

พาณิชย์เผย ผลการสำรวจพฤติกรรมการณ์ซื้อสินค้าของประชาชน สอดคล้องกับมาตรการของกระทรวงฯ ที่ดำเนินการมาอย่างต่อเนื่อง

นายภูสิต รัตนกุล เสรีเริงฤทธิ์ ผู้อำนวยการสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (ผอ.สนค.) เผยผลการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนในช่วงเดือนสิงหาคม 2564 จำนวน 8,322 ราย เกี่ยวกับพฤติกรรมการณ์ซื้อสินค้าและบริการในแหล่งต่าง ๆ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการปรับปรุงแหล่งจัดเก็บข้อมูลสำหรับการจัดทำเครื่องชี้วัดเศรษฐกิจการค้า รวมถึงนำไปประกอบการเสนอมติมาตรการ และแนวทางในการติดตาม กำกับ ดูแลคุณภาพและราคาสินค้า ของกระทรวงฯ

ทั้งนี้ ผลการสำรวจพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกซื้อสินค้าสำหรับการอุปโภคบริโภคจากตลาดสดสูงสุด ตามด้วยตลาดนัด และซูเปอร์มาร์เก็ต สอดคล้องกับแหล่งจัดเก็บข้อมูลของ สนค. ในการจัดทำเครื่องชี้วัดเศรษฐกิจการค้าที่มีหลากหลาย สำหรับความพึงพอใจในภาพรวมของตลาดสด พบว่าอยู่ระดับพอใช้ ขณะที่ความพึงพอใจด้านคุณภาพและราคาสินค้า ส่วนใหญ่เห็นว่ามีความเหมาะสม ส่วนพฤติกรรมการณ์ใช้จ่ายที่ตลาดนัด พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เคยซื้อสินค้าและบริการจากตลาดนัด โดยใช้จ่ายที่ตลาดนัดสัปดาห์ละครั้ง ครั้งละ 200 – 300 บาท และส่วนใหญ่นิยมซื้อสินค้าประเภทอาหาร ส่วนบริการที่นิยมในตลาดนัดคือ บริการร้านอาหารและเครื่องดื่ม โดยมีรายละเอียดผลการสำรวจ ดังนี้

แหล่งเลือกซื้อสินค้าสำหรับการอุปโภคบริโภค พบว่า ผู้บริโภคทุกกลุ่มนิยมเลือกซื้ออาหารสดจากตลาดสด (ร้อยละ 50.83) ขณะที่ เลือกซื้อสินค้าทั่วไปจากซูเปอร์มาร์เก็ต (ร้อยละ 28.77) และซื้ออาหารพร้อมทานจากร้านอาหารทั่วไป (ร้อยละ 29.19) เป็นที่น่าสนใจว่าสัดส่วนการซื้ออาหารพร้อมทานผ่านแหล่งออนไลน์มีสัดส่วนถึงร้อยละ 3.05 มากกว่าสินค้าประเภทอื่น ๆ สอดคล้องกับพฤติกรรมการณ์ของผู้บริโภคในปัจจุบันที่ใช้บริการ Food Delivery เพิ่มมากขึ้น ซึ่งในส่วนนี้ กระทรวงพาณิชย์ได้ตระหนัก และมีโครงการเพื่อตอบสนองพฤติกรรมการณ์ของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปเช่นกัน อาทิ โครงการนำร่องยก 9 ตลาดสด สู่อแพลตฟอร์มฟู้ดเดลิเวอรี พร้อมส่งของสดและอาหารถึงบ้าน เพื่อช่วยลดภาระค่าครองชีพของประชาชน เพิ่มช่องทางจัดจำหน่าย ควบคุมดูแลคุณภาพและราคาสินค้า รวมไปถึงการลดความเสี่ยงในการเดินทางในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด-19

ความพึงพอใจต่อตลาดสดในท้องถิ่น อยู่ในระดับพอใช้ โดยมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 2.26 จาก 3.00 คะแนน โดยผู้บริโภคที่อาศัยในกรุงเทพฯ และปริมณฑลพึงพอใจต่อตลาดสดน้อยที่สุด ด้วยคะแนน 2.11 ปัจจัยบวกที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ คือ คุณภาพของสินค้า ราคา และสถานที่ตั้ง ซึ่งกระทรวงพาณิชย์ก็มีหน่วยงานที่ติดตามดูแล ทั้งเรื่องคุณภาพและราคาสินค้าอย่างสม่ำเสมอ ขณะที่ปัจจัยทอนต่อความพึงพอใจคือห้องน้ำ ซึ่งอาจต้องประสานหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อปรับปรุงต่อไป

พฤติกรรมการณ์ใช้จ่ายที่ตลาดนัด ตลาดนัดนับว่าเป็นแหล่งจับจ่ายที่ได้รับความนิยมสูงขึ้นในปัจจุบัน ผู้บริโภคส่วนใหญ่ถึงร้อยละ 87.25 เคยซื้อสินค้าและบริการจากตลาดนัด และมักใช้จ่ายที่ตลาดนัดสัปดาห์ละครั้ง (ร้อยละ 36.52) โดยสินค้าและบริการที่เป็นที่นิยมจะเป็นสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับอาหาร คือ สินค้าประเภทอาหารสด และผักและผลไม้ ร้อยละ 29.09 และ 29.03 ตามลำดับ) ขณะที่บริการที่เป็นที่นิยม คือบริการร้านอาหารและเครื่องดื่ม มีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 87.40 สำหรับค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าและบริการที่ตลาดนัดส่วนใหญ่จะอยู่ในช่วง 200 – 300 บาทต่อครั้ง

นายภูสิตฯ กล่าวเพิ่มเติมว่า ผลการสำรวจพฤติกรรมการณ์ซื้อสินค้าและบริการในแหล่งต่าง ๆ ในครั้งนี้ สอดคล้องกับมาตรการที่กระทรวงพาณิชย์ดำเนินการมาโดยตลอด ทั้งการติดตาม ดูแลคุณภาพและราคาของสินค้า รวมถึงการส่งเสริมการพัฒนาแหล่งจำหน่ายต่าง ๆ ซึ่งจะเป็นประโยชน์แก่ผู้บริโภค ในแง่ของการตอบสนองพฤติกรรมการณ์เลือกซื้อสินค้าและบริการ รวมถึงเป็นการส่งเสริมความพึงพอใจต่อแหล่งจำหน่ายด้วย นอกจากนี้ ผลการสำรวจดังกล่าว ยังเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาปรับปรุงเครื่องชี้วัดเศรษฐกิจการค้า โดยเฉพาะดัชนีราคาผู้บริโภค หรือเงินเฟ้อ ซึ่งเป็นเครื่องชี้วัดหลักที่สามารถสะท้อนการครองชีพของประชาชนในประเทศได้อย่างถูกต้อง แม่นยำมากยิ่งขึ้น และจะประโยชน์ต่อการนำไปวิเคราะห์ภาพรวมเศรษฐกิจต่อไปในอนาคต

พฤติกรรมการซื้อขายในแหล่งต่าง ๆ

ผลสำรวจความคิดเห็นประชาชนในช่วงเดือนสิงหาคม 2564 จำนวน 8,322 ราย เกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการในแหล่งต่าง ๆ พบว่า

ในภาพรวม ผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกซื้อสินค้าสำหรับการอุปโภคบริโภคจากตลาดสดสูงสุด ตามด้วยตลาดนัด และซูเปอร์มาร์เก็ต เมื่อพิจารณาความพึงพอใจในภาพรวมของตลาดสด พบว่า พึงพอใจในระดับพอใช้ โดยมีความพึงพอใจในด้านคุณภาพและราคาสูงที่สุด ขณะที่ ห้างน้ำมีความพึงพอใจต่ำที่สุด สำหรับพฤติกรรมการใช้จ่ายที่ตลาดนัด พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่เคยซื้อสินค้าและบริการจากตลาดนัด โดยใช้จ่ายที่ตลาดนัดสัปดาห์ละครั้ง ครั้งละ 200 – 300 บาท และส่วนใหญ่นิยมซื้อสินค้าประเภทอาหาร สำหรับบริการที่นิยมในตลาดนัดคือ บริการร้านอาหารและเครื่องดื่ม

แหล่งเลือกซื้อสินค้า

ผู้บริโภคส่วนใหญ่ซื้ออาหารสดจากตลาดสด ซื้อสินค้าทั่วไปจากซูเปอร์มาร์เก็ต และซื้ออาหารพร้อมทานจากร้านอาหารทั่วไป

สินค้าประเภทอาหารสด



อันดับที่ 1	ตลาดสด	50.83%
อันดับที่ 2	ตลาดนัด	21.98%
อันดับที่ 3	ซูเปอร์มาร์เก็ต	14.19%

สินค้าทั่วไป



ซูเปอร์มาร์เก็ต	28.77%
ตลาดสด	19.65%
ตลาดนัด	19.31%

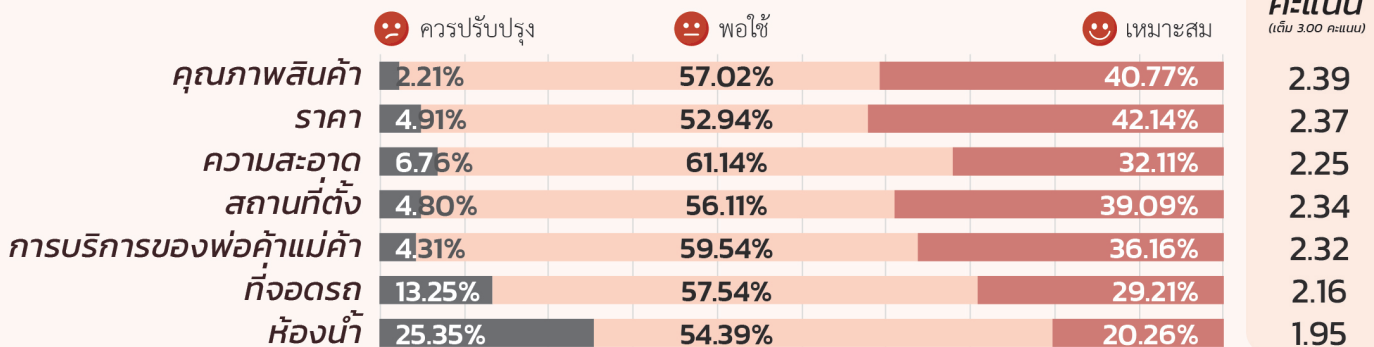
อาหารพร้อมทาน



ร้านอาหารทั่วไป	29.19%
ตลาดนัด	22.12%
ตลาดสด	22.08%

ความพึงพอใจต่อตลาดสดในท้องถิ่น

ความพึงพอใจโดยรวมต่อตลาดสดในท้องถิ่นอยู่ในระดับพอใช้ โดยมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 2.26 จาก 3.00 คะแนน

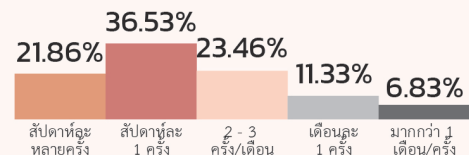


พฤติกรรมการใช้จ่ายที่ตลาดนัด

สินค้าและบริการที่เป็นที่นิยมจะเป็นสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับอาหาร ค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าและบริการส่วนใหญ่จะอยู่ในช่วง 200 – 300 บาทต่อครั้ง

87.25%
ของผู้ตอบแบบ
เคยใช้บริการตลาดนัด

ความถี่ การใช้บริการตลาดนัด



สินค้า

อันดับที่ 1	อาหารสด	29.09%
อันดับที่ 2	ผักและผลไม้	29.03%
อันดับที่ 3	อาหารสำเร็จรูป	23.38%

บริการ

ร้านอาหารและเครื่องดื่ม	81.80%
ซ่อมแซมเครื่องแต่งกาย	5.37%
ตัดผม	5.30%

พฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อสินค้าและบริการจากแหล่งต่าง ๆ

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) ได้ทำการสำรวจความคิดเห็นประชาชนในช่วงเดือนสิงหาคม ๒๕๖๔ จำนวน ๘,๓๒๒ ราย ทุกอำเภอทั่วประเทศ^๑ เกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการในแหล่งต่าง ๆ พบว่า ในภาพรวมผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกซื้อสินค้าสำหรับการอุปโภคบริโภคจากตลาดสดสูงสุด ตามด้วยตลาดนัด และซูเปอร์มาร์เก็ต เมื่อพิจารณาความพึงใจในภาพรวมของตลาดสดพบว่า **พึงพอใจในระดับพอใช้** โดยมีความพึงพอใจในด้านคุณภาพและราคาสูงสุด ขณะที่ ห้างน้ำมีความพึงพอใจต่ำที่สุด สำหรับพฤติกรรมการใช้จ่ายที่ตลาดนัด พบว่า **ผู้บริโภคส่วนใหญ่เคยซื้อสินค้าและบริการจากตลาดนัด** โดยใช้จ่ายที่ตลาดนัดสัปดาห์ละครั้ง ครั้งละ ๒๐๐ - ๓๐๐ บาท และส่วนใหญ่นิยมซื้อสินค้าประเภทอาหาร สำหรับบริการที่นิยมในตลาดนัดคือ บริการร้านอาหารและเครื่องดื่ม โดยมีรายละเอียดผลการสำรวจ ดังนี้

๑. แหล่งเลือกซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคของประชาชน

ในภาพรวม ผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกซื้อสินค้าสำหรับการอุปโภคบริโภคที่ตลาดสด ร้อยละ ๓๐.๘๕ ตามด้วยตลาดนัด และซูเปอร์มาร์เก็ต ที่ร้อยละ ๒๑.๑๓ และ ๑๗.๐๒ ตามลำดับ เมื่อจำแนกตามประเภทสินค้า พบว่าผู้บริโภคมักเลือกซื้อสินค้าแต่ละประเภทในแหล่งที่แตกต่างกัน ดังนี้

- **สินค้าประเภทอาหารสด** พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่นิยมเลือกซื้ออาหารสดที่ตลาดสดมากที่สุด (ร้อยละ ๕๐.๘๓) โดยเฉพาะผู้บริโภคที่อาศัยในภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผู้บริโภคที่มีอายุ ๔๐ ปีขึ้นไป และผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี **ตามด้วยการซื้อที่ตลาดนัด** (ร้อยละ ๒๑.๙๘) โดยส่วนใหญ่เป็นผู้บริโภคที่มีรายได้ต่ำกว่า ๑๐,๐๐๐ บาท ขณะที่ผู้บริโภคที่อาศัยในกรุงเทพฯ และปริมณฑล และผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไปจะมีพฤติกรรมแตกต่างกัน โดยมักเลือกซื้ออาหารสดที่ซูเปอร์มาร์เก็ตเป็นส่วนใหญ่

- **สินค้าทั่วไป** พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ร้อยละ ๒๘.๗๗ เลือกซื้อสินค้าทั่วไปจากซูเปอร์มาร์เก็ต โดยเฉพาะผู้บริโภคอาศัยในกรุงเทพฯ และปริมณฑล และผู้บริโภคที่มีรายได้ ๒๐,๐๐๐ - ๑๐๐,๐๐๐ บาท แต่เป็นที่น่าสนใจว่าผู้บริโภคที่มีรายได้ ๑๐๐,๐๐๐ บาทขึ้นไป ร้อยละ ๑๖.๑๓ เลือกซื้อสินค้าทั่วไปจากร้านสะดวกซื้อ อาจจะเป็นด้วยเหตุผลเรื่องความสะดวกเป็นหลัก **แหล่งซื้อสินค้าทั่วไปอันดับที่สองคือตลาดสด** (ร้อยละ ๑๙.๖๕) จะเป็นผู้บริโภคกลุ่มสูงอายุ และผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมเป็นส่วนใหญ่

- **อาหารพร้อมทาน** พบว่า แหล่งซื้ออาหารพร้อมทานของผู้บริโภคส่วนใหญ่ คือ **ร้านอาหารทั่วไป** (ร้อยละ ๒๙.๑๙) **ตามด้วย ตลาดสด และตลาดนัด** ที่ร้อยละ ๒๒.๑๒ และ ๒๒.๐๘ ตามลำดับ แต่เป็นที่น่าสนใจว่าการซื้ออาหารพร้อมทานผ่านช่องทางออนไลน์ มีสัดส่วนถึงร้อยละ ๓.๐๕ มากกว่าสินค้าประเภทอื่น ๆ และสอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในปัจจุบันที่ใช้บริการ Food Delivery เพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป และผู้บริโภคที่มีรายได้ ๔๐,๐๐๐ บาทขึ้นไป รวมถึงผู้ที่มีอายุต่ำกว่า ๓๐ ปีด้วย

^๑ สํารวจข้อมูลจากผู้บริโภคใน ๗๖ จังหวัด และกรุงเทพมหานคร ครอบคลุม ๘๘๔ อำเภอ/เขต จำนวน ๘,๓๒๒ ราย โดยเจ้าหน้าที่ของกระทรวงพาณิชย์ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธกส.) และสถาบันการศึกษา แยกเป็น ๗ กลุ่มอาชีพ ตามโครงสร้างอาชีพของประชากรในแต่ละจังหวัด ได้แก่ นักศึกษา เกษตรกร รับจ้างอิสระ พนักงานเอกชน ผู้ประกอบการ พนักงานของรัฐ และผู้ไม่ได้ทำงาน

๒. ความพึงพอใจต่อตลาดสดในท้องถิ่น

ความพึงใจในภาพรวม ตลาดสดในทุกพื้นที่เป็นแหล่งซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคที่ได้รับความนิยมสูงที่สุดในการเลือกซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค ซึ่งเมื่อพิจารณาถึงความพึงพอใจ พบว่า ความพึงพอใจโดยรวมต่อตลาดสดในท้องถิ่นอยู่ในระดับพอใช้^๒ โดยมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ ๒.๒๖ จาก ๓.๐๐ คะแนน โดยผู้บริโภคที่อาศัยในภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือพึงพอใจต่อตลาดสดมากที่สุด ด้วยคะแนน ๒.๒๙ และ ๒.๒๘ ตามลำดับ ขณะที่ผู้บริโภคที่อาศัยในกรุงเทพฯ และปริมณฑล พึงพอใจต่อตลาดสดน้อยที่สุด ด้วยคะแนน ๒.๑๑ สอดคล้องกับผลสำรวจพฤติกรรมการเลือกแหล่งจำหน่ายข้างต้น ที่นิยมซื้อสินค้าจากซูเปอร์มาร์เก็ตเป็นส่วนใหญ่ นอกจากนี้ นักศึกษา ผู้ที่อายุต่ำกว่า ๒๐ ปี รวมถึงผู้ที่มีรายได้มากกว่า ๕๐,๐๐๐ บาท ยังมีแนวโน้มพึงพอใจต่อตลาดสดน้อยกว่าผู้บริโภคกลุ่มอื่น

- **คุณภาพและราคาของสินค้า** ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความเห็นว่า สินค้าที่จำหน่ายในตลาดสดมีคุณภาพและราคาที่เหมาะสม ซึ่งมีค่าคะแนน ๒.๓๙ และ ๒.๓๗ ตามลำดับ โดยเฉพาะผู้บริโภคที่อาศัยในภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้ ซึ่งเป็นกลุ่มวัยกลางคนที่มียอายุ ๓๐ - ๕๙ ปี มีความเห็นว่าคุณภาพของสินค้าและราคา มีความเหมาะสมมากที่สุด

- **ความสะอาดและสถานที่ตั้ง** ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความเห็นว่า ปัจจัยความสะอาดและสถานที่ตั้งของตลาดสดอยู่ในเกณฑ์พอใช้ ด้วยคะแนน ๒.๒๕ และ ๒.๓๔ โดยผู้บริโภคที่มีอายุน้อยกว่า ๒๙ ปี และผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไปมีความเห็นว่าควรปรับปรุงเรื่องความสะอาดมากกว่ากลุ่มอื่น สำหรับเรื่องสถานที่ตั้ง ผู้บริโภคในภูมิภาคมีความพึงพอใจสูงกว่าผู้บริโภคที่อาศัยในกรุงเทพฯ และปริมณฑล

- **การให้บริการของพ่อค้าแม่ค้า** ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความเห็นว่า พ่อค้าแม่ค้าให้บริการพอใช้มีความพึงพอใจ ๒.๓๒ คะแนน โดยผู้บริโภคที่อาศัยในกรุงเทพฯ และปริมณฑลมีความเห็นว่าพ่อค้าแม่ค้าควรปรับปรุงการให้บริการมากที่สุดเมื่อเทียบกับกลุ่มอื่น (ร้อยละ ๗.๓๔)

- **ที่จอดรถและห้องน้ำ** ในแง่ของสิ่งอำนวยความสะดวกในตลาดสด ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความพึงพอใจน้อยกว่าปัจจัยด้านอื่น ๆ ด้วยคะแนน ๒.๑๖ สำหรับที่จอดรถ และ ๑.๙๕ คะแนนสำหรับห้องน้ำ โดยผู้บริโภคที่อาศัยในกรุงเทพฯ และปริมณฑลมีความพึงพอใจต่ำกว่าส่วนภูมิภาค โดยเฉพาะเรื่องห้องน้ำ ที่ผู้บริโภคที่อาศัยในกรุงเทพฯ และปริมณฑลเห็นว่าควรปรับปรุงมากถึงร้อยละ ๓๓.๕๙

๓. พฤติกรรมการใช้จ่ายที่ตลาดนัด

- **ภาพรวม** ตลาดนัดเป็นแหล่งซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคที่ได้รับความนิยมเป็นอันดับที่ ๒ โดยผู้บริโภคส่วนใหญ่สูงถึงร้อยละ ๘๗.๒๕ เคยซื้อสินค้าและบริการจากตลาดนัด โดยสัดส่วนของผู้ที่เคยใช้บริการจะลดลงตามอายุ คือกลุ่มที่มีอายุน้อยจะมีสัดส่วนเคยใช้บริการมากกว่ากลุ่มที่มีอายุมาก และผู้บริโภคมักใช้จ่ายที่ตลาดนัด ๑ ครั้งต่อสัปดาห์ (ร้อยละ ๓๖.๕๒) สอดคล้องกับพฤติกรรมของตลาดนัดส่วนใหญ่ที่มีการเปิดขายสัปดาห์ละ ๑ ครั้ง ตามด้วยการใช้จ่ายเดือนละ ๒ - ๓ ครั้งต่อเดือน (ร้อยละ ๒๓.๕๒) แต่เป็นที่น่าสนใจว่าผู้ตอบแบบที่มีอายุ ๖๐ ปีขึ้นไป มีสัดส่วนการใช้จ่ายที่ตลาดนัดสัปดาห์ละหลายครั้งมากกว่ากลุ่มอื่น อาจด้วยเหตุผลของความสะดวกในการเดินทางเป็นหลัก

² ระดับความพึงพอใจ คะแนน ๒.๓๓ - ๓.๐๐ หมายถึง เหมาะสม คะแนน ๑.๖๗ - ๒.๓๓ หมายถึง พอใช้ และคะแนน ๑.๐๐ - ๑.๖๗ หมายถึง ควรปรับปรุง

- ประเภทสินค้าที่นิยมในตลาดนัด พบว่า ส่วนใหญ่จะเป็นสินค้าประเภทอาหาร ได้แก่ อาหารสด (ร้อยละ ๒๙.๐๙) ผักและผลไม้ (ร้อยละ ๒๙.๐๓) และอาหารสำเร็จรูป (ร้อยละ ๒๓.๓๘) โดยผู้บริโภคที่มีรายได้ต่ำกว่า ๑๐,๐๐๐ บาท ส่วนใหญ่จะซื้ออาหารสดที่ตลาดนัดสอดคล้องกับผลสำรวจข้างต้น ขณะที่ผู้ที่มีรายได้มากกว่า ๔๐,๐๐๐ บาท และผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มักซื้อผักและผลไม้เป็นหลัก

- ค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าที่ตลาดนัด พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ (ร้อยละ ๓๐.๒๐) ซื้อสินค้าครั้งละ ๒๐๐ - ๓๐๐ บาท ตามด้วยซื้อสินค้าน้อยกว่า ๑๐๐ - ๒๐๐ บาท (ร้อยละ ๒๕.๔๗) และซื้อสินค้ามากกว่า ๕๐๐ บาทต่อครั้ง (ร้อยละ ๙.๐๕) ซึ่งสอดคล้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับระดับรายได้ของผู้ตอบแบบสอบถาม

- บริการที่นิยมในตลาดนัด ยังคงเป็นบริการที่เกี่ยวข้องกับอาหาร คือบริการร้านอาหารและเครื่องดื่ม มีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ ๘๗.๔๐ โดยได้รับความนิยมในทุกกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม ค่าใช้จ่ายอยู่ในช่วง ๒๐๐ - ๓๐๐ บาทต่อครั้ง (ร้อยละ ๒๙.๒๗) ตามด้วย ๑๐๐ - ๒๐๐ บาท (ร้อยละ ๒๘.๔๒) เช่นเดียวกับค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้า

ข้อมูลประกอบ

๑. แหล่งเลือกซื้อสินค้าต่าง ๆ

แหล่งเลือกซื้อสินค้าต่าง ๆ	ร้อยละแหล่งซื้อสินค้าโดยรวม	ร้อยละแหล่งซื้ออาหารสด	ร้อยละแหล่งซื้อสินค้าทั่วไป	ร้อยละแหล่งซื้ออาหารพร้อมทาน
ตลาดสด	30.85%	50.83%	19.65%	22.08%
ตลาดนัด	21.13%	21.98%	19.31%	22.12%
ซูเปอร์มาร์เก็ต	17.02%	14.19%	28.77%	8.02%
ร้านเบ็ดเตล็ด/โชร่วย	7.20%	4.81%	14.69%	ห้างสรรพสินค้า 2.04%
ร้านสะดวกซื้อ	9.92%	4.89%	13.96%	10.90%
รถเร่	1.17%	1.80%	0.88%	0.84%
ซื้อออนไลน์	1.75%	1.50%	2.74%	1.00%
ร้านอาหารทั่วไป	9.69%			29.19%
ซื้อออนไลน์	1.01%			3.05%
ศูนย์อาหาร/ฟู้ดคอร์ท	0.26%			0.77%

๒. ความพึงพอใจต่อตลาดสดในท้องถิ่น

ความพึงพอใจ	คะแนน	ร้อยละความเห็นของผู้บริโภค		
		ควรปรับปรุง (คะแนน 1.00 – 1.67)	พอใช้ (คะแนน 1.67 – 2.33)	เหมาะสม (คะแนน 2.33 – 3.00)
ตลาดสดในท้องถิ่นโดยรวม	2.26			
คุณภาพสินค้า	2.39	2.21%	57.02%	40.77%
ราคา	2.37	4.91%	52.94%	42.14%
ความสะดวก	2.25	6.76%	61.14%	32.11%
สถานที่ตั้ง	2.34	4.80%	56.11%	39.09%
การบริการของพ่อค้าแม่ค้า	2.32	4.31%	59.54%	36.16%
ที่จอดรถ	2.16	13.25%	57.54%	29.21%
ห้องน้ำ	1.95	25.35%	54.39%	20.26%

๓. พฤติกรรมการใช้จ่ายที่ตลาดนัด

เคยใช้บริการตลาดนัด	ร้อยละ
เคย	87.25%
ไม่เคย	12.75%

ความถี่	ร้อยละ
สัปดาห์ละหลายครั้ง	21.86%
สัปดาห์ละ 1 ครั้ง	36.53%
2 – 3 ครั้ง/เดือน	23.46%
เดือนละ 1 ครั้ง	11.33%
มากกว่า 1 เดือน/ครั้ง	6.83%

สินค้า	ร้อยละ
อาหารสด	29.09%
อาหารสำเร็จรูป	23.38%
ผักและผลไม้	29.03%
เสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย	9.14%
เครื่องสำอาง	1.11%
อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์	1.14%
สินค้าหัตถกรรม	0.67%
ของเล่นเด็ก	0.67%
ของเก่า/ของมือสอง	1.26%
ต้นไม้	2.34%
ลอตเตอรี่	1.82%
ของที่ระลึก/ของขวัญ	0.37%

ค่าใช้จ่ายสินค้า	ร้อยละ
น้อยกว่า 100 บาท	3.80%
101 – 200 บาท	25.47%
201 – 300 บาท	30.20%
301 – 400 บาท	16.99%
401 – 500 บาท	14.49%
501 – 1,000 บาท	7.67%
มากกว่า 1,000 บาท	1.38%

บริการ	ร้อยละ
ทำเล็บ	2.64%
ตัดผม	5.30%
ซ่อมโทรศัพท์	4.27%
ซ่อมแซมเครื่องแต่งกาย	5.37%
ดูดวง	0.62%
ร้านอาหารและเครื่องดื่ม	81.80%

ค่าใช้จ่ายบริการ	ร้อยละ
น้อยกว่า 100 บาท	6.97%
101 – 200 บาท	28.42%
201 – 300 บาท	29.27%
301 – 400 บาท	15.36%
401 – 500 บาท	11.99%
501 – 1,000 บาท	6.68%
มากกว่า 1,000 บาท	1.31%