

ใบรับรองปัญหาพิเศษ
ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร
คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า เจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง

เรื่อง

พฤติกรรมกรรมการบริโภคทุเรียนในเขตกรุงเทพมหานคร

ของ

นางสาวนรินทร์ ประมงค์

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตร

วท.บ. (บริหารธุรกิจเกษตร)

เมื่อวันที่ 23 มีนาคม พ.ศ.2530

อาจารย์ปรึกษาปัญหาพิเศษ

(ผศ.อมรศรี ตันพิพัฒน์)

กรรมการปัญหาพิเศษ

(ผศ.ศิษย์ สังข์รัมย์)

กรรมการปัญหาพิเศษ

(อาจารย์อภิสิทธิ์ แก้วฉา)

รักษาการแทนหัวหน้าภาควิชา

(ผศ.อมรศรี ตันพิพัฒน์)

13572

21 มี.ย. 2530

๗๗.
๗๔๘๖๗
2530

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

ปัญหาพิเศษ



T097421

เรื่อง

พฤติกรรมกรรมการบริหารโคกทุเรียนในเขตกรุงเทพมหานคร

โดย

นางสาวนารินทร์ ประมงค์

ร.พ.

ร.486ร

2530

เลขหมู่.....

เลขทะเบียน..... 97421

วัน,เดือน,ปี..... 8 JUN 2530

เสนอ

ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า เจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง

เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)

พ.ศ. 2530

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้


บทคัดย่อ

ชื่อเรื่อง : พฤติกรรมการบริโภคทุเรียนในเขตกรุงเทพมหานคร

โดย : นางสาวนารินทร์ ประมงค์

ชื่อปริญญา : วิทยาศาสตร์บัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)

สาขาวิชาเอก : บริหารธุรกิจเกษตร

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ : 

(ผศ.อมรศรี ตันพิพัฒน์)

ผลไม้ก็เป็นสินค้าเกษตรอีกชนิดหนึ่งที่ส่งออก และทำรายได้ให้กับประเทศมาเป็นเวลานาน และทุเรียนก็นับเป็นผลไม้ที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจอีกชนิดหนึ่งที่ตลาดต่างประเทศกำลังให้ความสนใจ และมีความต้องการเพิ่มมากขึ้น สำหรับตลาดการบริโภคผลไม้ภายในประเทศ ในปัจจุบันการบริโภคส่วนใหญ่จะอยู่ในรูปของการบริโภคสด คิดเป็นร้อยละ 85 ของปริมาณผลผลิตทั้งหมด และตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา ตลาดผลไม้สดภายในประเทศยังไม่ค่อยจะพัฒนามากนัก ทั้ง ๆ ที่รายได้ของคนภายในประเทศเพียงพอกับการซื้อผลไม้สดที่มีการบรรจุหีบห่อ (Packing) ถ้าผู้ผลิตมีการปรับปรุงคุณภาพ และมีการบรรจุหีบห่อผลไม้ให้เหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภค ดังนั้น จึงมีวัตถุประสงค์หลัก คือศึกษาให้เข้าใจถึงวิธีการซื้อทุเรียนของผู้บริโภคศึกษาทัศนคติ และพฤติกรรมของผู้ซื้อในกลุ่มต่าง ๆ โดยเน้นกลุ่มผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อเป็นแนวทางในการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการค้าทุเรียน ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค และปรับปรุงตลาดการค้าภายในประเทศ รวมทั้งขยายตลาดการค้ากับต่างประเทศอีกด้วย

ผลจากการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคทุเรียนในเขตกรุงเทพมหานคร จะนิยมซื้อทุเรียนในช่วงกลางฤดูที่มีทุเรียนออกวางขายและเป็นช่วงฤดูกาลทุเรียน ในการซื้อทุเรียนจะให้ความสำคัญกับพันธุ์ของทุเรียนเป็นอันดับแรก โดยผู้บริโภคในเขตเมือง และเขตต่อเมือง นิยมบริโภคทุเรียนพันธุ์หอมทองจากนนทบุรี ส่วนผู้บริโภคในเขตชานเมืองนิยมบริโภคทุเรียนพันธุ์ชะนีจากจันทบุรี โดยซื้อทั้งผลชิ้นน้ำหนักเป็นกิโลกรัม ผู้บริโภคในเขตเมืองและเขตชานเมืองนิยมทุเรียนที่มีเนื้อสุก

ส่วนผู้บริโภคใน เขตต่อ เมืองนิยมทุเรียนที่มีเนื้อห่าม โดยผู้บริโภคส่วนใหญ่นิยมบริโภคในรูปแบบทุเรียนสด ส่วนใหญ่ผู้บริโภคไม่มีปัญหายุ่งยากในการขนส่งและนิยมซื้อทุเรียนจากตลาดสด แต่ผู้บริโภคในเขตชานเมืองมีความยุ่งยากในการขนส่งจึงนิยมซื้อทุเรียนจากรถขายผลไม้ในหมู่บ้าน เกี่ยวกับสื่อโฆษณาผลไม้ผู้บริโภคส่วนใหญ่มักจะรับทราบจากทางโทรทัศน์ โดยผู้บริโภคในเขตเมืองและเขตต่อเมืองมีความคิดเห็นว่าการโฆษณามีส่วนช่วยได้มากในการตัดสินใจเลือกซื้อผลไม้ ส่วนผู้บริโภคในเขตชานเมืองมีความคิดเห็นว่า การโฆษณามีส่วนช่วยได้น้อยมากในการตัดสินใจเลือกซื้อผลไม้ สำหรับผลไม้ที่มีการบรรจุหีบห่อสำเร็จรูปส่วนใหญ่ผู้บริโภค เขตเมืองและ เขตต่อเมืองนิยมซื้อบริโภค เพราะมีความคิดเห็นว่าทำให้ผลไม้มีความสะอาดและสะดวกสบายในการซื้อ

จากการศึกษาเรื่องนี้ มีข้อเสนอแนะว่าควรมีการปรับปรุงคุณภาพทุเรียน โดยเฉพาะเรื่องพันธุ์ซึ่งผู้บริโภคให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกในการซื้อทุเรียนมาบริโภค และเกษตรกรผู้ผลิตควรมีการรวมตัวกันจัดตั้งกลุ่มสมาคมผู้ค้าทุเรียน หรือกลุ่มชาวสวนทุเรียนมีการตรวจสอบและรับรองคุณภาพทุเรียนที่นำออกมาจำหน่าย เพราะผู้ซื้อร้อยละ 43.09 จะให้ผู้ชายเป็นผู้เลือกทุเรียนให้ในการซื้อทุเรียนบริโภค ผู้ชายที่มีความซื่อสัตย์และเชื่อถือจะเป็นที่นิยมและสนใจของผู้บริโภค ในช่วงฤดูกาลทุเรียน กลุ่มชาวสวนทุเรียนอาจจะร่วมกันจัดตลาดนัดทุเรียน หรือจัดนิทรรศการ เพื่อเผยแพร่ให้ผู้บริโภคสนใจและรับทราบข่าวสารพร้อมทั้งกระตุ้นให้ ผู้บริโภคต้องการซื้อทุเรียนมาบริโภคเพิ่มมากขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คำนิยม

ปัญหาพิเศษฉบับนี้ สำเร็จเรียบร้อยได้ด้วยความกรุณาในการให้คำแนะนำและช่วยเหลือ จาก ผศ.อมรศรี ตันพิพัฒน์ ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ ที่ได้กรุณาสละเวลาอันมีค่ายิ่งในการช่วยเหลือให้คำแนะนำและตรวจแก้ไขเป็นอย่างดี และขอขอบคุณ อาจารย์ทรงยศ ตันพิพัฒน์ พร้อมทั้งเพื่อน ๆ และน้อง ๆ ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร ที่ให้ความช่วยเหลือในการออกสำรวจแบบสอบถาม เพื่อนำข้อมูลต่าง ๆ มาทำการศึกษา พร้อมทั้ง ผศ.ศิณี สัมพันธ์ และ อาจารย์อภิสิทธิ์ แก้วฉา กรรมการปัญหาพิเศษ ที่ได้กรุณาให้คำวิจารณ์เป็นประโยชน์ และมีความค้ำอย่างยิ่งต่อการปรับปรุงแก้ไขปัญหาพิเศษให้ถูกต้อง ผู้เขียนจึงขอขอบพระคุณทุกท่านทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ทำให้การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

นารินทร์ ประมงค์

มีนาคม 2531

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

	หน้า
สารบัญตาราง	(2)
สารบัญภาพ	(5)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญของการศึกษา	1
ปัญหาการศึกษา	2
/ วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
/ ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
นิยามศัพท์	3
การตรวจเอกสาร	4
สมมติฐานของการศึกษา	6
/ วิธีการศึกษา	6
บทที่ 2 ตลาดทุเรียนภายในประเทศไทย	14
ตลาดทุเรียนภายในประเทศ	14
โครงสร้างการตลาด	14
ลักษณะการซื้อขายทุเรียน	16
วิธีการตลาด	17
ราคาทุเรียน	17
บทที่ 3 ลักษณะและพฤติกรรมของผู้บริโภคทุเรียนในครัวเรือน	20
สภาพทั่ว ๆ ไปของครัวเรือนตัวอย่าง	21
สภาพเศรษฐกิจของครัวเรือน	26
แนวความคิดเกี่ยวกับตลาดทุเรียน	38
ทัศนคติและพฤติกรรมในการบริโภคทุเรียน	47
บทที่ 4 สรุปลักษณะและข้อเสนอแนะ	82
สรุป	82
ข้อเสนอแนะ	83
เอกสารอ้างอิง	85
ภาคผนวก	86

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	จำนวนครัวเรือนตัวอย่างจำแนกตามเขตหรืออำเภอต่าง ๆ ในเขตกรุงเทพมหานคร	9
2	จำนวนครัวเรือนตัวอย่างจำแนกตามเขตและตำบลต่าง ๆ ในเขตเมืองกรุงเทพมหานคร	10
3	จำนวนครัวเรือนตัวอย่างจำแนกตามเขตและตำบลต่าง ๆ ในเขตต่อเมืองกรุงเทพมหานคร	11
4	จำนวนครัวเรือนตัวอย่างจำแนกตามเขตและตำบลต่าง ๆ ในเขตชานเมืองกรุงเทพมหานคร	12
5	เพศของผู้บริโภครายในเขตกรุงเทพมหานคร	23
6	สถานภาพสมรสของผู้บริโภครายในเขตกรุงเทพมหานคร	24
7	อายุของผู้บริโภครายในเขตกรุงเทพมหานคร	25
8	ระดับการศึกษาของผู้บริโภครายในเขตกรุงเทพมหานคร	27
9	ขนาดของครัวเรือนของผู้บริโภครายในเขตกรุงเทพมหานคร	28
10	อาชีพของผู้บริโภครายในเขตกรุงเทพมหานคร	29
11	ประเภทที่อยู่อาศัยของครัวเรือนผู้บริโภคราย ในเขตกรุงเทพมหานคร	31
12	สถานภาพการครอบครองที่อยู่อาศัยของครัวเรือนผู้บริโภคราย ในเขตกรุงเทพมหานคร	32
13	การครอบครองทรัพย์สินของครัวเรือนผู้บริโภคราย ในเขตกรุงเทพมหานคร	33
14	รายได้ต่อเดือนของครัวเรือนผู้บริโภคราย	36

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	หน้า	
15	รายจ่ายต่อเดือนของครัวเรือนผู้บริโภครูเรียน	37
16	รายจ่ายจำแนกตามประเภทรายจ่ายในครัวเรือนของผู้บริโภค รูเรียนในเขตกรุงเทพมหานคร	39
17	สื่อโฆษณาผลไม้ที่ผู้บริโภคได้รับทราบบ่อย	41
18	ผู้บริโภคคิดว่าโฆษณามีส่วนช่วยในการตัดสินใจเลือกซื้อผลไม้ง่ายขึ้น	42
19	ความคิดเห็นในการปรับปรุงตลาดผลไม้ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร	44
20	ผู้บริโภคเคยซื้อผลไม้ที่มีการบรรจุหีบห่อสำเร็จรูป	45
21	สถานที่ที่จำหน่ายผลไม้ที่มีการบรรจุหีบห่อสำเร็จรูป	46
22	ทัศนคติเกี่ยวกับผลไม้ที่มีการบรรจุหีบห่อสำเร็จรูป	48
23	สาเหตุที่เป็นแรงจูงใจในการซื้อรูเรียน	49
24	ช่วงเวลาที่ครอบครัวผู้บริโภครูเรียนนิยมซื้อรูเรียนมาบริโภค	51
25	ในช่วงฤดูกาลของรูเรียนที่ผู้บริโภคนิยมซื้อมาบริโภค	52
26	ความนิยมในการซื้อรูเรียนในช่วงนอกฤดู	53
27	ข้อคำนึงในการซื้อรูเรียนของผู้บริโภค	55
28	ผู้เลือกรูเรียนให้เมื่อซื้อรูเรียน	56
29	เวลาที่เก็บรูเรียนไว้บริโภค	58
30	ความรู้สึกที่ผู้บริโภคซื้อรูเรียนเมื่อเทียบกับผลไม้อื่น	59
31	รสชาติของรูเรียน	60
32	การบรรจุหีบห่อรูเรียน	62
33	ตำหนิจากโรคและแมลงของรูเรียน	63
34	ความสะดวกในการขนส่ง	65
35	แหล่งที่ผู้บริโภคหารูเรียนบ่อยที่สุด	66
36	ลักษณะการซื้อรูเรียนที่ผู้บริโภครูเรียนนิยมซื้อบริโภค	67

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	หน้า	
37	สภาพของทุเรียนที่ซื้อมาบริโภค	69
38	ลักษณะของทุเรียนที่ผู้บริโภครู้จักทุเรียนนิยมบริโภค	70
39	ลักษณะของเนื้อทุเรียนที่ผู้บริโภครู้จักทุเรียนนิยมซื้อมาบริโภค	71
40	แหล่งผลิตทุเรียนที่ผู้บริโภครู้จัก	73
41	พันธุ์ทุเรียนที่ผู้บริโภครู้จัก	74
42	พันธุ์ทุเรียนที่ครอบครัวผู้บริโภครู้จักทุเรียนชอบซื้อมาบริโภคเป็นประจำ	76
43	แหล่งผลผลิตทุเรียนที่ผู้บริโภครู้จักทุเรียนนิยม	77
44	อาการแพ้ที่เกิดหลังจากบริโภคทุเรียนแล้ว	78
45	แนวความเชื่อในการบริโภคทุเรียน	80
46	ปัญหาที่ผู้บริโภครู้จักทุเรียนพบในการซื้อทุเรียน	81



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	แสดงเขตต่าง ๆ ทั้ง 24 เขตของกรุงเทพมหานคร	13
2	แสดงวิธีการตลาดทุเรียน	18



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญของการศึกษา

ประเทศไทย เป็นแหล่งผลิตอาหารแหล่งใหญ่แห่งหนึ่งของโลก ด้วยเหตุที่ประชากรส่วนใหญ่มีอาชีพทางการเกษตร และประเทศไทยมีสภาพภูมิประเทศและภูมิอากาศที่เอื้ออำนวยต่อการเพาะปลูก ดังนั้นปริมาณผลผลิตทางการเกษตรในแต่ละปีจึงมีปริมาณมาก จนสามารถผลิตเป็นสินค้าออกที่สำคัญของประเทศได้ ผลไม้ก็เป็นสินค้าเกษตรอีกชนิดหนึ่งที่ส่งออกและทำรายได้ให้กับประเทศมาเป็นเวลานาน แต่การส่งออกเพิ่งจะได้รับการส่งเสริมอย่างจริงจังจากรัฐบาลเมื่อปี 2521 จนกระทั่งปัจจุบันนี้การส่งออกเพิ่งจะได้รับการส่งเสริม ผลไม้ไทยนับว่าประสบความสำเร็จมากพอสมควร ผลไม้ส่งออกที่สำคัญได้แก่ ลำไย เงาะ ทุเรียน มะม่วง องุ่น กลิ้ว และมังคุด เป็นต้น ตลาดผลไม้ต่างประเทศที่สำคัญ ได้แก่ มาเลเซีย สิงคโปร์ ฮองกง และในแถบยุโรป ได้แก่ ฝรั่งเศส อังกฤษ แคนาดา และเยอรมัน เป็นต้น

ในบรรดาผลไม้ที่ทำการส่งออก ทุเรียนนับว่าเป็นผลไม้ที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจอีกชนิดหนึ่งที่ตลาดต่างประเทศกำลังให้ความนิยม และมีความต้องการเพิ่มมากขึ้น สำหรับการผลิตทุเรียนของประเทศไทยมีการผลิตกันหลายภาค ได้แก่ ภาคตะวันออก ปลูกกันมากในจังหวัดจันทบุรี ระยอง ปราจีนบุรี และตราด ภาคใต้ปลูกกันมากในจังหวัด ชุมพร สงขลา ตรัง ยะลา นราธิวาส และสุราษฎร์ธานี ภาคเหนือมีปลูกกันจังหวัดอุตรดิตถ์ และภาคกลางมีปลูกกันที่นนทบุรี และจากสถิติการเพาะปลูกทุเรียนในปี 2526 - 2527^{1/} ปรากฏว่าพื้นที่ในการเพาะปลูกรวม 256,718 ไร่ มีผลผลิตรวมทั้งหมด 167,749 ตัน สำหรับปริมาณการส่งออกทุเรียนของไทย มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นเรื่อย ๆ จากอดีตในปี 2522 ไทยส่งทุเรียนออกในปริมาณ 3,092 ตัน มีมูลค่า 31 ล้านบาท และมีปริมาณส่งออกเพิ่มสูงขึ้นในปี 2528 มีปริมาณ 9,784 ตัน มูลค่า 171.8 ล้านบาท ในปี 2529 มีปริมาณการส่งออก 6,964 ตัน มูลค่า 173.5 (ม.ค.-พ.ย.) คิดเป็นปริมาณเพิ่มขึ้น

^{1/}ธนาคารกสิกรไทย, "ผลไม้ไทย", เอกสารวิชาการผลไม้ไทย. 2527, หน้า 50.

ร้อยละ 55 และมูลค่าเพิ่มขึ้นร้อยละ 82 เมื่อเทียบจากปี 2522 ที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากทุเรียนไทยได้รับความนิยมในตลาดต่างประเทศเพิ่มสูงขึ้น จึงคาดว่าทุเรียนน่าจะเป็นผลไม้ที่มีเส้นทางในการส่งออกที่แจ่มใส อันจะนำมาซึ่งเงินตราต่างประเทศมากขึ้นในอนาคตโลกนี้

สำหรับตลาดทุเรียนภายในประเทศมีประมาณร้อยละ 85 ของปริมาณการผลิตทุเรียนที่มีผู้บริโภคภายในประเทศ โดยมีการบริโภคในรูปแบบผลไม้สด และแปรรูปเป็นทุเรียนกวน โดยทั่วไปทุเรียนจะออกสู่ตลาดในราวเดือนพฤษภาคมถึงเดือนมิถุนายนในภาคเหนือและภาคกลาง และราวเดือนสิงหาคมถึงตุลาคมในภาคใต้ ตลาดทุเรียนภายในประเทศส่วนใหญ่ จะมีศูนย์กลางอยู่ที่กรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นแหล่งรวมสินค้าผักผลไม้ทุกชนิดมีลักษณะเป็นตลาดรวมและตลาดกระจายในเวลาเดียวกัน ที่รู้จักกันทั่วไป ได้แก่ ปากคลองตลาด ตลาดสี่มุมเมือง ตลาดมหานาค และตลาดที่เกิดขึ้นเฉพาะฤดูกาลของทุเรียน ได้แก่ ตลาดจังหวัดระยอง จันทบุรี ชลบุรี และสุราษฎร์ธานี เป็นต้น ซึ่งทุเรียนก็เหมือนผลผลิตทางการเกษตรชนิดอื่น ๆ โดยทั่วไป คือ การนำทุเรียนไปสู่มือผู้บริโภคนั้น ล้วนแต่มีคนกลางเข้ามาเกี่ยวข้อง นับตั้งแต่การรับซื้อการรวบรวมในท้องถิ่น แล้วนำไปส่งต่อพ่อค้าขายส่งในจังหวัดใหญ่ ๆ หรือศูนย์กลาง และยังมีพ่อค้ารายย่อยหรือพ่อค้าขายปลีกมารับทุเรียนจากศูนย์กลาง เพื่อนำไปจำหน่ายแก่ผู้บริโภคในลำดับสุดท้าย

การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคทุเรียนในเขตกรุงเทพมหานครในที่นี้ จะเป็นการศึกษาความถี่ในการบริโภคทุเรียนของผู้บริโภคทุเรียน ศึกษาแรงจูงใจในการบริโภค อันได้แก่ พันธุ์รสชาติ ราคา รายได้ และขนาด เป็นต้น ซึ่งคาดว่าผลการศึกษาในที่นี้จะ เป็นแนวทางให้นักการตลาดรุ่นใหม่ นำมาประกอบกันเพื่อปรับปรุงตลาดทุเรียนภายในประเทศให้มีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น

ปัญหาการศึกษา

เนื่องจากตลาดของการบริโภคภายในประเทศเป็นตลาดใหญ่ สำหรับทุเรียนในปัจจุบัน ซึ่งการบริโภคส่วนใหญ่อยู่ในรูปของการบริโภคสด คิดเป็นร้อยละ 85 แต่ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาตลาดทุเรียนภายในประเทศยังไม่สุพัฒนามากนัก ทั้ง ๆ ที่รายได้ต่อคนของประเทศสูงพอสมควร เพียงพอที่จะซื้อทุเรียน ซึ่งมีการบรรจุหีบห่อ (Packing) ถ้าหากผู้ผลิตมีการบรรจุหีบห่อที่เหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภค และมีการปรับปรุงคุณภาพของทุเรียนแล้ว อาจทำให้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตลาดภายในประเทศพัฒนาขึ้น และสามารถขยายขนาดตลาดภายในประเทศได้กว้างขวางยิ่งขึ้น ดังนั้นการศึกษาให้เข้าใจวิธีที่ผู้บริโภครู้จักซื้อทุเรียน ทศนคติ และพฤติกรรมของผู้ซื้อกลุ่มต่าง ๆ เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมของผู้ซื้อกลุ่มต่าง ๆ จะทำให้สามารถประเมินศักยภาพ และแนวทางในการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการค้าทุเรียน ให้ตรงตามรสนิยมของผู้บริโภค และนำข้อมูลจากการศึกษาไปพัฒนาระบบตลาดทุเรียนได้

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ที่สำคัญ ดังต่อไปนี้คือ

1. ศึกษาวิธีการซื้อทุเรียนของผู้บริโภค ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการบริโภคทุเรียน ทศนคติและพฤติกรรมผู้บริโภคของบุคคลกลุ่มต่างๆ โดย เน้นกลุ่มผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร
2. ศึกษาแนวทางในการพัฒนาการค้าทุเรียน และแนวทางปรับปรุงผลิตภัณฑ์ทุเรียนให้ เป็นไปอย่างเหมาะสม

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

การวิจัยครั้งนี้จะทำให้ทราบวิธีการพัฒนาตลาดทุเรียนภายในประเทศ ทั้งในด้านการขยายตลาดและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคให้มากขึ้น ถ้าหากรัฐบาลจะมุ่งให้การส่งเสริมในการผลิตทุเรียนให้กว้างขวาง ก็ควรให้มีการพัฒนาตลาดภายในประเทศควบคู่กันไปด้วย เพราะตลาดภายในประเทศยังเป็นแหล่งรองรับผลผลิตที่สำคัญ ซึ่งจะ เป็นประโยชน์ทั้งต่อผู้ผลิต ผู้บริโภค และเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ

นิยามศัพท์

ผู้บริโภค คือ แม่บ้าน หรือผู้มีอำนาจในการซื้อทุเรียนมาบริโภคภายในครัวเรือน กรุงเทพมหานคร คือ พื้นที่การปกครองของกรุงเทพมหานคร แบ่งเป็น

1. เขตชั้นใน มี 11 เขต ได้แก่ เขตพระนคร ป้อมปราบศัตรูพ่าย ห้วยขวาง บางรัก ปทุมวัน สัมพันธวงศ์ พญาไท ดุสิต ธนบุรี บางกอกใหญ่ และคลองสาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. เขตชั้นกลาง มี 7 เขต ได้แก่ เขตราชบุรีบูรณะ ภาษีเจริญ บางกอกน้อย บางกะปิ บางเขน พระโขนง และยานนาวา

3. เขตชั้นนอก มี 6 เขต ได้แก่ เขตมีนบุรี หนองจอก ลาดกระบัง บางขุนเทียน ดลิ่งชัน และหนองแขม

การตรวจเอกสาร

1. สมฤทัย ณรงค์ฤทธิ (2529) ได้ศึกษาระบบตลาดผลไม้สดในกรุงเทพมหานคร ศึกษานอกฤดูผลไม้ซุก 2529 ผลปรากฏว่าจากการผลิตผลไม้ในประเทศไทย ซึ่งผลผลิตก็ได้รับในแต่ละปี ร้อยละ 85 ใช้ในการบริโภคภายในประเทศ ส่วนใหญ่จะอยู่ในรูปของการบริโภคสด คิดเป็นร้อยละ 50 ด้านการผลิตทั่วประเทศมีพื้นที่เพาะปลูกมากกว่า 3 ล้านไร่ ทำการเพาะปลูก มะม่วง ทุเรียน สับปะรด เงาะ ส้ม เป็นต้น และการตลาดผลไม้สดภายในประเทศยังไม่ค่อย พัฒนานัก เพราะโดยทั่วไปมักจะมองกันว่าผู้บริโภคชาวไทยชอบซื้อของถูก แต่จริง ๆ ไม่ใช่ ถ้า ผู้ผลิตมีการบรรจุหีบห่อให้เหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภค และใช้เทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับ ผลไม้สด อาจทำให้ตลาดภายในประเทศมีการขยายตัวมากยิ่งขึ้น และถ้าพิจารณาสภาพความ ต้องการผลไม้ของประชาชนในประเทศไทยแล้ว กล่าวได้ว่ากรุงเทพฯ เป็นตลาดใหญ่ที่สำคัญของ ผลไม้สด ไม่ว่าจะเป็นตลาดขายส่ง ตลาดขายปลีก และอื่น ๆ ซึ่งขยายตัวไปพร้อม ๆ กับการ เจริญเติบโตและการเพิ่มของประชากร

2. วิศว์สวัสดิ์ วงศ์ประเสริฐสุข (2530) การศึกษาการส่งออกทุเรียนของประเทศ- ไทยกล่าวว่า การซื้อขายทุเรียนที่นิยมปฏิบัติกัน พอจำแนกได้ดังนี้

2.1 เกษตกรนำไปขายเองที่ตลาดขายส่งท้องถิ่น ซึ่งการดำเนินการของตลาด ยังไม่เป็นระบบเท่าที่ควร มีลักษณะเป็นตลาดนัดมากกว่าคือไม่มีการประมูลราคา เป็นเพียงสถานที่ ซื้อขายตกลงกันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย

2.2 ขายให้พ่อค้าท้องถิ่นที่สวน พ่อค้าจะดำเนินการตัดทุเรียนเอง เพื่อจะนำ ไปจำหน่ายที่ตลาดขายส่งท้องถิ่น หรือตลาดกลางผลไม้ มีลักษณะการจำหน่ายในรูปการค้าปลีกและ การค้าส่ง

2.3 ขยายให้พ่อค้าเร่ที่สวน เพื่อนำไปเร่ขายให้แก่ผู้บริโภคตามตลาด หรือแหล่งชุมชนในจังหวัดใกล้เคียงโดยตรง มีการจำหน่ายเป็นกิโลกรัม ส่วนราคาขึ้นอยู่กับพันธุ์และช่วงการผลิต

2.4 ขยายให้พ่อค้าส่งออกที่สวน เพื่อส่งออกไปยังต่างประเทศ การจำหน่ายระดับสวนหรือแหล่งผลิต พ่อค้าคนกลางจะเข้าไปรับซื้อทุเรียนมาจำหน่ายยังศูนย์กลางตลาดผลไม้ในเขตกรุงเทพฯ หรือจำหน่ายไปยังพ่อค้าขายส่งในจังหวัดอื่นๆ และพ่อค้าขายปลีกในเขตกรุงเทพมหานครและต่างจังหวัดอื่น ๆ เป็นการกระจายผลผลิตทุเรียนสู่มือผู้บริโภคอีกทอดหนึ่ง

3. นกਾਰณั พรมหษณะ (2529) กล่าวว่ำ พฤติกรรมการขายทุเรียน แบ่งได้ดังนี้

3.1 วิธีการขายทุเรียนของชาวสวนแบ่งได้เป็น 3 วิธีคือ

3.1.1 การเหมาสวน ซึ่งจะช่วลดการเสี่ยงให้กับเจ้าของสวนและลดภาระด้านการตลาดลงไปอย่างมาก แต่ต้องเป็นเจ้าของสามารถที่จะคาดคะเนผลผลิตและราคาได้ใกล้เคียงกับความเป็นจริงมากที่สุด จึงจะไม่เสียเปรียบพ่อค้า

3.1.2 การเหมาผล โดยให้ราคาเดี๋ยวลดอดฤดูกาล วิธีนี้ผู้เหมาจะได้เปรียบชาวสวนอย่างมาก

3.1.3 การขายตามราคาห้องตลาด ซึ่งชาวสวนสามารถที่จะขายให้ใครก็ได้ในราคาวันนั้น อันเป็นที่พอใจระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย

3.2 วิธีหาตลาดเพื่อจำหน่ายทุเรียนของชาวสวนขนาดกลางและขนาดใหญ่ คือการรวมกลุ่มเพื่อหาตลาดทั้งภายในและต่างประเทศ โดยได้รับการสนับสนุนจากกรมส่งเสริมการเกษตร กรมพาณิชย์สัมพันธ์ และสมาคมผู้ส่งออกผักและผลไม้

4. ฝ่ายวิชาการ ธนาคารกสิกรไทย (2527) ผลไม้ไทย กล่าวถึง ปัญหาการตลาด ซึ่งมี 2 ปัญหาคือ

4.1 ปัญหาในด้านราคาที่ชาวสวนได้รับ คือ พ่อค้าคนกลางจะเป็นผู้เข้าไปรับซื้อถึงในสวน ทำให้ชาวสวนมักจะถูกกดราคา เนื่องจากการซื้อขายส่วนใหญ่พ่อค้าเป็นผู้กำหนดราคา โดยตีราคาเหมาซื้อในเกณฑ์ต่ำเสมอ และพ่อค้าคนกลางจะนำไปขายในราคาแพง ทำให้ช่วงห่างระหว่างราคาของชาวสวนขายกับราคาผู้บริโภคซื้อแตกต่างกัน 2-3 เท่า ซึ่งส่วนเหลือมราคาในตลาดจะตกอยู่กับพ่อค้าคนกลาง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2 ปัญหาการตลาดที่ผู้บริโภครับอยู่เสมอ ๆ คือ ปัญหาจากการที่ชาวสวนตัดทุเรียนอ่อนมาจำหน่ายก่อนกำหนด เนื่องจากต้องการจำหน่ายทุเรียนในราคาที่สูง ผลเสียจึงตกอยู่กับผู้บริโภค เพราะนอกจากจะต้องเสียเงินซื้อในราคาแพงแล้ว ยังได้ทุเรียนที่ไม่แก่ ซึ่งไม่สามารถรับประทานได้อีกด้วย

สมมติฐานของการศึกษา

การศึกษารั้งนี้ ได้มีการรวบรวมข้อมูลจากเอกสารต่าง ๆ และการออกสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคทุเรียนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีสมมติฐานว่า

1. ผู้บริโภคโดยทั่วไป นิยมบริโภคทุเรียนในรูปทุเรียนสดมากกว่าทุเรียนแปรรูป
2. ผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตชานเมือง จะมีปัญหาในการขนส่งทุเรียนจากสถานที่ซื้อ มีสัดส่วนที่สูง เมื่อเทียบกับผู้บริโภคในเขตอื่น
3. ผู้บริโภคจะคำนึงถึงราคาทุเรียนเป็นหลักในการตัดสินใจซื้อทุเรียน เนื่องจากทุเรียนเป็นผลไม้ที่มีราคาแพง
4. ผู้บริโภคส่วนใหญ่นิยมซื้อทุเรียนในช่วงกลางฤดูที่ทุเรียนออกวางขาย เนื่องจากมีทุเรียนออกมาวางขายมากแล้ว และราคาค่อนข้างถูกลง
5. ปัญหาในการซื้อทุเรียนที่พบกันมาก คือ ทุเรียนมักเป็นทุเรียนอ่อน โดยผู้ขายต้องการขายทุเรียนให้ได้ราคาแพง จึงทำการตัดทุเรียนที่ยังอ่อนอยู่มาขาย

วิธีการศึกษา

ขั้นตอนและวิธีการเก็บข้อมูล อาศัยข้อมูล 2 ประเภทคือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการสำรวจ โดยการใช้แบบสอบถามจากการสุ่มตัวอย่างของผู้บริโภคทุเรียนในเขตกรุงเทพมหานคร

1.1 การสร้างแบบสอบถาม มีขั้นตอนในการสร้างแบบสอบถาม การทดสอบแบบสอบถาม (Pretest) ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างขึ้นเพื่อค้นหาข้อบกพร่อง รวมทั้งศึกษาลักษณะของกลุ่มประชากรจำนวน 5 ชุด โดยแบบสอบถามประกอบด้วยคำถาม 4 หมวดคือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- 1.1.1 ข้อมูลทั่วไป
- 1.1.2 ทศนคติและพฤติกรรมในการบริโภคทุเรียน
- 1.1.3 แนวความคิดเกี่ยวกับตลาดทุเรียน
- 1.1.4 ลักษณะรายได้

1.2 การสุ่มตัวอย่าง การสุ่มตัวอย่างผู้บริโภคทุเรียน เพื่อสัมภาษณ์ตามแบบสอบถามขั้นตอนแรก กำหนดประชากรที่จะทำการศึกษา (n) เป็นวิธีการประมาณขนาดตัวอย่างที่ควรใช้ในการสำรวจ การกำหนดขนาดตัวอย่างทั้งหมด ใช้สูตร

$$n = \frac{z^2 s^2}{d^2}$$

s = ความแปรปรวนของตัวอย่าง

n = ขนาดตัวอย่างทั้งหมดที่ควรใช้

z = ค่าที่ได้จากรายการแจกแจงแบบปกติที่ระดับนัยสำคัญ

d = ความแตกต่างระหว่างค่าประมาณกับค่าจริง

โดยทั่วไป $z = 1.96$ (ที่ระดับความเชื่อมั่นประมาณ 95%) และ s ใช้ความแปรปรวนของตัวอย่างจากการสำรวจครั้งก่อนมาคำนวณ ซึ่งเป็นข้อมูลที่น่ามาจากผลงานการวิจัยของเทียนฉาย กิระนันท์ และ คณะ โดยค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (s) เท่ากับ $7,606^{1/}$ ถ้าต้องการให้รายได้เฉลี่ยของประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ประมาณได้จากการสำรวจต่างจากรายได้จริงไม่เกิน 962 บาท ขนาดตัวอย่างประชากรทั้งหมดจะเท่ากับ 246 ครั้วเรือน

^{1/}เทียนฉาย กิระนันท์ และคณะ, สภาวะทางเศรษฐกิจ สังคม และประชากรของกรุงเทพมหานคร. (กรุงเทพฯ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2525)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การเลือกตัวอย่างขั้นที่ 1 กำหนดท้องที่ที่จะทำการศึกษา

การเลือกท้องที่ที่จะทำการศึกษา โดยแบ่งกรุงเทพมหานคร เป็น 3 ส่วน คือ กรุงเทพมหานครชั้นใน กรุงเทพมหานครชั้นกลาง กรุงเทพมหานครชั้นนอก ซึ่งรวมกันแล้วมีทั้งหมด 24 เขต ทำการสุ่มให้เหลือ 18 เขต จากกรุงเทพมหานคร ทั้ง 3 ส่วน โดยวิธีเป็นสัดส่วนกันและในท้องที่ 18 เขต ทำการสุ่มเป็น 30 ชุมรมอาคารโดยเป็นสัดส่วนกัน

การเลือกตัวอย่างขั้นที่ 2 การกำหนดตัวอย่างผู้บริโภคร

ทำการหาขนาดครัวเรือนในแต่ละชุมรมอาคาร ซึ่งใช้สูตร

$$P_i = nH_i / \sum H_i$$

P_i = จำนวนครัวเรือนตัวอย่างในชุมรมอาคาร

n = จำนวนครัวเรือนตัวอย่างที่ต้องการทั้งหมด ในที่นี้ $n = 246$

H_i = จำนวนครัวเรือนทั้งหมดในชุมรม

$\sum H_i$ = จำนวนครัวเรือนในชุมรมอาคารทั้งหมด

การเลือกครัวเรือนตัวอย่าง ใช้วิธีการเลือกสุ่มแบบง่าย (Simple Random Sampling) ทำการสุ่มตัวอย่างผู้บริโภคร 246 ครัวเรือน (ตารางที่ 1)

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ส่วนใหญ่เป็นข้อมูลที่มีอยู่แล้ว ทั้งจากหน่วยงานของเอกชนและรัฐบาลที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ กรมศุลกากร กระทรวงการคลัง กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ กระทรวงพาณิชย์ กรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 1 จำนวนครัวเรือนตัวอย่างจำแนกตามเขตหรืออำเภอต่าง ๆ ในเขตกรุงเทพมหานคร

เขตอำเภอ	จำนวนครัวเรือนตัวอย่าง	ร้อยละ
1. เขตเมือง (เขตชั้นใน)	(98)	(39.55)
-ป้อมปราบศัตรูพ่าย	8	3.25
-ห้วยขวาง	12	4.88
-ปทุมวัน	10	4.07
-พญาไท	22	8.64
-ดุสิต	18	7.32
-บางกอกใหญ่	7	2.85
-ธนบุรี	17	6.91
-คลองสาน	4	1.63
2. เขตต่อเมือง (เขตชั้นกลาง)	(110)	(44.71)
-ราชบุรีบูรณะ	7	2.85
-บางกอกน้อย	14	5.69
-บางกะปิ	21	8.54
-บางเขน	24	9.75
-พระโขนง	44	17.88
3. เขตชานเมือง (เขตชั้นนอก)	(38)	(15.45)
-หนองจอก	5	2.03
-ลาดกระบัง	8	3.25
-บางขุนเทียน	12	4.88
-ตลิ่งชัน	6	2.44
-หนองแขม	7	2.85
		๑
รวม	246	(100.00)

ที่มา : สำนักงานสถิติแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรี
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2 จำนวนครัวเรือนตัวอย่างจำแนกตามเขตและตำบลต่าง ๆ ในเขตเมืองกรุงเทพมหานคร

เขต	ตำบล	จำนวนครัวเรือนตัวอย่าง	ร้อยละ
1. ป้อมปราบ	วัดโสมนัส	8	8.16
2. ห้วยขวาง	ดินแดง	9	9.18
	สามเสนนอก	3	3.06
3. ปทุมวัน	รองเมือง	10	10.20
4. พญาไท	สามเสนใน	13	13.27
	ทุ่งพญาไท	9	9.18
5. ดุสิต	ถนนนครชัยศรี	7	7.14
	บางซื่อ	11	11.22
6. บางกอกใหญ่	วัดอรุณ	7	7.14
7. ธนบุรี	บางยี่เรือ	9	9.18
	บุคคโล	8	8.16
8. คลองสาน	คลองตันไทร	4	4.08
รวม		98	(100.00)

ที่มา : สำนักงานสถิติแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3 จำนวนครัวเรือนตัวอย่างจำแนกตามเขตและตำบลต่าง ๆ ในเขตต่อเมืองกรุงเทพมหานคร

เขต	ตำบล	จำนวนครัวเรือนตัวอย่าง	ร้อยละ
1. ราษฎร์บูรณะ	บางปะกอก	7	6.36
2. บางกอกน้อย	บางขุนศรี	6	5.45
	บางยี่ขัน	8	7.27
3. บางกะปิ	คลองจั่น	11	10.00
	วังทองหลาง	10	9.09
4. บางเขน	ท่าแร้ง	5	4.55
	ลาดยาว	6	5.45
	สายไหม	13	11.82
5. พระโขนง	บางจาก	14	12.73
	คลองเตย	11	10.00
	ประเวศ	13	11.82
	สวนหลวง	6	5.45
รวม		110	(100.00)

ที่มา : สำนักงานสถิติแห่งชาติ สำนักงานนายกรัฐมนตรี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

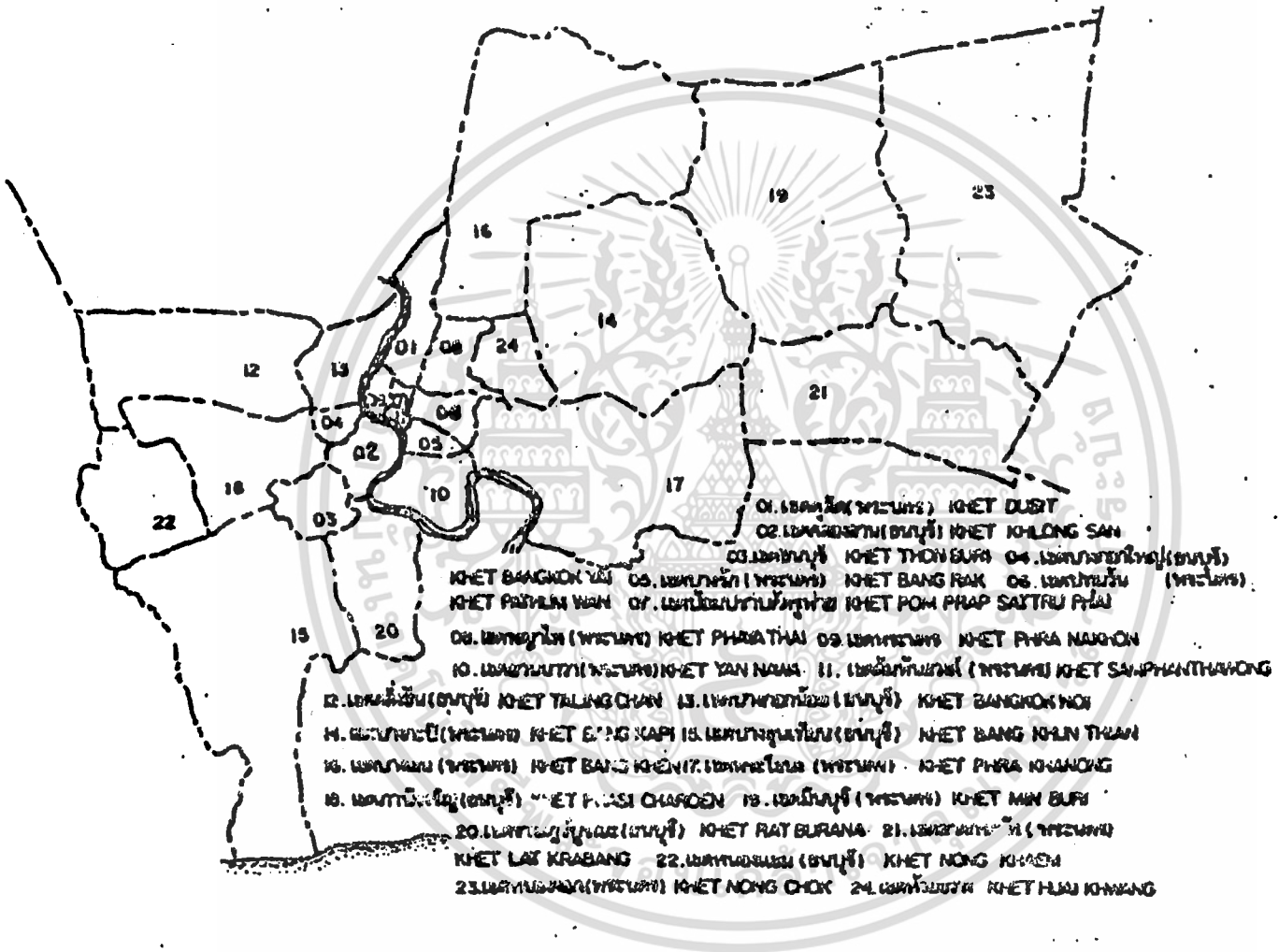
ตารางที่ 4 จำนวนครัวเรือนตัวอย่างจำแนกตามเขตและตำบลต่างๆ ในเขตชานเมืองกรุงเทพมหานคร

เขต	ตำบล	จำนวนครัวเรือนตัวอย่าง	ร้อยละ
1. หนองจอก	คลองสิบสอง	5	13.16
2. บางขุนเทียน	บางค้อ	6	15.79
	บางบอน	6	15.79
3. ดลิ่งชัน	บางเชือกหนัง	6	15.79
4. ลาดกระบัง	คลองสามประเวศ	8	21.05
5. หนองแขม	หนองแขม	7	18.42
รวม		38	(100.00)

ที่มา : สำนักงานสถิติแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 1 แสดงเขตต่าง ๆ ทั้ง 24 เขตของกรุงเทพมหานคร



ที่มา : กองการทะเบียน กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

ตลาดทุเรียนภายในประเทศไทย ^{1/}

ตลาดทุเรียนภายในประเทศ

ส่วนใหญ่จะมีศูนย์กลางอยู่ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นแหล่งรวมสินค้าผักและผลไม้ทุกชนิด มีลักษณะเป็นตลาดรวม (Concentration) และยังเป็นตลาดกระจาย (Disperation) ในเวลาเดียวกันและเป็นที่รู้จักกันทั่วไปในนามของปากคลองตลาด และตลาดมหานาค ตลาดองค์การตลาด ตลาดยอดพิมาน ตลาดส่งเสริมเกษตรกรไทย ตลาดมหานาค และตลาดผดุงเกษม สำหรับต่างจังหวัดพบว่า มี 6 แห่งใหญ่ ๆ ที่มีลักษณะคล้ายตลาดในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ที่จังหวัด - เชียงใหม่ นครราชสีมา ชลบุรี นครศรีธรรมราช นครปฐม และปทุมธานี นอกจากนี้ก็มีตลาดที่เกิดขึ้นเฉพาะฤดูกาลของทุเรียนที่สำคัญ ได้แก่ จังหวัดระยอง จันทบุรี ชลบุรี สุราษฎร์ธานี เป็นต้น ส่วนการดำเนินงานเกี่ยวกับตลาดส่วนใหญ่เอกชนเป็นผู้ดำเนินการ

โครงสร้างการตลาด

โครงสร้างการตลาดทุเรียนในประเทศไทยก็เช่นเดียวกัน ผลิตผลทางการเกษตรอื่น ๆ โดยทั่วไป ซึ่งการจะนำผลิตผลไปสู่มือผู้บริโภคนั้น ล้วนแต่มีคนกลางเข้ามาเกี่ยวข้องทั้งสิ้น นับตั้งแต่การรับซื้อ การรวบรวมภายในท้องถิ่น แล้วนำไปส่งต่อแก่พ่อค้าขายส่งในจังหวัดใหญ่ ๆ หรือตามศูนย์กลางพืชผลเกษตรอื่น ๆ จากนั้นก็จะมีพ่อค้ารายย่อยหรือพ่อค้าปลีกมารับพืชผลเหล่านั้นจากศูนย์กลาง แหล่งรวมผลิตผลเกษตรเพื่อที่จะนำไปจำหน่ายแก่ผู้บริโภคในลำดับสุดท้าย ในช่วงการจำหน่ายภายในประเทศนี้เอง ซึ่งจะช่วยให้เกษตรกรชาวสวนตกอยู่ในฐานะเสียเปรียบแก่พ่อค้าคนกลาง ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการเพิ่มมูลค่าผลิตผลเกษตรให้สูงขึ้น จากการรวมค่าใช้จ่าย

^{1/} รัตวิสต์ วงศ์ประเสริฐสุข, การศึกษาการส่งออกทุเรียนของประเทศไทย. -

(ปัญหาพิเศษ ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า เจ้าคุณทหารลาดกระบัง, 2530), หน้า 27.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ต่าง ๆ ไว้ร่วมกับผลิตภัณฑ์เกษตรนั้น ๆ นอกจากนี้แล้วพ่อค้าคนกลางมีส่วนในการช่วยอำนวยความสะดวกในรูปแบบต่าง ๆ ในเรื่องของเวลา สถานที่ รูปร่าง แก่ผู้บริโภค กล่าวโดยรวม ๆ แล้ว โครงสร้างการตลาดทุเรียนภายในประเทศสามารถแบ่งออกได้ดังนี้

1. ตลาดพ่อค้าผู้รวบรวมในท้องถิ่น จะทำหน้าที่รวบรวมผลผลิตทุเรียนชั้นแรก ซึ่งตลาดแห่งนี้จะอยู่ใกล้กับผู้ผลิต เช่น ภายในอำเภอ ตำบล เป็นต้น พ่อค้าในตลาดแห่งนี้จะคอยรวบรวมทุเรียนจากสวน ให้มีมากเพียงพอก่อนจะรวบรวมส่งต่อไปยังพ่อค้ารวบรวมในจังหวัด เพื่อส่งเข้าสู่ศูนย์กลางผลไม้ในกรุงเทพมหานครอีกต่อหนึ่ง ลักษณะของพ่อค้ารวบรวมในท้องถิ่น อาจจะอยู่ในรูปแบบของกลุ่มเกษตรกร สมาคมชาวสวนทุเรียน พ่อค้าขายส่งท้องถิ่น

2. ตลาดพ่อค้าผู้รวบรวม ทำหน้าที่ซื้อขายทุเรียนจากท้องถิ่นของตนเป็นหลัก ซึ่งรับซื้อจากเกษตรกรชาวสวนทุเรียนโดยตรง หรืออาจจะรวบรวมจากกลุ่มเกษตรกร สมาคมฯ ดังได้กล่าวมาแล้ว ตลาดพ่อค้าผู้รวบรวมนี้โดยปกติจะเป็นศูนย์รวมการคมนาคมขนส่งสำคัญๆ ของจังหวัด ซึ่งโดยมากจะตั้งอยู่ในเขตเมือง การทำธุรกิจในตลาดแห่งนี้จะมีปริมาณที่มากกว่ากลุ่มแรก และทำการซื้อขายทุเรียนเพื่อที่จะรวบรวมส่งศูนย์กลางตลาดผลไม้ในกรุงเทพฯต่อไป

3. ตลาดปลายทาง เป็นตลาดแหล่งสุดท้ายที่เก็บรักษา รวบรวม จัดการและสนองความต้องการในตลาดผู้บริโภค ลักษณะตลาดนี้สามารถแบ่งได้ ดังนี้

- ตลาดกรุงเทพฯ เป็นตลาดปลายทางที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย ซึ่งเป็นแหล่งศูนย์กลางผลผลิตทางการเกษตรทุกชนิด เช่น ตลาดปากคลองตลาด ตลาดมหานาค ตลาดองค์การ ตลาด และตลาดสี่มุมเมือง เป็นต้น ในตลาดปลายทางนี้จะประกอบด้วยพ่อค้าหลายประเภท เช่น พ่อค้าส่ง (wholesalers) พ่อค้าส่งออก (Exportors) และนายหน้าซื้อขาย (Brokers)

- ตลาดที่มีผลผลิตเพื่อการบริโภค ซึ่งได้แก่ ตลาดขายปลีกที่ทำหน้าที่ขายผลผลิตให้กับผู้บริโภค ทั้งในเขตกรุงเทพฯและตามต่างจังหวัดอื่น ๆ

- ตลาดต่างประเทศ เป็นตลาดปลายทางที่ปัจจุบันนี้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องในขบวนการส่งออกต่างให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก ในการกระจายผลผลิตทางการเกษตรให้กว้างขวางมากยิ่งขึ้น ซึ่งเนื่องมาจากประเทศไทยมีสภาพภูมิประเทศที่เหมาะสม ในการทำการเกษตรผลผลิตขึ้นมาเพื่อใช้บริโภคภายในประเทศ ส่วนที่เหลือก็จะสามารถส่งออกไปจำหน่ายต่างประเทศนั้น มาจากผู้ส่งออกต่าง ๆ ที่ทำหน้าที่รวบรวมสินค้าเพื่อการส่งออกโดยตรง

ลักษณะการซื้อขายทุเรียน

การซื้อขายและการจำหน่ายทุเรียนในภาคตะวันออก จะเริ่มในเดือนพฤษภาคมถึงเดือน - กรกฎาคมของทุกปี โดยมีระบบการซื้อขายแบบเหมาสวน และไม่มีปัญหาในเรื่องผลผลิตที่ออกสู่ตลาดจะมีพ่อค้า รวมทั้งเกษตรกรที่เปลี่ยนฐานะ เป็นพ่อค้าท้องถิ่นเข้ามาดำเนินการค้าเป็นจำนวนมาก

ช่วงผลผลิตทุเรียนออกสู่ตลาด จังหวัดที่มีการทำสวนทุเรียนจะมีการจัดตลาดกลางผลไม้เกิดขึ้นมากมาย พาหนะที่ใช้ในการขนส่งทุเรียนจากสวนสู่ตลาดขายส่งท้องถิ่นส่วนใหญ่จะเป็นรถบรรทุกขนาดเล็ก สำหรับการซื้อขายทุเรียนที่นิยมปฏิบัติกัน พอจะจำแนกได้ดังนี้

1. เกษตรกรนำไปขายเองที่ตลาดส่งท้องถิ่น เช่น จังหวัดระยอง มีการจัดตั้งตลาดกลางผลไม้ (ตลาดขายส่งท้องถิ่น) ที่ศูนย์การค้าระยอง ส่วนจังหวัดจันทบุรีจะมีตลาดกลางผลไม้ที่ตลาดศาลาปากแซง ตลาดบ้านแก้ว (ตลาดสี่แยกเขาไระยา) อำเภอมือ และตลาดเนินสูง อำเภอบ้านใหม่ แต่การดำเนินการของตลาดยังไม่เป็นระบบเท่าที่ควร ซึ่งมีลักษณะเป็นตลาดนัดมากกว่า กล่าวคือไม่มีการประมูลราคา แต่เป็นเพียงสถานที่ซื้อขายตกลงราคากันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย และมีการเก็บค่าบริการรถที่นำมาจอดในบริเวณตลาด เพื่อซื้อขายทุเรียนเท่านั้น การเก็บค่าบริการขึ้นอยู่กับขนาดของรถ เช่น รถขนาด 10 ล้อเก็บคันละ 15 บาท ขนาด 6 ล้อเก็บคันละ 10 บาท และขนาด 4 ล้อเก็บคันละ 5 บาท
2. ขายเป็นกลุ่มเกษตรกร หรือพ่อค้าท้องถิ่นที่สวน โดยปกติแล้วพ่อค้าจะดำเนินการตัดทุเรียนเอง เพื่อนำไปจำหน่ายที่ตลาดขายส่งท้องถิ่น หรือตลาดกลางผลไม้ ซึ่งมีลักษณะการจำหน่ายในรูปของการค้าปลีกและค้าส่ง มีการคัดแยกพันธุ์ นำมาส่งจำหน่าย
3. ขายเป็นพ่อค้าเร่ที่สวน เพื่อนำไปเร่ขายให้แก่ผู้บริโภคตามตลาด หรือแหล่งชุมชนในจังหวัดใกล้เคียงโดยตรง มีการจำหน่ายเป็นกิโลกรัม ส่วนราคานั้นขึ้นอยู่กับพันธุ์และช่วงภาวะการผลิตเป็นสำคัญ ส่วนการบรรจุผลผลิตทุเรียนชาวสวนมักนิยมบรรจุในเชิง แล้วขนถ่ายด้วยรถบรรทุกเล็ก
4. ขายเป็นผู้ส่งออกที่สวน เพื่อส่งออกไปยังต่างประเทศ จากช่วงการจำหน่ายระดับสวน หรือแหล่งผลิต พ่อค้าคนกลางที่เข้าไปรับซื้อทุเรียนมานั้น จะนำมาจำหน่ายส่งยังศูนย์กลาง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตลาดผลไม้ในเขตกรุงเทพมหานครที่สำคัญ 2 ตลาด คือ ตลาดมหานาค และตลาดปากคลองตลาด หรือจำหน่ายต่อไปยังพ่อค้าขายส่งในจังหวัดอื่น ๆ จากนั้นจะมีพ่อค้าขายปลีกทั้งในเขตกรุงเทพฯ - มหานครและในต่างจังหวัดอื่น ๆ เข้ามาจับบาทบาทสำคัญในการกระจายผลผลิตทุเรียนสู่ผู้บริโภค อีกทอดหนึ่ง (ตั้งรายละเอียดที่ปรากฏในแผนภาพที่ 2) อนึ่ง ราคาจำหน่ายส่งปลีกในระดับตลาด ช่วงนี้ส่วนใหญ่จะขึ้นจำหน่าย เป็นกิโลกรัม และตามพันธุ์ที่ซื้อขาย

วิธีการตลาด

การซื้อขายทุเรียนจากเกษตรกรไปยังผู้บริโภคทั้งภายในและต่างประเทศได้ผ่านพ่อค้าคนกลาง ตามลำดับดังนี้

1. พ่อค้าขายส่งท้องถิ่นหรือกลุ่มเกษตรกร จะรับซื้อจากเกษตรกรที่สวน เพื่อนำไปจำหน่ายให้กับพ่อค้าขายส่งท้องถิ่น (ตลาดกลางผลไม้)
2. พ่อค้าขายส่งท้องถิ่น จะรับซื้อจากพ่อค้าท้องถิ่น และเกษตรกรเพื่อนำไปจำหน่ายให้แก่พ่อค้าเร่ พ่อค้าขายส่งกรุงเทพฯ พ่อค้าขายส่งต่างจังหวัด
3. พ่อค้าขายส่งกรุงเทพฯ จะรับซื้อจากพ่อค้าขายส่งท้องถิ่น นำไปจำหน่ายที่ตลาดขายส่งกรุงเทพฯ เพื่อจำหน่ายให้แก่พ่อค้าขายปลีกกรุงเทพฯ และพ่อค้าขายส่งต่างจังหวัดต่อไป ตลาดขายส่งกรุงเทพฯ ที่สำคัญ เช่น ตลาดมหานาค ตลาดองค์การตลาด เป็นต้น
4. พ่อค้าขายส่งต่างจังหวัด จะรับซื้อจากพ่อค้าขายส่งท้องถิ่นและพ่อค้าขายส่ง - กรุงเทพฯ เพื่อนำไปจำหน่ายให้แก่พ่อค้าขายปลีกต่างจังหวัด
5. พ่อค้าเร่ จะรับซื้อจากพ่อค้าขายส่งท้องถิ่น เพื่อนำไปจำหน่ายให้แก่ผู้บริโภคตามชุมชน หรือตลาดในจังหวัดใกล้เคียงต่อไป

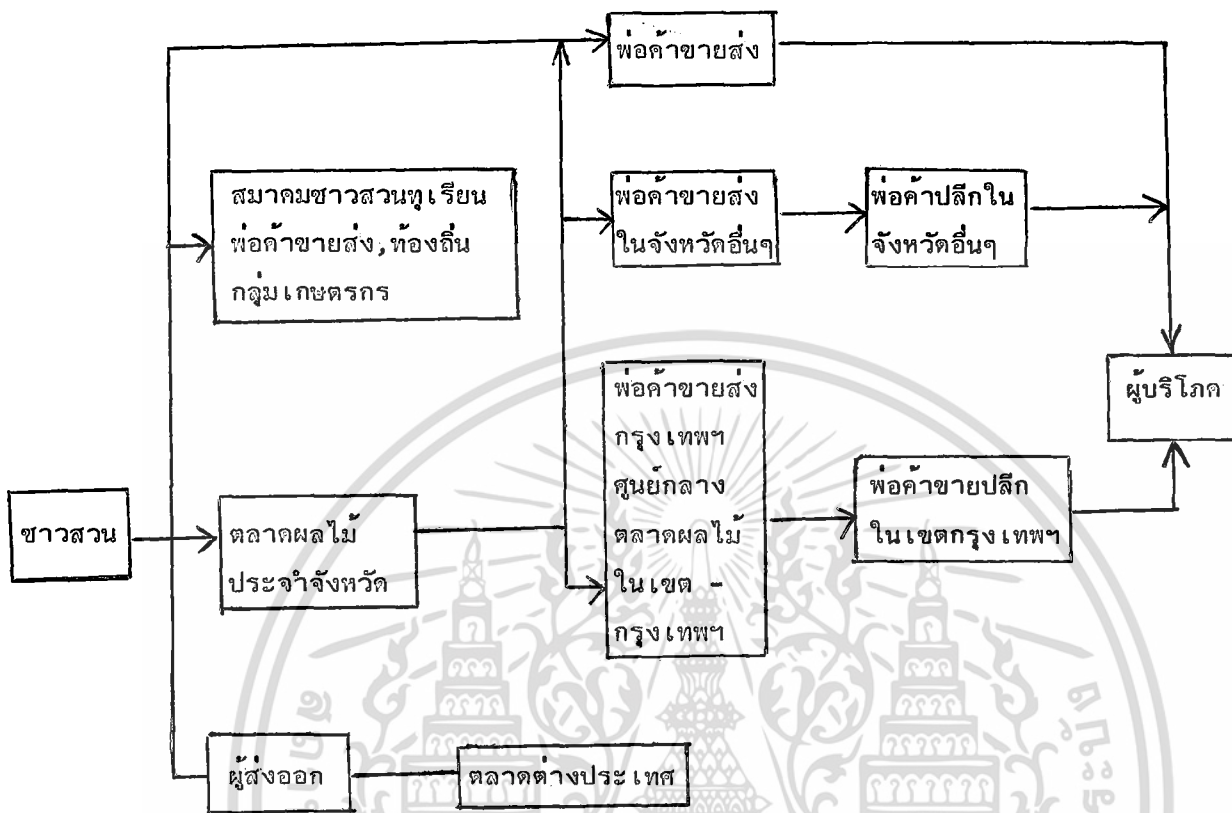
ราคาทุเรียน

ราคาทุเรียนโดยทั่วไป มีการเปลี่ยนแปลงตามฤดูกาลเหมือนสินค้าเกษตรอื่นๆ ในช่วงต้นฤดูผลิตที่น้อย ราคาสูง ตอนกลางฤดูผลิติดอกสู่ตลาดมากราคาราคาจะลดลง และในปลายฤดูราคาจะเพิ่มขึ้นอีกครั้งหนึ่ง แต่ไม่สูงเหมือนต้นฤดู

07421

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แผนภาพที่ 2 แสดงวิธีการตลาดทุเรียน



ที่มา : กรมการค้าภายใน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในการซื้อขายทุเรียนนั้น ใช้ 2 ระบบคือ ราคาเป็นกิโลกรัม และราคาเป็นลูก ทั้ง 2 ระบบ จะให้ผลในการซื้อขายไม่แตกต่างกันมากนัก การขายเป็นกิโลกรัมนิยมในระดับรับซื้อจากเกษตรกร และผู้มาส่งโดยทั่วไป การขายปลีกนั้นยังนิยมขายโดยดูขนาดกันอยู่ เพราะผู้ขายจะผสมกับน้ำหนักทุเรียนสดเมื่อทุเรียนสุกและยิ่งเก็บไว้นาน ๆ น้ำหนักจะลดลงเรื่อย ๆ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



บทที่ 3

ลักษณะและพฤติกรรมของผู้บริโภคทุเรียนในครัวเรือน

การนำเสนอผลการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการบริโภคทุเรียนของครัวเรือน ในเขตกรุงเทพมหานครนั้น จำเป็นที่จะต้องทราบข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสภาพพื้นฐานทางเศรษฐกิจและสังคมทั่ว ๆ ไปของครัวเรือนชาวกรุงเทพมหานคร โดยจะประกอบด้วย เพศและสถานภาพสมรส อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้และรายจ่าย รวมถึงทรัพย์สินของครัวเรือนด้วย

การวิเคราะห์สภาพพื้นที่ของครัวเรือนทั่วกรุงเทพมหานครรวม ๆ กันนั้น ไม่อาจช่วยให้เข้าใจและเห็นสภาพได้ถูกต้องชัดเจนนัก เนื่องจากการพัฒนาและขยายตัวของกรุงเทพมหานครนั้น ทั้งในแง่ของจำนวนประชากร และการขยายตัวของกรุงเทพมหานครนั้นเป็นไปอย่างไม่สม่ำเสมอ และไม่เท่าเทียมกันในทุกเขตการปกครอง กล่าวคือ เขตการปกครองชั้นในหรือเขตเมืองนั้น มีลักษณะความเป็นเมืองมากกว่าเขตการปกครองชั้นรอบนอกออกไป ส่วนการปกครองที่อยู่ชั้นรอบนอก ๆ ยังคงสภาพที่มีความเป็นเมืองค่อนข้างน้อย ดังนั้นในการศึกษานี้ จึงได้อาศัยวิธีการรวมกลุ่มเขตการปกครอง โดยพิจารณาเปรียบเทียบเป็นรายกลุ่ม เพื่อศึกษาถึงความแตกต่างในระหว่างกลุ่มดังกล่าว จากการศึกษาได้พบว่าการรวมกลุ่มตามเขตการปกครองทั้ง 24 เขต สามารถแบ่งเขตการปกครองออกได้ 3 กลุ่มอย่างกว้าง ๆ เพื่อความเหมาะสม และสนองวัตถุประสงค์ของการศึกษาให้บรรลุตรงตามเป้าหมาย (อำนาจ, 2527 : 38)

สำหรับการศึกษาในครั้งนี้ ได้แยกพิจารณาครัวเรือนตัวอย่างออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มเขตชั้นในหรือเขตเมือง ประกอบด้วยครัวเรือนที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ของเขตพระนคร คลองสาน ดุสิต ธนบุรี บางกอกใหญ่ บางรัก ปทุมวัน ป้อมปราบศัตรูพ่าย พญาไท และห้วยขวาง จากการศึกษารายนี้เนื่องจากมีค่าใช้จ่ายและเวลาที่จำกัด จึงได้ทำการสุ่มเพียง 8 เขตจากทั้งสิ้น 11 เขต หรือประมาณ 3 ใน 4 ได้แก่ เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย ห้วยขวาง ปทุมวัน พญาไท ดุสิต บางกอกใหญ่ และคลองสาน กลุ่มเขตชั้นกลางหรือเขตต่อเมือง ประกอบด้วย 7 เขต ได้แก่ เขตบางกอกน้อย บางกะปิ บางเขน พระโขนง ภาษีเจริญ ยานนาวา และราษฎร์บูรณะ สุ่มเขตที่เป็นตัวอย่างได้ 5 เขต ได้แก่ เขตราษฎร์บูรณะ บางกอกน้อย บางกะปิ บางเขน และพระโขนง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

13572

กลุ่มเขตชั้นนอกหรือเขตชานเมือง ประกอบด้วย 6 เขต ได้แก่ เขตตลิ่งชัน บางขุนเทียน มีนบุรี ลาดกระบัง หนองแขม และหนองจอก กลุ่มเขตที่เป็นตัวอย่างได้ 5 เขต ได้แก่ เขตหนองจอก ลาดกระบัง บางขุนเทียน ตลิ่งชัน และหนองแขม

สำหรับข้อมูลที่สำคัญของเขตทั้ง 3 เขต ได้แก่ เขตเมือง เขตต่อเมือง และเขตชานเมือง พอสรุปเป็นประเด็นต่าง ๆ ได้ดังนี้

1. จำนวนครัวเรือนจากข้อมูลทะเบียนราษฎรของกรุงเทพมหานครในปี พ.ศ.2530 มีครัวเรือนในเขตเมือง 2467 ครัวเรือน ในเขตต่อเมือง 3520 ครัวเรือน และในเขตชานเมือง 992 ครัวเรือน

2. เขตเมืองมีพื้นที่ 105,968 ตารางกิโลเมตร เขตต่อเมืองมีพื้นที่ 616,186 ตารางกิโลเมตร และเขตชานเมืองมีพื้นที่ 834,588 ตารางกิโลเมตร

จากประเด็นหลัก ๆ ข้างต้น ทำให้พอสรุปกว้าง ๆ ได้ว่า เขตเมือง เขตต่อเมือง และเขตชานเมือง มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญในหลาย ๆ ด้าน กล่าวคือ เขตเมืองมีปัญหาด้านความหนาแน่นของประชากรมากที่สุด ในเขตต่อเมืองได้ขยายตัวและรับประชากรเพิ่มขึ้นค่อนข้างมากในระยะที่ผ่านมา และคงจะชะลอลงในอนาคตอันใกล้นี้ ในเขตชานเมืองประสบปัญหาการขยายตัวของเมืองในอัตราสูงและรวดเร็ว (เทียนฉาย, 2527)

สภาพทั่วๆ ไปของครัวเรือนตัวอย่าง

ในส่วนนี้จากกล่าวถึงลักษณะทางสังคม เพศ และสถานภาพการสมรส อายุ ระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ให้สัมภาษณ์ ขนาดของครัวเรือน และศาสนา จากตัวอย่างสำรวจจำนวน 246 ตัวอย่าง โดยแบ่งเป็นเขตเมือง 98 ตัวอย่าง เขตต่อเมือง 110 ตัวอย่าง และเขตชานเมือง 38 ตัวอย่าง ซึ่งสรุปผลได้ดังนี้

เพศ และสถานภาพสมรส

จากตัวอย่างสำรวจจำนวนทั้งหมด 246 ราย ร้อยละ 80.08 เป็นเพศหญิง และร้อยละ 19.92 เป็นเพศชาย อัตราส่วนเพศของตัวอย่าง เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบเป็นรายเขต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พบว่า ในเขตเมืองร้อยละ 89.80 เป็นเพศหญิง และร้อยละ 10.20 เป็นเพศชาย ในเขตต่อเมืองร้อยละ 78.18 เป็นเพศหญิง และร้อยละ 12.82 เป็นเพศชาย และในเขตชานเมืองร้อยละ 60.53 เป็นเพศหญิง และร้อยละ 39.47 เป็นเพศชาย (ตารางที่ 5)

โดยทั่วไปทั้งกรุงเทพมหานครร้อยละ 57.32 ของผู้ให้สัมภาษณ์แต่งงานและอยู่ด้วยจะกับคู่สมรส รองลงมาร้อยละ 33.33 เป็นโสด ในเขตเมืองมีสถานภาพสมรสซึ่งแต่งงานและอยู่ด้วยกันกับคู่สมรสเป็นร้อยละ 55.10 รองลงมาร้อยละ 30.61 และร้อยละ 7.14 เป็นโสดและเป็นหม้ายตามลำดับ ในเขตต่อเมืองร้อยละ 51.82 แต่งงานและอยู่ด้วยกันกับคู่สมรส รองลงมาร้อยละ 15.19 เป็นโสด และร้อยละ 2.63 เป็นหม้าย ดังนั้นจึงเห็นได้ว่าสถานภาพสมรสของผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 3 เขต แต่งงานและอยู่ด้วยกันกับคู่สมรส (ตารางที่ 6)

อายุ

อายุของผู้ให้สัมภาษณ์มีสัดส่วนที่ใกล้เคียงกันในแต่ละช่วงอายุ กล่าวคือ ช่วงอายุ 20-30 ปี ที่เป็นสัดส่วนที่สูงที่สุด ร้อยละ 32.11 รองลงมาช่วงอายุ 31-40 ปี ร้อยละ 29.67 เมื่อพิจารณาตามเขตจะพบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์ในเขตเมือง ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 20-30 ปี ร้อยละ 32.65 รองลงมาอายุ 30-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 24.49 ในเขตต่อเมืองอายุอยู่ในช่วง 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 24.49 ในเขตต่อเมืองอายุอยู่ในช่วง 31-40 ปี ซึ่งมีสัดส่วนใกล้เคียงกันกับช่วงอายุ 20-30 ปี คือร้อยละ 33.64 และ 32.73 ตามลำดับ ส่วนในเขตชานเมืองจะต่างกับเขตอื่น คือ ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 31-40 ปี คือร้อยละ 31.58 รองลงมาคือร้อยละ 28.95 มีอายุ 20-30 ปี (ตารางที่ 7)

ระดับการศึกษา

ระดับการศึกษาของผู้ให้สัมภาษณ์ในเขตกรุงเทพมหานครไม่สูงนัก โดยมีผู้ให้สัมภาษณ์ถึงประมาณร้อยละ 3 ที่ไม่เคยได้รับการศึกษาในโรงเรียน ถ้าพิจารณารวมทั้งหมดพบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่คือ ประมาณร้อยละ 45 มีการศึกษาเพียงระดับประถมศึกษา ส่วนที่เหลือร้อยละ 28.05 จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาหรืออาชีวศึกษาตอนต้น ร้อยละ 16.26 จบการศึกษาสูงถึงระดับปริญญาตรี และมีเพียงร้อยละ 1.63 ที่สำเร็จการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 5 เพศของผู้บริโภคทุเรียนในเขตกรุงเทพมหานคร

เพศ	เขตเมือง	เขตต่อเมือง	เขตชานเมือง	กรุงเทพมหานคร
	10	24	15	49
ชาย	(10.20)	(21.82)	(39.49)	(19.92)
	88	86	23	197
หญิง	(89.80)	(78.18)	(60.53)	(80.08)
	98	110	38	246
รวม	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)

ที่มา : จากการสำรวจครัวเรือนในกรุงเทพมหานคร พ.ศ.2530-2531

หมายเหตุ : ในวงเล็บหมายถึงเปอร์เซ็นต์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 6 สถานภาพสมรสของผู้บริโภครู้เรียนในเขตกรุงเทพมหานคร

สถานภาพสมรส	เขตเมือง	เขตต่อเมือง	เขตชานเมือง	กรุงเทพมหานคร
	30	46	6	82
โสด	(30.61)	(41.82)	(15.79)	(33.33)
	54	57	30	141
แต่งงานอยู่ด้วยกัน	(55.10)	(51.82)	(78.95)	(57.32)
	2	0	1	3
แต่งงานแยกกันอยู่	(2.04)	(0.00)	(2.63)	(1.22)
	5	1	0	6
หย่าร้าง	(5.10)	(0.91)	(0.00)	(2.44)
	7	6	1	14
หม้าย	(7.14)	(5.45)	(2.63)	(5.69)
	98	110	38	246
รวม	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)

ที่มา : จากการสำรวจครัวเรือนในกรุงเทพมหานคร พ.ศ.2530-2531

หมายเหตุ : ในวงเล็บหมายถึงเปอร์เซ็นต์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 7 อายุของผู้บริโภคที่เรียนในเขตกรุงเทพมหานคร

อายุ	เขตเมือง	เขตต่อเมือง	เขตชานเมือง	กรุงเทพมหานคร
	5	9	2	16
ต่ำกว่า 20 ปี	(5.10)	(8.18)	(5.26)	(6.50)
	32	36	11	79
20 - 30 ปี	(32.65)	(32.73)	(28.95)	(32.11)
	24	37	12	73
31 - 40 ปี	(24.49)	(33.64)	(31.58)	(29.67)
	17	12	7	36
41 - 50 ปี	(17.35)	(10.91)	(18.42)	(14.63)
	15	9	4	28
51 - 60 ปี	(15.31)	(8.18)	(10.53)	(11.38)
	5	7	2	14
61 ปีขึ้นไป	(5.10)	(6.36)	(5.26)	(5.69)
	98	110	38	246
รวม	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)

ที่มา : จากการสำรวจครัวเรือนในกรุงเทพมหานคร พ.ศ.2530-2531

หมายเหตุ : ในวงเล็บหมายถึงเปอร์เซ็นต์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เมื่อเปรียบเทียบทั้ง 3 เขต พบว่าในเขตเมืองและเขตต่อเมืองมีสัดส่วนผู้ให้สัมภาษณ์
มีการศึกษาเพียงระดับประถมศึกษาใกล้เคียงกัน คือร้อยละ 43.88 และร้อยละ 43.64 ส่วนใน
เขตชานเมืองมีสัดส่วนของผู้ที่มีการศึกษาเพียงระดับประถมศึกษา คิดเป็นร้อยละถึง 55.26
(ตารางที่ 8)

ขนาดของครัวเรือน

ขนาดของครัวเรือนในเขตกรุงเทพมหานคร ร้อยละ 53 โดยประมาณเป็นครัวเรือน
ที่มีสมาชิกอยู่อาศัย 4-6 คน ครัวเรือนที่มีอยู่อาศัย 1-3 คน เป็นสัดส่วนที่รองลงมาร้อยละ
22.76 (ตารางที่ 9)

เมื่อแยกพิจารณาเปรียบเทียบเป็นรายเขต พบว่าขนาดของครัวเรือนที่มีสมาชิกอยู่
อาศัย 4-6 คน มีสัดส่วนที่สูงที่สุดทั้งในเขตเมือง เขตต่อเมือง และในเขตชานเมือง คือร้อยละ
60.20, 53.64 และ 36.84 ตามลำดับ และในเขตชานเมืองมีสัดส่วนของครัวเรือนขนาดใหญ่
มากกว่าเขตเมือง และเขตต่อเมือง กล่าวคือ ในเขตชานเมืองมีสัดส่วนของขนาดครัวเรือน
มากกว่า 10 คน ถึงร้อยละ 13.6 ในขณะที่เขตเมือง และเขตต่อเมือง มีสัดส่วนของขนาด
ครัวเรือนมากกว่า 10 คน เพียงร้อยละ 1.02 และ 2.73 ตามลำดับ

สภาพเศรษฐกิจของครัวเรือน

ในส่วนนี้จะกล่าวถึงสภาพทางเศรษฐกิจของครัวเรือนในเขตกรุงเทพมหานคร อาชีพ
ประเภทที่อยู่อาศัย สถานภาพการครอบครองที่อยู่อาศัย รายได้และรายจ่าย รวมทั้งทรัพย์สินต่างๆ
ของครัวเรือน ซึ่งสรุปผลได้ดังนี้

อาชีพ

อาชีพของผู้บริโภคนในเขตกรุงเทพมหานคร ร้อยละ 27.24 มีอาชีพค้าขาย รองลงมา
ร้อยละ 25.20 มีอาชีพรับจ้าง เป็นแม่บ้านร้อยละ 22.76 และมีอาชีพรับราชการร้อยละ 5.67
ส่วนพนักงานรัฐวิสาหกิจมีสัดส่วนที่ต่ำที่สุดคือร้อยละ 1.63 เท่านั้น (ตารางที่ 10)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 8 ระดับการศึกษาของผู้บริโภคที่เรียนในเขตกรุงเทพมหานคร

ระดับการศึกษา	เขตเมือง	เขตต่อเมือง	เขตชานเมือง	กรุงเทพมหานคร
	5	1	2	8
ไม่เคยได้รับการศึกษา	(5.10)	(0.91)	(5.26)	(3.25)
	43	48	21	112
ประถมศึกษา	(43.88)	(43.64)	(55.26)	(45.53)
	31	27	11	69
มัธยมศึกษา, อาชีวศึกษาตอนต้น	(31.63)	(24.55)	(28.95)	(28.05)
	3	9	1	13
อาชีวศึกษาตอนปลาย, อนุปริญญา	(3.06)	(8.18)	(2.63)	(5.28)
	16	21	3	40
ปริญญาตรี	(16.33)	(19.09)	(7.89)	(16.26)
	0	4	0	4
สูงกว่าปริญญาตรี	(0.00)	(3.64)	(0.00)	(1.63)
	98	110	38	246
รวม	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)

ที่มา : จากการสำรวจครัวเรือนในกรุงเทพมหานคร พ.ศ.2530-2531

หมายเหตุ : ในวงเล็บหมายถึงเปอร์เซ็นต์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 9 ขนาดของครัวเรือนของผู้บริโภคทุเรียนในเขตกรุงเทพมหานคร

ขนาดของครัวเรือน	เขตเมือง	เขตต่อเมือง	เขตชานเมือง	กรุงเทพมหานคร
	18	29	9	56
1 - 3 คน	(18.37)	(26.36)	(23.68)	(22.76)
	59	59	14	132
4 - 6 คน	(60.20)	(53.64)	(36.84)	(53.66)
	20	19	10	49
7 - 10 คน	(20.41)	(17.27)	(26.32)	(19.92)
	1	3	5	9
มากกว่า 10 คน	(1.02)	(2.73)	(13.16)	(3.66)
รวม	98	110	38	246
	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)

ที่มา : จากการสำรวจครัวเรือนในกรุงเทพมหานคร พ.ศ.2530-2531

หมายเหตุ : ไนวงเล็บหมายถึงเปอร์เซ็นต์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 10 อาชีพของผู้บริโภคทุเรียนในเขตกรุงเทพมหานคร

อาชีพ	เขตเมือง	เขตต่อเมือง	เขตชานเมือง	กรุงเทพมหานคร
	3	10	1	14
รับราชการ	(3.06)	(9.09)	(2.63)	(5.69)
	1	3	0	4
รัฐวิสาหกิจ	(1.02)	(2.73)	(0.00)	(1.63)
	2	3	1	6
บริษัทห้างร้าน	(2.04)	(2.73)	(2.63)	(2.44)
	32	24	11	67
ค้าขาย •	(32.65)	(21.82)	(28.24)	(27.24)
	21	32	9	62
รับจ้าง	(21.43)	(29.09)	(23.68)	(25.20)
	0	1	4	5
ทำการเกษตร	(0.00)	(0.91)	(10.53)	(2.03)
	5	7	1	13
ธุรกิจส่วนตัว	(5.10)	(6.73)	(2.63)	(5.28)
	25	20	11	56
แม่บ้าน	(25.51)	(18.18)	(28.95)	(22.76)
	9	10	0	19
นักศึกษา	(9.18)	(9.09)	(0.00)	(7.72)
	98	110	38	246
รวม	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)

ที่มา : จากการสำรวจครัวเรือนในกรุงเทพมหานคร พ.ศ.2530-2531

หมายเหตุ : ในวงเล็บหมายถึงเปอร์เซ็นต์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เมื่อแยกพิจารณาเป็นรายเขต พบว่าผู้บริโภคนในเขตเมืองมีอาชีพค้าขาย ในสัดส่วนที่สูงที่สุด คือร้อยละ 32.65 ในเขตต่อเมือง มีอาชีพรับจ้างในสัดส่วนที่สูงที่สุดคือ ร้อยละ 29.09 และในเขตชานเมืองผู้บริโภคมมีอาชีพค้าขายและเป็นแม่บ้านในสัดส่วนที่เท่ากันคือ ร้อยละ 28.95 มีข้อสังเกตประการหนึ่งคือ ผู้บริโภคที่มีอาชีพทำการเกษตร พบว่าเขตชานเมืองมีสัดส่วนของอาชีพดังกล่าวสูงที่สุด เมื่อเปรียบเทียบกับเขตอื่นคือ ร้อยละ 10.53

ประเภทที่อยู่อาศัย

ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครร้อยละ 50 มีที่อยู่อาศัยเป็นบ้านโคก รองลงมาร้อยละ 45.12 เป็นห้องแถวหรือตึกแถว และมีครัวเรือนของผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในแฟลตหรือคอนโดมิเนียมเพียงร้อยละ 0.41 เท่านั้น เมื่อพิจารณาเป็นรายเขต พบว่าผู้บริโภคในเขตเมือง มีที่อยู่อาศัยเป็นห้องแถวหรือตึกแถวสูงที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.14 ในเขตต่อเมืองและเขตชานเมือง มีที่อยู่อาศัยเป็นบ้านโคกสูงที่สุดคือ ร้อยละ 55.45 และ 68.42 ตามลำดับ (ตารางที่ 11)

สถานภาพการครอบครองที่อยู่อาศัย

พบว่าร้อยละ 50.81 เป็นเจ้าของบ้านและที่ดิน รองลงมาเป็นการเช่าบ้านอยู่คือ ร้อยละ 22.76 และร้อยละ 17.89 เป็นเจ้าของบ้านแต่เช่าที่ดิน เมื่อเปรียบเทียบทั้ง 3 เขตพบว่าเขตชานเมืองมีสัดส่วนการเป็นเจ้าของบ้านและที่ดินสูงที่สุด คือร้อยละ 57.89 รองลงมาได้แก่ เขตต่อเมือง, ร้อยละ 50.91 และ 47.96 ตามลำดับ (ตารางที่ 12)

การถือครองทรัพย์สินของครัวเรือน

ในส่วนของ การถือครองทรัพย์สินของครัวเรือน พบว่าทรัพย์สินที่ครัวเรือนในเขตกรุงเทพมหานครถือครองมากที่สุดคือ ตู้เย็น ร้อยละถึง 83.74 รองลงมาคือ โทรทัศน์ ร้อยละ 83.33 เครื่องเล่นวีดีโอ ร้อยละ 39.84 รถยนต์ส่วนบุคคลร้อยละ 32.93 จักรยานยนต์ ร้อยละ 30.49 อีกร้อยละ 21.95 มีเครื่องปรับอากาศ (ตารางที่ 13)

ถ้าพิจารณาตามรายเขต พบว่าในเขตเมืองทรัพย์สินที่ครัวเรือนในเขตนี้ ถือครองมากที่สุดคือ ตู้เย็น ร้อยละ 82.65 รองลงมาคือ โทรทัศน์ ร้อยละ 81.63 ในขณะที่ในเขตต่อเมืองมี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณิใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 11 ประเภทที่อยู่อาศัยของครัวเรือนผู้บริโภครายในเขตกรุงเทพมหานคร

ประเภทที่อยู่อาศัย	เขตเมือง	เขตต่อเมือง	เขตชานเมือง	กรุงเทพมหานคร
	36	61	26	123
บ้านโดด	(36.73)	(55.45)	(68.42)	(50.00)
	56	44	11	111
ห้องแถว/ตึกแถว	(57.14)	(40.00)	(28.95)	(45.12)
	1	2	1	4
ห้องชุด	(1.02)	(1.82)	(2.63)	(1.63)
	2	2	0	4
ที่อยู่อาศัยบนร้านค้า	(2.04)	(1.82)	(0.00)	(1.63)
	1	0	0	1
ห้องภายในบ้าน	(1.02)	(0.00)	(0.00)	(0.41)
	0	1	0	1
เพิงพักชั่วคราว	(0.00)	(0.91)	(0.00)	(0.41)
	0	1	0	1
อื่นๆได้แก่ วัด	(0.00)	(0.91)	(0.00)	(0.41)
	98	110	38	246
รวม	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)

ที่มา : จากการสำรวจครัวเรือนในกรุงเทพมหานคร พ.ศ.2530-2531

หมายเหตุ : ในวงเล็บหมายถึงเปอร์เซ็นต์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 12 สถานภาพการครอบครองที่อยู่อาศัยของครัวเรือนผู้บริโภครายในเขตกรุงเทพมหานคร

สถานภาพการครอบครอง	เขตเมือง	เขตต่อเมือง	เขตชานเมือง	กรุงเทพมหานคร
	47	56	22	125
เป็นเจ้าของบ้านและที่ดิน	(47.96)	(50.91)	(57.89)	(50.81)
	22	16	6	44
เป็นเจ้าของบ้านแต่เช่าที่ดิน	(22.45)	(14.55)	(15.79)	(17.89)
	3	8	2	13
เช่าซื้อ	(3.06)	(7.27)	(5.26)	(5.28)
	22	27	7	56
เช่า	(22.45)	(24.55)	(18.42)	(22.76)
	4	3	1	8
อยู่โดยไม่เสียค่าเช่า	(4.08)	(2.73)	(2.63)	(3.25)
	98	110	38	246
รวม	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)

ที่มา : จากการสำรวจครัวเรือนในกรุงเทพมหานคร พ.ศ.2530-2531

หมายเหตุ : ในวงเล็บหมายถึงเปอร์เซ็นต์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 13 การครอบครองทรัพย์สินของครัวเรือนผู้บริโภคที่เรียนในเขตกรุงเทพมหานคร

การครอบครองทรัพย์สิน	เขตเมือง	เขตต่อเมือง	เขตชานเมือง	กรุงเทพมหานคร
รถยนต์				
	68	70	27	165
1. ไม่มี	(69.39)	(63.64)	(71.05)	(67.07)
	30	40	11	81
2. มี	(30.61)	(36.36)	(28.95)	(32.93)
รวม	98 (100.00)	110 (100.00)	38 (100.00)	246 (100.00)
รถจักรยานยนต์				
	68	79	24	171
1. ไม่มี	(69.39)	(71.82)	(63.16)	(69.51)
	30	31	14	75
2. มี	(30.61)	(28.18)	(36.84)	(30.49)
รวม	98 (100.00)	110 (100.00)	38 (100.00)	246 (100.00)
เครื่องปรับอากาศ				
	72	85	35	192
1. ไม่มี	(73.47)	(77.27)	(92.11)	(78.05)
	26	25	3	54
2. มี	(26.53)	(22.73)	(7.89)	(21.95)
รวม	98 (100.00)	110 (100.00)	38 (100.00)	246 (100.00)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 13 (ต่อ) การครอบครองทรัพย์สินของครัวเรือนผู้บริโภครายในเขตกรุงเทพมหานคร

การครอบครองทรัพย์สิน	เขตเมือง	เขตต่อเมือง	เขตชานเมือง	กรุงเทพมหานคร
โทรทัศน์สี				
	18	15	8	41
1. ไม่มี	(18.37)	(13.64)	(21.05)	(16.67)
	80	90	30	205
2. มี	(81.63)	(86.36)	(78.95)	(83.33)
รวม	98	110	38	246
	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)
เครื่องเล่นวีดีโอ				
	60	62	26	148
1. ไม่มี	(61.22)	(56.36)	(68.42)	(60.16)
	38	48	12	98
2. มี	(38.78)	(43.64)	(31.58)	(39.84)
รวม	98	110	38	246
	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)
ตู้เย็น				
	17	14	8	39
1. ไม่มี	(17.35)	(12.73)	(21.05)	(15.85)
	81	95	30	206
2. มี	(82.65)	(86.36)	(78.95)	(83.74)
รวม	98	110	38	246
	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)

ที่มา : จากการสำรวจครัวเรือนในกรุงเทพมหานคร พ.ศ.2530-2531

หมายเหตุ : ในวงเล็บหมายถึงเปอร์เซ็นต์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตู้เย็นและทีวีสีในสัดส่วนที่เท่ากัน คือ ร้อยละ 86.36 และในเขตชานเมืองก็เช่นกันมีตู้เย็นและทีวีสีในสัดส่วนที่เท่ากัน คือ ร้อยละ 78.95 เมื่อพิจารณาทรัพย์สินที่ครัวเรือนครอบครองในสัดส่วนที่ต่ำที่สุด คือ เครื่องปรับอากาศ ซึ่งทั้ง 3 เขตมีสัดส่วนที่ต่ำสุดเช่นเดียวกัน คือ ร้อยละ 26.53, 22.73 และ 7.89 ในเขตเมือง เขตต่อเมือง และเขตชานเมือง ตามลำดับ

รายได้

เนื่องจากว่า ข้อมูลที่เกี่ยวกับรายได้ของครัวเรือนนั้น เป็นข้อมูลที่รวบรวมได้ยาก เพราะ เป็นเรื่องส่วนตัวของครัวเรือน และเป็นประเด็นที่ละเอียดอ่อน ซึ่งอาจจะทำให้ได้ข้อมูลนี้อาจเชื่อถือได้ไม่สมบูรณ์นัก แต่ผู้ทำการศึกษาได้พยายามใช้เทคนิคในการสัมภาษณ์ ที่ผู้ทำการศึกษา คาดว่าข้อมูลดังกล่าวใกล้เคียงข้อเท็จจริงมากที่สุดและน่าเชื่อถือได้มากที่สุดเช่นกัน(ตารางที่ 14) ผลปรากฏดังนี้คือ ร้อยละ 28.46 ของครัวเรือนมีรายได้มากกว่า 11,000 บาทต่อเดือน รองลงมาร้อยละ 26.02 มีรายได้อยู่ระหว่าง 3,000-5,000 บาทต่อเดือน และมีเพียงร้อยละ 3.66 เท่านั้นที่มีรายได้ต่ำกว่า 3,000 บาทต่อเดือน

เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบเป็นรายเขต พบว่าในเขตเมืองมีรายได้อยู่ระหว่าง 3,000-5,000 บาทต่อเดือนในสัดส่วนที่สูงที่สุด คือร้อยละ 29.59 รองลงมามีรายได้มากกว่า 11,000 บาท คือร้อยละ 26.53 ในเขตต่อเมือง ครัวเรือนมีรายได้ใหญ่มากกว่า 11,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 34.55 รองลงมามีรายได้ระหว่าง 3,000-5,000 บาทต่อเดือน และในเขตชานเมือง ครัวเรือนมีรายได้ส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 3,000-5,000 บาทต่อเดือน คือร้อยละ 31.58 รองลงมามีรายได้อยู่ระหว่าง 7,001-9,000 บาทต่อเดือน เป็นที่น่าสังเกตว่า เมื่อพิจารณาครัวเรือนที่มีรายได้ต่ำกว่า 3,000 บาทต่อเดือน พบว่าในเขตชานเมืองมีสัดส่วนดังกล่าว สูงที่สุด คือร้อยละ 15.79 ในขณะที่ในเขตต่อเมืองมีสัดส่วนเพียงร้อยละ 2.73 และในเขตเมือง ไม่มีสัดส่วนของรายได้ระดับนี้เลย

รายจ่าย

จากการสำรวจ พบว่าครัวเรือนในเขตกรุงเทพมหานครมีรายจ่ายส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 2,000-4,000 บาทต่อเดือน ถึงร้อยละ 39.02 (ตารางที่ 15) รองลงมาอยู่ระหว่าง 4,001-

ตารางที่ 14 รายได้ต่อเดือนของครัวเรือนผู้บริโภครายาน

รายได้	เขตเมือง	เขตต่อเมือง	เขตชานเมือง	กรุงเทพมหานคร
	0	3	6	9
ต่ำกว่า 3,000	(0.00)	(2.73)	(15.79)	(3.66)
	29	23	12	64
3,000 - 5,000	(29.59)	(20.91)	(31.58)	(26.02)
	23	13	6	42
5,001 - 7,000	(23.47)	(11.82)	(15.79)	(17.07)
	6	17	7	30
7,001 - 9,000	(6.12)	(15.45)	(18.42)	(12.19)
	14	16	1	31
9,001 - 11,000	(14.29)	(14.55)	(2.63)	(12.60)
	26	38	6	70
11,000 ขึ้นไป	(26.53)	(34.55)	(15.79)	(28.46)
	98	110	38	246
รวม	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)

ที่มา : จากการสำรวจครัวเรือนในกรุงเทพมหานคร พ.ศ.2530-2531

หมายเหตุ : ในวงเล็บหมายถึงเปอร์เซ็นต์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 15 รายจ่ายต่อเดือนของครัวเรือนผู้บริโภครายย่อย

รายจ่าย	เขตเมือง	เขตต่อเมือง	เขตชานเมือง	กรุงเทพมหานคร
	11	13	8	32
ต่ำกว่า 2,000	(11.22)	(11.82)	(21.05)	(13.01)
	41	38	17	96
2,000 - 4,000	(41.84)	(34.55)	(44.71)	(39.02)
	22	30	9	61
4,001 - 6,000	(22.45)	(27.27)	(23.68)	(24.80)
	11	15	1	27
6,001 - 8,000	(11.22)	(13.64)	(2.63)	(10.98)
	5	8	2	15
8,001 - 10,000	(5.10)	(7.27)	(5.26)	(6.10)
	8	6	1	15
10,000 ขึ้นไป	(8.16)	(5.45)	(2.63)	(6.10)
รวม	98	110	38	246
	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)

ที่มา : จากการสำรวจครัวเรือนในกรุงเทพมหานคร พ.ศ.2530-2531

หมายเหตุ : ในวงเล็บหมายถึงเปอร์เซ็นต์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6,000 บาทต่อเดือน และครัวเรือนที่มีรายจ่ายมากกว่า 8,001 ถึงร้อยละ 30 ในเขตเมืองมีรายจ่ายอยู่ระหว่าง 2,000-4,000 บาทต่อเดือนที่สูงที่สุด คือร้อยละ 41.84 รองลงมามีรายจ่ายอยู่ระหว่าง 4,001-6,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 22.45 ในเขตเมืองมีรายจ่ายอยู่ระหว่าง 2,000-4,000 บาทต่อเดือนสูงสุด คือร้อยละ 34.55 รองลงมาคือร้อยละ 27.27 มีรายจ่ายอยู่ระหว่าง 4,001-6,000 บาทต่อเดือน และในเขตชานเมืองมีรายจ่ายอยู่ระหว่าง 2,000-4,000 บาทต่อเดือนเช่นเดียวกัน คือมีสัดส่วนร้อยละ 44.74 รองลงมา รายจ่ายระหว่าง 4,001-6,000 บาทต่อเดือน เมื่อพิจารณารายจ่ายต่ำกว่า 2,000 บาทต่อเดือน จะเห็นว่า เป็นเขตชานเมืองมีสัดส่วนสูงที่สุด คือร้อยละ 21.05 ในขณะที่เขตเมืองและชานเมืองมีสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน คือร้อยละ 11.82 และ 11.22 ตามลำดับ และที่น่าสังเกต ครัวเรือนที่มีรายจ่ายมากกว่า 10,000 บาทต่อเดือน ในเขตเมืองมีสัดส่วนสูงที่สุด คือร้อยละ 8.16 ในเขตเมืองร้อยละ 5.45 และในเขตชานเมืองมีสัดส่วนรายจ่ายดังกล่าวต่ำที่สุดเพียงร้อยละ 2.63

เมื่อพิจารณาถึงประเภทของรายจ่าย พบว่าครัวเรือนมีรายจ่ายส่วนใหญ่เป็นค่าอาหาร คิดเป็นร้อยละ 57.45 (ตารางที่ 16) รองลงมาร้อยละ 18.36 เป็นค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า ทั้ง 3 เขตมีรายจ่ายเป็นค่าอาหาร ในสัดส่วนที่สูงที่สุดคือ ร้อยละ 54.62, 58.13 และ 63.73 ในเขตเมือง เขตเมือง และในเขตชานเมือง ตามลำดับ

แนวความคิดเกี่ยวกับตลาดทุเรียน

ในเรื่องของสื่อโฆษณาผลไม้ที่ผู้บริโภคได้รับทราบกันน้อย โดยให้ผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ พบว่าผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ร้อยละ 44.64 ได้รับสื่อโฆษณาทางโทรทัศน์ รองลงมาร้อยละ 14.64 ได้รับทราบจากนิตรศการ และร้อยละ 10.36 ได้รับทราบจากคนขาย เมื่อเปรียบเทียบเป็นรายเขต พบว่าส่วนใหญ่ทั้ง 3 เขต ได้รับทราบสื่อโฆษณาจากทางโทรทัศน์ คือผู้บริโภคในเขตเมือง ร้อยละ 49.57 ได้รับทราบจากทางโทรทัศน์ รองลงมา ร้อยละ 13.04 ได้รับทราบจากนิตรศการ และร้อยละ 8.07 ได้รับทราบจากคนขาย สำหรับผู้บริโภคในเขตเมือง ร้อยละ 42.15 ได้รับทราบจากโทรทัศน์ รองลงมาร้อยละ 18.18 ได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 16 รายจ่ายจำแนกตามประเภทรายจ่ายในครัวเรือนของผู้บริโภคทุเรียนในเขตกรุงเทพฯ

รายจ่าย	เขตเมือง	เขตต่อเมือง	เขตชานเมือง	กรุงเทพมหานคร
	2311	2595	2087	2403
ค่าอาหาร	(54.62)	(58.13)	(63.78)	(57.45)
	487	540	327	482
ค่าเครื่องแต่งกาย	(11.51)	(12.10)	(9.99)	(11.52)
	864	790	454	768
ค่าน้ำค่าไฟ	(20.42)	(17.70)	(13.88)	(18.36)
	442	400	316	404
ค่าสิ่งอุปโภค	(10.45)	(8.96)	(9.66)	(9.66)
	127	139	88	126
ค่าผลไม้	(3.00)	(3.11)	(2.69)	(3.01)
	98	110	38	246
รวม	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)

ที่มา : จากการสำรวจครัวเรือนในกรุงเทพมหานคร พ.ศ.2530-2531

หมายเหตุ : ในวงเล็บหมายถึงเปอร์เซ็นต์

รับทราบจากนิทรรศการ และร้อยละ 9.09 ได้รับทราบจากคนขาย ส่วนผู้บริโภคในเขตชานเมือง ร้อยละ 38.64 ได้รับทราบจากโทรทัศน์ รองลงมาร้อยละ 18.18 ได้รับทราบจากคนขาย และ ร้อยละ 9.09 ได้รับทราบจากนิทรรศการ ตามลำดับ (ตารางที่ 17)

ความคิดเห็นที่ผู้บริโภคเห็นว่าการโฆษณามีส่วนช่วยในการตัดสินใจเลือกซื้อผลไม้ได้ง่ายขึ้น พบว่าผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ร้อยละ 49.19 มีความคิดเห็นว่าการโฆษณามีส่วนช่วยได้มากในการตัดสินใจเลือกซื้อผลไม้ รองลงมาร้อยละ 17.48 มีความคิดเห็นว่าการโฆษณามีส่วนช่วยได้น้อยมากในการเลือกซื้อผลไม้ และร้อยละ 11.49 มีความคิดเห็นว่าการโฆษณามีส่วนช่วยได้น้อยในการเลือกซื้อผลไม้ เมื่อเปรียบเทียบเป็นรายเขตพบว่า ทั้ง 3 เขต ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าการโฆษณามีส่วนช่วยได้มากในการตัดสินใจเลือกซื้อผลไม้ได้ง่ายขึ้น คือ ผู้บริโภคในเขตเมือง ร้อยละ 52.04 มีความคิดเห็นว่าช่วยได้มาก รองลงมาร้อยละ 10.20 มีความคิดเห็นว่าช่วยได้น้อยมาก และร้อยละ 9.18 มีความคิดเห็นว่ามีส่วนช่วยได้น้อย สำหรับผู้บริโภคในเขตต่อเมือง ร้อยละ 50.00 มีความคิดเห็นว่ามีส่วนช่วยได้มาก รองลงมาร้อยละ 20.91 มีความคิดเห็นว่ามีส่วนช่วยได้น้อยมาก และร้อยละ 11.82 มีความคิดเห็นว่ามีส่วนช่วยได้น้อย ส่วนผู้บริโภคในเขตชานเมือง ร้อยละ 39.47 มีความคิดเห็นว่าโฆษณามีส่วนช่วยได้มาก รองลงมาร้อยละ 26.32 มีความคิดว่าการโฆษณามีส่วนช่วยได้น้อยมาก และร้อยละ 18.42 มีความคิดว่าการโฆษณามีส่วนช่วยได้น้อยในการตัดสินใจเลือกซื้อผลไม้ ตามลำดับ (ตารางที่ 18)

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการปรับปรุงตลาดผลไม้ โดยให้ผู้ตอบเลือกคำตอบได้มากกว่า 1 ข้อ พบว่าส่วนใหญ่ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ร้อยละ 34.15 ให้ความสำคัญเกี่ยวกับพันธุ์เป็นอันดับ 1 ในการปรับปรุงตลาดผลไม้ รองลงมาร้อยละ 25.61 ให้ความสำคัญเกี่ยวกับความสะดวก และร้อยละ 21.95 ให้ความสำคัญกับราคาเป็นอันดับแรก และสุดท้ายร้อยละ 9.35 ให้ความสำคัญเกี่ยวกับสถานที่เป็นอันดับแรก ในการปรับปรุงตลาด และผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร - มหานคร ร้อยละ 19.11 มีความคิดเห็นว่าการปรับปรุงราคาเป็นอันดับที่ 2 รองลงมา ร้อยละ 16.26 มีความคิดว่าการปรับปรุงตลาดควรปรับปรุงความสะดวกเป็นอันดับที่ 2 และ ร้อยละ 6.10 ควรปรับปรุงสถานที่เป็นอันดับที่ 2 ส่วนการปรับปรุงตลาดผลไม้อันดับที่ 3 ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ร้อยละ 13.01 ให้ความสำคัญเกี่ยวกับความสะดวก รองลงมาร้อยละ 11.79

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 17 สื่อโฆษณาผลไม้มั้ผู้บริโภคได้รับทราบบ่อย

สื่อโฆษณา	เขตเมือง	เขตต่อเมือง	เขตชานเมือง	กรุงเทพมหานคร
	57	51	17	125
โทรทัศน์	(49.57)	(42.15)	(38.64)	(44.64)
	5	6	5	16
หนังสือพิมพ์	(4.35)	(4.96)	(11.36)	(5.71)
	5	7	0	12
วิทยุ	(4.35)	(5.79)	(0.00)	(4.29)
	2	1	1	4
แม็กกาซีน	(1.74)	(0.83)	(2.27)	(1.43)
	3	4	0	7
ป้ายโฆษณา	(2.61)	(3.31)	(0.00)	(2.50)
	15	22	4	41
นิทรรศการ	(13.04)	(18.18)	(9.09)	(14.64)
	1	0	0	1
ซูเปอร์มาร์เก็ต	(0.87)	(0.00)	(0.00)	(0.36)
	10	11	8	29
คนขาย	(8.70)	(9.09)	(18.18)	(10.36)
	17	18	9	44
ไม่ตอบ	(14.79)	(14.88)	(20.46)	(15.72)
	115	121	44	280
รวม	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)

ที่มา : จากการสำรวจครัวเรือนในกรุงเทพมหานคร พ.ศ.2530-2531

หมายเหตุ : ในวงเล็บหมายถึงเปอร์เซ็นต์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 18 ผู้บริโภคคิดว่าโฆษณามีส่วนช่วยในการตัดสินใจเลือกซื้อผลไม้ง่ายขึ้น

ความคิดเห็น	เขตเมือง	เขตต่อเมือง	เขตชานเมือง	กรุงเทพมหานคร
	10	23	10	43
ช่วยได้น้อยมาก	(10.20)	(20.91)	(26.31)	(17.48)
	9	13	7	29
ช่วยได้น้อย	(9.18)	(11.82)	(18.42)	(11.79)
	51	55	15	121
ช่วยได้มาก	(52.04)	(50.00)	(39.47)	(49.19)
	2	4	0	6
ช่วยได้มากที่สุด	(2.04)	(3.64)	(0.00)	(2.44)
	25	14	4	43
ไม่แน่ใจ	(25.51)	(12.73)	(10.00)	(17.48)
	1	1	2	4
ไม่ตอบ	(1.02)	(0.91)	(5.26)	(1.63)
	98	110	38	246
รวม	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)

ที่มา : จากการสำรวจครัวเรือนในกรุงเทพมหานคร .ศ.2530-2531

หมายเหตุ : ในวงเล็บหมายถึงเปอร์เซ็นต์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ให้ความสำคัญกับสถานที่ ร้อยละ 9.76 ให้ความสำคัญกับราคา และร้อยละ 4.47 ให้ความสำคัญกับพันธุ์ในการปรับปรุงตลาดผลไม้เป็นอันดับที่ 3 สำหรับการปรับปรุงตลาดผลไม้เป็นอันดับที่ 4 ร้อยละ 19.18 มีความคิดเห็นว่าควรปรับปรุงด้านสถานที่ รองลงมาร้อยละ 7.72 มีความคิดเห็นว่าจะควรปรับปรุงด้านราคา ร้อยละ 6.50 มีความคิดเห็นว่าจะควรปรับปรุงด้านพันธุ์ และสุดท้ายร้อยละ 4.88 มีความคิดเห็นว่าจะควรปรับปรุงด้านความสะดวก ตามลำดับ (ตารางที่ 19)

สำหรับผู้บริโภคที่เคยซื้อผลไม้ที่มีการบรรจุหีบห่อสำเร็จรูป พบว่าผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ร้อยละ 65.45 ไม่เคยซื้อผลไม้ที่มีการบรรจุหีบห่อสำเร็จรูป และร้อยละ 34.55 เคยซื้อผลไม้ที่มีการบรรจุหีบห่อสำเร็จรูป เมื่อมีการบรรจุหีบห่อสำเร็จรูป เมื่อมีการเปรียบเทียบทั้ง 3 เขต พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ในทุกเขตที่ไม่เคยซื้อผลไม้ที่บรรจุหีบห่อสำเร็จรูป คือ ในเขตเมือง ร้อยละ 66.33 เขตต่อเมือง ร้อยละ 60.90 และในเขตชานเมือง ร้อยละ 76.32 ส่วนผู้บริโภคในทุกเขตที่เคยซื้อผลไม้ที่บรรจุหีบห่อสำเร็จรูป คือ ในเขตเมือง ร้อยละ 33.67 เขตต่อเมือง ร้อยละ 39.09 และเขตชานเมือง ร้อยละ 23.68 (ตารางที่ 20)

ส่วนสถานที่ที่มีการจำหน่ายผลไม้ที่มีการบรรจุหีบห่อสำเร็จรูปโดยให้ผู้ตอบเลือกคำตอบได้มากกว่า 1 ข้อ พบว่าผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ร้อยละ 67.15 พบผลไม้ที่มีการบรรจุหีบห่อสำเร็จรูปมีจำหน่ายที่ซูเปอร์มาร์เก็ต รองลงมา ร้อยละ 18.25 มีจำหน่ายตามตลาดสด เมื่อเปรียบเทียบเป็นรายเขต พบว่าผู้บริโภคในเขตเมือง 64.86 มีจำหน่ายตามซูเปอร์มาเก็ต รองลงมา ร้อยละ 22.52 มีจำหน่ายตามตลาดสด ส่วนผู้บริโภคในเขตต่อเมือง ร้อยละ 72.13 พบว่ามีจำหน่ายตามซูเปอร์มาร์เก็ต และร้อยละ 13.11 พบว่ามีจำหน่ายตามตลาดสด สำหรับผู้บริโภคในเขตชานเมือง ร้อยละ 58.54 พบว่ามีจำหน่ายตามซูเปอร์มาเก็ต และร้อยละ 21.95 พบว่ามีจำหน่ายตามตลาดสด ตามลำดับ (ตารางที่ 21)

สำหรับทัศนคติเกี่ยวกับผลไม้ที่มีการบรรจุหีบห่อสำเร็จรูปของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยให้ผู้ตอบเลือกคำตอบได้มากกว่า 1 ข้อ พบว่าร้อยละ 20.90 มีความคิดเห็นว่า ผลไม้ที่มีการบรรจุหีบห่อสำเร็จรูปมีราคาแพง รองลงมาร้อยละ 19.92 มีความคิดเห็นว่า ผลไม้ที่มีการบรรจุหีบห่อสำเร็จรูปมีความสะอาดดี และร้อยละ 19.61 มีความคิดเห็นว่ามีความสะดวกสบายดี

ตารางที่ 19 ความคิดเห็นในการปรับปรุงตลาดผลไม้ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

	อันดับ 1				อันดับ 2				อันดับ 3				อันดับ 4			
	เขต	เขต	เขต	เขต	เขต	เขต	เขต	เขต	เขต	เขต	เขต	เขต	เขต	เขต	เขต	
	เมือง	ต่อเมือง	ชานเมือง	กรุงเทพฯ	เมือง	ต่อเมือง	ชานเมือง	กรุงเทพฯ	เมือง	ต่อเมือง	ชานเมือง	กรุงเทพฯ	เมือง	ต่อเมือง	ชานเมือง	กรุงเทพฯ
พันธุ์	33	39	12	84	8	15	5	28	5	4	2	11	7	7	2	16
	(33.67)	(35.45)	(31.58)	(34.15)	(8.16)	(13.64)	(13.16)	(11.38)	(5.10)	(3.64)	(5.26)	(4.47)	(7.14)	(6.36)	(5.26)	(6.50)
ความ	22	35	6	63	20	15	5	40	15	12	5	32	5	4	3	12
	(22.45)	(31.82)	(15.79)	(25.61)	(20.41)	(13.64)	(13.16)	(16.26)	(15.31)	(10.91)	(13.16)	(13.01)	(5.10)	(3.64)	(7.89)	(4.88)
สะอาด	10	9	4	23	9	5	1	15	10	13	6	29	22	20	5	47
สถานที่	(10.20)	(8.18)	(10.53)	(9.35)	(9.18)	(4.55)	(2.63)	(6.10)	(10.20)	(11.81)	(15.79)	(11.79)	(22.45)	(18.18)	(13.16)	(19.11)
ราคา	22	19	13	54	16	21	10	47	10	12	2	24	7	9	3	19
	(22.45)	(17.27)	(34.21)	(21.95)	(16.33)	(19.09)	(26.31)	(19.11)	(10.20)	(10.91)	(5.26)	(9.76)	(7.14)	(8.18)	(7.89)	(7.72)
ไม่ตอบ	11	8	3	22	45	54	17	116	58	69	23	150	57	70	25	152
	(11.22)	(7.27)	(7.89)	(8.94)	(45.92)	(49.09)	(44.74)	(47.15)	(59.18)	(62.73)	(60.52)	(60.97)	(58.16)	(63.64)	(65.79)	(61.79)
รวม	98	110	38	246	98	110	38	246	98	110	38	246	98	110	38	246
	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)

ที่มา : จากการสำรวจครัวเรือนในกรุงเทพมหานคร พ.ศ.2530-2531

หมายเหตุ : ในวงเล็บหมายถึงเปอร์เซ็นต์

ตารางที่ 20 ผู้บริโภคเคยซื้อผลไม้ที่มีการบรรจุหีบห่อสำเร็จรูป

ผลไม้หีบห่อสำเร็จรูป	เขตเมือง	เขตต่อเมือง	เขตชานเมือง	กรุงเทพมหานคร
	33	43	9	85
เคย	(33.67)	(39.09)	(23.68)	(34.55)
	65	67	29	161
ไม่เคย	(66.33)	(60.91)	(76.32)	(65.45)
	98	110	38	246
รวม	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)

ที่มา : จากการสำรวจครัวเรือนในกรุงเทพมหานคร พ.ศ.2530-2531

หมายเหตุ : ในวงเล็บหมายถึงเปอร์เซ็นต์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 21 สถานที่ที่จำหน่ายผลไม้ที่มีการบรรจุหีบห่อสำเร็จรูป

สถานที่	เขตเมือง	เขตต่อเมือง	เขตชานเมือง	กรุงเทพมหานคร
	25	16	9	50
ตลาดสด	(22.52)	(13.11)	(21.95)	(18.25)
	72	88	24	184
ซูเปอร์มาร์เก็ต	(64.86)	(72.13)	(58.54)	(67.15)
	6	7	2	15
ร้านขายปลีก	(5.41)	(5.74)	(4.88)	(5.47)
	2	3	0	5
แผงลอย	(1.80)	(2.46)	(0.00)	(1.82)
	6	8	6	20
ไม่ตอบ	(5.41)	(6.56)	(14.63)	(7.30)
	98	110	38	246
รวม	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)

ที่มา : จากการสำรวจจรวดร้อนในกรุงเทพมหานคร พ.ศ.2530-2531

หมายเหตุ : ในวงเล็บหมายถึงเปอร์เซ็นต์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างเขต พบว่าผู้บริโภคนในเขตเมือง ร้อยละ 23.53 มีความคิดเห็นว่ามีผลไม่มีการบรรจุหีบห่อสำเร็จรูป ทำให้ผลไม่มีความสะอาดดี รองลงมาร้อยละ 22.69 มีความคิดเห็นว่าการบรรจุหีบห่อทำให้เกิดความสะอาดสบาย และร้อยละ 18.49 มีความคิดเห็นว่าการบรรจุหีบห่อทำให้ผลไม่มีราคาแพง สำหรับผู้บริโภคนในเขตต่อเมือง ร้อยละ 25.83 มีความคิดเห็นว่ามีผลไม่มีความสะอาด รองลงมาร้อยละ 18.54 มีความคิดเห็นว่าการบรรจุหีบห่อทำให้เกิดความสะอาดสบาย ส่วนผู้บริโภคนในเขตชานเมือง ร้อยละ 21.95 มีความคิดเห็นว่าการบรรจุหีบห่อสำเร็จรูป ทำให้ผลไม่น่ากินน่าซื้อ รองลงมาร้อยละ 14.63 มีความคิดเห็นว่าการบรรจุหีบห่อสำเร็จรูป ทำให้ผลไม่มีความสะอาดและมีความสะอาดสบายในการซื้อมารับบริโภค (ตารางที่ 22)

ทัศนคติและพฤติกรรมในการบริโภคทุเรียน

ส่วนสาเหตุที่เป็นแรงจูงใจให้ผู้บริโภคซื้อทุเรียนพบว่าผู้บริโภคนในเขตกรุงเทพมหานคร ร้อยละ 61.79 ซื้อทุเรียนเพราะสมาชิกในครอบครัวต้องการบริโภค รองลงมาร้อยละ 33.33 ซื้อทุเรียนเพราะผู้ซื้อต้องการบริโภคเอง และร้อยละ 2.44 ซื้อเป็นของฝากหรือโอกาสพิเศษเมื่อเปรียบเทียบเป็นรายเขต พบว่าทั้ง 3 เขตส่วนใหญ่ซื้อทุเรียนเพราะสมาชิกในครอบครัวต้องการบริโภค โดยผู้บริโภคนในเขตเมือง ร้อยละ 59.18 ซื้อเพราะสมาชิกในครอบครัวต้องการบริโภค รองลงมาร้อยละ 34.69 ซื้อทุเรียนเพราะผู้ซื้อต้องการบริโภคเอง สำหรับผู้บริโภคนในเขต - ต่อเมือง ร้อยละ 67.27 ซื้อทุเรียนเพราะสมาชิกในครอบครัวต้องการบริโภค รองลงมาร้อยละ 30.00 ซื้อทุเรียนเพราะผู้ซื้อต้องการบริโภคเอง ส่วนผู้บริโภคนในเขตชานเมือง ร้อยละ 52.63 ซื้อทุเรียนเพราะสมาชิกในครอบครัวต้องการบริโภค รองลงมาร้อยละ 39.47 ซื้อทุเรียนเพราะผู้ซื้อต้องการบริโภคเอง (ตารางที่ 23)

ช่วงเวลาที่ครอบครัวผู้บริโภคนทุเรียนนิยมซื้อทุเรียนมารับบริโภค พบว่าผู้บริโภคนในเขต - กรุงเทพมหานคร ร้อยละ 60.00 ผู้บริโภคนิยมซื้อในช่วงกลางฤดูที่ทุเรียนวางขาย รองลงมา ร้อยละ 22.76 ผู้บริโภคนิยมซื้อในช่วงตลอดฤดูที่มีทุเรียนออกวางขาย และร้อยละ 11.79 ผู้บริโภคนิยมซื้อในช่วงต้นฤดูที่ทุเรียนออกวางขาย เมื่อเปรียบเทียบทั้ง 3 เขตพบว่า ส่วนใหญ่ผู้บริโภคนิยมซื้อทุเรียนในช่วงกลางฤดูที่ทุเรียนออกวางขาย รองลงมานิยมซื้อทุเรียนตลอดฤดูที่

ตารางที่ 22 ทิศนคติเกี่ยวกับผลไม้ที่มีการบรรจุหีบห่อสำเร็จรูป

ผลต่อตลาด	เขตเมือง	เขตต่อเมือง	เขตชานเมือง	กรุงเทพมหานคร
	22	39	4	65
แพง	(18.49)	(25.83)	(9.76)	(20.90)
	27	28	6	61
สะดวก	(22.69)	(18.54)	(14.63)	(19.61)
	16	19	9	44
นำซื้อนำกิน	(13.45)	(12.58)	(21.95)	(14.15)
	5	13	0	18
คุณภาพดี	(4.20)	(8.61)	(0.00)	(5.79)
	28	28	6	62
สะอาด	(23.53)	(18.54)	(14.63)	(19.92)
	0	1	1	2
ซื้อได้น้อย	(0.00)	(0.66)	(2.44)	(0.64)
	9	5	1	15
ขายได้มาก	(7.56)	(3.31)	(2.44)	(4.48)
	2	9	4	15
คุณภาพไม่ดี	(1.68)	(5.96)	(9.76)	(4.82)
	1	1	2	4
ไม่ทราบ	(0.84)	(0.66)	(4.88)	(1.29)
	9	8	8	25
ไม่ตอบ	(7.56)	(5.30)	(19.51)	(8.04)
	119	151	41	311
รวม	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)

ที่มา : จากการสำรวจครัวเรือนในกรุงเทพมหานคร พ.ศ.2530-2531

หมายเหตุ : ในวงเล็บหมายถึงเปอร์เซ็นต์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 23 สาเหตุที่เป็นแรงจูงใจในการซื้อเรียน

สาเหตุ	เขตเมือง	เขตต่อเมือง	เขตชานเมือง	กรุงเทพมหานคร
	34	33	15	82
อยากบริโภคเอง	(34.69)	(30.00)	(39.47)	(33.33)
	58	74	20	152
สมาชิกในครอบครัวอยากบริโภค	(59.18)	(67.27)	(52.63)	(61.79)
	3	2	1	6
ซื้อเป็นของฝากหรือโอกาสพิเศษ	(3.06)	(1.82)	(2.63)	(2.44)
	3	0	2	5
ไม่ตอบ	(3.06)	(0.00)	(5.26)	(2.03)
	98	110	38	246
รวม	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)

ที่มา : จากการสำรวจครัวเรือนในกรุงเทพมหานคร พ.ศ.2530-2531

หมายเหตุ : ในวงเล็บหมายถึงเปอร์เซ็นต์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทุเรียนออกวางขาย คือผู้บริโภคในเขตเมือง ร้อยละ 59.18 นิยมซื้อช่วงกลางฤดูที่ทุเรียนออกวางขาย รองลงมาร้อยละ 25.51 ซื้อตลอดช่วงที่ทุเรียนออกวางขาย และร้อยละ 10.20 นิยมซื้อต้นฤดูที่ทุเรียนวางขายสำหรับผู้บริโภคในเขตต่อเมืองร้อยละ 60.91 นิยมซื้อกลางฤดูที่ทุเรียนวางขาย รองลงมาร้อยละ 22.73 นิยมซื้อตลอดฤดูที่ทุเรียนวางขาย และร้อยละ 12.73 นิยมซื้อต้นฤดูที่ทุเรียนวางขาย ส่วนผู้บริโภคในเขตชานเมือง ร้อยละ 60.53 นิยมซื้อกลางฤดูที่ทุเรียนวางขาย รองลงมาร้อยละ 15.79 นิยมซื้อตลอดฤดูที่ทุเรียนวางขาย และร้อยละ 13.16 นิยมซื้อต้นฤดูที่ทุเรียนวางขาย (ตารางที่ 24)

ความนิยมของผู้บริโภคในการซื้อทุเรียนมาบริโภคในช่วงฤดูกาลทุเรียน พบว่าผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ร้อยละ 35.77 นิยมซื้อทุเรียนมาบริโภคสัปดาห์ละ 2 ครั้ง รองลงมา ร้อยละ 15.85 นิยมซื้อทุเรียนมาบริโภคทุกวัน และร้อยละ 15.04 นิยมซื้อทุเรียนมาบริโภคสัปดาห์ละ 3 ครั้ง เมื่อเปรียบเทียบเป็นรายเขต พบว่าผู้บริโภคในเขตเมืองร้อยละ 36.73 นิยมซื้อทุเรียนบริโภคสัปดาห์ละ 2 ครั้ง รองลงมา ร้อยละ 16.33 ผู้บริโภคนิยมซื้อทุเรียนมาบริโภคสัปดาห์ละ 3 ครั้ง และร้อยละ 11.22 นิยมซื้อทุเรียนมาบริโภคทุกวันและซื้อวันเว้นวัน สำหรับผู้บริโภคในเขตต่อเมือง ร้อยละ 37.27 นิยมซื้อบริโภคสัปดาห์ละ 2 ครั้ง รองลงมา ร้อยละ 19.09 นิยมซื้อมาบริโภคทุกวัน และร้อยละ 13.64 นิยมซื้อมาบริโภคสัปดาห์ละ 3 ครั้ง ส่วนผู้บริโภคในเขตชานเมือง ร้อยละ 28.95 นิยมซื้อมาสัปดาห์ละ 2 ครั้ง รองลงมา ร้อยละ 18.42 นิยมซื้อมาบริโภคทุกวัน และร้อยละ 15.79 นิยมซื้อทุเรียนมาบริโภคสัปดาห์ละ 3 ครั้ง ตามลำดับ (ตารางที่ 25)

ความนิยมในการซื้อทุเรียนในช่วงนอกฤดู พบว่าผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ร้อยละ 81.30 ไม่นิยมซื้อทุเรียนมาบริโภค และร้อยละ 16.67 นิยมซื้อทุเรียนมาบริโภค เมื่อเปรียบเทียบเป็นรายเขต พบว่าผู้บริโภคในเขตเมือง ร้อยละ 81.63 ไม่นิยมซื้อมาบริโภค รองลงมา ร้อยละ 15.31 นิยมซื้อมาบริโภค ส่วนผู้บริโภคในเขตต่อเมืองร้อยละ 80.00 ไม่นิยมซื้อทุเรียนมาบริโภคนอกฤดูและร้อยละ 19.09 นิยมซื้อมาบริโภค สำหรับผู้บริโภคในเขตชานเมือง ร้อยละ 84.21 ไม่นิยมซื้อมาบริโภค และร้อยละ 13.16 นิยมซื้อมาบริโภคในช่วงนอกฤดูกาลทุเรียน (ตารางที่ 26)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 24 ช่วงเวลาที่ครอบครัวผู้บริโภครายเรียนนิยมซื้อทุเรียนมาบริโภค

เวลา	เขตเมือง	เขตต่อเมือง	เขตชานเมือง	กรุงเทพมหานคร
	10	14	5	29
ต้นฤดูที่ทุเรียนวางขาย	(10.00)	(12.73)	(13.16)	(11.79)
	58	67	23	148
กลางฤดูที่ทุเรียนวางขาย	(59.18)	(60.91)	(60.53)	(60.16)
	3	2	1	6
ปลายฤดูที่ทุเรียนวางขาย	(3.06)	(0.91)	(5.26)	(2.44)
	25	25	6	56
ตลอดฤดูที่ทุเรียนวางขาย	(25.51)	(22.73)	(15.79)	(22.76)
	2	1	2	5
ไม่ตอบ	(2.04)	(0.91)	(5.26)	(2.03)
	98	110	38	246
รวม	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)

ที่มา : จากการสำรวจครัวเรือนในกรุงเทพมหานคร พ.ศ.2530-2531

หมายเหตุ : ในวงเล็บหมายถึงเปอร์เซ็นต์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 25 ในช่วงฤดูกาลของทุเรียนที่ผู้บริโภคนิยมซื้อมารับประทาน

ช่วงเวลา	เขตเมือง	เขตต่อเมือง	เขตชานเมือง	กรุงเทพมหานคร
	11	21	7	39
ซื้อทุกวัน	(11.22)	(19.09)	(18.42)	(15.85)
	11	10	1	22
วันเว้นวัน	(11.22)	(9.09)	(2.63)	(8.94)
	16	15	6	37
สัปดาห์ละ 3 ครั้ง	(16.33)	(13.64)	(15.79)	(15.04)
	36	41	11	88
สัปดาห์ละ 2 ครั้ง	(36.73)	(37.27)	(28.95)	(35.77)
	5	7	2	14
สัปดาห์ละ 1 ครั้ง	(5.10)	(6.36)	(5.26)	(5.69)
	2	1	1	4
เดือนละ 1 ครั้ง	(2.04)	(0.91)	(2.63)	(1.63)
	3	4	2	10
น้อยกว่าเดือนละ 2 ครั้ง	(3.06)	(3.63)	(5.26)	(4.07)
	14	11	7	32
ไม่ตอบ	(14.29)	(10.00)	(18.42)	(13.01)
	98	110	38	246
รวม	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)

ที่มา : จากการสำรวจครัวเรือนในกรุงเทพมหานคร พ.ศ.2530-2531

หมายเหตุ : ในวงเล็บหมายถึงเปอร์เซ็นต์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 26 ความนิยมในการซื้อทุเรียนในช่วงนอกฤดู

ความนิยม	เขตเมือง	เขตต่อเมือง	เขตชานเมือง	กรุงเทพมหานคร
	80	88	32	200
ไม่ซื้อ	(81.63)	(80.00)	(84.21)	(81.30)
	15	21	5	41
ซื้อ	(15.31)	(19.09)	(13.16)	(16.67)
	3	1	1	5
ไม่ตอบ	(3.06)	(0.91)	(2.63)	(2.03)
	98	110	38	246
รวม	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)

ที่มา : จากการสำรวจครัวเรือนในกรุงเทพมหานคร พ.ศ.2530-2531

หมายเหตุ : ในวงเล็บหมายถึงเปอร์เซ็นต์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อคำนึงในการซื้อทุเรียนของผู้บริโภค โดยให้ผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ พบว่าผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ร้อยละ 42.82 จะคำนึงถึงพันธุ์ทุเรียนที่ตนเองชอบเป็นอันดับแรก รองลงมา ร้อยละ 30.75 จะคำนึงถึงราคาทุเรียนที่จะซื้อ และร้อยละ 12.36 จะคำนึงถึงลักษณะผลทุเรียน เมื่อเปรียบเทียบทั้ง 3 เขต พบว่าส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับพันธุ์เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ราคา โดยผู้บริโภคในเขตเมือง ร้อยละ 49.65 จะคำนึงถึงพันธุ์ทุเรียนที่ตนเองชอบ รองลงมา ร้อยละ 28.37 จะคำนึงถึงราคาทุเรียนที่ตนเองซื้อมาบริโภค สำหรับผู้อยู่ในเขตต่อเมือง ร้อยละ 38.31 จะคำนึงถึงพันธุ์ทุเรียนที่ตนเองชอบ รองลงมา ร้อยละ 33.12 จะคำนึงถึงราคาทุเรียนที่ตนเองซื้อ และร้อยละ 14.94 จะคำนึงถึงลักษณะผลทุเรียน ส่วนผู้บริโภคในเขตชานเมือง ร้อยละ 37.73 จะคำนึงถึงพันธุ์ที่ตนเองชอบ รองลงมา ร้อยละ 30.19 จะคำนึงถึงราคาของทุเรียนที่ตนเองซื้อ และร้อยละ 11.32 จะคำนึงถึงลักษณะของผลและขนาดที่พอเหมาะในการซื้อทุเรียนมาบริโภค (ตารางที่ 27)

ผู้เลือกทุเรียนให้เมื่อซื้อทุเรียนพบว่าผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ร้อยละ 52.85 จะเป็นผู้เลือกทุเรียนเอง และร้อยละ 43.09 จะให้ผู้ขายเป็นผู้เลือกทุเรียนให้ เมื่อเปรียบเทียบทั้ง 3 เขต พบว่าผู้บริโภคในเขตเมือง เขตต่อเมือง และเขตชานเมือง ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นผู้เลือกทุเรียนเอง แต่ในเขตเมืองนิยมให้ผู้ขายเลือกทุเรียนให้ คือ ผู้บริโภคในเขตเมือง ร้อยละ 47.96 ให้ผู้ขายเป็นผู้เลือกทุเรียนให้และร้อยละ 46.94 จะเป็นผู้เลือกทุเรียนเอง ส่วนผู้บริโภคในเขตต่อเมือง ร้อยละ 56.36 จะเป็นผู้เลือกทุเรียนเอง และร้อยละ 42.73 จะให้ผู้ขายเป็นผู้เลือกให้ สำหรับผู้บริโภคในเขตชานเมือง ร้อยละ 57.89 เป็นผู้เลือกทุเรียนเอง รองลงมา ร้อยละ 31.58 จะให้ผู้ขายเป็นผู้เลือกทุเรียนให้ (ตารางที่ 28)

สำหรับระยะเวลาที่ผู้บริโภคเก็บทุเรียนไว้ พบว่าในเขตกรุงเทพมหานคร ร้อยละ 89.02 จะบริโภคทันทีหลังจากซื้อทุเรียน รองลงมา ร้อยละ 4.07 จะเก็บทุเรียนไว้ 1 วัน และร้อยละ 3.25 จะเก็บทุเรียนไว้ 2 วัน เมื่อเปรียบเทียบเป็นรายเขตพบว่า ผู้บริโภคในเขตเมือง ร้อยละ 87.76 จะบริโภคทุเรียนทันทีหลังจากซื้อ รองลงมา ร้อยละ 5.10 จะเก็บไว้ 1 วัน และร้อยละ 3.06 ผู้บริโภคจะเก็บไว้ 2 วัน ส่วนผู้บริโภคในเขตต่อเมือง ร้อยละ 92.73 ผู้บริโภคจะบริโภคทันทีหลังจากซื้อ รองลงมา ร้อยละ 3.64 จะเก็บไว้ 1 วัน และร้อยละ 2.73 จะเก็บ

ตารางที่ 27 ข้อค้ำนึ่งในการซื้อทุเรียนของผู้นบรโภค

ข้อค้ำนึ่ง	เขตเมือง	เขตต้อเมือง	เขตชานเมือง	กรุงเทพมหานคร
	70	59	20	149
พันธุ์	(49.65)	(38.31)	(37.73)	(42.82)
	14	23	6	43
ลักษณะผล	(9.93)	(14.94)	(11.32)	(12.36)
	12	16	6	34
ขนาดพอเหมาะ	(8.51)	(10.39)	(11.32)	(9.77)
	40	51	16	107
ราคา	(28.37)	(33.12)	(30.19)	(30.75)
	0	4	0	4
รสชาติ	(0.00)	(2.60)	(0.00)	(1.15)
	5	1	5	11
ไม่ตอบ	(3.55)	(0.65)	(9.44)	(3.16)
	141	154	53	348
รวม	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)

ที่มา : จากการสำรวจครัวเรือนในกรุงเทพมหานคร พ.ศ.2530-2531

หมายเหตุ : ในวงเล็บหมายถึงเปอร์เซ็นต์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 28 ผู้เลือกทุเรียนให้เมื่อซื้อทุเรียน

ผู้เลือก	เขตเมือง	เขตต่อเมือง	เขตชานเมือง	กรุงเทพมหานคร
	46	62	22	130
ผู้ซื้อเลือกเอง	(46.94)	(56.36)	(57.89)	(52.85)
	47	47	12	106
ผู้ขายเลือกให้	(47.96)	(42.73)	(31.58)	(43.09)
	2	0	0	2
ผู้อยู่ใกล้ขณะนั้นเลือกให้	(2.04)	(0.00)	(0.00)	(0.81)
	3	1	4	8
ไม่ตอบ	(3.06)	(0.91)	(10.53)	(3.25)
รวม	98	110	38	246
	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)

ที่มา : จากการสำรวจครัวเรือนในกรุงเทพมหานคร พ.ศ.2530-2531

หมายเหตุ : ในวงเล็บหมายถึงเปอร์เซ็นต์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ไว้ 2 วัน สำหรับผู้บริโภคในเขตชานเมือง ร้อยละ 89.02 จะบริโภคทันทีหลังจากซื้อ รองลงมา ร้อยละ 5.26 จะเก็บไว้ 2 วัน จึงบริโภค และร้อยละ 2.63 จะเก็บทุเรียนไว้ 1 วัน (ตารางที่ 29)

สำหรับความรู้สึกรู้สึกของผู้บริโภคทุเรียนเมื่อเปรียบเทียบกับผลไม้อื่น ๆ พบว่าผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ร้อยละ 65.85 มีความรู้สึกที่ว่าทุเรียนมีราคาแพงมาก เมื่อเปรียบเทียบกับผลไม้อื่น ๆ รองลงมา ร้อยละ 26.83 มีความรู้สึกว่ามีราคาปานกลางเมื่อเทียบกับผลไม้อื่น ๆ เมื่อเปรียบเทียบกับทั้ง 3 เขต พบว่า ส่วนใหญ่มีความรู้สึกที่ว่าทุเรียนมีราคาแพง และราคาปานกลาง รองลงมาคือ ผู้บริโภคในเขตเมือง ร้อยละ 72.45 มีความรู้สึกที่ว่าทุเรียนมีราคาแพง รองลงมา ร้อยละ 20.41 มีความรู้สึกที่ว่าทุเรียนมีราคาปานกลาง ส่วนผู้บริโภคในเขตต่อเมือง ร้อยละ 60.00 มีความรู้สึกที่ว่าทุเรียนมีราคาแพง รองลงมา ร้อยละ 33.64 มีความรู้สึกที่ว่าทุเรียนมีราคาปานกลาง สำหรับผู้บริโภคในเขตชานเมือง ร้อยละ 65.79 มีความรู้สึกที่ว่าทุเรียนมีราคาแพงมาก เมื่อเปรียบเทียบกับผลไม้อื่น และร้อยละ 23.68 มีความรู้สึกที่ว่าทุเรียนมีราคาปานกลาง เมื่อเปรียบเทียบกับผลไม้อื่น ๆ (ตารางที่ 30)

ส่วนรสชาติของทุเรียน ผู้บริโภคทุเรียนในเขตกรุงเทพมหานคร ร้อยละ 66.26 ชอบรสชาติของทุเรียนมาก รองลงมา ร้อยละ 19.92 ชอบรสชาติของทุเรียนปานกลาง และร้อยละ 10.16 ไม่ชอบรสชาติของทุเรียน เมื่อเปรียบเทียบเป็นรายเขตพบว่า ผู้บริโภคในเขตเมือง ร้อยละ 67.33 ชอบรสชาติของทุเรียนมาก รองลงมา ร้อยละ 17.75 ชอบรสชาติของทุเรียนปานกลาง และร้อยละ 12.24 ไม่ชอบรสชาติของทุเรียน สำหรับผู้บริโภคในเขตต่อเมือง ร้อยละ 66.36 ชอบรสชาติของทุเรียนมาก รองลงมา ร้อยละ 25.45 ชอบรสชาติของทุเรียนปานกลาง และร้อยละ 4.55 ไม่ชอบรสชาติของทุเรียน ส่วนผู้บริโภคในเขตชานเมือง ร้อยละ 63.16 ชอบรสชาติทุเรียน และร้อยละ 10.53 ชอบรสชาติทุเรียนปานกลาง (ตารางที่ 31)

การบรรจุหีบห่อ พบว่าผู้บริโภคทุเรียนในเขตกรุงเทพมหานคร ร้อยละ 62.60 ได้รับการบรรจุหีบห่อใส่ถุงพลาสติก รองลงมา ร้อยละ 26.83 ไม่ได้ได้รับการบรรจุหีบห่อ จะขนส่งในรูปแบบของการหิ้วทั้งผลเลย และร้อยละ 6.10 ได้รับการบรรจุหีบห่อใส่กล่อง เมื่อเปรียบเทียบเป็นรายเขต พบว่าผู้บริโภคในเขตเมือง ร้อยละ 58.16 จะได้รับการบรรจุหีบห่อใส่ถุงพลาสติก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 29 เวลาที่เก็บทุเรียนไว้บริโภค

เวลา	เขตเมือง	เขตต่อเมือง	เขตชานเมือง	กรุงเทพมหานคร
	86	103	31	219
บริโภคทันทีหลังซื้อ	(87.76)	(92.73)	(81.58)	(89.02)
	5	4	1	10
เก็บไว้ 1 วัน	(5.10)	(3.64)	(2.63)	(4.07)
	3	3	2	8
เก็บไว้ 2 วัน	(3.06)	(2.73)	(5.26)	(3.25)
	0	1	1	2
เก็บไว้มากกว่า 3 วันขึ้นไป	(0.00)	(0.91)	(2.63)	(0.22)
	4	0	3	7
ไม่ตอบ	(4.08)	(0.00)	(7.89)	(2.85)
	98	110	38	246
รวม	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)

ที่มา : จากการสำรวจครัวเรือนในกรุงเทพมหานคร พ.ศ.2530-2531

หมายเหตุ : ในวงเล็บหมายถึงเปอร์เซ็นต์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 30 ความรู้สึกที่ผู้บริโภคซื้อทุเรียนเมื่อเทียบกับผลไม้ชนิดอื่น

ความรู้สึก	เขตเมือง	เขตต่อเมือง	เขตชานเมือง	กรุงเทพมหานคร
	71	66	25	162
แพงมาก	(72.45)	(60.00)	(65.79)	(65.85)
	20	37	9	66
ปานกลาง	(20.41)	(33.64)	(23.68)	(26.83)
	0	2	1	3
ถูก	(0.00)	(1.82)	(2.63)	(1.22)
	5	5	0	10
ประเมินไม่ได้	(5.10)	(4.55)	(0.00)	(4.07)
	2	0	3	5
ไม่ตอบ	(2.04)	(0.00)	(7.89)	(2.03)
	98	110	38	246
รวม	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)

ที่มา : จากการสำรวจครัวเรือนในกรุงเทพมหานคร พ.ศ.2530-2531

หมายเหตุ ; ในวงเล็บหมายถึงเปอร์เซ็นต์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 31 รสชาติของทุเรียน

รสชาติ	เขตเมือง	เขตต่อเมือง	เขตชานเมือง	กรุงเทพมหานคร
	66	73	24	163
ชอบมาก	(67.35)	(66.36)	(63.16)	(66.26)
	17	28	4	49
ปานกลาง	(17.35)	(25.45)	(10.53)	(19.92)
	12	5	8	25
ไม่ชอบ	(12.24)	(4.55)	(21.05)	(10.16)
	1	4	0	5
ประเมินไม่ได้	(1.02)	(3.64)	(0.00)	(2.03)
	2	0	2	4
ไม่ตอบ	(2.04)	(0.00)	(5.26)	(1.63)
	98	110	38	246
รวม	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)

ที่มา : จากการสำรวจครัวเรือนในกรุงเทพมหานคร พ.ศ.2530-2531

หมายเหตุ : ในวงเล็บหมายถึงเปอร์เซ็นต์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รองลงมาร้อยละ 28.57 จะไม่ได้รับการบรรจุที่ห้อง และร้อยละ 9.18 จะได้รับการบรรจุที่ห้อง
ใส่กล่อง สำหรับผู้บริโภคนในเขตต่อเมือง ร้อยละ 61.82 จะได้รับการบรรจุใส่ถุงพลาสติก
รองลงมาร้อยละ 30.00 จะไม่ได้รับการบรรจุที่ห้อง และร้อยละ 5.45 จะได้รับการบรรจุใส่
กล่อง ส่วนผู้บริโภคนในเขตชานเมือง ร้อยละ 76.32 จะได้รับการบรรจุใส่ถุงพลาสติก และ
ร้อยละ 13.16 จะไม่ได้รับการบรรจุที่ห้อง (ตารางที่ 32)

ส่วนเรื่องตำหนิของโรคแมลง พบว่าผู้บริโภคนในเขตกรุงเทพมหานคร ร้อยละ 74.39
ไม่มีปัญหาเกี่ยวกับตำหนิของโรคและแมลง รองลงมาร้อยละ 16.26 มีปัญหาเกี่ยวกับตำหนิของ
โรคและแมลงปานกลาง และร้อยละ 4.07 มีปัญหาเกี่ยวกับตำหนิของโรคและแมลงมาก เมื่อ
เปรียบเทียบทั้ง 3 เขต พบว่าส่วนใหญ่ไม่มีปัญหาเกี่ยวกับตำหนิของโรคและแมลง รองลงมา
มีปัญหาเกี่ยวกับตำหนิของโรคและแมลงปานกลางและมีปัญหามาก คือ ผู้บริโภคนในเขตเมือง ร้อยละ
77.55 ไม่มีปัญหาเกี่ยวกับโรคและแมลง รองลงมาร้อยละ 13.27 มีปัญหาเกี่ยวกับตำหนิโรคและ
แมลงปานกลาง และร้อยละ 2.04 มีปัญหามากเกี่ยวกับตำหนิของโรคและแมลง ส่วนผู้บริโภคนใน
เขตต่อเมือง ร้อยละ 73.64 ไม่มีปัญหาเกี่ยวกับตำหนิของโรคและแมลง รองลงมาร้อยละ
19.09 มีปัญหาเกี่ยวกับตำหนิของโรคและแมลงปานกลาง และร้อยละ 5.45 มีปัญหาเกี่ยวกับ
ตำหนิของโรคและแมลงมาก สำหรับผู้บริโภคนเขตชานเมือง ร้อยละ 68.42 ไม่มีปัญหาเกี่ยวกับ
ตำหนิของโรคและแมลง รองลงมาร้อยละ 15.79 มีปัญหาเกี่ยวกับตำหนิของโรคและแมลง
ปานกลาง และร้อยละ 5.26 มีปัญหาเกี่ยวกับตำหนิของโรคและแมลงมาก (ตารางที่ 33)

ความสะอาดในการขนส่ง พบว่าผู้บริโภคนในเขตกรุงเทพมหานคร ร้อยละ 86.99 มี
ความสะอาดสบายในการขนส่ง ไม่ยุ่งยาก รองลงมาร้อยละ 5.28 มีความยุ่งยากในการขนส่ง
มาก และร้อยละ 4.47 มีความยุ่งยากในการขนส่งปานกลาง เมื่อเปรียบเทียบเป็นรายเขต
พบว่าเขตชานเมืองมีปัญหายุ่งยากในการขนส่งสูงกว่าทุกเขต โดยผู้บริโภคนในเขตเมืองร้อยละ
87.76 ไม่มีความยุ่งยากในการขนส่ง รองลงมาร้อยละ 4.08 มีปัญหายุ่งยากมากและมีความ
ยุ่งยากปานกลางในการขนส่งทุเรียน ส่วนผู้บริโภคนในเขตต่อเมือง ร้อยละ 90.00 ไม่มี
ความยุ่งยากปานกลางในการขนส่งทุเรียน รองลงมาร้อยละ 4.55 มีความยุ่งยากปานกลางและมีความ
ยุ่งยากมากในการขนส่งทุเรียนที่ซื้อ สำหรับผู้บริโภคนในเขตชานเมือง ร้อยละ 76.32 ไม่มี
ความ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 32 การบรรจุหีบห่อทุเรียน

รูปแบบ	เขตเมือง	เขตต่อเมือง	เขตชานเมือง	กรุงเทพมหานคร
	9	6	0	15
กล่อง, ห่อ	(9.15)	(5.45)	(0.00)	(6.10)
	57	68	29	154
ถุงพลาสติก	(58.16)	(61.82)	(76.32)	(62.60)
	28	33	5	66
ไม่ได้รับการบรรจุ	(28.57)	(30.00)	(13.16)	(26.83)
	1	0	1	2
เชิง	(1.02)	(0.00)	(2.63)	(0.81)
	3	3	3	9
ไม่ตอบ	(3.06)	(2.73)	(7.89)	(3.66)
	98	110	38	246
รวม	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)

ที่มา : จากการสำรวจจกริวเรือในกรุงเทพมหานคร พ.ศ.2530-2531

หมายเหตุ : ในวงเล็บหมายถึงเปอร์เซ็นต์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 33 ตำหนิจากโรคและแมลงของทุเรียน

โรคและแมลง	เขตเมือง	เขตต่อเมือง	เขตชานเมือง	กรุงเทพมหานคร
	2	6	2	10
มีมาก	(2.04)	(5.45)	(5.26)	(4.07)
	13	21	6	40
ปานกลาง	(13.27)	(19.09)	(15.79)	(16.26)
	76	81	26	183
ไม่มี	(77.55)	(73.64)	(68.42)	(74.39)
	4	2	1	7
ประเมินไม่ได้	(4.08)	(1.82)	(2.63)	(2.85)
	3	0	3	6
ไม่ตอบ	(3.06)	(0.00)	(7.89)	(2.44)
	98	110	38	246
รวม	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)

ที่มา : จากการสำรวจครัวเรือนในกรุงเทพมหานคร พ.ศ.2530-2531

หมายเหตุ : ในวงเล็บหมายถึงเปอร์เซ็นต์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ยุ่งยาก รองลงมาร้อยละ 10.53 มีความยุ่งยากในการขนส่งมาก และร้อยละ 5.26 มีความยุ่งยากปานกลางในการขนส่งทุเรียน (ตารางที่ 34)

แหล่งที่ผู้บริโภคหาซื้อทุเรียนบ่อยที่สุด โดยให้ผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ พบว่าผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ร้อยละ 61.60 ซื้อจากตลาดสด รองลงมาร้อยละ 16.80 ซื้อจากรถขายผลไม้ในหมู่บ้าน และร้อยละ 5.20 ซื้อจากตลาดขายส่งผลไม้ที่สำคัญ เช่น ตลาดสี่มุมเมือง ตลาดมหานาค ตลาดปากคลองตลาด เป็นต้น เมื่อเปรียบเทียบทั้ง 3 เขต พบว่าส่วนใหญ่หาซื้อจากตลาดสด รองลงมา รถขายผลไม้ในหมู่บ้าน โดยผู้บริโภคในเขตเมือง ร้อยละ 59.60 ซื้อจากตลาดสด รองลงมา ร้อยละ 17.17 ซื้อจากรถขายผลไม้ในหมู่บ้าน และร้อยละ 7.07 ซื้อจากตลาดขายส่งผลไม้ที่สำคัญ ส่วนผู้บริโภคในเขตต่อเมือง ร้อยละ 63.59 ซื้อจากตลาดสด รองลงมา ร้อยละ 15.32 ซื้อจากรถขายผลไม้ในหมู่บ้าน และร้อยละ 6.31 ซื้อทุเรียนจากแผงผลไม้ริมทางถนน ส่วนผู้บริโภคในเขตชานเมือง ร้อยละ 60.00 นิยมซื้อจากตลาดสด รองลงมา ร้อยละ 20.00 ซื้อจากรถขายผลไม้ในหมู่บ้าน และร้อยละ 5.00 ซื้อจากร้านพ่อค้าขายปลีก (ตารางที่ 35)

ลักษณะการซื้อทุเรียนของผู้บริโภคโดยให้ผู้ตอบเลือกได้มากกว่า 1 ข้อ พบว่าผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ร้อยละ 70.47 นิยมซื้อทุเรียนทั้งผลโดยชั่งน้ำหนักเป็นกิโลกรัมตามราคาที่ขาย รองลงมา ร้อยละ 12.20 นิยมซื้อทุเรียนทั้งผลโดยชั่งน้ำหนักเป็นกิโลกรัมตามราคาที่ขายแล้วแกะ เฉพาะ เนื้อทุเรียนให้ผู้ซื้อ และร้อยละ 9.84 นิยมซื้อทุเรียนเหมาทั้งผลโดยไม่ค่าน้ำหนัก เมื่อเปรียบเทียบเป็นรายเขต พบว่าผู้บริโภคในเขตเมือง ร้อยละ 69.61 ซื้อทั้งผลโดยชั่งน้ำหนักเป็นกิโลกรัมตามราคาที่ขาย รองลงมา ร้อยละ 11.76 ซื้อทั้งผลโดยชั่งน้ำหนักเป็นกิโลกรัมตามราคาที่ขายแล้วแกะ เฉพาะ เนื้อให้แก่อผู้ซื้อ และร้อยละ 9.80 นิยมซื้อเหมาทั้งผลโดยไม่ค่าน้ำหนักถึงน้ำหนัก สำหรับผู้บริโภคในเขตต่อเมือง ร้อยละ 73.45 นิยมซื้อทั้งผลโดยชั่งน้ำหนักเป็นกิโลกรัมตามราคาที่ขาย รองลงมา ร้อยละ 11.50 นิยมซื้อทั้งผลโดยชั่งน้ำหนักแล้วแกะ เฉพาะ เนื้อให้ผู้ซื้อ และร้อยละ 9.73 นิยมซื้อเหมาทั้งผลโดยไม่ค่าน้ำหนักถึงน้ำหนัก ส่วนผู้บริโภคในเขตชานเมือง ร้อยละ 64.10 นิยมซื้อทั้งผลโดยชั่งน้ำหนัก รองลงมา ร้อยละ 15.38 นิยมซื้อทั้งผลโดยชั่งน้ำหนักเป็นกิโลกรัมแล้วแกะ เฉพาะ เนื้อให้ผู้ซื้อ และร้อยละ 10.26 ซื้อเหมาทั้งผลโดยไม่ค่าน้ำหนักถึงน้ำหนัก (ตารางที่ 36)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 34 ความสะดวกในการขนส่ง

ความสะดวก	เขตเมือง	เขตต่อเมือง	เขตชานเมือง	กรุงเทพมหานคร
	4	5	4	13
ยุ่งยากมาก	(4.08)	(4.55)	(10.53)	(5.28)
	4	5	2	11
ปานกลาง	(4.08)	(4.55)	(5.26)	(4.47)
	86	99	29	214
ไม่ยุ่งยาก	(87.76)	(90.00)	(76.32)	(86.99)
	1	1	0	6
ประเมินไม่ได้	(1.02)	(0.91)	(0.00)	(0.81)
	3	0	3	6
ไม่ตอบ	(3.06)	(0.00)	(7.89)	(2.44)
	98	110	38	246
รวม	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)

ที่มา : จากการสำรวจจรวดเร็วเรื่อนในกรุงเทพมหานคร พ.ศ.2530-2531

หมายเหตุ : ในวงเล็บหมายถึงเปอร์เซ็นต์

ตารางที่ 35 แหล่งที่ผู้บริโภครักษาซื้อทุเรียนบ่อยที่สุด

แหล่งที่ซื้อ	เขตเมือง	เขตต่อเมือง	เขตชานเมือง	กรุงเทพมหานคร
	7	5	1	13
ตลาดขายส่งผลไม้ที่สำคัญ	(7.07)	(4.50)	(2.50)	(5.20)
	59	71	24	154
ตลาดสด	(59.60)	(63.96)	(60.00)	(61.60)
	5	2	0	7
ซูเปอร์มาร์เก็ต	(5.05)	(1.80)	(0.00)	(2.80)
	3	6	2	11
ร้านค้าพ่อค้าขายปลีก	(3.03)	(5.41)	(5.00)	(4.40)
	0	2	1	3
ซื้อมาจากสวน	(0.00)	(1.80)	(2.50)	(1.20)
	4	7	1	12
แผงผลไม้ริมทางถนน	(4.04)	(6.31)	(2.50)	(4.80)
	17	17	8	42
รถขายผลไม้ในหมู่บ้าน	(17.17)	(15.32)	(20.00)	(16.80)
	4	1	3	8
ไม่ตอบ	(4.04)	(0.90)	(7.50)	(3.20)
	99	111	40	250
รวม	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)

ที่มา : จากการสำรวจครัวเรือนในกรุงเทพมหานคร พ.ศ.2530-2531

หมายเหตุ : ในวงเล็บหมายถึงเปอร์เซ็นต์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 36 ลักษณะการซื้อทุเรียนที่ผู้บริโภครู้เรียนนิยมซื้อบริโภค

ลักษณะการซื้อ	เขตเมือง	เขตต่อเมือง	เขตชานเมือง	กรุงเทพมหานคร
	10	11	4	25
ไม่คำนึงถึงน้ำหนัก	(9.80)	(9.73)	(10.26)	(9.84)
	71	83	25	179
ชั่งน้ำหนัก	(69.61)	(73.45)	(64.10)	(70.47)
	12	13	6	31
ชั่งน้ำหนักและเฉพาะเนื้อ	(11.76)	(11.50)	(15.38)	(12.20)
	6	5	0	11
แกะเนื้อเป็นพูๆ	(5.88)	(4.42)	(0.00)	(4.33)
	3	1	4	8
ไม่ตอบ	(2.94)	(0.88)	(10.26)	(3.15)
	102	113	39	254
รวม	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)

ที่มา : จากการสำรวจครัวเรือนในกรุงเทพมหานคร พ.ศ.2530-2531

หมายเหตุ : ในวงเล็บหมายถึงเปอร์เซ็นต์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สภาพของทุเรียนที่ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยให้ผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ พบว่าร้อยละ 92.43 นิยมซื้อทุเรียนสุกที่สามารถบริโภคได้ทันที และร้อยละ 5.58 นิยมซื้อทุเรียนดิบที่ยังไม่สามารถบริโภคได้ทันที เมื่อเปรียบเทียบเป็นรายเขต พบว่าผู้บริโภคในเขตเมือง ร้อยละ 88.35 นิยมซื้อทุเรียนสุกที่สามารถนำมาบริโภคได้ทันที และร้อยละ 9.71 นิยมซื้อทุเรียนดิบที่ยังไม่สามารถบริโภคได้ทันที สำหรับผู้บริโภคในเขตต่อเมือง ร้อยละ 97.27 นิยมซื้อทุเรียนสุกที่บริโภคได้ทันที และร้อยละ 2.73 นิยมซื้อทุเรียนดิบ ส่วนผู้บริโภคในเขตชานเมือง ร้อยละ 89.47 นิยมซื้อทุเรียนสุกที่บริโภคทันที และร้อยละ 2.63 นิยมซื้อทุเรียนดิบที่ยังไม่สามารถบริโภคได้ทันที (ตารางที่ 37)

ลักษณะของทุเรียนที่ผู้บริโภคนิยมบริโภค โดยให้ผู้ตอบเลือกคำตอบได้มากกว่า 1 ข้อ พบว่าผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ร้อยละ 94.80 นิยมบริโภคในรูปแบบทุเรียนสด รองลงมา ร้อยละ 1.60 นิยมบริโภคในรูปแบบขนม เช่น ข้าวเหนียวทุเรียน เมื่อเปรียบเทียบเป็นรายเขตพบว่า ผู้บริโภคในเขตเมือง ร้อยละ 95.92 นิยมบริโภคในรูปแบบทุเรียนสด รองลงมา ร้อยละ 1.02 นิยมบริโภคในรูปแบบทุเรียนกวนและในรูปแบบขนม ส่วนผู้บริโภคในเขตต่อเมือง ร้อยละ 96.43 นิยมบริโภคในรูปแบบทุเรียนสด และร้อยละ 1.79 นิยมบริโภคในรูปแบบทุเรียนกวน สำหรับผู้บริโภคในเขตชานเมือง ร้อยละ 87.50 นิยมบริโภคในรูปแบบทุเรียนสด รองลงมา ร้อยละ 5.00 นิยมบริโภคในรูปแบบขนม เช่น ข้าวเหนียวทุเรียน (ตารางที่ 38)

ลักษณะเนื้อทุเรียนที่ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ร้อยละ 45.12 นิยมทุเรียนที่มีเนื้อสุก รองลงมา ร้อยละ 44.72 นิยมทุเรียนที่มีเนื้อห่าม และร้อยละ 7.72 นิยมทุเรียนที่มีเนื้อสุกอม เมื่อเปรียบเทียบเป็นรายเขตพบว่า ผู้บริโภคในเขตเมือง ร้อยละ 53.06 นิยมบริโภคทุเรียนที่มีเนื้อสุก รองลงมา ร้อยละ 37.76 นิยมบริโภคทุเรียนที่มีเนื้อห่าม และร้อยละ 7.14 นิยมบริโภคทุเรียนที่มีเนื้อสุกอม สำหรับผู้บริโภคในเขตต่อเมือง ร้อยละ 54.55 นิยมบริโภคทุเรียนที่มีเนื้อทุเรียนห่าม รองลงมา ร้อยละ 40.00 นิยมบริโภคทุเรียนที่มีเนื้อสุก และร้อยละ 4.55 นิยมบริโภคทุเรียนที่มีเนื้อสุกอม ส่วนผู้บริโภคในเขตชานเมือง ร้อยละ 39.49 นิยมบริโภคทุเรียนที่มีเนื้อสุก รองลงมา ร้อยละ 34.21 นิยมบริโภคทุเรียนที่มีเนื้อทุเรียนห่าม และร้อยละ 18.42 นิยมบริโภคทุเรียนที่มีเนื้อสุกอม (ตารางที่ 39)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 37 สภาพของทุเรียนที่ซื้อมาบริโภค

สภาพของทุเรียน	เขตเมือง	เขตต่อเมือง	เขตชานเมือง	กรุงเทพมหานคร
	91	107	34	232
สุกสามารถนำมาบริโภคทันที	(88.35)	(97.27)	(89.47)	(92.43)
	10	3	1	14
ดิบยังไม่สามารถบริโภคได้	(9.71)	(2.73)	(2.63)	(5.58)
	2	0	3	5
ไม่ตอบ	(1.94)	(0.00)	(7.89)	(1.99)
รวม	103 (100.00)	110 (100.00)	38 (100.00)	251 (100.00)

ที่มา : จากการสำรวจครัวเรือนในกรุงเทพมหานคร พ.ศ.2530-2531

หมายเหตุ : ใบบางเล็บหมายถึงเปอร์เซ็นต์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 38 ลักษณะของทุเรียนที่ผู้บริโภคทุเรียนนิยมบริโภค

ลักษณะ	เขตเมือง	เขตต่อเมือง	เขตชานเมือง	กรุงเทพมหานคร
	94	108	35	237
บริโภคในรูปทุเรียนสด	(95.92)	(96.43)	(87.50)	(94.80)
	1	2	0	3
บริโภคในรูปทุเรียนกวน	(1.02)	(1.79)	(0.00)	(1.20)
	1	1	2	4
ในรูปขนมเช่น ข้าวเหนียว- ทุเรียน	(1.02)	(0.89)	(5.00)	(1.60)
	2	1	2	6
ไม่ตอบ	(2.04)	(0.89)	(7.50)	(2.40)
	98	112	40	250
รวม	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)

ที่มา : จากการสำรวจครัวเรือนในกรุงเทพมหานคร พ.ศ.2530-2531

หมายเหตุ : ในวงเล็บหมายถึงเปอร์เซ็นต์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 39 ลักษณะของ เนื้อทุเรียนที่ผู้บริโภคริโภคทุเรียนนิยมซื้อมารับริโภค

ลักษณะ เนื้อ	เขต เมือง	เขตต่อเมือง	เขตชานเมือง	กรุงเทพมหานคร
	7	5	7	19
สุกงอม	(7.14)	(4.55)	(18.42)	(7.72)
	52	44	15	111
สุก	(53.06)	(40.00)	(39.47)	(45.12)
	37	60	13	110
ห้าม	(37.76)	(54.55)	(34.21)	(44.72)
	2	1	3	6
ไม่ตอบ	(2.04)	(0.91)	(7.89)	(2.44)
	98	110	38	246
รวม	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)

ที่มา : จากการสำรวจจรัวเรือในกรุงเทพมหานคร พ.ศ.2530-2531

หมายเหตุ : ในวงเล็บหมายถึงเปอร์เซ็นต์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แหล่งผลิตทุเรียนที่ผู้บริโภครู้จัก โดยให้ผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ พบว่าผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ร้อยละ 36.58 รู้จักทุเรียนจากจังหวัดนนทบุรี รองลงมาร้อยละ 34.59 รู้จักทุเรียนจันทบุรี และร้อยละ 14.71 รู้จักทุเรียนจังหวัดระยอง เมื่อเปรียบเทียบทั้ง 3 เขต พบว่าผู้บริโภคในเขตเมืองและเขตต่อเมืองรู้จักทุเรียนจากจังหวัดนนทบุรี ส่วนเขตชานเมืองรู้จักทุเรียนจากจังหวัดจันทบุรีมากที่สุด คือ ผู้บริโภคในเขตเมือง ร้อยละ 39.59 รู้จักทุเรียนจากจังหวัดนนทบุรี รองลงมาร้อยละ 33.50 รู้จักทุเรียนจากจังหวัดจันทบุรี และร้อยละ 14.72 รู้จักทุเรียนจากจังหวัดระยอง สำหรับผู้บริโภคในเขตต่อเมือง ร้อยละ 34.91 รู้จักทุเรียนจากจังหวัดนนทบุรี รองลงมาร้อยละ 32.76 รู้จักทุเรียนจากจังหวัดจันทบุรี และร้อยละ 15.95 รู้จักทุเรียนจากจังหวัดระยอง ส่วนผู้บริโภคในเขตชานเมือง ร้อยละ 43.24 รู้จักทุเรียนจากจังหวัดจันทบุรี รองลงมาร้อยละ 33.78 รู้จักทุเรียนจากจังหวัดนนทบุรี และร้อยละ 10.81 รู้จักทุเรียนจากจังหวัดระยอง (ตารางที่ 40)

พันธุ์ทุเรียนที่ผู้บริโภครู้จัก โดยให้ผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ พบว่าผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ร้อยละ 24.77 รู้จักทุเรียนพันธุ์ชะนี รองลงมาร้อยละ 24.30 รู้จักทุเรียนพันธุ์หมอนทอง และร้อยละ 20.11 รู้จักทุเรียนพันธุ์ก้านยาว เมื่อเปรียบเทียบเป็นรายเขต พบว่าในเขตเมืองและเขตชานเมือง ส่วนใหญ่รู้จักทุเรียนพันธุ์ชะนีและหมอนทอง ส่วนเขตต่อเมืองรู้จักทุเรียนพันธุ์หมอนทองและชะนี คือผู้บริโภคในเขตเมือง ร้อยละ 24.32 รู้จักทุเรียนพันธุ์ชะนี รองลงมาร้อยละ 23.77 รู้จักทุเรียนพันธุ์หมอนทอง และร้อยละ 19.95 รู้จักทุเรียนพันธุ์ก้านยาว ส่วนผู้บริโภคในเขตต่อเมือง ร้อยละ 25.07 รู้จักทุเรียนพันธุ์หมอนทอง รองลงมาร้อยละ 24.80 รู้จักทุเรียนพันธุ์ชะนี และร้อยละ 20.84 รู้จักทุเรียนพันธุ์ก้านยาว สำหรับผู้บริโภคในเขตชานเมือง ร้อยละ 26.09 รู้จักทุเรียนพันธุ์ชะนี รองลงมาร้อยละ 23.48 รู้จักทุเรียนพันธุ์หมอนทอง และร้อยละ 18.26 รู้จักทุเรียนพันธุ์ก้านยาว (ตารางที่ 41)

พันธุ์ทุเรียนที่ครอบครัวผู้บริโภครู้จักทุเรียนชอบซื้อมารับประทานเป็นประจำ โดยให้ผู้ตอบตอบได้มากกว่า 1 ข้อ พบว่าผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ร้อยละ 35.06 ชอบบริโภคพันธุ์ชะนี รองลงมาร้อยละ 34.57 ชอบบริโภคพันธุ์หมอนทอง และร้อยละ 20.49 ชอบบริโภคพันธุ์ก้านยาว เมื่อเปรียบเทียบทั้ง 3 เขตพบว่าในเขตเมือง ร้อยละ 34.68 นิยมบริโภคทุเรียนพันธุ์หมอนทอง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 40 แหล่งผลิตทุเรียนที่ผู้บริโภครู้จัก

จังหวัด	เขตเมือง		เขตต่อเมือง		เขตชานเมือง		กรุงเทพมหานคร	
	รู้จัก	ไม่รู้จัก	รู้จัก	ไม่รู้จัก	รู้จัก	ไม่รู้จัก	รู้จัก	ไม่รู้จัก
	78	20	81	39	25	13	184	72
นนทบุรี	(39.59)	(5.12)	(34.91)	(8.90)	(33.78)	(8.44)	(36.58)	(7.32)
	29	69	37	73	8	30	74	172
ระยอง	(14.72)	(17.65)	(15.95)	(16.66)	(10.81)	(19.48)	(14.71)	(17.50)
	66	32	76	34	32	6	174	72
จันทบุรี	(33.50)	(8.18)	(32.76)	(7.76)	(43.24)	(3.90)	(34.59)	(7.32)
	14	84	32	78	5	33	51	195
ปราจีนบุรี	(7.11)	(21.48)	(13.79)	(17.81)	(6.76)	(21.43)	(10.14)	(19.84)
	4	94	1	109	0	38	5	241
นครนายก	(2.03)	(24.04)	(0.48)	(24.89)	(0.00)	(24.68)	(0.99)	(24.52)
	6	92	5	105	4	34	15	231
จังหวัดอื่นๆ	(3.05)	(23.53)	(2.16)	(23.97)	(5.41)	(22.08)	(2.98)	(23.50)
	197	391	232	438	74	154	503	983
รวม	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)

ที่มา จากการศึกษาวิจัยเรื่องทุเรียนในกรุงเทพมหานคร พ.ศ.2530-2531

หมายเหตุ : ในวงเล็บหมายถึงเปอร์เซ็นต์

ตารางที่ 41 พันธุ์ทุเรียนที่ผู้บริโภครู้จัก

พันธุ์	เขตเมือง		เขตต่อเมือง		เขตชานเมือง		กรุงเทพมหานคร	
	รู้จัก	ไม่รู้จัก	รู้จัก	ไม่รู้จัก	รู้จัก	ไม่รู้จัก	รู้จัก	ไม่รู้จัก
	73	25	79	31	21	17	173	73
ก้านยาว	(19.95)	(5.98)	(20.84)	(6.19)	(18.26)	(8.90)	(20.11)	(6.58)
	87	11	95	15	27	11	209	37
หมอนทอง	(23.77)	(2.63)	(25.07)	(2.99)	(23.48)	(5.76)	(24.30)	(3.33)
	50	48	44	66	14	24	108	138
กระดุม	(13.66)	(11.48)	(11.61)	(13.17)	(12.17)	(12.57)	(12.56)	(12.43)
	89	9	94	16	30	8	213	33
ชะนี	(24.32)	(2.15)	(24.80)	(3.19)	(26.09)	(4.19)	(24.77)	(2.97)
	44	54	42	68	15	23	101	145
กบ	(12.02)	(12.92)	(11.08)	(13.57)	(13.04)	(12.04)	(11.74)	(13.06)
	6	92	6	104	1	37	13	233
ชมพู่สี	(1.64)	(22.01)	(1.58)	(20.76)	(0.87)	(19.37)	(1.51)	(20.99)
	15	83	15	95	4	34	34	212
กำปัน	(4.10)	(19.86)	(3.96)	(18.96)	(3.48)	(17.80)	(3.95)	(19.10)
	2	96	4	106	3	37	7	239
ฉัตรสีนาก	(0.55)	(22.97)	(1.06)	(21.16)	(2.61)	(19.37)	(0.81)	(21.53)
	366	418	379	501	115	191	860	1110
รวม	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)

ที่มา : จากการสำรวจครัวเรือนในกรุงเทพมหานคร พ.ศ.2530-2531

หมายเหตุ : ในวงเล็บหมายถึงเปอร์เซ็นต์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รองลงมาร้อยละ 33.53 นิยมบริโภคทุเรียนพันธุ์ชะนี และร้อยละ 24.28 นิยมบริโภคทุเรียนพันธุ์ก้านยาว สำหรับผู้บริโภคในเขตต่อเมือง ร้อยละ 36.46 นิยมบริโภคทุเรียนพันธุ์หมอนทอง รองลงมาร้อยละ 33.15 นิยมบริโภคทุเรียนพันธุ์ชะนี และร้อยละ 20.44 นิยมบริโภคทุเรียนพันธุ์ก้านยาว ส่วนผู้บริโภคในเขตชานเมือง ร้อยละ 47.06 นิยมบริโภคทุเรียนพันธุ์ชะนี รองลงมา นิยมทุเรียนพันธุ์หมอนทอง ร้อยละ 27.45 และร้อยละ 7.84 นิยมบริโภคทุเรียนพันธุ์ก้านยาว (ตารางที่ 42)

ส่วนเรื่องแหล่งผลิตทุเรียนที่ผู้บริโภคนิยม โดยให้ผู้ตอบเลือกแหล่งผลิตได้มากกว่า 1 ข้อ พบว่าผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ร้อยละ 34.97 นิยมทุเรียนจากนนทบุรี รองลงมา ร้อยละ 26.80 นิยมทุเรียนจากจันทบุรี และร้อยละ 14.05 ไม่เจาะจงแหล่งผลิต เมื่อเปรียบเทียบทั้ง 3 เขตพบว่า เขตเมือง และเขตต่อเมือง นิยมทุเรียนจากนนทบุรี แต่ในเขตชานเมือง นิยมทุเรียนจากจันทบุรี คือ ผู้บริโภคในเขตเมือง ร้อยละ 38.52 นิยมทุเรียนจากนนทบุรี รองลงมาร้อยละ 22.95 นิยมทุเรียนจากจันทบุรี และร้อยละ 14.75 ไม่เจาะจงแหล่งผลิต สำหรับผู้บริโภคเขตต่อเมือง ร้อยละ 32.09 นิยมทุเรียนจากนนทบุรี รองลงมาร้อยละ 26.87 นิยมทุเรียนจากจันทบุรี และร้อยละ 14.93 ไม่เจาะจงแหล่งผลิต ส่วนผู้บริโภคในเขตชานเมือง ร้อยละ 36.00 นิยมทุเรียนจากจันทบุรี รองลงมาร้อยละ 34.00 นิยมทุเรียนจากนนทบุรี และ ร้อยละ 10.00 ไม่เจาะจงแหล่งผลิต (ตารางที่ 43)

อาการแพ้ที่เกิดหลังจากบริโภคทุเรียนแล้ว โดยให้ผู้ตอบเลือกตอบอาการแพ้ได้มากกว่า 1 ข้อ พบว่าผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ร้อยละ 56.63 จะมีอาการปกติเฉย ๆ ไม่มีอาการแพ้หลังจากบริโภคทุเรียนเสร็จแล้วรองลงมาร้อยละ 35.34 เกิดอาการแพ้หลังจากบริโภคทุเรียน เมื่อเปรียบเทียบผู้บริโภคทั้ง 3 เขต พบว่าส่วนใหญ่จะมีอาการปกติเฉย ๆ รองลงมาจะมีอาการร้อนในหลังจากบริโภคทุเรียน คือ ผู้บริโภคในเขตเมือง ร้อยละ 55.56 ไม่มีอาการแพ้หลังจากบริโภคทุเรียนเสร็จ รองลงมาร้อยละ 35.35 จะมีอาการร้อนใน ส่วนผู้บริโภคในเขต - ต่อเมือง ร้อยละ 58.56 จะไม่มีอาการแพ้หลังบริโภคทุเรียน รองลงมาร้อยละ 37.84 จะเกิดอาการร้อนในหลังจากบริโภค สำหรับผู้บริโภคในเขตชานเมือง ร้อยละ 53.85 จะไม่มีอาการแพ้หลังจากบริโภคทุเรียนเสร็จ และร้อยละ 28.21 จะเกิดอาการร้อนในหลังจากบริโภคทุเรียนเสร็จ (ตารางที่ 44)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 42 พันธุ์เรียนที่ครอบครัวผู้บริโภครู้เรียนชอบซื้อมาบริโภคเป็นประจำ

พันธุ์เรียน	เขตเมือง	เขตต่อเมือง	เขตชานเมือง	กรุงเทพมหานคร
	42	37	4	83
ก้านยาว	(24.28)	(20.44)	(7.84)	(20.49)
	60	66	14	140
หมอนทอง	(34.68)	(36.46)	(27.45)	(34.57)
	6	7	3	16
กระดุม	(3.47)	(3.87)	(5.88)	(3.95)
	58	60	24	142
ชนะนี้	(33.53)	(33.15)	(47.06)	(35.06)
	3	7	0	10
กบ	(1.73)	(3.87)	(0.00)	(2.47)
	4	4	6	14
ไม่ตอบ	(2.31)	(2.21)	(11.76)	(3.46)
	173	181	51	405
รวม	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)

ที่มา : จากการสำรวจครัวเรือนในกรุงเทพมหานคร พ.ศ.2530-2531

หมายเหตุ : ในวงเล็บหมายถึงเปอร์เซ็นต์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 43 แหล่งผลิตทุเรียนที่ผู้บริโภครู้จักทุเรียนนิยม

แหล่งผลิต	เขตเมือง	เขตต่อเมือง	เขตชานเมือง	กรุงเทพมหานคร
	47	43	17	107
นนทบุรี	(38.52)	(32.09)	(34.00)	(34.97)
	28	36	18	82
จันทบุรี	(22.95)	(26.87)	(36.00)	(26.80)
	9	16	2	27
ระยอง	(7.38)	(11.94)	(4.00)	(8.82)
	3	7	3	13
ปราจีนบุรี	(2.46)	(5.22)	(6.00)	(4.25)
	0	1	0	1
นครนายก	(0.00)	(0.75)	(0.00)	(0.33)
	18	20	5	43
ไม่เจาะจง	(14.75)	(14.93)	(10.00)	(14.05)
	17	11	5	33
ไม่ตอบ	(13.93)	(8.21)	(10.00)	(10.78)
	122	134	50	306
รวม	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)

ที่มา : จากการสำรวจครัวเรือนในกรุงเทพมหานคร พ.ศ.2530-2531

หมายเหตุ : ในวงเล็บหมายถึงเปอร์เซ็นต์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 44 อาการแพ้ที่เกิดหลังจากบริโภคทุเรียนแล้ว

อาการแพ้	เขตเมือง	เขตต่อเมือง	เขตชานเมือง	กรุงเทพมหานคร
	35	42	11	88
ร้อนใน	(35.35)	(37.84)	(28.21)	(35.34)
	1	1	1	3
คลื่นไส้	(1.01)	(0.90)	(2.56)	(1.20)
	1	1	0	2
ผะอืดผะอม	(1.01)	(0.90)	(0.00)	(0.80)
	55	65	21	141
เฉยๆปกติ	(55.56)	(58.56)	(53.85)	(56.63)
	4	1	0	5
กลืนเหม็นไม่ชอบ	(4.04)	(0.90)	(0.00)	(2.01)
	0	0	3	3
ไม่มีอาการ	(0.00)	(0.00)	(7.69)	(1.20)
	3	1	3	7
ไม่ตอบ	(3.03)	(0.90)	(7.69)	(2.81)
	99	111	39	249
รวม	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)

ที่มา : จากการสำรวจครัวเรือนในกรุงเทพมหานคร พ.ศ.2530-2531

หมายเหตุ : ในวงเล็บหมายถึงเปอร์เซ็นต์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แนวความเชื่อเกี่ยวกับทุเรียนโดยให้ผู้ตอบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ พบว่าผู้บริโภคทุเรียนในเขตกรุงเทพมหานคร ร้อยละ 42.24 มีความเชื่อว่าถ้าบริโภคทุเรียนมาก ๆ จะเกิดอาการร้อนใน รองลงมา ร้อยละ 32.61 มีความเชื่อว่าถ้าป่วยเป็นไข้ห้ามรับประทานทุเรียน เมื่อเปรียบเทียบเป็นเขตพบว่า ผู้บริโภคในเขตเมือง ร้อยละ 41.98 มีความเชื่อว่า ถ้ารับประทานทุเรียนมาก ๆ จะเกิดอาการร้อนใน และร้อยละ 32.82 คนป่วยเป็นไข้ห้ามรับประทานทุเรียน สำหรับผู้บริโภคในเขตต่อเมือง ร้อยละ 43.97 เชื่อว่าถ้าบริโภคทุเรียนมาก ๆ จะเกิดอาการร้อนใน และร้อยละ 28.37 เชื่อว่าคนป่วยเป็นไข้ห้ามรับประทานทุเรียน ส่วนผู้บริโภคในเขต - ชานเมือง ร้อยละ 44.00 เชื่อว่าคนป่วยเป็นไข้ห้ามรับประทานทุเรียน และร้อยละ 38.00 เชื่อว่าถ้ารับประทานทุเรียนมาก ๆ จะเกิดอาการร้อนใน (ตารางที่ 45)

ปัญหาที่ผู้บริโภคทุเรียนพบในการซื้อทุเรียนโดยให้ผู้ตอบเลือกคำตอบได้มากกว่า 1 ข้อ พบว่าผู้บริโภคทุเรียนในเขตกรุงเทพมหานคร ร้อยละ 26.97 มีปัญหาพบว่าทุเรียนมักเป็นไส้ซึม เต่าเผา รองลงมา ร้อยละ 26.97 มีปัญหาว่าทุเรียนมักเป็นทุเรียนอ่อน และร้อยละ 12.17 มีปัญหาว่ามักเป็นทุเรียนเนือบาง สำหรับผู้บริโภคในเขตเมือง ร้อยละ 27.15 พบปัญหาว่ามักเป็นทุเรียนที่เป็นไส้ซึม เต่าเผา รองลงมา ร้อยละ 25.83 พบปัญหาว่าทุเรียนมักเป็นทุเรียนอ่อน และร้อยละ 14.57 มักพบปัญหาว่าทุเรียนมักเป็นทุเรียนเนือบาง ส่วนผู้บริโภคในเขตต่อเมือง ร้อยละ 29.74 พบว่าทุเรียนมักเป็นไส้ซึม เต่าเผา รองลงมา ร้อยละ 28.72 พบว่ามักเป็นทุเรียนอ่อน และร้อยละ 10.26 พบว่ามักเป็นทุเรียนเนือบาง และปัญหาที่ผู้บริโภคไม่มีความรู้ในเลือกซื้อทุเรียน สำหรับผู้บริโภคในเขตชานเมือง ร้อยละ 32.28 พบว่าทุเรียนมักเป็นไส้ซึม เต่าเผา รองลงมา ร้อยละ 24.66 พบว่าทุเรียนมักเป็นทุเรียนอ่อน และร้อยละ 12.33 พบว่าทุเรียนมักเป็นทุเรียนเนือบาง (ตารางที่ 46)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 45 แนวความเชื่อในการบริโภคทุเรียน

แนวความเชื่อ	เขตเมือง	เขตต่อเมือง	เขตชานเมือง	กรุงเทพมหานคร
	43	40	22	105
คนไข้ห้ามรับประทาน	(32.82)	(28.37)	(44.00)	(32.61)
	4	4	1	9
กินน้ำแค่เปลือกจะไม่มีกลิ่น	(3.05)	(2.84)	(2.00)	(2.80)
	55	62	19	136
บริโภคมากร้อนใน	(41.98)	(43.97)	(38.00)	(42.24)
	21	29	5	55
ไม่เชื่อ	(16.03)	(20.57)	(10.00)	(17.08)
	1	1	0	2
เบาหวานห้ามทาน	(0.76)	(0.71)	(0.00)	(0.62)
	7	5	3	15
ไม่ตอบ	(5.34)	(3.55)	(6.00)	(4.66)
	131	141	50	322
รวม	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)

ที่มา : จากการสำรวจครัวเรือนในกรุงเทพมหานคร พ.ศ.2530-2531

หมายเหตุ : ในวงเล็บหมายถึงเปอร์เซ็นต์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 46 ปัญหาที่ผู้บริโภครู้เรียนพบในการซื้อทุเรียน

ปัญหา	เขตเมือง	เขตต่อเมือง	เขตชานเมือง	กรุงเทพมหานคร
	0	4	0	4
หาซื้อยาก	(0.00)	(2.05)	(0.00)	(0.95)
	2	1	0	3
ขนส่งยุ่งยาก	(1.31)	(0.51)	(0.00)	(0.72)
	5	10	6	21
คุณภาพต่ำ	(3.31)	(5.13)	(8.22)	(5.01)
	41	58	24	123
ใส่ซิม เต่าเผา	(27.15)	(29.74)	(32.88)	(29.36)
	39	56	18	113
ทุเรียนอ่อน	(25.83)	(28.72)	(24.66)	(26.97)
	22	20	9	51
ทุเรียนเนื้อบาง	(14.57)	(10.26)	(12.33)	(12.17)
	11	20	7	38
ไม่มีความรู้	(7.28)	(10.26)	(9.59)	(9.07)
	7	8	3	18
ไม่มีปัญหา	(4.64)	(4.10)	(4.11)	(4.30)
	24	18	6	48
ไม่ตอบ	(15.89)	(9.23)	(8.22)	(11.46)
	151	195	73	419
รวม	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)

ที่มา : จากการสำรวจจรวดเร็วเรียนในกรุงเทพมหานคร พ.ศ.2530-2531

หมายเหตุ : ในวงเล็บหมายถึงเปอร์เซ็นต์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุป

ในตอนนี้จะกล่าวรวมถึงผลการศึกษาคั้งนี้ โดยย่อได้ดังนี้

สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมทั่ว ๆ ไป พบว่าครัวเรือนร้อยละ 80 โดยประมาณ เป็นเพศหญิง และแต่งงานอยู่ด้วยกันกับคู่สมรส ประมาณร้อยละ 57 ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่อายุ อยู่ในช่วง 20-30 ปี มีการศึกษาในระดับประถมศึกษา แต่ก็มีสัดส่วนของผู้ที่มีการศึกษาสูงกว่านั้น ร้อยละ 52 ของครัวเรือนในกรุงเทพมหานครเป็นครัวเรือนที่มีสมาชิกอยู่อาศัย 4-6 คน อาชีพ ส่วนใหญ่มีอาชีพค้าขาย โดยมีรายได้เฉลี่ยถึงประมาณเดือนละ 4,216 บาท แต่มีรายจ่ายของ ครัวเรือนอยู่ในระดับที่สูงประมาณ 4,012 บาทต่อเดือน ร้อยละ 57.45 เป็นค่าอาหาร ซึ่งเป็น ค่าผลไม้เพียงสัปดาห์ละ 126 บาท ในส่วนของการถือครองทรัพย์สินของครัวเรือนพบว่าร้อยละถึง 83.74 มีตู้เย็นใช้ ในด้านที่อยู่อาศัยร้อยละ 50 เป็นบ้านโคต และมีสถานภาพการครอบครองที่อยู่ อาศัยแบบเป็นเจ้าของบ้านและที่ดิน ร้อยละ 50.81

ทัศนคติและพฤติกรรมของผู้บริโภคทุเรียนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าผู้บริโภคมี ความรู้สึกว่าทุเรียนเป็นผลไม้ที่มีราคาแพงมาก เมื่อเปรียบเทียบกับผลไม้ชนิดอื่น แต่มีร้อยละ 66.26 ที่ชอบรสชาติของทุเรียนมาก และซื้อทุเรียนมาบริโภค เพราะรสชาติในครอบครัว อยากรับประทานทุเรียน ร้อยละ 61.79 โดยผู้บริโภคนิยมซื้อทุเรียนบริโภคในช่วงที่เป็นฤดูกาลของ ทุเรียน ส่วนใหญ่ร้อยละ 60.16 นิยมซื้อในช่วงกลางฤดูที่มีทุเรียนออกวางขาย และนิยมซื้อสัปดาห์ ละ 2 ครั้ง ในการซื้อผู้บริโภคจะให้ความสำคัญกับพันธุ์ที่ตนเองชอบเป็นอันดับแรก รองลงมาก็ให้ ความสำคัญกับราคาของทุเรียนที่จะซื้อ ร้อยละ 52.85 ผู้ซื้อจะเป็นผู้เลือกทุเรียนเอง โดยนิยมซื้อ ทุเรียนสุกที่สามารถบริโภคได้ทันที และจะบริโภคในรูปแบบทุเรียนสด ส่วนใหญ่นิยมทุเรียนที่มีเนื้อสุก รองลงมานิยมทุเรียนที่มีเนื้อห่าม โดยการศึกษาพบว่าทุเรียนพันธุ์ชะนีเป็นทุเรียนที่เป็นที่นิยมมาก ที่สุด รองลงมานิยมทุเรียนพันธุ์หมอนทอง และมักนิยมทุเรียนจากนนทบุรี รองลงมาทุเรียนเมือง จันทบุรี ในการซื้อร้อยละ 62.60 จะได้รับการบรรจุหีบห่อใส่ถุงพลาสติก ซึ่งการขนส่งก็ไม่ยุ่งยาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ไม่มีปัญหา ส่วนใหญ่มักซื้อจากตลาดสด โดยนิยมซื้อทั้งผลโดยชั่งน้ำหนักเป็นกิโลกรัม เกี่ยวกับปัญหาที่ผู้บริโภคมักพบกันบ่อย ๆ ร้อยละ 29.36 ทูเรียนมักเป็นไส้ซิม เต่าเผา รองลงมาร้อยละ 26.97 พบว่าทูเรียนมักเป็นทูเรียนอ่อน เกี่ยวกับแนวความเชื่อพบว่าผู้บริโภคร้อยละ 42.24 มีความเชื่อถือว่าถ้ารับประทานทูเรียนมากๆ จะเกิดอาการร้อนใน รองลงมาร้อยละ 32.61 มีความเชื่อว่าถ้าป่วย เป็นไข้ห้ามรับประทานทูเรียน

แนวความคิดเกี่ยวกับตลาดผลไม้จากการศึกษา พบว่าผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่ ร้อยละ 49.19 มีความคิดเห็นว่าการโฆษณามีส่วนช่วยได้มากในการตัดสินใจเลือกซื้อผลไม้ โดยร้อยละ 44.64 รับประทานสื่อโฆษณาจากทางโทรทัศน์ รองลงมาจะรับประทานจากนิตยสาร และผู้บริโภคร้อยละ 34.55 ที่เคยซื้อผลไม้ที่มีการบรรจุหีบห่อสำเร็จรูป มีความคิดเห็นว่าการบรรจุหีบห่อสำเร็จรูป ทำให้เกิดความสะดวกสบายและผลไม้มีความสะอาด และร้อยละ 65.45 ไม่เคยซื้อผลไม้ที่มีการบรรจุหีบห่อสำเร็จรูป เพราะมีความคิดเห็นว่าการบรรจุหีบห่อสำเร็จรูปทำให้ผลไม้มีราคาแพง ในด้านการปรับปรุงตลาดผลไม้เป็นอันดับแรก ผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับพันธุ์ รองลงมาความสะอาด ราคา และสถานที่ตามลำดับ

ข้อเสนอแนะ

1. ด้านการผลิต ผู้ผลิตควรมีการปรับปรุงพันธุ์ทูเรียนให้เหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภค เพราะจากการศึกษาพบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับพันธุ์เป็นอันดับแรก ในการซื้อทูเรียนมาบริโภค สำหรับด้านแหล่งผลิตทูเรียนพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่นิยมบริโภคทูเรียนจากจังหวัดนนทบุรี จะเห็นได้ว่าแหล่งผลิตก็มีความสำคัญในการตัดสินใจเลือกซื้อทูเรียนมาบริโภค จึงควรมีการปรับปรุงและส่งเสริมการผลิตทูเรียน ในแหล่งผลิตที่ผู้บริโภคให้ความสนใจ พร้อมทั้งสนับสนุนแหล่งผลิตอื่น ๆ ให้มีการปรับปรุงคุณภาพของทูเรียนให้เหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภคด้วย นอกจากนี้ควรให้ความสำคัญกับระยะเวลา ในการเก็บเกี่ยวอย่างมาก เพราะจากการศึกษาพบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ มักจะนิยมซื้อทูเรียนสุกโดยจะบริโภคทันทีหลังจากซื้อ ผู้ผลิตจึงควรเก็บเกี่ยวเฉพาะทูเรียนที่แก่จัดสามารถรับประทานได้ทันที ไม่เป็นทูเรียนอ่อนหรืออมเกินไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. ด้านการค้า จากการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่นิยมซื้อทุเรียนในช่วงกลางฤดู ที่มีทุเรียนออกวางขาย ซึ่งถ้าหากผู้ผลิตมีการร่วมกันจัดตั้งสมาคมผู้ค้าทุเรียน หรือมีการรวมกลุ่มชาวสวนด้วยกัน ทำการผลิตทุเรียนโดยมีการตรวจสอบและรับรองคุณภาพทุเรียนที่จะนำมาจำหน่าย มีการจัดนิทรรศการหรือตลาดนัดในช่วงฤดูกาลทุเรียน อันจะเป็นการเผยแพร่และกระตุ้นให้ผู้บริโภคมีความสนใจและเชื่อถือมากขึ้น เพราะร้อยละ 43.09 ผู้บริโภคจะให้ผู้ชายเป็นผู้เลือกให้ผู้ชายจึงควรมีความซื่อสัตย์ในเรื่องคุณภาพของทุเรียน เป็นที่เชื่อถือของผู้บริโภค

3. ด้านการตลาด แม้ว่าการบรรจุหีบห่อสำเร็จรูป จะยังไม่เป็นที่เผยแพร่ในกลุ่มผู้บริโภคโดยทั่วไป แต่พบว่าผู้บริโภครุ่นหนึ่งให้ความสนใจผลไม้ที่มีการบรรจุหีบห่อสำเร็จรูป โดยเฉพาะในซูเปอร์มาร์เก็ต ซึ่งถ้ามีการพัฒนาส่งเสริมให้เห็นถึงผลดีของการบรรจุหีบห่อสำเร็จรูป ที่ทำให้ผลไม้มีความสะอาด คุณภาพดี น่าซื้อน่ารับประทานและสะดวกสบายในการซื้อบริโภค ก็คาดว่าผลไม้ที่มีการบรรจุหีบห่อสำเร็จรูป จะเป็นที่สนใจของตลาดผู้บริโภคผลไม้สดในไม่ช้านี้

เอกสารอ้างอิง

- ธงชัย สันติวงษ์. 2517. พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด. กรุงเทพมหานคร สำนักพิมพ์-
ไทยวัฒนาพาณิชย์ จำกัด.
- ธงชัย สันติวงษ์ และ ฉายศิลป์ เขียวชาญ. 2513. หลักการบริโภคเบื้องต้น. กรุงเทพ -
มหานคร.
- ฝ่ายวิชาการ ธนาคารกสิกรไทย. 2527. ผลไม้ไทย, กรุงเทพมหานคร เอกสารวิชาการ
ธนาคารกสิกรไทย.
- สมชาย สุคนธ์สิงห์. 2508. การศึกษาลักษณะพันธุ์ทุเรียน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท,
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สมฤทัย ฌรงฤกษ์. 2530. ระบบการตลาดผลไม้สดในกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษานอกฤดู:
ผลไม้ชุก. (ปัญหาพิเศษ), ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตรธุรกิจเกษตร, คณะเทคโนโลยี-
การเกษตร, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า.
- วิศว์สวัสดิ์ วงศ์ประเสริฐสุข. 2530. การศึกษาการส่งออกทุเรียนของประเทศไทย. (ปัญหาพิ-
เศษ), ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร, คณะเทคโนโลยีการเกษตร, สถาบันเทคโนโลยี-
พระจอมเกล้า.
- ดร.อภิสิทธิ์ อีสริยาภูด และ นภาพรณี พรหมชนะ. 2529. การตลาดผลิตผลพืชสวน. ภาควิชา
เศรษฐศาสตร์เกษตร, คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- อำนวยการ แสงโนรี และ อภิสิทธิ์ แก้วฉา. 2529. พฤติกรรมผู้บริโภคชาวสวนในครัวเรือนของ
ชาวกรุงเทพมหานคร. คณะเทคโนโลยีการเกษตร, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า.

๓

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบสอบถาม

พฤติกรรมกรรมการบริหารโคกทูเรียมในเขตกรุงเทพมหานคร

ชื่อผู้ถูกสัมภาษณ์ _____
บ้านเลขที่ _____ หมู่ที่ _____ แขวง _____
เขต _____
ชุมนุมอาคาร _____

ผู้สัมภาษณ์ _____

วันเดือนปี _____

เวลา _____

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5. สถานภาพการสมรส

1. โสด
2. แต่งงานอยู่ด้วยกัน
3. แต่งงานแยกกันอยู่
4. หย่าร้าง
5. หม้าย (ฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดเสียชีวิต)
6. อื่น ๆ (ระบุ) _____

6. ขนาดของครอบครัว

1. 1-3 คน
2. 4-6 คน
3. 7-10 คน
4. มากกว่า 10 คนขึ้นไป

7. อาชีพของท่าน

1. รับราชการ
2. พนักงานรัฐวิสาหกิจ
3. พนักงานบริษัทห้างร้าน
4. ค้าขาย
5. รับจ้าง
6. ทำการเกษตร
7. ธุรกิจส่วนตัว
8. แม่บ้าน
9. อื่น ๆ (ระบุ) _____

8. ฐานะผู้ให้สัมภาษณ์

1. หัวหน้าครอบครัว (ข้ามไปตอบข้อ 10)
2. ไม่ใช่หัวหน้าครอบครัว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

9. ความสัมพันธ์กับหัวหน้าครอบครัว

- | | | | |
|--------------------------|-------|--------------------------|---------------------|
| 1. <input type="radio"/> | บิดา | 5. <input type="radio"/> | บุตร |
| 2. <input type="radio"/> | มารดา | 6. <input type="radio"/> | หลาน |
| 3. <input type="radio"/> | ภรรยา | 7. <input type="radio"/> | ญาติ |
| 4. <input type="radio"/> | สามี | 8. <input type="radio"/> | อื่น ๆ (ระบุ) _____ |

10. ประเภทของที่อยู่อาศัย

1. บ้านโตด
2. ห้องแถว/ตึกแถว
3. ห้องชุด (อพาร์ทเมนต์ แฟลต หรือคอนโดมิเนียม)
4. ที่อยู่อาศัยบนร้านค้า
5. ห้องภายในบ้าน
6. เเพิงพักชั่วคราว
7. อื่น ๆ (ระบุ) _____

11. สถานภาพการครอบครองที่อยู่อาศัย

1. เป็นเจ้าของบ้านและที่ดิน
2. เป็นเจ้าของบ้านแต่เช่าที่ดิน
3. เช่าซื้อ
4. เช่า
5. อยู่โดยไม่ต้องเสียค่าเช่า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 2 ทักษะคิดและระสนิยมในการบริโภคผลไม้

ทุเรียน

12. สาเหตุที่เป็นแรงจูงใจใน

การซื้อผลไม้

1. อยากบริโภคเอง
2. สมาชิกในครอบครัว
อยากบริโภค
3. ชื้อเป็นของฝากหรือ
โอกาสพิเศษ
4. อื่น (ระบุ) _____

13. ช่วงเวลาที่ครอบครัวของ

ท่านนิยมซื้อผลไม้

1. ต้นฤดูที่ออกวางขาย
2. กลางฤดูที่ออกวางขาย
3. ปลายฤดูที่ออกวางขาย
4. นอกฤดูที่ออกวางขาย
5. ตลอดฤดูที่ออกวางขาย
6. อื่น ๆ (ระบุ) _____

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทุเรียน

14. ในช่วงฤดูท่านซื้อมาบริโภค

อย่างไร

1. ซื้อทุกวัน
2. วันเว้นวัน
3. สัปดาห์ละ 3 ครั้ง
4. สัปดาห์ละ 2 ครั้ง
5. อื่น ๆ (ระบุ)

15. ช่วงนอกฤดูท่านซื้อมาบริโภคอย่างไร

1. ไม่ซื้อ
2. ซื้อ

ความบ่อยในการซื้อ

(ระบุเวลา)

16. ในการซื้อท่านคำนึงถึงอะไร

1. พันธุ์ที่ชอบ
2. ลักษณะของผล
3. ขนาดพอเหมาะกับการบริโภค
4. ราคาพอควร
5. แหล่งผลิตที่ตนชอบ
6. อื่น ๆ (ระบุ)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทุเรียน

17. ในการซื้อทานให้ผู้ใดเลือก

ซื้อให้

1. เป็นผู้เลือกเอง
2. ให้ผู้ชายเลือกให้
3. ผู้อยู่ใกล้ขณะนั้น (ที่มีไข่
เพื่อนไปด้วยกัน) เลือกให้
4. อื่น ๆ (ระบุ) _____

18. เวลาที่เก็บผลไม้ไว้บริโภค

1. บริโภคทันทีหลังจากซื้อ
2. เก็บไว้ 1 วัน
3. เก็บไว้ 2 วัน
4. เก็บไว้ 3 วัน
5. เก็บไว้มากกว่า 3 วัน

19. ความรู้สึกที่ท่านซื้อผลไม้

เมื่อเทียบกับผลไม้ชนิดอื่น

1. แพงมาก
2. ปานกลาง
3. ถูก
4. ประเมินไม่ได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทุเรียน

20. รสชาติผลไม้

1. ชอบมาก
2. ปานกลาง
3. ไม่ชอบ
4. ประเมินไม่ได้

21. เวลาทำนซื้อผลไม้สดท่านได้

รับการบรรจุหีบห่อรูปแบบใด

1. กล่อง, ห่อ
2. ถุงพลาสติก, ถุงกระดาษ
3. ไม่ได้รับการบรรจุ
4. อื่น ๆ (ระบุ) _____

22. คำหนิจากแมลง, โรค

1. มีมาก
2. ปานกลาง
3. ไม่มี
4. ประเมินไม่ได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทูลเรียน

23. ความสะดวกในการขนส่ง

1. ยุ่งยากมาก
2. ปานกลาง
3. ไม่อยุ่งยาก
4. ประเมินไม่ได้

24. ท่านซื้อผลไม้จากแหล่งใด

บ่อยครั้งที่สุด

1. ตลาดขายส่งผลไม้ที่สำคัญ
 2. ตลาดสด
 3. ซูเปอร์มาเก็ต
 4. ร้านพ่อค้าขายปลีก
 5. ซื้อจากสวน
 6. แผงผลไม้ริมทางถนน
 7. รถขายผลไม้ในหมู่บ้าน
 8. อื่น ๆ (ระบุ)
-
-

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

25. ลักษณะการซื้อทุเรียนที่ท่านนิยมซื้อบริโภค (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
1. ซื้อเหมาเป็นผลทั้งหมด โดยไม่คำนึงถึงน้ำหนัก
 2. ซื้อเป็นผลโดยชั่งน้ำหนัก เป็นกิโลกรัมตามราคาที่ขาย
 3. ซื้อเป็นผลโดยชั่งน้ำหนัก เป็นกิโลกรัมตามราคาที่ขาย โดยเฉพาะ เนื้อ
 4. ซื้อเฉพาะที่แกะเป็นพู ๆ
 5. อื่น ๆ (ระบุ) _____
26. สภาพของทุเรียนที่ซื้อมาบริโภค (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
1. สุก สามารถนำมาบริโภคได้เลย
 2. ดิบ ยังไม่สามารถนำมาบริโภคได้
 3. อื่น ๆ (ระบุ) _____
27. ท่านนิยมบริโภคทุเรียนในลักษณะใด
1. บริโภคในรูปทุเรียนสด
 2. บริโภคในรูปทุเรียนแช่แข็ง
 3. บริโภคในรูปทุเรียนกวน
 4. บริโภคในรูปขนม เช่น ข้าวเหนียวทุเรียน
 5. อื่น ๆ (ระบุ) _____
28. ลักษณะเนื้อทุเรียนที่ท่านนิยมซื้อมาบริโภค
1. สุกหอม
 2. สุก
 3. ห่าม
 4. ทุเรียนอ่อน
 5. อื่น ๆ (ระบุ) _____

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

29. พันธุ์ทุเรียนที่ท่านรู้จัก (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. ก้านยาว
2. หมอนทอง
3. กระดุม
4. ชะนี
5. กบ
6. ชมพูสี
7. กำปไน
8. ฉัตรสีนาก
9. อื่น ๆ (ระบุ) _____

30. พันธุ์ทุเรียนที่ครอบครัวท่านนิยมซื้อมารับประทานเป็นประจำ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. ก้านยาว
2. หมอนทอง
3. กระดุม
4. ชะนี
5. กบ
6. อื่น ๆ (ระบุ) _____

31. ท่านรู้จักแหล่งผลิตทุเรียนที่ใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____

32. ท่านนิยมบริโภคทุเรียนจากแหล่งผลิตใดบ้าง (เรียงตามลำดับ)

1. _____
2. _____
3. _____

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

33. หลังจากที่ท่านบริโภคทุเรียนแล้ว ท่านมีอาการแพ้อย่างไรบ้าง

1. ร้อนใน
2. คลื่นไส้
3. ผะอืดผะอม
4. เฉย ๆ เป็นปกติ
5. อื่น ๆ (ระบุ) _____

34. ท่านมีแนวความเชื่อในการบริโภคอย่างไรบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. คนเป็นไข้ห้ามรับประทานทุเรียน
2. ถ้าน้ำที่แช่เปลือกทุเรียนมาล้างปากล้างมือจะทำให้ไม่เหม็นกลิ่นทุเรียน
3. ถ้าบริโภคทุเรียนมาก ๆ จะมีอาการร้อนใน
4. อื่น ๆ (ระบุ) _____

35. ท่านมีปัญหาในการซื้อทุเรียนอย่างไรบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. ทุเรียนหาซื้อยาก
2. การขนส่งยุ่งยาก
3. คุณภาพทุเรียนต่ำ
4. ทุเรียนมีอาการไต้ซึ่ม เต่าเผา
5. ทุเรียนอ่อน
6. ทุเรียนเนือบาง
7. ไม่มีความรู้ในการเลือกซื้อทุเรียน
8. อื่น ๆ (ระบุ) _____

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 3 แนวความคิดเกี่ยวกับตลาดทุเรียน

36. สื่อโฆษณาผลไม้ที่ท่านได้รับทราบบ่อยที่สุด

1. โทรทัศน์
2. หนังสือพิมพ์
3. วิทยุ
4. แมกกาซีน
5. ป้ายโฆษณา
6. นิทรรศการต่าง ๆ
7. อื่น ๆ (ระบุ) _____

37. ท่านคิดว่าการโฆษณามีส่วนช่วยในการตัดสินใจเลือกซื้อผลไม้ง่ายขึ้นหรือไม่

1. ช่วยได้น้อยมาก
2. ช่วยได้น้อย
3. ช่วยได้มาก
4. ช่วยได้มากที่สุด
5. ไม่แน่ใจ

38. ท่านคิดว่าการจะปรับปรุงตลาดผลไม้ให้ดีขึ้น ควรปรับปรุงในด้านใดก่อน (เรียงตามลำดับความสำคัญ)

1. ปรับปรุงพันธุ์ให้ดีขึ้น
2. ปรับปรุงความสะดวก
3. ปรับปรุงสถานที่ให้เหมาะสม
4. ปรับปรุงราคา
5. อื่น ๆ (ระบุ) _____

39. ท่านเคยซื้อผลไม้ที่มีการบรรจุหีบห่อสำเร็จรูปหรือไม่

1. เคย
2. ไม่เคย

40. สถานที่ที่มีการบรรจุหีบห่อสำเร็จรูป (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. ตลาดสด
2. ซุปเปอร์มาเก็ต
3. ร้านขายปลีก
4. แผงลอย
5. อื่น ๆ (ระบุ) _____

เอกสารนี้เป็นเอกสารสงวนลิขสิทธิ์ไว้สำหรับการใช้ในงานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

41. ท่านคิดว่า การบรรจุหีบห่อสำเร็จรูปมีผลต่อทางการตลาดอย่างไร

1. _____

2. _____

3. _____



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 4. ลักษณะรายได้

42. สมาชิกในครัวเรือนและการทำงาน

ความสัมพันธ์กับ หัวหน้าครัวเรือน	เพศ	อายุ	สถานภาพ	รายได้ที่ให้
			สมรส	กับครัวเรือน

43. ท่านมีค่าใช้จ่ายในแต่ละเดือนของครอบครัวอย่างไรบ้าง (โดยประมาณ)

- ค่าอาหาร _____ บาท
- ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับเครื่องแต่งกาย _____ บาท
- ค่าน้ำ ค่าไฟ _____ บาท
- ค่าสิ่งอุปโภค _____ บาท
- อื่น ๆ (ระบุ) _____ บาท

44. ท่านมีค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับค่าผลไม้แต่ละสัปดาห์ประมาณ _____ บาท

45. ทรัพย์สินของครอบครัว
- | | มี | ไม่มี |
|----------------------|-----------------------|----------------------------------|
| 1. รถยนต์ส่วนบุคคล | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 2. รถจักรยานยนต์ | <input type="radio"/> | <input checked="" type="radio"/> |
| 3. เครื่องปรับอากาศ | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 4. โทรทัศน์สี | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 5. เครื่องเล่นวีดีโอ | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 6. ตู้เย็น | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้