

บทที่ 5

พฤติกรรมการณ์ซื้อและปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อเนื้อสุกรอินทรีย์

บทนี้เป็น การนำเสนอผลการศึกษากิจกรรม และ ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดความเต็มใจจ่าย สำหรับเนื้อสุกรอินทรีย์ของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากตัวอย่างผู้บริโภค จำนวน 370 ตัวอย่าง ผลการวิจัยที่ได้แบ่งเป็น 6 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของตัวอย่าง ส่วนที่ 2 รูปแบบและพฤติกรรมการณ์ซื้อเนื้อสุกร ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการณ์บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ รวมถึง อาหารอินทรีย์ ส่วนที่ 4 การรับรู้เกี่ยวกับเนื้อสุกรอินทรีย์ ส่วนที่ 5 ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อเนื้อสุกร อินทรีย์ ส่วนที่ 6 สรุป

5.1 ลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคมของตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 370 ราย (ตารางที่ 5.1) พบว่า ตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 58.90) และอีกร้อยละ 41.10 เป็นเพศชาย ผู้บริโภคส่วนใหญ่มี อายุต่ำกว่า 31 ปี คิดเป็นร้อยละ 44.05 รองลงมาคืออายุระหว่าง 31-40 ปี (ร้อยละ 23.79) ส่วนตัวอย่างที่มี อายุระหว่าง 51-60 ปี และ 41-50 ปี มีสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน คือร้อยละ 14.60 และ ร้อยละ 14.32 ตามลำดับ ผู้บริโภคที่มีอายุมากกว่า 60 ปี มีสัดส่วนที่น้อยเพียงร้อยละ 3.24 ของผู้บริโภคตัวอย่าง สำหรับจำนวนสมาชิกในครัวเรือน พบว่าตัวอย่างมีสมาชิกเฉลี่ยครอบครัวละ 4 คน

เมื่อพิจารณาระดับการศึกษาของตัวอย่าง พบว่าส่วนใหญ่มีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 58.6) รองลงมาคือ ระดับมัธยมศึกษา/ปวช. (ร้อยละ 15.40) และ ระดับปริญญาโท หรือ สูงกว่า (ร้อยละ 12.20) ตามลำดับ ส่วนระดับอนุปริญญา/ปวส. มีเพียงร้อยละ 6.50 ในส่วนของการประกอบ อาชีพนั้น ตัวอย่างกว่าร้อยละ 31.08 ประกอบอาชีพข้าราชการ พนักงานของรัฐ หรือพนักงาน รัฐวิสาหกิจ รองลงมาร้อยละ 22.71 ประกอบอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ถัดมาคือ อาชีพค้าขาย/อาชีพ อิสระ (ร้อยละ 19.46) และ อาชีพพนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน (ร้อยละ 18.38) ตามลำดับ ส่วนกลุ่ม ตัวอย่างที่มีอาชีพรับจ้าง/เกษตรกรและ อาชีพแม่บ้าน มีเพียงร้อยละ 5.67 และ ร้อยละ 2.70 ตามลำดับ สำหรับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของตัวอย่างส่วนใหญ่ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000 – 50,000 บาท

คิดเป็นร้อยละ 40.81 รองลงมาคือ รายได้ต่ำกว่า 30,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 32.71 และ 50,001 – 100,000 บาท (ร้อยละ 22.16) ตามลำดับ

ตารางที่ 5.1 ลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคมของตัวอย่าง

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
หญิง	218	58.90
ชาย	152	41.10
อายุ		
ต่ำกว่า 31 ปี	163	44.05
31-40 ปี	88	23.79
41-50 ปี	53	14.32
51-60 ปี	54	14.60
60 ปี ขึ้นไป	12	3.24
ระดับการศึกษา		
ระดับประถมศึกษา	27	7.30
ระดับมัธยมศึกษา/ปวช.	57	15.40
ระดับอนุปริญญา/ปวส.	24	6.50
ระดับปริญญาตรี	217	58.60
ระดับปริญญาโท หรือ สูงกว่า	45	12.20
อาชีพ		
รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	115	31.08
แม่บ้าน	10	2.70
พนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน	68	18.38
ค้าขาย/อาชีพอิสระ	72	19.46
รับจ้าง/เกษตรกร	21	5.67
นักศึกษา	84	22.71

ตารางที่ 5.1 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน(คน)	ร้อยละ
รายได้ครอบครัวต่อเดือน		
ต่ำกว่า 30,000 บาท	121	32.71
30,000 – 50,000 บาท	151	40.81
50,001 – 100,000 บาท	82	22.16
100,001 – 500,000 บาท	14	3.78
500,001 บาท ขึ้นไป	2	0.54

ที่มา: จากการสำรวจ

5.2 พฤติกรรมการซื้อเนื้อสุกรของผู้บริโภค

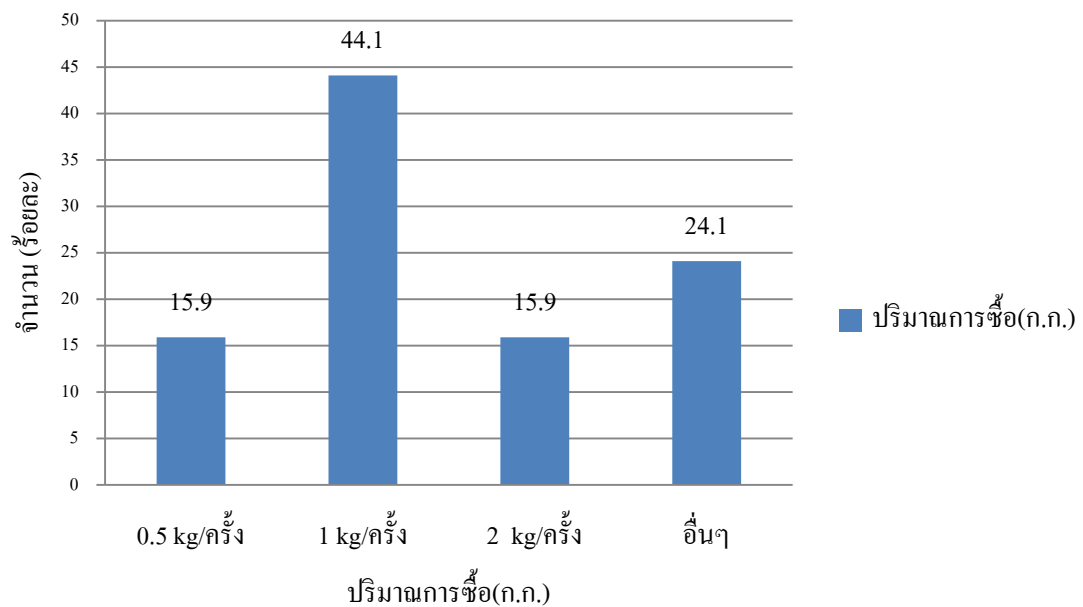
การศึกษาพฤติกรรมของตัวอย่าง พบว่า ผู้บริโภคจำนวน 323 ราย คิดเป็นร้อยละ 87.30 เป็นผู้ซื้อเนื้อสุกรสำหรับบริโภคในครัวเรือน ที่เหลืออีก 47 ราย ไม่ได้ซื้อเนื้อสุกรเพื่อบริโภคในครัวเรือน โดยที่ตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 34.05 ซื้อเนื้อสุกร 2 – 3 ครั้งต่อสัปดาห์ รองลงมา ซื้อ 4 – 6 ครั้งต่อสัปดาห์ (ร้อยละ 24.77) และ 1 ครั้งต่อสัปดาห์ (ร้อยละ 15.48) ตามลำดับ ผู้บริโภคบางส่วนมีการซื้อที่ไม่แน่นอน คิดเป็นร้อยละ 13.62 ส่วนผู้บริโภคที่ซื้อเนื้อสุกรเป็นประจำทุกวันมีเพียงร้อยละ 12.07 (ตารางที่ 5.2)

เมื่อพิจารณาปริมาณการซื้อเนื้อในแต่ละครั้งของตัวอย่าง พบว่าร้อยละ 44.10 ของตัวอย่างซื้อเนื้อสุกรโดยประมาณ 1 กิโลกรัมต่อครั้ง รองลงมาคือซื้อครั้งละ 0.5 กิโลกรัม และ 2 กิโลกรัม (ร้อยละ 15.9 เท่ากัน) ดังภาพที่ 5.1 ซึ่งส่วนของเนื้อสุกรที่ตัวอย่างนิยมซื้อ เรียงตามลำดับได้ดังนี้ คือ เนื้อสันนอก เนื้อสามชั้น เนื้อสันใน เนื้อสันคอ และซี่โครง (ภาพที่ 5.2) สำหรับสถานที่ในการเลือกซื้อเนื้อสุกรเพื่อบริโภคของตัวอย่าง พบว่าส่วนใหญ่ซื้อเนื้อสุกรจากตลาดสด รองลงมาคือ ไฮเปอร์มาเกต และซูเปอร์มาเกต ตามลำดับ ดังภาพที่ 5.3

ตารางที่ 5.2 ความถี่ในการซื้อเนื้อสุกรโดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์

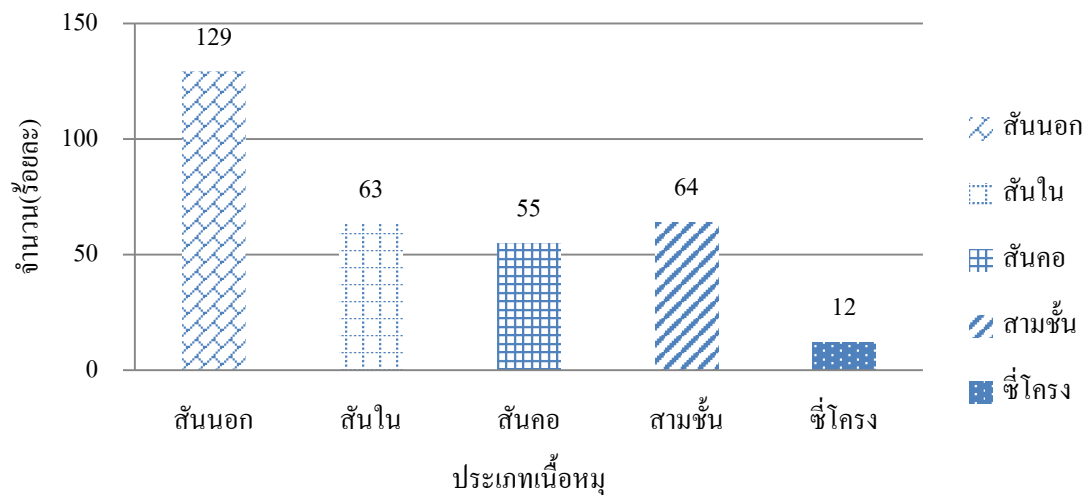
ความถี่ในการซื้อเนื้อสุกรโดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ทุกวัน(7 ครั้งต่อสัปดาห์)	39	12.07
4 – 6 ครั้งต่อสัปดาห์	80	24.77
2 – 3 ครั้งต่อสัปดาห์	110	34.06
1 ครั้งต่อสัปดาห์	50	15.48
ไม่แน่นอน	44	13.62
รวม	323	100

ที่มา: จากการสำรวจ



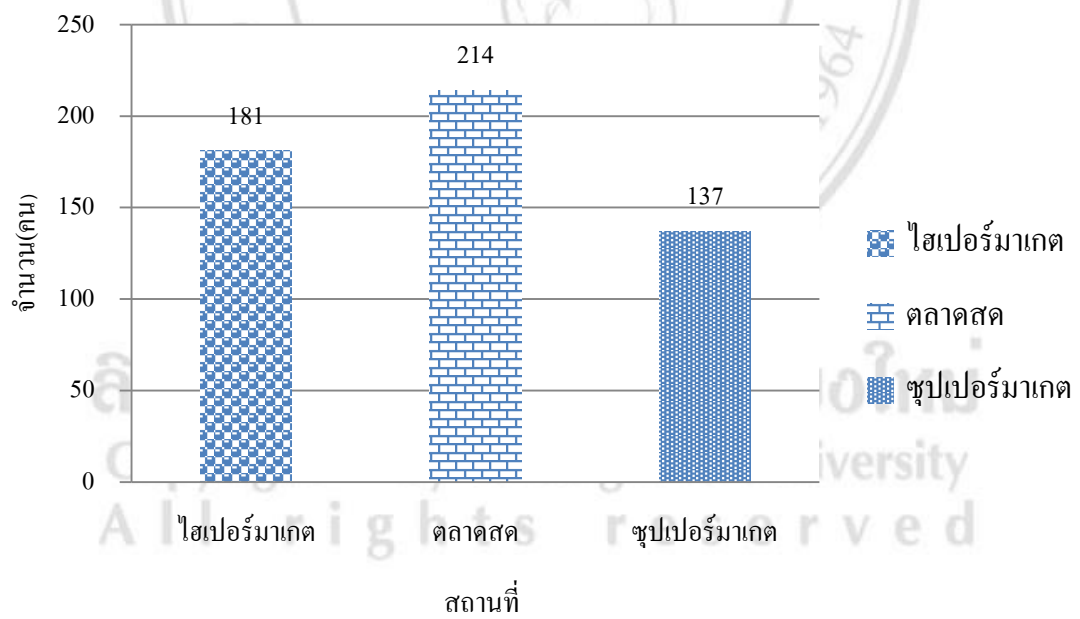
ที่มา: จากการสำรวจ

ภาพที่ 5.1 ปริมาณการซื้อเนื้อสุกรต่อครั้งของผู้บริโภค



ที่มา: จากการสำรวจ

ภาพที่ 5.2 สัดส่วนของเนื้อสุกรที่กลุ่มตัวอย่างเลือกซื้อ

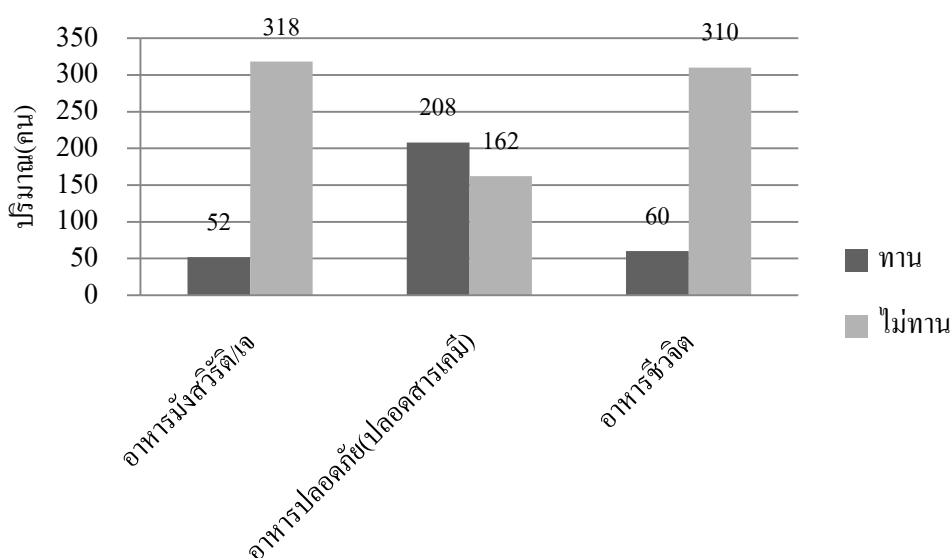


ที่มา: จากการสำรวจ

ภาพที่ 5.3 สถานที่ในการเลือกซื้อเนื้อสุกรเพื่อบริโภค

5.3 พฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ รวมถึงอาหารอินทรีย์

ผลจากการรวบรวมข้อมูลของตัวอย่างเกี่ยวกับการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ซึ่งในการวิจัยนี้ แบ่งการบริโภคอาหารออกเป็น 3 รูปแบบ คือ การรับประทานอาหารมังสวิรัต/เจ การรับประทานอาหารปลอดกัญ (ปลอดสารเคมี) และการรับประทานอาหารชีวจิต ผลการเก็บข้อมูลพบว่า จากตัวอย่างจำนวน 370 คน มีผู้ทานอาหารปลอดกัญ (ปลอดสารเคมี) เป็นจำนวนมากที่สุด คือ 208 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 56.22 รองลงมาคือ อาหารชีวจิต จำนวน 60 คน (ร้อยละ 16.22) และอาหารมังสวิรัต/เจจำนวน 52 คน (ร้อยละ 14.05) ตามลำดับ ดังตารางที่ 5.3 โดยพบว่า ผู้ที่มีปัญหาสุขภาพ ร้อยละ 67.53 จะมีพฤติกรรมการทานอาหารเพื่อสุขภาพอย่างใดอย่างหนึ่งที่กำลังมาข้างต้น



ที่มา: จากการสำรวจ

ภาพที่ 5.4 พฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ

เมื่อพิจารณาพฤติกรรมการซื้อสินค้าปลอดกัญ ตารางที่ 5.3 แสดงให้เห็นว่าจากตัวอย่างทั้งหมด มีจำนวนผู้ที่เคยเลือกซื้ออาหารปลอดกัญสูงถึงร้อยละ 82.17 โดยมีความถี่ในการเลือกซื้อนั้นแตกต่างกันไป กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ร้อยละ 61.08 เลือกซื้ออาหารปลอดกัญบ้างเป็นครั้งคราว รองลงมาเลือกซื้อค่อนข้างบ่อยครั้ง คิดเป็นร้อยละ 15.14 และมีเพียงร้อยละ 5.95 เท่านั้นที่เลือกซื้อเป็นประจำ ซึ่งเมื่อพิจารณาจากพฤติกรรมของตัวอย่างที่แสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคมากกว่าร้อยละ 50 มี

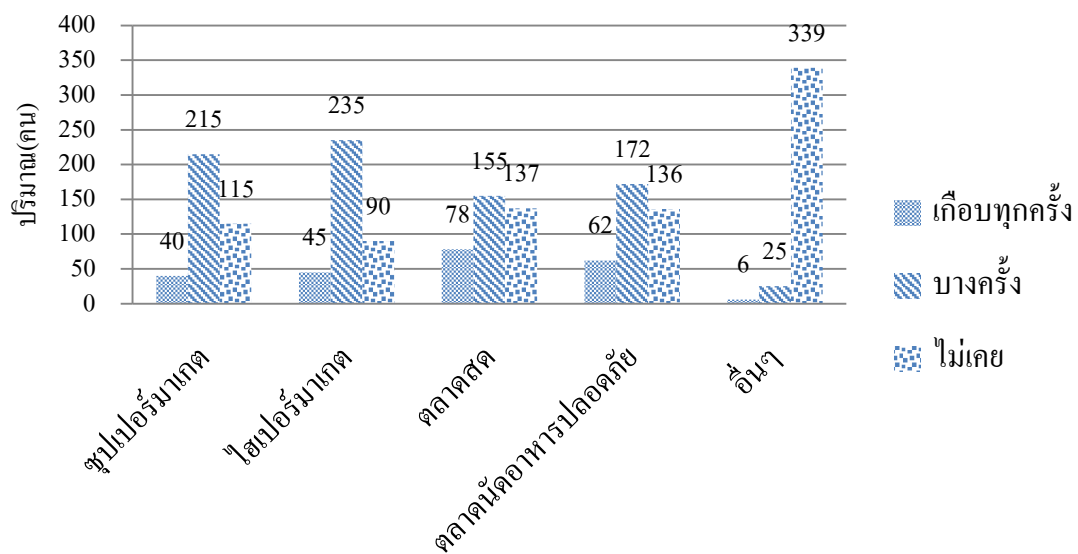
พฤติกรรมผู้บริโภคอาหารปลอดภัยอยู่แล้ว เพราะฉะนั้นจึงมีความเป็นไปได้ในการสร้างตลาดสุกรอินทรีย์ให้เป็นที่รู้จักได้

สำหรับสถานที่ที่ผู้บริโภคเลือกซื้ออาหารปลอดภัยนั้นพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ซื้ออาหารปลอดภัยจากไฮเปอร์มาเกต เช่น โลตัส บิ๊กซี รองลงมาคือ ซูเปอร์มาเกต เช่น ริมปิงซูเปอร์สโตร์ ที่อปซูเปอร์มาเกต เป็นต้น และตลาดนัดอาหารปลอดภัย ตามลำดับ (ดังภาพที่ 5.5)

ตารางที่ 5.3 ความถี่ในการเลือกซื้อสินค้าอาหารปลอดภัย

ความถี่ในการเลือกซื้อสินค้าอาหารปลอดภัย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เคยซื้อเลย	66	17.83
ซื้อบ้างบางครั้ง	226	61.08
ซื้อค่อนข้างบ่อยครั้ง	56	15.14
ซื้อเป็นประจำ	22	5.95
รวม	370	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ



ที่มา: จากการสำรวจ

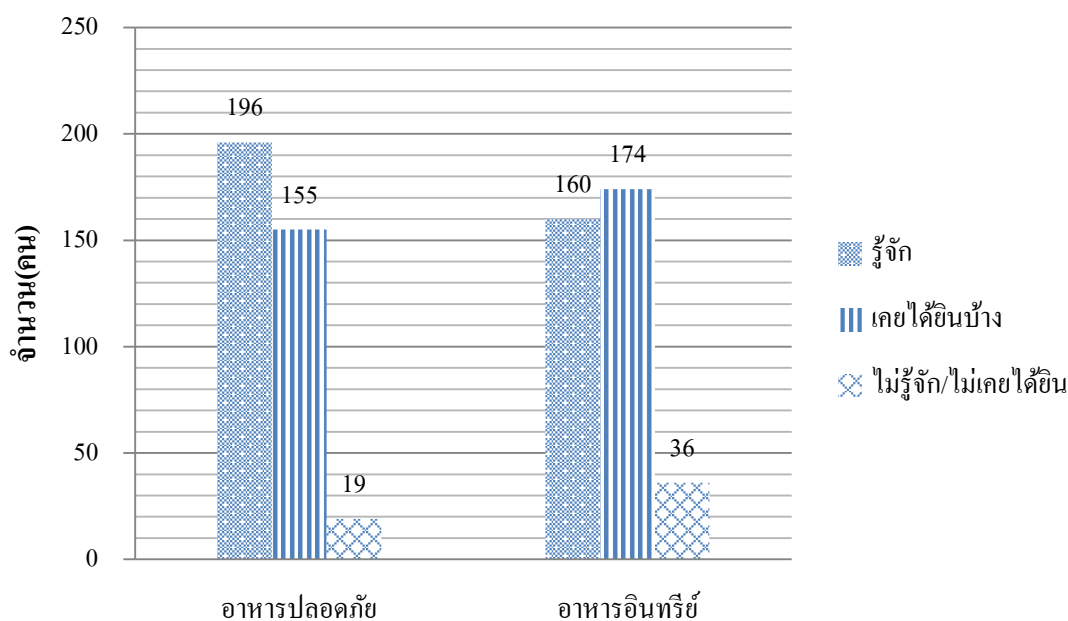
ภาพที่ 5.5 สถานที่ในการเลือกซื้อสินค้าอาหารปลอดภัย

5.4 การรับรู้เกี่ยวกับเนื้อสุกรอินทรีย์

ในส่วนของ การรับรู้ที่ผู้บริโภคมิต่อเนื้อสุกรอินทรีย์นั้น ผู้วิจัยทำการสอบถามผู้บริโภค โดยใช้อาหารอินทรีย์เป็นตัวแทนเนื้อสุกรอินทรีย์ เนื่องจากจากการหาข้อมูลเบื้องต้น ทำให้ทราบว่า ปศุสัตว์อินทรีย์นั้นยังไม่เป็นที่รู้จักแพร่หลาย ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลของกรมปศุสัตว์ ซึ่งได้ขึ้นทะเบียนเกษตรกรที่เลี้ยงสัตว์ด้วยวิธีเกษตรอินทรีย์ทั้งประเทศ มีเพียง 11 รายเท่านั้น (กรมปศุสัตว์, 2557) ดังนั้นเพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงการรับรู้เกี่ยวกับเนื้อสุกรอินทรีย์ออกมา จึงใช้คำว่าอาหารอินทรีย์ซึ่งเป็นคำที่ผู้บริโภคได้ยินหรือคุ้นเคยมากกว่ามาเป็นตัวแทน

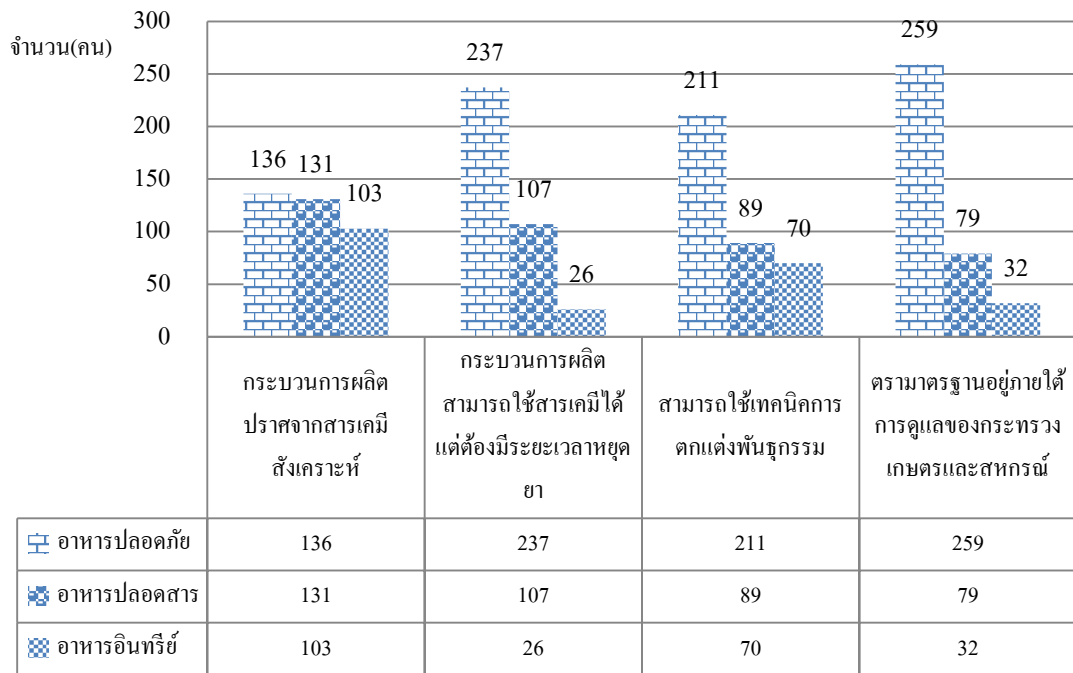
การสำรวจการรับรู้ของผู้บริโภคที่มีต่ออาหารอินทรีย์ พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ตอบว่าเคยได้ยินแต่ไม่รู้จักอาหารอินทรีย์ คิดเป็นร้อยละ 47.03 รองลงมาตอบว่า เคยได้ยินและรู้จักอาหารอินทรีย์ (ร้อยละ 43.24) และมีผู้บริโภคร้อยละ 9.73 ที่ไม่เคยได้ยินหรือรู้จักอาหารอินทรีย์เลย ซึ่งในการสำรวจผู้วิจัยได้สำรวจการรับรู้ของผู้บริโภคต่ออาหารปลอดภัยร่วมกับ ผลการสำรวจพบว่า เมื่อเทียบกับการรับรู้ของตัวอย่างที่มีต่ออาหารปลอดภัยกับอาหารอินทรีย์ พบว่า ตัวอย่างรู้จักอาหารปลอดภัยมากกว่า ดังภาพที่ 5.6 และ เมื่อทำการสำรวจถึงความเข้าใจของผู้บริโภคที่มีต่ออาหารเพื่อสุขภาพประเภทอื่นๆ ที่มีขายตามท้องตลาด โดยให้ตัวอย่างบอกความแตกต่างด้านกระบวนการผลิตระหว่างอาหารปลอดภัย อาหารปลอดสาร และอาหารอินทรีย์ โดยให้เลือกตอบว่ากระบวนการผลิตที่กล่าวตรงกับอาหารประเภทใด ดังต่อไปนี้ เมื่อสอบถามว่า “ท่านคิดว่ากระบวนการผลิตอาหารประเภทใดปราศจากสารเคมีสังเคราะห์” พบว่า ผู้บริโภคร้อยละ 36.8 คิดว่าเป็นกระบวนการผลิตอาหารปลอดภัย รองลงมา 35.4 เข้าใจว่าเป็นกระบวนการผลิตอาหารปลอดสาร มีเพียงร้อยละ 27.8 เข้าใจว่าอาหารอินทรีย์เป็นอาหารที่กระบวนการผลิตปราศจากสารเคมีสังเคราะห์ เมื่อถามต่อว่า “ท่านคิดว่าอาหารที่สามารถใช้สารเคมีได้ แต่ต้องมีระยะเวลาหยุดยาเพื่อไม่ให้สารเคมีตกค้างตรงกับการผลิตอาหารชนิดใด” ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคที่เข้าใจว่าเป็นกระบวนการผลิตอาหารปลอดภัยมีจำนวนสูงที่สุด (ร้อยละ 64.1) รองลงมา เข้าใจว่าเป็นกระบวนการผลิตอาหารปลอดสาร (ร้อยละ 28.9) และ เข้าใจว่าเป็นกระบวนการผลิตอาหารอินทรีย์ (ร้อยละ 7.0) ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่ายังมีผู้บริโภคร้อยละ 7.0 ที่ยังเข้าใจผิดว่าอาหารอินทรีย์สามารถใช้สารเคมีได้ ส่วนคำถามที่ว่า “ท่านคิดว่ากระบวนการผลิตอาหารชนิดใดสามารถใช้เทคนิคตกแต่งพันธุกรรมได้” พบว่า ร้อยละ 57.0 เข้าใจว่าอาหารปลอดภัยสามารถใช้เทคนิคตกแต่งพันธุกรรมได้ รองลงมาคืออาหารปลอดสาร (ร้อยละ 24.1) และ อาหารอินทรีย์ (ร้อยละ 18.9) ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคเกือบร้อยละ 20.0 ที่เข้าใจไม่ถูกต้องในเรื่องของการใช้เทคนิคตกแต่งพันธุกรรม และ เมื่อถามว่า “ท่านคิดว่าอาหารประเภทใดที่ตรามาตรฐานอยู่ภายใต้การดูแลของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์” พบว่า ผู้บริโภคร้อยละ 70 เข้าใจว่าเป็น

อาหารปลอดภัย รองลงมา ร้อยละ 21.4 เข้าใจว่าตามมาตรฐานอาหารปลอดภัยอยู่ภายใต้การดูแลของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ และ ร้อยละ 8.4 เข้าใจว่าตามมาตรฐานอาหารอินทรีย์อยู่ภายใต้การดูแลของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (ภาพที่ 5.7) ซึ่งเมื่อพิจารณาในส่วนของการอินทรีย์ เห็นได้ว่าผู้บริโภคบางส่วนยังมีความเข้าใจที่ไม่ถูกต้องในเรื่องของกระบวนการผลิตอาหารอินทรีย์ ซึ่งแตกต่างและมีข้อห้ามมากกว่าอาหารประเภทอื่นๆ นั่นคือ อาหารอินทรีย์ไม่สามารถใช้สารเคมีสังเคราะห์ ทั้งปุ๋ยเคมี และยาฆ่าแมลงในการผลิตได้ อีกทั้งยังห้ามใช้เทคนิคการตกแต่งพันธุกรรม และมาตรฐานเกษตรอินทรีย์จะต้องได้รับการรับรองจาก สำนักงานมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ (มกท.) และจากการสอบถามเพิ่มเติมถึงแหล่งที่มาของข้อมูลเกี่ยวกับอาหารอินทรีย์ชนิดต่างๆ นั้นพบว่า ตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลมาจากหนังสือ นิตยสาร หรือวารสารเพื่อสุขภาพ รองลงมาคือสื่อวิทยุ โทรทัศน์ และเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ ตามลำดับ (ภาพที่ 5.8) ซึ่งข้อมูลที่ได้รับเกี่ยวกับอาหารอินทรีย์เรียงตามความถี่ของการได้ยิน อันดับแรก คืออาหารอินทรีย์เป็นอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (ร้อยละ 42) รองลงมาคือ เรื่องการปนเปื้อนสารเคมีในอาหาร (ร้อยละ 41) และความตื่นตัวในเรื่องความเกี่ยวโยงระหว่างการรักษาสุขภาพกับการบริโภค (ร้อยละ 17) ตามลำดับ (ภาพที่ 5.9)



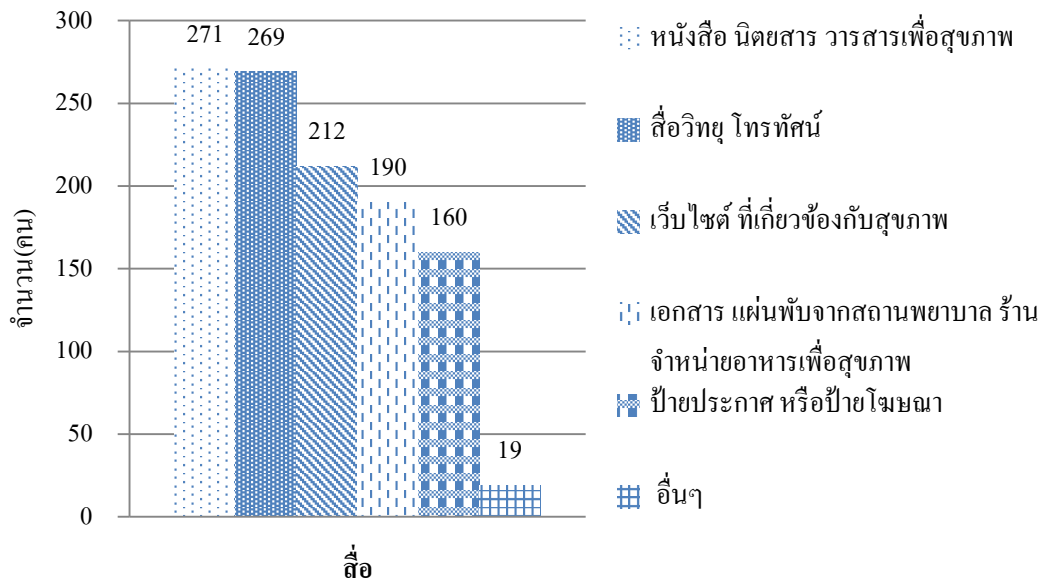
ที่มา: จากการสำรวจ

ภาพที่ 5.6 สัดส่วนการรับรู้อาหารปลอดภัยและอาหารอินทรีย์



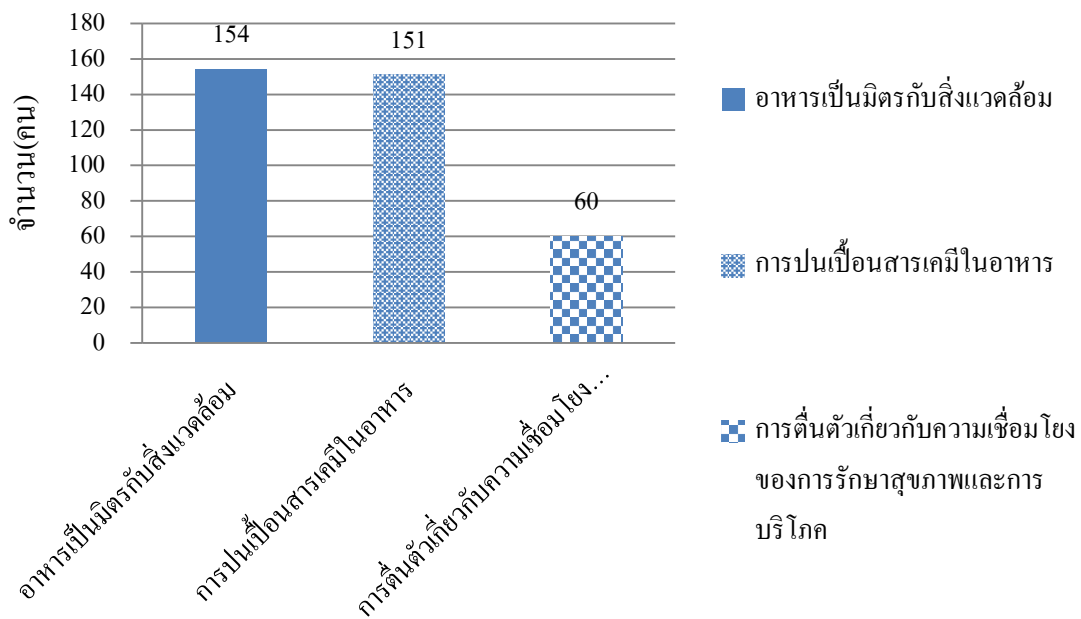
ที่มา: จากการสำรวจ

ภาพที่ 5.7 ความเข้าใจของผู้บริโภคที่มีต่ออาหารปลอดภัย อาหารปลอดภัย และอาหารอินทรีย์



ที่มา: จากการสำรวจ

ภาพที่ 5.8 แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับอาหารอินทรีย์ที่ผู้บริโภคได้รับ

















ที่มา: จากการสำรวจ

ภาพที่ 5.9 ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับอาหารอินทรีย์ที่ผู้บริโภคได้รับ

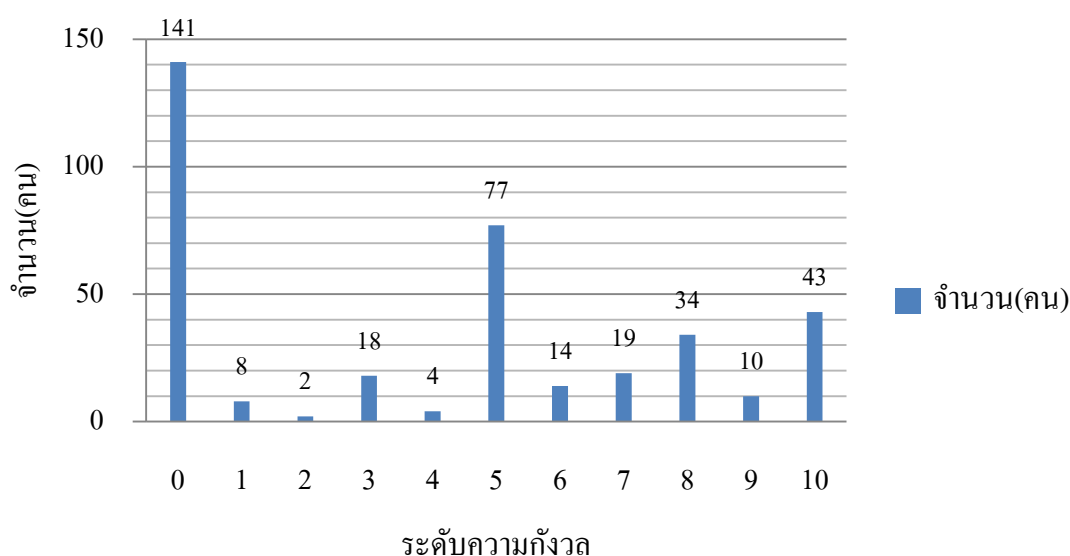
เมื่อพิจารณาการรับรู้ของผู้บริโภคที่มีต่อตรารับรองมาตรฐานเกษตรต่างๆ โดยมุ่งที่จะศึกษาว่าผู้บริโภคเคยเห็นตรารับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์บ้างหรือไม่ และทราบหรือไม่ว่าตรารับรองใดบ้างเป็นตรารับรองมาตรฐานอาหารอินทรีย์ ผลการศึกษาพบว่า ตัวอย่างเคยเห็นตรารับรองมาตรฐานอาหารปลอดภัย และอาหารปลอดภัย (หมายเลข 5,6,7) มากกว่าตรารับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ (หมายเลข 1, 2, 3, 4) ดังจะเห็นได้จากตารางที่ 5.4 ตัวอย่างเคยเห็นตรารับรองมาตรฐานอาหารอินทรีย์ หมายเลข 1, หมายเลข 2, หมายเลข 3, หมายเลข 4 เป็นร้อยละ 23.78, ร้อยละ 11.89, ร้อยละ 20.81 และ ร้อยละ 15.68 ตามลำดับ แต่ผู้บริโภคเคยเห็นตรารับรองมาตรฐานอาหารปลอดภัย และอาหารปลอดภัย หมายเลข 5, หมายเลข 6, หมายเลข 7 เป็นร้อยละ 71.08, ร้อยละ 91.08, ร้อยละ 80.00 ตามลำดับ และเมื่อสอบถามต่อว่า “ท่านคิดว่าตราสัญลักษณ์ใดบ้าง เป็นสัญลักษณ์สำหรับอาหารอินทรีย์” พบว่า ผู้บริโภคที่ตอบว่า สัญลักษณ์ที่ 5, 6, 7 เป็นตรารับรองมาตรฐานอาหารอินทรีย์มีสัดส่วน ร้อยละ 11.1, ร้อยละ 10 และ ร้อยละ 7 ตามลำดับ แสดงว่า นอกจากผู้บริโภคจะไม่คุ้นเคยกับสัญลักษณ์ตรารับรองมาตรฐานอาหารอินทรีย์แล้ว ผู้บริโภคก็ยังไม่ทราบว่าตราสัญลักษณ์ใดบ้างที่บ่งบอกว่าอาหารนั้นได้ผ่านการรับรองจากหน่วยงาน และได้รับมาตรฐานอาหารอินทรีย์แล้ว

ตารางที่ 5.4 การรับรู้ตรารับรองมาตรฐานอาหารปลอดภัย อาหารปลอดภัย และอาหารอินทรีย์

ตรารับรองมาตรฐานอาหารต่างๆ	เคยเห็น	ไม่เคยเห็น	รวม
1.  จำนวน(คน)	88	282	370
 (ร้อยละ)	(23.78)	(76.22)	(100.00)
2.  จำนวน(คน)	44	326	370
 (ร้อยละ)	(11.89)	(88.11)	(100.00)
3.  จำนวน(คน)	77	293	370
 (ร้อยละ)	(20.81)	(79.19)	(100.00)
4.  จำนวน(คน)	58	312	370
 (ร้อยละ)	(15.68)	(84.32)	(100.00)
5.  จำนวน(คน)	263	107	370
 (ร้อยละ)	(71.08)	(28.92)	(100.00)
6.  จำนวน(คน)	337	33	370
 (ร้อยละ)	(91.08)	(18.92)	(100.00)
7.  จำนวน(คน)	296	74	370
 (ร้อยละ)	(80.00)	(20.00)	(100.00)

ที่มา: จากการสำรวจ

เมื่อสำรวจความกังวลของผู้บริโภคเกี่ยวกับสารตกค้างในอาหารที่บริโภค โดยให้ผู้บริโภคให้คะแนนแทนระดับความกังวลต่อสารเคมีที่อาจจะตกค้างในอาหารได้ ให้ 10 แทนระดับความกังวลของผู้บริโภคที่สูงที่สุด และ 0 แทนระดับผู้ที่ไม่มีความกังวลเลย พบว่า ตัวอย่างที่ไม่มีความกังวลในเรื่องสารเคมีตกค้างในอาหารเลย คิดเป็นร้อยละ 38.1 ที่เหลือร้อยละ 61.89 มีความกังวลเกี่ยวกับสารตกค้างในอาหาร ซึ่งระดับความกังวลของผู้บริโภคส่วนใหญ่อยู่ในระดับ 5 (ร้อยละ 20.8) รองลงมา มีความกังวลอยู่ที่ระดับ 10 (ร้อยละ 11.6) และ ระดับ 8 (ร้อยละ 9.2) ตามลำดับ ดังแสดงในภาพที่ 5.10 เมื่อหาค่าเฉลี่ยระดับความกังวลของผู้บริโภค พบว่า ระดับความกังวลของผู้บริโภคมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.99



ที่มา: จากการสำรวจ

ภาพที่ 5.10 ความกังวลเกี่ยวกับสารตกค้างในอาหาร

5.5 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อสุกรอินทรีย์

การสัมภาษณ์ผู้บริโภคเพื่อทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อสุกรอินทรีย์ มีผลการศึกษาดังต่อไปนี้

ปัจจัยทางด้านสังคมและเศรษฐกิจ ซึ่งเน้นถามถึงเหตุผลใจที่จะทำให้ผู้บริโภค บริโภคเนื้อสุกรอินทรีย์ พบว่า ปัจจัยทางด้านสังคมและเศรษฐกิจ เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคเนื้อสุกรอินทรีย์ น้อยที่สุดเมื่อเทียบกับปัจจัยด้านอื่นๆ (ค่าคะแนนเฉลี่ยของการให้ความสำคัญเท่ากับ 3.38 จากคะแนนเต็ม 5) เมื่อพิจารณารายละเอียดปัจจัยทางด้านสังคมและเศรษฐกิจ พบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญใน

ระดับมาก เมื่อทราบว่าเนื้อสุกรอินทรีย์เป็นอาหารที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มผู้รักสุขภาพ (คะแนนเฉลี่ย 3.59) และ เมื่อแพทย์ พยาบาลหรือนักโภชนาการ แนะนำและชักชวนให้รับประทาน (คะแนนเฉลี่ย 3.54) และ ให้ความสำคัญรองลงมา เมื่อญาติและคนในครอบครัว หรือ เพื่อนแนะนำและชักชวนให้รับประทาน ส่วนที่ทำงานแนะนำและชักชวนให้รับประทานมีคะแนนเพียง 3.18ซึ่งน้อยที่สุด

ปัจจัยส่วนบุคคล ผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับปานกลาง (คะแนนเฉลี่ย 3.49) โดยผู้บริโภคเห็นด้วยในระดับมาก ว่าความต้องการที่จะรักษาสุขภาพของตนเอง (3.69) และ การที่เป็นคนชอบรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ (3.57) มีส่วนในการตัดสินใจเลือกซื้อเนื้อสุกรอินทรีย์ ส่วนการอยากมีส่วนช่วยในการแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อมผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับปานกลาง (3.48) เช่นเดียวกับ มีโรคประจำตัว หรือ มีปัญหาด้านสุขภาพ (3.23)

ปัจจัยด้านจิตวิทยา ผู้บริโภคให้ความสำคัญระดับมาก (คะแนนเฉลี่ย 3.70) โดยให้ความสำคัญกับความเชื่อที่ว่าอาหารอินทรีย์มีความปลอดภัยกว่าอาหารทั่วไป และ ไร้สารเคมีตกค้างมากที่สุด (คะแนนเฉลี่ย 3.78) รองลงมาความเชื่อและทัศนคติว่า การบริโภคอาหารอินทรีย์ จะดีต่อสุขภาพ และเป็นประโยชน์ต่อร่างกาย ช่วยป้องกันโรคต่างๆ ได้ (คะแนนเฉลี่ย 3.72) และ ความเชื่อว่าอาหารอินทรีย์มีคุณค่าทางโภชนาการมากกว่าอาหารทั่วไป (คะแนนเฉลี่ย 3.59) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารอินทรีย์ในระดับมากเช่นเดียวกับปัจจัยด้านจิตวิทยา โดยผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการแสดงราคาสินค้าที่ชัดเจนบรรจุภัณฑ์สูงที่สุด (คะแนนเฉลี่ย 3.82) รองลงมาคือ ตรามาตรฐานสินค้าอินทรีย์ (คะแนนเฉลี่ย 3.81) บรรจุภัณฑ์ที่เรียบร้อยสวยงาม (คะแนนเฉลี่ย 3.59) และตราสินค้าของสุกรอินทรีย์ (คะแนนเฉลี่ย 3.55) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านสถานที่จำหน่ายมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารอินทรีย์ในระดับมาก โดยผู้บริโภคให้ความสำคัญในเรื่องของการจัดวางสินค้า สินค้าเนื้อสุกรอินทรีย์จะต้องวางขายแยกจากเนื้อสุกรธรรมดาอย่างชัดเจน (คะแนนเฉลี่ย 3.7) ส่วนในเรื่องสถานที่วางจำหน่ายผู้บริโภคให้ความสำคัญระดับปานกลาง (คะแนนเฉลี่ย 3.34)

ตารางที่ 5.5 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคเนื้อสุกรอินทรีย์

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการ บริโภคเนื้อสุกรอินทรีย์	ระดับการให้ความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย	สรุป
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด		
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)		
1. ปัจจัยด้านสังคมและ เศรษฐกิจ						3.38	ปาน กลาง
1.1 เพื่อนแนะนำและ ชักชวนให้รับประทาน	33 (8.92)	120 (32.43)	128 (34.59)	69 (18.65)	20 (5.41)	3.21	ปาน กลาง
1.2 ที่ทำงานแนะนำและ ชักชวนให้รับประทาน	24 (6.49)	131 (35.40)	130 (35.13)	59 (15.95)	26 (7.03)	3.18	ปาน กลาง
1.3 แพทย์ พยาบาลหรือนัก โภชนาการ แนะนำและ ชักชวนให้รับประทาน	56 (15.14)	150 (40.54)	116 (31.35)	34 (9.19)	14 (3.78)	3.54	มาก
1.4ญาติและคนใน ครอบครัวแนะนำและ ชักชวนให้รับประทาน	32 (8.65)	134 (36.22)	147 (39.73)	50 (13.51)	7 (1.89)	3.36	ปาน กลาง
1.5 เป็นอาหารที่เหมาะสม สำหรับกลุ่มผู้รักสุขภาพ	63 (17.03)	146 (39.46)	116 (31.35)	38 (10.27)	7 (1.89)	3.59	มาก
2. ปัจจัยด้านส่วนบุคคล						3.49	ปาน กลาง
2.1 เป็นคนที่ชอบรับประทาน อาหารเพื่อสุขภาพ	43 (11.62)	159 (42.97)	140 (37.84)	22 (5.95)	6 (1.62)	3.57	มาก
2.2 เพื่อต้องการรักษา สุขภาพของตนเอง	53 (14.32)	178 (48.12)	114 (30.80)	21 (5.68)	4 (1.08)	3.69	มาก

ตารางที่ 5.5 (ต่อ)

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการ บริโภคเนื้อสุกรอินทรีย์	ระดับการให้ความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย	สรุป
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปาน กลาง (3)	น้อย (2)	น้อย ที่สุด (1)		
2.3 มีโรคประจำตัว หรือ มี ปัญหาด้านสุขภาพ	31 (8.38)	128 (34.59)	133 (35.95)	51 (13.78)	27 (7.30)	3.23	ปาน กลาง
2.4 อยากมีส่วนช่วยในการ แก้ปัญหาสิ่งแวดล้อม	46 (12.43)	145 (39.20)	127 (34.32)	43 (11.62)	9 (2.43)	3.48	ปาน กลาง
3. ปัจจัยด้านจิตวิทยา						3.70	มาก
3.1 มีความเชื่อและทัศนคติ ว่า การบริโภคอาหาร อินทรีย์ จะดีต่อสุขภาพ และเป็นประ โยชน์ต่อ ร่างกาย ช่วยป้องกันโรค ต่างๆ ได้	61 (16.48)	177 (47.83)	100 (27.03)	31 (8.39)	1 (0.27)	3.72	มาก
3.2 มีความเชื่อว่าอาหาร อินทรีย์มีคุณค่าทาง โภชนาการมากกว่า อาหารทั่วไป	45 (12.17)	169 (45.67)	122 (32.97)	29 (7.84)	5 (1.35)	3.59	มาก
3.3 มีความเชื่อว่าอาหาร อินทรีย์มีความปลอดภัย กว่าอาหารทั่วไป และ ไร้สารเคมีตกค้าง	72 (19.46)	172 (46.48)	99 (26.76)	26 (7.03)	1 (0.27)	3.78	มาก

ตารางที่ 5.5(ต่อ)

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการ บริโภคเนื้อสุกรอินทรีย์	ระดับการให้ความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย	สรุป
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปาน กลาง (3)	น้อย (2)	น้อย ที่สุด (1)		
4. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์						3.69	มาก
4.1 สินค้าเนื้อสุกร อินทรีย์ต้องได้รับการ รับรองมาตรฐาน สินค้าเกษตรอินทรีย์ จากหน่วยงานที่เชื่อถือ ได้	86 (23.24)	159 (42.97)	94 (25.41)	29 (7.84)	2 (0.54)	3.81	มาก
4.2 บรรจุภัณฑ์ต้อง เรียบร้อยสวยงาม และ ทันสมัย เช่นบรรจุใน ถาดโฟม แล้วหุ้มด้วย พลาสติก เป็นต้น	49 (13.24)	167 (45.14)	110 (29.73)	41 (11.08)	3 (0.81)	3.59	มาก
4.3 สินค้าสุกรอินทรีย์ ต้องมีตราสินค้าที่มี ชื่อเสียง	52 (14.05)	152 (41.08)	120 (32.43)	39 (10.54)	7 (1.89)	3.55	มาก
4.4. มีการแสดงราคา ของสินค้าชัดเจน	93 (25.10)	157 (42.43)	85 (22.97)	32 (8.65)	3 (0.85)	3.82	มาก
5. ปัจจัยด้านสถานที่ จำหน่าย						3.52	มาก
5.1 ต้องขายใน ซูเปอร์มาเกต หรือไฮเปอร์มา เกตเท่านั้น	31 (8.38)	137 (37.03)	138 (37.30)	55 (14.86)	9 (2.43)	3.34	ปาน กลาง

ตารางที่ 5.5.(ต่อ)

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ การบริโภคเนื้อสุกร อินทรีย์	ระดับการให้ความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย	สรุป
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด		
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)		
5.2 เนื้อสุกรอินทรีย์	76	149	108	31	6	3.70	มาก
ต้องวางขายแยก จากเนื้อสุกร ธรรมดา	(20.54)	(40.27)	(29.19)	(8.38)	(1.62)		

หมายเหตุ: ค่าใน () แสดงค่าร้อยละ

เกณฑ์การให้คะแนน: 1.00-1.49 ผู้บริโภคให้ความสำคัญน้อยที่สุด 1.50-2.49 ผู้บริโภคให้ความสำคัญน้อย 2.50-3.49 ผู้บริโภคให้ความสำคัญปานกลาง 3.50-4.49 ผู้บริโภคให้ความสำคัญมาก และ 4.50-5.00 ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุด

ที่มา: จากการสำรวจ

5.6 สรุป

ผลการศึกษาพฤติกรรม และ ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดความเต็มใจจ่ายสำหรับเนื้อสุกรอินทรีย์ของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ โดยการเก็บแบบสอบถามผู้บริโภค จำนวน 370 ราย ผลการศึกษารูปได้ดังนี้

1. รูปแบบและพฤติกรรมการซื้อเนื้อสุกร

ผู้บริโภคโดยส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการซื้อเนื้อสุกรเพื่อบริโภคในครัวเรือน ความถี่ในการซื้อเนื้อสุกรของผู้บริโภคโดยส่วนใหญ่ คือ 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์ โดยมักจะซื้อครั้งละ 1 กิโลกรัมต่อเนื้อสุกรที่ผู้บริโภคนิยมซื้อได้แก่เนื้อสันนอก เนื้อสามชั้น เนื้อสันใน ตามลำดับ สถานที่ในการเลือกซื้อได้แก่ ตลาดสด รองลงมาคือ ไฮเปอร์มาเกต และซูเปอร์มาเกต ตามลำดับ

2. พฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ รวมถึงอาหารอินทรีย์

พฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภค โดยส่วนใหญ่ จะบริโภคอาหารปลอดภัย รองลงมาคือ อาหารมังสวิรัต/เจ โดยที่ผู้บริโภคจะเลือกบริโภคเป็นบางครั้งคราว ไม่ได้บริโภคเป็นประจำ สถานที่ในการเลือกซื้อสินค้าอาหารปลอดภัย โดยมากผู้บริโภคจะเลือกซื้อจากไฮเปอร์มาเกต หรือซูเปอร์มาเกต

3. การรับรู้เกี่ยวกับเนื้อสุกรอินทรีย์

การสำรวจการรับรู้ของผู้บริโภคที่มีต่ออาหารอินทรีย์ พบว่า ผู้บริโภคมีการรับรู้เกี่ยวกับอาหารอินทรีย์ในระดับต่ำทั้งในเรื่องระบบการผลิต และการรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ จากการสอบถามผู้บริโภคถึงความแตกต่างในส่วนของกระบวนการผลิตอาหารอินทรีย์อาหารปลอดภัย และอาหารปลอดภัย พบว่า ผู้บริโภคบางส่วนมีความสับสนในเรื่องของระบบการผลิตของอาหารทั้ง 3 ประเภท โดยผู้บริโภคจะรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับอาหารอินทรีย์จากหนังสือ นิตยสาร วารสารเพื่อสุขภาพมากที่สุด รองลงมา จากสื่อวิทยุ โทรทัศน์ โดยเรื่องที่รับรู้มากที่สุดคือ อาหารอินทรีย์เป็นอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

ในส่วนของการรับรู้ตรารับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ พบว่า ผู้บริโภคไม่คุ้นเคยกับสัญลักษณ์ตรารับรองมาตรฐานอาหารอินทรีย์อีกทั้งผู้บริโภคก็ยังไม่ทราบด้วยว่าตราสัญลักษณ์ใดบ้างที่บ่งบอกว่าอาหารนั้นได้ผ่านการรับรองจากหน่วยงาน และได้รับมาตรฐานอาหารอินทรีย์แล้ว

4. ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้ออาหารสุกรอินทรีย์

ปัจจัยทางด้านจิตวิทยามีผลต่อการซื้ออาหารอินทรีย์ของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยของการให้ความสำคัญเท่ากับ 3.70 ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก แต่อย่างไรก็ตามปัจจัยย่อยที่ส่งผลต่อการบริโภคมากที่สุดกลับเป็นการแสดงราคาของสินค้าอย่างชัดเจนซึ่งจัดอยู่ในกลุ่มปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยของการให้ความสำคัญเท่ากับ 3.82 ซึ่งจัดอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน ส่วนปัจจัยทางด้านสังคมและเศรษฐกิจมีผลต่อการบริโภคอาหารอินทรีย์น้อยที่สุด โดยมีค่าคะแนน

เฉลี่ยของการให้ความสำคัญเท่ากับ 3.38 ซึ่งจัดอยู่ในระดับปานกลางโดยมีปัจจัยย่อยที่ได้ค่าคะแนน
เฉลี่ยน้อยที่สุดเท่ากับ 3.18 คือ ที่ทำงานแนะนำและชักชวนให้รับประทาน



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved