเกษตร (สมมติฐานที่ 4)

ลักษณะทางครอบครัว	ค่า Sig
ภูมิภาคของผู้บริโภค	0.413 ^{ns.}
จำนวนสมาชิกในครัวเรือน	0.566 ^{ns.}
รายได้ครัวเรือนต่อเดือน	0.192 ^{ns.}

^{ns.} ไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$

จากตารางที่ 4.27 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรรมการซื้อ/บริโภคผักจากต่างประเทศโดยรวมในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา กับภูมิภาคของผู้บริโภคสินค้าเกษตรและลักษณะทางครอบครัวของผู้บริโภคได้แก่ จำนวนสมาชิกในครัวเรือน และรายได้ครัวเรือนต่อเดือน พบว่า ทั้ง 3

ปัจจัยไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขาย/บริโภคผักจากต่างประเทศที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$

ตารางที่ 4.28 จำนวนและร้อยละของเหตุผลในการซื้อ/บริโภคผักจากต่างประเทศ เพิ่มขึ้น

เหตุผลการซื้อ/บริโภคผักจากต่างประเทศเพิ่มขึ้น	จำนวน	ร้อยละ
คุณภาพดี	17	38.6
หาซื้อง่าย	16	36.4
ราคาถูก	11	25.0
รวม	44	100.0

จากตารางที่ 4.28 จากการสอบถามผู้บริโภคสินค้าเกษตรเกี่ยวกับเหตุผลในการซื้อ/บริโภคผักจากต่างประเทศเพิ่มขึ้น พบว่า ร้อยละ 38.6 ซื้อ/บริโภคเพิ่มขึ้น เพราะคุณภาพดี รองลงมา ร้อยละ 36.4 เพราะหาซื้อง่าย และร้อยละ 25.0 เพราะราคาถูก

ตารางที่ 4.29 จำนวนและร้อยละของเหตุผลในการซื้อ/บริโภคผักจากต่างประเทศ ลดลง

เหตุผลการซื้อ/บริโภคผักจากต่างประเทศลดลง	จำนวน	ร้อยละ
ราคาแพง	119	72.6
หาซื้อยาก	29	17.7
คุณภาพลดลง	14	8.5
อื่นๆ	2	1.2
รวม	164	100.0

จากตารางที่ 4.29 จากการสอบถามผู้บริโภคสินค้าเกษตรเกี่ยวกับเหตุผลในการซื้อ/บริโภคผักจากต่างประเทศลดลง พบว่า ส่วนใหญ่ ร้อยละ 72.6 ซื้อ/บริโภคลดลง เพราะราคาแพง รองลงมา ร้อยละ 17.7 เพราะหาซื้อยาก ร้อยละ 8.5 เพราะคุณภาพลดลง และร้อยละ 1.2 เพราะเหตุผลอื่นๆ

ตารางที่ 4.30 อันดับและร้อยละ เพิ่มขึ้น ลดลง สุทธิของการซื้อ/ บริโภคผักแต่ละชนิดจากต่างประเทศในช่วง 2 -3 ปีที่ผ่านมา

ชนิดผัก	อันดับ	ร้อยละการซื้อ/ บริโภค		
		เพิ่มขึ้น	ลดลง	สุทธิ
แครอท	1	45.6	-18.6	27.0
บร็อคโคลี่	2	30.8	-19.6	11.2
กระเทียม	3	19.6	-10.4	9.2
เห็ดหอมสด	4	17.2	-13.6	3.6
เห็ดหอมแห้ง	5	19.0	-15.6	3.4
ถั่วลันเตาหวาน	6	15.4	-13.0	2.4
มันฝรั่ง	7	17.8	-17.6	0.2
เซเลอรี่	8	2.6	-11.0	-8.4

จากตารางที่ 4.30 จากการสำรวจผู้บริโภคสินค้าเกษตร พบว่าครอบครัวมีการซื้อ/ บริโภคผักจากประเทศ ในช่วง 2 -3 ปีที่ผ่านมา จำแนกตามชนิดผักเป็นร้อยละสุทธิ ดังนี้ อันดับหนึ่ง คือ แครอท มีการซื้อ/ บริโภคร้อยละสุทธิ 27.0 อันดับสอง คือ บร็อคโคลี่ ร้อยละสุทธิ 11.2 และอันดับที่สาม คือ กระเทียม ร้อยละสุทธิ 9.2

ตารางที่ 4.31 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการซื้อ/ บริโภคผักจากต่างประเทศกับผักที่ปลูกในประเทศ (สมมติฐานที่ 5)

ลักษณะ	ค่า Sig
พฤติกรรมการซื้อ/บริโภคผัก	.000**

** มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.01$

จากตารางที่ 4.31 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการซื้อ/บริโภคผักจากต่างประเทศกับผักที่ปลูกในประเทศโดยรวมในช่วง 2 - 3 ปีที่ผ่านมา พบว่าพฤติกรรมการซื้อผัก/บริโภคผักจากต่างประเทศกับพฤติกรรมการซื้อผัก/บริโภคผักที่ปลูกในประเทศมีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.01$

ตารางที่ 4.32 จำนวนและร้อยละความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการซื้อขาย/ บริโภคผักจากต่างประเทศกับผักที่ปลูกในประเทศ

ร้อยละพฤติกรรม การซื้อขาย/บริโภคผัก ต่างประเทศ	จำนวนและร้อยละของพฤติกรรม การซื้อขาย/บริโภคผักในประเทศ						รวม	
	เพิ่มขึ้น		ลดลง		คงที่			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เพิ่มขึ้น	26	54.2	6	12.5	16	33.3	48	100.0
ลดลง	94	50.5	29	15.6	63	33.9	186	100.0
คงที่	69	32.0	10	4.7	136	63.3	215	100.0
รวม	189	-	45	-	215	-	449	-

จากตารางที่ 4.32 จากการสำรวจผู้บริโภคสินค้าเกษตรเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อขาย/ บริโภคผักของครอบครัวในช่วง 2 -3 ปีที่ผ่านมา พบว่า

ในกลุ่มผู้บริโภคที่ซื้อ/ บริโภคผักจากต่างประเทศเพิ่มขึ้น ส่วนใหญ่ ร้อยละ 54.2 มีการซื้อผัก/ บริโภคผักที่ปลูกในประเทศเพิ่มขึ้นด้วย รองลงมา ร้อยละ 33.3 คงที่ และอีก ร้อยละ 12.5 ซื้อผัก/ บริโภคผักที่ปลูกในประเทศลดลง

ส่วนกลุ่มผู้บริโภคที่ซื้อ/ บริโภคผักจากต่างประเทศลดลง ส่วนใหญ่ ร้อยละ 50.5 มีการซื้อผัก/ บริโภคผักที่ปลูกในประเทศเพิ่มขึ้น รองลงมา ร้อยละ 33.9 คงที่ และอีกร้อยละ 15.6 ซื้อผัก/ บริโภคผักที่ปลูกในประเทศลดลง

สำหรับกลุ่มผู้บริโภคที่ซื้อ/ บริโภคผักจากต่างประเทศคงที่ ส่วนใหญ่ ร้อยละ 63.3 มีการซื้อผัก/ บริโภคผักที่ปลูกในประเทศคงที่ รองลงมา ร้อยละ 32.0 เพิ่มขึ้น และอีกร้อยละ 4.7 ซื้อผัก/ บริโภคผักที่ปลูกในประเทศลดลง

ตารางที่ 4.33 ร้อยละการซื้อ/บริโภคผักแต่ละชนิดที่ปลูกในประเทศจำแนกตามความบ่อยครั้งในการซื้อ

ชนิดผัก	ความบ่อยครั้งในการซื้อ(ร้อยละ)					เฉลี่ย ครั้ง/ปี
	เกือบ ทุกวัน	สัปดาห์ละ 1- 2 ครั้ง	เดือนละ 2-3 ครั้ง	เดือนละ ครั้ง	ตาม โอกาส	
1. ผักบุ้ง	18.3	42.3	15.4	4.2	19.8	86.44
2. ผักกะเฉด	4.7	19.0	21.7	11.8	42.9	36.59
3. คะน้า	12.2	35.8	18.4	7.0	26.5	67.19
4. กวางตุ้ง	6.2	21.1	19.8	11.3	41.5	41.54
5. กะหล่ำปลี	8.4	32.4	23.5	8.7	27.0	56.35
6. ผักชี	24.5	28.7	16.6	3.6	26.6	92.51
7. ต้นหอม	23.4	31.2	16.1	3.4	25.9	91.50
8. หอมแดง	16.5	20.3	20.0	17.2	26.1	67.69
9. กระเทียม	19.6	24.5	16.9	17.9	21.1	78.16
10. ถั่วงอกยาว	10.1	28.4	23.6	8.2	29.8	57.62
11. ผักกาดขาว	8.9	30.6	22.0	7.7	30.8	55.71
12. หัวผักกาด	2.7	21.3	21.3	11.6	43.1	33.12
13. ผักกาดหอม	4.0	14.8	23.4	8.8	49.0	31.95

จากตารางที่ 4.33 ผลการสำรวจผู้บริโภคสินค้าเกษตรถึงความบ่อยครั้งในการซื้อ/ บริโภค ผักที่ปลูกในประเทศแต่ละชนิด พบว่า ส่วนใหญ่ ซื้อ/บริโภคผักตามโอกาส รองลงมา ซื้อ/บริโภค ผักสัปดาห์ละ 1 – 2 ครั้ง

เมื่อพิจารณาตามชนิดผักและพฤติกรรมการซื้อ/บริโภค พบว่า ผักที่ปลูกในประเทศที่ซื้อ/บริโภค สัปดาห์ละ 1 – 2 ครั้ง ได้แก่ ผักบุ้ง ร้อยละ 42.3 คะน้า ร้อยละ 35.8 กะหล่ำปลี ร้อยละ 32.4 ต้นหอม ร้อยละ 31.2 ผักชี ร้อยละ 28.7 และกระเทียม ร้อยละ 24.5

ผักที่ปลูกในประเทศที่ซื้อ/บริโภคตามโอกาส ได้แก่ ผักกาดหอม ร้อยละ 49.0 หัวผักกาด ร้อยละ 43.1 ผักกะเฉด ร้อยละ 42.9 กวางตุ้ง ร้อยละ 41.5 ผักกาดขาว ร้อยละ 30.8 ถั่วงอกยาว ร้อยละ 29.8 และ หอมแดง ร้อยละ 26.1

เมื่อพิจารณาการซื้อเฉลี่ย/ปี พบว่า ผักในประเทศที่มีการซื้อบ่อยครั้ง 5 อันดับแรก ได้แก่ ผักที่มีการซื้อเฉลี่ย 92.51 ครั้ง/ปี ต้นหอมมีการซื้อเฉลี่ย 91.50 ครั้ง/ปี ผักบุ้งมีการซื้อเฉลี่ย 86.44 ครั้ง/ปี กระเทียมมีการซื้อเฉลี่ย 78.16 ครั้ง/ปี และหอมแดงมีการซื้อเฉลี่ย 67.69 ครั้ง/ปี

ตารางที่ 4.34 ร้อยละการซื้อ/บริโภคผักแต่ละชนิดจากต่างประเทศ จำแนกตามความบ่อยครั้งในการซื้อ

ชนิดผัก	ความบ่อยครั้งในการซื้อ(ร้อยละ)					เฉลี่ย ครั้ง/ปี
	เกือบ ทุกวัน	สัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง	เดือนละ 2-3 ครั้ง	เดือนละ ครั้ง	ตาม โอกาส	
1. บร็อคโคลี่	4.1	13.8	13.2	11.1	57.8	28.81
2. แครอท	4.6	22.0	18.2	12.5	42.7	37.85
3. มันฝรั่ง	3.1	9.6	14.7	13.3	59.4	23.82
4. กระเทียม	12.9	13.6	18.6	14.7	40.1	53.13
5. ถั่วลันเตา	1.7	11.1	11.8	9.0	66.3	20.46
6. เซเลอรี่	1.6	3.3	9.0	9.8	76.2	13.75
7. เห็ดหอมสด	4.4	9.4	13.8	13.8	58.7	26.80
8. เห็ดหอมแห้ง	3.0	8.0	14.4	15.1	59.5	22.59

จากตารางที่ 4.34 ผลการสำรวจผู้บริโภคสินค้าเกษตรถึงความบ่อยครั้งในการซื้อ/บริโภคผักจากต่างประเทศ พบว่า ส่วนใหญ่ มีการซื้อ/บริโภคตามโอกาส รองลงมา ซื้อ/บริโภค เดือนละ 2-3 ครั้ง และสัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง

เมื่อพิจารณาตามชนิดผักและพฤติกรรมการซื้อ/บริโภค พบว่า ผักจากต่างประเทศที่ซื้อ/บริโภคตามโอกาส ได้แก่ เซเลอรี่ ร้อยละ 76.2 ถั่วลันเตา ร้อยละ 66.3 เห็ดหอมแห้ง 59.5 มันฝรั่ง ร้อยละ 59.4 เห็ดหอมสด ร้อยละ 58.7 บร็อคโคลี่ ร้อยละ 57.8 แครอท ร้อยละ 42.7 และกระเทียม ร้อยละ 40.1

ส่วนผักจากต่างประเทศที่ซื้อ/บริโภค เดือนละ 2-3 ครั้ง ได้แก่ กระเทียม ร้อยละ 18.6 มันฝรั่ง ร้อยละ 14.7 ถั่วลันเตา ร้อยละ 11.8

เมื่อพิจารณาการซื้อเฉลี่ย/ปี พบว่า ผักจากต่างประเทศที่มีการซื้อบ่อยครั้ง 5 อันดับแรก ได้แก่ กระเทียมมีการซื้อเฉลี่ย 53.13 ครั้ง/ปี แครอทมีการซื้อเฉลี่ย 37.85 ครั้ง/ปี บร็อคโคลี่มีการ

ซื้อเฉลี่ย 28.81 ครั้ง/ปี เห็ดหอมสดมีการซื้อเฉลี่ย 26.80 ครั้ง/ปี และมันฝรั่งมีการซื้อเฉลี่ย 23.82 ครั้ง/ปี

ตารางที่ 4.35 ร้อยละการซื้อผักในประเทศแต่ละชนิด จำแนกตามปริมาณการซื้อต่อครั้ง

ชนิดผัก	ปริมาณการซื้อต่อครั้ง(ร้อยละ)			ปริมาณเฉลี่ย กก./ครั้ง/ครัวเรือน
	ต่ำกว่า ½ กก.	½ กก. – 1 กก.	มากกว่า 1 กก.	
1. ผักบุ้ง	49.3	45.6	5.1	0.529
2. ผักกะเฉด	54.7	39.8	5.5	0.504
3. คะน้า	50.4	43.8	5.8	0.527
4. กวางตุ้ง	53.2	40.5	6.4	0.515
5. กะหล่ำปลี	48.1	44.7	7.2	0.545
6. ผักชี	77.4	18.6	4.1	0.383
7. ต้นหอม	74.3	19.7	6.0	0.409
8. หอมแดง	43.9	42.6	13.5	0.600
9. กระเทียม	42.0	45.4	12.7	0.603
10. ถั้วผักยาว	58.0	35.6	6.4	0.492
11. ผักกาดขาว	45.1	45.7	9.1	0.570
12. หัวผักกาด	54.2	38.5	7.3	0.516
13. ผักกาดหอม	60.5	33.1	6.4	0.479

จากตารางที่ 4.35 ผลการสำรวจผู้บริโภคสินค้าเกษตรถึงปริมาณการซื้อผักแต่ละชนิดในประเทศต่อครั้ง พบว่า ส่วนใหญ่ มีการซื้อ/บริโภคผักต่อครั้ง ต่ำกว่า ½ กิโลกรัม รองลงมา ½ กิโลกรัม – 1 กิโลกรัม

เมื่อจำแนกตามชนิดผัก พบว่า ผักที่ส่วนใหญ่ซื้อ/บริโภคต่อครั้ง ต่ำกว่า ½ กิโลกรัม 3 อันดับแรก ได้แก่ ผักชี ร้อยละ 77.4 ต้นหอม ร้อยละ 74.3 และผักกาดขาว ร้อยละ 60.5 ส่วนผักที่ซื้อ/บริโภคต่อครั้ง ระหว่าง ½ กิโลกรัม – 1 กิโลกรัม 3 อันดับแรก ได้แก่ ผักกาดขาว ร้อยละ 45.7 ผักบุ้ง ร้อยละ 45.6 และกระเทียม ร้อยละ 45.4

เมื่อพิจารณาปริมาณการซื้อเฉลี่ย กิโลกรัม/ครั้ง/ครัวเรือน พบว่า ผักในประเทศที่มีปริมาณการซื้อเฉลี่ยกิโลกรัม/ครั้ง/ครัวเรือน 5 อันดับแรก ได้แก่ กระเทียม มีปริมาณการซื้อเฉลี่ย/ครั้ง 0.603 กิโลกรัม หอมแดง มีปริมาณการซื้อเฉลี่ย/ครั้ง 0.60 กิโลกรัม ผักกาดขาว มีปริมาณการซื้อ

เฉลี่ย/ครั้ง 0.57 กิโลกรัม กะหล่ำปลี มีปริมาณการซื้อเฉลี่ย/ครั้ง 0.545 กิโลกรัม และผักบุ้ง มีปริมาณการซื้อเฉลี่ย/ครั้ง 0.529 กิโลกรัม

ตารางที่ 4.36 ร้อยละการซื้อผักจากต่างประเทศแต่ละชนิดจำแนกตามปริมาณการซื้อต่อครั้ง

ชนิดผัก	ปริมาณการซื้อต่อครั้ง(ร้อยละ)			ปริมาณเฉลี่ย กก./ครั้ง/ครัวเรือน
	ต่ำกว่า ½ กก.	½ กก. – 1 กก.	มากกว่า 1 กก.	
1. บร็อคโคลี่	54.8	39.2	6.0	0.506
2. แครอท	58.5	36.6	4.9	0.482
3. มันฝรั่ง	58.6	33.8	7.6	0.495
4. กระเทียม	57.1	34.1	8.8	0.508
5. ถั่วลันเตา	59.7	35.6	4.6	0.474
6. เซเลอรี่	65.2	29.2	5.6	0.542
7. เห็ดหอมสด	63.4	30.6	6.0	0.463
8. เห็ดหอมแห้ง	61.2	31.1	7.8	0.483

จากตารางที่ 4.36 ผลการสำรวจผู้บริโภคสินค้าเกษตรถึงปริมาณการซื้อผักจากต่างประเทศแต่ละชนิดต่อครั้ง พบว่า ส่วนใหญ่ มีการซื้อ/บริโภคผักต่อครั้ง ต่ำกว่า ½ กิโลกรัม รองลงมา ½ กิโลกรัม – 1 กิโลกรัม

เมื่อจำแนกตามชนิดผัก พบว่า ผักที่ส่วนใหญ่ซื้อ/บริโภคต่อครั้ง ต่ำกว่า ½ กิโลกรัม 3 อันดับแรก ได้แก่ เซเลอรี่ ร้อยละ 65.2 เห็ดหอมสด ร้อยละ 63.4 และเห็ดหอมแห้ง ร้อยละ 61.2 ส่วนผักที่ซื้อ/บริโภคต่อครั้ง ระหว่าง ½ กิโลกรัม – 1 กิโลกรัม 3 อันดับแรก ได้แก่ บร็อคโคลี่ ร้อยละ 39.2 แครอท ร้อยละ 36.6 และถั่วลันเตา ร้อยละ 35.6

เมื่อพิจารณาปริมาณการซื้อเฉลี่ย กิโลกรัม/ครั้ง/ครัวเรือน พบว่า ผักจากต่างประเทศที่มีปริมาณการซื้อเฉลี่ยกิโลกรัม/ครั้ง/ครัวเรือน 5 อันดับแรก ได้แก่ กระเทียม มีปริมาณการซื้อเฉลี่ย/ครั้ง 0.508 กิโลกรัม บร็อคโคลี่ มีปริมาณการซื้อเฉลี่ย/ครั้ง 0.506 กิโลกรัม มันฝรั่ง มีปริมาณการซื้อเฉลี่ย/ครั้ง 0.495 กิโลกรัม เห็ดหอมแห้ง มีปริมาณการซื้อเฉลี่ย/ครั้ง 0.483 กิโลกรัม และแครอท มีปริมาณการซื้อเฉลี่ย/ครั้ง 0.482 กิโลกรัม

2) พฤติกรรมการบริโภคผลไม้ของครอบครัว

ตารางที่ 4.37 จำนวนร้อยละของพฤติกรรมการซื้อ/ บริโภคผลไม้ที่ปลูกในประเทศโดยรวมในช่วง 2 – 3 ปีที่ผ่านมา

พฤติกรรมการซื้อ/บริโภค	จำนวน	ร้อยละ
เพิ่มขึ้น	228	45.8
ลดลง	44	8.8
คงที่	226	45.4
รวม	498	100.0

จากตารางที่ 4.37 จากการสำรวจผู้บริโภคสินค้าเกษตร พบว่า ในช่วง 2 – 3 ปีที่ผ่านมา ครอบครัวมีพฤติกรรมการซื้อ/ บริโภคผลไม้ที่ปลูกในประเทศโดยรวม ร้อยละ 45.8 เพิ่มขึ้น รองลงมา ร้อยละ 45.4 คงที่ และมีเพียง ร้อยละ 8.8 ที่ซื้อ/บริโภคผลไม้ลดลง

ตารางที่ 4.38 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการซื้อ/ บริโภคผลไม้ที่ปลูกในประเทศ กับลักษณะทางครอบครัวของผู้บริโภคสินค้าเกษตร (สมมติฐานที่ 6)

ลักษณะทางครอบครัว	ค่า Sig
ภูมิภาคของผู้บริโภค	0.026*
จำนวนสมาชิกในครัวเรือน	0.483 ^{ns.}
รายได้ครัวเรือนต่อเดือน	0.067 ^{ns.}

* มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$

^{ns.} ไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$

จากตารางที่ 4.38 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของครอบครัวที่มีต่อการซื้อ/บริโภคผลไม้ที่ปลูกในประเทศโดยรวมในช่วง 2 – 3 ปีที่ผ่านมา (ซื้อเพิ่มขึ้น/ลดลง/คงที่) กับลักษณะทางครอบครัวของผู้บริโภค พบว่า ภูมิภาคของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมดังกล่าวที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$ ส่วนจำนวนสมาชิกในครัวเรือนและรายได้ครัวเรือนต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมดังกล่าว

ตารางที่ 4.39 จำนวนและร้อยละของครอบครัวแต่ละภูมิภาคจำแนกตามพฤติกรรมการซื้อ/บริโภคผลไม้ที่ปลูกในประเทศโดยรวมในช่วง 2 – 3 ปีที่ผ่านมา

พฤติกรรมการซื้อ/ บริโภค		ภูมิภาค					รวม
		เหนือ	ใต้	กลาง	ตะวันออก เฉียงเหนือ	กทม.และ ปริมณฑล	
เพิ่มขึ้น	จำนวน	42	37	41	42	66	228
	ร้อยละ	18.4	16.2	18.0	18.4	28.9	100.0
ลดลง	จำนวน	12	8	7	8	9	44
	ร้อยละ	27.3	18.2	15.9	18.2	20.5	100.0
คงที่	จำนวน	37	22	39	72	56	226
	ร้อยละ	16.4	9.7	17.3	31.9	24.8	100.0

จากตารางที่ 4.39 เมื่อพิจารณาพฤติกรรมการซื้อ/ บริโภคผลไม้ที่ปลูกในประเทศของครอบครัวในแต่ละภูมิภาค พบว่า ภูมิภาคที่มีการซื้อ/ บริโภคเพิ่มขึ้น อันดับแรก คือ กทม.และปริมณฑล ร้อยละ 28.9 อันดับสอง ภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ร้อยละ 18.4 อันดับสาม คือ ภาคกลาง ร้อยละ 18.0 อันดับสุดท้าย คือ ภาคใต้ ร้อยละ 16.2

ภูมิภาคที่มีการซื้อ/ บริโภคลดลง อันดับแรก คือ ภาคเหนือ ร้อยละ 27.3 อันดับสอง คือ กทม.และปริมณฑล ร้อยละ 20.5 อันดับสาม คือ ภาคใต้และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ร้อยละ 18.2 อันดับสุดท้าย คือ ภาคกลาง ร้อยละ 15.9

ภูมิภาคที่มีการซื้อ/ บริโภคคงที่ อันดับแรก คือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ร้อยละ 31.9 อันดับสอง คือ กทม.และปริมณฑล ร้อยละ 24.8 อันดับสาม คือ ภาคกลาง ร้อยละ 17.3 และอันดับสุดท้าย คือ ภาคใต้ ร้อยละ 9.7

ตารางที่ 4.40 จำนวนและร้อยละของเหตุผลในการซื้อ/บริโภคผลไม้ที่ปลูกในประเทศ เพิ่มขึ้น

เหตุผลการซื้อ/บริโภคผลไม้ที่ปลูกในประเทศเพิ่มขึ้น	จำนวน	ร้อยละ
ราคาถูก	109	49.6
หาซื้อง่าย	72	32.7
คุณภาพดี	35	15.9
อื่นๆ	4	1.8
รวม	220	100.0

จากตารางที่ 4.40 จากการสอบถามผู้บริโภคเกี่ยวกับเหตุผลในการซื้อ/บริโภคผลไม้ที่ปลูกในประเทศเพิ่มขึ้น พบว่า ร้อยละ 49.5 ซื้อ/บริโภคผลไม้เพิ่มขึ้นเพราะราคาถูก รองลงมาร้อยละ 32.7 เพราะหาซื้อง่าย ร้อยละ 15.9 เพราะคุณภาพดี และร้อยละ 1.8 เพราะเหตุผลอื่นๆ

ตารางที่ 4.41 จำนวนและร้อยละของเหตุผลในการซื้อ/บริโภคผลไม้ที่ปลูกในประเทศ ลดลง

เหตุผลการซื้อ/บริโภคผักที่ปลูกในประเทศลดลง	จำนวน	ร้อยละ
ราคาแพง	28	63.6
คุณภาพลดลง	10	22.7
หาซื้อยาก	6	13.7
รวม	44	100.0

จากตารางที่ 4.41 จากการสอบถามผู้บริโภคเกี่ยวกับเหตุผลในการซื้อ/บริโภคผลไม้ที่ปลูกในประเทศลดลง พบว่า ส่วนใหญ่ ร้อยละ 63.6 ซื้อ/บริโภคผลไม้ลดลงเพราะราคาแพง รองลงมา ร้อยละ 22.7 เพราะมีคุณภาพลดลง และร้อยละ 13.7 เพราะหาซื้อยาก

ตารางที่ 4.42 อันดับและร้อยละ เพิ่มขึ้น ลดลง สุทธิของการซื้อ/บริโภคผลไม้ที่ปลูกในประเทศแต่ละชนิดในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา

ชนิดผลไม้	อันดับ	ร้อยละการซื้อ/บริโภค		
		เพิ่มขึ้น	ลดลง	สุทธิ
ส้ม	1	61.0	-8.4	52.6
มะม่วง	2	52.6	-9.2	43.4
เงาะ	3	48.8	-7.6	41.2
แตงโม	4	41.8	-7.8	34
มังคุด	5	46.8	-13.2	33.6
กล้วย	6	32.4	-13.0	19.4
ชมพู่	7	26.6	-12.2	14.4
ฝรั่ง	8	24.0	-11.2	12.8
ทุเรียน	9	38.4	-29.0	9.4

ตารางที่ 4.42 (ต่อ)

ชนิดผลไม้	อันดับ	ร้อยละการซื้อ/ บริโภค		
		เพิ่มขึ้น	ลดลง	สุทธิ
ลำไย	10	27.6	-21.0	6.6
ลองกอง	10	25.6	-19.0	6.6
สับปะรด	11	25.0	-19.4	5.6
มะละกอ	12	18.4	-15.2	3.2
สละ	13	11.0	-23.6	-12.6

จากตารางที่ 4.42 จากการสำรวจผู้บริโภค พบว่าครอบครัวมีการซื้อ/ บริโภคผลไม้ที่ปลูกในประเทศ ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา จำแนกตามชนิดผลไม้เป็นร้อยละสุทธิ ดังนี้ อันดับหนึ่ง คือ ส้ม มีการซื้อ/บริโภคร้อยละ 52.6 อันดับสอง คือ มะม่วง ร้อยละสุทธิ 43.4 อันดับสาม คือ เงาะ ร้อยละสุทธิ 41.2 เงาะ และอันดับที่ 4 คือแตงโม ร้อยละสุทธิ 34.0

ตารางที่ 4.43 จำนวนและร้อยละพฤติกรรมกรรมการซื้อ/ บริโภคผลไม้จากต่างประเทศโดยรวมในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา

พฤติกรรมกรรมการซื้อ/บริโภค	จำนวน	ร้อยละ
เพิ่มขึ้น	49	10.9
ลดลง	165	36.6
คงที่	237	52.5
รวม	451	100.0

จากตารางที่ 4.43 จากการสำรวจผู้บริโภคเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการซื้อ/ บริโภคผลไม้จากต่างประเทศของครอบครัวโดยรวมในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา ส่วนใหญ่ ร้อยละ 52.5 คงที่ รองลงมา ร้อยละ 36.6 ลดลง และมีเพียง ร้อยละ 10.9 ที่ซื้อ/บริโภคเพิ่มขึ้น

ตารางที่ 4.44 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมซื้อ/ บริโภคผลไม้จากต่างประเทศ กับลักษณะทางครอบครัวของผู้บริโภคสินค้าเกษตร (สมมติฐานที่ 7)

ลักษณะทางครอบครัว	ค่า Sig
ภูมิภาคของผู้บริโภค	0.089 ^{ns.}
จำนวนสมาชิกในครัวเรือน	0.555 ^{ns.}
รายได้ครัวเรือนต่อเดือน	0.289 ^{ns.}

^{ns.} ไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$

จากตารางที่ 4.44 ผลจากการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมซื้อ/บริโภคผลไม้จากต่างประเทศโดยรวมในช่วง 2 - 3 ปีที่ผ่านมา กับลักษณะทางครอบครัวของผู้บริโภคพบว่า ภูมิภาค จำนวนสมาชิกในครัวเรือน และรายได้ครัวเรือนต่อเดือน ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมซื้อ/บริโภคผลไม้จากต่างประเทศที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$

ตารางที่ 4.45 จำนวนและร้อยละของเหตุผลในการซื้อ/บริโภคผลไม้จากต่างประเทศ เพิ่มขึ้น

เหตุผลการซื้อ/บริโภคผลไม้จากต่างประเทศเพิ่มขึ้น	จำนวน	ร้อยละ
หาซื้อง่าย	20	42.6
คุณภาพดี	15	31.9
ราคาถูก	12	25.5
รวม	47	100.0

จากตารางที่ 4.45 จากการสอบถามผู้บริโภคเกี่ยวกับเหตุผลในการซื้อ/บริโภคผลไม้จากต่างประเทศ เพิ่มขึ้น พบว่า ร้อยละ 42.6 ซื้อ/บริโภคผลไม้จากต่างประเทศเพิ่มขึ้นเพราะหาซื้อง่าย รองลงมา ร้อยละ 31.9 ซื้อ/บริโภคเพิ่มขึ้น เพราะคุณภาพดี และร้อยละ 25.5 เพราะราคาถูก

ตารางที่ 4.46 จำนวนและร้อยละของเหตุผลในการซื้อ/บริโภคผลไม้จากต่างประเทศ ลดลง

เหตุผลการซื้อ/บริโภคผลไม้ จากต่างประเทศลดลง	จำนวน	ร้อยละ
ราคาแพง	121	80.1
หาซื้อยาก	18	11.9
คุณภาพลดลง	11	7.3
อื่นๆ	1	0.7
รวม	151	100.0

จากตารางที่ 4.46 จากการสอบถามผู้บริโภคเกี่ยวกับเหตุผลในการซื้อ/บริโภคผลไม้จากต่างประเทศลดลง พบว่า ส่วนใหญ่ ร้อยละ 80.1 ซื้อ/ บริโภคลดลง เพราะราคาแพง รองลงมา ร้อยละ 11.9 เพราะหาซื้อยาก ร้อยละ 7.3 เพราะคุณภาพลดลง

ตารางที่ 4.47 อันดับและร้อยละ เพิ่มขึ้น ลดลง สุทธิของการซื้อ/ บริโภคผลไม้จากต่างประเทศแต่
ละชนิดในช่วง 2 -3 ปีที่ผ่านมา

ชนิดผลไม้	อันดับ	ร้อยละการซื้อ/ บริโภค		
		เพิ่มขึ้น	ลดลง	สุทธิ
แอปเปิ้ล	1	59.0	-18.0	41.0
องุ่น	2	47.2	-19.6	27.6
สาลี่	3	31.2	-17.0	14.2
ส้มจีน	4	15.0	-12.0	3.0
พุทรา	5	11.6	-11.8	-0.2
เกาลัด	6	11.2	-16.2	-5.0
โหนด	7	3.8	-10.4	-6.6
เชอร์รี่	8	11.8	-19.2	-7.4
พลับ	9	8.8	-17.4	-8.6
แพร์	9	3.8	-12.4	-8.6
พีช	10	2.8	-13.4	-10.6

จากตารางที่ 4.47 จากการสำรวจผู้บริโภค พบว่าครอบครัวมีการซื้อ/ บริโภคผลไม้จากต่างประเทศ ในช่วง 2 -3 ปีที่ผ่านมา จำแนกตามชนิดผลไม้เป็นร้อยละสุทธิ ดังนี้ อันดับหนึ่ง คือ แอปเปิ้ล มีการซื้อ/บริโภคร้อยละสุทธิ 41.0 อันดับสอง คือ องุ่น ร้อยละสุทธิ 27.6 อันดับสาม คือ สาลี่ ร้อยละสุทธิ 14.2

ตารางที่ 4.48 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรรมการซื้อ/ บริโภคผลไม้จากต่างประเทศ กับผลไม้ที่ปลูกในประเทศ (สมมติฐานที่ 8)

ลักษณะ	ค่า Sig
พฤติกรรมกรรมการซื้อ/บริโภคผลไม้	.000**

** มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.01$

จากตารางที่ 4.48 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรรมการซื้อ/บริโภคผลไม้จากต่างประเทศกับผลไม้ที่ปลูกในประเทศโดยรวมในช่วง 2 – 3 ปีที่ผ่านมา (เพิ่มขึ้น/ลดลง/คงที่) พบว่า พฤติกรรมการซื้อ/บริโภคผลไม้จากต่างประเทศกับพฤติกรรมกรรมการซื้อ/บริโภคผลไม้ที่ปลูกในประเทศมีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.01$

ตารางที่ 4.49 ร้อยละความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรรมการซื้อ/ บริโภคผลไม้จากต่างประเทศกับผลไม้ที่ปลูกในประเทศ

ร้อยละพฤติกรรม การซื้อ/บริโภค ผลไม้ต่างประเทศ	จำนวนและร้อยละของพฤติกรรม การซื้อ/บริโภคผลไม้ในประเทศ						รวม	
	เพิ่มขึ้น		ลดลง		คงที่			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เพิ่มขึ้น	31	64.6	4	8.3	13	27.1	48	100.0
ลดลง	97	58.8	30	18.2	38	23.0	165	100.0
คงที่	87	36.7	8	3.4	142	59.9	237	100.0
รวม	215	-	42	-	193	-	450	-

จากตารางที่ 4.49 จากการสำรวจผู้บริโภคเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการซื้อ/ บริโภคผลไม้ของครอบครัวในช่วง 2 -3 ปีที่ผ่านมา พบว่า

ในกลุ่มผู้บริโภคที่ซื้อ/บริโภคผลไม้จากต่างประเทศเพิ่มขึ้น ส่วนใหญ่ ร้อยละ 64.6 มีการซื้อ/บริโภคผลไม้ที่ปลูกในประเทศเพิ่มขึ้นด้วย รองลงมา ร้อยละ 27.1 คงที่ และอีกร้อยละ 8.3 ซื้อ/บริโภคผลไม้ที่ปลูกในประเทศลดลง

ส่วนกลุ่มผู้บริโภคที่ซื้อ/บริโภคผลไม้จากต่างประเทศลดลง ส่วนใหญ่ ร้อยละ 58.8 มีการซื้อ/บริโภคผลไม้ที่ปลูกในประเทศเพิ่มขึ้น รองลงมา ร้อยละ 23.0 คงที่ และอีก ร้อยละ 18.2 ซื้อ/บริโภคผลไม้ที่ปลูกในประเทศลดลง

สำหรับกลุ่มผู้บริโภคที่ซื้อ/บริโภคผลไม้จากต่างประเทศคงที่ ส่วนใหญ่ ร้อยละ 59.9 มีการซื้อ/บริโภคผลไม้ที่ปลูกในประเทศคงที่ด้วย รองลงมา ร้อยละ 36.7 เพิ่มขึ้น และอีก ร้อยละ 3.4 ซื้อ/บริโภคผลไม้ที่ปลูกในประเทศลดลง

ตารางที่ 4.50 ร้อยละการซื้อ/บริโภคผลไม้ในประเทศแต่ละชนิดจำแนกตามความบ่อยครั้งในการซื้อ

ชนิดผลไม้	ความบ่อยครั้งในการซื้อ(ร้อยละ)					เฉลี่ย ครั้ง/ปี
	เกือบทุก วัน	สัปดาห์ละ 1- 2- ครั้ง	เดือนละ 2 -3 ครั้ง	เดือนละ ครั้ง	ตาม โอกาส	
1. ทุเรียน	2.8	10.5	14.9	10.0	61.8	23.60
2. มังคุด	6.0	21.7	19.1	7.7	45.4	41.13
3. มะม่วง	15.4	21.4	22.3	4.5	36.3	65.51
4. ลำไย	3.4	13.5	13.0	8.8	61.3	26.84
5. สับปะรด	7.1	13.7	15.8	10.8	52.6	37.28
6. สลัด	1.7	8.7	9.3	9.3	70.8	18.12
7. ส้ม	20.9	25.0	16.3	4.6	33.3	80.53
8. มะละกอ	7.5	15.5	15.8	11.5	49.7	39.64
9. กัลฉ่าย	12.6	19.9	15.6	9.7	42.2	55.89
10. เงาะ	12.9	17.7	16.9	4.8	47.7	54.85
11. แดงโม	15.4	18.7	16.9	7.4	41.5	62.23
12. ชมพู	7.3	17.6	15.1	10.1	50.0	40.34
13. ลองกอง	3.2	14.5	10.8	10.0	61.6	26.40
14. ฝรั่ง	7.8	23.7	13.9	12.0	42.6	46.06

จากตารางที่ 4.50 ผลการสำรวจผู้บริโภคถึงความบ่อยครั้งในการซื้อ/ บริโภคผลไม้แต่ละชนิดในประเทศไทย พบว่า ส่วนใหญ่ ซื้อ/บริโภคผลไม้ตามโอกาส รองลงมาซื้อ/บริโภคผลไม้ สัปดาห์ละ 1 – 2 ครั้ง

เมื่อพิจารณาตามชนิดผลไม้และพฤติกรรมการซื้อ/บริโภค พบว่า ผลไม้ที่ซื้อ/บริโภค สัปดาห์ละ 1 – 2 ครั้ง 5 อันดับแรก ได้แก่ ส้ม ร้อยละ 25 ฝรั่ง ร้อยละ 21.7 กัลยาร้อยละ 19.9 แดงโม ร้อยละ 18.7 และเงาะ ร้อยละ 17.7 ส่วนผลไม้ที่ซื้อ/บริโภคตามโอกาส 5 อันดับแรก ได้แก่ สลัด ร้อยละ 70.8 ทูเรียน 61.8 ลองกอง ร้อยละ 61.6 ลำไย ร้อยละ 61.3 และ สับปะรด ร้อยละ 52.6

เมื่อพิจารณาการซื้อเฉลี่ย/ปี พบว่า ผลไม้ในประเทศที่มีการซื้อบ่อยครั้ง 5 อันดับแรก ได้แก่ ส้มมีการซื้อเฉลี่ย 80.53 ครั้ง/ปี มะม่วงมีการซื้อเฉลี่ย 65.51 ครั้ง/ปี แดงโมมีการซื้อเฉลี่ย 62.23 ครั้ง/ปี กัลยาร้อยละ 55.89 ครั้ง/ปี และเงาะมีการซื้อเฉลี่ย 54.85 ครั้ง/ปี

ตารางที่ 4.51 ร้อยละการซื้อ/บริโภคผลไม้จากต่างประเทศแต่ละชนิดจำแนกของความบ่อยครั้งในการซื้อ

ชนิดผลไม้	ความบ่อยครั้งในการซื้อ(ร้อยละ)					เฉลี่ยครั้ง/ปี
	เกือบทุกวัน	สัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง	เดือนละ 2-3 ครั้ง	เดือนละ ครั้ง	ตามโอกาส	
1. แอปเปิ้ล	11.2	19.9	17.4	9.0	42.5	52.63
2. สาลี่	3.8	14.2	17.5	9.5	55.0	29.65
3. องุ่น	4.5	17.6	15.2	11.2	51.6	33.40
4. พลัม	2.9	6.5	7.6	11.2	71.9	19.01
5. แพร์	2.3	3.0	10.9	9.8	74.0	15.66
6. เกาลัด	1.5	5.8	10.9	10.2	71.5	15.72
7. เชอร์รี่	1.8	6.0	7.4	8.8	76.1	15.56
8. ส้มจิน	4.4	9.1	9.8	9.1	67.7	25.20
9. พีช	2.3	5.4	3.8	10.3	78.2	15.68
10. ไหน	1.9	5.6	5.6	9.7	77.2	15.19
11. พุทรา	2.1	8.3	6.9	11.7	71.0	18.15

จากตารางที่ 4.51 ผลการสำรวจผู้บริโภคถึงความบ่อยครั้งในการซื้อ/ บริโภคผลไม้จากต่างประเทศ พบว่า ส่วนใหญ่ มีการซื้อ/บริโภคผักตามโอกาส รองลงมา เดือนละ 2 -3 ครั้ง

เมื่อพิจารณาตามชนิดผลไม้และพฤติกรรมการซื้อ/บริโภค พบว่า ผลไม้ที่ซื้อ/บริโภคตามโอกาส 5 อันดับแรก ได้แก่ พืช ร้อยละ 78.2 ไหน ร้อยละ 77.2 เซอร์รี่ ร้อยละ 76.1 แพร่ ร้อยละ 74.0 และพลับ ร้อยละ 71.9 ส่วนผลไม้ที่ซื้อ/บริโภค เดือนละ 2 -3 ครั้ง 5 อันดับแรก ได้แก่ สาลี่ ร้อยละ 17.5 แอปเปิ้ล ร้อยละ 17.4 องุ่น ร้อยละ 15.2 แพร่ และเกาลัด ร้อยละ 10.9

เมื่อพิจารณาการซื้อเฉลี่ย/ปี พบว่าผลไม้จากต่างประเทศที่มีการซื้อบ่อยครั้ง 5 อันดับแรก ได้แก่แอปเปิ้ลมีการซื้อเฉลี่ย 52.63 ครั้ง/ปี องุ่นมีการซื้อเฉลี่ย 33.40 ครั้ง/ปี สาลี่มีการซื้อเฉลี่ย 29.65 ครั้ง/ปี ส้มจีนมีการซื้อเฉลี่ย 25.20 ครั้ง/ปี และพลับมีการซื้อเฉลี่ย 19.01 ครั้ง/ปี

ตารางที่ 4.52 ร้อยละของปริมาณการซื้อผลไม้ที่ปลูกในประเทศแต่ละชนิด

ชนิดผลไม้	ปริมาณการซื้อต่อครั้ง(ร้อยละ)			ปริมาณเฉลี่ย กก./ครั้ง/ครัวเรือน
	ต่ำกว่า ½ กก.	½ กก. – 1 กก.	มากกว่า 1 กก.	
1. ทูเรียน	10.1	49.9	40.0	0.90
2. มังคุด	8.3	55.4	36.3	0.89
3. มะม่วง	13.4	52.2	34.4	0.86
4. ลำไย	9.0	59.9	31.1	0.86
5. สับปะรด	24.7	48.3	27.1	0.76
6. สลละ	19.9	54.1	25.9	0.78
7. ส้ม	8.2	53.7	38.1	0.90
8. มะละกอ	23.7	50.4	26.0	0.76
9. กัลฉวย	25.5	49.6	24.8	0.75
10. เงาะ	8.4	55.5	36.1	0.89
11. แตงโม	17.4	46.2	36.4	0.85
12. ชมพู	13.9	57.7	28.5	0.82
13. ลองกอง	11.2	59.1	29.7	0.84
14. ฝรั่ง	17.5	50.9	31.6	0.82

จากตารางที่ 4.52 ผลการสำรวจผู้บริโภคถึงปริมาณการซื้อผลไม้ที่ปลูกในประเทศแต่ละชนิดต่อครั้ง พบว่าส่วนใหญ่มีการซื้อ/บริโภคผลไม้ต่อครั้ง ½ กก. – 1 กก. รองลงมา มากกว่า 1 กก.

ผลไม้ที่มีการซื้อ/บริโภค ½ กก. – 1 กก.ต่อครั้ง ได้แก่ ลำไย ร้อยละ 59.9 ลองกอง ร้อยละ 59.1 ชมพู่ ร้อยละ 57.7 เงาะ ร้อยละ 55.5 และมังคุด ร้อยละ 55.4

ผลไม้ที่มีการซื้อ/บริโภคมากกว่า 1 กก.ต่อครั้ง ได้แก่ ทูเรียน ร้อยละ 40.0 ส้ม ร้อยละ 38.1 แดงโม 36.4 มังคุด ร้อยละ 36.3 และเงาะ ร้อยละ 36.1

เมื่อพิจารณาปริมาณการซื้อเฉลี่ย กิโลกรัม/ครั้ง/ครัวเรือน พบว่า ผลไม้ในประเทศที่มีปริมาณการซื้อเฉลี่ยกิโลกรัม/ครั้ง/ครัวเรือน 3 อันดับแรก ได้แก่ ทูเรียนและส้ม มีปริมาณการซื้อเฉลี่ย/ครั้ง 0.90 กิโลกรัม มังคุดและเงาะ มีปริมาณการซื้อเฉลี่ย/ครั้ง 0.86 กิโลกรัม มะม่วงและลำไย มีปริมาณการซื้อเฉลี่ย/ครั้ง 0.86 กิโลกรัม

ตารางที่ 4.53 ร้อยละของปริมาณการซื้อผลไม้จากต่างประเทศแต่ละชนิด

ชนิดผลไม้	ปริมาณการซื้อต่อครั้ง (ร้อยละ)			ปริมาณเฉลี่ย กก./ครั้ง/ครัวเรือน
	ต่ำกว่า ½ กก.	½ กก. – 1 กก.	มากกว่า 1 กก.	
1. แอปเปิ้ล	16.9	59.0	24.1	0.79
2. สาลี่	21.9	52.7	25.4	0.77
3. องุ่น	17.2	55.1	27.7	0.80
4. พลัม	34.5	50.0	15.5	0.66
5. แพร์	36.4	49.5	14.1	0.64
6. เกาลัด	32.5	50.8	16.8	0.67
7. เชอร์รี่	36.1	48.1	15.9	0.65
8. ส้มจีน	28.4	51.4	20.2	0.71
9. พีช	39.7	46.0	14.3	0.62
10. ไหน	39.6	46.4	14.1	0.62
11. พุทรา	33.5	49.8	16.7	0.67

จากตารางที่ 4.53 ผลการสำรวจผู้บริโภคถึงปริมาณการซื้อผลไม้จากต่างประเทศต่อครั้ง พบว่า ส่วนใหญ่ มีการซื้อ/บริโภคผลไม้ต่อครั้ง ½ กก. – 1 กก. รองลงมา ต่ำกว่า ½ กก.

ผลไม้ที่มีการซื้อ/บริโภค ½ กก. – 1 กก.ต่อครั้ง ได้แก่ แอปเปิ้ล ร้อยละ 59.0 องุ่น ร้อยละ 55.0 สาลี่ ร้อยละ 52.7 ส้มจีน 51.4 ร้อยละ 51.4 และเกาลัด 50.8

ผลไม้ที่มีการซื้อ/บริโภคต่ำกว่า ½ กก. ต่อครั้ง ได้แก่ พีช ร้อยละ 39.7 ไหน ร้อยละ 39.6 แพร์ ร้อยละ 36.4 เชอร์รี่ ร้อยละ 36.1 และพุทรา ร้อยละ 33.5

เมื่อพิจารณาปริมาณการซื้อเฉลี่ย กิโลกรัม/ครั้ง/ครัวเรือน พบว่า ผลไม้จากต่างประเทศที่มีปริมาณการซื้อเฉลี่ยกิโลกรัม/ครั้ง/ครัวเรือน 3 อันดับแรก ได้แก่ องุ่น มีปริมาณการซื้อเฉลี่ย/ครั้ง 0.80 กิโลกรัม แอปเปิ้ล มีปริมาณการซื้อเฉลี่ย/ครั้ง 0.79 กิโลกรัม และสตอเบอรี่มีปริมาณการซื้อเฉลี่ย/ครั้ง 0.77 กิโลกรัม

ตารางที่ 4.54 จำนวนและร้อยละของผู้บริโภคสินค้าเกษตรจำแนกตามแหล่งซื้อสินค้าประเภทผักและผลไม้

แหล่งที่ซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
ตลาดสด	293	59.3
ซูเปอร์มาร์เก็ต	117	23.6
ตลาดนัด	71	14.3
ร้านค้าในชุมชน/ หมู่บ้าน	9	1.8
หาบเร่/ รถเร่	5	1.0
รวม	495	100.0

จากตารางที่ 4.54 จากการสำรวจผู้บริโภคเกี่ยวกับแหล่งที่ซื้อสินค้าประเภทผักและผลไม้ พบว่า ส่วนใหญ่ ร้อยละ 59.3 ซื้อจากตลาดสด รองลงมา ร้อยละ 23.6 ซื้อจากซูเปอร์มาร์เก็ต ร้อยละ 14.3 ซื้อจากตลาดนัด ร้อยละ 1.8 ซื้อจากร้านค้าในชุมชน/หมู่บ้าน และร้อยละ 1.0 ซื้อจากหาบเร่/รถเร่

ตารางที่ 4.55 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างแหล่งที่ซื้อผักและผลไม้กับถิ่นที่อยู่ของผู้บริโภคสินค้าเกษตร (สมมติฐานที่ 9)

ถิ่นที่อยู่ของผู้บริโภค	ค่า Sig
กทม.และปริมณฑลกับต่างจังหวัด	0.012*
ภูมิภาค	0.001**

* มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$

** มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญยิ่งทางสถิติที่ $\alpha = 0.01$

จากตารางที่ 4.55 ผลจากการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างแหล่งที่ซื้อผักและผลไม้กับถิ่นที่อยู่ของผู้บริโภค คือ พื้นที่กรุงเทพฯและปริมณฑลกับต่างจังหวัด และแหล่งที่ซื้อกับภูมิภาคต่างๆ (กรุงเทพฯและปริมณฑล/เหนือ/ใต้/กลาง/ตะวันออกเฉียงเหนือ) พบว่า แหล่งที่ซื้อมีความสัมพันธ์กับพื้นที่และภูมิภาคต่างๆ โดยมีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$ และ $\alpha = 0.01$ ตามลำดับ

ตารางที่ 4.56 จำนวนและร้อยละของการซื้อสินค้าประเภทผักและผลไม้ของผู้บริโภคในกรุงเทพฯและปริมณฑลและต่างจังหวัดจำแนกตามแหล่งที่ซื้อ

พื้นที่	แหล่งที่ซื้อ (จำนวน) ร้อยละ				รวม
	ตลาดสด	ตลาดนัด	ซูเปอร์มาร์เก็ต	หาบเร่ / รถเร่ ร้านค้าในชุมชน / หมู่บ้าน	
กรุงเทพฯและปริมณฑล	(63)	(19)	(42)	(6)	(130)
	48.5	14.6	32.3	4.6	100.0
ต่างจังหวัด	(230)	(52)	(75)	(8)	(365)
	63.0	14.2	20.5	2.2	100.0

จากตารางที่ 4.56 จากการสำรวจผู้บริโภคในกรุงเทพฯและปริมณฑลกับต่างจังหวัดเกี่ยวกับแหล่งที่ซื้อสินค้าประเภทผักและผลไม้ พบว่า ผู้บริโภคในกรุงเทพฯและปริมณฑลส่วนใหญ่ ร้อยละ 48.5 ซื้อจากตลาดสด รองลงมา ร้อยละ 32.3 ซื้อจากซูเปอร์มาร์เก็ต ร้อยละ 14.6 ซื้อจากตลาดนัด ร้อยละ 6.0 ซื้อจากหาบเร่/รถเร่/ร้านค้าในชุมชน/หมู่บ้าน ส่วนผู้บริโภคในต่างจังหวัด ส่วนใหญ่ ร้อยละ 63.0 ซื้อจากตลาดสด รองลงมา ร้อยละ 20.5 ซื้อจากซูเปอร์มาร์เก็ต ร้อยละ 14.2 ซื้อจากตลาดนัด ร้อยละ 2.2 ซื้อจากร้านค้าในชุมชน/หมู่บ้าน/หาบเร่/รถเร่

ตารางที่ 4.57 จำนวนและร้อยละของการซื้อสินค้าประเภทผักและผลไม้ในแต่ละภูมิภาค
จำแนกตามแหล่งที่ซื้อ

ภูมิภาค	แหล่งที่ซื้อ (จำนวน) ร้อยละ				รวม
	ตลาดสด	ตลาดนัด	ซูเปอร์มาร์เก็ต	หาบเร่ / รถเร่ ร้านค้าในชุมชน / หมู่บ้าน	
เหนือ	(60) 65.9	(8) 8.8	(21) 23.1	(2) 2.2	(91)100.0
ใต้	(36) 54.5	(14) 21.2	(16) 24.2	(0) .0	(66) 100.0
กลาง	(44) 50.6	(20) 23.0	(19) 21.8	(4) 4.6	(87) 100.0
ตะวันออกเฉียงเหนือ	(90) 74.4	(10) 8.3	(19) 15.7	(2) 1.6	(121) 100.0
กรุงเทพฯและปริมณฑล	(63) 48.5	(19) 14.6	(42) 32.3	(6) 4.6	(130) 100.0

จากตารางที่ 4.57 จากการสำรวจผู้บริโภคในกรุงเทพฯปริมณฑลและภูมิภาคต่างๆ เกี่ยวกับแหล่งที่ซื้อสินค้าประเภทผักและผลไม้ พบว่า ผู้บริโภคในภาคเหนือ ส่วนใหญ่ร้อยละ 65.9 ซื้อจากตลาดสด รองลงมา ร้อยละ 23.1 ซื้อจากซูเปอร์มาร์เก็ต ร้อยละ 8.8 ซื้อจากตลาดนัด อีก ร้อยละ 2.2 ซื้อจากร้านค้าในชุมชน/หมู่บ้าน /หาบเร่ / รถเร่

สำหรับผู้บริโภคในภาคใต้ ส่วนใหญ่ ร้อยละ 54.5 ซื้อจากตลาดสด รองลงมา ร้อยละ 24.2 ซื้อจากซูเปอร์มาร์เก็ต และอีกร้อยละ 21.2 ซื้อจากตลาดนัด

ผู้บริโภคในภาคกลาง ส่วนใหญ่ ร้อยละ 50.6 ซื้อจากตลาดสด รองลงมา ร้อยละ 23.0 ซื้อจากตลาดนัด ร้อยละ 21.8 ซื้อจากซูเปอร์มาร์เก็ต อีกร้อยละ 4.6 ซื้อจากร้านค้าในชุมชน/หมู่บ้าน /หาบเร่ / รถเร่

ผู้บริโภคในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ส่วนใหญ่ ร้อยละ 74.4 ซื้อจากตลาดสด รองลงมา ร้อยละ 15.7 ซื้อจากซูเปอร์มาร์เก็ต ร้อยละ 8.3 ซื้อจากตลาดนัด ร้อยละ 0.8 ซื้อจากหาบเร่ / รถเร่และร้านค้าในชุมชน/หมู่บ้าน

ผู้บริโภคในกรุงเทพฯและปริมณฑล ส่วนใหญ่ ร้อยละ 48.5 ซื้อจากตลาดสด รองลงมา ร้อยละ 32.3 ซื้อจากซูเปอร์มาร์เก็ต ร้อยละ 14.6 ซื้อจากตลาดนัด และอีกร้อยละ 4.6 ซื้อจากหาบเร่ / รถเร่ /ร้านค้าในชุมชน/หมู่บ้าน

ตารางที่ 4.58 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างแหล่งที่ซื้อผักและผลไม้กับลักษณะทางครอบครัวของผู้บริโภคสินค้าเกษตร (สมมติฐานที่ 10)

ลักษณะทางครอบครัว	ค่า Sig
เพศ	0.723 ^{ns.}
อายุ	0.376 ^{ns.}
ระดับการศึกษา	0.046 [*]
อาชีพหลัก	0.364 ^{ns.}
สถานภาพสมรส	0.528 ^{ns.}
จำนวนสมาชิกในครัวเรือน	0.681 ^{ns.}
รายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน	0.086 ^{ns.}
รายได้ครัวเรือนต่อเดือน	0.001 ^{**}

* มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$

** มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญยิ่งทางสถิติที่ $\alpha = 0.01$

^{ns.} ไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$

จากตารางที่ 4.58 ผลจากการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างแหล่งที่ซื้อผักและผลไม้กับลักษณะทางประชากรของผู้บริโภค พบว่ามี 2 ปัจจัยได้แก่ ระดับการศึกษา และรายได้ครัวเรือนต่อเดือนที่มีความสัมพันธ์กับแหล่งที่ซื้อผักและผลไม้ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$ และที่ $\alpha = 0.01$ ตามลำดับ

ตารางที่ 4.59 จำนวนและร้อยละของแหล่งที่ซื้อผักและผลไม้จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้บริโภคสินค้าเกษตร

แหล่งที่ซื้อ		ระดับการศึกษา			
		ประถมศึกษา หรือต่ำกว่า	มัธยมศึกษา/ อาชีวศึกษา	ปริญญา ตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี
ตลาดสด	จำนวน	21	115	147	9
	ร้อยละ	67.7	61.2	57.9	42.9
ตลาดนัด	จำนวน	8	32	28	3
	ร้อยละ	25.8	17.0	11.0	14.3
ซูเปอร์มาร์เก็ต	จำนวน	2	36	71	8
	ร้อยละ	6.5	19.1	28.0	38.1
หาบเร่ / รถเร่	จำนวน	0	2	2	1
	ร้อยละ	.0	1.1	.8	4.8
ร้านค้าในชุมชน / หมู่บ้าน	จำนวน	0	3	6	0
	ร้อยละ	.0	1.6	2.4	0.0
รวม	จำนวน	31	188	254	21
	ร้อยละ	100.0	100.0	100.0	100.0

จากตารางที่ 4.59 ผู้ที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษาหรือต่ำกว่า ส่วนใหญ่ ร้อยละ 67.7 ซื้อผักและผลไม้จากตลาดสด รองลงมา ร้อยละ 25.8 ซื้อจากตลาดนัด ส่วนผู้ที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา/ อาชีวศึกษา ซื้อผักและผลไม้ส่วนใหญ่ ร้อยละ 61.2 จากตลาดสด รองลงมา ร้อยละ 19.1 ซื้อจากซูเปอร์มาร์เก็ต สำหรับผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ซื้อผักและผลไม้ ส่วนใหญ่ ร้อยละ 57.9 จากตลาดสด รองลงมา ร้อยละ 28.0 ซื้อจากซูเปอร์มาร์เก็ต และผู้ที่มีการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี ซื้อผักและผลไม้ ส่วนใหญ่ ร้อยละ 42.9 จากตลาดสด รองลงมา ร้อยละ 38.1 ซื้อจากซูเปอร์มาร์เก็ต

ตารางที่ 4.60 จำนวนและร้อยละของแหล่งที่ซื้อผักและผลไม้จำแนกตามรายได้ครัวเรือนต่อเดือนของผู้บริโภคสินค้าเกษตร

แหล่งที่ซื้อ		รายได้ครัวเรือนต่อเดือน					
		ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,001 - 20,000 บาท	20,001 - 40,000 บาท	40,001 - 60,000 บาท	60,001 - 80,000 บาท	สูงกว่า 80,000 บาท
ตลาดสด	จำนวน	40	101	86	35	16	13
	ร้อยละ	52.6	65.2	63.2	52.2	59.3	41.9
ตลาดนัด	จำนวน	19	27	13	9	1	2
	ร้อยละ	25.6	17.4	9.6	13.4	3.7	6.5
ซูเปอร์มาร์เก็ต	จำนวน	14	24	33	20	10	15
	ร้อยละ	18.4	15.5	24.3	29.9	37.0	48.4
หาบเร่ / รถเร่	จำนวน	0	2	0	2	0	1
	ร้อยละ	0.0	1.3	0.0	3.0	0.0	3.2
ร้านค้าในชุมชน / หมู่บ้าน	จำนวน	3	1	4	1	0	0
	ร้อยละ	3.9	0.6	2.9	1.5	0.0	0.0
รวม	จำนวน	76	155	136	67	27	31
	ร้อยละ	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

จากตารางที่ 4.60 ผู้ที่มีรายได้ครัวเรือนต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท และ 10,001 - 20,000 บาท ซื้อผักและผลไม้ ส่วนใหญ่ ร้อยละ 52.6 และ 65.2 จากตลาดสด รองลงมา ร้อยละ 25.0 และ 17.4 ซื้อจากตลาดนัด ส่วนผู้ที่มีรายได้ครัวเรือนต่อเดือน 20,001 - 40,000 บาท ส่วนใหญ่ ร้อยละ 63.2 จากตลาดสด รองลงมา ร้อยละ 24.3 ซื้อจากซูเปอร์มาร์เก็ต ผู้ที่มีรายได้ครัวเรือนต่อเดือน 40,001 - 60,000 บาท ส่วนใหญ่ ร้อยละ 52.2 ซื้อจากตลาดสด รองลงมา ร้อยละ 29.9 ซื้อจากซูเปอร์มาร์เก็ต ผู้ที่มีรายได้ครัวเรือนต่อเดือน 60,001 - 80,000 บาท ส่วนใหญ่ ร้อยละ 59.3 จากตลาดสด รองลงมา ร้อยละ 37.0 ซื้อจากซูเปอร์มาร์เก็ต ผู้ที่มีรายได้ครัวเรือนต่อเดือน สูงกว่า 80,000 บาท ส่วนใหญ่ ร้อยละ 41.9 จากตลาดสด รองลงมา ร้อยละ 48.4 ซื้อจากซูเปอร์มาร์เก็ต

ตารางที่ 4.61 จำนวนและร้อยละของผู้ที่มีส่วนสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผักและผลไม้ในครอบครัว

ผู้ที่มีส่วนสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผักและผลไม้ในครอบครัว	จำนวน	ร้อยละ
สมาชิกทุกคนในครอบครัว	255	51.8
แม่บ้าน	153	31.2
แม่บ้านและพ่อบ้าน	45	9.2
อื่นๆ	24	4.9
พ่อบ้าน	14	2.9
รวม	491	100.0

จากตารางที่ 4.61 จากการสอบถามผู้บริโภคสินค้าเกษตรเกี่ยวกับผู้ที่มีส่วนสำคัญการตัดสินใจเลือกซื้อผักและผลไม้ในครอบครัว พบว่า ส่วนใหญ่ ร้อยละ 51.9 ระบุว่าผู้ที่มีส่วนสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผักและผลไม้ในครอบครัว คือสมาชิกทุกคนในครอบครัว รองลงมา ร้อยละ 31.2 คือ แม่บ้าน

1.4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริโภคสินค้าเกษตร

ตารางที่ 4.62 ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นโดยรวมเกี่ยวกับการบริโภคผัก

ทัศนคติ ด้านการบริโภคผัก	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย	SD.	ระดับ ความ คิดเห็น โดยรวม
	เห็นด้วย	ค่อนข้าง เห็นด้วย	ไม่ แน่ใจ	ค่อนข้างไม่ เห็นด้วย	ไม่เห็น ด้วย			
1. ผักที่นำเข้ามาจากต่างประเทศมีคุณภาพดีกว่าของไทย	6.3	14.4	43.3	16.0	20.0	2.71	1.13	ไม่แน่ใจ
2. ผักที่ผลิตในประเทศมีราคาสูงกว่าผักที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ	50.8	24.0	18.9	4.1	2.2	4.17	1.01	ค่อนข้างเห็นด้วย
3. ผักที่นำเข้ามาจากต่างประเทศมีคุณภาพด้านความอร่อย/รสชาติดีกว่าผักที่ผลิตจากภายในประเทศ	6.1	13.7	41.4	20.2	18.6	2.68	1.01	ไม่แน่ใจ
4. การนำเข้าผักจากต่างประเทศทำให้สามารถเลือกชนิดของผักเพื่อมาประกอบอาหารได้มากขึ้น	19.3	27.7	31.0	8.6	13.4	3.31	1.26	ไม่แน่ใจ
5. ผักที่ผลิตในประเทศไทยมีความสดมากกว่าผักนำเข้า	54.7	20.0	20.0	2.2	3.0	4.21	1.03	เห็นด้วย
6. ผักต่างประเทศมีลักษณะแปลกใหม่น่าซื้อ	15.0	27.5	37.0	9.7	10.7	3.26	1.16	ไม่แน่ใจ
7. ผักของไทยปลอดภัยต่อการบริโภคมากกว่าผักนำเข้า	30.8	20.0	43.1	2.2	3.8	3.72	1.05	ค่อนข้างเห็นด้วย
8. ผักต่างประเทศสามารถเก็บไว้ได้นานกว่า	6.7	11.3	57.6	11.3	13.1	2.87	1.00	ไม่แน่ใจ

จากตารางที่ 4.62 จากการสำรวจความคิดเห็นของผู้บริโภคสินค้าเกษตรเกี่ยวกับการบริโภคผัก พบว่า ประเด็นความคิดเห็นที่ผู้บริโภคสินค้าเกษตร ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นโดยรวมเห็นด้วย คือ “ผักที่ผลิตในประเทศไทยมีความสดมากกว่าผักนำเข้า” ส่วนประเด็นที่มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับค่อนข้างเห็นด้วย ได้แก่ “ผักที่ผลิตในประเทศมีราคาสูงกว่าผักที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ” และ “ผักของไทยปลอดภัยต่อการบริโภคมากกว่าผักนำเข้า” ส่วนประเด็นอื่นๆที่เหลืออยู่ในระดับไม่แน่ใจ

ตารางที่ 4.63 ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นโดยรวม เกี่ยวกับการบริโภคผลไม้

ทัศนคติ ด้านการบริโภคผลไม้	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย	SD.	ระดับ ความ คิดเห็น โดยรวม
	เห็น ด้วย	ค่อนข้าง เห็นด้วย	ไม่ แน่ใจ	ค่อนข้างไม่ เห็นด้วย	ไม่เห็น ด้วย			
1. ผลไม้ที่นำเข้ามาจากต่างประเทศมี คุณภาพดีกว่าของไทย	7.5	11.9	41.4	17.8	21.4	2.66	1.16	ไม่แน่ใจ
2. ผลไม้ที่ผลิตในประเทศมีราคา ถูกกว่าผลไม้ที่นำเข้ามาจาก ต่างประเทศ	50.4	26.1	18.6	2.6	2.2	4.20	0.98	ค่อนข้าง เห็นด้วย
3. ผลไม้ที่นำเข้ามาจากต่างประเทศมี คุณภาพด้านความอร่อย/ รสชาติ ดีกว่าผลไม้ที่ผลิตจาก ภายในประเทศ	5.9	15.6	44.1	19.6	14.8	2.78	1.06	ไม่แน่ใจ
4. การนำเข้าผลไม้จาก ต่างประเทศทำให้สามารถเลือก ชนิดของผลไม้เพื่อมาบริโภคได้ มากขึ้น	23.3	32.6	28.7	7.1	8.3	3.55	1.16	ค่อนข้าง เห็นด้วย
5. ผลไม้ที่ผลิตในประเทศไทยมี ความสดมากกว่าผลไม้นำเข้า	50.6	25.0	18.5	3.5	2.4	4.18	1.00	ค่อนข้าง เห็นด้วย
6. ผลไม้ต่างประเทศมีลักษณะ แปลกใหม่น่าซื้อ	17.4	29.9	37.1	7.8	7.8	3.41	1.10	ค่อนข้าง เห็นด้วย
7. ผลไม้ของไทยปลอดภัยต่อการ บริโภคมากกว่าผลไม้นำเข้า	35.3	19.6	39.2	3.1	2.9	3.81	1.05	ค่อนข้าง เห็นด้วย
8. ผลไม้ต่างประเทศสามารถเก็บ ไว้ได้นานกว่า	7.7	12.8	55.6	9.1	14.8	2.89	1.05	ไม่แน่ใจ

จากตารางที่ 4.63 จากการสำรวจความคิดเห็นของผู้บริโภคสินค้าเกษตรเกี่ยวกับการบริโภคผลไม้ พบว่า ประเด็นความคิดเห็นที่ผู้บริโภค ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นโดยรวมค่อนข้างเห็นด้วย ได้แก่ “ผลไม้ที่ผลิตในประเทศมีราคาถูกกว่าผลไม้ที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ” “การนำเข้าผลไม้จากต่างประเทศทำให้ท่านสามารถเลือกชนิดของผลไม้เพื่อมาบริโภคได้มากขึ้น” “ผลไม้ที่ผลิตในประเทศไทยมีความสดมากกว่าผลไม้นำเข้า” “ผลไม้ต่างประเทศมีลักษณะแปลกใหม่น่าซื้อ” “ผลไม้ของไทยปลอดภัยต่อการบริโภคมากกว่าผลไม้นำเข้า” ส่วนประเด็นอื่นๆที่เหลือ ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นโดยรวมในระดับไม่แน่ใจ



1.5 ข้อเสนอแนะของผู้บริโภคสินค้าเกษตร

จากการสอบถามความคิดเห็นของผู้บริโภคเพื่อให้ข้อเสนอแนะด้านการดำเนินนโยบายเกี่ยวกับข้อตกลงเขตการค้าเสรีและผลกระทบต่อผู้บริโภคด้วยคำถามปลายเปิด สรุปข้อเสนอแนะได้ดังนี้

1.5.1 ข้อเสนอแนะด้านการบริโภค

- 1) FTA ทำให้ผู้บริโภคไม่ถูกเอาเปรียบจากผู้ขาย
- 2) ควรนำเข้าสินค้าเกษตรอย่างพอเพียงเพื่อเป็นทางเลือกให้แก่ผู้บริโภคอย่างหลากหลายและเพียงพอเท่านั้น
- 3) ควรบริโภคของไทยมากกว่าของต่างประเทศ
- 4) ผักและผลไม้ไทยดีอยู่แล้ว
- 5) รัฐควรส่งเสริมให้คนไทยใช้ของไทย
- 6) การทำ FTA ควรคำนึงถึงเกษตรกรและผู้บริโภค

1.5.2 ข้อเสนอแนะด้านการผลิต

- 1) เกษตรกรควรเน้นที่ความปลอดภัยของสินค้าเกษตรให้มาก
- 2) เกษตรกรมีทุนน้อยและสภาพแวดล้อมไม่เอื้ออำนวยทำให้สินค้าไม่ได้คุณภาพมาตรฐาน
- 3) ควรปรับปรุงการผลิตและให้การสนับสนุนภาคเกษตร ส่งเสริมความรู้ให้แก่เกษตรกรอย่างจริงจัง
- 4) ปรับปรุงผลไม้ไทยให้มีคุณภาพทัดเทียมต่างประเทศ
- 5) ส่งเสริมด้านการแปรรูปผลผลิตผักและผลไม้ที่มีให้คุณค่าทางโภชนาการลดลงและราคาไม่แพง

1.5.3 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

- 1) ควรเปิดเผยผลการเจรจา FTA ทุกครั้งให้ประชาชนทราบ
- 2) การค้าเสรีทำให้มีการแข่งขันด้านเศรษฐกิจมากขึ้น
- 3) สินค้าต่างประเทศเข้ามามากจะมีผลกระทบต่อประเทศ
- 4) แต่ก่อนไม่มี FTA ไทยก็อยู่ได้
- 5) ไม่เห็นด้วยในการนำเข้าผักและผลไม้จากต่างประเทศ เพราะของไทยก็มีเพียงพอแล้ว

ตอนที่ 2 ผลการสัมมนาแบบมีส่วนร่วม

การสัมมนาแบบมีส่วนร่วมมีการดำเนินการทั้งสิ้น 4 ครั้ง ผู้เข้าร่วมสัมมนาประกอบด้วยเกษตรกรผู้ปลูกผักและไม้ผล และนักวิชาการส่งเสริมการเกษตรจากสำนักงานเกษตรจังหวัดและสำนักงานเกษตรอำเภอในจังหวัดเป้าหมาย 4 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดสุพรรณบุรี นครราชสีมา สุพรรณบุรี และสุราษฎร์ธานี

ประเด็นการสัมมนาได้แก่

1. การเปลี่ยนแปลงความเป็นอยู่ของเกษตรกรไปจากอดีต 2-3 ปีที่ผ่านมา
2. สาเหตุที่ทำให้ชีวิตความเป็นอยู่ของเกษตรกรเปลี่ยนแปลงไปจากอดีต 2-3 ปีที่ผ่านมา
3. ข้อเสนอแนะในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในด้านต่างๆ 5 ด้านได้แก่
 - นโยบายของรัฐ
 - การปรับปรุงการประกอบอาชีพ
 - การปรับปรุงการบริโภคของครัวเรือน
 - การสร้างเครือข่าย
 - อื่นๆ

2.1 ผลการสัมมนาแบบมีส่วนร่วมครั้งที่ 1 จังหวัดสุพรรณบุรี

ในการสัมมนานี้มีผู้เข้าร่วมสัมมนาทั้งสิ้น 55 คน ประกอบด้วยเกษตรกรผู้ปลูกผักและไม้ผล (มะม่วง) 50 คน และนักวิชาการส่งเสริมการเกษตรจากอำเภอต่างๆ 5 คน โดยเกษตรกรที่เข้าร่วมสัมมนาจากอำเภอต่าง ๆ คือ อำเภอเมือง เดิมบางนางบวช สามชุก ด่านช้าง สองพี่น้อง ศรีประจันต์ และอำเภอเมือง

จากการสัมมนาระดมความคิดของเกษตรกรและนักวิชาการส่งเสริมการเกษตรสามารถสรุปความคิดเห็นได้ดังต่อไปนี้

ประเด็นที่ 1 การเปลี่ยนแปลงความเป็นอยู่ของเกษตรกรไปจากอดีต 2-3 ปีที่ผ่านมา

การเปลี่ยนแปลงความเป็นอยู่ของเกษตรกรที่เข้าร่วมสัมมนากล่าวได้ว่าการเปลี่ยนแปลงใน 2 ลักษณะ คือ

1. การเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้นกว่าในอดีต กล่าวคือ มีรายได้สูงกว่าในอดีต ทำให้มีความเป็นอยู่ดีขึ้น
2. การเปลี่ยนแปลงไปในทางที่แย่ลงกว่าในอดีต กล่าวคือ รายได้ลดลง ทำให้มีเงินสำหรับใช้จ่ายน้อยลง ในขณะที่รายจ่ายเพิ่มขึ้น

ประเด็นที่ 2 สาเหตุที่ทำให้ชีวิตความเป็นอยู่ของเกษตรกรเปลี่ยนแปลงไปจากอดีต 2-3 ปีที่ผ่านมา

ความเป็นอยู่ของเกษตรกรที่เข้าร่วมสัมมนามีการเปลี่ยนแปลงไปจากอดีต พบว่ามีสาเหตุที่สำคัญดังนี้

1. สาเหตุทางบวก

- 1.1 เพิ่มเนื้อที่เพาะปลูกและเพิ่มกิจกรรมในฟาร์ม
- 1.2 เปลี่ยนเป็นการเกษตรอินทรีย์
- 1.3 มีการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ ทำให้เพิ่มประสิทธิภาพการผลิต
- 1.4 มีการรวมกลุ่มของเกษตรกร ทำให้มีอำนาจต่อรองทางการตลาดมากขึ้น
- 1.5 มีการตลาดส่งออก

2. สาเหตุทางลบ

- 2.1 ต้นทุนการผลิตสูงขึ้น
- 2.2 การแข่งขันสูงขึ้น
- 2.3 ผลผลิตต่ำเพราะสภาพดินฟ้าอากาศแปรปรวน
- 2.4 ราคาผลผลิตไม่แน่นอน

ประเด็นที่ 3 ข้อเสนอแนะ

1. ด้านนโยบายของรัฐ

- 1.1 กำหนดราคาสินค้าตามมาตรฐานของสินค้า
- 1.2 ออกกฎหมายนำเข้าพืชและสัตว์บางชนิดในด้านราคา คุณภาพ และจำนวน
- 1.3 ลดภาษีปัจจัยการผลิตที่มีการนำเข้า เช่น ปุ๋ย สารเคมี
- 1.4 ประกันราคาสินค้าเกษตร
- 1.5 มีการส่งเสริมความรู้ด้านการเกษตร
- 1.6 สร้างจิตสำนึกให้ใช้สินค้าไทย
- 1.7 ควรทำประชามติก่อนทำ FTA รวมถึงศึกษาผลกระทบ FTA
- 1.8 ส่งเสริมและพัฒนาการแปรรูปสินค้าเกษตรขั้นปฐมแล้วค่อยส่งออก
- 1.9 กำหนดมาตรการการกีดกันทางการค้าแบบแอบแฝงเพื่อป้องกันสินค้าเกษตร

ไทย

- 1.10 กำหนดมาตรฐานสินค้าเกษตร

2. ด้านการปรับปรุงการประกอบอาชีพ

- 2.1 ผลิตสินค้าพอประมาณเน้นสายพันธุ์ได้มาตรฐาน
- 2.2 ปลูกพืชหมุนเวียนเพื่อลดความเสี่ยง
- 2.3 มีการจัดการระบบตลาดที่ชัดเจน

- 2.4 มีการจัดการผลิตให้ตรงกับความต้องการของตลาด
- 2.5 ทำการเกษตรอินทรีย์
- 2.6 กำหนดเขตการปลูกให้ชัดเจน (เขตเกษตรเศรษฐกิจ)

3. ด้านการปรับปรุงการบริโภคของครัวเรือน

- 3.1 ลดการบริโภคสินค้าเกษตรจากต่างประเทศ
- 3.2 ไม่บริโภคฟุ่มเฟือย
- 3.3 คนไทยควรบริโภคของไทย ๆ
- 3.4 บริโภคของที่มีประโยชน์และปลอดภัย

4. ด้านการสร้างเครือข่าย

- 4.1 มีการรวมกลุ่มตามชนิดพืช เช่น กลุ่มผัก กลุ่มผลไม้ ฯลฯ
- 4.2 มีการบริหารการจัดการภายในกลุ่มอย่างเข้มแข็ง
- 4.3 ตั้งศูนย์กลางรวมสินค้าทุกชนิดประจำจังหวัด

5. ด้านอื่น ๆ

- 5.1 แก้ไขปัญหาการเลิกประกอบอาชีพเดิมของเกษตรกร
- 5.2 ส่งเสริมความรู้ด้านการตลาดให้แก่เกษตรกร ทำให้เกษตรกรสามารถขายสินค้า

เองได้

5.3 หาทางคุ้มครองเกษตรกรไทยอย่าให้ตกต่ำไปกว่านี้ และขอให้รัฐมองถึงความ เป็นอยู่ของคนไทยด้วย มิใช่มองแต่สินค้านำเข้า

2.2 ผลการสัมมนาแบบมีส่วนร่วมครั้งที่ 2 จังหวัดนครราชสีมา

ในการสัมมนาครั้งนี้ มีผู้เข้าร่วมสัมมนาทั้งสิ้น 50 คน ประกอบด้วยเกษตรกรผู้ปลูกผักและ ไม้ผล 40 คน และนักวิชาการส่งเสริมการเกษตรจากอำเภอต่างๆ 10 คน โดยเกษตรกรที่เข้าร่วม สัมมนามาจากอำเภอต่าง ๆ คือ อำเภอเมือง สีคิ้ว สูงเนิน และขามทะเลสอ

จากการสัมมนาระดมความคิดของเกษตรกรและนักวิชาการส่งเสริมการเกษตรสามารถ สรุปความคิดเห็นได้ดังต่อไปนี้

ประเด็นที่ 1 การเปลี่ยนแปลงความเป็นอยู่ของเกษตรกรไปจากอดีต 2-3 ปีที่ผ่านมา

การเปลี่ยนแปลงความเป็นอยู่ของเกษตรกรที่เข้าร่วมสัมมนากล่าวได้ว่าการเปลี่ยนแปลง ใน 2 ลักษณะ คือ

1. การเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้นกว่าในอดีต กล่าวคือ มีรายได้เพิ่มขึ้นจากการ ประกอบอาชีพการเกษตร โดยเฉพาะในกลุ่มปลูกผัก นอกจากนี้เกษตรกรก็มีการดำเนินชีวิตแบบ เศรษฐกิจพอเพียง

2. การเปลี่ยนแปลงไปในทางที่แยงกว่าในอดีต กล่าวคือ รายได้ลดลง แต่ค่าใช้จ่ายสูงขึ้น หนี้สินเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มสวนหอม สวนผสม และลำไย

ประเด็นที่ 2 สาเหตุที่ทำให้ชีวิตความเป็นอยู่ของเกษตรกรเปลี่ยนแปลงไปจากอดีต 2-3 ปีที่ผ่านมา

1. สาเหตุทางบวก

- 1.1 เปลี่ยนเป็นเกษตรธรรมชาติ
- 1.2 ผลผลิตเพิ่มขึ้น
- 1.3 ลดต้นทุนการผลิต
- 1.4 ราคาผลผลิตดีขึ้น

2. สาเหตุทางลบ

- 2.1 หนี้สินเพิ่มขึ้นจากการขยายการผลิต
- 2.2 พฤติกรรมการบริโภคเปลี่ยนแปลง มีการใช้จ่ายเกินรายได้
- 2.3 มีรายจ่ายทางด้านสังคมเพิ่มขึ้น
- 2.4 ต้นทุนสูงขึ้น แต่ราคาผลผลิตไม่เพิ่มขึ้น

ประเด็นที่ 3 ข้อเสนอแนะ

1. ด้านนโยบายของรัฐ

- 1.1 ตรวจสอบสินค้าเกษตรนำเข้าจากต่างประเทศ
- 1.2 ประชาพิจารณ์ก่อนทำ FTA
- 1.3 กำหนดจำนวนสินค้าเข้า-ออกแต่ละปี
- 1.4 ขดเซยให้กับเกษตรกรที่ได้รับผลกระทบจาก FTA
- 1.5 อยากรให้รัฐประกันราคาสินค้าของเกษตรกร
- 1.6 ขดเซยให้กับเกษตรกรที่ประสบภัยธรรมชาติให้เต็มที่และจริงจัง
- 1.7 กำหนดเขตเกษตรเศรษฐกิจ
- 1.8 มีกฎหมายให้ผู้ผลิตพืชมาขึ้นทะเบียน

2. ด้านการปรับปรุงการประกอบอาชีพ

- 2.1 เน้นการเกษตรพอเพียงมากขึ้น
- 2.2 ลดการใช้สารเคมีในการปลูกพืชให้น้อยลง เพื่อปลอดภัยจากสารพิษและไม่

ทำลายสิ่งแวดล้อม

- 2.3 ทำการเกษตรแบบผสมผสาน
- 2.4 ปรับปรุงคุณภาพผลผลิตให้ตรงกับความต้องการตลาด
- 2.5 ให้เกษตรกรวางแผนการผลิตโดยศึกษาจากสภาวะการผลิตพืชว่าช่วงไหนราคา

สูงช่วงไหนราคาต่ำ

2.6 ให้ความรู้กับเกษตรกรเพิ่มขึ้น

2.7 ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน

3. ด้านการปรับปรุงการบริโภคของครัวเรือน

3.1 อยู่อย่างพอเพียง ปลูกพืชผักสวนครัวไว้บริโภคเอง

3.2 อนุรักษ์บริโภคสินค้าเกษตรของไทย

3.3 อบรมให้ความรู้พิษภัยจากสารเคมี

4. ด้านการสร้างเครือข่าย

4.1 รวมกลุ่มเกษตรกรแต่ละกลุ่มขึ้นมา ตั้งชื่อกลุ่ม ทำเฉพาะในหมู่บ้านก่อน แล้วขยายไปตำบลต่อตำบล

4.2 ควรตั้งกลุ่มให้ถาวร

4.3 กลุ่มแต่ละกลุ่มควรมีกิจกรรมที่สัมพันธ์และเกื้อกูลกันได้ ผลิตสินค้าเหมือนกัน

5. อื่น ๆ

5.1 กำหนดราคาสินค้า FTA หรือ ควบคุมราคาสินค้าทางการเกษตรที่นำเข้าและส่งออก

5.2 นโยบายต่าง ๆ ด้านการเกษตรให้อยู่ภายใต้กฎหมายเพื่อที่จะคุ้มครองผู้ผลิตและผู้บริโภค

5.3 เลิกทำสัญญา FTA แล้วกลับมาสนับสนุนกินของไทยใช้ของไทย

5.4 ประกันราคาสินค้ารวมทั้งประสภภัยธรรมชาติ

5.5 รู้จักการประหยัด – ขยันใช้ 3 เก็บ 1

5.6 รู้จักการทำบัญชีรับ – จ่าย

2.3 ผลการสัมมนาแบบมีส่วนร่วมครั้งที่ 3 จังหวัดเชียงใหม่

ในการสัมมนาครั้งนี้ มีผู้เข้าร่วมสัมมนาทั้งสิ้น 51 คน ประกอบด้วยเกษตรกรผู้ปลูกผักและไม้ผล (ลำไย) 40 คน และนักวิชาการส่งเสริมการเกษตรจากอำเภอต่างๆ 11 คน โดยเกษตรกรที่เข้าร่วมสัมมนาจากอำเภอต่าง ๆ คือ อำเภอเมือง สันป่าตอง สารภี ดอยสะเก็ด แม่ริม แม่จาง จอมทอง แม่แตง และกิ่งอำเภอดอยหล่อ

จากการสัมมนาระดมความคิดของเกษตรกรและนักวิชาการส่งเสริมการเกษตรสามารถสรุปความคิดเห็นได้ดังต่อไปนี้

ประเด็นที่ 1 การเปลี่ยนแปลงความเป็นอยู่ของเกษตรกรไปจากอดีต 2-3 ปีที่ผ่านมา

การเปลี่ยนแปลงความเป็นอยู่ของเกษตรกรที่เข้าร่วมสัมมนา กล่าวได้ว่ามีการเปลี่ยนแปลงไปใน 2 ลักษณะ คือ

1. การเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้นกว่าในอดีต กล่าวคือ มีรายได้เพิ่มขึ้นทำให้ความเป็นอยู่ดีขึ้น

2. การเปลี่ยนแปลงไปในทางที่แย่ลงกว่าในอดีต กล่าวคือ รายได้ลดลง ทำให้ไม่มีรายได้พอกับรายจ่าย ทำให้มีหนี้สินเพิ่มขึ้น

ประเด็นที่ 2 สาเหตุที่ทำให้ชีวิตความเป็นอยู่ของเกษตรกรเปลี่ยนแปลงไปจากอดีต 2-3 ปีที่ผ่านมา

1. สาเหตุทางบวก

1.1 ราชการเข้าไปตั้งศูนย์การเรียนรู้ทางการเกษตร ทำให้เกษตรกรมีความรู้เรื่อง การเกษตรแบบผสมผสาน

1.2 เพิ่มเนื้อที่เพาะปลูกและทำการเกษตรแบบผสมผสาน

1.3 ใช้เทคโนโลยีการเกษตรในการผลิต

1.4 เปลี่ยนจากเกษตรเคมีเป็นเกษตรปลอดสารพิษ

1.5 มีผลไม้จากต่างประเทศขายในราคาถูกลง

2. สาเหตุทางลบ

2.1 การเปลี่ยนจากเกษตรเคมีเป็นเกษตรอินทรีย์ ทำให้ต้นทุนลดลงแต่ผลผลิตก็ลดลงด้วย

2.2 ราคาผลผลิตตกต่ำ (ลำไย)

2.3 มีการแข่งขันของผักที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ ทำให้ต้องลดเนื้อที่เพาะปลูกลง

2.4 ภัยธรรมชาติทำให้ผลผลิตลดลง

ประเด็นที่ 3 ข้อเสนอแนะ

1. ด้านนโยบายของรัฐ

1.1 ยกเลิก FTA ไทย-จีน

1.2 กินของไทยและซื้อของไทย

1.3 ก่อนทำ FTA กับต่างประเทศให้ทำประชาพิจารณ์

1.4 กำหนดเขตการผลิตแต่ละพืช

1.5 รวมกลุ่มการผลิตเพื่อปรับปรุงคุณภาพผลิตผล

1.6 สนับสนุนผู้ได้รับผลกระทบ

1.7 แปรรูปผลผลิตเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตผล

1.8 สนับสนุนงบประมาณในการจัดซื้อมาตรฐานสินค้า

1.9 ประชาสัมพันธ์ผลดี ผลเสียของ FTA

1.10 กำหนดผู้แทนที่มาจากเกษตรกรเข้าร่วมบริหารจัดการนโยบายเชิงเกษตร

1.11 สนับสนุนงบประมาณแก่กลุ่มเกษตรกรที่มีผลงานดี

1.12 พืชเศรษฐกิจทุกตัวต้องมีกองทุนให้ โดยเกษตรกรมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ ด้วยกฎหมายที่เป็นธรรม และด้วยสัดส่วนที่เป็นธรรม คือ มีรัฐ + ผู้ประกอบการ + เกษตรกร

1.13 ถ้าเกิดภัยธรรมชาติรัฐจะต้องรับผิดชอบและมีเงื่อนไขข้อตกลงกับเกษตรกร

2. ด้านการปรับปรุงการประกอบอาชีพของเกษตรกร

2.1 เพิ่มความรู้ให้เกษตรกร และสนับสนุนเทคโนโลยีต่าง ๆ

2.2 ปลุกพืชหลายชนิดเพื่อให้มีรายได้ตลอดเวลา ได้แก่

- พืชให้รายได้รายวัน
- พืชให้รายได้รายเดือน
- พืชให้รายได้รายปี
- พืชให้รายได้บํานาญ บำเหน็จ
- พืชให้รายได้สมุนไพร

2.3 พัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรให้มีมาตรฐาน

2.4 มีตลาดรองรับสินค้าเกษตร

2.5 มีการรวมกลุ่มเกษตรกร

2.6 ให้มีการวางแผนการผลิต โดยการสอบถามเกษตรกรว่าต้องการปลูกพืชอะไร แล้วรัฐให้การสนับสนุนด้านการเรียนรู้ แล้วจัดให้เป็นระบบตามความต้องการของเกษตรกร

2.7 ปรับปรุงการเกษตรให้เป็นเกษตรแบบยั่งยืน แบบผสมผสาน เกษตรอินทรีย์ ลด/เลิกการใช้สารเคมี

2.8 ประกันราคาพืชผลทางการเกษตร

2.9 กำหนดเขตเกษตรเศรษฐกิจ

3. ด้านการปรับปรุงการบริโภคของครัวเรือน

3.1 รมรงค์สร้างค่านิยมกินของที่ผลิตภายในประเทศ

3.2 รับประทานผลิตผลเกษตรที่ปลอดภัย โดยมีการตรวจและรับรอง

3.3 ผลิตผักปลอดสารพิษให้ผู้บริโภครับประทาน

3.4 ควรบริโภคผลผลิตที่ผลิตได้เอง (ผลิตผลพื้นบ้าน) เพราะมีคุณค่าทางอาหาร + เป็นยา ทำให้สามารถพึ่งพาตนเองได้

4. ด้านการสร้างเครือข่าย

4.1 สร้างกลุ่มรากหญ้าในท้องถิ่นให้เข้มแข็ง มีอำนาจต่อรอง โดยรวมกลุ่มในระดับหมู่บ้านก่อน

4.2 มีการรวมกลุ่มเพื่อแก้ไขปัญหาการผลิต เทคโนโลยีการผลิต และการตลาด

4.3 ควรให้เกษตรกรทั่วประเทศได้เรียนรู้ซึ่งกันและกัน และรัฐบาลควรจัดให้มีวิทยากรให้ความรู้แก่เกษตรกรอย่างกว้างขวาง

4.4 ปรับปรุงเครือข่ายเดิม ๆ ให้เข้มแข็ง และมีการจัดการเครือข่ายอย่างยั่งยืนถาวรจริงจังและชัดเจน

5. อื่น ๆ

5.1 ควรให้ความรู้แก่ประชาชนทั่วไปเรื่อง FTA (ชี้ให้เห็นข้อดีหรือข้อเสียของ FTA) และทำประชาคมติเรื่อง FTA ตั้งแต่ระดับตำบล

5.2 การผลิตสินค้าด้านเกษตรไทยให้มีคุณภาพและมาตรฐานเพื่อแข่งขันกับทั่วโลกได้

5.3 ควรมีการตรวจสอบสินค้าเกษตรจากต่างประเทศ

5.4 ให้มีหน่วยงานช่วยเหลือเกษตรกรที่ถูกผลกระทบทางลบแล้วช่วยเหลือตัวเองไม่ได้ โดยยกเลิกหนี้สินและเปลี่ยนอาชีพ รวมทั้งจัดสวัสดิการให้เกษตรกร เพราะเป็นแรงงานนอกระบบ

5.5 กำหนดมาตรฐานสินค้าเกษตร

5.6 รัฐบาลควรประชาสัมพันธ์ให้เกษตรกรรู้เรื่องเกี่ยวกับการผลิตทางการเกษตรแผนใหม่มากกว่านี้ ตลอดจนผู้บริโภคทั่ว ๆ ไปด้วย

2.4 ผลการสัมมนาแบบมีส่วนร่วมครั้งที่ 4 จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ในการสัมมนาครั้งนี้ มีผู้เข้าร่วมสัมมนาทั้งสิ้น 43 คน ประกอบด้วยเกษตรกรผู้ปลูกผักและไม้ผล 32 คน และนักวิชาการส่งเสริมการเกษตรจากอำเภอต่างๆ 11 คน โดยเกษตรกรที่เข้าร่วมสัมมนาจากอำเภอต่าง ๆ คือ อำเภอเมือง คีรีรัฐนิยม เวียงสระ บ้านนาสาร บ้านนาเดิม พนมบ้านตาขุน ดอนสัก พุนพิน และเคียนซา

จากการสัมมนาระดมความคิดของเกษตรกรและนักวิชาการส่งเสริมการเกษตรสามารถสรุปความคิดเห็นได้ดังต่อไปนี้

ประเด็นที่ 1 การเปลี่ยนแปลงความเป็นอยู่ของเกษตรกรไปจากอดีต 2-3 ปีที่ผ่านมา

การเปลี่ยนแปลงความเป็นอยู่ของเกษตรกรที่เข้าร่วมสัมมนากล่าวได้ว่าการเปลี่ยนแปลงไปใน 2 ลักษณะ คือ

1. การเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้นกว่าเมื่อ 2-3 ปีที่แล้วมา กล่าวคือ มีรายได้เพิ่มขึ้นทำให้ความเป็นอยู่ดีขึ้น

2. การเปลี่ยนแปลงไปในทางที่แย่ลงกว่าเมื่อ 2-3 ปีที่แล้วมา กล่าวคือ มีรายได้เท่าเดิมแต่ค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น ทำให้ความเป็นอยู่แย่ลง

ประเด็นที่ 2 สาเหตุที่ทำให้มีการเปลี่ยนแปลงรายได้ความเป็นอยู่ไปจากอดีต 2-3 ปีที่ผ่านมา พบว่ามีสาเหตุที่สำคัญ ดังนี้

1. สาเหตุทางบวก

- 1.1 ผลผลิตเพิ่มขึ้นเพราะเพิ่มเนื้อที่เพาะปลูก
- 1.2 ผลผลิตมีคุณภาพดีขึ้น
- 1.3 ตลาดสินค้าเกษตรกว้างขึ้น

2. สาเหตุทางลบ

- 2.1 การแทรกแซงทางการเมือง
- 2.2 ดินฟ้าอากาศแปรปรวนทำให้ผลผลิตเสียหาย
- 2.3 ราคาผลผลิตตกต่ำ
- 2.4 ต้นทุนการผลิตสูงขึ้น เพราะราคาปัจจัยสูงขึ้น
- 2.5 ตลาดกระจุกไม่กระจาย
- 2.6 การแข่งขันของผักผลไม้จากต่างประเทศ
- 2.7 เกษตรกรใช้จ่ายเกินรายได้

ประเด็นที่ 3 ข้อเสนอแนะ

1. ด้านนโยบายของรัฐ

- 1.1 การส่งเสริมการผลิต/การตลาดมีน้อยในระดับพื้นที่ จึงควรจัดให้มีมากขึ้นและควรจัดให้เป็นระบบ
- 1.2 กำหนดเขตการผลิตสินค้าเกษตรเพื่อไม่ให้ซ้ำซ้อนกัน
- 1.3 การทำ FTA แต่ละเรื่อง ควรสำรวจผลกระทบแต่ละอาชีพ และให้ความรู้ FTA แก่เกษตรกร รวมถึงให้เกษตรกรมีส่วนร่วมในการทำ FTA
- 1.4 ให้มีสภาเกษตรกรระดับชาติถึงท้องถิ่น เพื่อกำหนดนโยบายเกษตรกร
- 1.5 ให้ปฏิบัติตาม WTO พร้อมกับดูแลเกษตรกรที่ได้รับผลกระทบ
- 1.6 การกำหนดราคาสินค้าเกษตรเพื่อแทรกแซงราคาสินค้าเกษตรที่ตกต่ำไม่ควรต่ำกว่าต้นทุนการผลิต
- 1.7 คุ้มครองผู้ผลิตภายในประเทศ
- 1.8 ให้มีตลาดกลางกระจายทั่วประเทศ
- 1.9 จัดหาแหล่งเงินทุนให้แก่เกษตรกร
- 1.10 ให้มีใบประกอบวิชาชีพเกษตรกร เพื่อให้การผลิตสินค้าเกษตรมีคุณภาพ
- 1.11 ควรมีการวิจัยวิธีการเก็บรักษาสินค้าเกษตรหลังเก็บเกี่ยวระหว่างรอการขนส่ง
- 1.12 มีการจัดทำนโยบายที่โปร่งใส

1.13 จัดตั้งโรงเรียนเกษตรกรให้เป็นแหล่งเรียนรู้

2. ด้านการปรับปรุงการประกอบอาชีพของเกษตรกร

2.1 เกษตรกรควรรู้จักการบริหารจัดการ เช่น ที่แปลงใดเหมาะกับพืชอะไร และควรปลูกพืชแบบผสมผสาน และตรงกับความต้องการของตลาด

2.2 ต้องมีการปรับปรุงดินและอนุรักษ์น้ำ

2.3 ควรปลูกผลไม้ นอกฤดูกาลบ้าง

2.4 การรวมกลุ่มของเกษตรกรเพื่อเพิ่มอำนาจต่อรองและการแลกเปลี่ยนความรู้ในระดับอำเภอ

2.5 การร่วมกันกำหนดนำสินค้าออกสู่ตลาด

2.6 ให้สำรวจอาชีพใดที่ทำให้เกษตรกรสามารถพึ่งพาตัวเองได้

2.7 ควรลดต้นทุนการผลิต

2.8 พัฒนามาตรฐานสินค้าเกษตรตามมาตรฐาน GAP และระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ

2.9 ปรับปรุงเทคโนโลยีการเกษตร

3. ด้านการปรับปรุงการบริโภคของครัวเรือน

3.1 ปลูกพืชที่มีการบริโภค

3.2 รู้จักถนอมอาหารไว้บริโภคและจำหน่าย

3.3 เปลี่ยนค่านิยมในการบริโภคจากสินค้าต่างประเทศให้บริโภคของไทย

3.4 การบริโภคยึดหลักความปลอดภัยและมีประโยชน์เพื่อเป็นการพัฒนาคุณภาพ

ชีวิต

3.5 ให้ทำบัญชีครัวเรือนเพื่อลดค่าใช้จ่าย

4. ด้านการสร้างเครือข่าย

4.1 สร้างเครือข่ายระหว่างเกษตรกรกับเกษตรกร

สร้างเครือข่ายระหว่างเครือข่ายกับเครือข่าย

สร้างเครือข่ายระหว่างเครือข่ายกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

4.2 สร้างเครือข่ายระดับตำบล อำเภอ จังหวัด ต่างจังหวัด

4.3 เครือข่ายผู้ดูแลผลประโยชน์สินค้าในประเทศคู่ค้า

5. อื่น ๆ

5.1 มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร

5.2 จำกัดการทำ FTA ที่จะทำให้ไทยเสียเปรียบ

5.3 ต้องคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม

5.4 มีการนำประสบการณ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นไปใช้ในการเกษตร

5.5 ความร่วมมือสามฝ่ายคือ เกษตรกร รัฐ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง



ข้อสังเกต

- เกษตรกรไม่รู้ลึกถึงผลกระทบของ FTA แต่นักวิชาการเกษตรรู้ลึกถึงผลกระทบของ FTA ที่มีต่อการบริโภคสินค้าเกษตร

- เกษตรกรที่รู้จักปรับตัวจะอยู่ได้ภายใต้ FTA
- เกษตรกรที่มีการจัดการที่ดีจะอยู่ได้ภายใต้ FTA

ความคิดเห็นของเกษตรกรเพิ่มเติม

ข้อดีของ FTA

- ส่งสินค้าไปต่างประเทศได้มากขึ้น เพราะประเทศจีนมีพลเมืองมาก มีการบริโภคมาก เพราะฉะนั้น ถ้ามีการจัดการที่ดี การทำ FTA น่าจะดี ที่มีผลไม่ดีเพราะไม่มีการบูรณาการด้านต่างๆ เข้าด้วยกัน

ตอนที่ 3 การค้าพืชผักและผลไม้ระหว่างไทยและจีนก่อนและหลังเปิดการค้าเสรี

การจัดทำเขตการค้าเสรีทวิภาคีไทย-จีนได้เริ่มต้นขึ้นจากการลงนามในกรอบความตกลงเขตการค้าเสรีอาเซียน-จีนเมื่อวันที่ 4 พฤศจิกายน 2545 ที่มีความตกลงให้มีการลดภาษีสินค้าในกลุ่มแรกหรือสินค้าเร่งลดภาษี (Early Harvest) ตามประเภทพิกัดอัตราศุลกากรในระบบฮาร์โมนไนซ์ (Harmonized System : HS) คือ HS 01-08 ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2547 และมีกำหนดสิ้นสุดอัตราภาษีเป็นร้อยละ 0 ภายในวันที่ 1 มกราคม 2549 โดยการทำความตกลงเขตการค้าเสรีทวิภาคีไทย-จีน เป็นการนำรายการสินค้าในกรอบ Early Harvest ในกรอบของความตกลงเขตการค้าเสรีอาเซียน-จีนมาทำความตกลงเร่งลดภาษีให้เร็วขึ้นโดยเริ่มจากสินค้าเกษตร 2 กลุ่มตามประเภทพิกัด HS 07 และ 08 คือสินค้าประเภทผักและผลไม้นำมาลดภาษีให้เหลือร้อยละ 0 ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2546 เป็นต้นมา

สินค้าพืชผักพิกัดศุลกากร HS 07

สินค้าพืชผักพิกัดศุลกากร HS 07 ได้แก่ สินค้าหมวด 2 ตอนที่ 7 พืชผักรวมทั้งรากและหัวบางชนิดที่บริโภคได้ประกอบด้วยสินค้าประเภทต่างๆ¹ (ตัวเลขพิกัดศุลกากร 4 หลักแรก) ดังตารางที่ 4.64

¹ กรมศุลกากรได้กำหนดพิกัดศุลกากรของไทยโดยใช้ตัวเลข 10 หลัก ตัวเลข 4 หลักแรกคือ ประเภท

ตารางที่ 4.64 สินค้าพืชผักจำแนกตามประเภทของสินค้าตามพิกัดศุลกากร

ประเภท	รายการ
07.01	มันฝรั่ง สดหรือแช่เย็น
07.02	มะเขือเทศ สดหรือแช่เย็น
07.03	หอมหัวใหญ่ หอมหัวเล็ก กระเทียม ลี้น และพืชผักจำพวกหอม กระเทียมอื่นๆ สดหรือแช่เย็น
07.04	กะหล่ำปลี กะหล่ำดอก กะหล่ำปม เคลและพืชที่คล้ายกันในตระกูลบราสซิกาซึ่งบริโภคได้ สดหรือแช่เย็น
07.05	ผักกาดหอม (เล็กตุกษาชาติวา) และชิโครี (ชนิดชิโคเรียม) สดหรือแช่เย็น
07.06	แครอท เทอร์นิป หัวบีตที่ใช้ทำสลัด ชัลชิฟาย เซเลริแอก หัวผักกาดขาว และหัวของพืชที่คล้ายกันซึ่งบริโภคได้ สดหรือแช่เย็น
07.07	แตงร้านและแตงกวา สดหรือแช่เย็น
07.08	พืชผักตระกูลถั่ว เอาเปลือกออกหรือไม่ก็ตาม สดหรือแช่เย็น เช่น ถั่วลันเตา เป็นต้น
07.09	พืชผักอื่นๆ สดหรือแช่เย็น เช่น หน่อไม้ฝรั่ง มะเขือม่วง เห็ด พริก เป็นต้น
07.10	พืชผัก (ดิบหรือทำให้สุกโดยการนึ่งหรือต้ม) แช่เย็นจนแข็ง เช่น ถั่วลันเตา มันฝรั่ง เป็นต้น
07.11	พืชผักที่ทำไว้ไม่ให้เสียชั่วคราวในสภาพที่ไม่เหมาะสมสำหรับบริโภคทันที
07.12	พืชผักแห้ง ทั้งต้นหรือทั้งหัว ตัด ผาน ทำให้แตกหรือเป็นผงแต่ต้องไม่จัดทำมากไปกว่านี้
07.13	พืชผักตระกูลถั่ว แห้งและเอาเปลือกออก จะลอกเยื่อหรือทำให้แยกจากกันหรือไม่ก็ตาม
07.14	มันสำปะหลัง รากสามสิบ สาเลป เยรูซาเลมอาร์ติโชค มันเทศ และรากหรือหัวที่คล้ายกัน ซึ่งมีปริมาณของสตาร์ชหรืออินลินสูง สด แช่เย็น แช่เย็นจนแข็ง หรือแห้ง จะผานหรือทำเป็นเฟลเลตหรือไม่ก็ตาม รวมทั้งเนื้อในของต้นสาคุ

สินค้าผลไม้พิกัดศุลกากร HS 08

สินค้าประเภทผลไม้พิกัดศุลกากร HS 08 ได้แก่ สินค้าหมวด 2 ตอนที่ 8 ผลไม้และลูกนัตที่บริโภคได้ เปลือกผลไม้จำพวกส้มหรือเปลือกแดงประกอบด้วยสินค้าประเภทต่างๆ (ตัวเลขพิกัดศุลกากร 4 หลักแรก) ดังตารางที่ 4.65

ตารางที่ 4.65 สินค้าผลไม้จำแนกตามประเภทของสินค้าตามพิกัดศุลกากร

ประเภท	รายการ
08.01	มะพร้าว บราซิลนัตและเมล็ดมะม่วงหิมพานต์สดหรือแห้ง
08.02	ลูกนัตอื่นๆ สดหรือแห้ง เช่น เมล็ดอัลมอนต์ เมล็ดเกาลัด พิสตาชิโอ เป็นต้น
08.03	กล้วย กล้าย สดหรือแห้ง
08.04	อินทผลัม มะเดื่อ สับปะรด อโวคาโด ฝรั่ง มะม่วง และมังคุด สดหรือแห้ง
08.05	ผลไม้จำพวกส้ม สดหรือแห้ง
08.06	องุ่น สดหรือแห้ง
08.07	แตง รวมถึงแตงโม และมะละกอ
08.08	แอปเปิ้ล แพร์ และควินซ์ สด
08.09	แอปริคอต เชอร์รี่ ท้อ พลัม และสโล สด
08.10	ผลไม้อื่นๆ สด เช่น สตรอเบอร์รี่ กีวีฟรุต ทูเรียน ลำไย ลิ้นจี่ เงาะ น้อยหน่า ลองกอง ฯลฯ
08.11	ผลไม้และลูกนัต ดิบหรือสุกโดยการนึ่งหรือต้ม แช่เย็นจนแข็ง
08.12	ผลไม้และลูกนัตที่ทำไว้ไม่ให้เสียชั่วคราว
08.13	ผลไม้แห้งนอกจากผลไม้ตามประเภทที่ 08.01 - 08.06 รวมทั้งลูกนัตหรือผลไม้แห้ง ในตอนนี้อยู่รวมกัน
08.14	เปลือกผลไม้จำพวกส้มหรือเปลือกแตง (รวมถึงแตงโม) สด แช่เย็นจนแข็ง แห้ง หรือทำไว้ไม่ให้เสียชั่วคราว

1) การค้าพืชผักและผลไม้ระหว่างไทยและจีนก่อนและหลังการเปิดการค้าเสรี
 ผลจากการเปิดเสรีทางการค้าสำหรับสินค้าพืชผักและผลไม้ระหว่างไทยและจีนตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2546 เป็นต้นมา ได้ส่งผลให้การค้าสินค้าทั้ง 2 ประเภทระหว่างกันทั้งปริมาณและมูลค่า มีแนวโน้มสูงขึ้นเป็นอย่างมาก ดังแสดงด้วยสถิติของกรมศุลกากรในช่วงปี 2544 - 2549 โดยในช่วงปี 2544 - 2545 เป็นช่วงของการค้าก่อนเปิดการค้าเสรี ปี 2546 เป็นปีที่เริ่มต้นเปิดเสรีทางการค้าระหว่างกันและระหว่างปี 2547 - 2549 เป็นช่วงหลังการเปิดการค้าเสรีแล้ว โดยมีรายละเอียดดังนี้

1.1) การค้าพืชผักระหว่างไทยและจีนก่อนและหลังการเปิดการค้าเสรี

ไทยและจีนเป็นประเทศคู่ค้าสินค้าพืชผักระหว่างกันมาโดยตลอด มูลค่าการนำเข้าพืชผักของไทยจากจีนระหว่าง พ.ศ. 2544-2549 แสดงดังตารางที่ 4.66 ซึ่งจะเห็นได้ว่าก่อนเปิดการค้าเสรีในปี 2544 และ 2545 ไทยนำเข้าพืชผักจากจีนมูลค่า 249.75 และ 388.83 ล้านบาท

ตามลำดับ แต่หลังจากเปิดการค้าเสรีแล้วมูลค่าการนำเข้าได้มีแนวโน้มสูงขึ้นเป็นอย่างมาก โดยในปี 2549 มีมูลค่าการนำเข้าสูงถึง 2,625.03 ล้านบาท โดยอัตราเพิ่มเฉลี่ยของมูลค่านำเข้าสูงถึงร้อยละ 62.66 (ตารางที่ 4.68) นอกจากนี้ สัดส่วนของมูลค่านำเข้าจากจีนในปี 2544 เพียงร้อยละ 26.59 ของมูลค่านำเข้าสินค้าพืชผักทั้งหมดของไทย แต่หลังจากเปิดการค้าเสรีแล้วไทยได้นำเข้าพืชผักจากจีนเป็นส่วนใหญ่ กล่าวคือคิดเป็นร้อยละ 53.89, 67.12, และ 72.88 ของมูลค่าการนำเข้ารวมในปี 2547 2548 และ 2549 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาในรายละเอียดของรายการสินค้าพืชผักที่นำเข้าแล้วพบว่า ก่อนเปิดการค้าเสรีไทย-จีน พืชผักกลุ่มที่ไทยนำเข้ามากเป็นอันดับหนึ่ง คือสินค้าประเภทพริก 07.12 ได้แก่ พืชผักแห้ง ทั้งต้นหรือทั้งหัว ตัด ผาน ทำให้แตกหรือเป็นผง ซึ่งส่วนใหญ่ได้แก่ เห็ดหอม (ตระกูลอะการิคัส) เห็ดหูหนู และเห็ดอื่นๆ อันดับสองคือประเภทพริก 07.03 ได้แก่ ประเภทหอม กระเทียม อันดับสามคือประเภทพริก 07.06 ได้แก่ แครอท เทอร์นิป หัวบีต หัวของพืชที่คล้ายกัน เมื่อเปิดการค้าเสรีแล้วประเภทพืชผักที่นำเข้ายังคงใกล้เคียงกับที่ผ่านมา คืออันดับหนึ่งยังคงเป็นสินค้าประเภทพริก 07.12 อันดับสอง คือสินค้าประเภทพริก 07.06 และอันดับสามคือสินค้าประเภทพริก 07.03 ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่าหลังจากเปิดการค้าเสรีแล้ว ไทยมีการนำเข้าพืชผักเพื่อการบริโภคเพิ่มขึ้น ทั้งนี้พืชผักบางชนิดเป็นสินค้าที่ไทยมีการผลิตอยู่แล้วเป็นปริมาณมาก เช่น หอมหัวใหญ่ กระเทียม ขณะที่พืชผักบางชนิดผลิตได้ในประเทศไทยในปริมาณไม่มาก เช่น บรอกโคลี เห็ดหอม แต่สินค้าที่นำเข้าจากจีนมีราคาถูกกว่ามาก จึงเป็นโอกาสดีของผู้บริโภคชาวไทยที่สามารถซื้อพืชผักได้หลากหลายมากขึ้นและมีราคาถูก แต่ในขณะเดียวกันก็มีผลกระทบต่อภาคการผลิตสินค้าเกษตรของไทยในสินค้าที่ไม่สามารถแข่งขันกับสินค้านำเข้าราคาถูกจากจีนได้

ในด้านสัดส่วนการนำเข้าพืชผักของไทยจากจีนก็มีแนวโน้มสูงขึ้นมาก โดยในปี 2544 ไทยนำเข้าพืชผักจากจีนร้อยละ 26.59 ของมูลค่าการนำเข้าพืชผักทั้งหมด หลังจากเปิดการค้าเสรีไทยนำเข้าพืชผักจากจีนเป็นส่วนใหญ่หรือมากกว่าร้อยละ 50 ของมูลค่าการนำเข้ารวม โดยสัดส่วนการนำเข้าสูงถึงร้อยละ 72.88 ในปี 2549

ในด้านการส่งออกสินค้าพืชผักของไทยไปประเทศจีน พบว่ามูลค่าการส่งออกมีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างมากเช่นกันดังตารางที่ 4.67 แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายสินค้าแล้วพบว่าสินค้าที่ส่งออกเป็นส่วนใหญ่จะกระจุกตัวอยู่ในสินค้าประเภทพริก 07.14 ในกลุ่มมันสำปะหลังที่มูลค่าการส่งออกสูงถึงร้อยละ 99 ของมูลค่าการส่งออกพืชผักทั้งหมดไปยังประเทศจีน ทั้งนี้เพราะจีนมีความต้องการใช้มันสำปะหลังเป็นจำนวนมากในภาคอุตสาหกรรมและใช้เป็นอาหารสัตว์ สัดส่วนการส่งออกพืชผักของไทยไปจีนเมื่อเปรียบเทียบกับมูลค่าการส่งออกรวมก็มีแนวโน้มสูงขึ้นจากร้อยละ 25.31 ในปี 2544 เป็นร้อยละ 62.03 ในปี 2549

เมื่อเปรียบเทียบมูลค่าการส่งออกและนำเข้าสินค้าพืชผักระหว่างปี 2544 - 2549 แล้วพบว่า มูลค่าการนำเข้าพืชผักจากจีนเพิ่มขึ้นในอัตราเฉลี่ยร้อยละ 62.66 ขณะที่มูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 31.17 ทั้งนี้ไทยเป็นฝ่ายได้ดุลการค้าสินค้าพืชผักกับจีน โดยมีอัตราเพิ่มของดุลการค้าเฉลี่ยร้อยละ 28.30 อย่างไรก็ตามก็ดี ดุลการค้าที่เกินดุลนี้มาจากสินค้ามันสำปะหลังเป็นหลัก แต่หากไม่รวมสินค้ามันสำปะหลังแล้วจะพบว่าไทยเป็นฝ่ายขาดดุลการค้าสินค้าพืชผักกับจีน (ตารางที่ 4.68)

ตารางที่ 4.66 มูลค่าการนำเข้าสินค้าผักจากจีนและมูลค่าการนำเข้ารวม พ.ศ. 2544 - 2549

หน่วย : พันบาท

ประเภท	สินค้า	2544	2545	2546	2547	2548	2549
07.01	มันฝรั่งสด	65	6,293	79,237	24,543	15,240	31,167
07.02	มะเขือเทศสด	-	63	146	196	58	23
07.03	หอม กระเทียมสด	1,289	114,425	307,852	299,076	350,167	372,743
07.04	กะหล่ำต่างๆสด	216	307	10,922	28,671	120,954	256,835
07.05	ผักกาดหอมสด	1	19	430	555	6,324	20,728
07.06	แครอท เทอร์นิปสด	52,579	44,076	118,760	331,207	552,679	637,341
07.07	แตงร้าน แตงกวาสด	-	2	1	-	1	56
07.08	ถั่วต่างๆสด	-	714	4,867	7,806	25,076	95,973
07.09	ผักอื่นๆสด	5,499	5,310	6,358	36,291	41,079	86,227
07.10	พืชผักแช่แข็ง	48,027	9,766	5,715	18,223	77,721	78,219
07.11	พืชผักทำไว้ไม่ให้เสีย ชั่วคราว	43,262	49,402	44,866	91,969	104,972	126,018
07.12	พืชผักแห้ง	64,037	124,016	231,864	561,066	618,058	841,730
07.13	ถั่วแห้ง	33,883	33,841	28,360	38,254	50,840	62,801
07.14	มันสำปะหลังและอื่นๆ	893	592	945	4,666	8,963	15,074
มูลค่าการนำเข้าจากจีนรวม		249,751	388,826	840,323	1,442,523	1,972,132	2,625,025
มูลค่าการนำเข้ารวม		939,359	1,114,275	1,731,708	2,676,743	2,938,305	3,601,942
% มูลค่าการนำเข้าจากจีน		26.59	34.90	48.53	53.89	67.12	72.88

ที่มา : กรมศุลกากร

ตารางที่ 4.67 มูลค่าการส่งออกสินค้าผักของไทยไปประเทศจีนและมูลค่าการส่งออกรวม พ.ศ.
2544 – 2549

หน่วย : พันบาท

ประเภท	สินค้า	2544	2545	2546	2547	2548	2549
07.01	มันฝรั่งสด	-	1/	1/	-	-	-
07.02	มะเขือเทศสด	-	-	-	-	-	-
07.03	หอม กระเทียมสด	-	124	26	1,359	791	-
07.04	กะหล่ำต่างๆสด	-	-	-	-	-	-
07.05	ผักกาดหอมสด	-	-	-	-	-	-
07.06	แครอท เทอร์นิปสด	-	-	13	-	-	-
07.07	แตงร้าน แตงกวาสด	-	-	-	-	-	-
07.08	ถั่วต่างๆสด	-	-	-	-	-	-
07.09	ผักอื่นๆสด	3,861	2,461	2,334	2,624	1,838	5,195
07.10	พืชผักแช่แข็ง	5,709	482	1,944	5,832	13,533	8,863
07.11	พืชผักทำไว้ไม่ให้เสีย ชั่วคราว	2	-	20	1,531	7	-
07.12	พืชผักแห้ง	-	119	6,985	2,884	649	799
07.13	ถั่วแห้ง	2,020	597	503	4,327	6,249	26,013
07.14	มันสำปะหลังและ อื่นๆ	4,258,492	4,404,257	5,394,069	8,581,144	11,888,052	15,731,601
% มูลค่าการส่งออกประเภท 07.14		99.73	99.91	99.78	99.78	99.81	99.74
มูลค่าการส่งออกไปจีนรวม		4,270,084	4,408,040	5,405,894	8,599,701	11,911,119	15,772,471
มูลค่าการส่งออกรวม		16,870,565	13,895,822	16,508,964	22,557,341	20,693,871	25,428,851
% การส่งออกไปจีน		25.31	31.72	32.75	38.12	57.66	62.03

1/ มูลค่าการส่งออกน้อย

ที่มา : กรมศุลกากร

ตารางที่ 4.68 ดุลการค้าสินค้าพืชผักระหว่างไทยและจีน พ.ศ. 2544 – 2549

หน่วย : พันบาท

ประเภท	2544	2545	2546	2547	2548	2549	อัตราเพิ่ม %
นำเข้าจากจีน	249,751	388,827	840,323	1,442,523	1,972,132	2,625,025	+ 62.66
ส่งออกไปจีน	4,270,083	4,408,040	5,405,894	8,599,701	11,911,119	15,772,471	+ 31.17
ดุลการค้าพืชผัก	+4,020,332	+4,019,213	+4,565,571	+7,157,178	+9,938,987	+13,147,446	+ 28.30
ส่งออก 07.14	4,258,492	4,404,257	5,394,069	8,581,144	11,888,052	15,731,601	+ 31.17
ส่งออกที่ไม่รวม 07.14	11,591	3,783	11,825	18,557	23,067	40,870	+ 60.73
ดุลการค้าที่ไม่รวม 07.14	- 238,160	- 385,044	- 828,498	- 1,423,966	- 1,949,065	- 2,584,155	+ 63.64

1.2) การค้าผลไม้ระหว่างไทยและจีนก่อนและหลังการเปิดการค้าเสรี

ไทยและจีนเป็นประเทศคู่ค้าสินค้าผลไม้ระหว่างกันมาโดยตลอดโดยมูลค่าการนำเข้าผลไม้จากจีนและมูลค่าการนำเข้ารวมระหว่างปี 2544 – 2549 แสดงดังตารางที่ 4.69 ซึ่งจะเห็นว่าก่อนเปิดการค้าเสรีในปี 2544 และ 2545 ไทยนำเข้าผลไม้จากจีนมูลค่า 1,039.03 และ 1,184.48 ล้านบาทตามลำดับ แต่หลังจากเปิดการค้าเสรีการนำเข้ามีแนวโน้มสูงขึ้นโดยในปี 2549 มูลค่าการนำเข้าสูงถึง 3,536.38 ล้านบาท ก่อนเปิดการค้าเสรีสินค้ากลุ่มที่ไทยนำเข้าอันดับหนึ่ง ได้แก่ แอปเปิลและแพร์ อันดับสองได้แก่ ลูกนัตอื่น สดหรือแห้ง ที่สำคัญคือเกาลัด และอันดับสามได้แก่ กลุ่มผลไม้อื่นๆ สด ซึ่งที่สำคัญคือ แอปริคอตและพีช หลังจากเปิดการค้าเสรีแล้วสินค้ากลุ่มที่ไทยนำเข้าอันดับหนึ่งและอันดับสองยังคงเป็นกลุ่มเดิม ได้แก่ กลุ่มแอปเปิลและแพร์ และกลุ่มลูกนัตอื่น สดหรือแห้ง ส่วนอันดับสามคือ องุ่นสด/แห้ง ในด้านสัดส่วนของมูลค่านำเข้าผลไม้จากจีนเมื่อเปรียบเทียบกับมูลค่าการนำเข้าผลไม้รวมพบว่า สัดส่วนของมูลค่านำเข้าผลไม้จากจีนมีแนวโน้มสูงขึ้นจากร้อยละ 37.61 ในปี 2544 เป็นร้อยละ 56.36 ในปี 2549

ในด้านการส่งออกผลไม้ของไทยไปประเทศจีนพบว่าการส่งออกผลไม้ของไทยมีแนวโน้มสูงขึ้นเช่นเดียวกัน ดังตารางที่ 4.70 โดยในปี 2544 และ 2545 มีมูลค่าการส่งออก 1,384.06 และ 1,486.47 ล้านบาทตามลำดับ มูลค่าการส่งออกสูงขึ้นเป็น 3,747.70 ล้านบาทในปี 2549 ทั้งนี้ ก่อนเปิดการค้าเสรีผลไม้ประเภทที่ไทยส่งออกได้มากเป็นอันดับหนึ่งคือ ผลไม้แห้งซึ่งส่วนใหญ่คือ ลำไยแห้ง อันดับสองคือ ผลไม้อื่นๆ สด ซึ่งส่วนใหญ่คือ ลำไยสด และอันดับสามคือ กลุ่มสับปะรด ฝรั่ง มังคุดและอื่นๆ สดหรือแห้ง ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการส่งออกสับปะรดแห้ง หลังจากเปิดการค้าเสรีผลไม้ประเภทที่ไทยส่งออกมากเป็นอันดับหนึ่งคือผลไม้สด ที่สำคัญคือ ลำไย ทุเรียน และลิ้นจี่ อันดับสองคือผลไม้แห้งซึ่งส่วนใหญ่คือ ลำไยแห้ง และอันดับสามคือกลุ่มสับปะรด ฝรั่ง มังคุดและ

อื่นๆ สดหรือแห้ง ซึ่งส่วนใหญ่คือมังคุด ในด้านสัดส่วนของมูลค่าส่งออกผลไม้ไปยังจีนเมื่อเปรียบเทียบกับมูลค่าการส่งออกผลไม้รวมพบว่า สัดส่วนของมูลค่าส่งออกผลไม้ไปยังจีนมีแนวโน้มสูงขึ้นจากร้อยละ 15.21 ในปี 2544 เป็นร้อยละ 29.02 ในปี 2549

เมื่อเปรียบเทียบมูลค่าการส่งออกและนำเข้าผลไม้ระหว่างไทยและจีนในปี 2544 – 2549 แล้วพบว่า มูลค่าการนำเข้าผลไม้จากจีนเพิ่มขึ้นในอัตราเฉลี่ยร้อยละ 32.27 ขณะที่มูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 26.07 ทั้งนี้ไทยเป็นฝ่ายได้ดุลการค้าในสินค้าผลไม้กับจีนมาโดยตลอด โดยมีอัตราเพิ่มของดุลการค้าเฉลี่ยร้อยละ 42.58 อย่างไรก็ตาม อย่างไรก็ดี หลังเปิดการค้าเสรีแล้วการเกินดุลมีแนวโน้มลดลง ยกเว้นในปี 2548 ที่การเกินดุลการค้ามีมูลค่าสูงซึ่งพบว่าในปีดังกล่าวมีการส่งออกลำไยสด/แห้งและทุเรียนสดสูงขึ้นมากจากปีก่อนหน้า (ตารางที่ 4.71)

ตารางที่ 4.69 มูลค่าการนำเข้าสินค้าผลไม้จากจีนและมูลค่าการนำเข้ารวม พ.ศ. 2544 – 2549

มูลค่า : พันบาท

ประเภท	สินค้า	2544	2545	2546	2547	2548	2549
08.01	มะพร้าว บราซิลินัด เมล็ดมะม่วง หิมพานต์ สดหรือแห้ง	-	-	-	-	2,888	78
08.02	ลูกนัตอิน สดหรือแห้ง	154,424	184,697	237,797	236,022	226,303	209,232
08.03	กล้วย กล้วย สดหรือแห้ง	-	-	-	1/	-	-
08.04	อินทผลัม มะเดื่อ ฝรั่ง สับปะรด อโวคาโด มะม่วง มังคุด สดหรือแห้ง	-	-	1/	1,757	468	6,957
08.05	ผลไม้จำพวกส้ม สดหรือแห้ง	-	3,813	26,833	30,558	87,557	175,894
08.06	องุ่น สดหรือแห้ง	772	1,030	31,505	51,503	97,316	295,638
08.07	แตง มะละกอสด	-	94	362	2,768	3,982	4,253
08.08	แอปเปิล แพร์ และควินซ์สด	874,429	974,558	2,141,067	2,236,988	2,311,811	2,544,915
08.09	แอปริคอต เชอร์รี่ ท้อ พลัม สโต สด	2,634	11,098	6,488	8,050	8,642	2,363
08.10	ผลไม้อื่นๆ สด	1,245	2,988	12,337	32,844	32,489	99,512
08.11	ผลไม้และลูกนัต ดิบหรือสุก แช่เย็น จนแข็ง	565	135	2	27,494	64,332	123,737
08.12	ผลไม้และลูกนัตที่ทำไว้ไม่ให้เสีย ชั่วคราว	-	42	239	12,324	21,421	22,375
08.13	ผลไม้แห้ง	4,820	6,003	21,917	62,804	80,018	51,361
08.14	เปลือกผลไม้จำพวกส้มหรือเปลือก แตง สด แช่เย็นจนแข็ง แห้ง	139	26	1	104	131	60
มูลค่าการนำเข้าผลไม้จากจีนรวม		1,039,029	1,184,484	2,478,548	2,703,216	2,937,358	3,536,375
มูลค่าการนำเข้ารวม		2,762,769	2,648,948	4,257,487	4,588,014	5,347,549	6,274,707
% มูลค่าการนำเข้าจากจีน		37.61	44.72	58.22	58.92	54.93	56.36

ที่มา : กรมศุลกากร

ตารางที่ 4.70 มูลค่าการส่งออกสินค้าผลไม้ของไทยไปประเทศจีนและมูลค่าการส่งออกรวม พ.ศ.
2544 – 2549

มูลค่า : พันบาท

ประเภท	สินค้า	2544	2545	2546	2547	2548	2549
08.01	มะพร้าว บราซิลนัต เมล็ดมะม่วง หิมพานต์ สดหรือแห้ง	2,252	2,113	5,496	34,395	40,951	38,811
08.02	ลูกนัตอื่น สดหรือแห้ง	1,254	6	286	2,001	76	3,892
08.03	กล้วย กล้าย สดหรือแห้ง	23,418	24,786	30,003	68,980	90,709	112,278
08.04	อินทผลัม มะเดื่อ ฝรั่ง สับปะรด อโวคาโด มะม่วง มังคุด สดหรือแห้ง	36,476	49,300	56,994	270,010	373,235	184,520
08.05	ผลไม้จำพวกส้ม สดหรือแห้ง	25,237	20,178	33,261	15,997	34,706	140,382
08.06	องุ่น สดหรือแห้ง	-	-	-	-	288	-
08.07	แตง มะละกอสด	3,032	31,647	36,076	30,696	28,067	9,304
08.08	แอปเปิล แพร์ และควินซ์สด	262	-	-	-	-	8,553
08.09	แอปปริคอต เชอร์รี่ ท้อ พลัม สไลด์ สด	-	-	-	-	4,576	-
08.10	ผลไม้อื่นๆ สด	158,543	136,011	348,353	1,458,751	2,321,288	2,689,405
08.11	ผลไม้และลูกนัต ดิบหรือสุก แช่เย็นจนแข็ง	1,847	9,455	5,447	8,045	11,203	94,611
08.12	ผลไม้และลูกนัตที่ทำไว้ไม่ให้เสีย ชั่วคราว	-	-	803	-	217	8,084
08.13	ผลไม้แห้ง	1,131,691	1,212,966	2,305,652	1,044,912	1,006,893	457,679
08.14	เปลือกผลไม้จำพวกส้มหรือเปลือก แตง สด แช่เย็นจนแข็ง แห้ง	51	9	-	-	-	182
มูลค่าการส่งออกผลไม้ไปจีนรวม		1,384,063	1,486,471	2,822,371	2,933,787	3,912,209	3,747,701
มูลค่าการส่งออกผลไม้รวม		9,099,827	9,519,477	9,859,087	10,739,819	12,437,524	12,913,959
% มูลค่าการส่งออกไปจีน		15.21	15.62	28.63	27.32	31.45	29.02

1/ มูลค่าการส่งออกน้อย

ที่มา : กรมศุลกากร

ตารางที่ 4.71 ดุลการค้าสินค้าผลไม้ระหว่างไทยและจีน พ.ศ. 2544 – 2549

ประเภท	2544	2545	2546	2547	2548	2549	อัตราเพิ่ม %
นำเข้าจากจีน	1,039,030	1,184,484	2,478,548	2,703,216	2,937,358	3,536,375	+ 32.27
ส่งออกไปจีน	1,384,063	1,486,47	2,822,371	2,933,787	3,912,209	3,747,701	+ 26.07
ดุลการค้า	+345,034	+301,986	+343,823	+230,571	+974,851	+211,327	+ 42.58

จากข้อมูลการค้าสินค้าผักและผลไม้ระหว่างไทยและจีนเมื่อพิจารณาในภาพรวมแล้ว พบว่ามูลค่าการนำเข้าผักและผลไม้จากจีนเพิ่มขึ้นในอัตราเฉลี่ยร้อยละ 40.37 ขณะที่มูลค่าการส่งออกรวมเพิ่มขึ้นในอัตราเฉลี่ยร้อยละ 28.91 โดยที่ไทยเกินดุลการค้ากับจีนมาโดยตลอด อย่างไรก็ตามก็ตีหากไม่นำสินค้าประเภทมันสำปะหลังที่ไทยมีการส่งออกไปจีนเป็นปริมาณมากและเป็นสินค้าที่ใช้เพื่อการอุตสาหกรรมเป็นหลักมารวมด้วยแล้วกลับพบว่าไทยมีการขาดดุลการค้ากับจีน โดยการขาดดุลการค้าในสินค้าทั้ง 2 ประเภทมีแนวโน้มสูงขึ้นเป็นอย่างมาก ดังตารางที่ 4.72

ตารางที่ 4.72 ดุลการค้าสินค้าผักและผลไม้ระหว่างไทยและจีน พ.ศ. 2544 – 2549

ประเภท	2544	2545	2546	2547	2548	2549	อัตราเพิ่ม %
นำเข้าจากจีน	1,288,781	1,573,311	3,318,871	4,145,739	4,909,490	6,161,400	+ 40.37
ส่งออกไปจีน	5,654,147	5,894,510	8,228,265	11,533,488	15,823,328	19,520,173	+ 28.91
ดุลการค้า	+4,365,366	+4,321,199	+4,909,394	+7,387,749	+10,913,838	+13,358,773	+ 26.64
ส่งออก 07.14	4,258,492	4,404,257	5,394,069	8,581,144	11,888,052	15,731,601	+ 31.17
ส่งออกที่ไม่รวม 07.14	1,395,655	1,490,253	2,834,196	2,952,344	3,935,276	3,788,572	+ 26.14
ดุลการค้าที่ไม่รวม 07.14	+106,874	- 83,058	- 484,675	- 1,193,395	- 974,214	- 2,372,828	+ 115.45

ตอนที่ 4 การผลิตและราคาสินค้าพืชผักและผลไม้บางชนิดของไทยและการนำเข้าและราคาสินค้าพืชผักและผลไม้บางชนิดจากจีน

สถานการณ์ด้านการค้าสินค้าเกษตรโดยทั่วไปจะขึ้นอยู่กับอุปสงค์และอุปทานของสินค้านั้น ซึ่งอุปสงค์ของสินค้าเกษตรจะขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ อาทิ ราคาสินค้านั้น รายได้ของประชากร รสนิยม และเทศกาล ส่วนอุปทานของสินค้าเกษตรจะขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆ อาทิ ราคابัญชีการผลิต สภาพดินฟ้าอากาศ และนโยบายของรัฐ สำหรับสินค้าพืชผักและผลไม้ของไทยที่เกี่ยวข้องกับการค้าเสรีไทย-จีนที่จะกล่าวถึงในที่นี้คือ สินค้าที่มีการนำเข้าประเภทพืชผัก ได้แก่ กระเทียม และหอมหัวใหญ่ และประเภทผลไม้ ได้แก่ แอปเปิ้ล แพร์และควินซ์ และองุ่นสด

ในด้านการผลิตกระเทียมและหอมหัวใหญ่ หลังจากเปิดการค้าเสรีไทย-จีนแล้วพื้นที่ปลูกมีแนวโน้มลดลงเป็นอย่างมาก โดยในปี 2547 หลังจากเปิดการค้าเสรีไปแล้ว 1 ปีการนำเข้ากระเทียมและหอมหัวใหญ่จากจีนมีปริมาณเพิ่มขึ้นมากส่งผลให้ราคาที่เกษตรกรขายได้ลดต่ำลงอย่างarked จากการผลิตในประเทศลดลงทำให้ในปี 2549 ราคาสินค้าทั้งสอง

สูงขึ้นจากปีก่อนหน้าซึ่งเป็นไปตามหลักของอุปสงค์และอุปทานของสินค้าโดยทั่วไปดังตารางที่

4.73

ตารางที่ 4.73 การผลิต และราคากระเทียมและหอมหัวใหญ่ของไทยและการนำเข้ากระเทียมและหอมหัวใหญ่จากจีน พ.ศ. 2544 - 2549

รายการ	หน่วย	2544	2545	2546	2547	2548	2549
กระเทียม							
1. พื้นที่ปลูก *	1,000 ไร่	150	141	132	98	106	84
2. พื้นที่เก็บเกี่ยว *	1,000 ไร่	147	138	130	97	105	83
3. ผลผลิต *	1,000 ตัน	132	126	105	96	107	81
4. ราคาที่เกษตรกรขายได้ *	บาท/กก.	5.60	7.42	8.32	6.48	5.12	8.91
(กระเทียมสดคละ)							
5. ปริมาณนำเข้าจากจีน **	1,000 ตัน	0	15	41	51	44	26
6. มูลค่านำเข้าจากจีน **	ล้านบาท	0	97	238	241	226	162
7. ราคานำเข้าจากจีน **	บาท/กก.	0	6.42	5.79	4.77	5.15	6.22
(ราคา CIF.)							
หอมหัวใหญ่							
1. พื้นที่ปลูก *	1,000 ไร่	20	17	15	18	12	9
2. พื้นที่เก็บเกี่ยว *	1,000 ไร่	20	17	12	14	12	9
3. ผลผลิต *	1,000 ตัน	78	69	38	89	57	38
4. ราคาที่เกษตรกรขายได้	บาท/กก.	4.93	4.87	8.26	1.44	3.98	13.54
(หอมหัวใหญ่คละ) *							
5. ปริมาณนำเข้าจากจีน**	1,000 ตัน	0	3	15	4	22	25
6. มูลค่านำเข้าจากจีน **	ล้านบาท	0	13	63	21	88	140
7. ราคานำเข้าจากจีน **	บาท/กก.	0	4.08	4.12	5.92	4.15	5.54
(ราคา CIF.)							

ที่มา : * สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

** กรมศุลกากร

ในด้านการนำเข้าผลไม้จากจีนเมื่อพิจารณารายการสินค้าที่สำคัญพบว่าเป็นผลไม้เมืองหนาวได้แก่ แอปเปิ้ล แพร์และควินท์ และองุ่นสดที่มีปริมาณและมูลค่านำเข้าสูงขึ้นมากหลังจากเปิดการค้าเสรี นอกจากนี้ราคาผลไม้นำเข้ายังมีแนวโน้มลดลงด้วยดังตารางที่ 4.74

ตารางที่ 4.74 การนำเข้าแอปเปิ้ล แพร์และควินซ์ และองุ่นสดจากจีน พ.ศ. 2544 - 2549

รายการ	หน่วย	2544	2545	2546	2547	2548	2549
แอปเปิ้ล							
1. ปริมาณนำเข้าจากจีน	1,000 ตัน	28	29	64	75	77	69
2. มูลค่านำเข้าจากจีน	ล้านบาท	808	836	1,565	1,551	1,477	1,608
3. ราคานำเข้าจากจีน (ราคา CIF.)	บาท/กก	28.67	28.68	24.37	20.80	19.18	23.33
แพร์และควินซ์							
1. ปริมาณนำเข้าจากจีน	1,000 ตัน	2	5	25	35	42	43
2. มูลค่านำเข้าจากจีน	ล้านบาท	66	139	576	686	835	937
3. ราคานำเข้าจากจีน (ราคา CIF.)	บาท/กก	31.56	28.23	22.82	19.74	19.84	21.74
องุ่นสด							
1. ปริมาณนำเข้าจากจีน	1,000 ตัน	1/	1/	0.7	1	1	5
2. มูลค่านำเข้าจากจีน	ล้านบาท	1	1	31	50	63	272
3. ราคานำเข้าจากจีน (ราคา CIF.)	บาท/กก	95.64	29.33	42.86	42.93	54.15	53.43

1/ ปริมาณการนำเข้าที่น้อย

ที่มา : กรมศุลกากร

ตอนที่ 5 ผลการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis)

จากการศึกษาข้อมูลปฐมภูมิหรือการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามด้วยแบบสอบถาม ผู้บริโภค และการจัดสัมมนาแบบมีส่วนร่วมของเกษตรกรและนักวิชาการเกษตร และการศึกษาข้อมูลทุติยภูมิในด้านของการค้าพืชผักและผลไม้ระหว่างไทยและจีนก่อนและหลังการเปิดการค้าเสรี รวมถึงข้อมูลด้านการผลิตและราคาสินค้าพืชผักและผลไม้บางชนิดของไทย และการนำเข้าราคาของผักและผลไม้บางชนิดจากจีน ทำให้ได้ข้อมูลในการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของการเตรียมความพร้อมด้านการบริโภคสินค้าเกษตร โดยในการวิเคราะห์จะคำนึงถึงประเด็นในด้านของการจัดการห่วงโซ่แห่งคุณค่าของภาคการเกษตร เป็นแนวทางในการวิเคราะห์ ดังนี้

การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน (จุดแข็ง และจุดอ่อน) มีประเด็นดังนี้

1. การผลิตสินค้าเกษตรภายในประเทศ (เน้นผักและผลไม้) และอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่อง
2. การเก็บรักษาและการขนส่งสินค้าเกษตร
3. การตลาดภายในประเทศ การส่งออก และการบริการที่เกี่ยวข้อง
4. การนำเข้าปัจจัยการผลิตและสินค้าเกษตร
5. การพัฒนาเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการผลิต การขนส่ง การเก็บรักษา การตลาด และการให้บริการสินค้าเกษตร
6. การจัดการทรัพยากรมนุษย์ด้านการเกษตร
7. การบริหารจัดการภาครัฐ และนโยบายต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก (โอกาส และอุปสรรค) มีประเด็นดังนี้

1. พฤติกรรมการบริโภคสินค้าเกษตรภายในประเทศ
2. พฤติกรรมการบริโภคสินค้าเกษตรในต่างประเทศ
3. ลักษณะอุปสงค์ที่มีต่อสินค้าในและต่างประเทศ
4. สภาพการแข่งขันของตลาดภายในและต่างประเทศ
5. กฎหมาย ระเบียบการค้า และข้อตกลงระหว่างประเทศที่เกี่ยวข้อง
6. นโยบาย และมาตรการต่างของต่างประเทศที่เกี่ยวข้อง

ผลการวิเคราะห์มีดังต่อไปนี้

จุดแข็ง (Strengths)

- S1 ประเทศไทยมีสภาพภูมิประเทศและภูมิอากาศที่เหมาะสมต่อการผลิตผักและผลไม้เมืองร้อน
- S2 ผลไม้ของไทยมีความหลากหลาย และบางชนิดมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว เช่น ทุเรียน มังคุด และลำไย เป็นต้น
- S3 เกษตรกรบางส่วนมีการปรับตัวให้เข้ากับสภาวะการเปลี่ยนแปลงได้ดี มีการส่งเสริมความรู้การเกษตร มีศูนย์เรียนรู้
- S4 มีการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตให้ได้ผลผลิตที่มีคุณภาพ และในด้านการปรับปรุงพันธุ์ให้ผลผลิตมีรสชาติดี

จุดอ่อน (Weaknesses)

- W1 การปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิต และการจัดการทรัพยากรเพื่อการผลิตไม่ดีเท่าที่ควร
- W2 ขาดการวางแผนการผลิตที่ดีทำให้ผลผลิตบางชนิดออกมาพร้อมกัน
- W3 การรวมกลุ่มหรือเครือข่ายทั้งในระดับเกษตรกร และระหว่างเกษตรกรกับผู้ซื้อผลผลิต ยังมีน้อยและยังไม่เข้มแข็ง
- W4 การส่งเสริมการตลาดในต่างประเทศ และการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลผลิตมีน้อย
- W5 การจัดการหลังการเก็บเกี่ยว เช่น การเก็บรักษา บรรจุกภัณฑ์ และการขนส่ง ไม่มีประสิทธิภาพ
- W6 การจัดการด้านคุณภาพมาตรฐานของผลผลิตโดยทั่วไปยังไม่ดีเท่าที่ควร
- W7 ขาดการเชื่อมโยงข้อมูลและข่าวสารทางการตลาดที่ดีและเป็นปัจจุบัน
- W8 ขาดการสร้างเชื่อมั่นและความน่าเชื่อถือต่อผลผลิตภายในประเทศให้กับผู้บริโภค
- W9 การควบคุมตรวจสอบคุณภาพมาตรฐานของผลผลิตนำเข้าไม่เข้มงวด
- W10 ขาดการพัฒนาระบบตลาดที่มีประสิทธิภาพ รวมทั้งการพัฒนาเทคโนโลยีของระบบตลาดให้สามารถดำเนินการทางการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ และความคล่องตัวในการซื้อขายผลผลิตยังไม่ดีเท่าที่ควร
- W11 ภาครัฐยังไม่มียุทธศาสตร์ที่ชัดเจนและต่อเนื่องในการพัฒนาภาคการเกษตรอย่างยั่งยืน

โอกาส (Opportunities)

- O1 มีช่องทางในการส่งออกผักและผลไม้ได้กว้างขวางมากขึ้น อันเนื่องมาจากข้อตกลงเขตการค้าเสรี
- O2 แนวโน้มการบริโภคผักและผลไม้มีปริมาณเพิ่มสูงขึ้น
- O3 กลุ่มผู้บริโภคที่ต้องการสินค้าที่มีความปลอดภัยกำลังขยายตัวเพิ่มสูงขึ้น
- O4 รายได้ผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศมีแนวโน้มสูงขึ้น
- O5 เศรษฐกิจของประเทศนำเข้าโดยเฉพาะประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนมีอัตราการเติบโตสูง
- O6 ผู้บริโภคต่างประเทศรู้จักและนิยมบริโภคผลไม้เมืองร้อนมากขึ้น
- O7 ผู้บริโภคในประเทศเชื่อว่าสินค้าผักผลไม้ไทยมีราคาถูก สด และปลอดภัย
- O8 ชาวจีนมีแนวโน้มนิยมบริโภคผลไม้ไทย โดยเฉพาะทุเรียน มังคุด กัลยไช้ ลำไย และอื่นๆ มากขึ้น

อุปสรรค (Threats)

- T1 ราคาปัจจัยการผลิตสูง เช่น น้ำมัน ปุ๋ย สารเคมี เครื่องจักรและอุปกรณ์การผลิต เป็นต้น
- T2 ผู้ผลิตและผู้ที่เกี่ยวข้องบางส่วนยังขาดความรับผิดชอบต่อและการคำนึงถึงความปลอดภัยของผู้บริโภค
- T3 แนวโน้มผู้บริโภคในประเทศไทยจะนิยมผักและผลไม้ต่างประเทศมากขึ้น
- T4 ผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังคำนึงถึงมาตรฐานความปลอดภัยน้อย และยังขาดการตระหนักถึงสิทธิด้านการบริโภคของประชาชน และการสร้างความเข้มแข็งด้านการบริโภค
- T5 มีสินค้าเกษตรจากต่างประเทศเข้ามาแข่งขันกับสินค้าเกษตรในประเทศมากขึ้น
- T6 มีการกีดกันทางการค้าที่ไม่ใช่ภาษี (non tariff) ของประเทศผู้นำเข้าอย่างมาก
- T7 ระบบโลจิสติกส์ (logistics) ของประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนในหลายพื้นที่ยังไม่ได้รับการพัฒนาเท่าที่ควร
- T8 กฎเกณฑ์การค้าของประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนแต่ละมณฑลมีความแตกต่างกัน

ตอนที่ 6 ผลการวิเคราะห์ TOWS Matrix

จากการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของการเตรียมความพร้อมด้านการบริโภคสินค้าเกษตร จึงสามารถนำผลของการวิเคราะห์แต่ละด้านมาจัดทำแนวทางเชิงกลยุทธ์ด้วยวิธีการจับคู่แบบ TOWS Matrix ได้แก่ การใช้จุดแข็งเพื่อตักตวงโอกาส (SO) การใช้จุดแข็งเพื่อหลีกเลี่ยงอุปสรรค (ST) การปรับปรุงจุดอ่อนเพื่อตักตวงโอกาส (WO) และการปรับปรุงจุดอ่อนเพื่อหลีกเลี่ยงอุปสรรค (WT) ผลของการวิเคราะห์มีดังนี้

การใช้จุดแข็งเพื่อตักตวงโอกาส (การวิเคราะห์ SO)

การจับคู่	แนวทางกลยุทธ์
S1S2O1O5O6O8	ผลักดันผลิตผลของไทยโดยเฉพาะผลไม้เมืองร้อนให้เข้าสู่ตลาดที่มีศักยภาพ โดยพิจารณาจาก 1) โอกาสด้านช่องทางทางการค้า และ 2) ความรู้จัก และความต้องการของผู้บริโภคในต่างประเทศ เช่น ผู้บริโภคในประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน รู้จักและนิยมบริโภคทุเรียน มังคุด ลำไย และกล้วยไข่ เป็นต้น

การจับคู่	แนวทางกลยุทธ์
S1S2O2O3O7	พิจารณาด้านการใช้ผลิตผลภายในประเทศให้สอดคล้องกับ รสนิยมการบริโภคแบบไทย ที่มีราคาไม่แพง สะอาด และ ปลอดภัย เช่น ผักและผลไม้พื้นบ้านกับการประกอบอาหารไทย
S3S4O2O3O4O5O7	คัดเลือกเกษตรกรระดับก้าวหน้า และเทคโนโลยีการผลิตที่ไทย ชำนาญ มาใช้ในการผลิตและนำเสนอผลผลิตสู่ผู้บริโภคใน 2 ด้าน คือ 1) ด้านคุณภาพ ทั้งรสชาติและความปลอดภัยต่อการ บริโภค และ 2) การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต เพื่อเตรียมความ พร้อมต่อการขยายตลาดทั้งในและต่างประเทศ

การใช้จุดแข็งเพื่อหลีกเลี่ยงอุปสรรค (การวิเคราะห์ ST)

การจับคู่	แนวทางกลยุทธ์
S1S2T3T4T5	นำเสนอคุณค่าและความแตกต่างในผลิตผลของไทยเทียบกับ ต่างประเทศ โดยชี้ให้ผู้บริโภคเห็นหรือสร้างความตระหนักใน คุณค่าของผลิตผลไทยด้านความปลอดภัย สะอาด และแหล่ง ผลิตที่มาจากเกษตรกรไทย
S3S4T2	นำแนวคิด ความรู้ ความชำนาญ และวิธีการปฏิบัติของเกษตรกร ที่ประสบความสำเร็จ รวมทั้งเทคโนโลยีและมาตรฐานการผลิต ไปสู่เกษตรกรอื่นๆ และชี้ให้เห็นถึงแนวทาง และผลประโยชน์ที่ เกษตรกรเหล่านั้นจะได้รับจากการคำนึงถึงและการปฏิบัติเพื่อ ความปลอดภัยต่อผู้บริโภค
S3S4T1	ส่งเสริมความรู้และความชำนาญของเกษตรกร ผสานกับ เทคโนโลยีที่ช่วยเพิ่มผลิตภาพ และการเพิ่มคุณค่า เพื่อขจัด อุปสรรคในด้านราคาปัจจัยการผลิตต่างๆ ที่ไทยต้องนำเข้าจาก ต่างประเทศ
S2S4T6T7T8	นำเสนอความแตกต่างของผลิตผลของไทย ที่มีเทคโนโลยีการผลิต ที่ปลอดภัย โดยร่วมกับประเทศคู่ค้าในการพัฒนาและขจัด อุปสรรคด้านเงื่อนไขการค้าต่างๆ รวมถึงระบบโลจิสติกส์ระหว่าง ประเทศ

การปรับปรุงจุดอ่อนเพื่อตัดวงจรโอกาส (การวิเคราะห์ WO)

การจับคู่	แนวทางกลยุทธ์
W1W2W3O1O2O4O5	มีการวิเคราะห์ วางแผนการผลิต ส่งเสริมการรวมกลุ่มเกษตรกร และเครือข่ายวิสาหกิจ เพื่อมุ่งตอบสนองต่อโอกาสด้านแนวโน้ม การขยายตัวของตลาดที่มีศักยภาพ
W4W5W6O3O6O8	สร้างคุณค่าด้านภาพลักษณ์ด้วยการส่งเสริมการตลาด การสร้างมูลค่าเพิ่มผลผลิตด้วยการแปรรูป การเก็บรักษา และการบรรจุภัณฑ์ รวมทั้งการจัดการคุณภาพมาตรฐาน เพื่อนำเสนอต่อตลาดที่มีศักยภาพ
W7W10W11O1O2O4O5O6	รัฐควรจัดให้มีโครงสร้างพื้นฐานทางการตลาดในด้านระบบสารสนเทศการตลาดสินค้าเกษตร และการพัฒนาระบบตลาดสินค้าเกษตรที่มีประสิทธิภาพ เพื่อค้นหาความต้องการของตลาด และการตอบสนองต่อตลาดที่มีศักยภาพได้อย่างทันทั่วทั้งที่

การปรับปรุงจุดอ่อนเพื่อหลีกเลี่ยงอุปสรรค (การวิเคราะห์ WT)

การจับคู่	แนวทางกลยุทธ์
W1W2W3W5T1	พัฒนาระบบการผลิต การวิเคราะห์วางแผนการผลิต การรวมกลุ่มเกษตรกร และเครือข่ายวิสาหกิจ การจัดการผลผลิต การแปรรูป การเก็บรักษา และการบรรจุภัณฑ์ เพื่อสร้างความสามารถ และหลีกเลี่ยงต่ออุปสรรคด้านปัจจัยการผลิตที่ ต้องพึ่งพาต่างประเทศ เช่น น้ำมัน ปุ๋ยเคมี สารเคมี และ เทคโนโลยีต่างๆ ที่ราคาแพง ซึ่งไม่อาจควบคุมได้
W6W7W8T3T4T5	ปรับปรุงด้านการจัดการคุณภาพมาตรฐาน การให้ข่าวสาร การตลาด และการสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคต่อคุณค่าที่ได้ จากการบริโภคสินค้าเกษตรของไทย
W9W11T3T4T5	จัดให้มีระบบการตรวจสอบคุณภาพมาตรฐานผลผลิตนำเข้าที่เข้มงวด เพื่อปกป้องผู้บริโภคภายในประเทศ

การจับคู่	แนวทางกลยุทธ์
W7W10W11T6T7T8	<p>รัฐควรจัดให้มีโครงสร้างพื้นฐานทางการตลาดในด้านระบบสารสนเทศการตลาดสินค้าเกษตร และการพัฒนาระบบตลาดสินค้าเกษตรที่มีประสิทธิภาพ เพื่อลดข้อจำกัดด้านการกีดกันการค้า เพราะจะก่อให้เกิดการมีบริการทางการตลาดที่ดี และมีระบบการซื้อขายที่สะดวกรวดเร็ว มีประสิทธิภาพ</p>