ใบรับรองปัญหาพิเศษ

ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เรื่อง

พฤติกรรมการบริโภคผักสดในเขตกรุงเทพมหานคร

Consumer Behavior of Fresh Vegetables in Bangkok

ของ

นางสาวนิธิมา เลิศลดาศักดิ์

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตร

วท.บ. (บริหารธุรกิจเกษตร)

เมื่อวันที่ 17 พฤศจิกายน พ.ศ. 2537

อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ _____ 17/พ.ย./37

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์อมรศรี ตันพิพัฒน์)

กรรมการปัญหาพิเศษ _____ 17/พย./37

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์กุลกัญญา ณ ป้อมเพ็ชร์)

หัวหน้าภาควิชาฯ _____ 17/พ.ย./37

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์นิตยา สิทธิโชค)

ฝพ.
ฝ614ฝ
2537

14575

เรื่อง

พฤติกรรมการบริโภคผักสดในเขตกรุงเทพมหานคร

Consumer Behavior of Fresh Vegetables in Bangkok

โดย

นางสาวนิธิมา เลิศลดาศักดิ์

เสนอ

ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)

พ.ศ. 2537

ปพ.
ฮ614พ
2537

เลขหมู่.....
เลขทะเบียน 98022
วัน.เดือน.ปี.....

บทคัดย่อ

ชื่อเรื่อง : พฤติกรรมการบริโภคผักสดในเขตกรุงเทพมหานคร

โดย : นางสาวนิธิมา เลิศลดาศักดิ์

ชื่อปริญญา : วิทยาศาสตรบัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)

สาขาวิชาเอก : บริหารธุรกิจเกษตร

อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ : _____ 19/พ.ย./37

(อมรศรี ตันพิพัฒน์)

ผักสดเป็นผลผลิตที่จำเป็นต่อชีวิตประจำวันของประชากรโดยทั่วไป เนื่องจากให้คุณค่าทางโภชนาการสูงและเป็นแหล่งที่สำคัญของธาตุอาหารและวิตามินหลายอย่าง ปัจจุบันผู้บริโภคส่วนใหญ่มีการศึกษาและมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น รู้จักดูแลสุขภาพพลานามัย เข้าใจเลือกบริโภคอาหารที่มีประโยชน์ จึงได้เห็นคุณค่าและความสำคัญของผักมากขึ้น แต่ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาตลาดผักสดภายในประเทศก็ยังไม่ค่อยพัฒนามากนัก ทั้ง ๆ ที่รายได้ต่อคนของประเทศไทยก็สูงพอที่จะซื้อผักสดซึ่งมีการบรรจุหีบห่อ (PACKING) เพื่อที่จะสะดวกในการถนอมการเก็บรักษาและการขนส่งได้ นอกจากนี้ยังมีคนไทยบางกลุ่มได้ให้ความเอาใจใส่ในเรื่องคุณภาพ (QUALITY) ซึ่งโดยทั่วไปมักมองกันว่าผู้บริโภคชาวไทยชอบซื้อของถูก แต่ความเป็นจริงแล้วอาจเป็นการเข้าใจผิด ถ้าหากผู้ผลิตมีการบรรจุหีบห่อให้เหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภค และหันมาใช้เทคโนโลยีที่เกี่ยวกับคุณภาพของผักแล้ว อาจจะทำให้ตลาดผักภายในประเทศพัฒนาขึ้นและสามารถขยายขนาดตลาดภายในประเทศได้กว้างขวางยิ่งขึ้น จึงเห็นควรที่จะศึกษาพฤติกรรมการบริโภคผักสดในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคผักสด ตลอดจนปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคผักสด ความคิดเห็นและปัญหาในการบริโภคผักสดของผู้บริโภคในปัจจุบัน

ผลการศึกษาปรากฏว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงและสมรสแล้ว มีอายุระหว่าง 31-40 ปี การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มีรายได้ของครอบครัวมากกว่า 24,000 บาทต่อเดือน มีสมาชิกในครอบครัว 4-6 คน ผู้บริโภคที่เป็นแม่บ้านจะเป็นผู้ที่มีอำนาจในการกำหนดรายการอาหารในครอบครัวมากที่สุด โดยส่วนมากจะรับประทานผักสดทุกวัน ผู้บริโภคจะซื้อผักสด

มาประกอบอาหารเอง ซึ่งจะซื้อ 2-3 วันต่อครั้ง ปริมาณการซื้อเฉลี่ยประมาณ 1-2 กิโลกรัม เมื่อซื้อมาแล้วก็จะเก็บไว้ในตู้เย็นเพื่อรอการปรุงอาหารต่อไป สถานที่ที่ผู้บริโภคซื้อผักสดบ่อยที่สุด คือ ตลาดสด เนื่องจากผักมีราคาถูกและสะดวกในการเดินทาง รองลงมา คือ ซุปเปอร์มาร์เก็ต เนื่องจากความสะอาดของร้านและสินค้ามีการคัดเกรด โดยปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผักสด คือ ความสด ความสะอาดและการปลอดสารพิษของผักสด ผู้บริโภคมีความคิดเห็นว่าความสด ราคา สถานที่การจำหน่าย และคุณค่าทางอาหารของผักสดอยู่ในเกณฑ์ดี ส่วนความสะอาด การปลอดสารพิษ และการบรรจุหีบห่อของผักสดอยู่ในเกณฑ์พอใช้ จึงควรที่จะมีการปรับปรุงให้ดีขึ้น ผู้บริโภคส่วนมากจะประสบกับปัญหาการตกค้างของสารเคมีบนผัก

สำหรับข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษาเรื่องนี้ ทางด้านภาครัฐบาลและเอกชนควรที่จะให้การสนับสนุนในการวางแผนการผลิต และดำเนินการผลิตผักให้ปลอดภัยจากสารพิษ กำหนดมาตรการควบคุมพืชผักที่จำหน่ายให้ปลอดสารพิษและมีการออกใบรับรองผักปลอดสารพิษให้แก่ผู้ผลิตเพื่อความมั่นใจของผู้บริโภค รวมทั้งควรมีการสนับสนุนให้มีการวิจัยปรับปรุงหีบห่อการบรรจุผักเพื่อป้องกันหรือลดความเน่าเสียและสามารถรักษาคุณภาพให้สะอาดและสดได้นาน

คำนิยม

ปัญหาพิเศษฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ได้ต้องขอขอบพระคุณ อาจารย์อมรศรี ตันพิพัฒน์ อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ และอาจารย์กุลกัญญา ณ.ป้อมเพ็ชร์ กรรมการปัญหาพิเศษ ที่ได้ให้คำแนะนำและคำปรึกษา ตลอดจนตรวจสอบและแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ เพื่อให้ปัญหาพิเศษฉบับนี้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น นอกจากนี้ขอขอบพระคุณคุณพ่อ คุณแม่ ที่เป็นกำลังใจและให้การสนับสนุนด้านทุนทรัพย์ตลอดมา รวมทั้งขอขอบคุณหน่วยงานทุกแห่งที่ได้ให้ความกรุณาในการให้ข้อมูลเป็นอย่างดี เช่น กลุ่มพืชผัก กองส่งเสริมพืชสวน กรมส่งเสริมการเกษตร กรมการค้าภายใน และขอขอบคุณผู้จัดการของห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลและสยามจัสโก้ ที่อนุญาตให้ทำการเก็บข้อมูลจากการกรอกแบบสอบถามกลุ่มผู้บริโภคบริเวณซุปเปอร์มาร์เก็ต เพื่อใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานและเป็นแนวทางในการศึกษาวิเคราะห์

สุดท้ายนี้ขอขอบคุณเพื่อน ๆ และทุก ๆ คน ที่ได้ให้ความช่วยเหลือในการเก็บข้อมูลภาคสนาม จึงทำให้ปัญหาพิเศษฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยดี

นิธิมา เลิศลดาศักดิ์

17 พฤศจิกายน 2537

สารบาญ

		หน้า
สารบาญตาราง		(3)
สารบาญภาพ		(5)
บทที่ 1	บทนำ	1
	ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา	1
	วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
	ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
	ขอบเขตการศึกษา	3
	นิยามศัพท์	4
	ตรวจเอกสาร	4
	วิธีการศึกษา	7
บทที่ 2	สภาพทั่วไปของผักสด	13
	ความสำคัญของพืชผัก	13
	การผลิตผัก	16
	ลักษณะการผลิตทั่วไป	17
	แหล่งผลิตผัก	18
	พื้นที่ปลูกและผลผลิต	18
	คุณภาพของผลผลิต	20
	ปัญหาการผลิตผัก	21
	การตลาดผัก	22
	ขั้นตอนของการตลาดผัก	23
	ระบบการตลาดสินค้าผักของไทย	26
	วิถีการตลาดผักสด	27
	ปัญหาการตลาดผัก	29
	การส่งออกผัก	31

สารบาญ (ต่อ)

		หน้า
	ปัญหาการส่งออกผัก	33
	แนวโน้มของการพัฒนาพืชผัก	35
	นโยบายกรมส่งเสริมการเกษตรในการผลิตผัก	36
	วิธีการเลือกซื้อผักสำหรับการบริโภค	37
	แหล่งที่ซื้อผัก	38
	วิธีการเลือกซื้อผัก	38
	ตัวอย่างวิธีการเลือกซื้อผัก	40
บทที่ 3	ผลการศึกษา	42
	สภาพทั่วไปของผู้บริโภค	42
	พฤติกรรมการบริโภคผักสด	48
	ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผักสด	61
	ความคิดเห็นและปัญหาในการบริโภคผักสดของผู้บริโภค	65
บทที่ 4	สรุปและข้อเสนอแนะ	74
	สรุป	74
	ข้อเสนอแนะ	77
เอกสารอ้างอิง		78
ภาคผนวก		80

สารบาญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	ปริมาณการบริโภคผักของประชากร พ.ศ. 2529-2533	2
2	สถิติประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2535	9
3	จำนวนประชากรที่เลือกสุ่มตัวอย่างในแต่ละเขตของกรุงเทพมหานคร	11
4	จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนของผู้บริโภคของเขตต่าง ๆ ในกรุงเทพมหานคร	12
5	คุณค่าทางโภชนาการของพืชผักแต่ละชนิด	15
6	พื้นที่ปลูกและผลผลิตรวมพืชผักของประเทศไทย ปี 2531-2536	19
7	ปริมาณและมูลค่าการส่งออกพืชผัก ปี 2531-2536	33
8	เพศ	44
9	อายุ	45
10	สถานภาพสมรส	45
11	จำนวนสมาชิกในครอบครัว	46
12	ระดับการศึกษา	46
13	อาชีพ	47
14	รายได้ของครอบครัวต่อเดือน	48
15	ผู้ที่กำหนดรายการอาหารในครอบครัวผู้บริโภค	49
16	ความถี่ในการรับประทานผักสด	50
17	ชนิดของผักสดที่ผู้บริโภครับประทานบ่อยที่สุด	51
18	เหตุผลของการเลือกรับประทานผักสดชนิดนั้น	53
19	รูปแบบของผักสดที่ผู้บริโภครับประทาน	54
20	ความถี่ในการซื้อผักสดมารับประทานในครอบครัว	54
21	ปริมาณผักสดทั้งหมดที่ผู้บริโภคซื้อเฉลี่ยในแต่ละครั้ง	55
22	การปฏิบัติหลังจากซื้อผักสดมารับประทาน	56
23	พฤติกรรมการซื้อผักสดที่มีการบรรจุหีบห่อสำเร็จรูป	57
24	เหตุผลที่ไม่เคยซื้อผักสดที่มีการบรรจุหีบห่อสำเร็จรูป	57

สารบาญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
25	สถานที่ที่ผู้บริโภคนิยมไปเลือกซื้อผักสด	59
26	เหตุผลในการเลือกซื้อผักสดจากแหล่งตลาดนั้น	60
27	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผักสด	64
28	ความคิดเห็นของการบรรจุหีบห่อผักสดที่ดีขึ้น	65
29	การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับพืชผักที่มีการบรรจุหีบห่อ	66
30	สื่อของการพบข่าวสารทางด้านพืชผัก	67
31	วิธีการเลือกซื้อผักปลอดสารพิษ	69
32	ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผักสดในปัจจุบัน	70
33	ปัญหาในการบริโภคผักสดที่พบในปัจจุบัน	73

สารบาญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	วิถีการตลาดผักสด	30

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา

ผักสดเป็นผลผลิตที่จำเป็นต่อชีวิตประจำวันของประชากรโดยทั่วไปเนื่องจากให้คุณค่าทางโภชนาการสูงและเป็นแหล่งที่สำคัญของธาตุอาหารและวิตามินหลายอย่าง ปัจจุบันผู้บริโภคส่วนใหญ่มีการศึกษาและมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น รู้จักดูแลสุขภาพพลานามัย เข้าใจเลือกบริโภคอาหารที่มีประโยชน์ จึงได้เห็นคุณค่าและความสำคัญของผักมากขึ้น นอกจากนี้ผลจากการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศทำให้ประชาชนมีรายได้เพิ่มขึ้น การบริโภคผักจึงเพิ่มขึ้นด้วย จากสถิติการสำรวจปริมาณการบริโภคผักระหว่าง พ.ศ. 2529-2533 ของสำนักสถิติแห่งชาติ (ตารางที่ 1) แสดงให้เห็นว่าปริมาณการบริโภคผักมีเพิ่มขึ้นทุก ๆ ปี โดยเพิ่มขึ้นจาก 5.1232 ล้านตัน พ.ศ. 2529 เป็น 5.2542 ล้านตัน พ.ศ. 2530 และเพิ่มขึ้นเป็น 5.6484 ล้านตัน ใน พ.ศ. 2533 จะเห็นได้ว่าสัดส่วนของการบริโภคผักมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นเป็นลำดับ

ในการบริโภคผักของประชาชนนั้น จะแตกต่างกันไปตามสภาพเศรษฐกิจและสังคม อาทิเช่น รายได้ ราคาของสินค้า ในจำนวนปัจจัยเหล่านี้รายได้นับเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการบริโภคผัก จากการวิจัยพบว่า ค่าความยืดหยุ่นของค่าใช้จ่ายต่อรายได้สำหรับผักประเภทกินใบและต้นมีค่าเท่ากับ 0.5312 สำหรับผักประเภทกินผลมีค่าเท่ากับ 0.1619 และผักประเภทกินหัว-ราก มีค่าเท่ากับ 0.2154 จะเห็นได้ว่าค่าความยืดหยุ่นของค่าใช้จ่ายต่อรายได้สำหรับผัก 3 ประเภทนี้มีความยืดหยุ่นน้อย นอกจากรายได้แล้วราคาผักก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีผลกระทบต่อค่าใช้จ่ายในการบริโภคผักของประชากร โดยผักประเภทกินใบและต้นเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 0.514 ผักประเภทกินผลเท่ากับร้อยละ 0.526 และผักประเภทกินหัว-รากเท่ากับร้อยละ 0.624 (เจเนต, 2527)

ผักสดที่ผลิตได้ในประเทศไทยรวมแล้วให้ผลผลิตประมาณปีละ 4.2 ล้านตัน และใช้บริโภคภายในประเทศประมาณร้อยละ 74 (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2536) แต่อย่างไรก็ตามตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาตลาดผักสดภายในประเทศก็ยังไม่ค่อยพัฒนามากนัก ทั้ง ๆ ที่รายได้ต่อคน

ของประเทศไทยก็สูงพอที่จะซื้อผักสดซึ่งมีการบรรจุหีบห่อ (PACKING) เพื่อที่จะสะดวกในการถนอมการเก็บรักษาและการขนส่งได้ นอกจากนี้ยังมีคนไทยบางกลุ่มได้ให้ความเอาใจใส่ในเรื่องคุณภาพ (QUALITY) ซึ่งโดยทั่วไปมักมองกันว่าผู้บริโภคชาวไทยชอบซื้อของถูกแต่ความเป็นจริงแล้วอาจเป็นการเข้าใจผิด ถ้าหากผู้ผลิตมีการบรรจุหีบห่อให้เหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภคและหันมาใช้เทคโนโลยีที่เกี่ยวกับคุณภาพของผักแล้ว อาจจะทำให้ตลาดผักภายในประเทศพัฒนาขึ้นและสามารถขยายขนาดตลาดภายในประเทศได้กว้างขวางยิ่งขึ้น ซึ่งถ้าพิจารณาสภาพความต้องการผักสดของประชากรภายในประเทศแล้วกล่าวได้ว่ากรุงเทพมหานครเป็นตลาดใหญ่ที่สำคัญของผักสด ไม่ว่าจะเป็นตลาดขายส่ง ตลาดขายปลีก และอื่น ๆ ได้ขยายตัวไปพร้อม ๆ กับการเจริญเติบโตและการเพิ่มของประชากร ดังนั้นการศึกษาพฤติกรรมและความคิดเห็นของผู้บริโภคจึงมีประโยชน์อย่างยิ่ง เพราะจะสามารถนำผลจากการศึกษานี้ไปช่วยวางแผนการผลิตในท้องที่ต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค และเป็นแนวทางในการปรับปรุงระบบการตลาดให้ดียิ่งขึ้นในอนาคต

ตารางที่ 1 ปริมาณการบริโภคผักของประชากร พ.ศ. 2529-2533

พ.ศ.	ปริมาณการบริโภคผัก (ล้านตัน)
2529	5.1232
2530	5.2542
2531	5.3794
2532	5.5123
2533	5.6484

ที่มา : (สมพร อิศวิลานนท์)

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคผักสดของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร
2. ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคผักสดของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร
3. ศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผักสดในเขตกรุงเทพมหานคร
4. ศึกษาปัญหาการบริโภคผักสดที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคผักสดในเขตกรุงเทพมหานคร
2. ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคผักสดของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร
3. ทราบความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผักสดในเขตกรุงเทพมหานคร
4. เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการผลิต และการตลาดของพืชผักในเขตกรุงเทพ-มหานคร เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค

ขอบเขตการศึกษา

ในการศึกษานี้ผู้ศึกษาได้เลือกจังหวัดกรุงเทพมหานครเป็นจังหวัดที่ใช้ในการศึกษาทั้งนี้เพราะว่ากรุงเทพมหานครมีประชากรอาศัยอยู่มาก รวมทั้งเป็นแหล่งการบริโภคขนาดใหญ่และเป็นศูนย์กลางตลาดผักที่สำคัญของประเทศ ในที่นี้ได้ทำการศึกษาข้อมูลจากประชากรตัวอย่างจำนวน 9 เขต จากการแบ่งเขตการปกครองใหม่ 36 เขต ซึ่งคิดเป็น 1 ใน 4 ของเขตทั้งหมดในกรุงเทพมหานคร

นิยามศัพท์

พฤติกรรมผู้บริโภค (CONSUMER BEHAVIOR) หมายถึง การกระทำของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับ การใช้สินค้า หรือบริการทางเศรษฐกิจ รวมถึงกระบวนการตัดสินใจของบุคคลที่กำหนดให้เกิดการกระทำนั้น

ทัศนคติ (ATTITUDE) หมายถึง ความรู้สึกหรือความคิดเห็นของบุคคลที่มีต่อสิ่งใด โดยความคิดเห็นเหล่านี้จะมีผลต่อพฤติกรรมการแสดงออกของบุคคลนั้น

ผู้บริโภค (CONSUMER) หมายถึง แม่บ้านหรือผู้มีอำนาจในการซื้อผักสดมาบริโภคภายในครอบครัว โดยมีการกำหนดจำนวนตามเขตที่ทำการศึกษา ได้แก่ เขตจตุจักร บางกะปิ บางขุนเทียน บางเขน ปทุมวัน มีนบุรี ยานนาวา ลาดพร้าว และสัมพันธวงศ์

ตรวจเอกสาร

จำเนียร บุญมา และคณะ (2522) ได้ทำการศึกษาเรื่องการผลิตและการตลาดผักในแหล่งผลิตผักที่สำคัญ สรุปได้ว่า กรุงเทพมหานคร นนทบุรี ปทุมธานีและนครปฐม เป็นแหล่งปลูกผักที่สำคัญในภาคกลางพืชผักที่ปลูกในจังหวัดเหล่านี้ได้แก่ พริกใหญ่ พริกสด ผักกาดหัว มะเขือเทศ กะหล่ำปลี และหอมหัวเล็ก ปัจจุบันนี้ระบบการตลาดได้เปลี่ยนแปลงจากเดิมมาก การตลาดผักมีลักษณะเป็นแบบกระจาย ผักที่ผลิตได้ส่วนหนึ่งมิได้เข้ากรุงเทพฯ ทั้งนี้อาจมาจากความเจริญของชุมชนออกนอกตัวเมือง การคมนาคมและอื่น ๆ เป็นต้น ราคาผักมีความเคลื่อนไหวอย่างมากและรวดเร็ว ซึ่งเป็นผลเสียต่อผู้ผลิตและผู้บริโภค นอกจากนี้การดำเนินงานของตลาดยังไม่มีประสิทธิภาพอีกด้วย

นิรนาม (2529) ได้เขียนบทความชื่อเรื่อง ความสำคัญของพืชผัก สรุปได้ว่า พืชผักมีความสำคัญต่อมนุษย์ในฐานะเป็นแหล่งอาหารที่สำคัญคือ ในผักมีสิ่งต่าง ๆ ที่จำเป็นต่อร่างกาย ซึ่งในอาหารชนิดอื่นมีไม่เพียงพอหรือไม่มี พืชผักเป็นแหล่งสำคัญของธาตุอาหารที่จำเป็นต่อร่างกาย

โดยอุดมด้วยธาตุแคลเซียมและธาตุเหล็ก เป็นแหล่งรวมของวิตามินหลายอย่าง ร่างกายของมนุษย์จำเป็นต้องได้รับธาตุอาหารไม่น้อยกว่า 10 ชนิด ในการพัฒนาและควบคุมการเจริญเติบโตของร่างกายให้เหมาะสมเป็นปกติ พืชผักสีเขียวเป็นแหล่งที่มีธาตุอาหารที่จำเป็นต่อร่างกาย เช่น คะน้า บร๊อคโคลี่ ผักกาดเขียว เป็นแหล่งของธาตุแคลเซียม ถั่วต่าง ๆ เป็นแหล่งของธาตุเหล็กและโปรตีน พืชผักประเภทหัว เช่น มันฝรั่ง มันเทศ หอมหัวใหญ่ เป็นแหล่งของธาตุฟอสฟอรัสและคาร์โบไฮเดรต พืชผักสีเขียวและสีเหลือง เป็นแหล่งของวิตามินเอ วิตามินซี ไทอามีน ไนอาซีนและกรดโฟลิค นอกจากนี้ผักยังมีคุณสมบัติช่วยให้ระบบอาหารของร่างกายลดสภาพความเป็นกรดโดยสาเหตุมาจากการย่อยอาหารประเภทเนื้อสัตว์ เนยและอื่น ๆ เยื่อใยของผักช่วยให้ระบบการขับถ่ายของร่างกายเป็นไปอย่างปกติ ลดการเป็นโรคลำไส้ป่วดบวม และมะเร็งในลำไส้ใหญ่ อีกทั้งยังมีผลต่อการลดปริมาณคลอเลสเตอรอล ช่วยลดความอ้วน ช่วยป้องกันโรคไส้ติ่งอักเสบ ผักประเภทที่ให้เยื่อใยคือพวกใบผักต่างๆ เช่น คื่นช่าย กะหล่ำ และผักกาดต่าง ๆ จะมีน้ำสะสมอยู่มาก นอกนั้นจะเป็นพวกเซลลูโลสและเยื่อใย

สุขใจ ธำรงธัญลักษณ์ (2530) ได้เขียนบทความชื่อเรื่อง การส่งออกผักและผลไม้ สรุปได้ว่า ปัจจุบันนี้ผักและผลไม้เป็นสินค้าที่มีศักยภาพในการส่งออกสูง สามารถทำรายได้ให้กับประเทศจากการส่งออกในแต่ละปีคิดเป็นเงินหลายร้อยล้านบาท ขณะเดียวกันยังมีลู่ทางที่จะขยายการผลิตและการตลาดทั้งในและนอกประเทศ อันจะก่อให้เกิดการจ้างงานและเกิดอุตสาหกรรมต่อเนื่อง รวมทั้งการกระจายการผลิตและการกระจายรายได้ระหว่างภูมิภาค โดยปกติแล้วผักและผลไม้ที่ผลิตได้ในประเทศมีปริมาณไม่น้อยกว่า 7-8 ล้านเมตริกตัน ซึ่งมีแหล่งผลิตกระจัดกระจายอยู่ตามภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศ ผลผลิตที่ได้ส่วนใหญ่ใช้ภายในประเทศในรูปของการบริโภคสดและแปรรูปเป็นผักและผลไม้ดอง ตากแห้ง แช่อิ่ม และส่วนที่เหลือนอกจากนี้ส่งออกไปจำหน่ายในต่างประเทศในรูปของผักผลไม้สดและแช่แข็ง ปริมาณที่ส่งออกมีไม่มากนักเมื่อเทียบกับปริมาณที่ผลิตได้กล่าวคือ โดยเฉลี่ยในระยะ 5 ปีที่ผ่านมา ปริมาณส่งออกมีจำนวน 78,000 เมตริกตันหรือคิดเป็นร้อยละ 1 ของปริมาณที่ผลิตได้ และมูลค่าส่งออกเฉลี่ยปีละ 780 ล้านบาทเศษ โดยเป็นการส่งออกผลไม้มากถึงร้อยละ 82 ของปริมาณที่ส่งออก อีกร้อยละ 18 เป็นการส่งออกผัก

วิศิษย์ ประเสริฐจิตรสรร (2533) ได้เขียนบทความชื่อเรื่อง การปลูกผักกางมุ้ง

สรุปได้ว่า พืชผักเป็นอาหารประจำที่มีความสำคัญต่อการบริโภคของประชาชนและต่อเศรษฐกิจของประเทศ พืชผักให้คุณค่าทางโภชนาการสูง และเป็นแหล่งที่สำคัญของพลังงานธาตุอาหาร วิตามิน คาร์โบไฮเดรต ไขมัน โปรตีนและกรดอะมิโนที่จำเป็นต่อร่างกาย ปัจจุบันการบริโภคพืชผักได้เพิ่มมากขึ้นอีกทั้งยังมีการส่งออกต่างประเทศอีกด้วย ทำให้ปริมาณความต้องการพืชผักเพิ่มมากขึ้นอย่างมาก เนื่องจากประเทศไทยมีสภาพภูมิอากาศ และภูมิประเทศที่เอื้ออำนวยเป็นอย่างดีต่อการปลูกผักได้มากมายหลายชนิด พื้นที่การปลูกผักได้เพิ่มมากขึ้นทุก ๆ ปี ปัจจุบันมีพื้นที่ปลูกผักประมาณ 2 ล้านไร่เศษ กระจายอยู่ทั่วทั้งประเทศซึ่งสามารถปลูกได้ทุกฤดูตลอดทั้งปี พืชผักเป็นพืชสำคัญทางเศรษฐกิจของประเทศและมีแนวโน้มที่ดีในอนาคต

จรัส ตรีสุทรรศน์ (2535) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ระบบการตลาดผักและผลไม้ของประเทศไทย สรุปได้ว่า การผลิตผักและผลไม้ในประเทศไทยได้มีวิวัฒนาการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว จากการผลิตแบบครอบครัวมาเป็นการผลิตเพื่อบริโภคภายในประเทศและเป็นการผลิตแบบการค้า และพัฒนามาเป็นการผลิตเพื่อการส่งออกในปัจจุบัน เนื่องจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและรูปแบบการบริโภค (EATING HABITS) ได้เปลี่ยนไป ทำให้ผักและผลไม้กลายเป็นสินค้าเกษตรหรือพืชเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศ ความต้องการของตลาดได้ขยายตัวอย่างรวดเร็ว เพราะสามารถบริโภคในรูปผักสด ผลไม้สด อาหารสำเร็จรูปบรรจุกระป๋อง ซึ่งสามารถเก็บไว้ได้นาน ซึ่งผักและผลไม้เป็นสินค้าที่มีลักษณะอุปทานเป็นตัวกำหนดราคา กล่าวคือ ในภาวะใดที่มีผลิตผลออกสู่ตลาดมากเกินไปหรือที่เรียกว่า "ล้นตลาด" หรือเกินความต้องการของตลาด ระดับราคาผลิตผลก็จะตกต่ำจนเกิดวิกฤตกาล เช่น เกษตรกรเรียกร้องให้รัฐบาลเข้าแทรกแซงตลาดรับซื้อผลิตผล พยุงราคาหรือประกันราคา แต่เนื่องจากระบบการผลิตและการตลาดในประเทศไทยยังขาดประสิทธิภาพ รวมทั้งต้องเผชิญกับปัญหาการส่งออกที่จะต้องขายแข่งกับประเทศอื่น ๆ ในตลาดโลก จึงส่งผลให้เกษตรกรไม่สามารถขายผลผลิตได้ในราคาที่เป็นธรรมเท่าที่ควร

จรัส ตรีสุทรรศน์ (2536) ได้ทำการศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาตลาดสินค้าเกษตรของไทย สรุปได้ว่าการผลิตผักในประเทศไทยได้ขยายตัวขึ้นอย่างรวดเร็วนั้น สาเหตุสำคัญประการหนึ่งเนื่องจากได้มีการพัฒนาอุตสาหกรรมการแปรรูปผลผลิต หรือการนำผลิตผลมาทำเป็นอาหารสำเร็จรูปบรรจุกระป๋อง เพื่อสามารถเก็บไว้ได้นานและส่งออกไปจำหน่ายในต่างประเทศ

มากขึ้นจึงทำให้ความต้องการผักเพิ่มขึ้น ซึ่งในแต่ละปีสามารถนำเงินตราต่างประเทศเข้าประเทศไทยเป็นจำนวนมาก แต่ปรากฏว่าการส่งออกสินค้าประเภทดังกล่าวไม่สอดคล้องกับผลผลิตภายในประเทศที่มีอยู่อย่างเหลือเฟือ จึงจำเป็นจะต้องพัฒนาการผลิตและการตลาดเพื่อให้สามารถส่งออกผักไทยไปขายแข่งขันกับสินค้าจากประเทศอื่นในตลาดโลกให้บังเกิดประสิทธิผล

วิธีการศึกษา

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ เป็นข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

1.1 การสร้างแบบสอบถาม มีขั้นตอนในการสร้างแบบสอบถามและการทดสอบแบบสอบถาม (PRE-TEST) จำนวน 10 ชุด ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างขึ้นเพื่อค้นหาข้อบกพร่องพร้อมทั้งปรับปรุงเพื่อให้แบบสอบถามมีความเหมาะสมตรงตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา โดยแบบสอบถามนี้จะประกอบด้วยคำถามทั้งหมด 4 ตอน คือ

ตอนที่ 1 สภาพทั่วไปของผู้บริโภค

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการบริโภคผักสด

ตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผักสด

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นและปัญหาในการบริโภคผักสดของผู้บริโภค

1.2 การสุ่มตัวอย่าง การสุ่มตัวอย่างของผู้บริโภคเพื่อทำการสัมภาษณ์ตามแบบสอบถามข้างต้นจะทำการสุ่มตัวอย่างจากผู้บริโภคในเขตการศึกษาที่ผู้บริโภครู้จักและสะดวกต่อการเดินทาง โดยกำหนดให้ได้ตัวอย่าง 120 ตัวอย่าง และเพื่อป้องกันแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์จึงได้กำหนดตัวอย่างให้เกินไว้ 9 ตัวอย่าง รวมจำนวนตัวอย่างที่ต้องสำรวจนั้นเป็นจำนวน 129 ราย (ตารางที่ 4) คำนวณโดยใช้

จำนวนตัวอย่างของเขต = สัดส่วนจำนวนบ้านของเขต * จำนวนตัวอย่างทั้งหมด

100

เมื่อได้จำนวนตัวอย่างของเขตที่ทำการสุ่มแล้ว (ตารางที่ 3 และตารางที่ 4) ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (SIMPLE RANDOM SAMPLING) เพื่อเลือกกลุ่มตัวอย่างในแต่ละเขต

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (SECONDARY DATA) เป็นการค้นคว้าหาข้อมูลจากหน่วยงานรัฐบาลและเอกชนที่เกี่ยวข้อง ซึ่งได้รวบรวมไว้แล้วในรูปสถิติ ตัวเลข และเนื้อหาเชิงพรรณนาต่าง ๆ ที่พิมพ์เผยแพร่แล้วและยังไม่พิมพ์เผยแพร่ เช่น กรมการค้าภายใน กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ หอสมุดแห่งชาติ ห้องสมุดจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ห้องสมุดมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ห้องสมุดสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ฯลฯ

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ได้ครบจำนวนแล้วจะนำไปตรวจความถูกต้องเพื่อนำมาวิเคราะห์ดังนี้

1. การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (DESCRIPTIVE ANALYSIS) จะเป็นการเปรียบเทียบพฤติกรรมการบริโภคผักสด ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการบริโภค ความคิดเห็นของผู้บริโภคผักสด ตลอดจนปัญหาในการบริโภคผักสดของผู้บริโภคกลุ่มต่าง ๆ ในเขตกรุงเทพมหานคร

2. การวิเคราะห์เชิงปริมาณ (QUANTITATIVE ANALYSIS) ใช้สถิติอย่างง่ายในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ตามแบบสอบถามมาวิเคราะห์โดยเสนอผลการวิเคราะห์เป็นตาราง (TABLE) และค่าร้อยละ (PERCENTAGE)

ตารางที่ 2 สถิติประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2535 [1/]

เขต	ประชากร	จำนวนบ้าน	ความหนาแน่น	สัดส่วนจำนวนบ้าน
1. จตุจักร	206,144	44,632	4,942	3.71
2. จอมทอง	175,011	39,579	6,803	3.29
3. ดอนเมือง	207,639	48,044	3,519	3.99
4. ดุสิต	177,166	22,666	16,620	1.88
5. ตลิ่งชัน	124,173	30,675	1,558	2.55
6. ธนบุรี	260,986	39,119	30,256	3.25
7. บึงกุ่ม	187,353	43,830	2,680	3.64
8. บางกอกน้อย	142,788	32,355	13,599	2.69
9. บางกอกใหญ่	103,144	23,151	16,690	1.92
10. บางกะปิ	235,322	66,326	4,812	5.51
11. บางขุนเทียน	126,836	36,564	4,091	3.04
12. บางคอแหลม	150,009	25,729	16,631	2.14
13. บางซื่อ	189,698	38,196	16,431	3.17
14. บางพลัด	162,496	36,372	12,695	3.02
15. บางรัก	87,822	21,466	15,864	1.78
16. บางเขน	214,619	53,263	2,827	4.42
17. ปทุมวัน	138,270	24,035	16,522	2.00
18. ประเวศ	204,851	23,099	2,509	1.92
19. ป้อมปราบศัตรูพ่าย	84,107	18,859	43,556	1.57
20. พญาไท	203,412	21,289	19,816	1.77

ตารางที่ 2 (ต่อ)

เขต	ประชากร	จำนวนบ้าน	ความหนาแน่น	สัดส่วนจำนวนบ้าน
21. พระนคร	91,656	20,684	16,556	1.72
22. พระโขนง	207,824	50,343	6,133	4.18
23. ภาษีเจริญ	257,883	61,604	4,788	5.11
24. มีนบุรี	99,040	19,982	569	1.66
25. ยานนาวา	110,888	27,081	6,655	2.25
26. ราชเทวี	65,261	16,984	8,088	1.41
27. ราษฎร์บูรณะ	168,065	48,345	3,970	4.01
28. ลาดกระบัง	67,439	15,308	544	1.27
29. ลาดพร้าว	118,387	34,375	3,885	2.85
30. สัมพันธวงศ์	46,656	14,485	32,627	1.20
31. สาธร	142,229	26,200	15,251	2.18
32. หนองจอก	61,569	9,841	261	0.82
33. หนองแขม	84,515	21,457	1,750	1.78
34. ห้วยขวาง	249,452	50,207	13,485	4.17
35. คลองเตย	250,667	71,724	9,402	5.95
36. คลองสาน	120,900	26,612	19,980	2.21
รวม	5,524,277	1,204,481	11,010	100.00

หมายเหตุ $^{1/}$ ความหนาแน่นมีหน่วยเป็นคนต่อตารางกิโลเมตร

ที่มา : (กองการทะเบียน กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย, 2535)

ตารางที่ 3 จำนวนประชากรที่เลือกสุ่มตัวอย่างในแต่ละเขตของกรุงเทพมหานคร [1/]

เขต	ประชากร	จำนวนบ้าน	ความหนาแน่น	สัดส่วนจำนวนบ้าน
1. จตุจักร	206,144	44,632	4,942	13.91
2. บางกะปิ	235,322	66,326	4,812	20.68
3. บางขุนเทียน	126,836	36,564	4,091	11.40
4. บางเขน	214,619	53,263	2,827	16.60
5. ปทุมวัน /	138,270	24,035	16,522	7.50
6. มีนบุรี	99,040	19,982	569	6.23
7. ยานนาวา	110,888	27,081	6,655	8.44
8. ลาดพร้าว	118,387	34,375	3,885	10.72
9. สัมพันธวงศ์ /	46,656	14,485	32,627	4.52
รวม	1,296,162	320,743		100.00

หมายเหตุ [1/] ความหนาแน่นมีหน่วยเป็นคนต่อตารางกิโลเมตร

ที่มา : (กองการทะเบียน กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย, 2535)

ตารางที่ 4 จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนของผู้บริโภคของเขตต่าง ๆ ในกรุงเทพมหานคร

เขต	จำนวนตัวอย่างที่เก็บ	จำนวนตัวอย่างที่ใช้
1. จตุจักร	18	17
2. บางกะปิ	26	25
3. บางขุนเทียน	15	14
4. บางเขน	21	20
5. ปทุมวัน	10	9
6. มีนบุรี	8	7
7. ยานนาวา	11	10
8. ลาดพร้าว	14	13
9. สัมพันธวงศ์	6	5
รวม	129	120

บทที่ 2

สภาพทั่วไปของผักสด

ความสำคัญของพืชผัก

พืชผักเป็นอาหารประกอบที่มีความสำคัญต่อชีวิตมนุษย์มาก เนื่องจากเป็นพืชที่มีคุณค่าทางอาหารสูง คือ เป็นแหล่งของวิตามิน เกลือแร่และโปรตีน นอกจากนี้ยังมีราคาถูกกว่าเนื้อสัตว์ ซึ่งทำให้ประชากรโดยเฉพาะในแถบทวีปเอเชียบริโภคพืชผักเป็นอาหารหลัก โดยอาจทำมาในรูปอาหารสำเร็จ (Fast food) เช่น มันฝรั่ง เป็นต้น

เราสามารถแยกความสำคัญของพืชผักเป็นข้อ ๆ ได้ดังนี้

1. ความสำคัญด้านคุณค่าทางบริโภค ซึ่งประกอบด้วยลักษณะภายนอก เช่น รูปร่าง (Shape) สี กลิ่น และรส เป็นต้น

รูปร่างหรือโครงสร้างของผักมีความสำคัญต่อการรับประทาน เช่น ผักสลัด ระยะที่เหมาะสมสำหรับรับประทานควรอวบน้ำและสด หากเก็บเกี่ยวระยะที่แก่เกินไปจะมีลักษณะเหี่ยวและมีรสขม

สีของผักก็มีส่วนในการเพิ่มคุณค่าทางบริโภค เช่น สีแดงของมะเขือเทศ, พริก, บีท หรือสีเหลืองของแครอท ฟักทอง หรือสีเขียวของกะหล่ำปลี, ผักกาดเขียวปลี, สลัด หรือสีขาวของผักกาดหัว แตงกวา เป็นต้น ซึ่งจะทำให้ผลผลิตชนิดนั้นน่ารับประทาน และสามารถรับประทานได้มากขึ้น

กลิ่นและรส ความนิยมของกลิ่นและรส ขึ้นอยู่กับประเพณีและความเคยชินของแต่ละท้องที่ ส่วนมากจะมีรสเปรี้ยว เช่น มะเขือเทศ, ผักเสี้ยน รสหวาน เช่น ผักกาดหัว, บีท ข้าวโพดหวาน และที่มีรสขม เช่น มะระ ส่วนพืชผักจำพวกเห็ดก็นิยมนำมาใช้ประกอบอาหาร เนื่องจากมีกลิ่นและรสชาติดี แต่มีคุณค่าทางอาหารต่ำ

2. ความสำคัญด้านคุณค่าทางอาหาร พืชผักเป็นแหล่งอาหารที่สำคัญของมนุษย์ และให้สิ่งต่าง ๆ ที่จำเป็นต่อร่างกาย ซึ่งอาหารชนิดอื่น ๆ มีไม่เพียงพอหรือไม่มี ผักมีคุณสมบัติช่วยให้ระบบย่อยอาหารของร่างกายลดสภาพความเป็นกรด โดยสาเหตุมาจากการย่อยอาหารประเภทเนื้อสัตว์ เนยและอื่น ๆ เยื่อใยของพืชผักช่วยให้ระบบการขับถ่ายของร่างกายเป็นไปอย่างปกติ ลดการเป็นโรคลำไส้ป่วดบวม และมะเร็งในลำไส้ใหญ่ อีกทั้งยังอาจมีผลต่อการลดปริมาณคลอเลสเตอรอล ช่วยลดความอ้วนและป้องกันการเป็นโรคไส้ติ่งอักเสบ พืชผักเป็นแหล่งสำคัญของธาตุอาหารที่จำเป็นต่อร่างกายมนุษย์ โดยอุดมด้วยธาตุแคลเซียมและธาตุเหล็ก เป็นแหล่งที่ให้คุณค่าทางอาหารหลายชนิด เช่น ถั่วต่าง ๆ จะอุดมด้วยโปรตีน พืชผักประเภทหัว เช่น มันฝรั่ง มันเทศ แครอท เป็นแหล่งของคาร์โบไฮเดรท

- พืชผักเป็นแหล่งของธาตุอาหาร ร่างกายมนุษย์จำเป็นต้องได้ธาตุอาหารไม่น้อยกว่า 10 ชนิด ในการพัฒนาการและควบคุมการเจริญเติบโตให้เหมาะสมเป็นปกติ พืชผักสีเขียวเป็นแหล่งที่ดีของธาตุอาหารที่จำเป็นต่อร่างกาย มันฝรั่ง มันเทศ หอมหัวใหญ่และป่วยเหล็ง เป็นแหล่งของธาตุฟอสฟอรัส คะน้า บรอคโคลี่ ผักกาดเขียว เป็นแหล่งของธาตุแคลเซียม ถั่วชนิดต่าง ๆ เป็นแหล่งของธาตุเหล็ก

- พืชผักเป็นแหล่งของเยื่อใย ใบพืชผักต่าง ๆ เช่น คื่นช่าย กะหล่ำ และผักกาดต่าง ๆ จะมีน้ำสะสมอยู่มาก และนอกนั้นเป็นพวกเซลลูโลสหรือเยื่อใย

- พืชผักเป็นแหล่งของวิตามิน พืชผักสีเขียวและสีเหลืองเป็นแหล่งของวิตามินเอ วิตามินซี ไทอามิน ไนอาซิน และกรดโฟลิค (ตารางที่ 5)

จะเห็นได้ว่าพืชผักมีความสำคัญในด้านคุณค่าทางอาหารเป็นอย่างมาก แต่อย่างไรก็ตาม มีพืชผักหลายชนิดที่ไม่สามารถให้โปรตีนหรือกรดอะมิโนที่จำเป็นต่อร่างกายมนุษย์ได้ครบถ้วน ตัวอย่างเช่น ข้าวโพดจะขาดกรดอะมิโนไลซีน และกรดอะมิโนทริปโตแฟน ดังนั้นอาหารประเภทพืชผักจึงควรมีโปรตีนจากเนื้อสัตว์เป็นส่วนประกอบด้วย เพื่อให้ได้กรดอะมิโนที่จำเป็นต่อร่างกายครบถ้วน

ตารางที่ 5 คุณค่าทางโภชนาการของพืชผักแต่ละชนิด (ปริมาณต่อ 100 กรัม) [1/]

ชนิดพืชผัก	โปรตีน (กรัม)	แคลเซียม (มก.)	เหล็ก (มก.)	วิตามินเอ (หน่วยสากล)	วิตามินซี (มก.)
กวางตุ้ง	1.7	102	2.6	3,842	53
กะหล่ำปลี	1.0	73	0.7	168	46
ผักกาดขาว	1.7	121	1.3	350	43
ผักบุ้งจีน	2.7	51	3.3	6,536	10
ผักกะเฉด	4.1	123	2.5	255	33
ถั่วฝักยาว	2.8	42	0.9	570	22
มะเขือเทศ	1.8	23	0.8	15,000	36
แตงกวา	1.1	23	0.7	220	13
พริกขี้หนู	4.1	76	1.6	8,778	32
ต้นหอม	1.6	56	2.2	4,000	51

หมายเหตุ [1/] ตารางแสดงคุณค่าอาหารไทยในส่วนที่กินได้ 100 กรัม

ที่มา : (ประสิทธิ์ โนรี, 2529)

3. ความสำคัญด้านเศรษฐกิจ ปัจจุบันนี้ประเทศไทยมีพืชผักชนิดต่าง ๆ ที่ปลูกกันอย่างมากมายเนื่อใช้ประโยชน์ด้านการบริโภคสด การอุตสาหกรรมเกษตร และการผลิตเมล็ดพันธุ์ ซึ่งมีทั้งใช้บริโภคภายในประเทศและการส่งออก จึงทำให้พืชผักเริ่มมีแนวโน้มที่จะเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศในอนาคต ทั้งนี้โดยอาศัยข้อมูลต่าง ๆ ในการพิจารณา ได้แก่ พื้นที่ปลูกพืชผักในปี 2534 ประเทศไทยมีพื้นที่ที่ใช้ในการปลูกผักทั้งหมดจำนวน 2.2 ล้านไร่ และสามารถให้ผลผลิตทั้งหมดถึง 4.2 ล้านตัน คิดเป็นมูลค่าผักสด 42,000 ล้านบาท ซึ่งผลผลิตที่ผลิตได้ป้อนโรงงานปริมาณ 1.5 ล้านตัน หรือคิดเป็นร้อยละ 35.71 ของปริมาณผักสดที่ผลิตได้ทั่วประเทศ

มูลค่าผักสดป้อนโรงงาน 15,000 ล้านบาท ส่งออกผักสดและแช่แข็งมีปริมาณ 54,538 ตัน มูลค่า 1,083.9 ล้านบาท และส่งออกผักแปรรูปรวมมีปริมาณ 215,174 ตัน มูลค่า 4,316 ล้านบาท (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2536)

การผลิตผัก

การผลิตผักในประเทศไทยได้มีวิวัฒนาการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว จากการผลิตแบบครอบครัวมาเป็นการผลิตเพื่อบริโภคภายในประเทศและเป็นการผลิตแบบการค้า และพัฒนามาเป็นการผลิตเพื่อการส่งออกในปัจจุบัน เนื่องจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและรูปแบบการบริโภค (Eating habits) ได้เปลี่ยนไป ทำให้ผักกลายเป็นสินค้าเกษตรหรือพืชเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศ ความต้องการของตลาดได้ขยายตัวอย่างรวดเร็ว เพราะสามารถบริโภคในรูปผักสด อาหารสำเร็จรูปบรรจุกระป๋องซึ่งสามารถเก็บไว้ได้นาน

ผักเป็นสินค้าที่มีลักษณะอุปทานเป็นตัวกำหนดราคา กล่าวคือ ในภาวะใดที่มีผลิตผลออกสู่ตลาดมากเกินไปหรือที่เรียกว่า "ล้นตลาด" หรือเกินความต้องการของตลาด ระดับราคาผลิตผลก็จะตกต่ำจนเกิดวิกฤตกาล เช่น เกษตรกรเรียกร้องให้รัฐบาลเข้าแทรกแซงตลาดรับซื้อผลิตผล พยุงราคาหรือประกันราคา แต่เนื่องจากระบบการผลิตและการตลาดในประเทศไทยยังขาดประสิทธิภาพ รวมทั้งต้องเผชิญกับปัญหาการส่งออกที่จะต้องขายแข่งกับประเทศอื่น ๆ ในตลาดโลก จึงส่งผลให้เกษตรกรไม่สามารถขายผลผลิตได้ในราคาที่เป็นธรรมเท่าที่ควร

อาชีพการทำสวนผักจะต้องดูแลรักษาการเพาะปลูกอย่างใกล้ชิด เนื่องจากมีโรคและศัตรูพืช ประกอบกับอายุการปลูกสั้นเพียง 2-3 เดือนก็เก็บเกี่ยวได้ และในปีหนึ่งเก็บเกี่ยวได้ 4-5 ครั้ง ซึ่งแตกต่างกับการปลูกผลไม้เก็บผลผลิตได้ครั้งเดียวต่อปี สำหรับพื้นที่เพาะปลูกผักส่วนใหญ่มีขนาด 5-15 ไร่ต่อครัวเรือน และปลูกผักเพียง 4-5 ชนิดเท่านั้น โดยแบ่งพื้นที่ออกเป็นแปลง ๆ แต่ละแปลงจะปลูกผักชนิดหนึ่ง และเมื่อเก็บเกี่ยวแล้วจะต้องเปลี่ยนไปปลูกผักชนิดอื่น ๆ สลับกันไป บางแปลงจะปลูกพืชแซมในขณะที่พืชอีกชนิดหนึ่งใกล้จะเก็บเกี่ยวได้ซึ่งเรียกว่า Relay cropping

ลักษณะการผลิตทั่วไป

ผักที่เกษตรกรนิยมปลูกกันแพร่หลาย มีประมาณ 30-40 ชนิด ซึ่งอาจแบ่งตามลักษณะได้ 3 ประเภท คือ

- ผักประเภทกินใบและต้น ได้แก่ คะน้า ผักกาดขาว กะหล่ำปลี และผักบุ้งจีน เป็นต้น
- ผักประเภทกินผล ได้แก่ มะเขือเทศ มะเขือ พริก ถั่วฝักยาว และฟักทอง เป็นต้น
- ผักประเภทกินหัวและราก ได้แก่ กระเทียม หอมแดง หอมหัวใหญ่ และผักกาดหัว เป็นต้น

ผลผลิตผักสดในแต่ละปีมีปริมาณไม่แน่นอนขึ้นกับสภาพดินฟ้าอากาศ และในช่วงเวลาต่าง ๆ ของปีก็มีปริมาณผักออกสู่ตลาดมากน้อยไม่เท่ากัน เช่น ในฤดูหนาวมีการเพาะปลูกกันมาก แต่มีการปลูกน้อยในช่วงฤดูแล้งและฤดูฝน เพราะในฤดูฝนมีน้ำมากทำให้ผักเกิดการเน่าเสียง่าย และในช่วงฤดูร้อนอากาศแห้งแล้งมากทำให้เกิดการระบาดของแมลงมาก ผักสดส่วนใหญ่มีผลผลิตออกสู่ตลาดทั้งปี แต่จะมีปริมาณมากที่สุดช่วงเดือนธันวาคมถึงกุมภาพันธ์ของทุกปี เนื่องจากเป็นช่วงที่มีอากาศเหมาะสมต่อการเพาะปลูก โดยเฉพาะผักประเภทกินใบ เช่น กะหล่ำปลี ผักกาดขาว ผักกาดหอม ผักชี ผักคะน้า ต้นหอม เป็นต้น

สำหรับต้นทุนการผลิตผักนั้นมีความสลับซับซ้อนในการคำนวณ เนื่องจากสภาพความสมบูรณ์และการดูแลรักษารวมทั้งวิธีการปลูกของแต่ละสวนผักแตกต่างกัน และต้นทุนการผลิตยังขึ้นอยู่กับผลผลิตหรือประสิทธิภาพในการเพาะปลูกในแต่ละท้องที่ของจังหวัดต่าง ๆ จึงเป็นเรื่องรายละเอียดและเป็นการยากที่จะสามารถแจกแจงตัวเลขต้นทุนการผลิตของผลิตผลของแต่ละชนิด ให้ตรงตามความเป็นจริงได้

ส่วนอัตราการสูญเสียของผักสดช่วงจากแหล่งผลิตถึงตลาดขายส่งมีประมาณ 10% ขึ้นอยู่กับชนิดของผัก เนื่องจากการทับถมในภาชนะที่ใส่หรือบรรจุ การสั่นสะเทือนของพาหนะในการ

98022

บรรทุกขนส่ง และการเปลี่ยนแปลงภายในของผักซึ่งต้องการหายใจและคายน้ำ ทำให้น้ำหนักและความสดของผักจะลดน้อยลงไปเป็นลำดับ รวมทั้งเกิดการเน่าเสียหรือช้ำและแห้งเหี่ยว ฯลฯ

แหล่งผลิตผัก

แหล่งผลิตผักสดมีกระจายทั่วทุกภาคของประเทศ ในแต่ละแหล่งผลิตจะปลูกผักชนิดต่าง ๆ กันตามความเหมาะสมของภูมิอากาศและภูมิประเทศในแต่ละภาคที่สำคัญดังนี้

- ภาคกลางและภาคตะวันตก ได้แก่ จังหวัดนนทบุรี ปทุมธานี กรุงเทพฯ นครปฐม เพชรบุรี กาญจนบุรี อ่างทอง สระบุรี และประจวบคีรีขันธ์ เป็นแหล่งปลูกผักคะน้า ถั่วฝักยาว มะเขือยาว มะระจีน แตงกวา ผักกาดขาว ผักกาด ผักกวางตุ้ง ผักกาดหัว ข้าวโพดฝักอ่อน และผักบุ้งจีน เป็นต้น

- ภาคเหนือ ได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่ เชียงราย ลำพูน ลำปาง แพร่ น่าน ตาก และเพชรบูรณ์ เป็นแหล่งผลิตถั่วลันเตา หน่อไม้ฝรั่ง กะหล่ำปลี กะหล่ำปม ถั่วแขก ผักกาดหอม มะเขือเทศ และหอมหัวใหญ่ เป็นต้น นอกจากนี้ยังเป็นแหล่งผลิตผักเมืองหนาวหลายชนิด เช่น มันฝรั่ง กระเทียมจีน และแรดิช เป็นต้น

- ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ จังหวัดหนองคาย สกลนคร บุรีรัมย์ ขอนแก่น และนครราชสีมา เป็นแหล่งผลิตพริก มะเขือเทศ และข้าวโพดฝักอ่อน เป็นต้น

พื้นที่ปลูกและผลผลิต

จากสถิติการปลูกพืชผักของกรมส่งเสริมการเกษตรปี 2531 ประเทศไทยมีพื้นที่เพาะปลูกผักเศรษฐกิจ 30 ชนิด จำนวน 1,113,896 ไร่ ผลผลิตรวม 1.8 ล้านตัน พื้นที่ปลูกและผลผลิตพืชผักของประเทศไทยมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นทุกปี โดยในปี 2535 นี้นที่ปลูกผักเศรษฐกิจของประเทศไทยมีจำนวนเพิ่มขึ้นเป็น 2,215,773 ไร่ ผลผลิตรวม 3.5 ล้านตัน (ตารางที่ 6)

ตารางที่ 6 พื้นที่ปลูกและผลผลิตรวมพืชผักของประเทศไทย ปี 2531-2536

ปี	พื้นที่ปลูก		ผลผลิต	
	ปริมาณ (ไร่)	อัตราเติบโต (ร้อยละ)	ปริมาณ (ตัน)	อัตราเติบโต (ร้อยละ)
2531	1,113,896	-	1,776,866	-
2532	1,229,985	10.42	1,994,154	12.23
2533	1,696,526	37.93	2,855,189	43.18
2534	1,752,266	3.29	3,004,502	5.23
2535 [1/]	1,952,977	11.45	3,197,182	6.41
2536 [1/]	2,215,773	8.85	3,549,559	11.02
อัตราเติบโตเฉลี่ย		14.39		15.61

หมายเหตุ [1/] ตัวเลขประมาณการ

ที่มา : (เจริญ สุขนันตพงศ์, 2537)

อัตราเติบโตเฉลี่ยของพื้นที่ปลูกผักในช่วงเวลา 5 ปีที่ผ่านมา เฉลี่ยร้อยละ 14.39 และผลผลิตของพืชผักมีอัตราเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 15.61

<u>คุณภาพของผลผลิต</u>

เนื่องจากในอดีตเราผลิตผักเพื่อบริโภคเอง จึงไม่พิถีพิถันในเรื่องคุณภาพภายนอกเท่าใดนัก ซึ่งได้แก่ ขนาด รูปร่าง สีสรร ความแก่อ่อน ฉะนั้นเมื่อมีความต้องการตามคุณภาพเพื่อส่งเข้าโรงงานและส่งออก จึงมีปัญหาเรื่องผลผลิตมีคุณภาพดีจำนวนน้อยเพียง 20-30 เปอร์เซ็นต์ของผลผลิตทั้งหมด ผู้ปลูกผักสามารถแยกออกได้เป็น 3 ประเภท ดังนี้ คือ

1. ผู้ปลูกผักเป็นอาชีพ ได้แก่ เกษตรกรซึ่งประกอบอาชีพปลูกผักเป็นอาชีพและปลูกหมุนเวียนตลอดปี พื้นที่ปลูกต่อครอบครัวประมาณ 2-10 ไร่ มีน้อยรายที่ปลูกผักในเนื้อที่มากกว่า 50 ไร่ ใช้แรงงานในครอบครัวและจ้างเป็นครั้งคราว ส่วนใหญ่ไม่ค่อยได้ใช้เครื่องทุ่นแรงแต่ใช้วัสดุการเกษตรคุณภาพดี ราคาสูง เช่น พันธุ์ ปุ๋ย สารเคมี ฯลฯ เกษตรกรประเภทนี้ประกอบอาชีพปลูกผักอยู่ในเมืองใหญ่และปริมณฑล

2. ผู้ปลูกผักหลังทำนา ส่วนใหญ่จะมีอาชีพทำนา และปลูกผักหลังจากการเก็บเกี่ยวข้าวแล้ว พื้นที่ปลูกต่อครอบครัวส่วนใหญ่ประมาณ 2-10 ไร่ ใช้แรงงานในครอบครัวเป็นส่วนใหญ่ มีการจ้างเป็นครั้งคราว ไม่ค่อยใช้เครื่องทุ่นแรง แต่บางรายอาจใช้รถไถช่วยในการเตรียมดิน การลงทุนด้านการเกษตรอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง ไม่นิยมซื้อวัสดุการเกษตรที่มีราคาแพง ชนิดผักที่ปลูก ได้แก่ หอม กระเทียม ถั่วฝักยาว แตงโม แตงกวา ผักกาด กะหล่ำต่าง ๆ และผักฤดูหนาวอื่น ๆ

3. ผู้ปลูกผักเป็นงานอดิเรก จะปลูกผักสวนครัวไว้บริโภคเองในครอบครัว พื้นที่ประมาณ 10-15 ตารางวา เทคโนโลยีการปลูกไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับความสนใจของผู้ปลูก แต่ส่วนใหญ่แล้วจะด้อยกว่าผู้ปลูกสองประเภทแรก

14575

ปัญหาการผลิตผัก

1. เกษตรกรส่วนใหญ่ไม่มีกรรมสิทธิ์ในที่ดิน คือ ชาวไร่ชาวสวนไม่มีที่ดินทำกินเป็นของตนเอง ต้องเช่าที่ทำกินและไม่สนใจบำรุงรักษาที่ดินเท่าที่ควร ทำให้ที่ดินเพาะปลูกเสื่อมโทรมเป็นลำดับ

2. การเพาะปลูกผักมีโรคและศัตรูพืชมาก ทำให้ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการผลิตเป็นค่ายาปราบศัตรูพืชและปุ๋ยเป็นส่วนมาก เกษตรกรไม่ได้รับรู้วิธีการใช้ยาที่ถูกต้อง ส่วนใหญ่จะอ่านจากฉลากยาโดยเสี่ยงทดลองและเรียนรู้ด้วยตนเอง บางครั้งได้สินค้าปลอมปนทำให้ผลผลิตเสียหาย

3. ราคาปุ๋ยและยากำจัดโรคพืชและยาฆ่าแมลงยังมีราคาสูง เนื่องจากต้องนำเข้าจากต่างประเทศ และยังไม่มีการเผยแพร่วิธีทำและใช้ปุ๋ยธรรมชาติให้กว้างขวาง เพื่อลดต้นทุนการผลิต

4. เมล็ดพันธุ์ที่ใช้ปลูก เกษตรกรไม่ได้รับคำแนะนำเกี่ยวกับวิธีคัดเลือกพันธุ์ที่ให้ผลผลิตสูงและทนต่อโรคสำหรับการเพาะปลูกในพื้นที่ ทำให้ได้ผลผลิตน้อยและมีคุณภาพไม่แน่นอน

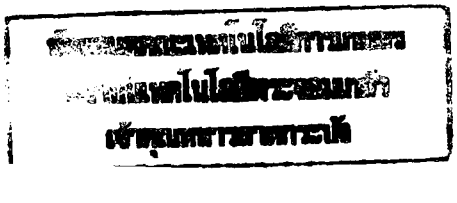
5. ขาดแคลนแหล่งน้ำซึ่งส่งผลกระทบต่อคุณภาพและผลผลิตต่อไร่ ซึ่งเชื่อมโยงไปถึงเรื่องต้นทุนการกระจายหรือการเผยแพร่พันธุ์ยังอยู่ในวงจำกัด หน่วยราชการที่รับผิดชอบเรื่องนี้ยังมิได้ถ่ายทอดเทคโนโลยีแก่ภาคเอกชน ประกอบกับบริษัทเอกชนยังมิได้สนใจจะลงทุนการผลิตในแขนงนี้

6. ชาวนาส่วนใหญ่มีหนี้สินต่อเนื่อง ทำให้ต้องผูกพันธ์กับพ่อค้าอย่างลึกซึ้ง มีปริมาณร้อยละ 55.6 เป็นผลทำให้ไม่สามารถรวมกลุ่มในการสร้างอำนาจต่อรองในด้านราคาจำหน่ายได้

7. เงินลงทุนเพาะปลูกซึ่งเกษตรกรส่วนใหญ่ต้องกู้ยืมจากธนาคารเพื่อการเกษตร ฯ (ธกส.) และธนาคารพาณิชย์ในท้องถิ่นหรือจากพ่อค้านายทุน

8. ปัญหาราคาผักไม่มีเสถียรภาพ คือ ในช่วงใดผลผลิตออกสู่ตลาดมากเกินไปราคาก็จะตกต่ำมาก จนทำให้เกษตรกรต้องขาดทุนในการขายผลิตผลและมีหนี้สินเพิ่มขึ้น แต่ช่วงใดราคาสูงเกษตรกรก็ไม่มีสินค้าจะขาย

9. เกษตรกรยังไม่มีการรวมกลุ่มกันจัดซื้อวัสดุและอุปกรณ์การเกษตร เช่น ปุ๋ย ยากำจัดศัตรูพืช เครื่องมือทางการเกษตร ซึ่งจะช่วยให้สามารถซื้อได้ในราคาได้รับส่วนลดรวมทั้งการรวมกลุ่มกันขายผลิตผลเพื่อเพิ่มอำนาจการต่อรองกับพ่อค้ารับซื้อ



10. ยังไม่มีโกดัง คลังสินค้า ยุ้งฉาง ในระดับไร่นา เพื่อให้เกษตรกรสามารถเก็บผลผลิตในกรณีที่ราคาตกต่ำและต้องชะลอการขาย เพื่อรอภาวะตลาดให้เอื้ออำนวยต่อการนำผลิตผลออกสู่ตลาดต่อไป

11. ชาวสวนไม่ได้รับการฝึกอบรมเกี่ยวกับเทคโนโลยีในการเพิ่มผลผลิตต่อไร่ และความรู้เกี่ยวกับการปฏิบัติหลังการเก็บเกี่ยวผลผลิต เพื่อรักษาคุณภาพของสินค้า เป็นผลทำให้ระดับราคาที่ได้รับต่ำกว่าที่ควรจะได้และสินค้ามีอัตราสูญเสียสูงถึงร้อยละ 4-13

12. ชาวสวนมีความรู้เกี่ยวกับข่าวสารการตลาดน้อยมาก ส่วนใหญ่คิดแต่จะระบายสินค้าให้หมดทันทีในปริมาณมากแทนที่จะทยอยเก็บเกี่ยวหรือหาตลาดใหม่ ๆ ทำให้สินค้าไหลไปรวมศูนย์ที่ปากคลองตลาด จึงจะกระจายไปยังตลาดต่าง ๆ ทั่วกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีอยู่ 203 แห่ง ทั้งที่เป็นตลาดขายส่งและตลาดขายปลีก เป็นผลทำให้ราคาที่ได้รับต่ำมาก

การตลาดผัก

กิจกรรมที่นับเข้าเป็นการตลาด เริ่มจากที่สินค้าถูกเปลี่ยนมือด้วยการซื้อขาย และการรวบรวมเพื่อทำการขนส่ง การแปรรูป การเก็บรักษา จัดแบ่งชั้นชนิดสินค้า การขายส่ง-ปลีก จนสินค้าถึงมือผู้บริโภค ซึ่งในกิจกรรมเหล่านี้มีกิจกรรมแฝง ซึ่งช่วยอำนวยให้กิจกรรมเหล่านี้ดำเนินไปด้วยดี เช่น การจัดการเรื่องเงินและเครดิต การเสี่ยงภัยและการให้บริการข่าวสารการตลาด เช่น ข่าวความเคลื่อนไหวของสินค้า ปริมาณความต้องการสินค้า ปริมาณการผลิต ซึ่งสิ่งเหล่านี้มีความสำคัญและเอื้ออำนวยให้การตลาดดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ

สินค้าผักโดยเฉพาะผักสดมีลักษณะเน่าเสียได้ง่ายและรวดเร็วมาก มีการบอบช้ำง่าย และต้องการการบรรจุที่กินเนื้อที่มาก จึงต้องใช้ความระมัดระวังเป็นพิเศษ ทั้งยังมีระดับการเปลี่ยนแปลงปริมาณที่เข้าสู่ตลาดอย่างไม่สม่ำเสมอด้วย ปัจจัยเหล่านี้ทำให้ระบบการค้าผักมีลักษณะเฉพาะตัวอยู่หลายประการ และมีข้อจำกัดในการปฏิบัติงานอยู่มากมายตลอดเวลา ผู้ค้าผักจะต้องมีความชำนาญและมีความคุ้นเคย มีประสบการณ์มากพอสมควร จึงจะประกอบกิจการนี้ได้

ขั้นตอนของการตลาดผัก

เราสามารถแบ่งขั้นตอนของการตลาดผักได้ 3 ขั้นตอน คือ

1. การเตรียมผักเพื่อส่งตลาด

- การล้าง ผักบางชนิด เช่น ผักกินใบ ผักกินหัวและราก ควรล้างผลผลิตก่อนนำส่งตลาด เพื่อเอาส่วนของดินที่ติดมากับรากและใบออก ทำให้ดูสะอาดได้ราคาดีขึ้นและช่วยทำให้ผักอยู่ในสภาพสดขึ้น เพราะผักกินใบจะเหี่ยวอย่างรวดเร็วหลังจากที่ถูกแสงแดดแม้เพียงเล็กน้อย หลังเก็บเกี่ยวควรใช้น้ำไหลหรือน้ำที่เปลี่ยนบ่อย ๆ สะอาด เพื่อป้องกันการติดเชื้อจุลินทรีย์ทำลายคุณภาพของผัก

- การตัดแต่ง ผักบางชนิด เช่น หอมต้น, กะหล่ำปลี, ผักกินรากต่าง ๆ เป็นต้น ควรได้รับการตกแต่งส่วนที่เน่าเสีย ส่วนที่ผิดปกติในขณะเก็บเกี่ยว เพื่อให้ผลผลิตที่ได้มีลักษณะน่าดูขึ้นทั้งยังช่วยลดค่าใช้จ่ายในการขนส่งและการขนย้าย โดยเฉพาะการขนส่งระยะทางไกล ๆ

- การคัดขนาดและคุณภาพหรือคัดเกรด ผักทุกชนิดควรได้รับการเลือกขนาดและคุณภาพทันทีขณะเก็บเกี่ยวหรือหลังการเก็บเกี่ยว ผักที่อยู่ในเกรดที่ดีย่อมได้ราคาสูง ส่วนเกรดรองลงมา แม้จะได้ราคาต่ำกว่าก็ตาม แต่จะดูน่าซื้อถ้าได้แยกขนาดไว้เป็นพวก ๆ

เกรดที่ตั้งขึ้น มักถือตามลักษณะ ขนาดและคุณภาพ เช่น สี, รูปร่าง, ความสม่ำเสมอ, ความสุกแก่ของผักและจำนวนผักที่เน่าเสีย โดยปกติผักแต่ละชนิดจะแบ่งเกรดไว้ประมาณ 3-5 เกรด มาตรฐานของเกรด ควรเป็นมาตรฐานสากลเดียวกันทั่วทั้งประเทศ ควบคุมหรือตั้งขึ้นโดยหน่วยงาน หรือองค์กรของรัฐ เพื่อพัฒนามาตรฐานของการส่งออกด้วย

สภาพการณ์ในปัจจุบัน ถึงแม้ว่าเกษตรกรส่วนใหญ่ไม่ต้องการคัดขนาดหรือคุณภาพของสินค้าของผลิตผลของตนก็ตาม แต่อย่างน้อยที่สุดควรคัดแยกพันธุ์ เพื่อให้มีขนาดและลักษณะของผลิตผลในแต่ละกลุ่มใกล้เคียงกันมากที่สุด ผักที่ไม่ได้คุณภาพตามที่ตลาดต้องการควรคัด

ทิ้งไปเพื่อลดการสิ้นเปลืองค่าใช้จ่ายในการขนส่ง ไม่ควรผสมผลิตผลที่มีคุณภาพเลวและคุณภาพดีเข้าด้วยกันเพราะจะทำให้ผักทั้งหมดเสียได้รวดเร็วยิ่งขึ้น

- การบรรจุ โดยทั่วไปนิยมใช้เข่งแบบต่าง ๆ บรรจุขนย้ายผัก เพราะสะดวก หาง่าย ราคาถูกแต่จะมีข้อเสียที่ทำให้ผักบอบช้ำ เน่าเสียได้ง่าย ปัจจุบันเริ่มมีการใช้กล่องกระดาษ ลังพลาสติก เพื่อบรรจุขนย้ายผักที่ได้รับการคัดเลือกขนาดและคุณภาพอย่างดี เพื่อการส่งออกและส่งตามซุปเปอร์มาร์เก็ต

2. การขนย้ายและการเก็บรักษา

สินค้าผักสดควรขนย้ายและเก็บรักษาด้วยวิธีการเหมาะสมและถูกต้อง เพื่อรักษาคุณภาพไว้ให้ดีที่สุด โดยหลักการแล้วการขนย้ายและเก็บรักษาควรทำในห้องเย็นเสมอ แต่เนื่องจากต้องลงทุนสูงจึงเป็นไปได้ยาก หรือเป็นไปไม่ได้เลยสำหรับผักหลายชนิด เพราะไม่คุ้มค่าต่อการลงทุน ดังนั้นการขนย้ายและการเก็บรักษา ควรพิจารณาดูตามความเหมาะสมของผักแต่ละชนิด

3. รูปแบบและวิธีการค้าผัก

ผักที่ปลูกเพื่อขายในท้องถิ่น มักไม่ค่อยมีปัญหาเรื่องตลาด ผู้ปลูกสามารถขนย้ายผักสู่ตลาดด้วยตนเอง แต่สำหรับผักที่ปลูกเป็นการค้า ต้องประสบกับปัญหาเรื่องการตลาดที่ยุ่งยากซับซ้อนขึ้น แบบและวิธีการค้าผักสามารถแบ่งออกง่าย ๆ ได้ 4 วิธี

3.1 การค้าโดยตรงแก่ผู้บริโภค เกษตรกรผู้ปลูกหรือสมาชิกภายในครอบครัวอาจไปค้าผักเองที่ตลาดในท้องถิ่นโดยเช่าที่หรือแผงราคาถูก หรืออาจจะใช้ที่ที่เทศบาลจัดไว้ให้ขาย โดยไม่เสียค่าเช่า ผู้ปลูกจะทราบถึงที่ขายในแต่ละวัน และสามารถวางแผนการผลิตตามชนิดและปริมาณที่ตลาดต้องการได้

3.2 การค้าผ่านพ่อค้าคนกลาง เกษตรกรที่ปลูกผักเป็นการค้าขนาดใหญ่ และไม่สามารถนำสินค้าไปขายด้วยตนเองได้ มักต้องผ่านพ่อค้าท้องถิ่นผู้รวบรวมผัก หรือพ่อค้าขายส่งใน

ท้องถิ่น ลักษณะการตลาดแยกออกเป็น 2 แบบ ตามความเจริญของท้องถิ่นนั้น เช่น ในด้านการคมนาคม เป็นต้น

3.2.1 แบบที่ 1 ผู้ปลูก เก็บเกี่ยว ชั่งน้ำหนัก และบรรจุ เพื่อขายแก่พ่อค้าคนกลางที่จะมารับซื้อที่สวนผัก วิธีนี้เกษตรกรมักจะได้รับราคาต่ำ พ่อค้าจะเป็นคนจ่ายค่าขนส่ง การขนย้ายและการเก็บรักษา และต้องรับผิดชอบต่อความเสียหายที่จะเกิดขึ้นด้วย

3.2.2 แบบที่ 2 ผู้ปลูกนำผลิตผลไปขายยังตลาดแก่พ่อค้าทั่วไป หรือพ่อค้าคนกลางเพื่อให้ได้ราคาดีที่สุด แต่บางกรณีเกษตรกรและพ่อค้าคนกลางอาจจะตกลงกันได้ด้วยวิธีการฝากขายและเมื่อขายสินค้าได้แล้วจึงหักค่านายหน้าจากราคาผักที่ขายได้

3.3 <u>การค้าผักผ่านกลุ่มเกษตรกร-กลุ่มสหกรณ์</u> ระบบสหกรณ์สามารถแก้ปัญหาต่าง ๆ ในเรื่องการตลาดผักให้ลดลงได้ โดยทั่วไปสหกรณ์จะเป็นผู้รวบรวมผัก คัดขนาด และคุณภาพ บรรจุขนย้าย และใช้ตราเครื่องหมายสหกรณ์รับประกันคุณภาพสินค้านั้น ทั้งนี้สหกรณ์จะรับภาระในการจัดหาภาชนะบรรจุ เพื่อการขนย้ายและการขายอีกด้วย หรือบางแห่งสหกรณ์จะเป็นเพียงผู้ควบคุมขั้นตอนเหล่านี้เท่านั้น

สมาชิกสหกรณ์จะเสียค่าบริการการตลาดนี้ต่ำที่สุด ซึ่งน้อยกว่าที่จะต้องจ่ายแก่พ่อค้าคนกลาง เพราะว่าสหกรณ์ยึดหลักว่าต้องรักษาผลประโยชน์ของสมาชิกมากที่สุด สหกรณ์ยังทำหน้าที่ในการจัดซื้อปัจจัยการผลิตทางการเกษตรต่าง ๆ เช่น ปุ๋ย, ยาป้องกันศัตรูพืช, เมล็ดพันธุ์และเครื่องมือ เป็นจำนวนมาก เพื่อจำหน่ายแก่สมาชิกในราคาถูก เอากำไรน้อยที่สุด สหกรณ์ที่ก้าวหน้าจะมีการแนะนำอบรมทางวิชาการแก่สมาชิก ในการปรับปรุงเพิ่มผลผลิตและการเตรียมผลผลิตเพื่อส่งตลาด โดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่องการบรรจุและการคัดขนาดคุณภาพ

3.4 <u>การค้าแบบสัญญาล่วงหน้า</u> เป็นการค้าที่ตกลงกันระหว่างผู้ปลูกและผู้ซื้อที่จะรับรองราคาสำหรับปริมาณและคุณภาพสินค้าที่ผลิตขึ้นมา การซื้อขายแบบตามสัญญาได้ผลดีในกรณีที่เกษตรกรปลูกผักเพียงชนิดเดียวหรือสองชนิดเป็นจำนวนมาก มีตลาดที่จะระบายสินค้าแน่นอนจะได้ราคาที่ตนต้องการ ในขณะเดียวกันพ่อค้าก็แน่ใจได้ว่าตนจะมีสินค้าเพื่อจำหน่ายในช่วงเวลาที่ตนต้องการเช่นกัน สามารถวางแผนการตลาดได้อย่างถูกต้อง

พ่อค้าและเกษตรกรจะพยายามตกลงเรื่องราคา โดยถือราคาที่เป็นอยู่ในช่วงที่ผลผลิตนั้นออกสู่ตลาดตามคุณภาพหรือเกรดที่ได้ตกลงกัน รวมทั้งเรื่องการบรรจุและขนส่งด้วย ดังนั้นเกษตรกรจะทราบถึงปริมาณและคุณภาพของผลผลิตที่จะทำการผลิต สามารถวางแผนการผลิตและเตรียมปัจจัยการผลิตต่าง ๆ ได้แก่ ปริมาณเมล็ดพันธุ์, ปุ๋ย, ยาป้องกันกำจัดศัตรูพืชรวมทั้งแรงงาน เป็นต้น

อนึ่ง ควรมีการตกลงเกี่ยวกับความเสียหายที่อาจจะเกิดขึ้น ถ้าผลผลิตได้รับความเสียหาย เนื่องจากภัยทางธรรมชาติ เช่น ฝนแล้ง น้ำท่วม เป็นต้น ผักที่นิยมใช้ระบบการค้าแบบสัญญาล่วงหน้า ได้แก่ หอมหัวใหญ่, หอมแดง, ผักประเภทกินใบ เช่น ผักกาดเขียวปลี ส่งโรงงานทำดองเค็ม, มะเขือเทศ ส่งโรงงานทำเพสท์ (Paste) รวมถึงมะเขือเทศกินผลสดนอกฤดู เป็นต้น

<u>ระบบการตลาดสินค้าผักของไทย</u>

ระบบการตลาดผักและวิถีการตลาดจากสวนผักสู่ผู้บริโภค แบ่งได้เป็น 4 ระดับ คือ

1. <u>ตลาดท้องถิ่น</u> เป็นตลาดที่อยู่ใกล้แหล่งผลิตมากที่สุดและเปิดโอกาสให้เกษตรกรนำพืชผักเข้ามาขายด้วยตนเอง ทำให้เกษตรกรสามารถทราบถึงความต้องการพืชผักทั้งทางด้านปริมาณและคุณภาพของผู้บริโภค เช่น ตลาดประจำหมู่บ้าน ตำบลและอำเภอ เป็นต้น

2. <u>ตลาดขายส่ง</u> ส่วนใหญ่มักเป็นตลาดที่อยู่ในกรุงเทพมหานคร ชานเมืองรอบ ๆ กรุงเทพมหานคร หรือตัวเมืองใหญ่ ๆ เป็นตลาดที่มีพื้นที่กว้าง การคมนาคมสะดวก และมีพ่อค้าคนกลางหลายร้อยรายมารอรับซื้อพืชผักจากเกษตรกร หรือพ่อค้าท้องถิ่นที่รวบรวมมาจากสวนผักอีกต่อหนึ่ง ซึ่งตลาดนี้มักเป็นแหล่งกำหนดราคาพืชผักประจำวัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับปริมาณพืชผักที่เข้าตลาดและความต้องการซื้อผักมากในวันนั้น ๆ โดยราคาที่กำหนดขึ้นมาของพ่อค้าคนกลางในตลาดขายส่งนี้ มักจะไม่แตกต่างกันมากนัก เช่น ตลาดปากคลองตลาด ตลาดสี่มุมเมือง ตลาดมหานาค ตลาดองค์การตลาดฯ ตลาดเมืองใหม่ เชียงใหม่ เป็นต้น

3. ตลาดขายปลีก เป็นตลาดที่อยู่ใกล้ในเมืองหรือในกรุงเทพมหานคร เป็นตลาดที่อยู่ใกล้ตลาดขายส่งแต่มีพื้นที่เล็กกว่า จะมีแผงให้เกษตรกร หรือพ่อค้าขายปลีกนำพืชผักมาวางขายให้แก่ผู้บริโภค เช่น การที่พ่อค้าขายปลีกซื้อพืชผักมาจากตลาดปากคลองตลาด และนำมาวางขายที่ตลาดส่งเสริมเกษตรไทย หรือในจังหวัดเชียงใหม่ซื้อที่ตลาดเมืองใหม่ และนำมาวางขายที่ตลาดวโรรส เป็นต้น

4. ตลาดส่งออก เป็นตลาดต่างประเทศ ซึ่งอาจเป็นกลุ่มประเทศใกล้เคียง (มาเลเซีย, สิงคโปร์, ฮ่องกง และญี่ปุ่น) กลุ่มประเทศทางตะวันออกกลาง (ซาอุดิอาระเบีย และคูเวต) และกลุ่มประเทศยุโรป (เยอรมันตะวันตก และฝรั่งเศส) ทั้งนี้พืชผักที่จะส่งออกจะต้องมีลักษณะสวย ขนาดสม่ำเสมอ คุณภาพดี สดอยู่เสมอ ปราศจากโรคและแมลง รวมทั้งการตกค้างของสารพิษ มีการจัดชั้นคุณภาพ (จัดเกรด) และบรรจุหีบห่อที่แข็งแรง ส่วนผู้ส่งออกที่ดำเนินธุรกิจด้านนี้มักจะสั่งผักจากพ่อค้าคนกลางในตลาดขายส่ง นำมาคัดเกรด และบรรจุหีบห่ออีกครั้ง ปัจจุบันนี้การส่งออกมักมีปัญหาและอุปสรรคดังนี้

- ขาดข้อมูลในเรื่องปริมาณการผลิตพืชผักในประเทศในแต่ละช่วงของปี อย่างแน่นอนหรือผลิตได้ไม่แน่นอน ดังนั้น ทำให้ยากแก่การทำสัญญาซื้อขายและเสียลูกค้าได้ง่าย
- ปัญหาเรื่องโรคและแมลงศัตรูพืชผัก ซึ่งอาจไม่ปลอดโรค หรือมีสารพิษตกค้าง
- การบรรจุหีบห่อไม่ได้มาตรฐาน คุณภาพต่ำ ทำให้ผักเสียคุณภาพ
- ปัญหาการขนส่ง เช่น เที่ยวบินน้อย เนื้อที่บรรทุกมีจำกัดและค่าใช้จ่ายสูงมาก

วิถีการตลาดผักสด

พ่อค้าที่ทำหน้าที่การตลาดพืชผักมีทั้งหมด 7 ประเภท ได้แก่ พ่อค้ารวบรวมผลผลิต (Assemblers) พ่อค้าตัวแทน (Agent Middlemen) พ่อค้าขายส่งขนาดใหญ่ (Wholesalers) พ่อค้าขายส่งขนาดเล็ก (Jobbers) พ่อค้าโรงงานแปรรูป (Processors) พ่อค้าเหล่านี้ล้วนมีส่วนเกี่ยวข้องกับตลาดกลางขายส่งผักสดในกรุงเทพมหานครไม่มากก็น้อย และพ่อค้าแต่ละประเภทจะทำหน้าที่แตกต่างกัน ดังนี้

1. พ่อค้ารวบรวมผลผลิต หมายถึง พ่อค้าซึ่งทำหน้าที่รวบรวมผักสดจากเกษตรกรหรือจากตลาดท้องถิ่นแล้วนำผลผลิตเหล่านั้นไปจำหน่ายให้กับพ่อค้าในตลาดกลางขายส่งในกรุงเทพ พ่อค้ารวบรวมผลผลิตอาจเป็นพ่อค้าขายท้องถิ่น พ่อค้าจรจากต่างจังหวัด และพ่อค้าขายปลีกท้องถิ่นก็ได้

2. พ่อค้าตัวแทน หมายถึง พ่อค้าที่อยู่ในแหล่งผลิต ทำหน้าที่แทนพ่อค้าขายส่งในกรุงเทพฯ เป็นผู้รวบรวมและรับซื้อผลิตผลจากเกษตรกรแล้วส่งไปให้พ่อค้าขายส่งในตลาดกลาง พ่อค้าตัวแทนเป็นบุคคลซึ่งพ่อค้าขายส่งแต่งตั้งขึ้นแล้วส่งไปอยู่ประจำในท้องถิ่นหรืออาจจะเป็นพ่อค้าในท้องถิ่นนั้น ๆ ซึ่งมีความสัมพันธ์กับพ่อค้าขายส่งมานาน ตัวแทนเหล่านี้จะเป็นผู้ช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกให้กับเกษตรกรในเรื่องปัจจัยการผลิต เงินลงทุนในการเพาะปลูก รวมทั้งสินเชื่ออื่น ๆ และเป็นผู้คอยติดตามทวงถามหนี้สินให้กับพ่อค้าขายส่งในตลาดกลางด้วย

3. พ่อค้าขายส่งขนาดใหญ่ หมายถึง พ่อค้าขายส่งซึ่งเป็นผู้ซื้อรายใหญ่ที่สุดในตลาดกลางขายส่งกรุงเทพมหานคร มีปริมาณการซื้อและการขายผักมาก ลูกค้าส่วนใหญ่ ได้แก่ พ่อค้าขายส่งขนาดเล็กในตลาด พ่อค้าขายส่งต่างจังหวัด โรงงานแปรรูป พ่อค้าส่งออก และพ่อค้าขายปลีก โดยปกติพ่อค้าขายส่งขนาดใหญ่จะซื้อผักสดจากเกษตรกรและจากพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่น

4. พ่อค้าขายส่งขนาดเล็ก หมายถึง พ่อค้าขายส่งในตลาดซึ่งซื้อสินค้าในปริมาณที่น้อยกว่าพ่อค้าขายส่งขนาดใหญ่ การซื้อผักสดจากพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นและพ่อค้าขายส่งรายใหญ่ ๆ ส่วนลูกค้า ได้แก่ พ่อค้าปลีกและผู้บริโภค พ่อค้าขายส่งประเภทนี้อาจเรียกว่า ยี่ปั๊ว (Secondary Wholesalers)

5. พ่อค้าโรงงานแปรรูป หมายถึง พ่อค้าที่รับซื้อผักสดแล้วนำไปเข้าโรงงาน เพื่อแปรรูปเป็นผักดองหรือผักกระป๋อง โดยทั่วไปพ่อค้าโรงงานแปรรูปมักรับซื้อผักสดจากเกษตรกรโดยตรงหรือจากพ่อค้าขายส่งรายใหญ่ เมื่อทำการแปรรูปแล้วจึงนำไปจำหน่ายให้แก่ผู้บริโภคต่อไป

6. พ่อค้าส่งออก หมายถึง พ่อค้าที่ส่งผักสดไปจำหน่ายยังต่างประเทศ พ่อค้าส่งออกจะรวบรวมรับซื้อผักสดจากพ่อค้าขายส่งและเกษตรกร พ่อค้าส่งออกต้องการผักที่มีคุณภาพสูง พ่อค้าประเภทนี้มีจำนวนไม่มากรายและส่วนใหญ่อยู่ในกรุงเทพมหานคร

7. พ่อค้าขายปลีก หมายถึง พ่อค้าที่ซื้อผักสดจากพ่อค้าขายส่งรายใหญ่และพ่อค้าขายส่งรายเล็ก จำนวนผักที่ซื้อครั้งละเพียงพอสำหรับการจำหน่ายในวันนั้น ๆ พ่อค้าปลีกจะ

จำหน่ายผักให้แก่ผู้บริโภคเท่านั้น พ่อค้าปลีกมีอยู่หลายประเภท ได้แก่ พ่อค้าที่จำหน่ายในตลาดสด แผงลอย หาบเร่ ร้านค้าทั่วไป และร้านซุปเปอร์มาร์เก็ต

พ่อค้าดังกล่าวข้างต้นเป็นพ่อค้าเอกชนทั้งสิ้น ซึ่งมีส่วนเกี่ยวข้องกับตลาดกลางขายส่งผักสดในกรุงเทพมหานคร สำหรับวิถีทางการหมุนเวียนของผักสดตั้งแต่ระดับไร่นาจนถึงตลาดปลายทางได้แสดงไว้ในภาพที่ 1

ปัญหาการตลาดผัก

1. ตลาดขายส่งในต่างจังหวัดมีน้อยแห่ง สถานที่จำหน่ายคับแคบไม่ถูกสุขลักษณะ การจราจรขนส่งแออัด และยังไม่ได้รับการส่งเสริมและพัฒนาให้มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร

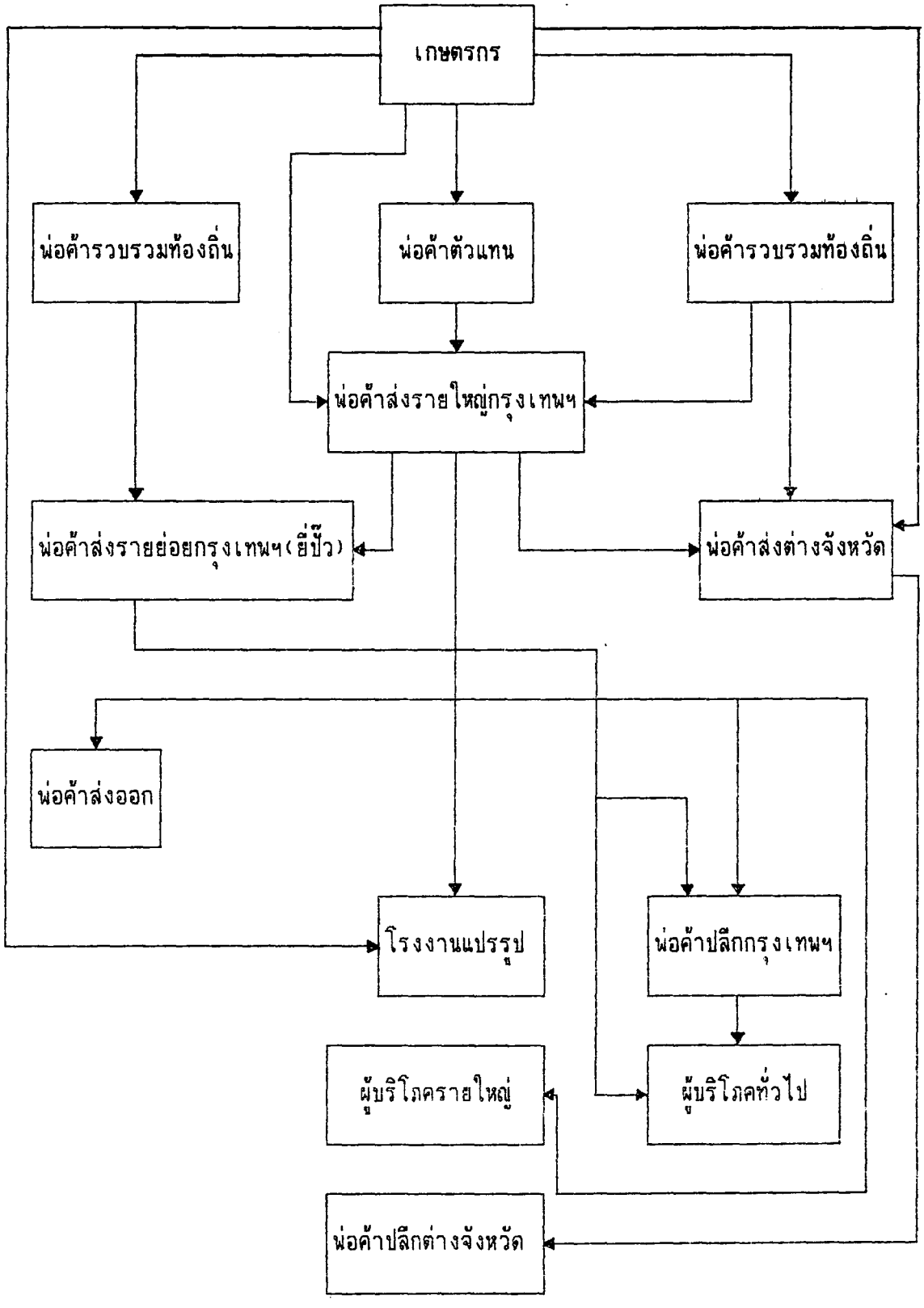
2. ตลาดขายส่งในกรุงเทพมหานครมีน้อยแห่งและสถานที่มีจำกัด มีปัญหาการขนส่งแออัดทำให้โอกาสที่ผู้ค้ารายใหม่จะเข้าร่วมกิจการในด้านการตลาดมีน้อยมาก ไม่เสริมสร้างภาวะการแข่งขัน เนื่องจากมีการผูกขาดปริมาณสินค้าไว้จำหน่ายร้อยละ 77 และสามารถกำหนดราคาสินค้าได้โดยง่าย ทำให้เกษตรกรและผู้บริโภคเดือดร้อนได้

3. ราคาผักในตลาดปากคลองเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในทุกช่วงเวลา เนื่องจากมีปริมาณสินค้าเข้าตลาดตลอดเวลา แต่สถานที่คับแคบและไม่มีที่เก็บรักษา จำเป็นต้องระบายสินค้าที่มีอยู่เพื่อรองรับสินค้าที่เข้าใหม่ในแต่ละช่วงเวลา ซึ่งมีผลทำให้ข่าวสารราคาของทางราชการไม่สอดคล้องกับภาวะที่แท้จริง และไม่สามารถวางแผนการตลาดให้มีประสิทธิภาพ

4. ระบบการซื้อขายของตลาดขายส่งในตลาดปากคลอง ไม่ส่งเสริมการพัฒนาด้านการบรรจุหีบห่อ การคัดเกรดหรือจัดชั้นคุณภาพ ส่วนใหญ่คำนึงแต่ยอดปริมาณซื้อขาย ทำให้มีอัตราการสูญเสียของสินค้าเป็นจำนวนมาก ไม่เป็นผลดีต่อระบบเศรษฐกิจโดยส่วนรวม

5. การจัดการด้านการตลาดไม่เป็นระเบียบ และเอกชนไม่ให้ความสนใจหรือให้ความร่วมมือกับทางราชการในการรวบรวมข้อมูลที่แท้จริง ก่อให้เกิดปัญหาในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อกำหนดนโยบายและแผนในการพัฒนาระบบการตลาดให้มีประสิทธิภาพและมีระเบียบแบบแผน

6. ขาดมาตรการที่จะให้ความคุ้มครอง และขาดปัจจัยกระตุ้นเกษตรกรและผู้บริโภค



ภาพที่ 1 วิถีการตลาดผักสด

ที่มา : (จรัส ตรีสุทรรศน์, 2535)

เกษตรกรไม่ได้รับความคุ้มครองและกระตุ้นเท่าที่ควร จึงตกเป็นฝ่ายเสียเปรียบตลอดเวลา ในขณะที่พ่อค้าขายส่งเป็นผู้กำหนดทั้งราคาซื้อและขาย

7. การกระจายผักสดจากตลาดกลางขายส่งไปตลาดขายปลีก ยังไม่มีประสิทธิภาพ กล่าวคือ ตลาดกลางขายส่งทำหน้าที่กระจายผักสดไปตลาดขายปลีกไม่ทั่วถึง ทำให้ตลาดขายปลีกบางแห่งมีผักมากไปและบางแห่งผักขาดแคลน คุณภาพผักไม่ตรงตามความต้องการของผู้ซื้อ การกระจายผลผลิตล่าช้า การสูญเสียระหว่างรอการจำหน่ายมีมาก ประมาณร้อยละ 10-30

8. สิ่งอำนวยความสะดวกในตลาดที่มีอยู่บกพร่องและไม่เพียงพอ ได้แก่

- การบรรจุหีบห่อ ซึ่งใช้กรรมวิธีง่าย ๆ ไม่ได้มาตรฐาน ภาชนะที่ใช้บรรจุไม่เหมาะสมทำให้เกิดความเสียหายในการขนส่ง และการขนถ่าย เป็นเหตุให้ไม่สามารถพัฒนาระบบการขนส่งและขนถ่ายที่มีประสิทธิภาพได้

- การขนถ่ายสินค้าใช้คนแบกหามทำให้เสียเวลาและสิ้นเปลืองค่าใช้จ่าย ในการขนถ่ายรถบรรทุกต้องจอดรอนานจนเกิดปัญหาการจราจรติดขัด

- การจัดลำดับสินค้าเป็นกรรมวิธีง่าย ๆ ขาดหลักเกณฑ์และไม่มีมาตรฐาน

- ขาดสถานที่สำหรับใช้ในการเก็บรักษาสินค้าโดยเฉพาะ

- การบริการข่าวสารการตลาดไม่มีประสิทธิภาพ ส่วนใหญ่ใช้ประสบการณ์ของพ่อค้าเอง เมื่อพยากรณ์เหตุการณ์ผิดพลาดจะทำให้ราคาเคลื่อนไหวขึ้นลงเสมอ

- ขาดแหล่งสินเชื่อสนับสนุนการค้า

<u>การส่งออกผัก</u>

การผลิตผักในประเทศไทยได้ขยายตัวขึ้นอย่างรวดเร็วนั้น สาเหตุสำคัญประการหนึ่งเนื่องจากได้มีการพัฒนาอุตสาหกรรมการแปรรูปผลผลิต หรือการนำผลิตผลมาทำเป็นอาหารสำเร็จรูปบรรจุกระป๋องเพื่อสามารถเก็บไว้ได้นานและส่งออกไปจำหน่ายในต่างประเทศมากขึ้น จึงทำให้ความต้องการผักเพิ่มขึ้น ซึ่งในแต่ละปีสามารถนำเงินตราต่างประเทศเข้าประเทศไทยเป็นจำนวนมาก แต่ปรากฏว่าการส่งออกสินค้าประเภทดังกล่าวไม่สอดคล้องกับผลผลิตภายในประเทศที่มีอยู่อย่างเหลือเฟือ จึงจำเป็นจะต้องพัฒนาการผลิตและการตลาดเพื่อให้สามารถส่งออกผักไทยไปขายแข่งขันกับสินค้าจากประเทศอื่นในตลาดโลกให้บังเกิดประสิทธิผล

ประเทศไทยมีการส่งออกพืชผักทั้งในรูปผักสด ผักแช่แข็ง ผักกระป๋อง ผักแช่น้ำเกลือ ผักดองน้ำส้ม และผักตากแห้ง ไปยังประเทศต่าง ๆ ได้แก่ ตลาดฮ่องกง สิงคโปร์ มาเลเซีย ประเทศสมาชิกประชาคมยุโรป ประเทศแถบตะวันออกกลาง ได้ขยายตัวขึ้นเป็นลำดับ กล่าวคือ มีการส่งออกผักสด เช่น ถั่วฝักยาว หน่อไม้ฝรั่ง ข้าวโพดฝักอ่อน หน่อไม้ เห็ด หอมหัวใหญ่ พริกต่าง ๆ ฯลฯ โดยการส่งออกผักสดยังอยู่ในวงจำกัด ซึ่งมีการส่งออกมะเขือเทศ หน่อไม้ฝรั่ง เห็ดต้นหอม กระเทียม หน่อไม้ และผักสดอื่น ๆ ปีละไม่เกิน 200 ล้านบาท ส่วนใหญ่ส่งออกไปยังฮ่องกง ญี่ปุ่น มาเลเซีย สิงคโปร์ และเนเธอร์แลนด์ ในการส่งออกผักของไทยไปยังตลาดยุโรปนั้นได้ใช้ตรา "Thai Fresh" ซึ่งขณะนี้เป็นที่รู้จักแพร่หลายแล้ว

ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา กล่าวคือ ตั้งแต่ปี 2531-2536 การส่งออกพืชผักมีสูงขึ้นทั้งปริมาณและมูลค่า คือจากการส่งออกปริมาณทั้งหมดจำนวน 142,712 เมตริกตัน มูลค่า 1,959.5 ล้านบาท ในปี 2531 เป็นปริมาณการส่งออกทั้งสิ้น 180,139 เมตริกตัน มูลค่า 4,357.9 ล้านบาท ในปี 2536 หรือปริมาณเพิ่มขึ้นในอัตราเฉลี่ยร้อยละ 5.93 และมูลค่าเพิ่มขึ้นในอัตราเฉลี่ยร้อยละ 18.99 (ตารางที่ 7)

การส่งออกผักกระป๋องหรือผักที่บรรจุภาชนะอื่น ได้แก่ หน่อไม้ฝรั่งกระป๋อง ขิงดอง เห็ดกระป๋อง ข้าวโพดฝักอ่อนกระป๋อง หน่อไม้กระป๋อง แตงดอง ผักดอง ฯลฯ ส่วนใหญ่ส่งออกไปยังฮ่องกง สิงคโปร์

อนาคตของพืชผักคาดว่าในการส่งออกจะมีปริมาณและมูลค่าเพิ่มขึ้น ในแต่ละปีจะมีอัตราเฉลี่ยของปริมาณการส่งออกเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 5 โดยพืชผักสดและแช่แข็งเป็นสินค้าส่งออกที่ตลาดต่างประเทศกำลังมีความต้องการสูง

การพัฒนาคุณภาพของพืชผักในการส่งออกควรเน้นในเรื่องการปรับปรุงคุณภาพผลผลิตให้ได้มาตรฐานการส่งออก การวางแผนการผลิตให้เหมาะสมเพื่อให้มีปริมาณพืชผักเพียงพอและสม่ำเสมอกับความต้องการในการส่งออก และการผลิตผักให้ปลอดภัยจากสารพิษเป็นสิ่งที่จำเป็นและมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งในการส่งออกเช่นกัน

ตารางที่ 7 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกพืชผัก ปี 2531-2536

ปี	ปริมาณการส่งออก		มูลค่าการส่งออก	
	ปริมาณ (เมตริกตัน)	อัตราเติบโต (ร้อยละ)	มูลค่า (ล้านบาท)	อัตราเติบโต (ร้อยละ)
2531	142,712	-	1,959.50	-
2532	177,019	24.04	2,901.20	48.06
2533	168,897	-4.59	2,943.20	1.45
2534	202,647	19.98	3,975.70	35.08
2535	218,201	7.68	4,582.00	15.25
2536	180,139	-17.44	4,357.90	-4.89
อัตราเติบโตเฉลี่ย		5.93		18.99

ที่มา : (เจริญ สุขนันตพงศ์, 2537)

ปัญหาการส่งออกผัก

1. การปรับปรุงคุณภาพผักเพื่อการส่งออกยังมีคุณภาพไม่ได้มาตรฐานและยังมีปัญหาสารพิษตกค้าง ซึ่งขัดกับระเบียบของประเทศผู้นำเข้า

2. ปัญหาการขนส่งผักจากแหล่งผลิตไปยังจุดหมายปลายทางล่าช้า ทำให้เกิดการเน่าเสียก่อนลำเลียงขึ้นเครื่องบินเพื่อการส่งออก

3. ที่สนามบิน (สนามบินดอนเมืองหรือสนามบินจังหวัดเชียงใหม่) ซึ่งเป็นจุดส่งออกผักยังไม่มีคลังสินค้าหรือห้องพักสินค้าที่สามารถปรับอุณหภูมิได้ เพราะสินค้าต้องมาเก็บพักเพื่อลำเลียงขึ้นเครื่องบิน ซึ่งมีส่วนทำให้สินค้าช้ำและเน่าเสีย

4. บริษัทการบินไทยยังจัดสรรระวางบรรทุกสำหรับส่งออกผักสดในพื้นที่จำกัด ซึ่งทำให้ไม่สามารถขยายการส่งออกได้ตามความต้องการของตลาดต่างประเทศ

5. การบรรทุกสินค้าประเภทนี้ทางเรือ ซึ่งมีห้องเย็นหรือคอนเทนเนอร์ที่สามารถปรับอุณหภูมิได้ยังไม่เพียงพอต่อความต้องการ ซึ่งวิธีนี้จะช่วยให้สามารถบรรทุกสินค้าได้ปริมาณมากและเสียอัตราค่าระวางบรรทุกต่ำกว่าการส่งออกทางเครื่องบิน

6. บริษัทผู้ส่งออกไม่มีการร่วมมือประสานงานกันประกอบธุรกิจส่งออกสินค้าแขนงนี้ ทำให้การส่งออกผักมีการตัดราคากันเอง ซึ่งส่งผลกระทบต่อราคาขายผลิตผลของเกษตรกร และเป็นผลดีต่อประเทศผู้นำเข้า

7. การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารการตลาดต่างประเทศยังมีน้อย ผู้ส่งออกไทยจึงไม่ทราบภาวะความต้องการและความเคลื่อนไหวด้านราคาในต่างประเทศทันต่อเหตุการณ์ ซึ่งเรื่องนี้เป็นปัจจัยสำคัญในการทำธุรกิจส่งออกสินค้า

8. ปัจจุบันมีการประชาสัมพันธ์ผักสดของไทยในตลาดต่างประเทศในวงจำกัด และไม่แพร่หลาย จึงทำให้ชาวต่างประเทศส่วนใหญ่รู้จักผักไทยน้อยมาก

9. ปริมาณผลผลิตและขนาดคุณภาพสินค้าในแต่ละปีไม่แน่นอน สถิติการเพาะปลูกผักสดของกรมส่งเสริมการเกษตรมีไม่ครบทุกชนิด และกรมศุลกากรไม่ได้แยกรายการผักสดแต่ละชนิดที่ส่งออกให้ชัดเจน ก่อให้เกิดปัญหาในการกำหนดแผนการส่งออกผักแต่ละชนิด

10. ผู้ส่งออกส่วนใหญ่ซื้อสินค้าจากตลาดขายส่งในกรุงเทพมหานคร ไม่ได้ซื้อจากเกษตรกรโดยตรง การคัดเลือกและตกแต่งสินค้าจึงมีอัตราสูญเสียสูง ทำให้ได้สินค้าไม่มีคุณภาพและต้นทุนสูง

11. อัตราค่าระวางในการขนส่งผักทั้งทางเรือและอากาศสูง ทำให้ต้นทุนในการจำหน่ายสูง ไม่สามารถแข่งขันกับประเทศคู่แข่งขันที่อยู่ใกล้ตลาดได้ นอกจากนี้ที่ระวางมีจำกัดก่อให้เกิดลักษณะมีการจองล่วงหน้า ทำให้โอกาสของผู้ส่งออกรายใหม่จะบุกเบิกตลาดมีน้อย

แนวโน้มของการพัฒนาพืชผัก

จากการเปลี่ยนแปลงของระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ ตลอดจนแนวทางพัฒนาการเกษตรของรัฐบาลในปัจจุบันและอนาคต พบว่าโอกาสของการผลิตพืชผักยังมีลู่ทางที่แจ่มใส ด้วยเหตุผลดังต่อไปนี้

1. การขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศไทยมีแนวโน้มดี เนื่องจากประเทศไทยมีการพัฒนาและขยายตัวในระบบเศรษฐกิจของประเทศอย่างรวดเร็ว ในระยะเวลา 20 ปีที่ผ่านมาเศรษฐกิจของประเทศขยายตัวถึงร้อยละ 7-8 ต่อปี ซึ่งนับว่าเป็นอัตราการขยายตัวที่สูงและรวดเร็วมาก ปัจจุบันประเทศไทยได้เขยิบฐานะจากประเทศที่ค่อนข้างยากจนมาเป็นประเทศที่มีฐานะปานกลางขั้นต่ำ

จากการที่เศรษฐกิจของประเทศขยายตัวอยู่ในเกณฑ์ดีนี้ มีผลให้รายได้ต่อหัวของประชากรสูงตามไปด้วย ในปี 2531 รายได้ต่อหัวของประชากรไทยเฉลี่ย 28,251 บาท เพิ่มขึ้นเป็น 47,749 บาท ในปี 2535 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 69 ภายในเวลา 5 ปี ซึ่งเมื่อประชากรมีรายได้เพิ่มขึ้น ย่อมส่งผลให้มีการใช้จ่ายเพื่อการบริโภคเพิ่มขึ้น และจากการรายงานการศึกษาของ FAO ชี้ให้เห็นว่าปริมาณความต้องการพืชผักมีความสัมพันธ์กับรายได้ ซึ่งหมายความว่า เมื่อประชาชนมีรายได้สูงขึ้น โดยเฉพาะในเขตชุมชนหรือในเมือง ก็จะมีการใช้จ่ายเงินเพื่อซื้อผักและผลไม้เพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อเปรียบกับข้าว

2. ประเทศไทยมีความได้เปรียบในเรื่องสภาพพื้นที่และภูมิอากาศ ที่สามารถผลิตพืชผลได้ตลอดปี และหลากหลายชนิด ความได้เปรียบนี้มีส่วนทำให้ปริมาณการส่งออกพืชผักของประเทศไทยสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว

3. การผลิตพืชผักมีลักษณะต้องใช้แรงงานสูง ซึ่งปรากฏว่าค่าแรงงานของประเทศไทย เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศพัฒนาอื่น ๆ แล้วยังค่อนข้างต่ำ ทำให้ต้นทุนการผลิตของประเทศไทยต่ำกว่าผู้ผลิตบางประเทศ ประเทศผู้ซื้อจึงหันมาสนับสนุนประเทศไทยให้เป็นแหล่งผลิตใหม่ ที่เห็นชัดเจนได้แก่ หน่อไม้ฝรั่ง ซึ่งเดิมไต้หวันเป็นแหล่งผลิตใหญ่ แต่เนื่องจากปัญหาค่าแรงงานไต้หวันสูงขึ้นมาก ทำให้เป็นโอกาสของประเทศไทย ในการผลิตเพื่อการส่งออกแทน

4. พฤติกรรมการบริโภคอาหารของผู้บริโภค ได้เปลี่ยนแปลงไปมากในปัจจุบัน กล่าวคือ เมื่อประชาชนมีรายได้สูงขึ้น ผู้คนก็มีความระมัดระวังและคำนึงถึงสุขภาพอนามัยมากขึ้น ทำให้มีความต้องการบริโภคอาหารที่มีแคลลอรี่ต่ำแต่อุดมด้วยคุณค่าทางอาหาร ซึ่งพืชผักสามารถสนองความต้องการในการบริโภคนี้ได้อย่างดี

5. นโยบายของรัฐบาล ได้เน้นในเรื่องการปรับโครงสร้างการผลิตทางการเกษตร โดยมีเป้าหมายหลักที่จะสนับสนุนให้เกษตรกรมีรายได้เพิ่มขึ้น โดยมีหลักการสำคัญ คือ สนับสนุนให้เกษตรกรกระจายการผลิตจากสินค้าเกษตรดั้งเดิมที่มีปัญหาไปสู่สินค้าอื่น ๆ ที่มีลู่ทางการตลาดทั้งภายในและต่างประเทศ ซึ่งพืชผักก็เป็นสินค้าเป้าหมายสินค้าหนึ่งที่ตลาดมีความต้องการสูงและมีการส่งออกได้ทั้งสดและแปรรูปด้วย ดังนั้นโอกาสที่จะขยายการผลิตพืชจะมีมากขึ้นอย่างแน่นอน

นโยบายกรมส่งเสริมการเกษตรในการผลิตผัก

1. การส่งเสริมพืชผักสำหรับบริโภคภายในประเทศ เน้นในด้านการส่งเสริมการผลิตพืชผักให้มีปริมาณเพียงพอต่อการบริโภคภายใน การวางแผนการผลิตให้ปริมาณผลผลิตใกล้เคียงกับความต้องการของตลาด การปรับปรุงคุณภาพของผลผลิตและการใช้ประโยชน์จากผลผลิต โดยมีการดำเนินการดังนี้

- ส่งเสริมการปลูกผักอาชีพ ผักสวนครัวและเพาะเห็ดในแหล่งที่ขาดแคลน เพื่อให้มีปริมาณเพียงพอต่อการบริโภคในพื้นที่นั้น ๆ เนื่องจากผักเป็นอาหารที่จำเป็นของมนุษย์และเป็นพืชที่บอบช้ำเน่าเสียง่าย ดังนั้นในท้องที่ที่ห่างไกลทุรกันดาร การขนส่งผักจากแหล่งอื่นเข้าไปเพื่อบริโภคไม่ควรกระทำเพราะนอกจากสูญเสียง่ายแล้วคุณภาพยังลดลงอย่างรวดเร็วอีกด้วย

- ส่งเสริมการปรับปรุงคุณภาพพืชผัก ทั้งในสิ่งที่สามารถมองเห็นได้ เช่น ขนาด รูปร่าง สีสรร และสิ่งที่ไม่สามารถมองเห็น ได้แก่ พิษตกค้างของสารเคมีในพืชผัก

- วางแผนและควบคุมพื้นที่การผลิตพืชเศรษฐกิจที่สำคัญ ได้แก่ หอมแดง หอมหัวใหญ่ และกระเทียม ตามนโยบายของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

- ส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากพืชผักอย่างมีประสิทธิภาพ โดยเป็นการสงวนคุณค่าทางอาหาร และการถนอมอาหารในระดับครัวเรือน

2. <u>การส่งเสริมพืชผักเพื่อการอุตสาหกรรมและส่งออก</u> ส่งเสริมการผลิตพืชผักสำหรับใช้เป็นวัตถุดิบในโรงงานแปรรูป และการส่งออกทั้งในรูปผักสด แช่แข็ง และอื่น ๆ โดยเน้นในเรื่องวางแผนให้ปริมาณผลผลิตสม่ำเสมอและเพียงพอ และคุณภาพดีตามที่ตลาดต้องการ โดยมีแนวทางการส่งเสริม ดังนี้

- ส่งเสริมการผลิตแบบครบวงจร และส่งเสริมการผลิตตามชนิด ปริมาณและคุณภาพที่ตลาดต้องการ สนับสนุนให้มีการซื้อขายแบบมีสัญญาข้อตกลงล่วงหน้า

- ส่งเสริมและสนับสนุนการรวมตัวของผู้ผลิต และสนับสนุนให้ดำเนินการผลิตในเชิงธุรกิจ มีการวางแผนการผลิต ดำเนินการผลิตและการซื้อขายร่วมกันในรูปกลุ่ม

- ส่งเสริมและถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตพืชผักให้ได้คุณภาพ ตลอดจนการประสานงานระหว่างกลุ่มผู้ผลิตและผู้รับซื้อ

3. <u>การส่งเสริมการผลิตเมล็ดพันธุ์ผัก</u> ดำเนินการส่งเสริมให้เกษตรกรผลิตเมล็ดพันธุ์ผักสำหรับใช้ภายในประเทศทั้งพันธุ์ผสมเปิดและลูกผสม โดยศูนย์ขยายพันธุ์พืชของกรมส่งเสริมการเกษตร ซึ่งจะรับเมล็ดพันธุ์หลักจากกรมวิชาการเกษตรและมหาวิทยาลัยต่าง ๆ มาทำการผลิตเป็นเมล็ดพันธุ์จำหน่าย รวมทั้งสนับสนุนให้ภาคเอกชนดำเนินการผลิตเมล็ดพันธุ์ ทั้งเพื่อใช้ภายในประเทศและการส่งออก

4. <u>ส่งเสริมให้มีการผลิตพืชผักให้ปลอดภัยจากสารพิษ</u> จากนโยบายของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ต้องการให้มีการลดปริมาณการใช้สารเคมีในการป้องกันและกำจัดศัตรูพืช เพื่อการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ดังนั้นตั้งแต่ปี 2530 เป็นต้นมา กรมส่งเสริมการเกษตรจึงได้ดำเนินการโครงการป้องกันและกำจัดศัตรูพืชผักแบบผสมผสาน โดยมีการดำเนินการจัดทำแปลงส่งเสริมการผลิตผักในมุ้งตาข่ายไนล่อนและนอกมุ้งตาข่าย โดยอาศัยวิธีการป้องกันกำจัดศัตรูพืชแบบผสมผสานในการป้องกัน

<u>วิธีการเลือกซื้อผักสำหรับการบริโภค</u>

ผักเป็นแหล่งที่สำคัญของคุณค่าทางอาหารหลายอย่างสำหรับมนุษย์ ผักที่มนุษย์บริโภคเป็นประจำทุก ๆ วัน อาจจะได้จากการปลูกผักสวนครัว การเก็บเกี่ยวจากแหล่งที่มีเองโดยธรรมชาติ หรือการซื้อจากตลาด ผักที่ได้มาไม่ว่าจะซื้อจากแหล่งไหนก็ตาม ควรจะเป็นผักที่มี

ความสด มีคุณภาพดี และมีคุณค่าทางอาหารเหมาะสมแก่ร่างกายของมนุษย์ การซื้อผักสำหรับการบริโภคควรจะมีวิธีการเลือกที่ถูกต้อง ทั้งนี้เพื่อจะให้ได้ผักที่มีคุณภาพดีสำหรับการบริโภค

<u>แหล่งที่ซื้อผัก</u>

ผักที่นำมาบริโภคอาจจะได้จากผักสวนครัวหรือซื้อจากตลาดผัก ผักจากพืชผักสวนครัวมีข้อดีหลายอย่าง คือ นอกจากมีราคาถูกแล้ว ผักจากสวนครัวยังเป็นผักสด ๆ ที่เพิ่งเก็บเกี่ยวมาใหม่ ๆ ผู้ปลูกสามารถทะยอยเก็บเกี่ยวได้ตามที่ต้องการ และมีสารเคมีเป็นพิษตกค้างน้อยหรือไม่มีเลย เพราะผู้ปลูกสามารถเลือกใช้วิธีป้องกันและกำจัดศัตรูพืชโดยไม่ใช้สารเคมี

ผักที่ซื้อจากตลาดอาจจะเป็นตลาดขายปลีกที่มีแผงลอยหรือหาบขาย หรือเป็นตลาดขายส่ง ในปัจจุบันมีการใช้รถยนต์กระบะขนาดเล็กบรรทุกทั้งผัก ผลไม้ และเนื้อสัตว์ เข้าไปขายถึงหน้าบ้านตามหมู่บ้านจัดสรรต่าง ๆ ซึ่งอำนวยความสะดวกพอสมควรสำหรับแม่บ้านที่ไม่ต้องการออกไปซื้อพืชผักไกลบ้าน แต่การซื้อพืชผักจากรถยนต์กระบะที่มาขายยังหน้าบ้านมีข้อจำกัดอยู่ประการหนึ่ง คือมีชนิดและปริมาณของผักให้เลือกได้น้อย

ในปัจจุบันมีศูนย์การค้าเพิ่มมากทั้งในกรุงเทพมหานครและต่างจังหวัด ศูนย์การค้าเหล่านี้มักมีซุปเปอร์มาร์เก็ตสำหรับจำหน่ายผักสดด้วย ผักในตลาดซุปเปอร์มาร์เก็ตเป็นที่นิยมของคนหนุ่มสาว และผู้มีรายได้ระดับปานกลางและระดับสูง ผักในซุปเปอร์มาร์เก็ตนี้จะสด มีคุณภาพดี และบรรจุอยู่ในปริมาณที่เหมาะสมกับความต้องการบริโภคแต่ละครั้ง หรือสะดวกที่จะนำกลับไปบ้าน แต่ผักจากซุปเปอร์มาร์เก็ตก็มีราคาแพงกว่าผักที่ซื้อจากแหล่งอื่น ๆ

<u>วิธีการเลือกซื้อผัก</u>

ผักที่มีราคาแพงไม่จำเป็นต้องเป็นผักที่มีคุณภาพดี และมีคุณค่าทางอาหารสูงเสมอไป ขึ้นอยู่กับว่าผู้ซื้อมีความเข้าใจเกี่ยวกับคุณภาพและคุณค่าทางอาหารของผักมากแค่ไหน ผักมีหลายชนิดที่จะให้เลือกซื้อ ดังนั้นผู้ซื้อผักจะต้องมีหลักการหรือวิธีเลือกซื้อผักเพื่อให้ได้ผักที่มีคุณภาพดีและ

มีคุณค่าทางอาหารเหมาะสมต่อร่างกาย วิธีการเลือกซื้อผักไม่ว่าจะเป็นแหล่งไหนก็ตามควรปฏิบัติดังนี้

1. ควรซื้อผักในตอนเช้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งตลาดขายปลีกแผงลอยและตลาดขายส่ง เพราะผักในตอนเช้ายังสดและมีคุณภาพดี ผักยังไม่บอบช้ำมากจากการคัดเลือกโดยผู้ซื้อรายอื่น ๆ

2. ควรซื้อผักตามฤดูกาลผลิต ผักที่มีขายตามฤดูกาลจะมีราคาถูกกว่าผักที่มีขายนอกฤดูเพราะผักที่มีขายนอกฤดูจะมีผลิตผลน้อยและต้นทุนสูง ดังนั้นจึงทำให้ราคาของผักนอกฤดูกาลมีราคาแพงกว่าผักในฤดูกาล เช่น กะหล่ำดอก กะหล่ำปลี บรอคโคลี่ ถั่วลันเตากินฝัก ผักกาดหอมห่อ ผักกาดขาวปลี ป่วยเหล็ง กระเทียมต้น พริกหวาน และหอมหัวใหญ่ ควรซื้อในช่วงเดือนมกราคม-มีนาคม แม้ว่ามะเขือเทศเป็นผักฤดูร้อน แต่ก็ควรซื้อในช่วงนี้ด้วย เพราะฤดูร้อนไม่สามารถปลูกมะเขือเทศได้ดี ผักฤดูร้อน เช่น ถั่วฝักยาว แตงกวา ถั่วพลู มะระ มะเขือ และพริก ควรซื้อในช่วงเดือนมีนาคม-พฤษภาคม พืชผักบางอย่างมักจะสามารถปลูกได้ตลอดปี เช่น ผักบุ้ง คะน้า กระเจี๊ยบ ข้าวโพดหวาน และข้าวโพดฝักอ่อน ผักเหล่านี้จะมีขายในตลาดทั้งปี ดังนั้นราคาอาจจะไม่แตกต่างในช่วงเวลาของแต่ละเดือน อย่างไรก็ตามในฤดูฝนมักจะทำให้ผักมีราคาแพง เพราะไม่สามารถปลูกพืชผักได้ดีในช่วงฤดูฝน เนื่องจากมีโรคและแมลงรบกวนมาก ซึ่งทำให้เพิ่มต้นทุนการผลิตด้วย นอกจากนี้ในฤดูฝนบางครั้งยังทำให้เกิดน้ำท่วม ไม่สามารถปลูกพืชผักได้ หรือฝนตกมาทำให้พืชผักเกิดความเสียหาย สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้สามารถทำให้ผักที่ปลูกในฤดูฝนมีราคาแพงได้

3. ควรเลือกซื้อผักที่สดและกรอบ ผักที่สดและกรอบแสดงถึงอายุหลังเก็บเกี่ยวยังไม่นานเกินไป การคายน้ำและการสูญเสียคุณค่าทางอาหารยังเกิดขึ้นไม่มาก

4. ไม่ควรซื้อผักที่มีคราบหรือสิ่งเปรอะเปื้อน ซึ่งอาจจะเป็นดิน ปุ๋ย หรือสารเคมี ปุ๋ยอาจจะเป็นปุ๋ยคอก ซึ่งสามารถเป็นแหล่งของพยาธิ และเมื่อบริโภคเข้าไปกับพืชผักสามารถทำให้เกิดอันตรายกับร่างกายได้ สารเคมีโดยเฉพาะอย่างยิ่งสารเคมีที่ใช้ปราบศัตรูพืชนั้นเป็นพิษต่อร่างกาย

5. ควรเลือกซื้อปริมาณผักให้เหมาะสมกับความต้องการในแต่ละครั้ง อย่าซื้อผักที่มีราคาถูกแล้วนำไปเก็บรักษา เพราะผักอาจจะเกิดการเน่าเสียได้

6. ไม่ควรซื้อผักที่มีขนาดใหญ่เกินไป ผักที่มีคุณภาพดีไม่จำเป็นต้องมีขนาดใหญ่ ผักที่มีขนาดใหญ่เกินไป บริโภคครั้งเดียวอาจจะไม่หมด ต้องตัดแบ่งออกและเก็บรักษาไว้ ผักที่ตัดแบ่งจะเกิดบาดแผล ทำให้มีการเน่าเสียเร็วและสูญเสียคุณค่าทางอาหารได้ง่าย

7. ไม่ควรซื้อผักที่มีตำหนิ แม้ว่าผักที่มีตำหนิจะมีราคาถูก ตำหนิบนผักอาจจะเป็นแผลลึกลงไปจากผิว เป็นรอยถลอกหรือเป็นรอยบอบช้ำ ผักที่มีตำหนิในลักษณะดังกล่าวจะมีการสูญเสียคุณภาพเร็วระหว่างรอการขายหรือระหว่างการเก็บรักษา

8. อย่าซื้อผักที่มีรูปร่างผิดปรกติ เพราะผักที่มีรูปร่างผิดปรกติมีรสชาติไม่ดี และเนื้อหยาบ

ตัวอย่างวิธีการเลือกซื้อผักบางชนิด

ผักแต่ละชนิดมีวิธีการเลือกซื้อแตกต่างกัน เพราะผักแต่ละชนิดมีลักษณะที่แสดงคุณภาพแตกต่างกัน ต่อไปนี้เป็นตัวอย่างของวิธีการเลือกซื้อผักบางชนิด

1. ผักประเภทสี ผักที่มีสีเป็นสิ่งแสดงถึงความสดหรืออายุที่เหมาะสม สีจะต้องเข้ม ผักกินใบและผลที่ต้องมีสีเขียวเข้มได้แก่ ผักบุ้ง คะน้า ป่วยเหล็ง กระเจี๊ยบ ถั่วฝักยาว ถั่วลันเตากินฝัก และถั่วเหลืองฝักสด ผักกินรากที่ต้องมีสีส้มเข้ม ได้แก่ แครอท ผักกินผลที่เนื้อต้องมีสีเหลืองเข้ม ได้แก่ ฟักทอง ผักกินผลที่ต้องมีสีแดงเข้ม ได้แก่ มะเขือเทศ

2. ผักใช้ราก ได้แก่ แครอท บีท แรดิช เทอร์นิพ และผักกาดหัว (chinese radish) ไม่ควรมีใบติดยกเว้นจะมีการใช้ประโยชน์จากใบด้วย เพราะใบที่ติดมากับส่วนบนของหัว (ราก) ผักเหล่านี้จะทำให้มีการคายน้ำมากและลดความกรอบของผักเหล่านี้

3. มันฝรั่งและหอมหัวใหญ่ ไม่ควรมีการงอก (sprouting) มันฝรั่งมีตารอบ ๆ หัว ตาเหล่านี้สามารถงอกเป็นหน่อหรือต้นพืชใหม่ได้ หอมหัวใหญ่มีตาหรือจุดเจริญเติบโตเพียงจุดเดียวที่จะงอกเป็นหน่อหรือต้นพืชใหม่ ทั้งมันฝรั่งและหอมหัวใหญ่สามารถงอกหน่อใหม่ ถ้าเก็บรักษาไว้ที่อุณหภูมิห้องเป็นเวลานานหลายเดือน ทำให้หัวของมันฝรั่งและหอมหัวใหญ่เหี่ยว เพราะอาหารสะสมที่มีอยู่จะถูกใช้ไปในการหายใจ เพื่อให้ได้พลังงานสำหรับการเจริญเติบโตของต้นใหม่ ทำให้มันฝรั่งและหอมหัวใหญ่ที่แตกหน่อมีคุณภาพไม่ดีสำหรับการบริโภค

4. ผิวของหัวมันฝรั่งไม่ควรมีสีเขียว มันฝรั่งที่ผิวของหัวมีสีเขียวเพราะถูกแสงแดด การถูกแสงแดดนี้อาจจะเกิดขึ้นระหว่างการปลูก โดยหัวมันฝรั่งอยู่ใกล้ผิวดินหรือไม่มีดินกลบหัวด้านบน หรืออาจจะถูกแสงแดดหลังการเก็บเกี่ยวได้ระหว่างการเก็บรักษาหรือระหว่างรอการขาย ผิวของหัวมันฝรั่งที่เป็นสีเขียวมีรสขม สารเคมีที่ทำให้เกิดสีเขียวนี้คือ โซลานีน (solanine) ซึ่งเป็นพิษต่อร่างกาย หน่อของมันฝรั่งที่แตกใหม่มีโซลานีนอยู่ด้วย ดังนั้นจึงควรหลีกเลี่ยงการซื้อมันฝรั่งที่มีสีเขียวและมันฝรั่งที่แตกหน่อด้วย

5. หน่อไม้ฝรั่ง (หน่อเขียว) ต้องอวบและส่วนโคนมีสีขาวน้อยที่สุด แม้หน่อไม้ฝรั่งที่มีขนาดเรียวเล็กจะมีราคาถูก แต่หน่อไม้ฝรั่งลักษณะเช่นนี้มีปริมาณเส้นใยมากและทำให้เหนียว หน่อไม้ฝรั่งที่โคนหน่อมีสีขาวมากจะมีปริมาณเส้นใยมาก เพราะส่วนของโคนหน่อไม้ฝรั่งมีปริมาณเส้นใยมากกว่าส่วนปลายยอด นอกจากนี้ควรเลือกซื้อเฉพาะหน่อไม้ฝรั่งที่ตาบริเวณปลายหน่อยังไม่มีใบคลี่ออก เพราะหน่อไม้ฝรั่งที่ปลายยอดมีใบคลี่ออกแสดงถึงหน่อไม้ฝรั่งมีอายุแก่ ซึ่งจะมีปริมาณเส้นใยมาก หรือหน่อไม้ฝรั่งที่เก็บเกี่ยวมาโดยที่ตาที่ปลายยอดยังไม่มีใบคลี่ออก แต่แม่ค้านำโคนหน่อมาแช่ในถาดน้ำระหว่างรอการขาย เมื่อแช่โคนหน่อนาน ๆ จะทำให้หน่อไม้ฝรั่งเจริญเติบโตตาบริเวณปลายยอดมีใบคลี่ออกและติดตามด้วยการเพิ่มปริมาณเส้นใยในหน่อ

6. ผักที่มีสารเคมีเป็นพิษตกค้างน้อย พืชผักบางชนิดระหว่างอยู่ในแปลงปลูกมีโรคและแมลงรบกวนน้อย ดังนั้นจึงไม่จำเป็นต้องใช้สารเคมีปราบศัตรูพืชมากหรือใช้เพียงเล็กน้อย ผักเหล่านี้ ได้แก่ ผักเครื่องเทศต่าง ๆ (ข่า ตะไคร้ กระเพรา แมงลัก ผักชีฝรั่ง โหระพา สะระแหน่ และยี่หร่า) ผักกาดหอมไข กวางตุ้ง ผักชี บวบ มะรุม กระเจี๊ยบ ฟักทอง กุยช่าย และถั่วพลู

ดังนั้นจะเห็นว่าผักแต่ละชนิดมีวิธีการเลือกซื้อแตกต่างกัน ถ้าเรามีวิธีการเลือกซื้อผักที่ถูกวิธีก็จะทำให้ได้ผักสดที่มีคุณภาพดีสำหรับการบริโภค และมีประโยชน์ต่อร่างกายและซื้อผักในราคาที่ไม่แพงเกินไป

บทที่ 3

ผลการศึกษา

ในการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคผักสดในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งใช้แบบสอบถามประกอบการสัมภาษณ์ผู้บริโภคโดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญจำนวน 9 เขต ได้แก่ เขตจตุจักร บางกะปิ บางขุนเทียน บางเขน ปทุมวัน มีนบุรี ยานนาวา ลาดพร้าว และสัมพันธวงศ์ ได้เก็บรวบรวมข้อมูลทั้งหมดจำนวน 120 ตัวอย่าง จึงขอเสนอผลการศึกษา ดังนี้

1. สภาพทั่วไปของผู้บริโภค
2. พฤติกรรมการบริโภคผักสด
3. ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผักสด
4. ความคิดเห็นและปัญหาในการบริโภคผักสดของผู้บริโภค

ตอนที่ 1 สภาพทั่วไปของผู้บริโภค

ข้อมูลที่ศึกษาเกี่ยวกับผู้บริโภคจำนวน 120 ตัวอย่าง ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส จำนวนสมาชิกในครอบครัว ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ของครอบครัว มีดังนี้

เพศ

ผู้บริโภคที่ทำการศึกษามีจำนวน 120 คน แบ่งเป็นเพศชาย จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 19.17 เป็นเพศหญิง จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 80.83 (ตารางที่ 8)

อายุ

พบว่าช่วงอายุ 31-40 ปี มีจำนวนผู้บริโภคสูงสุดคือ 44 คน คิดเป็นร้อยละ 36.67

รองลงมาคือ ช่วงอายุ 41-50 ปี มีจำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 27.50 ช่วงอายุ 21-30 ปี มีจำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 24.17 ช่วงอายุ 51 ปีขึ้นไป มีจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 9.16 และช่วงอายุต่ำกว่า 21 ปี มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50 (ตารางที่ 9)

สถานภาพสมรส

ผู้บริโภคส่วนใหญ่สมรสแล้ว มีจำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 59.17 มีผู้บริโภคที่เป็นโสด จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 37.50 และเป็นหม้าย มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 3.33 (ตารางที่ 10)

จำนวนสมาชิกในครอบครัว

ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะมีสมาชิกในครอบครัว 4-6 คน มีจำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 62.50 รองลงมาคือ จำนวนสมาชิก 1-3 คน มีจำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 22.50 จำนวนสมาชิก 7-9 คน มีจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 13.33 และจำนวนสมาชิกมากกว่า 9 คน มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.67 (ตารางที่ 11)

ระดับการศึกษา

ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีมากที่สุด มีจำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 45 รองลงมาคือ ระดับอาชีวศึกษาหรือเทียบเท่า มีจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 17.50 ระดับมัธยมศึกษา มีจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 16.67 ระดับประถมศึกษา มีจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 และระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 8.33 (ตารางที่ 12)

อาชีพ

จากการสำรวจผู้บริโภคส่วนใหญ่จะประกอบอาชีพรับราชการ มีจำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 23.33 รองลงมาคือ ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว มีจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 18.33 รับจ้างเท่ากับแม่บ้าน มีจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 14.17 พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 6.67 (ตารางที่ 13)

รายได้ต่อเดือนของครอบครัว

รายได้ต่อเดือนของครอบครัวผู้บริโภคกำหนดแบ่งออกเป็น 6 ช่วง โดยครอบครัวผู้บริโภคส่วนใหญ่มีรายได้มากกว่า 24,000 บาท มีจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 30 รองลงมามีรายได้ 12,001-16,000 บาท มีจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 20.83 รายได้ 8,000-12,000 บาท มีจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 16.67 รายได้ 20,001-24,000 บาท มีจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 15 รายได้ 16,001-20,000 บาท มีจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 10 และรายได้ต่ำกว่า 8,000 บาท มีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 7.50 (ตารางที่ 14)

ตารางที่ 8 เพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	23	19.17
หญิง	97	80.83
รวม	120	100.00

ตารางที่ 9 อายุ

ช่วงอายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 21 ปี	3	2.50
21-30 ปี	29	24.17
31-40 ปี	44	36.67
41-50 ปี	33	27.50
51 ปีขึ้นไป	11	9.16
รวม	120	100.00

ตารางที่ 10 สถานภาพสมรส

สถานภาพสมรส	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สมรส	71	59.17
โสด	45	37.50
หม้าย	4	3.33
รวม	120	100.00

ตารางที่ 11 จำนวนสมาชิกในครอบครัว

จำนวนสมาชิกในครอบครัว	จำนวน (ครอบครัว)	ร้อยละ
1-3 คน	27	22.50
4-6 คน	75	62.50
7-9 คน	16	13.33
มากกว่า 9 คน	2	1.67
รวม	120	100.00

ตารางที่ 12 ระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ประถมศึกษา	15	12.50
มัธยมศึกษา	20	16.67
อาชีวศึกษาหรือเทียบเท่า	21	17.50
ปริญญาตรี	54	45.00
สูงกว่าปริญญาตรี	10	8.33
รวม	120	100.00

ตารางที่ 13 อาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รับราชการ	28	23.33
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	22	18.33
รับจ้าง	17	14.17
แม่บ้าน	17	14.17
บริษัทเอกชน/ห้างร้าน	16	13.33
นักเรียน/นักศึกษา	12	10.00
รัฐวิสาหกิจ	8	6.67
รวม	120	100.00

ตารางที่ 14 รายได้ของครอบครัวต่อเดือน

รายได้	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 8,000 บาท	9	7.50
8,000-12,000 บาท	20	16.67
12,001-16,000 บาท	25	20.83
16,001-20,000 บาท	12	10.00
20,001-24,000 บาท	18	15.00
มากกว่า 24,000 บาท	36	30.00
รวม	120	100.00

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการบริโภคผักสด

ในส่วนของพฤติกรรมการบริโภคผักสดของผู้บริโภคจะประกอบไปด้วย ผู้ที่กำหนดรายการอาหารในครอบครัวของผู้บริโภค ความถี่ในการรับประทานผักสด ชนิดของผักสดที่ผู้บริโภครับประทานบ่อยที่สุด เหตุผลของการเลือกรับประทานผักสดชนิดนั้น รูปแบบของผักสดที่ผู้บริโภครับประทาน ความถี่ในการซื้อผักสดมารับประทานในครอบครัว ปริมาณผักสดทั้งหมดที่ผู้บริโภคซื้อเฉลี่ยในแต่ละครั้ง การปฏิบัติหลังจากซื้อผักสดมารับประทาน พฤติกรรมการซื้อผักสดที่มีการบรรจุหีบห่อสำเร็จรูป เหตุผลที่ไม่เคยซื้อผักสดที่มีการบรรจุหีบห่อสำเร็จรูป สถานที่ที่ผู้บริโภคนิยมไปเลือกซื้อผักสด และเหตุผลในการเลือกซื้อผักสดจากแหล่งตลาดนั้น สรุปผลได้ดังนี้

ผู้ที่กำหนดรายการอาหารในครอบครัวของผู้บริโภค

ผู้บริโภคที่เป็นแม่บ้านจะเป็นผู้ที่มีอำนาจในการกำหนดรายการอาหารให้ในครอบครัวเป็นอันดับหนึ่ง มีจำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 65 รองลงมาคือ พ่อบ้านกับบุตร ซึ่งมีจำนวนเท่ากัน คือ 11 คน คิดเป็นร้อยละ 9.17 เป็นแม่ครัว มีจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 6.66 เป็นพ่อ-แม่ กับสมาชิกทุกคนในครอบครัว มีจำนวนเท่ากัน คือ 5 คน คิดเป็นร้อยละ 4.17 และอื่น ๆ เช่น พี่-น้อง หรือญาติ จะเป็นผู้กำหนดรายการอาหาร มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.66 (ตารางที่ 15)

ตารางที่ 15 ผู้ที่กำหนดรายการอาหารในครอบครัว

ผู้กำหนดรายการอาหาร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
แม่บ้าน	78	65.00
พ่อบ้าน	11	9.17
บุตร	11	9.17
แม่ครัว	8	6.66
พ่อ-แม่	5	4.17
สมาชิกทุกคนในครอบครัว	5	4.17
อื่น ๆ (พี่น้อง, ญาติ)	2	1.66
รวม	120	100.00

ความถี่ในการรับประทานผักสด

ผู้บริโภคส่วนมากรับประทานผักสดทุกวัน มีจำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 67.50 รองลงมาคือ รับประทาน 2-3 วันต่อสัปดาห์ จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 20 รับประทาน 4-5 วันต่อสัปดาห์ มีจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 10.83 และรับประทานสัปดาห์ละครั้ง มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.67 (ตารางที่ 16)

ตารางที่ 16 ความถี่ในการรับประทานผักสด

ความถี่	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ทุกวัน	81	67.50
2-3 วัน/สัปดาห์	24	20.00
4-5 วัน/สัปดาห์	13	10.83
สัปดาห์ละครั้ง	2	1.67
รวม	120	100.00

ชนิดของผักสดที่ผู้บริโภครับประทานบ่อยที่สุด

ชนิดของผักสดที่ผู้บริโภครับประทานบ่อยที่สุดคือ ผักบุ้ง มีจำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 64.17 รองลงมาคือ ผักคะน้า มีจำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 60.83 ผักกาดขาว มีจำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 55.83 ส่วนจำนวนผู้บริโภคที่รับประทานคื่นฉ่ายมีน้อยที่สุด มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50 (ตารางที่ 17)

ตารางที่ 17 ชนิดของผักสดที่ผู้บริโภครับประทานบ่อยที่สุด[1/]

รายชื่อผักสด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ผักบุ้ง	77	64.17
ผักคะน้า	73	60.83
ผักกาดขาว	67	55.83
ผักกะหล่ำปลี	58	48.33
แตงกวา	41	34.17
ถั่วฝักยาว	27	22.50
ผักกะเฉด	23	19.17
ต้นหอม	19	15.83
ผักชี	18	15.00
มะเขือเทศ	14	11.67
ผักกวางตุ้ง	13	10.83
มะเขือเปราะ	12	10.00
ถั่วงอก	11	9.17
ตำลึง	9	7.50
ผักกาดหอม	9	7.50
ฟักเขียว	8	6.67
ข้าวโพดฝักอ่อน	7	5.83
กะหล่ำดอก	7	5.83
ชะอม	6	5.00
หอมหัวใหญ่	5	4.17
ฟักทอง	5	4.17
กุยช่าย	5	4.17

ตารางที่ 17 (ต่อ)

รายชื่อผักสด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
พริก	5	4.17
เห็ด	4	3.33
คื่นฉ่าย	3	2.50
อื่น ๆ (มะเขือยาว, ถั่วพู, บร็อคโคลี่, สะตอ, หัวไชเท้า)	10	8.33

หมายเหตุ $^{1/}$ ชนิดผักสดที่รับประทานตอบได้มากกว่า 1 ชนิด

เหตุผลของการเลือกรับประทานผักสดชนิดนั้น

การเลือกรับประทานผักสดชนิดต่าง ๆ ดังกล่าวมาแล้วจะขึ้นอยู่กับเหตุผลต่าง ๆ คือ ความชอบ มีจำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 67.50 รองลงมาคือ ขึ้นอยู่กับรายการอาหาร มีจำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 47.50 ความสะดวกในการซื้อ มีจำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 46.67 ความสะดวกในการประกอบอาหาร มีจำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 41.67 คำนึงถึงคุณค่าทางอาหาร มีจำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 36.67 มีราคาถูกเมื่อเปรียบเทียบกับราคาผักชนิดอื่น มีจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 6.67 และเหตุผลอื่น ๆ เช่น ซื้อเป็นประจำ เก็บได้หลายวันและเป็นผักที่มีสารเคมีตกค้างน้อย มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50 (ตารางที่ 18)

รูปแบบของผักสดที่ผู้บริโภครับประทาน

ผู้บริโภคส่วนใหญ่รับประทานผักสดในรูปของการซื้อผักสดมาประกอบอาหารเอง มีจำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 80 รองลงมา คือ ซื้อแบบปรุงแล้วหรือในรูปอาหารสำเร็จรูป

มีจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 15 และซื้อแบบอาหารพร้อมปรุง มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 56 (ตารางที่ 19)

ความถี่ในการซื้อผักสดมารับประทานในครอบครัว

ผู้บริโภคส่วนใหญ่ซื้อผักสดมารับประทานในครอบครัว 2-3 วันต่อครั้ง มีจำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 35.83 รองลงมาคือ ซื้อทุกวัน มีจำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 35 ซื้อ 4-5 วันต่อครั้ง มีจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 17.50 ซื้อ 6-10 วันต่อครั้ง มีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 7.50 และซื้อมากกว่า 10 วันต่อครั้ง มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 4.17 (ตารางที่ 20)

ตารางที่ 18 เหตุผลของการเลือกรับประทานผักสดชนิดนั้น [1/]

เหตุผล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ความชอบ	81	67.50
ขึ้นอยู่กับรายการอาหาร	57	47.50
ความสะดวกในการซื้อ	56	46.67
ความสะดวกในการประกอบอาหาร	50	41.67
คำนึงถึงคุณค่าทางอาหาร	44	36.67
ราคาถูกเมื่อเปรียบเทียบกับผักชนิดอื่น	8	6.67
อื่น ๆ (ซื้อเป็นประจำ, เก็บได้หลายวัน, เป็นผักที่มีสารเคมีตกค้างน้อย)	3	2.50

หมายเหตุ [1/] เหตุผลของการเลือกรับประทานผักสดสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ตารางที่ 19 รูปแบบของผักสดที่ผู้บริโภครับประทาน

รูปแบบ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ซื้อมาประกอบอาหารเองในรูปผักสด	96	80.00
ปรุงแล้ว (อาหารสำเร็จรูป)	18	15.00
อาหารพร้อมปรุง	6	5.00
รวม	120	100.00

ตารางที่ 20 ความถี่ในการซื้อผักสดมารับประทานในครอบครัว

ความถี่	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ทุกวัน	42	35.00
2-3 วัน/ครั้ง	43	35.83
4-5 วัน/ครั้ง	21	17.50
6-10 วัน/ครั้ง	9	7.50
มากกว่า 10 วัน/ครั้ง	5	4.17
รวม	120	100.00

ปริมาณผักสดทั้งหมดที่ผู้บริโภคซื้อเฉลี่ยในแต่ละครั้ง

ผู้บริโภคส่วนใหญ่ซื้อผักสดมารับประทานในครอบครัวเฉลี่ยประมาณ 1-2 กิโลกรัมต่อครั้ง มีจำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 45.83 รองลงมาคือ ซื้อต่ำกว่า 1 กิโลกรัมต่อครั้ง มีจำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 34.17 ซื้อ 3-4 กิโลกรัมต่อครั้ง มีจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 9.17 ซื้อมากกว่า 4 กิโลกรัมต่อครั้ง มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50 และประเมินไม่ได้ มีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 8.33 (ตารางที่ 21)

ตารางที่ 21 ปริมาณผักสดทั้งหมดที่ผู้บริโภคซื้อเฉลี่ยในแต่ละครั้ง

ปริมาณ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 1 กิโลกรัม	41	34.17
1-2 กิโลกรัม	55	45.83
3-4 กิโลกรัม	11	9.17
มากกว่า 4 กิโลกรัม	3	2.50
ประเมินไม่ได้	10	8.33
รวม	120	100.00

การปฏิบัติหลังจากซื้อผักสดมารับประทาน

ผู้บริโภคส่วนใหญ่เมื่อซื้อผักสดมาแล้วจะเก็บไว้ในตู้เย็น เพื่อรอการปรุงอาหารต่อไป มีจำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 48.33 รองลงมาคือ ปรุงอาหารทันที มีจำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 31.67 สุดท้ายมีการแบ่งปรุงอาหารและเก็บไว้ในตู้เย็น มีจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 20 (ตารางที่ 22)

ตารางที่ 22 การปฏิบัติหลังจากซื้อผักสดมารับประทาน

การปฏิบัติหลังจากซื้อผักสดมา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เก็บไว้ในตู้เย็น	58	48.33
ปรุงอาหารทันที	38	31.67
แบ่งปรุงอาหารและเก็บไว้ในตู้เย็น	24	20.00
รวม	120	100.00

พฤติกรรมการซื้อผักสดที่มีการบรรจุหีบห่อสำเร็จรูป

ผู้บริโภคที่เคยซื้อผักสดที่มีการบรรจุหีบห่อสำเร็จรูป มีจำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 59.17 และผู้ที่ไม่เคยซื้อผักสดที่มีการบรรจุหีบห่อสำเร็จรูป มีจำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 40.83 (ตารางที่ 23) โดยผู้ที่ไม่เคยซื้อผักสดที่มีการบรรจุหีบห่อสำเร็จรูปให้เหตุผลว่า ผักสดที่มีการบรรจุหีบห่อสำเร็จรูปมีราคาค่อนข้างสูง จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 51.02 รองลงมาคือ สถานที่ที่มีการจำหน่ายผักสดที่มีการบรรจุหีบห่อสำเร็จรูปอยู่ห่างไกล มีจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 42.86 เหตุผลอื่น ๆ เช่น อยู่ใกล้แหล่งตลาดสด ผักสดที่ไม่มีการบรรจุหีบห่อสำเร็จรูปจะ

สดกว่าและผักสดที่เห็นว่ามีการบรรจุหีบห่อสำเร็จรูปเป็นสินค้าที่ไม่ต้องการ ส่วนเหตุผลสุดท้าย คือ ไม่เคยเห็นว่ามีการวางจำหน่ายผักสดที่มีการบรรจุหีบห่อสำเร็จรูป มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 14.29 (ตารางที่ 24)

ตารางที่ 23 พฤติกรรมการซื้อผักสดที่มีการบรรจุหีบห่อสำเร็จรูป

พฤติกรรม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เคยซื้อ	71	59.17
ไม่เคยซื้อ	49	40.83
รวม	120	100.00

ตารางที่ 24 เหตุผลที่ไม่เคยซื้อผักสดที่มีการบรรจุหีบห่อสำเร็จรูป [1/]

เหตุผล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มีราคาค่อนข้างสูง	25	51.02
สถานที่ที่จำหน่ายอยู่ห่างไกล	21	42.86
ไม่เคยเห็นว่ามีการวางจำหน่าย	7	14.29
อื่น ๆ (อยู่ใกล้แหล่งตลาดสด, ผักสดที่ไม่มีการบรรจุหีบห่อจะสดกว่า)	10	20.41

หมายเหตุ [1/] เหตุผลที่ไม่เคยซื้อผักสดที่มีการบรรจุหีบห่อสำเร็จรูปตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

<u>สถานที่ที่ผู้บริโภคนิยมไปเลือกซื้อผักสดและเหตุผลในการเลือกซื้อจากแหล่งตลาดนั้น</u>

ผู้บริโภคนิยมไปซื้อผักสดที่ตลาดสดมากที่สุด มีจำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 72.50 สถานที่ที่ผู้บริโภคนิยมไปซื้อผักสดในระดับปานกลาง คือ ซุปเปอร์มาร์เก็ต มีจำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 30.83 และแหล่งที่ผู้บริโภคไปซื้อผักน้อย คือ ตลาดขายส่งผักที่สำคัญ มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 3.33 (ตารางที่ 25) ผู้บริโภคส่วนใหญ่นิยมไปซื้อผักที่ตลาดสด เนื่องจากมีราคาถูก จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 73.87 และความสะดวกในการเดินทาง จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 63.33 แต่ก็ยังมีผู้บริโภคบางคนที่นิยมไปซื้อผักสดที่ซุปเปอร์มาร์เก็ต เนื่องจากความสะอาดของร้าน จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 83.33 และสินค้ามีการคัดเกรด จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 76.92 อีกทั้งในปัจจุบันนี้เป็นยุคแห่งการรีบเร่ง ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีการศึกษาและคำนึงถึงความปลอดภัยในการบริโภคอาหาร ดังนั้นการซื้อผักจึงมีแนวโน้มในอนาคตว่าจะหาซื้อผักจากแหล่งจำหน่ายที่มีความสะดวกในการเดินทางและสินค้ามีคุณภาพดี ซึ่งเห็นได้ว่าซุปเปอร์มาร์เก็ตก็เป็นแหล่งจำหน่ายที่มีลักษณะเช่นนี้ และอาจจะคาดการณ์ได้ว่าในอนาคตผู้บริโภคจะหันมาซื้อสินค้าจากซุปเปอร์มาร์เก็ตมากขึ้น (ตารางที่ 26)

ตารางที่ 25 สถานที่ที่ผู้บริโภคนิยมไปเลือกซื้อผักสด [1/]

สถานที่	ระดับความนิยมในการไปเลือกซื้อ			
	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ซุปเปอร์มาร์เก็ต	24	37	17	0
	(20.00)	(30.83)	(14.17)	(-)
ตลาดสด	87	20	3	1
	(72.50)	(16.67)	(2.50)	(0.83)
ตลาด อตก.	3	8	6	2
	(2.50)	(6.67)	(5.00)	(1.67)
ตลาดขายส่งผักที่สำคัญ	0	3	4	0
	(-)	(2.50)	(3.33)	(-)
ผู้เสนอขายถึงบ้าน	11	21	10	0
	(9.17)	(17.50)	(8.33)	(-)

หมายเหตุ [1/] สถานที่ที่ผู้บริโภคนิยมไปเลือกซื้อผักสดสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ตัวเลขในวงเล็บ หมายถึง เปอร์เซ็นต์

ตารางที่ 26 เหตุผลในการเลือกซื้อผักสดจากแหล่งตลาดนั้น [1/]

สถานที่	ราคาถูก	สามารถเลือกผักได้	ซื้อเป็นประจำ	สินค้ามีการคัดเกรด	ความสะอาดของร้าน	สะดวกในการเดินทาง
ซุปเปอร์มาร์เก็ต	6	29	10	60	65	36
	(7.69)	(37.18)	(12.82)	(76.92)	(83.33)	(46.15)
ตลาดสด	82	67	61	2	4	76
	(73.87)	(60.36)	(54.95)	(1.80)	(3.60)	(68.47)
ตลาด อตก.	0	3	0	4	1	3
	(-)	(15.79)	(-)	(21.05)	(5.26)	(15.79)
ตลาดขายส่งผักที่สำคัญ	4	1	1	3	0	3
	(57.14)	(14.29)	(14.29)	(42.86)	(-)	(42.86)
ผู้เลนอขายถึงบ้าน	5	8	17	1	0	20
	(11.90)	(19.05)	(40.48)	(2.38)	(-)	(47.62)

หมายเหตุ [1/] เหตุผลในการเลือกซื้อผักสดจากแหล่งตลาดนั้นสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ
ตัวเลขในวงเล็บ หมายถึง เปอร์เซ็นต์

ตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผักสด

ในส่วนของปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผักสดของผู้บริโภค จะประกอบไปด้วยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผักสด ได้แก่ รายได้ของครอบครัว ราคาของผัก ชนิดของผัก ความสด ความสะอาดของผัก ความปลอดสารพิษ ความสะดวกในการซื้อ และการบรรจุหีบห่อที่เหมาะสม สรุปผลได้ดังนี้

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผักสด

ปัจจัยทางด้านความสด ความสะอาด และความปลอดสารพิษของผัก มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผักในระดับมากที่สุด ชนิดของผัก ความสะดวกในการซื้อผักและความสะดวกของสถานที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผักในระดับมาก รายได้ของครอบครัว ราคาของผักและการบรรจุหีบห่อผักที่เหมาะสม มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผักในระดับปานกลาง (ตารางที่ 27)

รายได้ของครอบครัวผู้บริโภค พบว่า ปัจจัยทางด้านรายได้ส่วนใหญ่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผักสดในระดับปานกลาง มีจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 รองลงมาคือ ปัจจัยทางด้านรายได้ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 30.84 มีผลระดับน้อย จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 13.33 มีผลในระดับมาก จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 มีผลระดับมากที่สุด จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 10

ราคาของผักสด พบว่า ปัจจัยทางด้านราคาของผักสดส่วนใหญ่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผักสดในระดับปานกลาง มีจำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 49.16 รองลงมา มีผลระดับมาก จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 20 มีผลระดับน้อย จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 15 มีผลระดับมากที่สุด จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 11.67 และปัจจัยทางด้านราคาของผักสดไม่มีผลต่อการตัดสินใจ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 4.17

ชนิดของผักสด พบว่า ปัจจัยทางด้านชนิดของผักสดส่วนใหญ่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผักสดในระดับมาก จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 39.17 รองลงมา มีผลระดับมากที่สุด จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 มีผลระดับปานกลาง จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 20.83 ไม่มีผลต่อการตัดสินใจ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 4.17 มีผลระดับน้อยจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50

ความสดของผักสด พบว่า ปัจจัยทางด้านความสดของผักสดส่วนใหญ่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผักสดในระดับมากที่สุด จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 55.83 รองลงมา มีผลระดับมาก จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 31.67 มีผลระดับปานกลาง จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 10 มีผลระดับน้อย จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.67 ไม่มีผลต่อการตัดสินใจ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.83

ความสะอาดของผักสด พบว่า ปัจจัยทางด้านความสะอาดของผักสดส่วนใหญ่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผักสดในระดับมากที่สุด จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 48.33 รองลงมา มีผลระดับมาก จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 32.50 มีผลระดับปานกลาง จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 16.67 มีผลระดับน้อย จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50

ความปลอดสารพิษของผักสด พบว่า ปัจจัยทางด้านความปลอดสารพิษของผักสดส่วนใหญ่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผักสดในระดับมากที่สุด จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 49.16 รองลงมา มีผลระดับมาก จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 27.50 มีผลระดับปานกลาง จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 17.50 มีผลระดับน้อย จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 4.17 ไม่มีผลต่อการตัดสินใจ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.67

ความสะดวกในการหาซื้อผักสด พบว่า ปัจจัยทางด้านความสะดวกในการหาซื้อผักสดส่วนใหญ่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผักสดในระดับมาก มีจำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 36.66 รองลงมา มีผลระดับมากที่สุด จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 31.67 มีผลระดับปานกลาง

จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 26.67 มีผลระดับน้อย จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 3.33 ไม่มีผลต่อการตัดสินใจ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.67

ความสะดวกของสถานที่ พบว่า ปัจจัยทางด้านความสะดวกของสถานที่ในการซื้อผักสดส่วนใหญ่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผักสดในระดับมาก จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 40.83 รองลงมา มีผลระดับปานกลาง จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 25 มีผลระดับมาก จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 22.50 มีผลระดับน้อย จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 10 ไม่มีผลต่อการตัดสินใจ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.67

การบรรจุหีบห่อผัก พบว่า ปัจจัยทางด้านการบรรจุหีบห่อของผักสดส่วนใหญ่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผักสดในระดับปานกลาง จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 41.67 รองลงมา มีผลระดับมาก จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 20 มีผลระดับน้อย จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 18.33 ไม่มีผลต่อการตัดสินใจ จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 มีผลระดับมากที่สุด จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 7.50

ตารางที่ 27 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผักสด

ปัจจัย	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มีผล	รวม
รายได้ของครอบครัว	12	15	40	16	37	120
	(10.00)	(12.50)	(33.33)	(13.33)	(30.84)	(100.00)
ราคาของผัก	14	24	59	18	5	120
	(11.67)	(20.00)	(49.16)	(15.00)	(4.17)	(100.00)
ชนิดของผัก	40	47	25	3	5	120
	(33.33)	(39.17)	(20.83)	(2.50)	(4.17)	(100.00)
ความสดของผัก	67	38	12	2	1	120
	(55.83)	(31.67)	(10.00)	(1.67)	(0.83)	(100.00)
ความสะอาดของผัก	58	39	20	3	0	120
	(48.33)	(32.50)	(16.67)	(2.50)	(-)	(100.00)
ความปลอดสารพิษ	59	33	21	5	2	120
	(49.16)	(27.50)	(17.50)	(4.17)	(1.67)	(100.00)
ความสะดวกในการซื้อ	38	44	32	4	2	120
	(31.67)	(36.66)	(26.67)	(3.33)	(1.67)	(100.00)
ความสะดวกของ	27	49	30	12	2	120
สถานที่	(22.50)	(40.83)	(25.00)	(10.00)	(1.67)	(100.00)
การบรรจุหีบห่อผัก	9	24	50	22	15	120
ที่เหมาะสม	(7.50)	(20.00)	(41.67)	(18.33)	(12.50)	(100.00)

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บ หมายถึง เปอร์เซ็นต์

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นและปัญหาในการบริโภคผักสดของผู้บริโภค

จากการศึกษาความคิดเห็นในการบริโภคผักสดในปัจจุบันของผู้บริโภค ซึ่งในที่นี้ได้ศึกษาเกี่ยวกับความคิดเห็นของการบรรจุหีบห่อผักสดที่ดีขึ้น การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับพืชผักที่มีการบรรจุหีบห่อ สื่อของการพบข่าวสารทางด้านพืชผัก วิธีการเลือกซื้อผักปลอดสารพิษของผู้บริโภค ความคิดเห็นทั่วไปของผู้บริโภค เกี่ยวกับความสดของผักสด ความสะอาดของผักสด ความปลอดสารพิษ ราคาผักสดในปัจจุบัน สถานที่จำหน่าย การบรรจุหีบห่อ และคุณค่าทางอาหารของผักสดในปัจจุบัน รวมทั้งปัญหาในการบริโภคผักสดที่พบในปัจจุบันของผู้บริโภค มีผลสรุปได้ดังนี้

ความคิดเห็นของการบรรจุหีบห่อผักสดที่ดีขึ้น

ผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่า ถ้าหากมีการบรรจุหีบห่อผักสดที่ดีขึ้น เพื่อรักษาคุณภาพของผักสดแล้ว จะซื้อมาบริโภค จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 87.50 ส่วนผู้บริโภคที่คิดว่าจะไม่ซื้อผักสดที่มีการบรรจุหีบห่อที่ดีขึ้นเพื่อรักษาคุณภาพ มีจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 (ตารางที่ 28)

ตารางที่ 28 ความคิดเห็นของการบรรจุหีบห่อผักสดที่ดีขึ้น

ความคิดเห็น	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ซื้อ	105	87.50
ไม่ซื้อ	15	12.50
รวม	120	100.00

การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับพืชผักที่มีการบรรจุหีบห่อ

ผู้บริโภคส่วนใหญ่ เคยรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับพืชผักที่มีการบรรจุหีบห่อ จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 68.33 และผู้บริโภคที่ไม่เคยรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับพืชผักที่มีการบรรจุหีบห่อ มีจำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 31.67 (ตารางที่ 29)

ตารางที่ 29 การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับพืชผักที่มีการบรรจุหีบห่อ

ความคิดเห็น	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เคย	82	68.33
ไม่เคย	38	31.67
รวม	120	100.00

สื่อของการพบข่าวสารทางด้านพืชผัก

ผู้บริโภคส่วนใหญ่พบเห็นข่าวสารทางด้านพืชผักในโทรทัศน์ มีจำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 60.98 รองลงมา พบเห็นจากสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ มีจำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 53.66 พบเห็นจากการประชาสัมพันธ์ มีจำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 40.24 พบเห็นจากแผ่นป้ายโฆษณา มีจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 15.85 พบเห็นจากวิทยุ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 14.63 (ตารางที่ 30)

ตารางที่ 30 สื่อของการพบข่าวสารทางด้านพืชผัก

ความคิดเห็น	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โทรทัศน์	50	60.98
สิ่งพิมพ์ต่าง ๆ	44	53.66
การประชาสัมพันธ์	33	40.24
แผ่นป้ายโฆษณา	13	15.85
วิทยุ	12	14.63
รวม	120	100.00

วิธีการเลือกซื้อผักปลอดสารพิษ

ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีวิธีในการเลือกซื้อผักปลอดสารพิษ โดยการเลือกผักที่มีรูพรุนหรือผักที่มีการทำลายจากแมลง มีจำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 53.33 เลือกผักที่มีตรารับรองปลอดสารพิษ มีจำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 38.33 เลือกผักที่ไม่มีทั้งโรคและแมลงทำลาย มีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 8.34 (ตารางที่ 31)

ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผักสดในปัจจุบัน

ความคิดเห็นที่มีต่อผักสดในปัจจุบันคือ ความสด ราคา สถานที่การจำหน่ายและคุณค่าทางอาหารของผักสดอยู่ในเกณฑ์ดี ส่วนความสะอาด ความปลอดสารพิษ การบรรจุหีบห่อของผักสดอยู่ในเกณฑ์พอใช้ ดังนั้นควรมีการปรับปรุงทางด้านการผลิตและการตลาดผักเพื่อให้ผู้บริโภคมีความสนใจที่จะบริโภคผักสดมากขึ้น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.38 หมายความว่า ความคิดเห็นที่มีต่อ

ผักสดในปัจจุบันอยู่ในเกณฑ์พอใช้ (ตารางที่ 32)

<u>ด้านความสดของผักสด</u> ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า ทางด้านความสดของผักสดนั้นอยู่ในเกณฑ์ดี มีจำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 45.83 รองลงมา อยู่ในเกณฑ์พอใช้ จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 29.17 อยู่ในเกณฑ์ดีมาก จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 และอยู่ในเกณฑ์ควรปรับปรุง มีจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.58 หมายความว่า ความสดของผักสดอยู่ในเกณฑ์ดี

<u>ด้านความสะอาดของผักสด</u> ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าทางด้านความสะอาดของผักสดอยู่ในเกณฑ์พอใช้ มีจำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 41.67 รองลงมา อยู่ในเกณฑ์ดี มีจำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 36.66 อยู่ในเกณฑ์ควรปรับปรุง จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 และอยู่ในเกณฑ์ดีมาก มีจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 9.17 โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.43 หมายความว่า ความสะอาดของผักสดอยู่ในเกณฑ์พอใช้

<u>ด้านความปลอดสารพิษของผักสด</u> ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าทางด้านความปลอดสารพิษของผักสดอยู่ในเกณฑ์ควรปรับปรุง จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 43.34 รองลงมาอยู่ในเกณฑ์พอใช้ จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 35.83 อยู่ในเกณฑ์ดี มีจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 15 และอยู่ในเกณฑ์ดีมาก มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 5.83 โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.83 หมายความว่า ความปลอดสารพิษของผักสดอยู่ในเกณฑ์พอใช้

<u>ด้านราคาของผักสด</u> ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าทางด้านราคาของผักสดอยู่ในเกณฑ์พอใช้ มีจำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 65.83 รองลงมา อยู่ในเกณฑ์ควรปรับปรุง มีจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 17.50 อยู่ในเกณฑ์ดี มีจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 14.17 และอยู่ในเกณฑ์ดีมาก มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50 โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.02 หมายความว่า ราคาของผักสดอยู่ในเกณฑ์ดี

<u>ด้านสถานที่การจำหน่าย</u> ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าทางด้านสถานที่ในการ

จำหน่ายผักสดอยู่ในเกณฑ์พอใช้ มีจำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 41.67 รองลงมา อยู่ในเกณฑ์ดี มีจำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 37.50 อยู่ในเกณฑ์ควรปรับปรุง จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 13.33 และอยู่ในเกณฑ์ดีมาก มีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 7.50 โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.39 หมายความว่า สถานที่การจำหน่ายผักสดอยู่ในเกณฑ์ดี

ด้านการบรรจุหีบห่อ ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าทางด้านการบรรจุหีบห่อของผักสดอยู่ในเกณฑ์พอใช้ มีจำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 53.34 รองลงมา อยู่ในเกณฑ์ดี จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 30.83 อยู่ในเกณฑ์ควรปรับปรุง มีจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 10.83 และอยู่ในเกณฑ์ดีมาก มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 5 โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.30 หมายความว่า การบรรจุหีบห่อผักสดอยู่ในเกณฑ์พอใช้

ด้านคุณค่าทางอาหารของผักสด ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าทางด้านคุณค่าทางอาหารของผักสดอยู่ในเกณฑ์ดี มีจำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 50 รองลงมา อยู่ในเกณฑ์ดีมาก มีจำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 29.17 อยู่ในเกณฑ์พอใช้ มีจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 20 และอยู่ในเกณฑ์ควรปรับปรุง มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.83 โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.08 หมายความว่า คุณค่าทางอาหารของผักสดอยู่ในเกณฑ์ดี

ตารางที่ 31 วิธีการเลือกซื้อผักปลอดสารพิษ

วิธีการเลือกซื้อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เลือกผักที่มีรูพรุน	64	53.33
เลือกผักที่ไม่มีทั้งโรคและแมลงทำลาย	46	38.33
เลือกผักที่มีตรารับรองปลอดสารพิษ	10	8.34
รวม	120	100.00

ตารางที่ 32 ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผักสดในปัจจุบัน

รายการ	ดีมาก	ดี	พอใช้	ควรปรับปรุง	รวม	ค่าเฉลี่ย
ความสดของผักสด	15	55	35	15	120	1.58
	(12.50)	(45.83)	(29.17)	(12.50)	(100)	ดี 1/
ความสะอาดของผักสด	11	44	50	15	120	1.42
	(9.17)	(34.66)	(41.67)	(12.50)	(100)	พอใช้ 1/
ความปลอดสารพิษ	7	18	43	52	120	0.83
	(5.83)	(15.00)	(35.83)	(43.34)	(100)	พอใช้ 1/
ราคาผักสดในปัจจุบัน	3	17	79	21	120	1.02
	(2.50)	(14.17)	(65.83)	(17.50)	(100)	ดี 1/
สถานที่จำหน่ายผักสด	9	45	50	16	120	1.39
	(7.50)	(37.50)	(41.67)	(13.33)	(100)	ดี 1/
การบรรจุหีบห่อผักสด	6	37	64	13	120	1.30
	(5.00)	(30.83)	(53.34)	(10.83)	(100)	พอใช้ 1/
คุณค่าทางอาหาร	35	60	24	1	120	2.08
	(29.17)	(50.00)	(20.00)	(0.83)	(100)	ดี 1/
รวม	86	276	345	133	840	1.38
เฉลี่ย	12.28	39.43	49.29	19.00	120	พอใช้ 1/
	(10.24)	(32.86)	(41.07)	(15.83)	(100)	

หมายเหตุ ตัวเลข = จำนวน ในวงเล็บ = ร้อยละ

ควรปรับปรุง = 0 พอใช้ = 1 ดี =2 ดีมาก =3

1/ ควรปรับปรุง 0-0.75 พอใช้ 0.76-1.50 ดี 1.51-2.25 ดีมาก 2.26-3.00

ปัญหาในการบริโภคผักสดที่พบในปัจจุบันของผู้บริโภค

ทางด้านผลิตภัณฑ์

ผักไม่สดและเน่าเสีย ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะประสบกับปัญหาผักไม่สดและเน่าเสียอยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 40 รองลงมา คือ พบปัญหาอยู่ในระดับมาก จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 33.34

ผักไม่สะอาด ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะประสบกับปัญหาผักไม่สะอาดอยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 52.50 รองลงมา คือ พบปัญหาอยู่ในระดับมาก จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 28.33

ผักมีสารเคมี ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะประสบปัญหาผักมีสารเคมีอยู่ในระดับมาก จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 49.17 รองลงมา คือ พบปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 38.33

ไม่มีผักที่ต้องการ ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะประสบกับปัญหาไม่มีผักที่ต้องการอยู่ในระดับน้อย จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 44.17 รองลงมา คือ พบปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 29.16

ทางด้านราคา

ราคาผักแพงเกินไป ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะประสบปัญหาราคาผักแพงเกินไปอยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 56.67 รองลงมา พบปัญหาอยู่ในระดับมากและน้อย มีจำนวนเท่ากัน คือ 22 คน คิดเป็นร้อยละ 18.33

ราคาผักไม่แน่นอน ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะประสบปัญหาราคาผักไม่แน่นอนอยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 44.17 รองลงมา พบปัญหาอยู่ในระดับน้อย จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 30

ทางด้านสถานที่การจำหน่าย

สถานที่จำหน่ายผักไม่สะอาด ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะประสบปัญหาสถานที่การจำหน่ายผักอยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 41.67 รองลงมา พบปัญหาอยู่ในระดับน้อย จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 34.16

จำนวนพ่อค้ามีน้อย ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะประสบปัญหาจำนวนพ่อค้ามีน้อยอยู่ในระดับน้อย จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 32.50 รองลงมา พบปัญหาอยู่ในระดับปานกลางและไม่พบปัญหาเลย มีจำนวนเท่ากัน คือ 38 คน คิดเป็นร้อยละ 31.67 (ตารางที่ 33)

ข้อเสนอแนะของผู้บริโภค

ข้อเสนอแนะของผู้บริโภคที่มีต่อผักสดในด้านต่าง ๆ มีดังนี้ ทางด้านคุณภาพของผักสด ผู้บริโภคให้ความเห็นว่า ควรมีการควบคุมการใช้สารเคมีกับผักสดให้มากและควรมีผักปลอดสารพิษวางจำหน่ายในตลาดให้มากกว่าที่เป็นอยู่ขณะนี้ เพราะปัจจุบันจะพบเห็นว่ามีการจำหน่ายผักปลอดสารพิษนี้ในซุปเปอร์มาร์เก็ตเป็นส่วนใหญ่ ตามตลาดสดต่าง ๆ ยังไม่ค่อยมีให้เลือกซื้อ นอกจากนี้ผักปลอดสารพิษนี้ควรมีตรารับรองที่สามารถเชื่อถือได้ สำหรับผักสดทั่วไปนั้นควรมีการจัดมาตรฐานทั้งในด้าน ความสะอาด ความสด การปลอดสารพิษ และปริมาณในการซื้อแต่ละครั้งซึ่งแม่ค้าเป็นผู้หยิบขายจะต่างกัน สำหรับลูกค้าในแต่ละราย เช่น ผักจำพวก ผักชี ต้นหอม พริกขี้หนู เป็นต้น จึงควรจัดให้ปริมาณในการขายแต่ละครั้งมีความเป็นมาตรฐานเท่าเทียมกัน ทางด้านราคาผู้บริโภคให้ความเห็นว่า ผักสดมีราคาขึ้นลงอย่างรวดเร็วตามภาวะการขาดแคลนในตลาด ซึ่งควรหาทางปรับปรุง และราคาควรจะให้อยู่ในระดับที่แน่นอน ส่วนทางด้านราคาของผักปลอดสารพิษไม่ควรให้มีราคาแพงมากกว่าราคาของผักปกติมากนัก ควรให้มีสัดส่วนของราคาใกล้เคียงกัน เพื่อเป็นการส่งเสริมให้ผู้บริโภคหันมาซื้อผักปลอดสารพิษกันมากขึ้น ทางด้านสถานที่จำหน่ายผู้บริโภคให้ความเห็นว่าควรปรับปรุงในเรื่องของความสะอาดให้มากขึ้นกว่าเดิม

ตารางที่ 33 ปัญหาในการบริโภคผักสดที่พบในปัจจุบันของผู้บริโภค

ปัญหา	ระดับของปัญหา				รวม
	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่ประสบปัญหา	
ผักไม่สดและเน่าเสียง่าย	40	48	22	10	120
	(33.34)	(40.00)	(18.33)	(8.33)	(100.00)
ผักไม่สะอาด	34	63	16	7	120
	(28.33)	(52.50)	(13.34)	(5.83)	(100.00)
ผักมีสารเคมี	59	46	11	4	120
	(49.17)	(38.33)	(9.17)	(3.33)	(100.00)
ไม่มีผักที่ต้องการ	9	35	53	23	120
	(7.50)	(29.16)	(44.17)	(19.17)	(100.00)
ราคาผักแพงเกินไป	22	68	22	8	120
	(18.33)	(56.67)	(18.33)	(6.67)	(100.00)
ราคาผักไม่แน่นอน	26	53	36	5	120
	(21.66)	(44.17)	(30.00)	(4.17)	(100.00)
สถานที่จำหน่ายผัก	18	50	41	11	120
ไม่สะอาด	(15.00)	(41.67)	(34.16)	(9.17)	(100.00)
จำนวนพ่อค้ามีน้อย	5	38	39	38	120
	(4.16)	(31.67)	(32.50)	(31.67)	(100.00)

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บ หมายถึง เปอร์เซ็นต์

บทที่ 4

สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุป

การศึกษาพฤติกรรมการบริโภคผักสดในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งใช้แบบสอบถามประกอบการสัมภาษณ์ผู้บริโภคโดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญจำนวน 9 เขต ได้แก่ เขตจตุจักร บางกะปิ บางขุนเทียน บางเขน ปทุมวัน มีนบุรี ยานนาวา ลาดพร้าว และสัมพันธวงศ์ ได้เก็บรวบรวมข้อมูลทั้งหมดจำนวน 120 ตัวอย่าง สามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

สภาพทั่วไปของผู้บริโภค

จากจำนวนผู้บริโภคทั้งหมดเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุในช่วง 31-40 ปี รองลงมาคือ ช่วงอายุ 41-50 ปี ส่วนใหญ่สถานภาพสมรสและสำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรี รองลงมาคือ ระดับอาชีวศึกษาหรือเทียบเท่า อาชีพส่วนใหญ่คือรับราชการ รองลงมาคือ ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว ซึ่งรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัวผู้บริโภคส่วนใหญ่มีรายได้มากกว่า 24,000 บาท รองลงมา มีรายได้อยู่ในช่วง 12,001-16,000 บาท และผู้บริโภคส่วนใหญ่จะมีสมาชิกในครอบครัว 4-6 คน รองลงมา มีสมาชิกในครอบครัว 1-3 คน

พฤติกรรมการบริโภคผักสด

ผู้บริโภคที่เป็นแม่บ้าน จะเป็นผู้ที่มีอำนาจในการกำหนดรายการอาหารในครอบครัว รองลงมา คือ พ่อบ้านกับบุตร โดยส่วนมากจะรับประทานผักสดทุกวัน รองลงมา คือ รับประทาน 2-3 วันต่อสัปดาห์ ชนิดของผักสดที่ผู้บริโภครับประทานบ่อยที่สุด คือ ผักบุ้ง ผักคะน้า ผักกาดขาว เหตุผลที่เลือกรับประทานผักสดชนิดนั้นเนื่องจากขึ้นอยู่กับความชอบ รองลงมาคือ ขึ้นอยู่กับรายการอาหาร โดยส่วนใหญ่ผู้บริโภคจะซื้อผักสดมาประกอบอาหารเอง ซึ่งจะซื้อผักสดมารับประทานในครอบครัวเฉลี่ย 2-3 วันต่อครั้ง รองลงมา คือ ซื้อทุกวัน ปริมาณการซื้อผักมารับประทานเฉลี่ย

ประมาณ 1-2 กิโลกรัม เมื่อซื้อผักสดมาแล้วส่วนใหญ่จะเก็บไว้ในตู้เย็นเพื่อรอการปรุงอาหารต่อไป ผู้บริโภคส่วนใหญ่เคยซื้อผักสดที่มีการบรรจุหีบห่อสำเร็จรูป ส่วนผู้ที่ไม่เคยซื้อผักสดที่มีการบรรจุหีบห่อสำเร็จรูปให้เหตุผลว่า ผักสดที่มีการบรรจุหีบห่อสำเร็จรูปมีราคาค่อนข้างสูง รองลงมา คือ สถานที่ที่มีการจำหน่ายผักสดที่มีการบรรจุหีบห่อสำเร็จรูปอยู่ห่างไกล ผู้บริโภคส่วนใหญ่นิยมไปซื้อผักสดที่ตลาดสดเป็นส่วนมาก เนื่องจากสินค้ามีราคาถูก และความสะดวกในการเดินทาง รองลงมา คือ ซื้อที่ซุปเปอร์มาร์เก็ต เนื่องจากความสะอาดของร้าน และสินค้ามีการคัดเกรดสำหรับตลาด อตก. และผู้เสนอขายถึงบ้าน ผู้บริโภคมีความนิยมในการไปซื้อบ้าง สาเหตุที่นิยมไปซื้อที่ตลาด อตก. เนื่องจากสินค้ามีการคัดเกรด รองลงมา คือ สามารถเลือกผักได้และความสะดวกในการเดินทาง

<u>ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผักสด</u>

ผู้บริโภคมีความคิดว่า ความสด ความสะอาด และความปลอดสารพิษของผักสด มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผักสดในระดับมากที่สุด ชนิดของผักสด ความสะดวกในการหาซื้อ ความสะดวกของสถานที่ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผักสดในระดับมาก รายได้ของครอบครัวผู้บริโภค ราคาของผักสด การบรรจุหีบห่อของผักสด มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผักสดในระดับปานกลาง

<u>ความคิดเห็นและปัญหาในการบริโภคผักสดของผู้บริโภค</u>

<u>ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผักสดในปัจจุบัน</u>

ผู้บริโภคมีความคิดเห็นว่า ถ้าหากมีการบรรจุหีบห่อผักสดที่ดีขึ้นเพื่อรักษาคุณภาพของผักสดแล้วจะซื้อมาบริโภค และผู้บริโภคส่วนใหญ่เคยรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับพืชผักที่มีการบรรจุหีบห่อโดยพบเห็นข่าวสารทางด้านพืชผักในโทรทัศน์ รองลงมา พบเห็นจากสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีวิธีในการเลือกซื้อผักปลอดสารพิษ โดยการเลือกผักที่มีรูพรุนหรือผักที่มีการทำลายจากแมลง รองลงมาคือ เลือกผักที่มีตรารับรองปลอดสารพิษ ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า

ความสดของผักที่จำหน่ายอยู่ในปัจจุบันและคุณค่าทางอาหารของผักสดอยู่ในเกณฑ์ดี ความสะอาด การบรรจุหีบห่อ ราคาของผักสด และสถานที่จำหน่ายผักสดในปัจจุบันอยู่ในเกณฑ์พอใช้ ส่วนความปลอดสารพิษของผักสดในปัจจุบันควรปรับปรุง

ปัญหาในการบริโภคผักสดที่พบในปัจจุบันของผู้บริโภค

- ทางด้านผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะประสบปัญหามากเกี่ยวกับผักมีสารเคมี และประสบปัญหาปานกลางเกี่ยวกับผักไม่สะอาด ผักไม่สดและเน่าเสีย ในขณะที่มีปัญหาน้อยเนื่องจากไม่มีผักที่ต้องการในตลาด

- ทางด้านราคา ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะประสบกับปัญหาราคาผักแพงเกินไป และประสบปัญหาปานกลางเกี่ยวกับราคาผักไม่แน่นอน

- ทางด้านสถานที่การจำหน่าย ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะประสบปัญหาปานกลางเกี่ยวกับสถานที่การจำหน่ายไม่สะดวก และประสบปัญหาน้อยเรื่องจำนวนพ่อค้ามีน้อย

ข้อเสนอแนะของผู้บริโภค

1. ควรมีการควบคุมการใช้สารเคมีกับผักสด

2. ควรมีการขยายตลาดของผักปลอดสารพิษให้มากขึ้นและควรมีตรารับรองผักปลอดสารพิษที่สามารถเชื่อถือได้

3. ควรมีการจัดมาตรฐานทั้งในด้านความสะอาด ความสด การปลอดสารพิษ และปริมาณในการซื้อผักสดแต่ละครั้ง

4. ควรมีการปรับปรุงราคาของผักให้อยู่ในระดับที่แน่นอน โดยเฉพาะผักปลอดสารพิษควรควบคุมไม่ให้ราคาแพงเกินไป

5. ควรมีการปรับปรุงในเรื่องความสะอาดของสถานที่การจำหน่าย

ข้อเสนอแนะ

1. ควรมีการส่งเสริมให้เกษตรกรปลูกผักปลอดสารพิษให้มากขึ้น โดยอาจจะให้เกษตรอำเภอหรือเกษตรตำบลเป็นผู้แนะนำให้ความรู้เกี่ยวกับการปลูกผักปลอดสารพิษ เพื่อที่จะให้เกษตรกรมีการผลิตผักปลอดสารพิษเพิ่มขึ้น และสามารถที่จะตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึง โดยชี้ให้เห็นถึงอันตรายของสารเคมีที่ตกค้างในพืชผัก และปัจจุบันผู้บริโภคมีความพิถีพิถันในการเลือกซื้ออาหารมาบริโภค เพราะคำนึงถึงสุขภาพอนามัยมากขึ้น

2. ควรสนับสนุนให้มีการวิจัยปรับปรุงหีบห่อการบรรจุผัก เพื่อป้องกันหรือลดความเน่าเสียและสามารถรักษาคุณภาพให้สะอาดและสดได้นานรวมทั้งให้มีต้นทุนต่ำด้วย ทั้งนี้เพราะผู้บริโภคนิยมที่จะซื้อผักสดที่มีการบรรจุหีบห่อ เพราะผักที่มีการบรรจุหีบห่อจะมีคุณภาพดีและสะอาด

3. ควรจัดให้มีห้องเก็บผักที่สามารถปรับอุณหภูมิได้ เพื่อช่วยให้สามารถเก็บรักษาผลิตผลให้มีความสดหรือยืดอายุให้นานวันมากขึ้น

4. ควรมีการพัฒนาและเผยแพร่ราคาสินค้าผัก โดยระบุแหล่งที่มาของสินค้าและเวลาที่ซื้อขาย เพื่อให้เป็นข่าวสารที่เป็นประโยชน์อย่างแท้จริงให้แก่เกษตรกรทราบเป็นประจำวัน เพื่อสร้างอำนาจต่อรองในด้านราคาหรือตัดสินใจในการเก็บเกี่ยวผลผลิต และควรมีการปรับปรุงราคาของผักให้อยู่ในระดับที่แน่นอน โดยเฉพาะผักปลอดสารพิษควรควบคุมไม่ให้แพงเกินไปเพราะจะเป็นการส่งเสริมให้คนบริโภคผักมากขึ้นและเป็นการลดต้นทุนในการผลิต

5. ควรมีการปรับปรุงทางด้านสถานที่การจำหน่ายผักในตลาดสดให้สะอาดมากกว่านี้ เพราะผู้บริโภคส่วนใหญ่จะซื้อผักสดจากแหล่งตลาดนี้

6. ควรมีการจัดนิทรรศการเกี่ยวกับผักปลอดสารพิษ โดยชี้แจงให้เห็นถึงความสำคัญและประโยชน์ของผักปลอดสารพิษ เพื่อเป็นการส่งเสริมให้ผู้บริโภคหันมาบริโภคผักปลอดสารพิษแม้จะมีราคาที่ค่อนข้างสูงกว่า แต่ก็มีความปลอดภัยมากกว่า ซึ่งจะส่งผลให้ราคาผักปลอดสารพิษมีราคาต่ำลงได้ในอนาคต

สำหรับการพัฒนาพืชผักเพื่อการบริโภคภายในประเทศนั้นผักปลอดสารพิษจะเป็นที่ต้องการของผู้บริโภคเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ดังนั้นจำเป็นต้องมีการวางแผนการผลิต การสนับสนุนของภาคเอกชนในการดำเนินการผลิตผักให้ปลอดภัยจากสารพิษ การหามาตรการควบคุมพืชผักที่จำหน่ายให้ปลอดสารพิษ รวมทั้งมีการออกใบรับรองผักปลอดภัยสารพิษให้แก่ผู้ผลิตเพื่อความมั่นใจของผู้บริโภค

เอกสารอ้างอิง

กรมส่งเสริมการเกษตร . 2536 . เอกสารสรุปการสัมมนาทิศทางการผลิตและการตลาดพืชผัก 3-6 กุมภาพันธ์ 2536 . กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์คุรุสภา .

กองวิจัยสินค้าและการตลาด กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ . 2531 . รายงานการศึกษาวิเคราะห์เรื่องการปรับปรุงและจัดตั้งตลาดกลางขายส่งผักและผลไม้ในกรุงเทพมหานคร . กรุงเทพมหานคร : (ไม่ระบุสำนักพิมพ์) .

กองเศรษฐกิจการตลาด กรมการค้าภายใน . 2527 . รายงานผลการศึกษาผักและผลไม้สด . กรุงเทพมหานคร : (ไม่ระบุสำนักพิมพ์) .

จรัส ตรีสุทรรศน์ . 2535 . ระบบการตลาดผักและผลไม้ของประเทศไทย . กรมการค้าภายในกระทรวงพาณิชย์ . (อัดสำเนา)

_____ . 2536 . แนวทางการพัฒนาตลาดสินค้าเกษตรของไทย . กรมการค้าภายในกระทรวงพาณิชย์ . (อัดสำเนา)

จำเนียร บุญมา และคณะ . 2522 . การผลิตและการตลาดผักในแหล่งผลิตที่สำคัญ . รายงานวิจัยฉบับที่ 40 . ภาควิชาเศรษฐศาสตร์เกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ .

เจริญ สุขนันตพงศ์ . 2537 . สถานการณ์ แนวโน้มและนโยบายการส่งเสริมพืชผัก . กรมส่งเสริมการเกษตร . กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ . (อัดสำเนา)

เจเนต เอี่ยมกิจสัมฤทธิ์ . 2527 . การศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการบริโภคผักสด ในกรุงเทพมหานคร ปี 2525 . กรุงเทพมหานคร : วิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโท ภาควิชาเศรษฐศาสตร์เกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ .

ประสิทธิ์ โนรี . 2529 . หลักการผลิตผักเบื้องต้น . เชียงใหม่ : (ไม่ระบุสำนักพิมพ์) .

นิรนาม . 2529 . "ความสำคัญของพืชผัก" . ฐานเกษตรกรรม . 24(มกราคม-กันยายน 2529) : น. 15-16 .

เมืองทอง ทวนทวี และสุรีรัตน์ ปัญญาโตนะ . 2525 . สวนผัก . กรุงเทพมหานคร : (ไม่ระบุสำนักพิมพ์) .

วิศิษย์ ประเสริฐจิตรสรร . 2533 . "ผัก" . ข่าวสารเกษตรศาสตร์ . 35(เมษายน-พฤษภาคม 2533) : น. 24 .

สมพร อิศวิลานนท์ . 2536 . "การบริโภค การแปรรูป และการส่งออกผักและผลไม้ไทย" . เศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ . 17(มกราคม-มิถุนายน 2536) : น. 34-39 .

สายชล เกตุษา . 2535 . "วิธีการเลือกซื้อผักสำหรับการบริโภค" . ข่าวสารเกษตรศาสตร์ . (5 ตุลาคม-พฤศจิกายน 2535) : น. 12-14 .

สุขใจ ธำรงธัญลักษณ์ . 2530 . "การส่งออกผักและผลไม้สด" . เศรษฐกิจการพาณิชย์ . 18 (กรกฎาคม 2530) : น. 24-25 .

ภาคผนวก

ภาคผนวก

ชุดที่..... เขตผู้ให้สัมภาษณ์.....

แบบสอบถามปัญหาพิเศษ

เรื่อง

พฤติกรรมการบริโภคผักสดในเขตกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย / ลงใน ( ) หน้าคำตอบที่ท่านต้องการและเติมข้อความลงในช่องว่าง

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค

1. เพศ ( )1. ชาย ( )2. หญิง

2. อายุ.....ปี

3. สถานภาพสมรส

( )1. โสด ( )3. หม้าย

( )2. สมรส ( )4. อื่น ๆ ระบุ.....

4. จำนวนสมาชิกในครอบครัว (รวมผู้ตอบแบบสอบถามด้วย).....คน

5. ระดับการศึกษา

( )1. ประถมศึกษา ( )4. ปริญญาตรี

( )2. มัธยมศึกษา ( )5. สูงกว่าปริญญาตรี

( )3. อาชีวศึกษาหรือเทียบเท่า ( )6. อื่น ๆ ระบุ.....

6. อาชีพ

(/)1. นักเรียน/นักศึกษา
(/)2. รับราชการ
(/)3. รัฐวิสาหกิจ
(/)4. บริษัทเอกชน/ห้างร้าน
(/)5. รับจ้าง
( )6. ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว
( )7. แม่บ้าน
( )8. อื่น ๆ ระบุ.....

7. รายได้ของครอบครัว

( )1. ต่ำกว่า 8,000 บาท
( )2. 8,000-12,000 บาท
( )3. 12,001-16,000 บาท
( )4. 16,001-20,000 บาท
( )5. 20,001-24,000 บาท
( )6. มากกว่า 24,000 บาท

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการบริโภคผักสด

1. ปรกติใครเป็นผู้กำหนดรายการอาหารแต่ละวันในครอบครัวของท่าน

( )1. ตัวท่านเอง ระบุตำแหน่งในครอบครัว.....
( )2. อื่น ๆ ระบุ.....

/2. ท่านรับประทานผักบ่อยเพียงใด

( )1. ทุกวัน
( )2. 2-3 วัน/สัปดาห์
( )3. 4-5 วัน/สัปดาห์
( )4. สัปดาห์ละครั้ง
( )5. อื่น ๆ ระบุ.....

3. ท่านบริโภคผักชนิดใดบ่อยที่สุด (ให้ตอบรายชื่อผักได้หลายชนิด)

.....
.....
.....

4. เหตุผลที่ท่านเลือกบริโภคผักชนิดนั้น (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

( )1. คำนึงคุณค่าทางอาหาร
( )2. ขึ้นอยู่กับรายการอาหาร
( )3. หาซื้อง่าย
( )4. ความชอบ
( )5. ราคาถูกเมื่อเปรียบเทียบกับผักชนิดอื่น
( )6. สะดวกในการประกอบอาหาร
( )7. อื่น ๆ ระบุ.....

5. ผักที่ท่านรับประทานส่วนใหญ่อยู่ในรูปแบบใด

( )1. ปรุงแล้ว (อาหารสำเร็จรูป)
( )2. อาหารพร้อมปรุง
( )3. ซื้อมาประกอบอาหารเองในรูปผักสด
( )4. อื่น ๆ ระบุ.....

6. ความถี่ในการซื้อผักสดมาบริโภคในครอบครัว

( )1. ทุกวัน
( )2. 2-3 วัน/ครั้ง
( )3. 4-5 วัน/ครั้ง
( )4. 6-10 วัน/ครั้ง
( )5. มากกว่า 10 วัน/ครั้ง
( )6. อื่น ๆ ระบุ.....

7. ปริมาณผักสดทั้งหมดที่ท่านซื้อเฉลี่ยในแต่ละครั้ง โปรดระบุ .....กิโลกรัม.....ขีด

8. หลังจากที่ท่านซื้อผักสดไปแล้วท่านทำอย่างไรกับผักสดที่ซื้อไป

( )1. ปรุงอาหารทันที
( )2. เก็บไว้ในตู้เย็น
( )3. อื่น ๆ ระบุ.....

9. ท่านเคยซื้อผักสดที่มีการบรรจุหีบห่อสำเร็จรูปหรือไม่

( )1. เคย (ข้ามไปตอบข้อ 11)
( )2. ไม่เคย

10. เหตุผลที่ท่านไม่เคยซื้อผักสดที่มีการบรรจุหีบห่อสำเร็จรูป (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

( )1. ไม่เคยเห็นว่ามีการวางขายผักสดที่มีการบรรจุหีบห่อ

( )2. ราคาผักสดที่มีการบรรจุหีบห่อค่อนข้างสูง

( )3. สถานที่ที่มีการจำหน่ายผักสดที่มีการบรรจุหีบห่ออยู่ห่างไกล

( )4. อื่น ๆ ระบุ.....

11. ท่านเลือกซื้อผักสดจากแหล่งใดและเหตุผลในการเลือกซื้อจากแหล่งนั้น
(กรุณาใส่หมายเลขโดยให้เรียงตามลำดับความบ่อยในการไปซื้อ)

แหล่งที่ซื้อ	ราคาถูก	สามารถเลือกผักได้	ซื้อเป็นประจำ	สินค้ามีการคัดเกรด	ความสะอาดของร้าน	สะดวกในการเดินทาง	อื่น ๆ ระบุ...
( )1. ซุปเปอร์มาร์เก็ต	( )	( )	( )	( )	( )	( )	( )
( )2. ตลาดสด	( )	( )	( )	( )	( )	( )	( )
( )3. ตลาด อตก.	( )	( )	( )	( )	( )	( )	( )
( )4. ตลาดขายส่งผักที่สำคัญ	( )	( )	( )	( )	( )	( )	( )
( )5. ผู้เสนอขายถึงบ้าน	( )	( )	( )	( )	( )	( )	( )
( )6. อื่น ๆ ระบุ.....	( )	( )	( )	( )	( )	( )	( )

ตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผักสด

1. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผักสดของท่าน

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มีผลต่อการตัดสินใจ
1. รายได้ของครอบครัว	( )	( )	( )	( )	( )
2. ราคา	( )	( )	( )	( )	( )
3. ชนิดของผัก	( )	( )	( )	( )	( )
4. ความสด	( )	( )	( )	( )	( )
5. ความสะอาดของผัก	( )	( )	( )	( )	( )
6. ความปลอดสารพิษ	( )	( )	( )	( )	( )
7. ความสะดวกในการซื้อ	( )	( )	( )	( )	( )
8. ความสะดวกของสถานที่	( )	( )	( )	( )	( )
9. การบรรจุหีบห่อที่เหมาะสม	( )	( )	( )	( )	( )
10. อื่น ๆ ระบุ.....	( )	( )	( )	( )	( )

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นและปัญหาในการบริโภคผักสด

1. ปัญหาในการบริโภคผักสดที่ท่านประสบอยู่ในปัจจุบัน

ระดับของปัญหา	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่ประสบปัญหา
ผักไม่สดและเน่าเสียง่าย	( )	( )	( )	( )
ผักไม่สะอาด	( )	( )	( )	( )
ผักมีสารเคมี	( )	( )	( )	( )
ไม่มีผักที่ต้องการ	( )	( )	( )	( )
ราคาผักแพงเกินไป	( )	( )	( )	( )
ราคาผักไม่แน่นอน	( )	( )	( )	( )
สถานที่จำหน่ายผักไม่สะอาด	( )	( )	( )	( )
จำนวนพ่อค้ามีน้อย	( )	( )	( )	( )
อื่น ๆ ระบุ.....	( )	( )	( )	( )

2. ถ้าหากมีการบรรจุหีบห่อที่ดีขึ้นเพื่อรักษาคุณภาพของผักสดท่านจะซื้อหรือไม่

( )1. ซื้อ ( )2. ไม่ซื้อ

3. ท่านเคยเห็นและรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับพืชผักที่มีการบรรจุหีบห่อหรือไม่

( )1. เคย ( )2. ไม่เคย (ข้ามไปตอบข้อ 5)

4. ท่านเคยพบข่าวสารทางด้านพืชผักด้านใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

( )1. โทรทัศน์ ( )4. การประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานต่าง ๆ

( )2. วิทยุ ( )5. สิ่งพิมพ์ต่าง ๆ

( )3. แผ่นป้ายโฆษณา ( )6. อื่น ๆ ระบุ.....

5. ท่านมีความคิดเห็นต่อผักสดในเรื่องต่าง ๆ เหล่านี้ในปัจจุบันอย่างไร

	ดีมาก	ดี	พอใช้	ควรปรับปรุง
ความสดของผักสด	( )	( )	( )	( )
ความสะอาดของผักสด	( )	( )	( )	( )
ความปลอดสารพิษ	( )	( )	( )	( )
ราคาผักสดในปัจจุบัน	( )	( )	( )	( )
สถานที่จำหน่าย	( )	( )	( )	( )
การบรรจุหีบห่อ	( )	( )	( )	( )
คุณค่าทางอาหาร	( )	( )	( )	( )

6. ท่านมีวิธีในการเลือกซื้อผักปลอดสารพิษอย่างไร

( )1. เลือกผักที่มีรูพรุน (ผักที่มีการทำลายจากแมลง)

( )2. เลือกผักที่ไม่มีทั้งโรคและแมลงทำลาย

( )3. เลือกผักที่มีตรารับรองปลอดสารพิษ

( )4. อื่น ๆ ระบุ.....

7. ข้อเสนอแนะอื่น ๆ เกี่ยวกับผักสด

1. .....

2. .....

3. .....

4. .....

ขอขอบคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือ