

พาณิชย์เผยผลสำรวจ ตลาดสด/ตลาดนัด ครองแชมป์แหล่งซื้อผลไม้ยอดนิยมของคนไทย

นายพูนพงษ์ นัยนาภากรณ์ ผู้อำนวยการสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) เปิดเผยผลสำรวจความคิดเห็นของประชาชนเดือนพฤษภาคม 2567 จำนวน 4,614 ตัวอย่าง ครอบคลุมประชาชนทุกอำเภอทั่วประเทศ เกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคผลไม้ พบว่า ผู้บริโภคนิยมเลือกซื้อผลไม้จากตลาดสด/ ตลาดนัด รถขายผลไม้ และซูเปอร์มาร์เก็ต ด้วยเหตุผลด้าน ความสะดวก และราคาถูก โดยจะซื้อผลไม้เป็นประจำทุกเดือนในเกือบทุกแหล่งขาย ด้วยวงเงินไม่เกิน 500 บาทต่อเดือน ในส่วนของผลไม้ที่ได้รับความนิยม คือ แดงโม ส้ม และกล้วย ขณะที่ผลไม้ตามฤดูกาลในช่วงเดือนพฤษภาคม – สิงหาคม ที่นิยมซื้อ คือ ทูเรียน เงาะ และมังคุด สำหรับบรรยากาศการซื้อขายผลไม้ในช่วงเดือนพฤษภาคม – สิงหาคมนี้ คาดว่าจะทรงตัวไม่เปลี่ยนแปลงจากปีที่แล้วมากนัก เพราะผู้บริโภคส่วนใหญ่มีแนวโน้มบริโภคปริมาณเท่าเดิมเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยมีรายละเอียดผลการสำรวจ ดังนี้

● แหล่งเลือกซื้อผลไม้

1. แหล่งเลือกซื้อผลไม้ ในภาพรวมพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อผลไม้ที่ตลาดสด/ตลาดนัด คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 70.63 ของจำนวนผู้ตอบทั้งหมด ตามด้วยรถขายผลไม้ ร้อยละ 42.06 และซูเปอร์มาร์เก็ต ที่ร้อยละ 32.05

หากพิจารณาตามกลุ่มอายุ อาชีพ รายได้ และภูมิภาค พบว่า ผู้ที่จะเลือกซื้อผลไม้ที่ตลาดสด/ตลาดนัด เป็นกลุ่มผู้มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป พนักงานของรัฐ ผู้มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาทต่อเดือน และผู้ที่อาศัยในภาคกลาง สำหรับรถขายผลไม้ จะเป็นที่นิยมในกลุ่มผู้มีอายุต่ำกว่า 20 ปี นักศึกษา ผู้มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาทต่อเดือน และผู้ที่อาศัยในภาคใต้ สำหรับซูเปอร์มาร์เก็ต จะเป็นกลุ่มผู้ประกอบการ ผู้มีรายได้มากกว่า 50,000 บาทต่อเดือน และผู้ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพฯ และปริมณฑล นอกจากนี้ เป็นที่น่าสังเกตว่า การซื้อผลไม้จากซูเปอร์มาร์เก็ต การสั่งซื้อออนไลน์ และซื้อจากผู้ผลิตโดยตรง มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเมื่อผู้ซื้อ มีระดับรายได้ที่สูงขึ้น

2. เหตุผลในการเลือกซื้อผลไม้จากแหล่งต่าง ๆ พบว่า ผู้ตอบเลือกซื้อผลไม้ที่ตลาดสด/ตลาดนัด เพราะสามารถเลือกสินค้าได้ ส่วนการซื้อที่รถขายผลไม้ เพราะสามารถซื้อได้สะดวก และเหตุผลในการซื้อที่ซูเปอร์มาร์เก็ต คือ คุณภาพ นอกจากนี้ ปัจจัยด้านคุณภาพ ยังเป็นเหตุผลสำคัญต่อการเลือกซื้อจากผู้ผลิตโดยตรง ทั้งนี้ ความคิดเห็นของผู้ตอบในภาพรวมจะเลือกแหล่งซื้อผลไม้โดยพิจารณาความสะดวกเป็นอันดับแรก ร้อยละ 33.48 รองลงมาคือ ราคา ร้อยละ 27.26 คุณภาพ ร้อยละ 20.59 การเลือกสินค้าได้ ร้อยละ 16.50 และอื่น ๆ ร้อยละ 2.16

● ความถี่และค่าใช้จ่ายในการซื้อผลไม้

1. ความถี่ในการซื้อผลไม้ ในภาพรวม พบว่า ผู้ตอบซื้อผลไม้ประจำทุกเดือนแต่ไม่ทุกสัปดาห์ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 39.41 ตามด้วยการซื้อทุกสัปดาห์ ร้อยละ 38.40 ซื้อไม่ทุกเดือน ร้อยละ 15.74 และมีเพียงร้อยละ 6.45 ที่ซื้อผลไม้ทุกวัน หากพิจารณาร่วมกับแหล่งซื้อที่ได้รับความนิยม พบว่า ตลาดสด/ตลาดนัด และรถขายผลไม้ จะนิยมซื้อทุกเดือนแต่ไม่ทุกสัปดาห์ ที่ร้อยละ 41.23 และร้อยละ 39.60 ตามลำดับ สำหรับซูเปอร์มาร์เก็ต นิยมซื้อทุกสัปดาห์ ร้อยละ 42.26 และหากพิจารณาตามกลุ่มอายุ อาชีพ รายได้ และภูมิภาค พบว่า กลุ่มที่นิยมซื้อผลไม้ทุกสัปดาห์เป็นอันดับแรก คือ พนักงานของรัฐ ผู้มีรายได้มากกว่า 50,000 บาทต่อเดือน และผู้ที่อาศัยในกรุงเทพฯ และปริมณฑล

2. ค่าใช้จ่ายในการซื้อผลไม้ ผู้ตอบร้อยละ 41.20 จะซื้อผลไม้ในวงเงินระหว่าง 300 – 500 บาทต่อเดือน ตามด้วยวงเงินน้อยกว่า 300 บาทต่อเดือน ร้อยละ 39.51 ถัดมาคือ 501 – 1,000 บาทต่อเดือน ร้อยละ 15.69 และมีเพียงร้อยละ 3.61 ที่ซื้อผลไม้มากกว่า 1,000 บาทต่อเดือน หากพิจารณาร่วมกับแหล่งซื้อที่ได้รับความนิยม พบว่า ตลาดสด/ตลาดนัด และซูเปอร์มาร์เก็ต จะมีการใช้จ่ายไม่เกิน 500 บาทต่อเดือน ส่วนรถขายผลไม้จะใช้จ่ายไม่เกิน 300 บาทต่อเดือน อย่างไรก็ตาม ผู้ตอบมีแนวโน้มใช้จ่ายด้วยวงเงินที่สูง (500 บาทขึ้นไป) เมื่อซื้อจากผู้ผลิตโดยตรง นอกจากนี้ หากพิจารณาตามกลุ่มอายุ อาชีพ รายได้ และภูมิภาค พบว่า ผู้มีรายได้มากกว่า 50,000 บาทต่อเดือน จะซื้อผลไม้ด้วยวงเงินที่สูงกว่ากลุ่มอื่น ๆ

● พฤติกรรมการบริโภคผลไม้

1. ผลไม้ที่นิยมบริโภคประจำ ซึ่งได้รับความนิยม 3 อันดับแรก ได้แก่ แดงโม ร้อยละ 44.93 ส้ม ร้อยละ 42.91 และกล้วย ร้อยละ 29.11 ซึ่งเป็นที่นิยมในผู้ตอบเกือบทุกกลุ่มอายุ อาชีพ รายได้ และภูมิภาค
2. ผลไม้ตามฤดูกาล ในช่วงเดือนพฤษภาคม – สิงหาคม ที่ได้รับความนิยม 3 อันดับแรก ได้แก่ ทูเรียน ร้อยละ 58.83 เงาะ ร้อยละ 47.68 และมังคุด ร้อยละ 38.49 ซึ่งเป็นที่นิยมในทุกกลุ่มอายุ อาชีพ รายได้ และภูมิภาค
3. เหตุผลในการเลือกบริโภคผลไม้แต่ละชนิด คือ ชอบในรสชาติ ร้อยละ 76.44 ตามด้วยปัจจัยด้านราคา ร้อยละ 20.15 การบำรุงสุขภาพ ร้อยละ 20.11 ตามกระแสนิยม ร้อยละ 4.80 และอื่น ๆ ร้อยละ 0.95 เมื่อพิจารณาตามชนิดผลไม้ พบว่า รสชาติ ยังคงเป็นปัจจัยหลัก โดยมีสัดส่วนมากกว่าร้อยละ 50 ในทุกชนิดผลไม้
4. รูปแบบการจำหน่ายปลีกผลไม้ ผู้ตอบร้อยละ 65.53 นิยมเลือกซื้อผลไม้แบบที่ไม่ได้บรรจุแพ็คเกจ หรือต้องการคัดเลือกผลไม้เอง รองลงมาคือ ผลไม้ที่แพ็คเกจเรียบร้อยแล้วและตัดแต่งพร้อมทาน ร้อยละ 24.48 และผลไม้ที่แพ็คเกจแล้วแต่ยังไม่ได้ตัดแต่ง ร้อยละ 10.00 หากพิจารณาตามกลุ่มอายุ อาชีพ รายได้ และภูมิภาค พบว่า ผู้ตอบทุกกลุ่มนิยมเลือกซื้อผลไม้แบบที่ไม่ได้บรรจุแพ็คเกจ
5. ปริมาณการบริโภคผลไม้ ช่วงเดือน พฤษภาคม – สิงหาคม นี้ ผู้ตอบร้อยละ 48.98 จะบริโภคผลไม้เท่าเดิมเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว รองลงมาคือ ไม่ทราบ ร้อยละ 23.26 บริโภคลดลง ร้อยละ 16.32 และบริโภคมากขึ้น ร้อยละ 11.45 สำหรับการพิจารณาตามกลุ่มอายุ อาชีพ รายได้ และภูมิภาค พบว่า กลุ่มผู้ตอบที่มีสัดส่วนคนที่มีแนวโน้มบริโภคมากขึ้นค่อนข้างสูงกว่ากลุ่มอื่น ๆ จะเป็นกลุ่มผู้มีอายุต่ำกว่า 20 ปี และนักศึกษา

นายพูนพงษ์ กล่าวถึงผลสำรวจครั้งนี้ว่า ปัจจุบันผู้บริโภคชาวไทยนิยมบริโภคผลไม้โดยเน้นความชอบในรสชาติเป็นสำคัญ และจะเลือกซื้อ ณ สถานที่จำหน่ายที่มีความสะดวก ราคาเหมาะสม สินค้ามีคุณภาพ และสามารถเลือกสินค้าได้ ส่งผลให้ตลาดสด/ตลาดนัด ร้านผลไม้ และซูเปอร์มาร์เก็ต ที่มีคุณสมบัติข้างต้น รวมถึงการจำหน่ายแบบไม่แพ็คเกจ ที่เปิดโอกาสให้ผู้ซื้อเลือกสินค้าเอง ได้รับความนิยมจากผู้บริโภค ดังนั้น เกษตรกรผู้ผลิตผลไม้จำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการพัฒนาคุณภาพสินค้า โดยเฉพาะรสชาติ และเชื่อมโยงผลผลิตไปยังตลาดที่ได้รับความนิยม พร้อมทั้งเพิ่มช่องทางสั่งซื้อโดยตรงเพื่อจับตลาดผู้มีกำลังซื้อสูง

สำหรับบรรยากาศการซื้อขายผลไม้ในช่วงเดือนพฤษภาคม – สิงหาคมนี้ คาดว่าจะทรงตัวไม่เปลี่ยนแปลงจากปีที่แล้วมากนัก ด้วยเหตุนี้ ผู้ผลิต ผู้จัดจำหน่าย ตลอดจนภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง จำเป็นต้องบริหารจัดการผลผลิตที่ทยอยออกสู่ตลาด โดยเฉพาะการกระจายผลผลิตทั้งตลาดภายในและต่างประเทศ โดยในส่วนของกระทรวงพาณิชย์ ได้ติดตามดูแลสถานการณ์การจำหน่ายผลไม้ในประเทศอย่างใกล้ชิด ทั้งการดำเนินโครงการ “โมบายธงฟ้า” เพื่อเป็นจุดซื้อทางเลือกให้ผู้บริโภค รวมถึงการประสานผู้ประกอบการ ผู้รวบรวม โรงงาน ห้างค้าปลีกค้าส่ง ห้างท้องถิ่น และสถานีบริการน้ำมัน ตลอดจนโครงการคอนโดมีเนียมและหมู่บ้าน เพื่อกระจายจุดรับซื้อและจำหน่ายผลไม้อย่างทั่วถึง ขณะที่ตลาดต่างประเทศ ได้มีการแก้ไขปัญหาและอำนวยความสะดวกทางการค้า เพื่อให้การขนส่งผลไม้ทางเรือ และทางถนนผ่านด่านการค้าต่าง ๆ เป็นไปอย่างคล่องตัว และล่าสุดกระทรวงพาณิชย์ได้ดำเนินการตามข้อสั่งการจากนายเศรษฐา ทวีสิน นายกรัฐมนตรี กำหนดมาตรการจัดการผลไม้และพืชเศรษฐกิจ ซึ่งครอบคลุมผลไม้ 11 ชนิด ได้แก่ (1) ทูเรียน (2) มังคุด (3) เงาะ (4) ลองกอง (5) ลำไย (6) สับปะรด (7) ลิ้นจี่ (8) ส้มโอ (9) ส้มเขียวหวาน (10) มะยงชิด และ (11) มะม่วง ซึ่งเชื่อมั่นว่า การดำเนินการข้างต้น จะสามารถเพิ่มช่องทางกระจายผลผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่งเสริมรายได้เกษตรกร และช่วยให้ผู้บริโภคเข้าถึงผลไม้คุณภาพดี ราคาเหมาะสม ตลอดปี 2567 นี้

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า
กระทรวงพาณิชย์
มิถุนายน 2567