



ใบรับรองปัญหาพิเศษ

ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เรื่อง

พฤติกรรมการบริโภคผลไม้แปรรูปของนักศึกษาสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

Consumer Behavior on Preserved Fruit of KMITL Students

ของ

นางสาวราตรี วิรเศรษฐ์

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติให้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตร

วท.บ. (บริหารธุรกิจเกษตร)

เมื่อวันที่ 21 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2539

อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ

๒๑ / ๑๖ / ๓๙

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์นิตยา สิทธิโชค)

กรรมการปัญหาพิเศษ

๒๖ / ๑๗ / ๒๕๓๙

(รองศาสตราจารย์อำนาจ แสงโนรี)

หัวหน้าภาควิชา

๒๘ / ๑๗ / ๒๕๓๙

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ศิริจรรธา เครือวิริยะพันธ์)

14737
20 ต.ค. 2541

ACC. NO.
Date Received	20 ต.ย. 2539
Call No.

๗๓.
๗๔๔๒๗
๒๕๓๙

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



สำนักหอสมุดกลาง ศูนย์คอมพิวเตอร์กลางลาดกระบัง

ปัญหาพิเศษ

เรื่อง

พฤติกรรมการบริโภคผลไม้แปรรูปของนักศึกษาสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

Consumer Behavior on Preserved Fruit of KMITL Students

โดย



T097682

นางสาวราตรี วีรเศรษฐ์

๑/๗.

๖442๗

๒5๓9

เสนอ

เลขหมู่.....

เลขทะเบียน..... 97682

วัน,เดือน,ปี.....

ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)

พ.ศ. 2539

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้


บทคัดย่อ

ชื่อเรื่อง : พฤติกรรมการบริโภคผลไม้แปรรูปของนักศึกษาสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง

โดย : นางสาวราตรี วีรเศรษฐ์

ชื่อปริญญา : วิทยาศาสตร์บัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)

สาขาวิชาเอก : บริหารธุรกิจเกษตร

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ :  , ๑๑ / ๓.๖.๖๑
(นิตยา สิตชิโรด)

ผลจากการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของไทยในปัจจุบันทำให้สภาพการดำเนินธุรกิจ
และวิถีความเป็นอยู่ของคนไทยเปลี่ยนไป โดยเฉพาะคนในเขตกรุงเทพมหานครมีพฤติกรรมการ
บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างเห็นได้ชัด ทั้งนี้เป็นเพราะความรีบเร่งในแต่ละวัน สภาพการจราจร
ที่ติดขัด ส่งผลให้คนส่วนใหญ่มีเวลาน้อยลง ทำให้ไม่มีเวลาในการประกอบอาหารเอง ดังนั้น
ธุรกิจด้านอาหาร มีบทบาทมากขึ้นในชีวิตประจำวัน ผลไม้แปรรูปจัดเป็นอาหารประเภทหนึ่งที่มี
ความสะดวกในการเลือกซื้อและรับประทานอีกทั้งมีให้เลือกมากมายหลายชนิดเนื่องจากเมืองไทยมี
ผลไม้ ซึ่งใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตมากมาย ด้วยเหตุดังกล่าวนี้ น่าจะทำให้ผลไม้แปรรูปเป็น
ผลิตภัณฑ์ที่สามารถสนองตอบต่อเหตุการณ์ปัจจุบันของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี ดังนั้นจึงเป็นเหตุให้
สนใจศึกษา พฤติกรรมการบริโภคผลไม้แปรรูปของนักศึกษาสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณ
ทหารลาดกระบัง ซึ่งเป็นกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อที่จะ
ได้ทราบพฤติกรรมตลอดจนความคิดเห็นและปัจจัยต่าง ๆ ที่เป็นตัวกำหนดการบริโภคผลไม้แปรรูป
ของผู้บริโภค ผลการศึกษาจะเป็นแนวทางในการปรับปรุงการดำเนินงานของผู้ประกอบการให้ตอบ
สนองความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด

ผลการศึกษาผู้บริโภคผลไม้แปรรูปของนักศึกษาสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้า-
คุณทหารลาดกระบังจำนวน 124 คนโดยใช้แบบสอบถาม ปรากฏว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง
มีรายได้เฉลี่ย 3,682.25 บาทต่อเดือน โดยส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาปริญญาตรีปี 4 ซึ่งผู้บริโภค
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนใหญ่บริโภคผลไม้ดองมากที่สุด ความถี่ในการบริโภคเฉลี่ยแล้ว 5.06 ครั้งต่อเดือน มีปริมาณการซื้อครั้งละ 100-200 กรัม ซึ่งการซื้อแต่ละครั้งส่วนใหญ่ผู้บริโภคจะซื้อครั้งละไม่เกิน 10 บาท ผู้บริโภคส่วนใหญ่ที่บริโภคผลไม้แปรรูป ให้เหตุผลว่าชอบรับประทานเล่นเป็นของว่างมีปัจจัยในการเลือกซื้อที่สำคัญ คือ รสชาติเป็นสำคัญโดยจะรับประทานเวลาพักผ่อนเป็นส่วนใหญ่ซึ่งจะรับประทานในที่ที่อากาศอบอุ่นกับน้ำเปล่า ซึ่งสถานที่ผู้บริโภคซื้อผลไม้แปรรูปส่วนใหญ่จะซื้อตามแผงลอยและรถเข็นเพราะเห็นว่าสะดวกหาซื้อง่ายมีประเภทของผลไม้แปรรูปให้เลือกมากซึ่งส่วนใหญ่ค่าใช้จ่ายในการบริโภคต่อเดือนไม่เกิน 100 บาท โดยผู้บริโภคเห็นว่าการเลือกซื้อผลไม้แปรรูป สีสีนและรูปแบบเป็นส่วนหนึ่งของผู้บริโภคเห็นว่า เป็นสิ่งดึงดูดที่ดี และเห็นว่าการผลิตในปัจจุบันผ่านขั้นตอนการทำความปลอดภัยที่ดีขึ้น

ข้อเสนอแนะในการศึกษา เรื่องนี้มีหกประการ ประการแรกคือด้านการจัดจำหน่าย ควรมีการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายให้มากขึ้น และควรจัดสินค้าให้มีปริมาณเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า ประการที่สอง คือ การเน้นการขายที่กลุ่มลูกค้าที่เป็นเพศหญิง ประการที่สาม คือผู้ประกอบการควรผลิตผลไม้แปรรูปให้มีรสชาติหลากหลายและได้มาตรฐาน ส่วนประการที่สี่ คือ ควรมีการปรับปรุงความปลอดภัยของการผลิต การบรรจุ และการวางขายให้มากขึ้น โดยเฉพาะขบวนการผลิตควรขบวนการทำความสะอาดที่ดี และประการที่ห้า ควรให้มีการกระจายระดับราคาสินค้า คือให้มีสินค้าทั้งราคาถูกจนถึงราคาแพง เพื่อเป็นการรองรับความสามารถในการซื้อของลูกค้าทุก ๆ กลุ่มได้ และประการสุดท้ายคือการเลือกสถานที่ตั้งของร้านในการขายสินค้าควรเลือกสถานที่ในทำเลที่เหมาะสม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คำนิยม

ในการศึกษาเรียบเรียงปัญหาเรื่อง "พฤติกรรมการบริโภคผลไม้แปรรูปของนักศึกษาสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง" ที่ได้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความถูกต้องและสมบูรณ์ ทั้งนี้เนื่องจากได้รับความช่วยเหลือทั้งในด้านการให้คำปรึกษาแนะนำ การตรวจทานแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ จากผู้ช่วยศาสตราจารย์นิตยา สิริโชค อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษและรองศาสตราจารย์อำนาจ แสงโนรี กรรมการที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ ผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ทั้งสองท่านเป็นอย่างสูงและขอขอบคุณนายจรูญพงษ์ แสงมณีที่ช่วยให้คำแนะนำที่มีประโยชน์ในการทำโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC อีกทั้งยังเป็นผู้ให้กำลังใจแก่ผู้ศึกษาในการทำปัญหาพิเศษมาตั้งแต่เริ่มต้น ตลอดจนนางสาววงศ์อร ชำนาญไพโร และเพื่อน ๆ ที่คอยให้กำลังใจและสอบถามถึงความคืบหน้าของปัญหาพิเศษฉบับนี้และที่สำคัญคือขอกราบขอบพระคุณ บิดา มารดา ที่เป็นที่รักยิ่งที่ได้มอบทุนการศึกษาแก่ผู้ศึกษาทำให้ผู้ศึกษาสามารถจัดทำปัญหาพิเศษฉบับนี้ลุล่วงไปด้วยดี

ราตรี วีรเศรษฐ์

กุมภาพันธ์ 2539

สารบัญ

	หน้า
สารบัญตาราง	(3)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
ขอบเขตการศึกษา	3
นิยามศัพท์	4
บทที่ 2 ระเบียบวิธีการศึกษา	5
การตรวจเอกสาร	5
ข้อมูลและวิธีการศึกษา	6
สมมติฐานการศึกษา	9
ข้อมูล/ตัวแปรที่ใช้	10
การวิเคราะห์ข้อมูล	10
บทที่ 3 สภาพการผลิตและการตลาดผลไม้แปรรูป	11
ประวัติความเป็นมา	11
โครงสร้างอุตสาหกรรมแปรรูปผลไม้	11
ขบวนการผลิตผลไม้แปรรูป	12
ปัญหาอุตสาหกรรมแปรรูปผลไม้	15
การตลาด	17
บทที่ 4 พฤติกรรมและทัศนคติของผู้บริโภคผลไม้แปรรูป	19
ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค	19
พฤติกรรมและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคผลไม้แปรรูป	21
ทัศนคติของผู้บริโภคผลไม้แปรรูป	32

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการบริโภค	35
ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรรมการบริโภค	43
บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ	47
สรุป	47
ข้อเสนอแนะ	48
เอกสารอ้างอิง	50
ภาคผนวก	52



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	จำนวนและอัตราส่วนร้อยละของนักศึกษาคณะต่าง ๆ ในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง	7
2	จำนวนนักศึกษาที่ทำการส่งตัวอย่างในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง	8
3	ลักษณะทางสังคมและเศรษฐกิจของผู้บริโภคผลไม้แปรรูป	20
4	ประเภทของผลไม้แปรรูปที่ผู้บริโภคบริโภคเป็นประจำ	21
5	ความถี่ในการบริโภคผลไม้แปรรูปใน 1 เดือน	22
6	ปริมาณผลไม้แปรรูปที่ผู้บริโภคซื้อในแต่ละครั้ง	23
7	ราคาผลไม้แปรรูปที่ผู้บริโภคซื้อ (ต่อ 100 กรัม)	24
8	ความเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อราคาผลไม้แปรรูป	25
9	เหตุผลที่ผู้บริโภคบริโภคผลไม้แปรรูป	25
10	ปัจจัยในการพิจารณาเลือกซื้อผลไม้แปรรูป	26
11	ช่วงเวลา que ผู้บริโภคบริโภคผลไม้แปรรูปเป็นประจำ	27
12	สถานที่ที่ผู้บริโภคบริโภคผลไม้แปรรูปเป็นประจำ	28
13	ประเภทเครื่องดื่มที่ผู้บริโภคมักรับร่วมกับผลไม้แปรรูปเป็นประจำ	29
14	สถานที่ที่ผู้บริโภคซื้อผลไม้แปรรูปเป็นประจำ	29
15	เหตุผลที่ผู้บริโภคซื้อผลไม้แปรรูปจากสถานที่ที่ซื้อเป็นประจำ	30
16	ค่าใช้จ่ายในการบริโภค	31
17	ทัศนคติของผู้บริโภค	34
18	ค่าใช้จ่ายในการบริโภคผลไม้แปรรูป จำแนกตามเพศ	36
19	ค่าใช้จ่ายในการบริโภคผลไม้แปรรูป จำแนกตามระดับรายได้	37
20	ค่าใช้จ่ายในการบริโภคผลไม้แปรรูป จำแนกตามสถานที่ตั้งของคณะ	38
21	ค่าใช้จ่ายในการบริโภคผลไม้แปรรูป จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้บริโภค	39
22	ค่าใช้จ่ายในการบริโภคผลไม้แปรรูป จำแนกตามความถี่ในการบริโภค	40

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
23	ค่าใช้จ่ายในการบริโภคผลไม้แปรรูป จำแนกตามราคาของผลไม้แปรรูป	41
24	ค่าใช้จ่ายในการบริโภคผลไม้แปรรูป จำแนกตามทัศนคติของผู้บริโภค	42
25	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาพฤติกรรมกรรมการบริโภค	44
26	ค่าประมาณสัมประสิทธิ์การวิเคราะห์การถดถอยพหุของสมการการบริโภคผลไม้แปรรูป	46



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา

ประเทศไทยอุดมสมบูรณ์ไปด้วยผลไม้สดนานาชนิด ซึ่งผลไม้เป็นอาหารเสริมที่ให้คุณค่าทางอาหารเป็นประโยชน์ต่อสุขภาพและพลาสมาของประชากร โดยเฉพาะการให้แร่ธาตุและวิตามิน (กองโภชนาการ , 2533) โดยที่มาของผลไม้หรือการได้มาซึ่งผลไม้สำหรับการบริโภคไม่มีความแน่นอน จากสภาพภูมิประเทศและดินฟ้าอากาศของประเทศไทยที่เอื้ออำนวยต่อการเพาะปลูกผลไม้หลายชนิด จึงทำให้ผลไม้หลายชนิดผลิตเปลี่ยนหมุนเวียนออกสู่ตลาดมาที่บริโภคโดยไม่ขาดระยะ ผลไม้บางชนิดก็ออกผลตลอดปี เช่น กลั้วหอม กลั้วน้ำว่า พรั่ง มะพร้าวอ่อน มะพร้าวเนื้อแห้งและมะละกอ เป็นต้น ปริมาณผลไม้ที่ออกสู่ตลาดตามฤดูกาลนั้นก็มียาวนานมาก เช่น มะม่วง ลำไย ลิ้นจี่ มังคุด ทุเรียน องุ่น เป็นต้น ซึ่งผลไม้เหล่านี้จะมีระยะเวลาออกสู่ตลาดสลับเปลี่ยนกันตลอดทั้งปี โดยผลไม้จะคงความสดได้เพียงชั่วระยะเวลาหนึ่ง หลังจากนั้นจะเกิดการเปลี่ยนแปลงซึ่งเกิดขึ้นตามธรรมชาติ หรือกล่าวคือผลไม้เกิดการเน่าเสียง่าย (Perishable Goods) เมื่อผลผลิตออกมาจากการบริโภคสดภายในประเทศสามารถรองรับได้เพียงระดับหนึ่ง ส่วนการส่งออกผลไม้สดก็ต้องเผชิญกับปัญหาและอุปสรรคนานับประการซึ่งได้รับความกระทบกระเทือนจากความผันผวนบางประการของตลาดโลก อาทิ ปัญหาราคาส่งออกตกต่ำ และปัญหาการกีดกันทางการค้า การตั้งกำแพงภาษี เป็นต้น (ฝ่ายวิชาการธนาคารกสิกรไทย , 2531 : 38) จึงมีความจำเป็นที่จะต้องหาทางออกทางด้านอื่นมาเสริม วิธีการหนึ่งที่นิยมคือการนำผลไม้มาทำการแปรรูป

เนื่องจากว่าประเทศไทย เป็นประเทศที่มีผลไม้จำนวนมากในแต่ละฤดูกาล เมื่อผลผลิตเริ่มแก่และออกสู่ตลาดเป็นจำนวนมาก ราคา มักถูก ยิ่งถ้าผลผลิตนั้น ๆ ผลิตได้มากจนเกินความต้องการบริโภคภายในประเทศ หากไม่มีตลาดต่างประเทศรองรับ จะมีของเหลือมาก บริโภคไม่ทันของนั้นก็เน่าเสีย เราควรหาวิธีเก็บรักษาผลไม้เหล่านี้ให้อยู่ในสภาพดีมีคุณค่าทางอาหารและเก็บไว้ได้นานซึ่งการนำผลไม้มาเก็บรักษาไว้ตามวิธีการต่างๆ นั้นเป็นการทำให้เกิดไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประโยชน์จะช่วยให้มีผลไม้ไว้รับประทานตลอดปีแม้ว่าจะไม่ใช่ฤดูกาลของผลไม้ นั้น ซึ่งการเก็บรักษาผลไม้ โดยการแปรรูปในอดีตผู้ผลิตมักผลิตตามความชำนาญมากกว่าจะให้สอดคล้องตรงตามความต้องการของตลาด ดังนั้นผลไม้แปรรูปของไทยจึงมักออกมาในรูปของ ผลไม้กวน ผลไม้เชื่อม ผลไม้แช่อิ่ม ผลไม้ดอง ซึ่งวิธีการดังกล่าวข้างต้นก็ยังเป็นวิธีการที่นิยมทำกันมาจนถึงปัจจุบัน สามารถทำให้มีผลไม้บริโภคทั้งในสามปกติและสามขาดแคลนหรือนอกฤดูกาลของผลไม้ นั้น เป็นการประหยัดราคาพอสมควร เนื่องจากซื้อหาเมื่อมีราคาถูกมาแปรรูปไว้บริโภคเมื่อมีราคาแพงหรือพ้นฤดูกาลของผลไม้ นั้น ซึ่งจะทำให้ได้รับประทานผลไม้ในรูปลักษณะและรสชาติแปลกกันไป นอกจากนี้ยังช่วยให้ราคาผลไม้สดมีเสถียรภาพมากขึ้น เป็นแหล่งตลาดรองรับผลไม้สดส่วนเกินได้เป็นอย่างดีและยังสามารถจำหน่ายในราคาสูงเป็นการเพิ่มพูนรายได้ อีกทางหนึ่งด้วย

การแปรรูปผลไม้โดยการ กวน เชื่อม แช่อิ่ม และการดอง ช่วยขจัดปัญหาการเน่าเสียง่ายของผลไม้(Perishable Goods) ภายหลังจากการแปรรูปแล้วยังสามารถเก็บรักษาผลไม้ นั้นได้เป็นเวลายาวนานแตกต่างกันไป สามที่ผลไม้สดขาดหายจากตลาดก็ไม่เดือดร้อนเพราะมีผลไม้แปรรูปชนิดต่าง ๆ มาให้เรารับประทานทดแทนได้ ซึ่งผลไม้แปรรูปชนิดต่าง ๆ หลายชนิดได้เริ่มทำการผลิตเป็นอุตสาหกรรมในครัวเรือนก่อนจนเป็นที่รู้จัก จึงได้พัฒนามาเป็นอุตสาหกรรมเพื่อการค้าขึ้น ส่วนการแปรรูปผลไม้บางชนิดก็ได้ก่อตั้งเป็นอุตสาหกรรมขนาดเล็กและอุตสาหกรรมขนาดใหญ่เพื่อการค้าเลย

จะเห็นว่าผลไม้กวน ผลไม้แช่อิ่ม ผลไม้เชื่อม และผลไม้ดอง ซึ่งปัจจุบันเป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมผลไม้แปรรูป สามารถบรรเทาปัญหาผลไม้ล้นตลาดหรือกล่าวคือตลาดสามารถรองรับผลไม้ส่วนเกินได้เป็นอย่างดี ป้องกันการเน่าเสียของผลไม้ที่มีมากเกินความต้องการกล่าวคือ เป็นอีกทางหนึ่งที่ช่วยยกระดับราคาผลไม้ให้กับชาวสวน และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลไม้ชนิดต่าง ๆ ให้มีเสถียรภาพมากขึ้นจากการนำมาแปรรูปอีกด้วย ซึ่งจากความสำคัญของปัญหาดังกล่าวข้างต้นทำให้ผู้ที่ทำการศึกษาสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมและทัศนคติของผู้บริโภคผลไม้แปรรูป โดยจะศึกษาพฤติกรรมและทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อการบริโภคผลไม้แปรรูปรวมทั้งศึกษาว่ามีปัจจัยอะไรบ้างที่มีผลต่อการบริโภค โดยมุ่งศึกษาถึงพฤติกรรมและทัศนคติของผู้บริโภคผลไม้แปรรูปเป็นของนักศึกษาสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง นำไป ซึ่งอาจจะเป็นการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจจะบริโภค รวมทั้งผู้ที่สนใจจะประกอบอาชีพให้สามารถนำข้อมูลไปใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. ศึกษาพฤติกรรมและทัศนคติการบริโภคผลไม้แปรรูป ของนักศึกษาสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
2. ศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ สังคมและทัศนคติที่มีผลต่อการบริโภคผลไม้แปรรูปของนักศึกษาสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมและทัศนคติของผู้บริโภคผลไม้แปรรูป นอกจากนี้ยังสามารถทราบถึงปัจจัยและความสัมพันธ์ของปัจจัยต่าง ๆ ทางด้านเศรษฐกิจและสังคมต่อการบริโภคผลไม้แปรรูปของนักศึกษาสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ซึ่งข้อมูลเหล่านี้จะเป็นประโยชน์กับผู้สนใจบริโภคผลไม้แปรรูปและผู้ประกอบอาชีพเกี่ยวกับผลไม้แปรรูปจะได้รับข้อมูลเกี่ยวกับผู้บริโภค เพื่อเป็นแนวทางในการผลิตเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค

ขอบเขตการศึกษา

การศึกษาปัญหาพิเศษเรื่องนี้จะเน้นรายละเอียดเฉพาะผลไม้ที่ผ่านกระบวนการแปรรูปซึ่งในที่นี้ได้แก่ การกวน การเชื่อม การแช่แข็ง การดอง เนื่องจากมีกระบวนการผลิตที่คล้ายคลึงกัน แต่ผลไม้ที่นำมาแปรรูปนั้นอาจมีความแตกต่างกันตามลักษณะเฉพาะของผลไม้แต่ละชนิด ซึ่งมีการจำหน่ายทั้งประเภทบรรจุสำเร็จรูป เช่น บรรจุถุงพลาสติกปิดผนึก และประเภทแบ่งขาย ส่วนผลไม้แปรรูปประเภทอื่น ๆ เช่น การตากแห้ง อบแห้ง แสม น้ำผลไม้ ผลไม้กระป๋องไม่อยู่ในขอบเขตปัญหาพิเศษนี้ โดยทำการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคผลไม้แปรรูปนี้ได้กำหนดขอบเขตของการศึกษาดังนี้

การศึกษาครั้งนี้จะทำการเก็บข้อมูลในเรื่องของพฤติกรรมและทัศนคติการบริโภคผลไม้แปรรูปไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ของนักศึกษาสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง โดสใช้แบบสอบถามเป็น เครื่องมือในการเก็บข้อมูลของการบริโภค ซึ่งจะใช้แบบสอบถามกระจายการเก็บข้อมูลตามคณะ ต่าง ๆ ในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

นิยามศัพท์

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของแต่ละบุคคล ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับ การใช้สินค้าหรือการบริการทางเศรษฐกิจ รวมทั้งกระบวนการตัดสินใจของบุคคลที่กำหนดให้เกิด การกระทำนั้นที่เกิดขึ้นก่อนและเป็นตัวกำหนดให้เกิดการกระทำ (รวิวรรณ , 2538 : 8)

ทัศนคติ หมายถึง ทัศนคติแห่งความรู้สึกของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในทางเศรษฐศาสตร์นั้น อาจหมายถึงความพึงพอใจ (Preference) ของบุคคลก็ได้(รวิวรรณ , 2536 : 8)ในการศึกษา ครั้งนี้ หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภคที่มีต่อผลไม้แปรรูป

ผลไม้แปรรูป หมายถึง ผลไม้ที่ได้มาจากกระบวนการแปรรูปใด ๆ ก็ตามที่ทำให้ ผลไม้สามารถเก็บไว้บริโภคได้นานกว่าธรรมชาติโดยที่ผลไม้ยังคงสภาพดี ไม่เกิดการสูญเสียทั้งใน ด้านปริมาณและคุณภาพโดยการใช้วิธีการเพียงหนึ่งวิธีหรือหลาย ๆ วิธีด้วยกัน (คิ้วน , 2534 : 326)ในที่นี้หมายถึงผลไม้แปรรูปประเภทกวน แฉ่ อิ่ม เชื่อม ดอง ส่วนผลไม้แปรรูปประเภทอื่นๆ เช่น ตากแห้ง อบแห้งผลไม้กระป๋อง น้ำผลไม้ แสม ไม่อยู่ในขอบเขตการศึกษาปัญหาพิเศษครั้งนี้

บทที่ 2

ระเบียบวิธีการศึกษา

การตรวจเอกสาร

สมพร อิศวิลานนท์ (2536) การขยายตัวของอุตสาหกรรมแปรรูปผักและผลไม้ และการขยายตัวของตลาดการค้าระหว่างประเทศในช่วงปีที่ผ่านมา ได้กระตุ้นให้มีการขยายตัวในความต้องการผักและผลไม้เพื่อการแปรรูปมากขึ้น ผู้ประกอบการแปรรูปในปัจจุบันประกอบด้วยผู้ที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนซึ่งจะเป็นกลุ่มผู้ประกอบการขนาดใหญ่ ส่วนอีกกลุ่มหนึ่งเป็นผู้ประกอบการขนาดเล็ก และเป็นการประกอบอุตสาหกรรมในครัวเรือน ทำการผลิตเพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภคในประเทศ จากการขยายตัวของการบริโภคภายในประเทศ การแปรรูปผักและผลไม้ ส่อมนำไปสู่การแข่งขันในความต้องการใช้ผักสดและผลไม้สดในรูปแบบต่าง ๆ กัน

ศฤงคาร นิธิธนทร (2537) ทำการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคผลไม้กระป๋องในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 120 คน เกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคผลไม้กระป๋องของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครพบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่นิยมรับประทานผลไม้กระป๋องนาน ๆ ครั้ง โดยรับประทานไม่จำกัดช่วงเวลา ซึ่งจะนิยมรับประทานผลไม้กระป๋องตรา "มาลี" มากที่สุด พฤติกรรมการซื้อผลไม้กระป๋องจะเป็นนาน ๆ ครั้ง ซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลไม้กระป๋องของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครพบว่า อิทธิพลที่ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อผลไม้กระป๋องครั้งแรกคือต้องการทดลอง โดยในการเลือกซื้อผลไม้กระป๋อง ผู้บริโภคคำนึงถึงคุณภาพของสินค้ามากที่สุดซึ่งโดยทั่ว ๆ ไป ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะเคยพบปัญหาจากการซื้อผลไม้กระป๋อง ปัญหาที่พบคือสินค้าเสื่อมคุณภาพและบรรจุภัณฑ์ชำรุดมีรอยบุบซึ่งแม้จะพบปัญหาผู้บริโภคส่วนใหญ่ก็ยังคงซื้อผลไม้กระป๋องตามปกติโดยจะมีความละเอียดรอบคอบในการซื้อมากขึ้น ส่วนด้านทัศนคติของผู้บริโภคผลไม้กระป๋องที่มีต่อผลไม้กระป๋องคือ ผู้บริโภคมีทัศนคติที่ดีมากกับความสะดวกในการซื้อ ราคาสินค้า คุณภาพของสินค้า ความหลากหลายของสินค้า ขนาดบรรจุและโฆษณา โดยผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความเห็นว่า การโฆษณาผลไม้กระป๋องโดยผ่านสื่อ "โทรทัศน์" มีความน่าสนใจมากที่สุดและมีความเห็นว่า การโฆษณามีผลอย่างมากต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลไม้กระป๋อง ในขณะที่ราคาควร จะได้รับการปรับปรุงเป็นอันดับแรก การค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สุรศักดิ์ อารีสว่างกิจ (2538) ได้ศึกษาพฤติกรรมกรรมการบริโภคน้ำผลไม้กระป๋องในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริโภคจำนวน 120 ชุด ซึ่งพฤติกรรมการบริโภคน้ำผลไม้กระป๋องส่วนใหญ่ผู้บริโภคจะบริโภคไม่บ่อยนัก โดยเวลาในการบริโภคมีความไม่แน่นอน ประเภทของน้ำผลไม้กระป๋องที่ผู้บริโภคชอบบริโภคมากที่สุดคือ น้ำส้ม สาเหตุส่วนใหญ่คือ ผู้บริโภคชอบในรสชาติ ประเภทของน้ำผลไม้กระป๋องที่ผู้บริโภคไม่ชอบบริโภค คือ น้ำแอปเปิ้ล สาเหตุส่วนใหญ่ คือ รสชาติไม่ดี ซึ่งผู้บริโภคส่วนใหญ่ซื้อน้ำผลไม้กระป๋องจากห้างสรรพสินค้าเนื่องจากใกล้บ้านและมีสินค้าให้เลือกหลายชนิด ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคน้ำผลไม้กระป๋อง พบว่าอิทธิพลที่ทำให้ผู้บริโภคบริโภคน้ำผลไม้กระป๋องมาจากความกระหาย ปัจจัยที่ผู้บริโภคใช้ในการพิจารณาเลือกซื้อน้ำผลไม้กระป๋องมากที่สุดคือ รสชาติ รองลงมาคือ ราคาและความสะดวกในการซื้อ ซึ่งผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความเห็นต่อน้ำผลไม้กระป๋องที่จำหน่ายในปัจจุบันว่ามีรสชาติพอใช้ได้ แต่ขนาดบรรจุและลักษณะบรรจุภัณฑ์ควรปรับปรุง ส่วนในด้านราคา การกระจายสินค้า การโฆษณา และการส่งเสริมการขาย ผู้บริโภค มีความเห็นว่าพอใช้ได้ นอกจากนี้ผู้บริโภครยังมีความเห็นว่าน้ำผลไม้กระป๋องมีประโยชน์ต่อร่างกาย ส่วนสาเหตุที่จะทำให้ผู้บริโภคลดการบริโภคน้ำผลไม้กระป๋องลง คือราคาแพงและรสชาติไม่ถูกปากแต่โดยทั่วไปผู้บริโภคส่วนใหญ่ชอบบริโภคน้ำผลไม้สดมากกว่าน้ำผลไม้กระป๋อง เนื่องจากมีราคาถูก ไม่มีวัตถุกันเสีย รสชาติดีกว่า สดกว่า มีคุณค่าทางอาหารมากกว่าส่วนผู้บริโภคที่ชอบน้ำผลไม้กระป๋องมากกว่า เนื่องจากสามารถเก็บไว้ได้นานมีความทันสมัยและสะดวกในการพกพา

ข้อมูลและวิธีการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ ข้อมูลที่ได้เป็นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติของผู้บริโภคน้ำผลไม้แปรรูป โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูล 2 วิธี คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลภาคสนามของผู้บริโภคผลไม้แปรรูป ตัวอย่างที่ใช้เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างซึ่งพิจารณาการแบ่งกลุ่มโดยใช้คะแนนสุ่มเป็นไฮเปอร์โบลิก สุ่มวันเวลาหรือการเรียงกันเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนักผู้ตอบเห็นใบระเบียบขั้นตอนการดำเนินการไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ต่าง ๆ ในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังเป็นหลักในการแบ่ง ในที่นี้แบ่ง นักศึกษาในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังได้ 5 คณะ ได้แก่ คณะวิศวกรรมศาสตร์ มีนักศึกษาทั้งสิ้น 3,808 คนคิดเป็นร้อยละ 47.67 คณะสถาปัตยกรรม มีนักศึกษาทั้งสิ้น 845 คน คิดเป็นร้อยละ 10.58 คณะวิทยาศาสตร์ มีนักศึกษาทั้งสิ้น 962 คน คิดเป็นร้อยละ 12.04 คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม มีนักศึกษา 967 คน คิดเป็นร้อยละ 12.11 คณะเทคโนโลยีการเกษตร มีนักศึกษาทั้งสิ้น 1,406 คนคิดเป็นร้อยละ 17.60 โดยมีนักศึกษารวมทั้งหมด 7,988 คน ซึ่งคณะที่มีนักศึกษามากที่สุด คือ คณะวิศวกรรมศาสตร์ ส่วนคณะที่มีนักศึกษาน้อยที่สุดคือ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ (ตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 จำนวนและอัตราส่วนร้อยละนักศึกษาคณะต่าง ๆ ในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ปีการศึกษา 2538

ชื่อคณะ	จำนวนนักศึกษา	ร้อยละ
1. คณะวิศวกรรมศาสตร์	3,808	47.67
2. คณะเทคโนโลยีการเกษตร	1,406	17.60
3. คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม	967	12.11
4. คณะวิทยาศาสตร์	962	12.04
5. คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์	845	10.58
รวม	7,988	100.00

ที่มา : (กองบริการการศึกษาสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง , 2538)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในขั้นต่อไปเป็นการสุ่มเลือกตัวอย่างนักศึกษาจากคณะต่าง ๆ มา 3 คณะ โดยเลือกคณะที่มีนักศึกษาสูงสุด 3 คณะ ดังนี้ คณะวิศวกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีการเกษตร คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมตามลำดับโดยเมื่อคิดจำนวนนักศึกษาทั้ง 3 คณะรวมกันเป็นจำนวน 6,181 คน คิดเป็นร้อยละ 77.38 ของนักศึกษาในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ทั้งหมด ซึ่งเป็นนักศึกษาส่วนใหญ่ในสถาบัน การสุ่มตัวอย่างจากนักศึกษาทั้ง 3 คณะ จะใช้วิธีการสุ่มแบบเลือกเอาสูงสุด จะสุ่มเป็นจำนวนร้อยละ 0.2 (ตารางที่ 2) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ได้รับการสุ่มตัวอย่าง เป็นตัวแทนความคิดเห็นของนักศึกษาในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังได้อย่างเหมาะสม

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการค้นคว้าในหนังสือ เอกสาร วารสาร จากหอสมุดแห่งชาติ หอสมุดของสถาบัน

ตารางที่ 2 จำนวนนักศึกษาที่ทำการสุ่มตัวอย่างในการเก็บรวบรวมข้อมูล ของสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ชื่อคณะ	จำนวนนักศึกษา	ตัวอย่างที่สุ่ม
คณะวิศวกรรมศาสตร์	3,808	76
คณะเทคโนโลยีการเกษตร	1,406	28
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม	967	20
รวม	6,181	124

ที่มา : (กองบริการการศึกษาสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง , 2538)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิธีการศึกษา

1. เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ในการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามใช้แบบ-สอบถาม (Questionair) โดยจะแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน คือ

- 1.1 เป็นคำถามที่สอบถามถึงข้อมูลทั่วไป เช่น เพศ รายได้ที่ได้รับ คณะ ชั้นปี
- 1.2 เป็นคำถามที่สอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรม และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคผลไม้แปรรูป เช่น ความถี่ในการบริโภค ราคาของผลไม้แปรรูป เป็นต้น
- 1.3 เป็นคำถามเกี่ยวกับทัศนคติของผู้บริโภคผลไม้แปรรูป เช่น ทัศนคติต่อราคา ทัศนคติต่อรสชาติ ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพของผลไม้แปรรูป เป็นต้น

สมมติฐานการศึกษา

1. ตัวแปรอิสระต่าง ๆ ได้แก่ เพศ รายได้ต่อเดือน คณะที่ทำการศึกษาคณะ ชั้นปี ความถี่ในการบริโภค ราคาและทัศนคติของผู้บริโภค มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการบริโภค
2. เพศเป็นตัวแปรทางประชากรและเป็นตัวแปรอิสระโดยเพศหญิงมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการบริโภคผลไม้แปรรูปมากกว่าเพศชาย
3. รายได้ที่ได้รับต่อเดือนเป็นตัวแปรทางเศรษฐกิจและเป็นตัวแปรอิสระ มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการบริโภคผลไม้แปรรูปในเชิงบวก
4. คณะเป็นตัวแปรอิสระเพื่อพิจารณาว่าทำเลที่ตั้งของคณะต่าง ๆ มีผลต่อค่าใช้จ่ายในการบริโภคผลไม้แปรรูป ดังนั้นจึงกำหนดไว้เป็นตัวแปรหนึ่ง ที่จะใช้วิเคราะห์ว่าทำเลที่ตั้งของคณะมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการบริโภคผลไม้แปรรูปในทิศทางใด
5. ชั้นปีเป็นตัวแปรอิสระเพื่อพิจารณาว่าชั้นปีหรือระดับการศึกษามีผลต่อค่าใช้จ่ายในการบริโภคผลไม้แปรรูป จึงกำหนดไว้เพื่อเป็นตัวแปรที่จะใช้วิเคราะห์ ว่าชั้นปีมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการบริโภคผลไม้แปรรูปในทิศทางใด
6. ความถี่ในการบริโภคผลไม้แปรรูป ใน 1 เดือน เป็นตัวแปรอิสระ จะมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการบริโภคผลไม้แปรรูปใน 1 เดือน ในเชิงบวก

เอกสารนี้เป็นเอกสารราคาของผลไม้แปรรูปเป็นตัวแปรอิสระ โดยมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการดำเนินการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บริโศผลไม้แปรรูปในเชิงบวก

8. ทิศนคติของผู้บริโศผลไม้แปรรูปเป็นตัวแปรอิสระและมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการบริโศผลไม้แปรรูปในเชิงบวก

ข้อมูล/ตัวแปรที่ใช้

ในการศึกษาครั้งนี้ ได้กำหนดตัวแปรที่ใช้ในการวิเคราะห์ถดถอยพหุเป็นจำนวนเจ็ดตัวแปร ดังนี้ เพศ รายได้ต่อเดือน สถานที่ตั้งของคณะ ชั้นปีซึ่งมีการนับเป็นจำนวนปี ความถี่ในการบริโศผลไม้แปรรูปเป็นจำนวนครั้งใน 1 เดือน ราคาของผลไม้แปรรูป ทิศนคติของผู้บริโศผลไม้แปรรูป เพศและสถานที่ตั้งของคณะที่จะต้องแปลงเป็นตัวแปรทวิ (0,1) ดังนี้ เพศ กำหนดให้ เพศชาย=0 เพศหญิง=1 สถานที่ตั้งของคณะ กำหนดให้ คณะวิศวกรรมศาสตร์=1 คณะอื่น ๆ (คณะเทคโนโลยีการเกษตรและคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม)=0 สาเหตุที่กำหนดเช่นนี้เนื่องจาก การพิจารณาจากพื้นที่ที่ตั้งของคณะ โดยคณะเทคโนโลยีการเกษตรและคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมมีทำเลที่ตั้งอยู่ในพื้นที่เดียวกันส่วนคณะวิศวกรรมศาสตร์อยู่ในทำเลที่ตั้งอีกทำเลหนึ่งที่มีผู้คนพลุกพล่าน

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษานี้ ใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC⁺ โดยใช้เครื่องไมโครคอมพิวเตอร์และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ดังนี้

1. สถิติพรรณนาได้แก่ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ใช้ในการอธิบายเปรียบเทียบเป็นตารางร้อยละ ในด้านข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เช่น เพศ อายุ รายได้ ฯลฯ รวมทั้งทิศนคติและความคิดเห็นในเรื่องเกี่ยวกับการบริโศผลไม้แปรรูปของผู้ตอบแบบสอบถาม
2. สถิติวิเคราะห์ คือ ค่าไคสแควร์ โดยจะจำแนกข้อมูลที่จะทำการศึกษาในรูปแบบของตารางแจกแจงความถี่ร่วม (Cross-tab) ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตามแล้วทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลหรือตัวแปรที่จำแนกออกมาโดยใช้สถิติไคสแควร์และใช้วิธีการวิเคราะห์ถดถอยพหุเพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโศผลไม้แปรรูป คำนึงไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

สภาพการผลิตและการตลาดผลไม้แปรรูป

ประวัติความเป็นมา

การแปรรูปผลไม้ของประเทศไทย ได้มีการดำเนินการมาเป็นเวลานานแล้วนับตั้งแต่อดีต โดยเริ่มแรกนั้นผู้ผลิตผลิตขึ้นมาจากการที่มีปริมาณผลไม้เหลือจากฤดูกาลมาก จึงทำการถนอมเพื่อไว้รับประทานภายในครัวเรือน ต่อมาก็มีการพัฒนากรรมวิธีการผลิตให้มีคุณภาพที่ดีขึ้นเรื่อย ๆ เริ่มมีการผลิตเพื่อการขายในปริมาณเพียงเล็กน้อยก่อนในระยะแรก ในระยะต่อมาก็ได้มีการขยายการผลิต เพื่อขายในตลาดที่กว้างขึ้น จนถึงปัจจุบันนี้มีผู้ผลิตที่ผลิตเพื่อทำเป็นอุตสาหกรรมเพื่อการค้า โดยแหล่งที่มีผลไม้แปรรูปขายนั้นจะกระจายอยู่ทั่ว ๆ ไป เช่น ร้านขายของชำ หาบเร่แผงลอย ห้างสรรพสินค้า ร้านขายผลไม้แปรรูป ฯลฯ ทำให้ปริมาณความต้องการผลไม้แปรรูปมีปริมาณสูงขึ้น ดังนั้นจึงเป็นเหตุให้ผู้สนใจเข้ามาทำการผลิตในอุตสาหกรรมนี้มากขึ้น

โครงสร้างอุตสาหกรรมแปรรูปผลไม้

ปัจจุบันการผลิตผลไม้สดของไทย มีปริมาณการผลิตสูงกว่าในอดีตมาก แต่สภาพการผลิตผลไม้แปรรูปทั้งที่ใช้ในการบริโภคและการอุตสาหกรรม เพื่อสนองตอบความต้องการของตลาดทั้งในและนอกประเทศยังมีอยู่น้อย กล่าวคือ ผลิตภัณฑ์ผลไม้แปรรูปที่ผลิตได้ในประเทศ มีดังนี้ คือ ผลไม้กระป๋อง ผลไม้อบแห้ง น้ำผลไม้ ผลไม้บด แยม รวมทั้งผลไม้ปรุงแต่งอื่น ๆ โดยไม่บรรจุกระป๋องประเภทผลไม้ดอง เชื่อม แช่อิ่มและการกวน ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อจำหน่ายให้กับผู้บริโภคภายในประเทศเป็นสำคัญ ซึ่งเป็นวิธีการถนอมอาหารอันเนื่องมาจากผลผลิตเหลือจากการบริโภคสด ๆ นั้นเองการผลิตผลไม้แปรรูปในลักษณะอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ที่มุ่งผลิตเพื่อส่งออกเพิ่งเกิดขึ้นไม่นานด้วยสาเหตุสำคัญคือ ประเทศไทยเป็นประเทศที่อุดมไปด้วยผลไม้สดหลากหลายชนิดและนานาพันธุ์ ผลิตภัณฑ์ผลิตผลัดเปลี่ยนหมุนเวียนออกมาตลอดทั้งปี ซึ่งการบริโภคสดนอกจากจะได้รสชาติและคุณค่าทางโภชนาการสูงแล้ว ยังสามารถเลือกบริโภคได้ตามรสนิยมและยังมีราคาถูกอีกด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แต่อย่างไรก็ตามการแปรรูปผลไม้ในลักษณะของการกวน เชื่อม แช่เชื่อมและดอง มี ศักยภาพการผลิตที่ดีขึ้นมากเมื่อเทียบกับในอดีต โดยอุตสาหกรรมแปรรูปผลไม้ที่ดำเนินการอยู่ใน ปัจจุบันที่เป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่เพื่อการส่งออกนั้น จำแนกตามลักษณะการแปรรูป พบว่ามีผู้ ประกอบการจำนวน 248 รายแบ่งเป็นอุตสาหกรรมผักและผลไม้บรรจุกระป๋อง ปิบและขวดจำนวน 124 ราย อุตสาหกรรมหมักดอง 71 ราย และอุตสาหกรรมกวน เชื่อม แช่เชื่อม 25 ราย (สมพร อัครวิไลนันท์ , 2536 : 26) โดยการกระจายตัวของสถานที่ตั้งของโรงงานในภูมิภาคต่าง ๆ มี ผลสำคัญต่อการใช้วัตถุดิบและการจ้างงานในท้องถิ่น ซึ่งนโยบายการส่งเสริมการลงทุนของรัฐใน ช่วงเวลาที่ผ่านมา ได้มีผลต่อการกระจายตัวของโรงงานขนาดใหญ่ไปสู่ภูมิภาคต่าง ๆ มากขึ้น สำหรับการกระจายตัวของที่ตั้งของโรงงานในกลุ่มผู้ประกอบการที่จดทะเบียนกับกรมโรงงานฯ พบ ว่าอุตสาหกรรมผลไม้ดองมีมากในภาคกลาง โดยเฉพาะการทำมะม่วงแก้วดอง เพราะมีตลาดของ ผู้บริโภคอยู่ในกรุงเทพ ส่วนอุตสาหกรรมผลไม้กวนและผลไม้แช่เชื่อมมีมากในภาคตะวันตกโดยเฉพาะ กลัวชกวน และสับปะรดกวน เนื่องจากภูมิภาคนี้มีแหล่งวัตถุดิบดังกล่าวอยู่มาก และทำกันเป็น อุตสาหกรรมในครัวเรือนมานานจนมีชื่อเสียง

ขบวนการผลิตผลไม้แปรรูป

หากพิจารณาถึงขบวนการผลิตผลไม้แปรรูปของทั้งระบบที่ดำเนินการกันอยู่ในประเทศ ไทยในปัจจุบัน โดยหลักใหญ่แล้วจะมีขั้นตอนการผลิตที่ไม่แตกต่างกันอย่างเด็ดขาด แต่ก็ย่อมมีความ แตกต่างกันไปบ้าง ขึ้นอยู่กับอุตสาหกรรมแต่ละประเภท ซึ่ง ณ ที่นี้จะกล่าวถึงขบวนการผลิตผลไม้ แปรรูปแต่ละประเภทนั้น ควรที่จะได้ศึกษาถึงขบวนการผลิตผลไม้แปรรูปทั้งระบบก่อน ซึ่งมีขั้นตอน พอสรุปได้ดังนี้ คือ

1. การคัดคุณภาพ ถึงแม้ว่าผลไม้สดที่นำส่งโรงงานแปรรูป ผลไม้จะได้รับการ คัดเลือกขนาดและคุณภาพเป็นอย่างดีตามเกณฑ์ที่ทางโรงงานตั้งไว้แล้วก็ตามแต่ทางโรงงานจำเป็น ที่จะต้องทำการตรวจสอบคุณภาพอีกครั้งหนึ่งเกี่ยวกับขนาด สี รสชดก้ำ ความแก่-อ่อน โดย สุ่มตัวอย่างนำไปตรวจสอบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. การทำความสะอาด ทุกขบวนการไม่ว่าจะนำวัตถุดิบไปผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ผลไม้แปรรูปลักษณะไหนก็ตามวัตถุดิบจะต้องผ่านการทำความสะอาดโดยล้างด้วยน้ำสะอาด จุดประสงค์เพื่อกำจัดสิ่งสกปรกที่เจือปนมากับวัตถุดิบออกให้หมด การลดปริมาณจุลินทรีย์ที่เจือปนมากับวัตถุดิบ ถ้าปริมาณจุลินทรีย์มีมากในระยะแรก จะก่อให้เกิดปัญหาเกี่ยวกับอายุการเก็บผลไม้แปรรูปภายหลัง นอกจากนี้ยังต้องกำจัดสารเคมีที่ตกค้างในผลไม้ ออกให้หมดด้วย

3. การลวก การลวกหรืออบผลไม้ด้วยน้ำร้อนน้ำเดือดหรือน้ำไอน้ำเพื่อทำความสะอาดผลไม้เพื่อลดปริมาณจุลินทรีย์และเพื่อทำลายเอนไซม์ที่มีอยู่ในผลไม้ซึ่งจะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ เกิดขึ้น โดยเฉพาะการเปลี่ยนแปลงสีของเนื้อผลไม้ การเปลี่ยนแปลงของรส กลิ่น เป็นต้น การลวกผลไม้อาจจะทำได้โดยวิธีธรรมดา เช่น ต้มน้ำให้ร้อนหรือเดือดในหม้อแล้ว นำผลไม้ใส่ในผ้าขาวบางห่อลงไปต้มในน้ำร้อนนั้น ตามระยะเวลาที่กำหนดไว้ อาจนานตั้งแต่ 30 วินาที จนถึง 5 นาที ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับจุดประสงค์ อุณหภูมิของน้ำและชนิดพันธุ์ของผลไม้

4. การปอกเปลือก เจาะแกน และการคว้านผลไม้บางชนิดจำเป็นต้องเอาเปลือกออกบางชนิดมีแกนต้องเอาแกนออก และผลไม้ที่มีเมล็ดขนาดใหญ่ก็ต้องเอาเมล็ดออก เพราะสิ่งเหล่านี้ผู้บริโภคไม่พึงปรารถนา

5. การตัดแต่ง ตัด ฟ่า หั่น และบดกรรมวิธีที่โรงงานแปรรูปผลไม้แทบทุกประเภท จำต้องผ่านเพื่อตรวจสอบเศษเปลือก แกนหรือรอยตำหนิที่อาจหลงเหลืออยู่ การตัดแต่งจะใช้คนงานคอยตรวจผลไม้แต่ละชนิด ถ้ามีตำหนิมาก ๆ ก็มักจะตัดทิ้งหรือส่งกลับไปยังจุดเริ่มต้นใหม่

6. การบีบและการคั้นสำหรับการทำน้ำผลไม้จำต้องผ่านขบวนการบีบและคั้นทั้งนี้เพื่อแยกน้ำออกจากส่วนเนื้อผลไม้ เมื่อผลไม้ผ่านการบดหรือหั่นให้เป็นชิ้นเล็กหรือแตกเป็นชิ้นหยาบจึงนำเข้าสู่เครื่องบีบหรือคั้นถ้าผลไม้มีขนาดเล็กอาจจะผ่านเข้าเครื่องบีบคั้นได้เลย การบีบอาจจะใช้เครื่องแบบสกรูเป็นตัวบด และบีบเนื้อผลไม้กับผนังของเครื่อง น้ำซิมจะออกจากผนังด้านล่างซึ่งมีตะแกรงเหล็กคอกกรองน้ำมิให้เนื้ออาหารผ่านออกไป ส่วนกลางของเนื้อจะออกอีกปลายด้านหนึ่ง

7. การไล่อากาศ เพื่อเป็นการยับยั้งการเจริญเติบโตของจุลินทรีย์ อันเป็นต้นเหตุสำคัญที่ทำให้ผลไม้แปรรูปเสียในระยะเวลาอันสั้น การไล่อากาศหรือลดปริมาณแก๊สออกซิเจนที่ปล่อยลงจึงเป็นวิธีการหนึ่งที่ใช้ได้ผล

8. การระเหศคือการให้ความร้อนภายใต้ภาวะแรงกดดันต่ำต่อกระทาในหม้อเค็สวลดความดันทำให้ของเหลวเดือดได้ที่อุณหภูมิต่ำและดูดีอากาศออกทำให้ไอน้ำระเหศออกไปด้วย

นอกจากนี้ยังต้องกำจัดสารเคมีที่ตกค้างในผลไม้ ออกให้หมดด้วย

ไม่ว่ากรรมวิธีใด ๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

9. การแช่สารละลายเคมีหรือการรมควันกำมะถัน ผลไม้บางชนิดมีเนื้ออ่อนนุ่มอาจ และ เปื่อ นุ่ม ในระหว่างขบวนการผลิตจึงอาจปรับปรุงให้เนื้อวัตถุดิบดีขึ้นกว่าเดิม โดยแช่ใน สารละลายของเกลือแคลเซียมหรือแมกนีเซียม หรือการแช่ผลไม้ในน้ำปูนกินหมาก ก่อนการเชื่อม ในน้ำเชื่อม หรือในโรงงานผลไม้เชื่อม ก็นิยมแช่ในสารละลายสารส้ม แต่ผลไม้บางชนิดหลังปอก เปลือกแล้ว จะเปลี่ยนเป็นสีน้ำตาลอ่อน ๆ ทั้งนี้เนื่องจากปฏิกิริยาของเอนไซม์และอากาศ การ ป้องกันการเปลี่ยนแปลงสีที่ผิวกระทำได้โดยแช่ในน้ำเปล่า สารละลายเกลือเจือจาง สารละลาย น้ำตาล สารละลายกรดซิตริกเจือจาง ทั้งนี้เพื่อไม่ให้เนื้อที่ผิวของผลไม้ถูกกับอากาศ ก่อนจะนำ ผลไม้ไปตากแดด หรือจะนำเข้าตู้อบระหว่างขบวนการปฏิบัติ ขึ้นเตรียมการนิยมนำวัตถุดิบไปแช่ใน สารละลายเกลือกำมะถันหรือรมควันกำมะถัน ทั้งนี้เพื่อรักษาสีของผลไม้แห้งไม่ให้สีคล้ำนั้นเองหรือ ในกรณีที่ยังไม่สามารถตากแดดหรืออบแห้ง ผลไม้อาจเน่าเสียเนื่องจากจุลินทรีย์เจริญเติบโต การ แช่ผลไม้ในสารละลายเกลือกำมะถันหรือการรมควันกำมะถัน จะช่วยป้องกันการเจริญเติบโตของ จุลินทรีย์ได้ ผลไม้บางชนิดมีความชื้นสูงอาจถูกจุลินทรีย์รบกวน ผลไม้จะผ่านการรมควันกำมะถันอีก ครั้งก่อนจะบรรจุผลไม้ลงกระป๋อง หรือบีบ หรือถ่วงพลาสติกต่อไป

10. การทำให้เย็น ผลไม้ที่ผ่านกรรมวิธีการลวกด้วยน้ำร้อนและอบด้วยไอน้ำ น้ำ ผลไม้ที่ผ่านการฆ่าเชื้อจุลินทรีย์ด้วยความร้อนและผลไม้บรรจุกระป๋องที่ผ่านการฆ่าเชื้อจุลินทรีย์ด้วยความ ร้อน หลังจากการปฏิบัติในขั้นตอนดังกล่าวแล้วจะต้องนำผลิตภัณฑ์ดังกล่าวข้างต้นมาผ่านกรรม วิธีทำให้เย็น โดยแช่ในน้ำเย็น น้ำที่ใช้จะต้องเป็นน้ำที่สะอาดและจะต้องผ่านการฆ่าเชื้อจุลิน- ทรีย์ในน้ำด้วยก๊าซคลอรีนก่อนจะนำมาใช้ เพราะถ้า น้ำที่ใช้สกปรกมีจุลินทรีย์มากก็จะเพิ่มจำนวน จุลินทรีย์ให้กับวัตถุดิบเพิ่มขึ้น

11. การตรวจสอบ เป็นขั้นตอนที่สำคัญมาก ในขบวนการผลิตผลไม้แปรรูป การ ตรวจสอบอาจจัดให้อยู่ในขั้นตอนช่วงไหนของขบวนการผลิตก็ได้ แล้วแต่ความจำเป็นและขึ้นอยู่กับว่า เป็นอุตสาหกรรมแปรรูปประเภทอะไร

ปัญหาอุตสาหกรรมแปรรูปผลไม้

ปัจจุบันปัญหาในอุตสาหกรรมการแปรรูปผลไม้ของประเทศไทยประสบปัญหาหลัก ๆ ที่สำคัญ คือ ปัญหาด้านการผลิตและปัญหาด้านการตลาด ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

ปัญหาด้านการผลิต

1. ปัญหาด้านวัตถุดิบ ปัจจุบันการทําสวนผลไม้โดยส่วนใหญ่ไม่ได้มีเป้าหมายการปลูกเพื่อป้อนโรงงาน จึงมีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมแปรรูปผลไม้ในเรื่องปริมาณ คุณภาพและวัตถุดิบตลอดจนราคาวัตถุดิบ

ก. ปัญหาความไม่แน่นอนทั้งทางด้านปริมาณและด้านคุณภาพของวัตถุดิบ ปัญหาในอุตสาหกรรมแปรรูปผลไม้ทุกประเภทกำลังเผชิญอยู่ในลักษณะที่ไม่แตกต่างกันมากนักเพราะผลไม้สดแต่ละประเภทออกตามฤดูกาล คือ การผลิตส่วนใหญ่ขึ้นอยู่กับธรรมชาติจึงจะเห็นได้ว่าบางฤดูกาลมีมากเกินความต้องการ และบางฤดูก็ไม่มีพอป้อนโรงงาน ในกรณีที่มีวัตถุดิบมากเกินความต้องการโรงงานไม่สามารถรับซื้อวัตถุดิบส่วนเกินได้ทั้งนี้เพราะการเก็บสำรองวัตถุดิบไว้มาก ๆ ทำได้ยากและมีปัญหาด้านการเก็บรักษาผลไม้สดเนื่องจากผลไม้สดจะเน่าเสียได้ง่าย ปัญหาดังกล่าวนี้มิใช่จะกระทบต่อการผลิตเท่านั้นหากแต่ยังผูกโยงไปสู่ปัญหาด้านการส่งออกในเชิงการแข่งขันที่เสียเปรียบประเทศคู่แข่งอื่น ๆ ด้วย นอกจากนี้คุณภาพของวัตถุดิบก็ยังไม่ดีมากนัก เพราะไม่ได้มาตรฐานในเรื่องขนาดและรสชาติ

ข. ปัญหาด้านราคาวัตถุดิบ เนื่องจากข้อจำกัดทางด้านผลไม้สด โดยส่วนใหญ่ผลไม้สดต้องใช้เพื่อการบริโภคสดภายในประเทศ ส่วนหนึ่งจะส่งออก และที่เหลือจึงจะนำมาป้อนอุตสาหกรรมการแปรรูป ดังนั้นลักษณะการผลิตเช่นนี้จะไม่เอื้ออำนวยต่อโรงงานแปรรูปเพราะเป็นการใช้สินค้าที่เหลือจากการบริโภคมาเป็นวัตถุดิบ ซึ่งน่าจะทำให้ต้นทุนวัตถุดิบ คือผลไม้สดถูกลงแต่ก็ทำได้เป็นเช่นนั้นไม่ เพราะอุตสาหกรรมแปรรูปผลไม้ในประเทศไทยหลายประเภทมีการผลิตตลอดปี จึงทำให้ในช่วงต้องซื้อผลไม้สดในราคาแพง และถ้าหากแนวโน้มการบริโภคสดทั้งในประเทศและต่างประเทศเพิ่มขึ้น ผลไม้สดป้อนโรงงานก็จะเกิดการขาดแคลน ทำให้โรงงานไม่มีทางเลือก จึงจำเป็นต้องเสนอซื้อในราคาสูงเพื่อให้สามารถเดินเครื่องจักรผลิตได้

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. ปัญหาด้านแรงงาน เนื่องจากอุตสาหกรรมแปรรูปผลไม้ค่อนข้างจะเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานมาก (Labor Intensive) เพื่อทำหน้าที่คัดเลือกคุณภาพของผลไม้มาก่อนป้อนเข้าสู่ขบวนการผลิตจึงเป็นเหตุให้ค่าใช้จ้างด้านแรงงานสูงมาก ดังจะเห็นได้ว่าต้นทุนด้านแรงงานของอุตสาหกรรมแปรรูปผลไม้ทั้งระบบสูงถึงร้อยละ 5 ขององค์ประกอบต้นทุนการผลิตรวม นอกจากนี้ยังมีปัญหาการขาดแคลนแรงงานในบางฤดูกาล ตลอดจนขาดแคลนแรงงานที่มีความชำนาญงานเฉพาะด้านอีกด้วย

3. ปัญหาเทคโนโลยีการผลิต เนื่องจากอุตสาหกรรมแปรรูปผลไม้ของไทยโดยส่วนใหญ่เป็นขนาดเล็กและขนาดกลางทำให้ไม่มีการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตให้ทันสมัยโดยส่วนใหญ่ยังคงใช้เทคโนโลยีเก่า ๆ ทำให้ต้นทุนการผลิตสูงและเป็นอุปสรรคต่อการขยายกำลังการผลิตให้เพิ่มมากขึ้น อีกทั้งยังมีผลกระทบทำให้คุณภาพของผลิตภัณฑ์ไม่ได้มาตรฐานตามความต้องการของตลาด

ปัญหาการตลาด

1. ปัญหาด้านราคาจำหน่าย เนื่องจากต้นทุนการผลิตผลไม้แปรรูปผันแปรขึ้นลงตามราคาวัตถุดิบ คือ ผลไม้สดและเนื่องจากองค์ประกอบของต้นทุนการผลิตกว่าร้อยละ 60 เป็นค่าวัตถุดิบ เมื่อราคาวัตถุดิบเพิ่มสูงขึ้นทำให้ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมแปรรูปผลไม้ที่มีกำลังซื้ออยู่ก่อนแล้ว ไม่สามารถปรับราคาขายได้ หรือในลักษณะที่ผู้ซื้อต่างประเทศได้ทำสัญญาซื้อขายในระยะยาว (Long Term Contract) จะยิ่งส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมแปรรูปผลไม้มากยิ่งขึ้น

2. ปัญหาด้านสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานของรัฐบาลไม่เพียงพอและขาดประสิทธิภาพผู้ประกอบการมักประสบปัญหาในด้านการติดต่อในเรื่องของเรือบรรทุกสินค้าและการขาดแคลนตู้คอนเทนเนอร์ รวมทั้งขาดอุปกรณ์สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับการขนถ่ายสินค้า ส่งผลให้ต้นทุนด้านการตลาดต้องเพิ่มสูงขึ้นไปด้วย

3. ปัญหาการแข่งขันกันเองระหว่างผลไม้สดและผลไม้แปรรูป ในขณะที่ความต้องการผลไม้สดกำลังมีแนวโน้มสูงขึ้นในอนาคตจะมีผลต่อตลาดผลไม้แปรรูป คือ

-ผลไม้สดจะแย่งตลาดของผลไม้แปรรูป เพราะผู้ซื้อจะเลือกบริโภคผลไม้สดแทน

-ผลไม้สดจะแย่งวัตถุดิบจากโรงงานผลไม้แปรรูป เพราะการส่งออกผลไม้สดจะ

ได้ราคาดีกว่าเอกสารที่ส่งมอบไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การตลาด

ในอดีตที่ผ่านมา ตลาดหลักของผู้ผลิตผลไม้แปรรูปส่วนใหญ่จะเป็นตลาดในประเทศ เป็นสำคัญ ผู้ประกอบการผลิตเหล่านี้จะมีที่ตั้งของโรงงานอยู่ในแหล่งวัตถุดิบ ทั้งนี้เพราะสะดวกในการจัดหาวัตถุดิบ และมีความได้เปรียบในต้นทุนการผลิต เมื่อการค้าระหว่างประเทศได้พัฒนาขยายตัว ประกอบกับปริมาณการผลิตผลไม้แปรรูป พัฒนารูปแบบไปสู่การผลิตในเชิงพาณิชย์มากขึ้น การใช้โฆษณาส่งเสริมการตลาดของรัฐบาลโดยเฉพาะในอุตสาหกรรมแปรรูปผลไม้ ได้เป็นเหตุจูงใจพ่อค้าคนกลาง และผู้ประกอบการแปรรูปให้เข้ามาตอบสนองต่อโฆษณาส่งเสริมการตลาดไปพร้อม ๆ กับการยอมรับและนำเอาเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการผลิตมากขึ้น

การแปรรูปผลิตทางการเกษตรในอดีตจะมีปริมาณน้อย ส่วนใหญ่การผลิตจะเป็นการดอง เชื่อม กวน ซึ่งเป็นการถนอมอาหารระดับชาวบ้านและการบริโภคกันในประเทศเป็นส่วนใหญ่ การลงทุนทำเป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ที่มุ่งผลิตเพื่อส่งออกเพิ่งเกิดขึ้นไม่นานมานี้ ซึ่งการแปรรูปผลไม้แบบแช่เชื่อมแช่แข็งเป็นวิธีการแปรรูปผลไม้แบบใหม่โดยทำให้แห้ง และผสมน้ำตาลเข้าไปจึงสามารถอยู่คงทนยาวนาน คาดหมายว่าจะเป็นสินค้าที่มีอนาคตเนื่องจากชาวตะวันตกเวลานี้มีความห่วงใยในสุขภาพมาก ผลไม้แปรรูปประเภทนี้มีความหวานรวมทั้งคุณค่าทางวิตามินสูง ใช้แทนสินค้าประเภทน้ำตาลที่มีความหวานร้อยละ 100 และเป็นสินค้าที่เหมาะสมสำหรับประเทศที่ไม่มีผลไม้มือร้อน เนื่องจากเป็นสินค้าตัวใหม่ ความนิยมจึงยังไม่มากนักแต่ตลาดไปได้ดี โดยมีผู้ได้รับการส่งเสริมการลงทุนไปแล้ว 7 ราย เปิดดำเนินการแล้ว 4 ราย โดยมุ่งผลิตสับปะรด มะละกอ กลิ้วช มะม่วง ลำไย และขนุน ในรูปลักษณะต่าง ๆ เช่น เป็นก้อนสี่เหลี่ยมแบบลูกเต๋า เป็นวงแหวนและเป็นชิ้นเล็ก ๆ เดิมสี่สันได้อีกชนิดหนึ่งเพื่อให้คู่สวยงามนำมารับประทานยิ่งขึ้น

แนวโน้ม

ปัจจุบันแนวโน้มการตลาดผลไม้แปรรูปในประเทศ ได้มีการเปลี่ยนแปลงจากเดิมเป็นอย่างมาก กล่าวคือ การบริโภคภายในประเทศมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น ทั้งนี้เนื่องมาจากปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้

ประการนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. กำลังซื้อของผู้บริโภคเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากปัจจุบันผู้บริโภคมีรายได้อุดหนุน เมื่อมีรายได้อุดหนุน จึงมีการบริโภคผลไม้แปรรูปมากขึ้น ประกอบกับสังคมปัจจุบันที่มีแต่ความเร่งรีบและการแข่งขัน ทำให้ผู้บริโภคต้องการความสะดวกรวดเร็วมากขึ้น ซึ่งผลไม้แปรรูปจัดเป็นผลิตภัณฑ์ประเภทหนึ่งที่เข้ามาชดเชยในจุดนี้

2. ผลไม้สดจัดเป็นพืชฤดูสั้น จะมีเฉพาะเป็นช่วงฤดูกาล และไม่สามารถเพาะปลูกได้ในทุกสภาพพื้นที่ และมีแหล่งเพาะปลูกที่สำคัญในเขตแต่ละจังหวัด ดังนั้นเมื่อผู้บริโภคได้ลิ้มรสผลไม้สดแล้วติดใจในรสชาติของผลไม้ และมีความต้องการบริโภคอย่างต่อเนื่องตลอดอาจเป็นช่วงนอกฤดูกาลของผลไม้ชนิดนั้น ผลไม้กวน เชื่อม แซลิม ดอง ก็จะสามารถบรรเทาความต้องการของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดีในระดับหนึ่ง



บทที่ 4

พฤติกรรมและทัศนคติของผู้บริโภคผลไม้แปรรูป

จากการสำรวจและรวบรวมข้อมูลขั้นปฐมภูมิของการบริโภคผลไม้แปรรูปของนักศึกษาสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังจำนวน 124 ตัวอย่าง ทำให้ทราบถึงข้อมูลทางด้านสังคมและเศรษฐกิจของผู้บริโภค รวมทั้งพฤติกรรมและทัศนคติในการบริโภคผลไม้แปรรูป เพื่อที่จะใช้ประกอบในการศึกษาและการวิเคราะห์พฤติกรรมและการบริโภคผลไม้แปรรูปโดยสามารถแจกแจงรายละเอียดได้เป็นตารางและคำอธิบาย

ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค

ลักษณะข้อมูลทั่วไปที่ศึกษาทั้งหมด 4 ลักษณะคือ เพศ รายได้ต่อเดือน คณะที่ศึกษา ชั้นปี จากจำนวนนักศึกษา 124 ตัวอย่าง โดยแจกแจงความถี่พร้อมทั้งปรับให้อยู่ในรูปร้อยละ ลักษณะทั่วไปของประชากรผู้ตอบแบบสอบถามมีดังนี้

จากจำนวนผู้บริโภคที่สุ่มตัวอย่างมา 124 คน พบว่าผู้บริโภคร้อยละ 59.68 เป็นเพศหญิง ซึ่งกล่าวได้ว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่จะเป็นเพศหญิง สาเหตุเนื่องมาจากเพศหญิงมักจะชอบและสนใจเลือกซื้ออาหารชนิดต่าง ๆ รับประทานโดยเฉพาะสินค้าเพื่อการบริโภค และเป็นสินค้าที่บริโภคเพื่อความเพลิดเพลินมากกว่าเพศชายโดยเป็นนักศึกษาคณะวิศวกรรมศาสตร์ร้อยละ 61.29 รองลงมาคือนักศึกษาคณะเทคโนโลยีการเกษตร คิดเป็นร้อยละ 22.58 ซึ่งส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาปริญญาตรีปี 4 ร้อยละ 38.25 รองลงมา คือ นักศึกษาปริญญาตรีปี 3 คิดเป็นร้อยละ 25 โดยผู้บริโภคมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเท่ากับ 3,682.25 บาท ซึ่งส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 2,001-4,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 52.42 เป็นผู้ที่มิ่ระดับรายได้ปานกลาง (ตารางที่ 3)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3 ลักษณะทางสังคมและเศรษฐกิจของผู้บริโภคผลไม้แปรรูป

ลักษณะทางสังคมและเศรษฐกิจ	ร้อยละ
เพศ	
เพศชาย	40.32
เพศหญิง	59.68
คณะ	
วิศวกรรมศาสตร์	61.29
เทคโนโลยีการเกษตร	22.58
ครุศาสตร์อุตสาหกรรม	16.13
ชั้นปี	
ปริญญาตรีปี 1	17.74
ปริญญาตรีปี 2	20.97
ปริญญาตรีปี 3	25.00
ปริญญาตรีปี 4	36.29
รายได้	
ไม่เกิน 2,000 บาท	16.94
2,001-4,000 บาท	52.42
มากกว่า 4,000 บาท	30.64

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พฤติกรรมและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคผลไม้แปรรูป

ในการพิจารณาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคผลไม้แปรรูป ผู้ศึกษาได้พิจารณาถึงปัจจัยต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

ประเภทของผลไม้แปรรูปที่ผู้บริโภคบริโภคเป็นประจำ

ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะบริโภคผลไม้แปรรูป ประเภทผลไม้ดองมากที่สุดร้อยละ 45.97 เนื่องจากเป็นผลไม้แปรรูปที่สะดวกในการหาซื้อมากที่สุด ส่วนผลไม้ที่มีผู้บริโภครองลงมา ได้แก่ ผลไม้แช่อิ่ม (ตารางที่ 4)

ตารางที่ 4 ประเภทของผลไม้แปรรูปที่ผู้บริโภคบริโภคเป็นประจำ

ผลไม้แปรรูป	จำนวน	ร้อยละ
ผลไม้ดอง	57	45.97
ผลไม้แช่อิ่ม	28	22.58
ผลไม้กวน	21	16.93
ผลไม้เชื่อม	18	14.52
รวม	124	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ห้องสมุดคณะเทคโนโลยีการเกษตร
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ความถี่ในการบริโภคผลไม้แปรรูปใน 1 เดือน

การเก็บข้อมูลเรื่องความถี่ในการบริโภคของผู้บริโภค ซึ่งจะสอบถามโดยใช้คำถาม เปิดให้ผู้บริโภคตอบแล้วนำมาจัดตามช่วงระดับความถี่ โดยผู้บริโภคส่วนใหญ่ที่บริโภคผลไม้แปรรูป น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5 ครั้งใน 1 เดือนมีร้อยละ 66.94 ซึ่งเป็นความถี่ในการบริโภคที่ต่ำ ส่วน ผู้บริโภคร้อยละ 25.81 จะบริโภคผลไม้แปรรูป 6-10 ครั้งต่อเดือน ซึ่งเป็นความถี่ในการบริโภค ปานกลาง และผู้บริโภคร้อยละ 7.25 มีความถี่ในการบริโภคมกกว่า 10 ครั้งต่อเดือน ซึ่งเป็น ความถี่ในการบริโภคสูง (ตารางที่ 5)

ตารางที่ 5 ความถี่ในการบริโภคผลไม้แปรรูปใน 1 เดือน

ความถี่	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 5 ครั้ง	83	66.94
6-10 ครั้ง	32	25.81
มากกว่า 10 ครั้ง	9	7.25
รวม	124	100.00

ปริมาณผลไม้แปรรูปที่ผู้บริโภคซื้อแต่ละครั้ง

การเก็บข้อมูลในเรื่องปริมาณผลไม้แปรรูปที่ผู้บริโภคซื้อในแต่ละครั้งจะสอบถามโดย ใช้คำถามเปิดให้ผู้บริโภคตอบ ซึ่งจากการสอบถามทำให้ได้ข้อมูลดังนี้ คือ ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะซื้อ ผลไม้แปรรูปครั้งละ 100-300 กรัม โดยจะมีปริมาณที่ใกล้เคียงกันซึ่งผู้บริโภคให้เหตุผลว่าจะซื้อ เพื่อรับประทาน โดยผู้บริโภคที่ซื้อผลไม้แปรรูปครั้งละ 100 กรัม ร้อยละ 26.61 ผู้บริโภคที่ซื้อ ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลไม้แปรรูปครั้งละ 200 และ 300 กรัมคิดเป็นร้อยละ 29.84 และ 24.19 ตามลำดับสำหรับ
ผู้บริโภคที่ซื้อผลไม้แปรรูปเกิน 300 กรัมมีจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 19.36 (ตารางที่ 6)

ตารางที่ 6 ปริมาณผลไม้แปรรูปที่ผู้บริโภคซื้อในแต่ละครั้ง

ปริมาณที่ซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
100 กรัม	33	26.61
200 กรัม	37	29.84
300 กรัม	30	24.19
400 กรัม	4	3.23
500 กรัม	12	9.68
600 กรัม	2	1.61
1000 กรัม	6	4.84
รวม	124	100.00

ราคาผลไม้แปรรูปที่ผู้บริโภคซื้อ

การเก็บข้อมูลเรื่องราคาของผู้บริโภคซื้อในแต่ละครั้ง จะสอบถามโดยใช้คำถามเปิดซึ่ง
จากการสอบถามได้ข้อมูลดังนี้ผู้บริโภคที่ซื้อผลไม้แปรรูปในราคาต่ำกว่า 10 บาท ร้อยละ 44.35
ส่วนผู้บริโภคที่ซื้อผลไม้แปรรูปในราคา 10-19 บาทคิดเป็นร้อยละ 41.94 และผู้บริโภคที่ซื้อผลไม้
แปรรูปในราคา 20 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 13.71 ซึ่งราคาผลไม้แปรรูปเฉลี่ยเท่ากับ 11.5
บาท (ตารางที่ 7)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 7 ราคาผลไม้แปรรูปที่ผู้บริโภคซื้อ (ต่อ 100 กรัม)

ราคาผลไม้แปรรูป	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 10 บาท	55	44.35
10-19 บาท	52	41.94
20 บาทขึ้นไป	17	13.71
รวม	124	100.00

ความเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อราคาผลไม้แปรรูป

ผู้บริโภคผลไม้แปรรูปส่วนใหญ่ มีความเห็นว่าราคาของผลไม้แปรรูปที่ซื้อ มีราคาปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 66.94 โดยผู้บริโภคให้เหตุผลว่าราคาของผลไม้เหมาะสมกับชนิดที่ทำการแปรรูปจึงเห็นว่าผลไม้แปรรูปมีราคาปานกลาง (ตารางที่ 8)

เหตุผลที่ผู้บริโภคบริโภคผลไม้แปรรูป

ผู้บริโภคส่วนใหญ่ร้อยละ 42.05 บริโภคผลไม้แปรรูปเพราะชอบรับประทานเล่นส่วนสาเหตุรองลงมาที่ผู้บริโภคบริโภคผลไม้แปรรูป คือ ชอบในรสชาติร้อยละ 36.93 ส่วนสาเหตุที่ผู้บริโภคบริโภคผลไม้แปรรูปโดยเพื่อนชักชวนและสีสรรูปแบบดึงดูดใจคิดเป็นร้อยละ 11.93 และร้อยละ 5.11 ตามลำดับ ส่วนสาเหตุอื่น ๆ ที่ผู้บริโภคบริโภคผลไม้แปรรูป เช่น ต้องการเปลี่ยนรสชาติ คิดเป็นร้อยละ 3.98 (ตารางที่ 9)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 8 ความเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อราคาผลไม้แปรรูป

ความคิดเห็นต่อราคา	จำนวน	ร้อยละ
ราคาถูก	11	8.87
ราคาปานกลาง	83	66.94
ราคาแพง	30	24.19
รวม	124	100.00

ตารางที่ 9 เหตุผลที่ผู้บริโภคบริโภคผลไม้แปรรูป

เหตุผล	จำนวน	ร้อยละ
ชอบรับประทานเล่น	74	42.05
ชอบในรสชาติ	65	36.93
เพื่อนชักชวน	21	11.93
สีสันทันและรูปแบบดึงดูดใจ	9	5.11
อื่น ๆ	7	3.98
รวม	176	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัจจัยในการพิจารณาเลือกซื้อผลไม้แปรรูปของผู้บริโภค

ปัจจัยในการพิจารณาเลือกซื้อผลไม้แปรรูปของผู้บริโภค ที่สำคัญ คือ รสชาติคิดเป็นร้อยละ 29.34 ซึ่งผู้บริโภคให้เหตุผลว่า ส่วนใหญ่การรับประทานผลไม้แปรรูปเป็นการรับประทานเพื่อความเพลิดเพลิน ดังนั้นผู้บริโภคจึงเลือกที่จะรับประทานผลไม้แปรรูปที่มีรสชาติถูกปาก ส่วนสาเหตุรองลงมาที่ผู้บริโภคพิจารณา คือ ความสะอาด (ตารางที่ 10)

ตารางที่ 10 ปัจจัยในการพิจารณาเลือกซื้อผลไม้แปรรูป

ปัจจัยในการพิจารณา	จำนวน	ร้อยละ
รสชาติ	103	29.34
ความสะอาด	79	22.51
ราคาเหมาะสม	65	18.52
ชนิดที่บริโภคประจำ	31	8.83
ภาชนะที่ใช้บรรจุ	31	8.83
คุณค่าอาหาร	26	7.41
สีส่น	14	3.99
อื่น ๆ	2	0.57
รวม	351	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ช่วงเวลาของผู้บริโภคบริโภคผลไม้แปรรูปเป็นประจำ

เมื่อพิจารณาตามช่วงระยะเวลาต่าง ๆ แล้วจะเห็นว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่จะรับประทานผลไม้แปรรูปในขณะที่พักผ่อน เช่น ดูทีวี ร้อยละ 55.65 สาเหตุคือรับประทานเป็นของว่างเพื่อความเพลิดเพลิน รองลงมาคือช่วงเวลาที่ได้พบปะเพื่อนฝูง (ตารางที่ 11)

ตารางที่ 11 ช่วงเวลาที่บริโภคผลไม้แปรรูปเป็นประจำ

ช่วงเวลา	จำนวน	ร้อยละ
ขณะพักผ่อน (ดูทีวี, นั่งเล่น)	69	55.65
พบปะเพื่อน ๆ	28	22.58
หลังรับประทานอาหาร	23	18.55
อื่น ๆ	4	3.22
รวม	124	100.00

สถานที่ที่ผู้บริโภคบริโภคผลไม้แปรรูปเป็นประจำ

สถานที่ที่ผู้บริโภคบริโภคผลไม้แปรรูปเป็นประจำคือที่พักอาศัย ร้อยละ 66.13 สาเหตุคือสะดวกในการรับประทาน รองลงมาคือสถานศึกษา ร้อยละ 20.16 ส่วนห้างสรรพสินค้า, โรงภาพยนตร์ คิดเป็นร้อยละ 8.06 และร้อยละ 3.23 ตามลำดับและอื่น ๆ เช่น ป้ายรถเมล์ คิดเป็นร้อยละ 2.42 (ตารางที่ 12)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 12 สถานที่ที่บริโภคผลไม้แปรรูปเป็นประจำ

สถานที่	จำนวน	ร้อยละ
ที่พักอาศัย	82	66.13
สถานศึกษา	25	20.16
ห้างสรรพสินค้า	10	8.06
โรงภาพยนตร์	4	3.23
อื่น ๆ	3	2.42
รวม	124	100.00

ประเภทเครื่องดื่มที่บริโภคควบคู่กับผลไม้แปรรูปเป็นประจำ

ผู้บริโภคส่วนใหญ่ร้อยละ 60.48 นิยมดื่มน้ำเปล่าคู่กับผลไม้แปรรูป โดยให้เหตุผลว่าเข้ากับรสชาติของผลไม้แปรรูปมากที่สุด รองลงมาคือ ดื่มน้ำอัดลม โดยให้เหตุผลว่าเคยชินกับการบริโภคน้ำอัดลม (ตารางที่ 13)

สถานที่ที่ผู้บริโภคซื้อผลไม้แปรรูปเป็นประจำ

สถานที่ส่วนใหญ่ที่ผู้บริโภคซื้อผลไม้แปรรูปเป็นประจำคือ แผงลอยหรือรถเข็น จำนวนร้อยละ 45.16 โดยผู้บริโภคให้เหตุผลว่าหาซื้อง่าย มีวางขายอยู่ทั่วไปรองลงมาคือซูเปอร์มาร์เก็ตซึ่งผู้บริโภคให้เหตุผลว่าผลไม้แปรรูปที่วางขายในซูเปอร์มาร์เก็ตมักจะมีคุณภาพและมีผู้เลือกซื้อจากร้านขายผลไม้แปรรูป โดยผู้บริโภคที่ซื้อให้เหตุผลว่าร้านขายผลไม้แปรรูปจะมีชนิดของผลไม้

แปรรูปให้เลือกมากที่สุด (ตารางที่ 14) การใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 13 ประเภทเครื่องดื่มที่ผู้บริโภคดื่มคู่กับผลไม้แปรรูปเป็นประจำ

ประเภทเครื่องดื่ม	จำนวน	ร้อยละ
น้ำเปล่า	75	60.48
น้ำอัดลม	33	26.61
น้ำผลไม้	11	8.87
ชา, กาแฟ	3	2.42
อื่น ๆ	2	1.62
รวม	124	100.00

ตารางที่ 14 สถานที่ที่ผู้บริโภคซื้อผลไม้แปรรูปเป็นประจำ

สถานที่ที่ซื้อผลไม้แปรรูป	จำนวน	ร้อยละ
แผงลอย, รถเข็น	56	45.16
ซูเปอร์มาร์เก็ต	38	30.65
ร้านขายผลไม้แปรรูป	30	24.19
รวม	124	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เหตุผลที่ผู้บริโภคซื้อผลไม้แปรรูปจากสถานที่ที่ซื้อเป็นประจำ

ผู้บริโภคร้อยละ 36.74 ให้เหตุผลการเลือกซื้อผลไม้แปรรูปจากสถานที่ต่าง ๆ โดยพิจารณาจากความสะดวกในการซื้อ ผู้บริโภคร้อยละ 16.67 พิจารณาจากประเภทของผลไม้แปรรูปที่มีให้เลือกมาก รองลงมาพิจารณาที่ความสะดวกของร้าน, ความชอบในรสชาติ, ซื้อได้ในราคาที่ถูกลง และเป็นแหล่งที่ซื้อเป็นประจำ ซึ่งการพิจารณาเหล่านี้จะมีความใกล้เคียงกันคิดเป็นร้อยละ 11.57, 10.88, 10.54, 9.18 ตามลำดับและสุดท้ายที่ผู้บริโภคพิจารณาคือบริการที่ดี (ตารางที่ 15)

ตารางที่ 15 เหตุผลที่ผู้บริโภคซื้อผลไม้แปรรูปจากสถานที่ที่ซื้อเป็นประจำ

เหตุผล	จำนวน	ร้อยละ
สะดวกในการซื้อ	108	36.74
มีประเภทของผลไม้แปรรูปให้เลือกมาก	49	16.67
ความสะดวกของร้าน	34	11.57
ชอบในรสชาติ	32	10.88
ซื้อได้ในราคาที่ถูกลง	31	10.54
ซื้อเป็นประจำ	27	9.18
มีบริการดี	13	4.42
รวม	294	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ค่าใช้จ่ายในการบริโภคผลไม้แปรรูปต่อเดือน

ในการเก็บข้อมูลเรื่อง ค่าใช้จ่ายในการบริโภคผลไม้แปรรูปของผู้บริโภค ได้จากจำนวนครั้งที่ผู้ตอบแบบสอบถามรับประทานใน 1 เดือนคูณด้วยราคาผลไม้แปรรูปที่ซื้อต่อขีด คูณด้วยปริมาณผลไม้แปรรูปที่ซื้อแต่ละครั้ง และนำข้อมูลที่ได้มาจัดลงตามช่วงค่าใช้จ่ายในการบริโภค ได้ ผู้บริโภคที่มีค่าใช้จ่ายในการบริโภคไม่เกิน 50 บาทต่อเดือนร้อยละ 33.07 ในขณะที่ผู้บริโภคที่มีค่าใช้จ่ายในการบริโภคระหว่าง 51-150 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 31.45 และผู้บริโภคที่มีค่าใช้จ่ายในการบริโภคมากกว่า 150 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 35.48 ซึ่งมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยเท่ากับ 142.46 บาท (ตารางที่ 16)

ตารางที่ 16 ค่าใช้จ่ายในการบริโภค

ค่าใช้จ่ายในการบริโภค	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 50 บาทต่อเดือน	41	33.07
ระหว่าง 51-150 บาทต่อเดือน	39	31.45
มากกว่า 150 บาทต่อเดือน	44	35.48
รวม	124	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทัศนคติของผู้บริโภคผลไม้แปรรูป

จากการสำรวจสามารถแจกแจงทัศนคติของผู้บริโภคออกเป็น 5 ระดับ คือ เห็นด้วยอย่างสูง เห็นด้วย เฉลย ๆ ไม่เห็นด้วย ไม่เห็นด้วยอย่างสูง โดยให้ผู้บริโภคแสดงความคิดเห็นในหัวข้อต่าง ๆ ที่ให้ไว้ในแบบสอบถามจำนวน 10 ข้อ (ตารางที่ 17) สามารถอภิบาลได้ดังนี้

ทัศนคติในเรื่องที่ผู้บริโภคเพศหญิงนิยมรับประทานผลไม้แปรรูปมากกว่าเพศชาย ผู้บริโภคส่วนใหญ่ร้อยละ 87.90 ตอบว่า เห็นด้วยและเห็นด้วยอย่างสูง เนื่องจากเพศหญิงเป็นเพศที่ชอบรับประทานของจุกจิกมากกว่าเพศชาย

ทัศนคติในเรื่องที่เกี่ยวกับคุณค่าทางอาหาร ที่กล่าวว่าผลไม้แปรรูปมีคุณค่าทางอาหาร เช่น วิตามิน ใกล้เคียงกับผลไม้สด ผู้บริโภคส่วนใหญ่ร้อยละ 51.61 ตอบว่าไม่เห็นด้วยและไม่เห็นด้วยอย่างสูง โดยผู้บริโภคพิจารณาจากการแปรรูปหรือกรรมวิธีการผลิตที่ผ่านขั้นตอนต่าง ๆ จะต้องเสียคุณค่าทางอาหารไปจึงทำให้มีทัศนคติในแง่ลบ

ในเรื่องที่ผู้บริโภคผลไม้แปรรูปส่วนใหญ่คำนึงถึงคุณค่าอาหารมากกว่ารสชาติ ผู้บริโภคส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 63.71 ตอบว่าไม่เห็นด้วยและไม่เห็นด้วยอย่างสูง โดยให้เหตุผลว่าการเลือกซื้อของรับประทานเล่น ๆ มักจะไม่ได้คำนึงถึงคุณค่าอาหาร แต่คำนึงถึงความอร่อยและความพอใจในการรับประทานมากกว่า

ในเรื่องสีฉ่ำและรูปแบบของผลไม้แปรรูปเป็นแรงดึงดูดใจในการเลือกซื้อที่ชัดเจนหนึ่งนั้น ผู้บริโภคส่วนใหญ่ร้อยละ 75 ตอบว่า เห็นด้วยและเห็นด้วยอย่างสูง ในขณะที่ผู้บริโภคร้อยละ 16.13 ตอบว่า เฉลย ๆ และผู้บริโภคร้อยละ 8.87 ตอบว่า ไม่เห็นด้วยและไม่เห็นด้วยอย่างสูง

สำหรับทัศนคติในเรื่อง ผลไม้แปรรูปไม่เพียงแต่สามารถบริโภคได้โดยตรงเท่านั้น ยังเป็นส่วนผสมของอาหารและขนมหวานชนิดต่าง ๆ ในการเพิ่มรสชาติให้เอร็ดอร่อยและเพิ่มสีสันเอให้สวยงาม ผู้บริโภคส่วนใหญ่ร้อยละ 70.97 ตอบว่า เห็นด้วยและเห็นด้วยอย่างสูง ซึ่งประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนทัศนคติในเรื่อง ผลไม้แปรรูปส่วนใหญ่ในปัจจุบันมักมีสารเจือปนในผลไม้แปรรูป อยู่ด้วยเพื่อให้ผลไม้มีรสชาติที่ดี แต่สารที่เจือปนมีเพียงปริมาณน้อยไม่เป็นอันตรายต่อร่างกาย ผู้บริโภคร้อยละ 43.54 ตอบว่า ไม่เห็นด้วยและไม่เห็นด้วยอย่างสิ้นเชิง โดยผู้บริโภคให้เหตุผลว่าการผลิตในปัจจุบันผู้ผลิตมักทำให้ผลไม้แปรรูปอร่อย โดยการผสมสารเจือปนลงไปเพื่อให้ผลไม้มีรสชาติที่ดีทำให้ผู้บริโภคติดใจในรสชาติของผลไม้แปรรูปชนิดนั้น ๆ

สำหรับความเห็นที่ว่า ผลไม้แปรรูปในปัจจุบันมีการทำเป็นอุตสาหกรรมผ่านกรรมวิธี และขั้นตอนการทำความสะดวกมากขึ้น ผู้บริโภคร้อยละ 62.10 ตอบว่าเห็นด้วยอย่างสิ้นเชิง ผู้บริโภคเป็นร้อยละ 28.23 ตอบว่าเฉย ๆ และผู้บริโภคร้อยละ 9.67 ตอบว่าไม่เห็นด้วยและไม่เห็นด้วยอย่างสิ้นเชิงในเรื่องนี้

จากการสอบถามผู้บริโภคเรื่องราคาที่กำลังกล่าวว่า ถ้าหากราคาผลไม้แปรรูปสูงขึ้นมีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลไม้แปรรูปให้ลดน้อยลง ผู้บริโภคร้อยละ 61.29 ตอบว่าเห็นด้วยและเห็นด้วยอย่างสิ้นเชิง ในขณะที่ผู้บริโภคร้อยละ 25.81 ตอบว่า เฉย ๆ โดยให้เหตุผลว่าราคามักราคาจะสูงขึ้นหรือลดลง ถ้าหากอยากรับประทานก็ซื้อ

ความคิดเห็นของผู้บริโภค เรื่องราคาของผลไม้แปรรูปในปัจจุบันมีความเหมาะสมสอดคล้องกับชนิดของผลไม้สดที่นำมาแปรรูป ผู้บริโภคร้อยละ 39.52 ตอบว่าเห็นด้วยและเห็นด้วยอย่างสิ้นเชิง โดยกล่าวว่า การแปรรูปในปัจจุบันคำนึงถึงความเหมาะสมของผลไม้ที่จะนำมาแปรรูปด้วยเสมอเพื่อให้สอดคล้องกับฤดูกาลและให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค

ส่วนข้อที่กล่าวว่า ถ้าหากไม่มีผลไม้สดที่ผู้บริโภคต้องการผู้บริโภคจะซื้อผลไม้แปรรูปชนิดนั้น ๆ รับประทานแทน ผู้บริโภคส่วนใหญ่ร้อยละ 40.32 ตอบว่า เฉย ๆ ในขณะที่ผู้บริโภคร้อยละ 30.65 ตอบว่า ไม่เห็นด้วยและไม่เห็นด้วยอย่างสิ้นเชิง และผู้บริโภคร้อยละ 29.03 ตอบว่าเห็นด้วยและเห็นด้วยอย่างสิ้นเชิง

ตารางที่ 17ทัศนคติของผู้บริโภค

ทัศนคติ	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	เฉย ๆ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	รวม
1. เพศหญิงนิยมบริโภคผลไม้แปรรูปมากกว่าเพศชาย	40.32	47.58	8.87	3.33	-	100.00
2. ผลไม้แปรรูปมีคุณค่าทางอาหาร เช่น วิตามิน ไก่เคียงผลไม้สด	2.42	15.32	30.65	38.71	12.90	100.00
3. ผู้บริโภคผลไม้แปรรูปส่วนใหญ่คำนึงถึงคุณค่าอาหารมากกว่ารสชาติ	4.03	9.68	22.65	47.51	16.13	100.00
4. สีสีนและรูปแบบของผลไม้แปรรูปเป็นแรงดึงดูดในการเลือกซื้อที่ดี	18.55	56.45	16.13	8.06	0.01	100.00
5. ผลไม้แปรรูปเป็นส่วนผสมของอาหารหวานในการเพิ่มรสชาติให้ดี	16.13	54.84	24.19	4.03	0.01	100.00
6. ผลไม้แปรรูปมักมีสารเจือปนอยู่ด้วยเพื่อให้มีรสชาติที่ดีแต่มีปริมาณน้อย	7.26	16.94	32.26	37.90	5.64	100.00
7. ผลไม้แปรรูปผ่านกรรมวิธีการทำความสะอาดมากขึ้น	8.87	53.23	28.23	8.16	1.61	100.00
8. ถ้าราคาผลไม้แปรรูปสูงขึ้นมีผลต่อการตัดสินใจซื้อให้ลดน้อยลง	13.31	47.78	25.81	10.68	2.42	100.00
9. ราคาของผลไม้แปรรูปเหมาะสมกับชนิดของผลไม้สดที่นำมาแปรรูป	7.26	32.26	37.90	20.97	1.61	100.00
10. ถ้าหากไม่มีผลไม้สดที่ต้องการทำงานจะซื้อผลไม้แปรรูปชนิดนั้น ๆ	7.26	21.77	40.32	19.36	11.29	100.00

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภค

ผลการศึกษาวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อค่าใช้จ่ายในการบริโภค ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา คือ เพศ(เพศชายและเพศหญิง), รายได้ที่ได้รับต่อเดือน(ระดับรายได้ต่ำ , ระดับรายได้ปานกลางและระดับรายได้สูง) สถานที่ตั้งของคณะที่ศึกษา(คณะวิศวกรรม-ศาสตร์ , คณะเทคโนโลยีการเกษตรและคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม) ชั้นปี(ปี1,ปี2,ปี3และปี4) ความถี่ในการบริโภค(ความถี่ในการบริโภคที่ต่ำ , ความถี่ในการบริโภคปานกลางและความถี่ในการบริโภคสูง) ราคาของผลไม้แปรรูป(ราคาต่ำ , ราคายานกลางและราคาสูง)และทัศนคติของผู้บริโภค (ทัศนคติทางลบ , ทัศนคติที่เป็นกลางและทัศนคติทางบวก) วิเคราะห์ความสัมพันธ์ตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยใช้ตารางแจกแจงความถี่ร่วม และใช้ค่าสถิติไคสแควร์ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม

ความสัมพันธ์ระหว่างเพศและค่าใช้จ่ายในการบริโภค

เมื่อเปรียบเทียบเพศทั้งสองคือชายและหญิงแล้วพบว่ามีความแตกต่างกันในการบริโภคผลไม้แปรรูป กล่าวคือเพศชายร้อยละ 62.50 เพศหญิงร้อยละ 15.60 มีค่าใช้จ่ายในการบริโภคผลไม้แปรรูปน้อยกว่าหรือเท่ากับ 50 บาทต่อเดือน ขณะที่เพศชายร้อยละ 31.20 เพศหญิงร้อยละ 31.30 มีค่าใช้จ่ายในการบริโภคผลไม้แปรรูประหว่าง 51-100 บาทต่อเดือนและเพศชายร้อยละ 6.30 เพศหญิงร้อยละ 53.20 มีค่าใช้จ่ายในการบริโภคมากกว่า 150บาทต่อเดือน(ตารางที่ 18) ซึ่งจากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างค่าใช้จ่ายในการบริโภคผลไม้แปรรูป และเพศ ได้ค่าไคสแควร์ 37.92253 และมีระดับนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 จึงสามารถสรุปได้ว่าค่าใช้จ่ายในการบริโภคผลไม้แปรรูปของผู้บริโภคทั้งสองเพศ (เพศชายและเพศหญิง) มีความแตกต่างกันโดย เพศหญิงมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการบริโภคมากกว่าเพศชาย

ตารางที่ 18 ค่าใช้จ่ายในการบริโภคผลไม้แปรรูป จำแนกตามเพศ (ร้อยละ)

ค่าใช้จ่ายในการบริโภค	เพศ	
	ชาย	หญิง
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 50 บาท/เดือน	62.50	15.50
51-150 บาท/เดือน	31.20	31.30
มากกว่า 150 บาท/เดือน	6.30	53.20
รวม	100.00	100.00

พหุคูณทดสอบ $1/$ ค่าไคสแควร์ = 37.92253 ค่านัยสำคัญ = 0.0000 d.f. = 2

ความสัมพันธ์ระหว่างระดับรายได้และค่าใช้จ่ายในการบริโภค

เมื่อเปรียบเทียบระดับรายได้ของผู้บริโภคผลไม้แปรรูป พบว่ามีความแตกต่างกันในการบริโภคผลไม้แปรรูป โดยผู้บริโภคที่มีระดับรายได้ไม่เกิน 2,000 บาท ร้อยละ 79.80 มีค่าใช้จ่ายในการบริโภคไม่เกิน 50 บาทต่อเดือน ในขณะที่ผู้บริโภคร้อยละ 10.20 ที่มีค่าใช้จ่ายอยู่ระหว่าง 51-150 บาทต่อเดือน ในขณะที่ผู้มีระดับรายได้มากกว่า 4,000 บาทต่อเดือนร้อยละ 55.60 มีค่าใช้จ่ายมากกว่า 150 บาทต่อเดือน (ตารางที่ 19) อย่างไรก็ตามจากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระดับรายได้และค่าใช้จ่ายในการบริโภคผลไม้แปรรูป ได้ค่าไคสแควร์ คือ 38.94803 และมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงสรุปได้ว่าการบริโภคผลไม้แปรรูปของผู้บริโภคจำแนกตามระดับรายได้มีความแตกต่างกัน และค่า Gamma มีค่าเป็นบวกแสดงว่ารายได้และค่าใช้จ่ายในการบริโภคมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันซึ่งมีความสัมพันธ์กันเท่ากับ 0.65061

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 19 ค่าใช้จ่ายในการบริโภคผลไม้แปรรูป จำแนกตามระดับรายได้ (ร้อยละ)

ค่าใช้จ่ายในการบริโภค	ระดับรายได้		
	0-2,000	2,001-4,000	มากกว่า 4,000
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 50 บาท/เดือน	79.80	27.50	13.90
51-150 บาท/เดือน	10.20	37.70	30.60
มากกว่า 150 บาท/เดือน	10.00	34.80	55.50
รวม	100.00	100.00	100.00

หมายเหตุ 1/ ค่าไคสแควร์=38.94803 ค่านัยสำคัญ=0.0000 d.f.= 4 Gamma=0.65061

ความสัมพันธ์ระหว่างสถานที่ตั้งของคณะและค่าใช้จ่ายในการบริโภค

เมื่อเปรียบเทียบสถานที่ตั้งของคณะของผู้บริโภค พบว่าผู้บริโภคในคณะต่าง ๆ ไม่มีความแตกต่างกันในด้านค่าใช้จ่ายในการบริโภคผลไม้แปรรูป คือ ที่คณะวิศวกรรมศาสตร์ ร้อยละ 41.60 มีค่าใช้จ่ายในการบริโภคน้อยกว่าหรือเท่ากับ 50 บาทต่อเดือน ในขณะที่คณะเทคโนโลยีการเกษตรและคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมที่ค่าใช้จ่ายมีระดับเดียวกันคิดเป็นร้อยละ 25.00 และ 15.00 ตามลำดับ (ตารางที่ 20) จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างสถานที่ตั้งของคณะและค่าใช้จ่ายในการบริโภค ได้ค่าไคสแควร์ คือ 6.94335 ไม่มีระดับนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 จึงสามารถสรุปได้ว่า ค่าใช้จ่ายในการบริโภคซึ่งจำแนกตามสถานที่ตั้งของคณะไม่มีความแตกต่างกัน

ตารางที่ 20 ค่าใช้จ่ายในการบริโภคผลไม้แปรรูป จำแนกตามสถานที่ตั้งของคณะ (ร้อยละ)

คณะ			
ค่าใช้จ่ายในการบริโภค			
วิศวกรรมศาสตร์ เทคโนโลยีการเกษตร ครุศาสตร์อุตสาหกรรม			
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 50 บาท/เดือน	41.60	25.00	15.00
51-150 บาท/เดือน	29.90	32.10	35.00
มากกว่า 150 บาท/เดือน	28.50	42.90	50.00
รวม	100.00	100.00	100.00

หมายเหตุ 1/ ค่าไคสแควร์ = 6.94335 ค่านัยสำคัญ = 0.13891 d.f. = 4

ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาของผู้บริโภคและค่าใช้จ่ายในการบริโภค

เมื่อเปรียบเทียบระดับการศึกษาหรือชั้นปีของผู้บริโภค พบว่าผู้บริโภคในทุกระดับการศึกษาไม่มีความแตกต่างกันในด้านค่าใช้จ่ายในการบริโภคผลไม้แปรรูป คือ ระดับการศึกษาปริญญาตรีปี 1 ร้อยละ 31.80 มีค่าใช้จ่ายในการบริโภคน้อยกว่าหรือเท่ากับ 50 บาทต่อเดือน ในขณะที่ปริญญาตรีปี 2 ปริญญาตรีปี 3 และปริญญาตรีปี 4 ที่ระดับค่าใช้จ่ายเดียวกันคิดเป็นร้อยละ 23.90 35.50 และ 37 ตามลำดับ (ตารางที่ 21) จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของระดับการศึกษาและค่าใช้จ่ายในการบริโภคทางสถิติได้ค่าไคสแควร์ คือ 3.26335 และไม่มีระดับนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 จึงสามารถสรุปได้ว่า ค่าใช้จ่ายในการบริโภคผลไม้แปรรูปของผู้บริโภคซึ่งจำแนกตามระดับการศึกษาไม่มีความแตกต่างกัน ได้ค่า Gamma เท่ากับ -0.10767 แสดงว่าระดับการ

ศึกษาของผู้บริโภคและค่าใช้จ่ายในการบริโภคมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม ใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 21 ค่าใช้จ่ายในการบริโภคผลไม้แปรรูป จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้บริโภค (ร้อยละ)

ค่าใช้จ่ายในการบริโภค	ระดับการศึกษา (ปริญญาตรี)			
	ปี 1	ปี 2	ปี 3	ปี 4
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 50 บาท/เดือน	31.80	26.90	35.50	37.00
51-150 บาท/เดือน	27.30	38.50	22.60	34.80
มากกว่า 150 บาท/เดือน	40.90	34.96	41.90	28.30
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00

หมายเหตุ 1/ ค่าไคสแควร์=3.26335 ค่านัยสำคัญ=0.77514 d.f.=6 Gamma=-0.10767

ความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการบริโภคและค่าใช้จ่ายในการบริโภค

เมื่อเปรียบเทียบความถี่ในการบริโภคผลไม้แปรรูปแล้ว พบว่ามีความแตกต่างกันในการบริโภคผลไม้แปรรูป โดยผู้บริโภคที่มีความถี่ในการบริโภคไม่เกิน 5 ครั้ง มีค่าใช้จ่ายในการบริโภคน้อยกว่าหรือเท่ากับ 50 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 46.30 และที่ความถี่ในการบริโภคมากกว่า 10 ครั้ง ค่าใช้จ่ายในการบริโภคมากกว่า 150 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 70.00 (ตารางที่ 22) อย่างไรก็ตามจากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการบริโภคและค่าใช้จ่ายในการบริโภค ได้ค่าไคสแควร์ คือ 33.14288 และมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงสรุปได้ว่า ค่าใช้จ่ายในการบริโภคผลไม้แปรรูปของผู้บริโภคจำแนกตามความถี่ในการบริโภคมีความแตกต่างกันซึ่งได้ค่า Gamma มีค่าเป็นบวกแสดงว่าความถี่ในการบริโภคและค่าใช้จ่ายในการ

เอกรงค์มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันซึ่งมีความสัมพันธ์ต่อกันเท่ากับ 0.71087
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 22 ค่าใช้จ่ายในการบริโภคผลไม้แปรรูป จำแนกตามความถี่ในการบริโภค (ร้อยละ)

ค่าใช้จ่ายในการบริโภค	ความถี่ในการบริโภค		
	ไม่เกิน 5 ครั้ง	6-10 ครั้ง	มากกว่า 10 ครั้ง
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 50 บาท/เดือน	46.30	15.20	5.00
51-150 บาท/เดือน	36.30	21.20	25.00
มากกว่า 150 บาท/เดือน	17.40	63.60	70.00
รวม	100.00	100.00	100.00
พหุภาคสมการ χ^2 / ค่าไคสแควร์=33.14288 ค่านัยสำคัญ=0.0000 d.f.=4 Gamma=0.71083			

ความสัมพันธ์ระหว่างราคาของผลไม้แปรรูปและค่าใช้จ่ายในการบริโภค

เมื่อเปรียบเทียบราคาของผลไม้แปรรูป พบว่ามีความแตกต่างกันในการบริโภคผลไม้แปรรูปโดยราคาผลไม้แปรรูปไม่เกินซีดละ 9 บาท มีค่าใช้จ่ายในการบริโภคน้อยกว่าหรือเท่ากับ 50 บาทต่อเดือนคิดเป็นร้อยละ 42.10 และราคาผลไม้แปรรูปมากกว่าซีดละ 19 บาท ค่าใช้จ่ายในการบริโภคมากกว่า 150 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 64.10 (ตารางที่ 23) อย่างไรก็ตามจากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ราคาของผลไม้แปรรูปและค่าใช้จ่ายในการบริโภคผลไม้แปรรูป ได้ค่าไคสแควร์ 15.56487 และมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงสรุปได้ว่าแบบแผนการบริโภคผลไม้แปรรูปของผู้บริโภค จำแนกตามราคาผลไม้แปรรูปมีความแตกต่างกันได้ค่า Gamma มีค่าเป็นบวกแสดงว่าราคาของผลไม้แปรรูปและค่าใช้จ่ายในการบริโภคมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ซึ่งมีความสัมพันธ์ต่อกันเท่ากับ 0.22650

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 23 ค่าใช้จ่ายในการบริโภคน้ำมันแปรรูป จำแนกตามราคาของน้ำมันแปรรูป (ร้อยละ)

ค่าใช้จ่ายในการบริโภค	ราคาผลไม้น้ำมันแปรรูป		
	ไม่เกิน 9 บาท	10-19 บาท	มากกว่า 19 บาท
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 50 บาท/เดือน	42.10	33.30	5.90
51-150 บาท/เดือน	21.10	43.20	29.40
มากกว่า 150 บาท/เดือน	36.80	23.50	64.70
รวม	100.00	100.00	100.00

หมายเหตุ 1/ ค่าไคสแควร์=15.56487 ค่านัยสำคัญ=0.00366 d.f.=4 Gamma=0.22650

ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติของผู้บริโภคและค่าใช้จ่ายในการบริโภคน้ำมันแปรรูป

เมื่อเปรียบเทียบทัศนคติของผู้บริโภคทั้ง 3 กลุ่ม คือ ทัศนคติทางบวก ทัศนคติทางลบ และทัศนคติที่เป็นกลาง มีความแตกต่างกันในด้านค่าใช้จ่ายในการบริโภคน้ำมันแปรรูป กล่าวคือผู้ที่ มีทัศนคติทางลบร้อยละ 75 มีค่าใช้จ่ายในการบริโภคน้ำมันน้อยกว่าหรือเท่ากับ 50 บาทต่อเดือน ในขณะที่ ผู้ที่มีทัศนคติทางบวกร้อยละ 13.40 มีค่าใช้จ่ายในการบริโภคน้ำมันน้อยกว่าหรือเท่ากับ 50 บาทต่อ เดือนเช่นกันส่วนผู้ที่มีทัศนคติเป็นกลางร้อยละ 27.30 มีค่าใช้จ่ายในการบริโภค 51-150 บาทต่อ เดือน ในขณะที่ผู้ที่มีทัศนคติทางบวกร้อยละ 34.20 และร้อยละ 52.40 มีค่าใช้จ่ายการบริโภค 51-150 บาทต่อเดือน และมากกว่า 150 บาทต่อเดือนตามลำดับ (ตารางที่ 24) จากการ วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติของผู้บริโภคน้ำมันแปรรูป และค่าใช้จ่ายในการบริโภคได้ค่า ไคสแควร์ 50.21479 ซึ่งมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงสามารถสรุปได้ว่าแบบแผน การบริโภคน้ำมันแปรรูปของผู้บริโภคซึ่งจำแนกตามทัศนคติทั้งสามกลุ่มมีความแตกต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่เผยแพร่โดยกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ เพื่อประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 24 ค่าใช้จ่ายในการบริโภควัสดุไม้แปรรูป จำแนกตามทัศนคติของผู้บริโภค (ร้อยละ)

ค่าใช้จ่ายในการบริโภค	ทัศนคติของผู้บริโภค		
	ทัศนคติทางลบ	ทัศนคติที่เป็นกลาง	ทัศนคติทางบวก
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 50 บาท/เดือน	75.00	63.60	13.40
51-150 บาท/เดือน	20.80	27.30	34.20
มากกว่า 150 บาท/เดือน	4.20	9.10	52.40
รวม	100.00	100.00	100.00

หมายเหตุ 1/ ค่าไคสแควร์ = 50.21479 ค่าวิกฤต = 0.0000 d.f. = 4

จากผลการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อค่าใช้จ่ายในการบริโภควัสดุไม้แปรรูปและตัวแปร เพศ รายได้ของผู้บริโภค คณะ ระดับการศึกษา ความถี่ในการบริโภค ราคาของวัสดุไม้แปรรูป และทัศนคติของผู้บริโภค โดยใช้ตารางแจกแจงความถี่ร่วมและค่าสถิติไคสแควร์ในการทดสอบสมมติฐานพบว่า ตัวแปร เพศ รายได้ ความถี่ในการบริโภค ทัศนคติของผู้บริโภค เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้โดยเพศหญิงมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการบริโภคมากกว่าเพศชาย รายได้ต่อเดือนของผู้บริโภค ความถี่ในการบริโภคใน 1 เดือนและทัศนคติของผู้บริโภค มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการบริโภควัสดุไม้แปรรูปในเชิงบวก ส่วนตัวแปร คณะ และชั้นปีของผู้บริโภคไม่มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการบริโภคและตัวแปรราคาของวัสดุไม้แปรรูปได้ผลไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้โดยตัวแปรราคาของวัสดุไม้แปรรูปมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการบริโภควัสดุไม้แปรรูปในเชิงบวก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการบริโภค

การวิเคราะห์อิทธิพลของปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการบริโภคผลไม้แปรรูป ได้กำหนดให้ค่าใช้จ่ายในการบริโภคใน 1 เดือน เป็นตัวแทนของพฤติกรรมกรรมการบริโภค สำหรับตัวแปรอิสระคือปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจ ได้แก่ เพศ ราชได้ คณะ ชั้นปี ความถี่ในการบริโภค ราคาของผลไม้แปรรูปและทัศนคติของผู้บริโภค โดยนำเอาเทคนิคการวิเคราะห์การถดถอยพหุมาวิเคราะห์วิธีนี้สามารถอธิบายได้ว่า การเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายในการบริโภคผลไม้แปรรูปซึ่งเป็นตัวแปรตามเป็นผลมาจากตัวแปรอิสระซึ่งก็คือ ปัจจัยต่าง ๆ ที่ได้กำหนดไว้ข้างต้น

นำตัวแปร เพศ ราชได้ คณะ ชั้นปี ความถี่ในการบริโภค ราคาของผลไม้แปรรูป และทัศนคติของผู้บริโภคมาหาความสัมพันธ์สหสัมพันธ์ (Correlation) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติจากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรพบว่า ตัวแปรอิสระส่วนใหญ่มีความสัมพันธ์กันและตัวแปรอิสระ เพศ ราชได้ คณะ ความถี่ในการบริโภค ราคาของผลไม้แปรรูป และทัศนคติของผู้บริโภค มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการบริโภคในเชิงบวก ส่วนตัวแปรอิสระ ชั้นปี มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการบริโภคในเชิงลบ โดยตัวแปรความถี่ และราคาของผลไม้แปรรูป มีความสัมพันธ์กับชั้นปีในเชิงลบอย่างไรก็ตามความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตามนี้เป็นความสัมพันธ์ที่ยังไม่ได้ควบคุมความแตกต่าง หรืออิทธิพลของตัวแปรอิสระอื่น ๆ ดังนั้นจึงยังไม่อาจสรุปความสัมพันธ์ตามตารางได้ (ตารางที่ 25)

การทดสอบปัญหา Multicollinearity

การทดสอบปัญหา Multicollinearity พิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆ ที่กำหนด โดยเปรียบเทียบกับค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ได้จากการวิเคราะห์กับค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R^2) ถ้าหากว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ได้มีค่าต่ำกว่าค่าสัมประสิทธิ์ของการตัดสินใจก็แสดงว่าเกิดปัญหาดังกล่าวไม่รุนแรงจากการศึกษาในครั้งพบว่าค่า (R^2) เท่ากับ 0.58647 ซึ่งไม่มีตัวแปรอิสระคู่ใด ที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์สูงกว่า ค่าสัมประสิทธิ์ของการตัดสินใจนี้ ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่าเกิดปัญหา Multicollinearity เกิดขึ้นแต่ไม่รุนแรง

เอ...
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 25 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาพฤติกรรมกรรมการบริโภค

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์								
ตัวแปร	เพศ	รายได้	คณะ	ชั้นปี	ความถี่	ราคา	ทัศนคติ	ค่าใช้จ่าย
เพศ	1.0000	.2405*	.1217	-.0695	.4365**	.0086	.2540*	.5096
รายได้		1.0000	.2386*	-.0189	.4676**	.1075	.2803**	.4515**
คณะ			1.0000	.0642	.2270*	.0323	.1681*	.1959*
ชั้นปี				1.0000	-.1130	-.0238	.0092	-.1340
ความถี่					1.0000	-.1238	.3243**	.6305**
ราคา						1.0000	.1361	.2596*
ทัศนคติ							1.0000	.4300**
ค่าใช้จ่าย								1.0000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

จากการวิเคราะห์พบว่า ตัวแปรอิสระทั้ง 7 ตัวคือ เพศ รายได้ คณะ ชั้นปี ความถี่ ในการบริโภค ราคาของผลไม้แปรรูปและทัศนคติของผู้บริโภค มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการบริโภคค่อนข้างสูง($R=0.76581$) โดยตัวแปรทั้ง 7 ตัว สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายในการบริโภคผลไม้แปรรูปได้ร้อยละ 58.65 ($R^2 = 0.58647$) และอีกร้อยละ 41.35 ของการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายในการบริโภคเกิดจากตัวแปร หรือสาเหตุอื่น ๆ ที่ไม่ได้นำมาวิเคราะห์ ซึ่งจากการวิเคราะห์จะเห็นว่าตัวแปรที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ รายได้ สถานที่ตั้งคณะ ชั้นปี ทัศนคติของผู้บริโภค ส่วนตัวแปรที่มีนัยสำคัญทางสถิติคือ เพศ ความถี่ และราคาของผลไม้แปรรูป โดยนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ใช้ส่วนตัวแปรทุกตัว เพื่อกำหนดระดับการศึกษามีผลเชิงบวกกับไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ค่าใช้จ่าสในการบริโภคผลไม้แปรรูปกล่าวคือหากราคาเพิ่มขึ้น 1 บาท ทำให้ค่าใช้จ่าสในการบริโภคเพิ่มขึ้น 0.505 บาท และหากรายได้เพิ่มขึ้น 1 บาท ทำให้ค่าใช้จ่าสในการบริโภคเพิ่มขึ้น 0.233 บาท พบว่าตัวแปรที่มีผลต่อค่าใช้จ่าสในการบริโภค คือ เพศ ความถี่ในการบริโภค และราคาของผลไม้แปรรูป โดยเพศมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.842404 สามารถอธิบายได้ว่าเพศหญิงรับประทานผลไม้แปรรูปมากกว่าเพศชาย ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนความถี่ในการบริโภค มีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.616727 ซึ่งสามารถอธิบายความสัมพันธ์ได้ว่าผู้บริโภคที่มีความถี่ในการบริโภคสูงจะมีผลต่อค่าใช้จ่าสในการบริโภคที่สูงขึ้นซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ และราคาของผลไม้แปรรูปมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.504627 ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่าถ้าราคาผลไม้แปรรูปสูงขึ้นผู้บริโภคจะมีค่าใช้จ่าสในการบริโภคที่สูง ซึ่งราคาไม่ได้เป็นตัวสำคัญที่ทำให้ผู้บริโภคมีค่าใช้จ่าสลดลง แต่ราคาจะทำให้ผู้บริโภคมีค่าใช้จ่าสในการบริโภคที่เพิ่มขึ้นเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนสถานที่ตั้งของคณะมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.029069 แสดงว่าที่คณะวิศวกรรมศาสตร์ มีค่าใช้จ่าสในการบริโภคสูงกว่าคณะเทคโนโลยีการเกษตรและคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม เนื่องจากสถานที่ตั้งของคณะวิศวกรรมศาสตร์อยู่ในทำเลที่ดีและเหมาะสมกว่าคณะเทคโนโลยีการเกษตรและคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม

จากค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน(beta) ทำให้ทราบว่าความถี่ในการบริโภคผลไม้แปรรูปมีผลต่อตัวแปรตาม คือค่าใช้จ่าสในการบริโภคมากที่สุด (ตารางที่ 26) นอกจากนี้ยังพบว่า เพศ รายได้ ราคาของผลไม้แปรรูป สถานที่ตั้งของคณะและทัศนคติของผู้บริโภคมีผลในเชิงบวกกับค่าใช้จ่าสในการบริโภคผลไม้แปรรูป

ตารางที่ 26 ค่าประมาณสัมประสิทธิ์การวิเคราะห์การถดถอยพหุของสมการการบริโภคผลไม้แปรรูป

ตัวแปรอิสระ	ค่าสัมประสิทธิ์	beta	SSE	ค่า t
เพศ	0.842404**	0.303178	0.235318	3.580
รายได้	0.233201	0.106877	0.170924	1.364
สถานที่ตั้งคณะ	0.029069	0.012123	0.183188	0.159
ระดับการศึกษา	-0.007834	-0.004786	0.124747	-0.063
ความถี่	0.616727**	0.568690	0.099043	6.227
ราคา	0.504627**	0.355263	0.113888	4.431
ทัศนคติ	0.100498	0.062478	0.083121	1.209
ค่าคงที่	0.548131			0.388
R Square	0.58647			
Multiple R	0.76581			
Standard Error	0.55987			
F-Value	14.99238**			

* มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01

** มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.001

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5

สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุป

เนื่องจากการที่ประเทศไทยอุดมสมบูรณ์ไปด้วยผลไม้เขตร้อน มีผลไม้ผลิตเปลี่ยนหมุนเวียนออกมามากมายในแต่ละฤดูกาลและมีบางส่วนที่เหลือจากการขายไม่หมด เหลือจากการบริโภคไม่หมด วิธีหนึ่งที่น่าสนใจคือการแปรรูปซึ่งมีการพัฒนาการผลิตขึ้นมาเรื่อยๆ จากในอดีตจนถึงปัจจุบัน ซึ่งการศึกษาปัญหาพิเศษฉบับนี้เป็นการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคผลไม้แปรรูป ทักษะคิดของผู้บริโภคผลไม้แปรรูป ปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจที่มีความสัมพันธ์กับการบริโภค โดยรวบรวมข้อมูลจากผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายโดยใช้แบบสอบถามแล้วนำมาประมวลผลเพื่อแสดงค่าสถิติพรรณนา และสถิติวิเคราะห์โดยใช้ไมโครคอมพิวเตอร์และโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC⁺ โดยสรุปได้ดังนี้

จากการสำรวจพบว่าผู้บริโภคเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยเป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 59.68 โดยผู้บริโภคส่วนใหญ่จะมีรายได้อยู่ในช่วง 2,001-4,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 52.42 โดยมีนักศึกษาคณะวิศวกรรมศาสตร์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 61.29 มีระดับการศึกษา (ชั้นปี) ตั้งแต่ นักศึกษาระดับปริญญาตรีปี 1-4 ในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน ส่วนพฤติกรรมการบริโภคผลไม้แปรรูป ของนักศึกษาสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ดังนี้ ประเภทของผลไม้แปรรูปที่ผู้บริโภคบริโภคบ่อยที่สุด คือผลไม้ดองซึ่งมีความถี่ในการบริโภคส่วนใหญ่ไม่เกิน 5 ครั้งต่อเดือน ในการบริโภคแต่ละครั้งผู้บริโภคมักจะซื้อผลไม้แปรรูปประมาณ 100-300 กรัมเป็นส่วนใหญ่โดยจะซื้อผลไม้แปรรูปในราคา (ต่อ 100 กรัม) ไม่เกิน 10 บาท คิดเป็นร้อยละ 44.35 โดยจะมีสัดส่วนที่ใกล้เคียงกับการซื้อผลไม้แปรรูป ราคาไม่เกิน 10-19 บาทเป็นร้อยละ 41.94 ในด้านความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อราคาของผลไม้แปรรูปส่วนใหญ่ผู้บริโภคมีความเห็นว่าราคาของผลไม้แปรรูปที่ซื้อมีราคาปานกลาง ซึ่งเหตุผลที่ผู้บริโภคบริโภคผลไม้แปรรูปส่วนใหญ่จะชอบรับประทานเล่น โดยมีปัจจัยในการพิจารณาเลือกซื้อ คือ จะพิจารณาที่รสชาติ ร่องลงมากน้อย ความสะอาด และราคาที่เหมาะสม ซึ่งผู้บริโภคส่วนใหญ่จะบริโภคผลไม้แปรรูปในสถานที่พักอาศัย

ส่วนเครื่องดื่มน้ำที่บริโภคนั้นผู้บริโภคส่วนใหญ่จะดื่มน้ำเปล่า ส่วนสถานที่ที่ผู้บริโภคซื้อผลไม้แปรรูปนั้นผู้บริโภคส่วนใหญ่จะซื้อผลไม้แปรรูปส่วนใหญ่จะดื่มน้ำเปล่า ส่วนสถานที่ที่ผู้บริโภคซื้อผลไม้แปรรูปนั้นผู้บริโภคส่วนใหญ่จะซื้อผลไม้แปรรูปส่วนใหญ่จะดื่มน้ำเปล่า ส่วนสถานที่ที่ผู้บริโภคซื้อผลไม้แปรรูปนั้นผู้บริโภคส่วนใหญ่จะซื้อผลไม้แปรรูปส่วนใหญ่จะดื่มน้ำเปล่า

ผลไม้แปรรูปเป็นประจำ คือ แผลงลอยหรือรถเข็นโดยมีเหตุผลในการเลือกซื้อจากสถานที่ที่ซื้อเป็นประจำ คือ มีความสะดวกในการหาซื้อ ในด้านทัศนคติของผู้บริโภค พบว่าทัศนคติของผู้บริโภคในเรื่องที่กล่าวว่าเพศหญิงนิยมรับประทานผลไม้แปรรูปมากกว่าเพศชาย สีสีนและรูปแบบของผลไม้แปรรูปเป็นแรงดึงดูดในการเลือกซื้อที่ชัดเจนหนึ่งผลไม้แปรรูปเป็นส่วนผสมของอาหารและขนมหวานชนิดต่าง ๆ ในการเพิ่มรสชาติให้อร่อยและเพิ่มสีนให้สวยงาม การผลิตผลไม้แปรรูปในปัจจุบันมีขั้นตอนการทำความสะอาดมากขึ้น และราคาของผลไม้ที่เปลี่ยนแปลงมีผลต่อการตัดสินใจในการซื้อให้ลดน้อยลง ส่วนทัศนคติในเรื่องคุณค่าทางอาหาร การคำนึงถึงคุณค่าอาหาร เวลาในการเลือกรับประทาน สารเจือปนในผลไม้ ราคา ความเหมาะสม และความต้องการผลไม้แปรรูปแทนผลไม้สด ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะมีทัศนคติในทางที่เป็นกลางและในทางลบ

ผลจากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างค่าใช้จ่ายในการบริโภคกับปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจของผู้บริโภค โดยผู้บริโภครายงานถึงความถี่ร่วมพบว่า เพศ รายได้ ความถี่ในการบริโภค ราคาของผลไม้แปรรูป และทัศนคติของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการบริโภคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติส่วนปัจจัยอื่น ๆ ที่มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการบริโภคแต่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ คณะและชั้นปีของผู้บริโภค และผลจากการวิเคราะห์หัตถิผลของปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคพบว่า เพศ ความถี่ในการบริโภค ราคาของผลไม้แปรรูป เป็นปัจจัยที่มีหัตถิผลต่อค่าใช้จ่ายในการบริโภค

ข้อเสนอแนะ

จากการสำรวจรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ เกี่ยวกับพฤติกรรมกรบริโภคผลไม้แปรรูป ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

1. ด้านการจัดจำหน่าย ผู้แทนจำหน่ายควรที่จะเพิ่มช่องทางการจำหน่ายไปยังร้านค้าซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านค้าปลีก ให้มากขึ้นและควรจัดสินค้าให้มีปริมาณเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า เพราะจะทำให้ลูกค้าได้รับความสะดวกมากขึ้นมีความหลากหลายเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ได้หลาย

ชนิดให้ตรงตามความต้องการ ย่อมก่อให้เกิดความพึงพอใจแก่ผู้บริโภคสูงสุด หรืออาจจะให้การบริการที่ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทดลองชิม เพื่อให้ผู้บริโภคสนใจในผลิตภัณฑ์เพิ่มมากขึ้น

2. ควรเน้นการขายที่กลุ่มลูกค้า ที่เป็นเพศหญิง โดยเน้นการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สวยงามน่ารับประทาน ย่อมก่อให้เกิดความพึงพอใจแก่ผู้บริโภคสูงสุด

3. รสชาติของผลไม้แปรรูป ผู้ประกอบการควรผลิตผลไม้แปรรูปแต่ละประเภทให้มี รสชาติหลากหลายและได้มาตรฐาน เช่น ชนิดหวานมาก หวานปานกลางและหวานน้อย เพื่อสนอง ความต้องการของผู้บริโภคแต่ละคน ซึ่งแต่ผู้บริโภคแต่ละคนชอบในรสชาติที่แตกต่างกัน

4. ควรที่จะมีการปรับปรุงความสะอาดของการผลิต การบรรจุ และการวางขายให้ มากขึ้น โดยเฉพาะร้านขายผลไม้แปรรูปประเภทแบ่งขาย ควรจัดร้านและอุปกรณ์ในการขายให้มีความ สะอาดมากที่สุด เพราะบางครั้งเมื่อผู้บริโภครับประทานแล้วมักพบว่าผลไม้แปรรูปไม่สะอาด และไม่ได้มาตรฐานเท่าที่ควร ดังนั้นผู้ผลิตควรมีบรรณาการคัดเลือกผลไม้ที่ดีได้มาตรฐาน มีกระบวนการทำความสะอาดที่เหมาะสมกว่าคือ ให้เป็นผลไม้ที่มีคุณภาพได้มาตรฐานตรงตามการ แปรรูปแต่ละประเภท

5. ให้มีการกระจายระดับราคาลดค่า มีสินค้าทั้งราคาถูกจนถึงราคาแพงเพื่อเป็น การรองรับความสามารถในการซื้อของลูกค้าทุก ๆ กลุ่มได้ ทั้งนี้ควรคำนึงถึงความเหมาะสมของ ชนิดการแปรรูปด้วย

6. ทำเลที่ตั้งของร้านขายผลไม้แปรรูป ควรที่จะตั้งอยู่ในสถานที่ที่มีผู้คนสัญจรผ่านไป มาพลุกพล่าน ด้วยเหตุผลที่ว่าในการเลือกซื้อผลไม้แปรรูปของผู้บริโภคนั้นส่วนใหญ่จะไม่ได้ตั้งใจใน การเลือกซื้อมาก่อน แต่อาจจะเป็นเพราะสีสรรหรือรูปแบบที่ดึงดูดใจให้เกิดความอยากบริโภคในตัว ผลไม้แปรรูปที่เห็นอยู่ในขณะนั้น ๆ จึงทำให้เกิดการตัดสินใจให้ซื้อในขณะนั้นเลย ยกตัวอย่างเช่น ร้านขายผลไม้แปรรูปบริเวณสถานีรถไฟพระจอมเกล้า ภายในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า เจ้าคุณทหารลาดกระบัง ซึ่งอยู่ในทำเลที่เหมาะสมคือ เป็นทั้งทางผ่านระหว่างคณะและเป็นจุดที่มี นักศึกษามาขึ้นรถไฟเป็นจำนวนมากโดยเฉพาะเวลาเย็น ซึ่งบริเวณสถานีรถไฟพระจอมเกล้ามีร้าน ขายผลไม้แปรรูปอยู่หลายร้าน และแต่ละร้านมียอดขายจำหน่ายอยู่ในเกณฑ์สูงในแต่ละวัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เอกสารอ้างอิง

กองโภชนาการ . 2533 . ตารางแสดงคุณค่าอาหารไทยในส่วนที่กินได้ใน 100 กรัม .

กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข .

ค้วน ชาวหนู . 2534 . โภชนาศาสตร์ . กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์อักษรวิมพ์ .

ฝ่ายวิชาการธนาคารกสิกรไทย . 2531 . "ผลไม้อบแห้งไทยซึ่งก้าวไกลถ้าร่วมมือแก้ปัญหา" .

เกษตรอุตสาหกรรม . 3(36) : น. 36-41 .

รวีวรรณ พูนชนสมบัติ . 2536 . พฤติกรรมการบริโภคผักและผลไม้ปลอดสารพิษของผู้บริโภค

ในเขตกรุงเทพมหานคร . กรุงเทพมหานคร : ปัญหาพิเศษ . สถาบันเทคโนโลยี

พระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง .

ศฤงญา พิรัชโนทร . 2537 . พฤติกรรมการบริโภคผลไม้กระป๋องในเขตกรุงเทพมหานคร .

กรุงเทพมหานคร : ปัญหาพิเศษ . สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง .

สมชาย ประภาวัต . 2532 . "การแปรรูปผัก-ผลไม้" . เกษตรอุตสาหกรรม .

5(54) : น. 66-72 .

สมพร อิศวิลานนท์ . 2536 . "การบริโภค การแปรรูปและการส่งออกผักและผลไม้ไทย" .

เศรษฐกิจศาสตร์และบริหารธุรกิจ . 17(มกราคม-มิถุนายน 2536) : น. 21-31 .

สุรศักดิ์ อารีย์สว่างกิจ . 2538 . พฤติกรรมการบริโภคน้ำผลไม้กระป๋องในเขตกรุงเทพมหานคร .

กรุงเทพมหานคร : ปัญหาพิเศษ . สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง .

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สุรเดช วิเศษสุรการ . 2530 . คู่มือการเรียนการสอนวิชาการถนอมอาหาร .

กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ศรีสภา .

สำนักงานวิจัยธนาคารกรุงเทพ . 2529 . "ผักและผลไม้แปรรูปอุตสาหกรรมการเกษตรที่เป็น

ความหวังในการส่งออก" . วิทยาศาสตร์การอาหาร . 17 (ตุลาคม 2539) : น. 1-14



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก

แบบสอบถาม

ชุดที่_____

แบบสอบถามปัญหาพิเศษ

เรื่อง

พฤติกรรมการบริหารผลไม้แปรรูปของนักศึกษา
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

คำชี้แจง :

ผลไม้แปรรูป ในที่นี้หมายถึงการแปรรูปที่ได้มาจากการดำเนินการที่ทำให้ผลไม้เก็บไว้ได้นานกว่าธรรมชาติโดยที่อาหารยังคงสภาพดีอยู่ ในที่นี้จะแบ่งผลไม้แปรรูปออกเป็น 4 ประเภท

1. ผลไม้กวน เช่น กลิ้วกวน ทูเรียนกวน มะขามกวน สับปะรดกวน เป็นต้น
2. ผลไม้เชื่อม เช่น มะม่วงเชื่อม มะกอกเชื่อม พุทราเชื่อม ฝรั่งเชื่อม เป็นต้น
3. ผลไม้เชื่อม เช่น มะตูมเชื่อม เผือกเชื่อม กลิ้วเชื่อม ส่าเกเชื่อม เป็นต้น
4. ผลไม้ดอง เช่น มะม่วงดอง พุทราดอง มะกอกดอง กระท้อนดอง เป็นต้น

คำแนะนำ : กรุณาทำเครื่องหมาย / หน้าช่องว่างที่ท่านต้องการ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

() 1. ชาย

() 2. หญิง

2. รายได้ต่อเดือน _____ บาท

3. คณะที่ท่านศึกษาอยู่ _____

4. ระดับการศึกษาปัจจุบัน

() 1. ปริญญาตรีปี 1

() 2. ปริญญาตรีปี 2

() 3. ปริญญาตรีปี 3

() 4. ปริญญาตรีปี 4

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่จัดทำขึ้นเพื่อการใช้งานเพื่อการเรียนการสอนเท่านั้น อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคผลไม้แปรรูป

5. ท่านบริโภคผลไม้แปรรูปประเภทใดบ่อยที่สุด (ตอบเพียง 1 คำตอบ)
- () 1. ผลไม้กวน () 2. ผลไม้แช่อิ่ม
() 3. ผลไม้เชื่อม () 4. ผลไม้ดอง
6. ท่านบริโภคผลไม้แปรรูป _____ ครั้งใน 1 เดือน
7. ปริมาณผลไม้แปรรูปที่ท่านซื้อแต่ละครั้ง _____ ซีด
ราคาผลไม้แปรรูปที่ท่านซื้อ (ซีดละ) _____ บาท
8. ท่านคิดว่าผลไม้แปรรูปที่ท่านซื้อมีราคา
- () 1. ถูก () 2. ปานกลาง
() 3. แพง
9. เหตุผลที่ท่านบริโภคผลไม้แปรรูป (ตอบได้หลายคำตอบ)
- () 1. เพื่อนชักชวน () 2. สีสันและรูปแบบดึงดูดใจ
() 3. ชอบในรสชาติ () 4. ชอบรับประทานเล่น
() 5. อื่น ๆ โปรดระบุ _____
10. ปัจจัยในการพิจารณาเลือกซื้อผลไม้แปรรูป คือ (ตอบได้หลายคำตอบ)
- () 1. รสชาติ () 2. สีสัน
() 3. ราคาเหมาะสม () 4. ความสะอาด
() 5. คุณค่าอาหาร () 6. ชนิดที่บริโภคเป็นประจำ
() 7. ภาชนะที่ใช้บรรจุ () 8. อื่น ๆ โปรดระบุ _____
11. ช่วงเวลาที่ท่านบริโภคผลไม้แปรรูปบ่อยที่สุด คือ
- () 1. ขณะพักผ่อน (ดูโทรทัศน์, นั่งเล่นในบ้าน) () 2. พบปะเพื่อน ๆ
() 3. หลังรับประทานอาหารเช้า () 4. อื่น ๆ โปรดระบุ _____
12. สถานที่ที่ท่านบริโภคผลไม้แปรรูปบ่อยที่สุด
- () 1. ที่พักอาศัย () 2. สถานศึกษา
() 3. โรงภาพยนตร์ () 4. ห้างสรรพสินค้า
() 5. อื่น ๆ โปรดระบุ _____

เอกสารนี้เป็นเอกสารสงวนลิขสิทธิ์ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ เพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

13. ประเภทเครื่องดื่มที่ท่านชอบรับประทานคู่กับผลไม้แปรรูปบ่อขที่สุด
- () 1. ชา, กาแฟ () 2. น้ำผลไม้
- () 3. น้ำอัดลม () 4. น้ำเปล่า
- () 5. อื่น ๆ โปรดระบุ_____
14. ท่านซื้อผลไม้แปรรูป จากแหล่งใดบ่อขที่สุด
- () 1. ซูเปอร์มาร์เก็ต () 2. แผงลอย, รถเข็น
- () 3. ร้านขายผลไม้แปรรูป () 4. อื่น ๆ โปรดระบุ_____
15. ท่านซื้อผลไม้แปรรูปจากสถานที่ตั้งกล่าวในข้อ 14 เนื่องจาก (ตอบได้หลายคำตอบ)
- () 1. สะดวกในการซื้อ () 2. ชอบในรสชาติ
- () 3. ซื้อเป็นประจำ () 4. มีประเภทของผลไม้แปรรูปให้เลือกมาก
- () 5. มีบริการดี () 6. ความสะอาดของร้าน
- () 7. ซื้อได้ในราคาที่ถูก () 8. อื่น ๆ โปรดระบุ_____

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของผู้บริโภค
 คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย (/) ในช่องที่ท่านคิดว่าถูกต้อง

คำถาม	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	เฉย ๆ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
16. เพศหญิงนิยมบริโภคผลไม้แปรรูปมากกว่า เพศชาย					
17. ผลไม้แปรรูปมีคุณค่าทางอาหารเช่นวิตามิน ใกล้เคียงกับผลไม้					
18. ผู้บริโภคผลไม้แปรรูปส่วนใหญ่คำนึงถึงคุณค่า อาหารมากกว่ารสชาติของผลไม้แปรรูป					

คำถาม	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	เฉย ๆ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
<p>19. ลีลาและรูปแบบของผลไม้แปรรูปเป็นแรงดึงดูดใจในการเลือกซื้อที่ชัดเจน</p> <p>20. ผลไม้แปรรูปไม่เพียงแต่สามารถบริโภคได้โดยตรงเท่านั้น ยังเป็นส่วนผสมของอาหารและขนมหวานชนิดต่าง ๆ ในการเพิ่มรสชาติให้เอร็ดอร่อยและเพิ่มสีสันให้สวยงาม</p> <p>21. ผลไม้แปรรูปส่วนใหญ่ในปัจจุบันมักมีสารเจือปนอยู่ด้วยเพื่อให้ผลไม้มีรสชาติที่ดี แต่สารที่เจือปนมีเพียงปริมาณน้อยไม่เป็นอันตรายต่อร่างกาย</p> <p>22. ผลไม้แปรรูปในปัจจุบันมีการทำเป็นอุตสาหกรรมผ่านกรรมวิธีและขั้นตอนการทำความสะดวกมากขึ้น</p> <p>23. ถ้าหากราคาผลไม้แปรรูปสูงขึ้นมีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลไม้แปรรูปของท่านให้ลดน้อยลง</p> <p>24. ราคาของผลไม้แปรรูปในปัจจุบันมีความเหมาะสมสอดคล้องกับชนิดของผลไม้สดที่นำมาแปรรูป</p> <p>25. ถ้าหากไม่มีผลไม้สดที่ทันต้องการท่านจะซื้อผลไม้แปรรูปชนิดนั้น ๆ รับประทานแทน</p>					



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้ภายในเท่านั้น ไม่ควรเผยแพร่
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้เผยแพร่หรืออ้างถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้