

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อเนื้อสุกรจากร้านที่มีตราสัญลักษณ์ปศุสัตว์ OK ของผู้บริโภค ในกรุงเทพมหานคร

กฤตยาพร คชหาญ¹, ชญาดา ภัทราคม², สุวรรณฯ สายรวมญาติ³, บวร ตันรัตนพงศ์⁴

บทคัดย่อ

ปัจจุบันการบริโภคเนื้อสุกรอาจได้รับความเสี่ยงมีสาเหตุจากโรคระบาด การปนเปื้อนของเชื้อโรค หรือการใช้สารเคมีในกระบวนการเลี้ยง ส่งผลให้ผู้บริโภคคำนึงถึงคุณภาพและความปลอดภัยมากขึ้น ทั้งนี้กรมปศุสัตว์ได้จัดตั้งโครงการตราสัญลักษณ์ปศุสัตว์ OK ขึ้น เพื่อรับรองสถานที่จำหน่ายเนื้อสัตว์ให้เป็นไปตามมาตรฐานและความปลอดภัย การศึกษาครั้งนี้จึงมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อศึกษาการรับรู้ตราสัญลักษณ์ปศุสัตว์ OK ของผู้บริโภค รวมถึงวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อสุกรจากร้านที่มีตราสัญลักษณ์ปศุสัตว์ OK จากการศึกษากลุ่มตัวอย่าง จำนวน 279 คน ในพื้นที่ตลาดสดกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคเคยเห็นและรู้จักตราสัญลักษณ์ปศุสัตว์ OK คิดเป็นร้อยละ 15.10 ภายหลังจากการได้รับข้อมูลเกี่ยวกับตราสัญลักษณ์ปศุสัตว์ OK พบว่า ผู้บริโภคจะเปลี่ยนมาซื้อเนื้อสุกรจากร้านที่มีตราสัญลักษณ์ปศุสัตว์ OK อย่างแน่นอนร้อยละ 73.10 ทั้งนี้ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อเนื้อสุกรจากร้านที่มีตราสัญลักษณ์ปศุสัตว์ OK ได้แก่ ปัจจัยด้านพฤติกรรมในการสังเกตเห็นตราสัญลักษณ์ปศุสัตว์ OK ปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยงด้านการลักลอบนำเข้าเนื้อสุกรเถื่อน ความรู้ความเข้าใจด้านความเสี่ยง และปัจจัยด้านทัศนคติที่มีต่อตราสัญลักษณ์ปศุสัตว์ OK ดังนั้น เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงร้านจำหน่ายเนื้อสุกรที่มีตราสัญลักษณ์ปศุสัตว์ OK ได้อย่างทั่วถึง กรมปศุสัตว์ควรให้การสนับสนุนและประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภครู้จัก รวมถึงสร้างแรงจูงใจให้แก่ผู้ประกอบการเลี้ยงและจำหน่ายเนื้อสุกรได้ตระหนักถึงความสำคัญด้านอาหารปลอดภัยมากขึ้น

คำสำคัญ: เนื้อสุกร; ตราสัญลักษณ์ปศุสัตว์ OK; ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อ

ชื่อผู้ติดต่อบทความ: ชญาดา ภัทราคม

E-mail: chayada.b@ku.th

(Received: March 12, 2024; Revised: October 28, 2024; Accepted: November 14, 2024)

¹ นักศึกษาหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ E-mail: krittayaphon.k@ku.th

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ E-mail: chayada.b@ku.th

³ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ E-mail: suwanna.s@ku.th

⁴ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ E-mail: borworn.t@ku.th

Factors Affecting on Pork Purchasing from shop with “LIVESTOCK OK” Certificate in Bangkok

Krittayaphon Khotchahan¹, Chayada Bhadrakom², Suwanna Sayruamyat³, Borworn Tanrattanaphong⁴

Abstract

Currently, the consumption of pork may pose risks due to disease outbreaks, contamination, or the use of chemicals in the rearing process. This problem has led consumers to pay more attention to the quality and safety of pork products. To address these issues, the Department of Livestock Development has established the "Livestock OK" Certificate Program to certify outlets selling animal products that meet safety and quality standards. This study aims to investigate consumer awareness of the "Livestock OK" Certificate and analyze factors influencing consumers' decisions to purchase fresh pork from outlets displaying the certificate. Based on a sample of 279 individuals in fresh markets in Bangkok, the study finds that 15.10% of respondents are aware of the "Livestock OK" Certificate. After receiving information about the "Livestock OK" certificate, 73.10% of respondents indicated they would definitely purchase fresh pork from vendors with the certification. The factors influencing this decision include behavioral observations of the "Livestock OK" Certificate, awareness of the risk of illicit pork imports, knowledge and understanding of risks, and attitudes towards the certificate. Therefore, to enable consumers to access pork vendors with the "Livestock OK" Certificate more widely, the Department of Livestock Development should provide support and promote consumer awareness. In addition, the Department of Livestock Development should encourage pork farmers and vendors to recognize the importance of food safety.

Keywords: Pork; Livestock OK Certificate; Factors Affecting on Purchasing

Corresponding Author: Chayada Bhadrakom

E-mail: chayada.b@ku.th

¹ Student in Master of Science, Faculty of Economics, Kasetsart University E-mail: krittayaphon.k@ku.th

² Assistant Professor Dr. In Faculty of Economics, Kasetsart University E-mail: chayada.b@ku.th

³ Assistant Professor Dr. In Faculty of Economics, Kasetsart University E-mail: suwanna.s@ku.th

⁴ Assistant Professor Dr. In Faculty of Economics, Kasetsart University E-mail: borworn.t@ku.th

1. บทนำ

ปัจจุบันความปลอดภัยด้านอาหารเป็นประเด็นที่ผู้บริโภคได้ตระหนักและให้ความสำคัญเป็นลำดับต้น เนื่องจากสถานการณ์โรคระบาดที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องส่งผลให้ผู้บริโภคเกิดการตื่นตัวด้านคุณภาพและคำนึงถึงความปลอดภัยในการเลือกซื้อวัตถุดิบ เพื่อใช้ประกอบอาหารบริโภคภายในครัวเรือนเพิ่มขึ้น โดยภาครัฐได้มีการผลักดันและจัดตั้งนโยบายส่งเสริมความปลอดภัยด้านอาหารขึ้นเพื่อเป็นการกระตุ้นและสนับสนุนให้ผู้ผลิตคำนึงถึงความปลอดภัยของผู้บริโภคเป็นหลัก (Haepreuk, 2013)

โดยหนึ่งในสินค้าหลักที่ผู้บริโภคเลือกใช้ในการประกอบอาหาร คือ เนื้อสุกร อย่างไรก็ตามแนวโน้มในปี 2565 คาดว่าการบริโภคสุกรลดลงร้อยละ 0.89 (The Swine Raisers Association of Thailand, 2021) เนื่องจากการระบาดของโรคอหิวาต์แอฟริกาในสุกร (African swine fever: ASF) ถึงแม้จะไม่ใช่โรคติดต่อระหว่างคนกับสัตว์ แต่สามารถส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมการเลี้ยงสุกร (Bureau of Disease Control and Veterinary Services, 2019) การติดเชื้อสเตรปโตคอคคัส ซูอิส (Streptococcus Suis) หรือโรคไขหูดับ เกิดจากเชื้อแบคทีเรียสามารถติดต่อจากสัตว์สู่คนได้ผ่านการบริโภคเนื้อสุกรที่ไม่ผ่านการปรุงสุกส่งผลให้เกิดการติดเชื้อในกระแสเลือด และสูญเสียการได้ยิน (National Institute of Health of Thailand, 2019) การลักลอบนำเข้าเนื้อสุกรเถื่อน อาจส่งผลให้เกษตรกรเสี่ยงที่จะล้มละลายจากการที่ไม่สามารถแข่งขันด้านราคากับเนื้อสุกรที่ลักลอบนำเข้าที่มีต้นทุนต่ำกว่า นอกจากนี้ยังมีการใช้ยาปฏิชีวนะ รวมถึงสารเร่งเนื้อแดงในกระบวนการเลี้ยงและการปนเปื้อนของเชื้อแบคทีเรียขณะขนส่ง เป็นต้น ซึ่งอาจก่อให้เกิดอันตรายต่อร่างกายได้

จากปัญหาข้างต้นกรมปศุสัตว์ได้ดำเนินการภายใต้โครงการตราสัญลักษณ์ปศุสัตว์ OK ที่รับรองร้านจำหน่ายเนื้อสัตว์ ประกอบด้วย เนื้อสัตว์ผลิตจากฟาร์มที่ได้มาตรฐาน (GAP) มาจากโรงฆ่าที่ได้รับอนุญาตถูกต้องตามกฎหมาย สถานที่จำหน่ายสะอาดถูกสุขลักษณะและสามารถตรวจสอบย้อนกลับที่มาของกระบวนการผลิตได้ ทำให้ทราบถึงแหล่งที่มาอย่างชัดเจน (Bureau of Livestock Standards and Certification, 2017) โดยราคาของผลิตภัณฑ์ประเภทเนื้อสัตว์ และไขสดที่จำหน่ายภายในร้านที่อยู่ภายใต้การรับรองตราสัญลักษณ์ปศุสัตว์ OK นั้น ไม่ได้แตกต่างจากร้านจำหน่ายทั่วไป เพื่อเป็นการเพิ่มทางเลือกและสร้างความมั่นใจในความปลอดภัย รวมถึงความเหมาะสมในการบริโภคให้แก่ผู้บริโภค

ตราสัญลักษณ์ปศุสัตว์ OK เป็นมาตรฐานที่ได้รับการรับรองจากหน่วยงานของภาครัฐ อย่างไรก็ตาม ผู้บริโภคที่เคยเห็นและรู้จักตราสัญลักษณ์ปศุสัตว์ OK ยังมีจำนวนไม่มากนัก และผู้ประกอบการร้านจำหน่ายเนื้อสุกรที่ได้รับการรับรองตราสัญลักษณ์ดังกล่าวมีเพียงบางส่วนเท่านั้น ส่งผลให้ผู้บริโภคเข้าถึงร้านจำหน่ายเนื้อสุกรที่มีตราสัญลักษณ์ปศุสัตว์ OK ได้ยาก (Asawaruangpipop, 2021) ขณะที่ผลการวิจัยที่ผ่านมาพบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคในการเลือกซื้อชิ้นส่วนสุกรได้ให้ความสำคัญทางด้านความปลอดภัย และรสชาติอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านคุณภาพอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก (Asawaruangpipop, 2021) รวมถึงกระบวนการผลิต ความสดของเนื้อสุกร และสถานที่จำหน่ายที่เข้าถึงได้ง่ายถูกหลักสุขอนามัยและสะอาด (Sangkumchaliang et al., 2020) โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ผู้บริโภคมีความพยายามที่จะซื้ออาหารสดที่มีฉลากหรือมาตรฐานความปลอดภัย (Sriwaranun, 2013) เพื่อให้ได้บริโภค

อาหารที่มีคุณภาพ ได้มาตรฐาน และมีการควบคุมตรวจสอบตั้งแต่ต้นจนถึงมือของผู้บริโภค (Phoemchalard et al., 2021)

ถึงแม้ว่าผู้บริโภคเนื้อสุกรจะมีแนวโน้มคำนึงถึงคุณภาพและความปลอดภัยของสินค้าเพิ่มมากขึ้น ตลอดจนภาครัฐมีการส่งเสริมและผลักดันนโยบายความปลอดภัยด้านอาหารจากภาครัฐให้แก่ผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง แต่ในบริบทวิจัยที่ผ่านมา นั้น ยังคงขาดงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ตราสัญลักษณ์ที่รับรองด้านอาหารปลอดภัย และความเสี่ยงที่เกิดจากการบริโภคเนื้อสุกรสด เพื่อเป็นการส่งเสริมให้ผู้บริโภคและผู้ประกอบการตระหนักถึงคุณภาพและความปลอดภัยและเพื่อเป็นหลักฐานเชิงประจักษ์ในการสนับสนุนการออกแบนโยบายที่เกี่ยวข้องในอนาคต

ดังนั้น การศึกษาในครั้งนี้จึงมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อศึกษาการรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคในการซื้อเนื้อสุกรสด การรับรู้เกี่ยวกับตราสัญลักษณ์ปศุสัตว์ OK และศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการซื้อเนื้อสุกรสดจากร้านที่มีตราสัญลักษณ์ปศุสัตว์ OK ว่าผู้บริโภคได้ให้ความสำคัญมากน้อยเพียงใด เพื่อเป็นการส่งเสริมให้ภาครัฐเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้อย่างแท้จริง และเป็นแนวทางสนับสนุนให้ผู้ประกอบการหันมาเข้าร่วมการรับรองตราสัญลักษณ์ปศุสัตว์ OK รวมถึงประกอบธุรกิจจำหน่ายเนื้อสุกรสดได้อย่างแพร่หลาย โดยคำนึงถึงคุณภาพและความปลอดภัย เพื่อตอบสนองตามความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น

2. วัตถุประสงค์

- 2.1 เพื่อศึกษาการรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคในการซื้อเนื้อสุกรสด การรับรู้เกี่ยวกับตราสัญลักษณ์ปศุสัตว์ OK
- 2.2 เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการซื้อเนื้อสุกรสดจากร้านที่มีตราสัญลักษณ์ปศุสัตว์ OK ของผู้บริโภค

3. การทบทวนวรรณกรรม และกรอบแนวคิด

3.1 การทบทวนวรรณกรรม

การศึกษานี้ได้รวบรวมงานวิจัยที่เกี่ยวข้องไว้เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวางแผนดำเนินงานและพัฒนาแนวคิดให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ข้างต้น โดยการรับรู้ความเสี่ยงเป็นความสามารถในการประเมินค่าความเสี่ยงที่ผู้บริโภคต้องเผชิญจากการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการนั้นๆ (Kotler & Armstrong, 2001) ทั้งนี้ความเสี่ยงจึงถือเป็นตัวกำหนดและสิ่งจำเป็นต่อการพิจารณาในการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการ (Brehmer, 1994) จากการศึกษางานวิจัยที่ผ่านมาพบว่า การรับรู้ข้อมูลเชิงลบซึ่งเกี่ยวข้องกับความเสี่ยงของโรคระบาดต่างๆ ที่เกิดขึ้นในสุกรจะส่งผลให้การรับรู้ของผู้บริโภคด้านคุณค่าทางอาหาร สุขภาพ และความปลอดภัยเป็นลบ รวมถึงความตั้งใจในการบริโภคเนื้อสุกรลดลงร้อยละ 30 (Verbeke & Liu, 2014) ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างของผู้บริโภคเนื้อสุกรในประเทศเวียดนามที่กังวลในเรื่องของความปลอดภัยและรับรู้ถึงความเสี่ยงในการบริโภคเนื้อสุกรที่มีการปนเปื้อนของเชื้อ ASF ได้ให้ความเห็นว่า ถ้าหากสามารถตรวจสอบที่มาของเนื้อสุกรได้ จะช่วยเพิ่มความเชื่อมั่นมากขึ้นสำหรับการบริโภค (Dang & Tran, 2020) นอกจากนี้ การติดตามกบนผลิตภัณฑ์เนื้อสุกร เพื่อรับรองมาตรฐานความปลอดภัย รวมถึงการคำนึงถึงสวัสดิภาพของสัตว์เป็นอีกหนึ่งทางเลือกในการเพิ่มมูลค่าและความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภค (Lai et al., 2018)

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อเนื้อสุกรจากร้านที่มีตราสัญลักษณ์ฯ

ด้านการเลือกซื้อเนื้อสุกรให้ปลอดภัยถูกต้องตามหลักอนามัยและคำแนะนำของกรมปศุสัตว์นั้น ผู้บริโภคควรเลือกซื้อจากแหล่งจำหน่ายที่ผ่านการรับรองมาตรฐาน มีตราสัญลักษณ์และมาตรฐานรับรองจากหน่วยงานของภาครัฐ ทั้งนี้ตราสัญลักษณ์ OK ได้ถูกจัดตั้งโดยการดูแลและควบคุมจากกรมปศุสัตว์ที่ต้องการบูรณาการงานด้านอาหารปลอดภัยเป็นตราสัญลักษณ์ประจำสถานที่จำหน่ายเนื้อสัตว์ที่ได้รับการรับรองจากกรมปศุสัตว์ ซึ่งประกอบด้วยหลักเกณฑ์ 4 ข้อ ได้แก่ (1) เนื้อสัตว์ผลิตจากฟาร์มที่ได้มาตรฐาน (GAP) (2) มาจากโรงฆ่าหรือโรงชำแหละที่ได้รับอนุญาตถูกต้องตามกฎหมาย (3) สถานที่จำหน่ายสะอาดถูกสุขลักษณะ และ (4) สามารถตรวจสอบย้อนกลับที่มาของกระบวนการผลิตได้ ทำให้ทราบถึงแหล่งที่มาอย่างชัดเจน (Kanjanaputit, 2021)

นอกจากนี้งานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ผ่านมาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อสุกรสดของผู้บริโภคสามารถแบ่งออก 4 ด้านที่สำคัญ ได้แก่ ด้านบุคคล ด้านการรับรองมาตรฐานความปลอดภัย ด้านทัศนคติ และด้านการรับรู้ โดยปัจจัยส่วนบุคคล เช่น อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อหมู ตลอดจนเนื้อสัตว์อื่นๆ ที่แตกต่างกัน (Akaraputit, 2021; Haepreuek, 2013; Hengphrathani, 2019; Premashtira & Photchanaprasert, 2020; Sriwaranun, 2013) ยิ่งไปกว่านั้นงานวิจัยผ่านมายังชี้ให้เห็นว่า กลุ่มผู้บริโภคมีแนวโน้มในการให้ความใส่ใจและตระหนักเกี่ยวกับการรับรองมาตรฐานความปลอดภัยเพิ่มมากขึ้น (Dang & Tran, 2020; Lai et al., 2018; Verbeke & Liu, 2014; Wang & Yueh, 2020) ตลอดจนการมีทัศนคติที่ดีเกี่ยวกับการเลือกซื้อเนื้อสัตว์จะทำให้ผู้บริโภคมีโอกาสที่จะตัดสินใจซื้อเนื้อสัตว์เพื่อการบริโภคเพิ่มมากขึ้น (Haepreuek, 2013; Hengphrathani, 2019; Pennings et al., 2002; Wang & Yueh, 2020) นอกจากนี้ งานวิจัยที่ผ่านมายังชี้ให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของการรับรู้ความเสี่ยงจากการซื้อเนื้อสัตว์สดกับการตัดสินใจซื้อ โดยพบว่าถ้าหากกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคมีการรับรู้ความเสี่ยงทางด้านต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการซื้อเนื้อสัตว์ที่ดีขึ้น จะมีโอกาสทำให้ผู้บริโภคมีการตัดสินใจซื้อเนื้อสัตว์เพื่อการบริโภคที่เพิ่มขึ้นได้ (Akaraputit, 2021; Haepreuek, 2013; Pennings et al., 2002)

จากการทบทวนวรรณกรรมที่ผ่านมาข้างต้น ผู้วิจัยได้มีการศึกษาเฉพาะเจาะจงในส่วนของการรับรู้ความเสี่ยงต่างๆ ที่เกิดขึ้นจากการซื้อเนื้อสุกรสด ได้แก่ ความเสี่ยงที่เกิดจากการปนเปื้อนเชื้อ ASF เชื้อโรคไข้หวัด เชื้อแบคทีเรียขณะขนส่ง การใช้ยาปฏิชีวนะ สารเร่งเนื้อแดงในการเลี้ยง และการลักลอบนำเข้าเนื้อสุกรเถื่อน รวมถึงการรับรู้ตราสัญลักษณ์ปศุสัตว์ OK ประกอบด้วย ความเสี่ยงในการรับประทานเนื้อสุกรสดจากร้านที่มีตราสัญลักษณ์ปศุสัตว์ OK ความน่าเชื่อถือของร้านจำหน่ายเนื้อสุกรสดที่มีตราสัญลักษณ์ปศุสัตว์ OK และความกังวลหากต้องเลือกซื้อเนื้อสุกรสดจากร้านที่ไม่มีตราสัญลักษณ์ปศุสัตว์ OK ซึ่งส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อสุกรของผู้บริโภค ทั้งนี้ตราสัญลักษณ์ดังกล่าวได้ครอบคลุมทั้งในของสถานที่จำหน่าย โรงชำแหละที่ถูกต้องตามกฎหมาย มาตรฐานเนื้อสัตว์ รวมถึงสามารถตรวจสอบถึงที่มาของกระบวนการผลิตได้

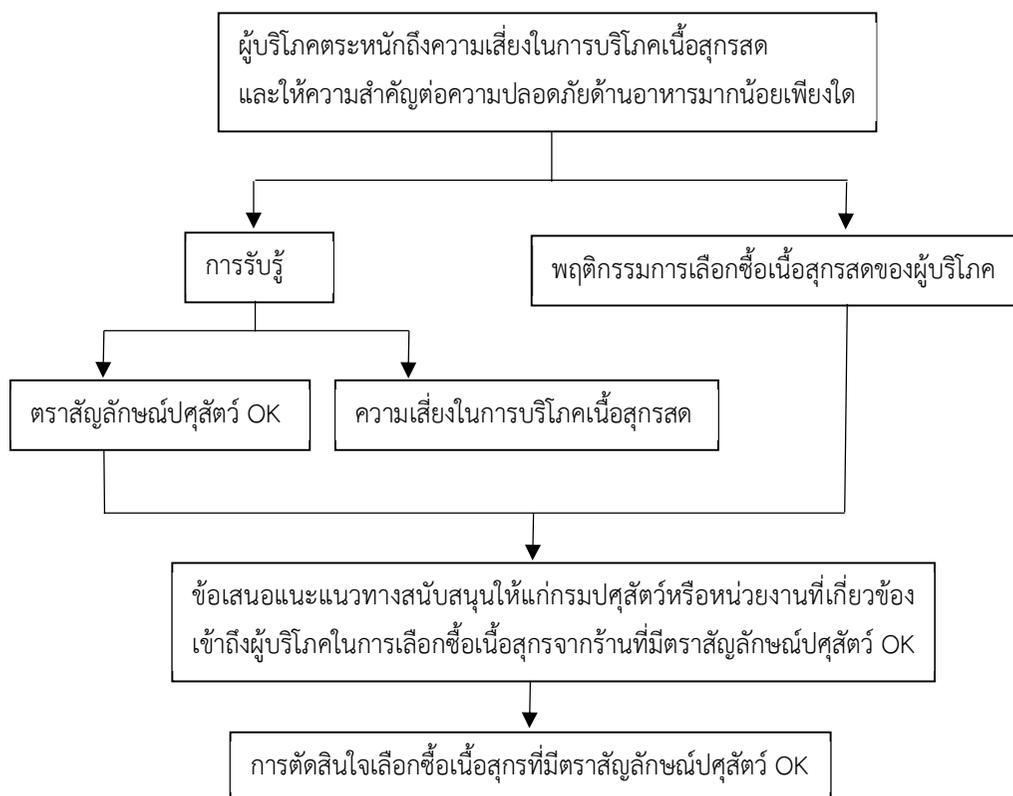
ตารางที่ 1 การสังเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อสุกรสดของผู้บริโภค

รายละเอียด	ด้านบุคคล	ด้านการรับรองมาตรฐาน ความปลอดภัย	ด้านทัศนคติ	ด้านการรับรู้
Akarapisit (2021)	✓			✓
Dang and Tran (2020)		✓		✓
Premashthira and Photchanaprasert (2020)	✓	✓	✓	
Wang and Yueh (2020)		✓	✓	✓
Hengphrathani (2019)	✓			
Lai et al. (2018)		✓		
Verbeke and Liu (2014)		✓		✓
Haepreak (2013)	✓		✓	✓
Sriwaranun (2013)	✓	✓		
Pennings et al. (2002)			✓	✓

3.2 กรอบแนวคิด

เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคต่างๆ ส่งผลให้ผู้บริโภคคำนึงถึงความปลอดภัยเป็นหลัก ผู้วิจัยจึงได้รวบรวมปัญหาที่เกิดขึ้นจากการบริโภคเนื้อสุกร อีกทั้งได้ศึกษาทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ความเสี่ยงในการบริโภคเนื้อสุกรสด และตราสัญลักษณ์ปศุสัตว์ OK รวมถึงพฤติกรรมในการเลือกซื้อเนื้อสุกรสด โดยเชื่อมโยงเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเนื้อสุกรสดจากร้านที่มีตราสัญลักษณ์ปศุสัตว์ OK (ภาพที่ 1)

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อเนื้อสุกรจากร้านที่มีตราสัญลักษณ์ฯ



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

4. วิธีกรดำเนินการวิจัย

การวิจัยฉบับนี้เพื่อศึกษาการรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคในการซื้อเนื้อสุกรสด การรับรู้เกี่ยวกับตราสัญลักษณ์ปศุสัตว์ OK และศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการซื้อเนื้อสุกรสดจากร้านที่มีตราสัญลักษณ์ปศุสัตว์ OK ของผู้บริโภค โดยรวบรวมข่าวสารและงานวิจัยที่เกิดขึ้นเกี่ยวกับการบริโภคเนื้อสุกรตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน รวมถึงปัจจัยความเสี่ยงด้านต่างๆ ที่เกิดขึ้น และสัญลักษณ์มาตรฐานรับรองความปลอดภัยทั้งในส่วนของเนื้อสัตว์และสินค้าเกษตร เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาแบบสอบถามและเพื่อค้นหาวิธีการดำเนินการวิจัยที่สามารถให้คำตอบในการศึกษาได้อย่างเหมาะสม ตลอดจนใช้เครื่องมือการทดสอบ Cronbach Alpha เพื่อตรวจสอบความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม

4.1 รายละเอียดของประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การกำหนดขนาดตัวอย่างในการศึกษานี้ได้ใช้หลักการของ Hair et al. (2010) ซึ่งมีอัตราส่วนแนะนำระหว่างกลุ่มตัวอย่างจำนวนพารามิเตอร์ (ตัวแปรอิสระ) ที่มีความเหมาะสมในการวิเคราะห์ด้วย Multiple Discriminant ที่ดีควรมีอัตราส่วน 20 ตัวอย่าง ต่อ 1 ตัวแปรอิสระ ดังนั้น จากการกำหนดตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

ข้างต้นมีจำนวนพารามิเตอร์เท่ากับ 15 พารามิเตอร์ ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 300 ตัวอย่าง โดยเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิผ่านแบบสอบถามจากผู้บริโภคที่เคยซื้อเนื้อสุกรทั่วไปตามตลาดสดขนาดใหญ่ภายในพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็นตามความสะดวก คือ การเลือกกลุ่มตัวอย่างที่สามารถให้ข้อมูลได้และอยู่ในกลุ่มประชากรที่ศึกษากระจายตามเขตพื้นที่กรุงเทพ จำนวน 15 เขต แบ่งเป็นชั้นใน ได้แก่ คลองสาน คลองเตย ปทุมวัน บางกอกน้อย จตุจักรชั้นกลาง ได้แก่ สายไหม บางเขน บางกะปิ วังทองหลาง ทุ่งครุ และชั้นนอก ได้แก่ ดอนเมือง คลองสามวา ตลิ่งชัน มีนบุรี และลาดกระบัง เขตละ 20 ตัวอย่าง ในช่วงระยะเวลาระหว่างเดือนมีนาคมถึงเมษายน 2566 ทั้งนี้ ข้อมูลกลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิเคราะห์ หลังจากได้ทำการตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของข้อมูล (Data Cleansing) คือ 279 ตัวอย่าง

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ได้ใช้สถิติเชิงพรรณนา เช่น ค่าร้อยละ เพื่อเพื่อแสดงข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการเลือกซื้อเนื้อสุกรสดของผู้บริโภค การรับรู้เกี่ยวกับตราสัญลักษณ์ปศุสัตว์ OK และการรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคในการซื้อเนื้อสุกรสด โดยเฉพาะการรับรู้เกี่ยวกับตราสัญลักษณ์ปศุสัตว์ OK และการรับรู้ความเสี่ยงจะประเมินจากคำถามเกี่ยวกับประเด็นดังกล่าวที่ผู้ตอบแบบสอบถามตอบ โดยมีคะแนนอยู่ระหว่าง 1-9 คะแนน และจัดกลุ่มประเภทการรับรู้ความเสี่ยงออกเป็น 3 ระดับ คือ น้อย (1-3 คะแนน) กลาง (4-6 คะแนน) และมาก (7-9 คะแนน) (Best, 1977)

นอกจากนี้คณะผู้วิจัยใช้เครื่องมือสถิติเชิงอนุมาน คือ สมการถดถอยโลจิสติก (Logistic Regression) เพื่อใช้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการซื้อเนื้อสุกรสดจากร้านที่มีตราสัญลักษณ์ปศุสัตว์ OK ของผู้บริโภค โดยกำหนดให้ตัวการตัดสินใจของกลุ่มตัวอย่างมี 2 ทางเลือก (Gujarati, 2004) คือ ผู้บริโภคไม่เลือกซื้อ ($Y=0$) หรือผู้บริโภคเลือกซื้อ ($Y=1$) เนื้อสุกรสดจากร้านที่มีตราสัญลักษณ์ปศุสัตว์ OK หลังจากได้รับข้อมูลเกี่ยวกับตราสัญลักษณ์ปศุสัตว์ OK ซึ่งประกอบไปด้วยรูปภาพ ข้อความบรรยายถึงลักษณะความสำคัญ และประโยชน์ของตราสัญลักษณ์ปศุสัตว์ OK โดยสามารถเขียนแบบจำลองแสดงปัจจัยที่ส่งผลต่อการซื้อเนื้อสุกรสดจากร้านที่มีตราสัญลักษณ์ปศุสัตว์ OK ของผู้บริโภค ได้ดังสมการที่ 1

$$Y_i = \beta_0 + \beta_1 \text{Gender} + \beta_2 \text{Age} + \beta_3 \text{Freq} + \beta_4 \text{Inc} + \beta_5 \text{Cons} + \beta_6 \text{Memb} + \beta_7 \text{Edu} + \beta_8 \text{See} + \beta_9 \text{R1} + \beta_{10} \text{R2} + \beta_{11} \text{R3} + \beta_{12} \text{R4} + \beta_{13} \text{R5} + \beta_{14} \text{R6} + \beta_{15} \text{Att} + \beta_{16} \text{kscore} + \epsilon_i \quad (1)$$

ในขณะที่ตัวแปรอิสระที่แสดงในสมการที่ 1 ประกอบด้วย กลุ่มตัวแปรด้านปัจจัยส่วนบุคคล เช่น เพศ (Gender) และอายุ (Age) เป็นต้น ตัวแปรด้านการเคยเห็นตราสัญลักษณ์ปศุสัตว์ OK (See) ปัจจัยด้านการรับรู้ความเสี่ยงบริโภคเนื้อสุกร (R1-R6) ตัวแปรด้านทัศนคติที่มีต่อตราสัญลักษณ์ปศุสัตว์ (Att) ซึ่งประเมินจากคำถามที่เกี่ยวข้องด้วยเครื่องมือ Likert Rating Scale โดยมีคะแนนอยู่ระหว่าง 1-5 คะแนน และแบ่งเกณฑ์ระดับความคิดเห็นออกเป็น 5 ระดับ คือ ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1.00-1.80 คะแนน) ไม่เห็นด้วย (1.81-2.60 คะแนน) เห็นด้วยปานกลาง (2.61-3.40 คะแนน) เห็นด้วย (3.41-4.20 คะแนน) และเห็นด้วยอย่างยิ่ง (4.21-5.00 คะแนน) (Silpcharu, 2020) และตัวแปรด้านคะแนนความรู้เกี่ยวกับความเสี่ยงของกลุ่มตัวอย่าง โดยวัดจากการตอบคำถามความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับความเสี่ยง จำนวน 15 คำถาม

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อเนื้อสุกรจากร้านที่มีตราสัญลักษณ์ฯ

คำอธิบายตัวแปรต่างๆ ของสมการที่ 1 แสดงในตารางที่ 2 นอกจากนี้เพื่อที่จะอธิบายผลการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรอิสระข้างต้นที่มีต่อความน่าจะเป็นของการตัดสินใจเลือกซื้อเนื้อสุกรจากร้านที่มีตราสัญลักษณ์ฯ OK ของกลุ่มตัวอย่าง คณะผู้วิจัยได้คำนวณค่าผลกระทบส่วนเพิ่ม (Marginal Effects) ของแต่ละตัวแปรอิสระแต่ละตัว โดยกำหนดให้ตัวแปรอิสระอื่นมีค่าคงที่ เพื่อนำมาใช้ในการอธิบายดังกล่าว ทั้งนี้ตัวแปรด้านบุคคล เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ ผู้วิจัยได้ปรับมาจากงานวิจัยของ Premashtira and Photchanaprasert (2020) และ Akarapisit (2021) ส่วนตัวแปรด้านพฤติกรรมบริโภค เช่น ความถี่ในการซื้อ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งในการซื้อเนื้อสุกรปรับมาจากงานวิจัยของ Haepruek (2013) ขณะที่ตัวแปรด้านการรับรู้ความเสี่ยงและทัศนคติได้แนวคิดจากงานวิจัยของ Pennings et al. (2002) และ Asawaruangpipop (2021) ตามลำดับ

ตารางที่ 2 ตัวแปรและสมมติฐานที่มีต่อการเลือกซื้อเนื้อสุกรจากร้านที่มีตราสัญลักษณ์ฯ OK

ตัวแปร	ความหมาย	สมมติฐาน
Gender	เพศ 1 = ชาย (ตัวแปรฐาน) 2 = หญิง 3 = LGBTQ+	±
Age	อายุ (ปี)	±
Freq	ความถี่ในการซื้อ	±
	1 = มากกว่า 5 ครั้ง/สัปดาห์ (ตัวแปรฐาน), 2 = 4-5 ครั้ง/สัปดาห์	
	3 = 2-3 ครั้ง/สัปดาห์, 4 = น้อยกว่าหรือเท่ากับ 1 ครั้ง/สัปดาห์	
	5 = 2-3 ครั้ง/เดือน, 6 = น้อยกว่าหรือเท่ากับ 1 ครั้ง/เดือน	
Inc	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	±
	1 = ต่ำกว่า 10,000 บาท (ตัวแปรฐาน), 2 = 10,001 – 20,000 บาท	
	3 = 20,001 – 30,000 บาท, 4 = 30,001 – 40,000 บาท	
	5 = 40,001 – 50,000 บาท, 6 = มากกว่า 50,001 บาท ขึ้นไป	
Cons	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งในการซื้อเนื้อสุกร (บาท)	±
Memb	จำนวนสมาชิกในครอบครัว (คน)	±
Edu	ระดับการศึกษาสูงสุด	±
	1 = ประถมศึกษา (ตัวแปรฐาน), 2 = มัธยมศึกษา	
	3 = ปวช/ปวส, 4 = ปริญญาตรี หรือสูงกว่าปริญญาตรี	
See	เคยเห็นตราสัญลักษณ์ฯ OK: 0 = เคย 1 = ไม่เคย	-
R1	การรับรู้ความเสี่ยงการบริโภคเนื้อสุกรสดปนเปื้อนเชื้อ ASF	+
R2	การรับรู้ความเสี่ยงบริโภคเนื้อสุกรสดติดเชื้อสเตรปโตคอกคัส ซูอิส หรือโรคไขุ่หัด	+
R3	การรับรู้ความเสี่ยงบริโภคเนื้อสุกรสดที่ใชยาปฏิชีวนะ	+

ตารางที่ 2 ตัวแปรและสมมติฐานที่มีต่อการเลือกซื้อเนื้อสุกรสดจากร้านที่มีตราสัญลักษณ์ปศุสัตว์ OK (ต่อ)

ตัวแปร	ความหมาย	สมมติฐาน
R4	การรับรู้ความเสี่ยงบริโภคเนื้อสุกรสดที่ใช้สารเร่งเนื้อแดง	+
R5	การรับรู้ความเสี่ยงบริโภคเนื้อสุกรสดที่ลักลอบนำเข้า	+
R6	การรับรู้ความเสี่ยงบริโภคเนื้อสุกรปนเปื้อนเชื้อแบคทีเรียขณะขนส่ง	+
Att	ทัศนคติที่มีต่อตราสัญลักษณ์ปศุสัตว์ OK (คะแนน)	+
kscore	คะแนนความรู้เกี่ยวกับความเสี่ยง (คะแนน)	+
ϵ_i	ค่าความคลาดเคลื่อน	

5. ผลการวิจัย และอภิปรายผล

5.1 ผลการวิจัย

5.1.1 ภาพรวมของผลการศึกษาทั่วไป

ข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 279 คน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 86.70 มีอายุส่วนใหญ่ 31-40 ปี สถานภาพโสด ร้อยละ 47.70 จบการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่า ร้อยละ 48.70 ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัท ร้อยละ 34.40 มีจำนวนสมาชิกในครอบครัวส่วนใหญ่ 2 คน/ครัวเรือน รายได้ครอบครัวเฉลี่ยมากกว่า 50,001 บาทขึ้นไป ทั้งนี้รายได้ส่วนตัวอยู่ที่ 10,000-20,000 บาท ซึ่งมีค่าใช้จ่ายด้านอาหารของครอบครัว 5,000-10,000 บาท และค่าใช้จ่ายด้านเนื้อสัตว์ของครอบครัวเฉลี่ย 1,000-2,000 บาท

ในส่วนของคุณลักษณะด้านพฤติกรรมการซื้อเนื้อสุกรมาบริโภคพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกซื้อเนื้อสุกรจากตลาดสด จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 63.44 รองลงมา คือ ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้อยละ 15.05 และตลาดนัดชุมชน ร้อยละ 10.75 ตามลำดับ สำหรับความถี่ในการซื้อเนื้อสุกรบริโภคในช่วงเวลา 6 เดือนที่ผ่านมาของกลุ่มตัวอย่างมักซื้อเนื้อสุกรน้อยกว่าหรือเท่ากับ 1 ครั้ง/สัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 32.62 รองลงมา คือ 2-3 ครั้ง/สัปดาห์ ร้อยละ 24.73 และ 2-3 ครั้ง/เดือน ร้อยละ 23.30 ตามลำดับ ทั้งนี้ปริมาณในการซื้อเนื้อสุกรบริโภคของกลุ่มตัวอย่างในแต่ละครั้ง พบว่าส่วนใหญ่ซื้อเนื้อสุกรที่ปริมาณ 1-2 กิโลกรัม/ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 86.00 รองลงมา คือ น้อยกว่า 1 กิโลกรัม/ครั้ง ร้อยละ 8.20 และมากกว่า 2 กิโลกรัม/ครั้ง ร้อยละ 5.70 ตามลำดับ เหตุผลที่ใช้ในการพิจารณาเลือกร้านจำหน่ายเนื้อสุกรพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่พิจารณาเลือกร้านจำหน่ายเนื้อสุกรที่ใกล้บ้าน คิดเป็นร้อยละ 31.54 รองลงมา คือ ซื้อจากร้าน/แผงประจำ ร้อยละ 28.32 และดูความสด สะอาดของเนื้อสุกร ร้อยละ 24.37 ตามลำดับ

โดยเกณฑ์ที่ใช้สำหรับพิจารณาเลือกซื้อเนื้อสุกร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่พิจารณาจากสีของเนื้อสุกรที่มีสีแดงอมชมพูเป็นธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 78.49 รองลงมา คือ ไม่มีกลิ่นเหม็นสาบ ร้อยละ 62.72 และอยู่ในบรรจุภัณฑ์ที่มิดชิดมีคุณภาพ ร้อยละ 35.48 ตามลำดับ หากเนื้อสุกรมีราคาแพง กลุ่มตัวอย่างจะเลือกซื้อเนื้อสัตว์ชนิดอื่นบริโภคแทน ซึ่งส่วนใหญ่จะเลือกซื้อเนื้อไก่ คิดเป็นร้อยละ 83.15 รองลงมา คือ อาหารทะเล ร้อยละ 36.92 และเนื้อปลา ร้อยละ 68.00 ตามลำดับ

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อเนื้อสุกรจากร้านที่มีตราสัญลักษณ์ฯ

นอกจากนี้ผลการสัมภาษณ์เกี่ยวกับพฤติกรรมกรซื้อเนื้อสุกรจากร้านที่มีตราสัญลักษณ์ปศุสัตว์ OK จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 279 คน พบว่า ผู้ที่เคยเห็นตราสัญลักษณ์ปศุสัตว์ OK คิดเป็นร้อยละ 33.30 ส่วนใหญ่นั้นไม่เคยเห็นตราสัญลักษณ์ปศุสัตว์ OK มาก่อน ในขณะที่เดียวกันมีผู้ที่เคยเห็นและรู้จักตราสัญลักษณ์ปศุสัตว์ OK จริงๆ มีเพียงร้อยละ 15.10 เท่านั้น โดยมีผู้ที่เคยซื้อเนื้อสุกรจากสถานที่จำหน่ายที่มีตราสัญลักษณ์ปศุสัตว์ OK คิดเป็นร้อยละ 71.43 ไม่เคยซื้อเนื้อสุกรจากสถานที่จำหน่ายที่มีตราสัญลักษณ์ปศุสัตว์ OK คิดเป็นร้อยละ 2.38 และไม่แน่ใจว่าเคยซื้อเนื้อสุกรจากสถานที่จำหน่ายที่มีตราสัญลักษณ์ปศุสัตว์ OK คิดเป็นร้อยละ 26.19 ทั้งนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามได้รู้จักหรือรับข่าวสารข้อมูลจากสื่อโฆษณา เช่น โฆษณา โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น คิดเป็นร้อยละ 45.24 รองลงมา คือเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 21.43 และสมาชิกในครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 16.67 ตามลำดับ

นอกจากนี้ ผลการศึกษาเกี่ยวกับด้านการรับรู้ความเสี่ยงที่เกิดจากการบริโภคเนื้อสุกรสดทั้งการปนเปื้อนเชื้อ ASF เชื้อโรคไขหูดับ การใช้ยาปฏิชีวนะ สารเร่งเนื้อแดง การลักลอบนำเข้า และปนเปื้อนเชื้อแบคทีเรียขณะขนส่งพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ทำการศึกษาไม่ค่าเฉลี่ยการรับรู้อยู่ในระดับปานกลาง เนื่องด้วยผู้บริโภคเห็นว่าภายหลังการซื้อเนื้อสุกรสดแล้วนำมาประกอบอาหารจะต้องนำมาล้างทำความสะอาดและผ่านความร้อน จึงส่งผลให้อันตรายที่จะได้รับจากเชื้อโรค หรือสารเคมีต่างๆ ได้สลายไป แต่ในขณะเดียวกันความกังวลเกี่ยวกับการปนเปื้อนเชื้อแบคทีเรียขณะขนส่งในระดับมาก โดยเชื้อแบคทีเรียบางตัวมีความทนทานต่อสภาพแวดล้อมและอุณหภูมิที่สูงจึงทำลายได้ยาก หากร่างกายได้รับเชื้อเหล่านี้เข้าไปอาจส่งผลต่อสุขภาพโดยตรง ส่วนการรับรู้ด้านตราสัญลักษณ์ปศุสัตว์ OK มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยผู้บริโภคส่วนใหญ่คิดว่าตราสัญลักษณ์ปศุสัตว์ OK นั้นมีความปลอดภัย ไม่มีความเสี่ยง แสดงว่าตราดังกล่าวมีความน่าเชื่อถือ และผู้บริโภคจะมีความกังวล ถ้าหากจะต้องซื้อเนื้อสุกรสดจากร้านที่ไม่มีตราสัญลักษณ์ปศุสัตว์ OK

5.1.2 ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อสุกรสดจากร้านที่มีตราสัญลักษณ์ปศุสัตว์ OK

การศึกษารครั้งนี้ได้ทำการทดสอบความน่าเชื่อถือของแบบสอบถามด้วยเครื่องมือการทดสอบ Cronbach Alpha โดยมีค่า Alpha เท่ากับ 0.79 แสดงว่า แบบสอบถามที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อสุกรสดจากร้านที่มีตราสัญลักษณ์ปศุสัตว์ OK อยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ นอกจากนี้ ยังได้มีการทดสอบความเหมาะสมของแบบจำลองโดยการทดสอบ the Hosmer–Lemeshow ผลการทดสอบพบว่า แบบจำลองมีความเหมาะสม และคณะผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความแม่นยำในการทำนายการตัดสินใจของกลุ่มตัวอย่างพบว่า แบบจำลองสามารถทำนายการตัดสินใจของกลุ่มตัวอย่างได้แม่นยำ ร้อยละ 75.99

จากผลการวิเคราะห์ค่ากระทบส่วนเพิ่มของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อเนื้อสุกรสดจากร้านที่มีตราสัญลักษณ์ปศุสัตว์ OK หลังจากได้รับข้อมูลตราสัญลักษณ์ปศุสัตว์ OK พบว่า ตัวแปรด้านปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ส่วนบุคคล และจำนวนสมาชิกในครอบครัว ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อสุกรสดจากร้านที่มีตราสัญลักษณ์ปศุสัตว์ OK หลังจากได้รับข้อมูลตราสัญลักษณ์ปศุสัตว์ OK เช่นเดียวกับกับผลของตัวแปรด้านพฤติกรรมการเลือกซื้อเนื้อสุกรสด เช่น ความถี่ในการซื้อเนื้อสุกรสด และค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการซื้อเนื้อสุกร ล้วนแล้วแต่ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อสุกรสดจากร้านที่มีตราสัญลักษณ์ปศุสัตว์ OK หลังจากได้รับข้อมูลตราสัญลักษณ์ปศุสัตว์ OK เช่นกัน

ในขณะที่ตัวแปรด้านการเคยเห็นตราสัญลักษณ์ปศุสัตว์ OK มาก่อนนั้นพบว่า ถ้าหากกลุ่มตัวอย่างเปลี่ยนจากกลุ่มตัวอย่างที่เคยเห็นตราสัญลักษณ์ปศุสัตว์ OK มาก่อน เป็นกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยเห็นตราสัญลักษณ์ปศุสัตว์ OK มาก่อน จะส่งผลให้ความน่าจะเป็นในการตัดสินใจซื้อเนื้อสุกรจากร้านที่มีตราสัญลักษณ์ปศุสัตว์ OK ลดลงร้อยละ 11.45

ด้านผลการศึกษาของตัวแปรด้านการรับรู้ความเสี่ยงที่เกิดจากการบริโภคเนื้อสุกรสดทางด้านย่อยต่างๆ ส่วนใหญ่จะไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อสุกรจากร้านที่มีตราสัญลักษณ์ปศุสัตว์ OK ยกเว้นตัวแปรด้านการรับรู้ความเสี่ยงด้านการลักลอบนำเข้าเนื้อสุกรเถื่อนนั้นพบว่า ตัวแปรดังกล่าวมีผลกระทบเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อสุกรจากร้านที่มีตราสัญลักษณ์ปศุสัตว์ OK กล่าวคือ ถ้ากลุ่มตัวอย่างมีคะแนนด้านการรับรู้ความเสี่ยงด้านการลักลอบนำเข้าเนื้อสุกรเถื่อนเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้ความน่าจะเป็นในการตัดสินใจซื้อเนื้อสุกรจากร้านที่มีตราสัญลักษณ์ปศุสัตว์ OK เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.04

นอกจากนี้ผลการศึกษาวิจัยชี้ให้เห็นว่า หากกลุ่มตัวอย่างมีคะแนนทัศนคติที่ดีต่อตราสัญลักษณ์ปศุสัตว์ OK เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้ความน่าจะเป็นในการตัดสินใจซื้อเนื้อสุกรจากร้านที่มีตราสัญลักษณ์ปศุสัตว์ OK เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.94 และถ้าหากกลุ่มตัวอย่างมีคะแนนความรู้ด้านการรับรู้ความเสี่ยงเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลความน่าจะเป็นในการตัดสินใจซื้อเนื้อสุกรจากร้านที่มีตราสัญลักษณ์ปศุสัตว์ OK เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.77 (ตารางที่ 3)

ตารางที่ 3 ผลกระทบส่วนเพิ่มของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อสุกรสดจากร้านที่มีตราสัญลักษณ์ปศุสัตว์ OK

ตัวแปรต้น	ค่าผลกระทบส่วนเพิ่ม	Corrected Standard Error
เพศ (Gender)		
2 = หญิง	0.0015	0.071
3 = LGBTQ+	-0.0033	0.230
อายุ (Age)	0.0001	0.003
ความถี่ในการซื้อเนื้อสุกรสด (Freq)		
2 = 4-5ครั้ง/สัปดาห์	0.4003	0.246
3 = 2-3ครั้ง/สัปดาห์	0.2394	0.252
4 = น้อยกว่าหรือเท่ากับ1ครั้ง/สัปดาห์	0.3132	0.248
5 = 2-3ครั้ง/เดือน	0.3018	0.256
6 = น้อยกว่าหรือเท่ากับ1ครั้ง/เดือน	0.3053	0.259
รายได้ส่วนบุคคล (Inc)		
2 = 10,001 – 20,000 บาท	-0.1351	0.141
3 = 20,001 – 30,000 บาท	-0.0368	0.145
4 = 30,001 – 40,000 บาท	-0.0936	0.174
5 = 40,001 – 50,000 บาท	0.0299	0.160
6 = มากกว่า 50,001 บาท ขึ้นไป	0.0541	0.145

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อเนื้อสุกรจากร้านที่มีตราสัญลักษณ์

ตารางที่ 3 ผลกระทบส่วนเพิ่มของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อสุกรสดจากร้านที่มีตราสัญลักษณ์ปศุสัตว์ OK (ต่อ)

ตัวแปรต้น	ค่าผลกระทบส่วนเพิ่ม	Corrected Standard Error
ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการซื้อเนื้อสุกร (Cons)	0.0001	0.000
จำนวนสมาชิกในครอบครัว (Memb)	0.0122	0.021
การศึกษา (Edu)		
2 = มัธยมศึกษา	-0.0481	0.137
3 = ปวช/ปวส	-0.0654	0.145
4 =ปริญญาตรี หรือสูงกว่าปริญญาตรี	0.0097	0.147
เคยเห็นตราสัญลักษณ์ปศุสัตว์ OK (See)	-0.1145**	0.054
ความเสี่ยงด้านเชื้อ ASF (R1)	-0.0106	0.017
ความเสี่ยงด้านโรคใช้หูดับ (R2)	-0.0047	0.019
ความเสี่ยงด้านการใช้ยาปฏิชีวนะ (R3)	0.0163	0.018
ความเสี่ยงด้านการใช้สารเร่งเนื้อแดง (R4)	-0.0034	0.019
ความเสี่ยงด้านการลักลอบนำเข้าเนื้อสุกรเถื่อน (R5)	0.0304**	0.017
ความเสี่ยงการปนเปื้อนเชื้อแบคทีเรียขณะขนส่ง (R6)	-0.0069	0.019
ทัศนคติที่มีต่อตราสัญลักษณ์ปศุสัตว์ OK (Att)	0.0394***	0.011
ความรู้ด้านการรับรู้ความเสี่ยง (kscore)	0.0377***	0.014

หมายเหตุ: *** นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ** นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 * นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.1

5.1.3 อภิปรายผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อสุกรสดจากร้านที่มีตราสัญลักษณ์ปศุสัตว์ OK

เมื่อพิจารณาเกี่ยวกับพฤติกรรมในการซื้อเนื้อสุกรจากร้านที่มีตราสัญลักษณ์ปศุสัตว์ OK ส่วนใหญ่นั้นไม่เคยเห็นตราสัญลักษณ์ปศุสัตว์และรู้จักมาก่อน อาจเป็นเพราะผู้บริโภคไม่ค่อยสังเกตเกี่ยวกับตราดังกล่าว รวมถึงการซื้อเนื้อสุกรสดจากร้าน/แผงประจำส่งผลให้เกิดเป็นความเชื่อใจและความเคยชินของผู้บริโภค จึงไม่ค่อยตระหนักและคำนึงถึงความปลอดภัย โดยในงานวิจัยของ Premashthira and Photchanaprasert (2020) เป็นการศึกษาคุณลักษณะด้านความปลอดภัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อสุกร: การแบ่งกลุ่มผู้บริโภคพบว่า กลุ่มผู้บริโภคมีการสังเกตตรารับรองมาตรฐานของเนื้อสุกรบางครั้ง ส่วนใหญ่การเลือกซื้อเนื้อสุกรทั้งในห้างหรือตลาดสด ผู้บริโภคไม่ค่อยสังเกตตรารับรองมากนัก ทั้งนี้งานวิจัยของ Inchan et al. (2020) ระบุว่า ผู้บริโภคมีระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเครื่องหมายรับรองมาตรฐานความปลอดภัยของอาหารอยู่ในระดับที่น้อยจึงส่งผลให้ผู้บริโภคไม่ค่อยตระหนักและสนใจถึงเครื่องหมายรับรองมาตรฐาน ในขณะที่เดียวกัน Kitti et al. (2009) หากผู้บริโภคมีการตื่นตัวเรื่องสุขภาพ อาหารจากร้านที่มีป้ายรับรองเป็นอาหารที่ปลอดภัย และความรู้เกี่ยวกับอันตรายของสารปนเปื้อนจะส่งผลต่อแรงจูงใจของผู้บริโภคในการสังเกตป้ายอาหารความปลอดภัยยิ่งขึ้น

ส่วนทัศนคติที่มีต่อตราสัญลักษณ์ปศุสัตว์ OK ของผู้บริโภคเนื้อสุกรสด ส่วนใหญ่อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง ทั้งนี้ควรมีการประชาสัมพันธ์และรณรงค์ผ่านสื่อในรูปแบบต่างๆ เพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภครู้จักและเลือกซื้อเนื้อสุกรสดจากร้านที่มีตราสัญลักษณ์ปศุสัตว์ OK ให้มากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดงานวิจัยของ Wang and Yueh (2020) หากผู้บริโภคได้รับข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องจากหน่วยงานภาครัฐจะทำให้ผู้บริโภครู้จักและสามารถรับรู้ข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจเลือกซื้อได้มากขึ้น โดย Sawetruengkitt (2022) กล่าวว่า ทัศนคติทั้งในส่วนของแง่บวกและลบล้วนได้รับอิทธิพลจากความเชื่อของผู้บริโภคที่สามารถส่งผลเชื่อมโยงกับพฤติกรรมที่แสดงออกมาถึงความตั้งใจ และการตัดสินใจซื้อ

ด้านการรับรู้ความเสี่ยง จากการศึกษาความรู้เกี่ยวกับความเสี่ยงที่เกิดขึ้นในการบริโภคเนื้อสุกร แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่มีคะแนนความรู้เกี่ยวกับความเสี่ยงอยู่ในระดับปานกลาง ยังคงสับสนและเข้าใจผิดในบางส่วนเกี่ยวกับความเสี่ยงที่เกิดขึ้นจากโรคระบาดในสุกร รวมถึงการใช้สารเร่งเนื้อแดง ทั้งนี้ในส่วนงานวิจัยของ Haepreuek (2013) ความรู้ในด้านความเสี่ยงและความปลอดภัยได้อยู่ในระดับปานกลางเช่นกัน เนื่องจากการได้รับวัฒนธรรมรวมถึงความเชื่อที่ได้สืบทอดต่อกันมา อาจไม่ถูกต้องตามหลักอนามัย นอกจากนี้การศึกษาถือเป็นปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจของผู้บริโภคดังเช่นงานวิจัยของ Alemayehu et al. (2021) หากผู้บริโภคมีระดับการศึกษาที่สูงมีโอกาสที่จะมีความรู้เกี่ยวกับความปลอดภัยในระดับที่สูงเช่นกัน

ด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อสุกรสดจากร้านที่มีตราสัญลักษณ์ปศุสัตว์ OK หลังจากได้รับข้อมูลตราสัญลักษณ์ปศุสัตว์ OK ได้แก่ ปัจจัยด้านการสังเกตเห็นหรือพบเจอตราสัญลักษณ์ปศุสัตว์ OK ซึ่งการให้ความสำคัญต่อมาตรฐานหรือตราสัญลักษณ์ต่างๆ ย่อมก่อให้เกิดความปลอดภัยในแง่ของการบริโภค นอกจากนี้ปัจจัยด้านการรับรู้ความเสี่ยงด้านการลักลอบนำเข้าเนื้อสุกรเถื่อน ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความเสี่ยง และปัจจัยด้านทัศนคติที่มีต่อตราสัญลักษณ์ปศุสัตว์ OK ล้วนแล้วแต่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อสุกรสดจากร้านที่มีตราสัญลักษณ์ปศุสัตว์ OK ซึ่งผลการศึกษาดังกล่าวได้สอดคล้องกับงานวิจัยที่ผ่านมา เช่น Angulo and Gil (2007) ซึ่งให้เห็นว่า ความเชื่อมั่นในความปลอดภัยของอาหาร และการรับรู้ความเสี่ยงต่างๆ ในการบริโภคเนื้อสัตว์ย่อมส่งผลต่อการเต็มใจซื้อ ทั้งนี้ Dulyakupt (2022) การรับรู้ตราสัญลักษณ์ที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพส่งผลต่อการเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารในแง่บวกมากขึ้น เมื่อมีการรับรู้ที่เป็นตัวเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างผลิตภัณฑ์ และผู้บริโภค นอกจากนี้งานวิจัยของ Dang and Tran (2020) ได้อธิบายว่า ผู้บริโภคจะมีความกังวลต่อความปลอดภัยในการบริโภคเนื้อสุกรเป็นอย่างมาก เมื่อเกิดการระบาดของโรคต่างๆ ขณะที่งานวิจัยของ Verbeke and Liu (2014) ได้ระบุว่า หากผู้บริโภคได้รับข้อมูลเชิงลบที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพและความปลอดภัยจะส่งผลให้การรับรู้เปลี่ยนแปลงไปในเชิงลบ รวมถึงการบริโภคที่ลดลงด้วย แต่ในขณะเดียวกัน หากผู้บริโภคได้รับข้อมูลเชิงบวกจะส่งผลให้การรับรู้เปลี่ยนแปลงไปในเชิงบวก และส่งผลถึงการบริโภคที่เพิ่มขึ้น ดังนั้น ปัจจัยด้านการรับรู้ความเสี่ยงและปัจจัยด้านทัศนคติจึงมีอิทธิพลต่อการเพิ่มการตัดสินใจเลือกซื้อเนื้อสุกรบริโภค เนื่องด้วยกระบวนการที่สามารถตรวจสอบย้อนกลับที่มาของการผลิตเนื้อสุกรได้ รวมถึงการรับรู้ข่าวสารที่ถูกต้องจะช่วยเพิ่มความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภคได้

6. สรุปผลการวิจัย

การรับรู้ความเสี่ยงในการเลือกซื้อเนื้อสุกรสดที่เกิดจากการปนเปื้อนเชื้อ ASF เชื้อโรคไข้หวัดใหญ่ การใช้ยาปฏิชีวนะ สารเร่งเนื้อแดง การลักลอบนำเข้า และปนเปื้อนเชื้อแบคทีเรียขณะขนส่ง มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง รวมถึงการรับรู้ด้านตราสัญลักษณ์ปศุสัตว์ OK อยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อเนื้อสุกรสด จากร้านที่มีตราสัญลักษณ์ปศุสัตว์ OK หลังจากได้รับข้อมูลตราสัญลักษณ์ปศุสัตว์ OK ได้แก่ ปัจจัยด้านพฤติกรรมในการสังเกตเห็นตราสัญลักษณ์ปศุสัตว์ OK ปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยงด้านการลักลอบนำเข้าเนื้อสุกร เนื้อความรู้ด้านความเสี่ยง และปัจจัยด้านทัศนคติที่มีต่อตราสัญลักษณ์ปศุสัตว์ OK หากภาครัฐได้ส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ให้ตราสัญลักษณ์ปศุสัตว์ OK เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย รวมถึงการให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องในการเลือกซื้อเนื้อสุกรสด อาจส่งผลให้ผู้บริโภคตระหนักและคำนึงถึงความปลอดภัยในการเลือกซื้อเนื้อสุกรสดบริโภคจากสถานที่จำหน่ายที่มีตราสัญลักษณ์ปศุสัตว์ OK มากขึ้น เนื่องจากการเลือกซื้อและบริโภคเนื้อสุกรสดอย่างถูกสุขลักษณะอนามัยจะส่งผลให้สุขภาพร่างกายแข็งแรง อีกทั้งยังเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภคและยกระดับมาตรฐานความปลอดภัยในการจำหน่ายเนื้อสุกรสดด้วย

7. ข้อเสนอแนะ

7.1 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้แสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่มักเลือกซื้อเนื้อสุกรสดจากสถานที่จำหน่ายใกล้บ้าน โดยไม่ได้คำนึงถึงตราสัญลักษณ์หรือเครื่องหมายในการรับรองความปลอดภัยเป็นหลัก อีกทั้งยังไม่เคยเห็นและไม่รู้จักตราสัญลักษณ์ปศุสัตว์ OK รวมถึงความรู้ความเข้าใจด้านความเสี่ยงในการบริโภคเนื้อสุกรยังไม่ถูกต้อง หรือคลาดเคลื่อนจากความเป็นจริง ซึ่งอาจส่งผลโดยตรงต่อพฤติกรรมและทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อการเลือกซื้อเนื้อสุกร ดังนั้นกรมปศุสัตว์หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึงควรมุ่งเน้นประชาสัมพันธ์และให้ข้อมูลความรู้ผ่านสื่อในรูปแบบต่างๆ ให้ถูกต้องเพื่อให้ง่ายต่อการเข้าถึงของข้อมูลและสร้างความรู้ความเข้าใจให้ไปในทิศทางเดียวกัน นอกจากนี้ ยังเป็นการสร้างแรงจูงใจและสนับสนุนให้ผู้ประกอบการดำเนินการเกี่ยวกับตราสัญลักษณ์ปศุสัตว์ OK มากขึ้น เพื่อเป็นการกระจายร้านที่มีตราสัญลักษณ์ปศุสัตว์ OK ให้เป็นที่รู้จักและเพิ่มทางเลือกให้แก่ผู้บริโภคอีกด้วย

7.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ได้มุ่งเน้นศึกษาการรับรู้ตราสัญลักษณ์ปศุสัตว์ OK การรับรู้ความเสี่ยง และวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อสุกรสดจากร้านที่มีตราสัญลักษณ์ปศุสัตว์ OK ของผู้บริโภค อย่างไรก็ตามในการศึกษาค้นคว้าต่อไปอาจขยายแนวทางการศึกษาไปยังกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่ใกล้เคียง เช่น เขตพื้นที่ปริมณฑล เป็นต้น หรือศึกษาเพิ่มเติมในส่วนประเด็นด้านเครื่องหมายรับรองความปลอดภัยอื่นๆ ในการเลือกบริโภคเนื้อสัตว์ เพื่อส่งเสริมให้ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับความปลอดภัยมากยิ่งขึ้น

7.3 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

กรมปศุสัตว์และกรมอนามัยสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้มาใช้ประกอบการอธิบายในการให้ความรู้และความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับการเกิดโรคระบาดในสุกร การปนเปื้อนของเชื้อโรค การลักลอบนำเข้าเนื้อสุกรเถื่อน และการลักลอบใช้สารเคมีในกระบวนการเลี้ยง เนื่องจากผู้บริโภคจำนวนมากยังคงเข้าใจผิดเกี่ยวกับการบริโภคเนื้อสุกร รวมถึงให้มีการรณรงค์ เผยแพร่ความรู้ และประชาสัมพันธ์ข่าวสารด้านความปลอดภัยของเนื้อสุกร และตราสัญลักษณ์ปศุสัตว์ OK เพื่อให้ผู้บริโภคตระหนักถึงความปลอดภัย และเป็นการกระตุ้นให้เกิดการสังเกตป้ายรับรองตราสัญลักษณ์ปศุสัตว์ OK มากขึ้น ตลอดจนการให้คำปรึกษา หรือคำแนะนำแก่ผู้ประกอบการในแนวทางการแก้ไขปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้น เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ และความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภคทุกระดับ

8. กิตติกรรมประกาศ

บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์เรื่อง การรับรู้ความเสี่ยงและการตัดสินใจซื้อเนื้อสุกรจากร้านที่มีตราสัญลักษณ์ปศุสัตว์ OK เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาของนางสาวกฤตยาพร คชหาญ ปีการศึกษา 2566 ภาควิชาเศรษฐศาสตร์และทรัพยากร คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

9. เอกสารอ้างอิง

- Akarapisit, A. (2021). The influences of perceived value, perceived risks, and new product acceptance on decision making for purchasing of in vitro meat of Thai generation Y and generation Z consumers in Bangkok metropolis. *Panyapiwat Journal*, 14 (1), 101-116.
https://doi.nrct.go.th/admin/doc/doc_622121.pdf.
- Alemayehu, T., Aderaw, Z., Giza, M., & Diress, G. (2021). Food safety knowledge, handling practices and associated factors among food handlers working in food establishments in Debre Markos town, Northwest Ethiopia. *Risk Management and Healthcare Policy*, 14, 1155-1163.
<https://doi.org/10.2147/RMHP.S295974>.
- Angulo, A. M. & Gil, J. M. (2007). Risk perception and consumer willingness to pay for certified beef in Spain. *Food Quality and Preference*, 18, 1106–1117.
<https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2007.05.008>.
- Asawuangpipop, P. (2021). Consumer's buying behavior and attitudes toward pork part consumption in Thailand. *Interdisciplinary Sripatum Chonburi Journal*, 7(1), 30-46.
- Best, J.W. (1977). *Research in Education*. Prentice hall.
- Brehmer, B. (1994). The psychology of linear judgement models. *Acta Psychologica*, 87, 137-154.

- Bureau of Disease Control and Veterinary Services. (2019). *ASF: contingency plan and clinical practice guideline*. <https://dld.go.th/th/images/stories/hotissue/asf/ContingencyPlanAndCPG2.pdf>.
- Bureau of Livestock Standards and Certification. (2017). *Livestock OK. Bureau of Livestock Standards and Certification*. <https://certify2.dld.go.th/ok/>.
- Dang, H. D., & Tran, G. T. (2020). Explaining consumers' intention for traceable pork regarding animal disease: The role of food safety concern, risk, perception, trust, and habit. *International Journal of Food Science*, 1-13. <https://doi.org/10.1155/2020/8831356>.
- Dulyakupt, S. (2022). *Perception of Health-Related Logos that affect food product consumption* [Unpublished master's thesis]. Mahidol University.
- Gujarati, D. N. (2004). *Basic econometrics* (4th ed.). McGraw Hill.
- Haepruek, W. (2013). *The study of relationship between knowledge and attitudes about meat safety towards Behavior buying meat of consumers in the market at Ratchaburi province* [Unpublished master's thesis]. Silpakorn University.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). Pearson Prentice Hall.
- Hengphrathani, Ch. (2019). *Consumer behavior and purchasing factors influencing the willingness to pay for temperature-controlled pork meat* [Unpublished master's thesis]. Mahidol University.
- Inchan, J., Aujirapongpan, S., Songkajorn, Y., & Ru-Zhe, J. (2020). The understanding and motivating of certification masks on food products among consumers in Muang district, Suratthani province. *Ramkhamhaeng University Journal: Graduate School*, 3(2), 125-141.
- Kanjanapusit, S. (2021). *When choosing to purchase livestock products, look for the 'Livestock OK'*. <https://dld.go.th/th/index.php/th/service-people/infographic-menu/454-infographic-standard/24053-info-25640923-1>.
- Kitti, J., Lerkiatbundit, S., & Suwanmanee, O. (2009). Factors affecting the motivation to notice food safety symbol by consumers for buying decision: The case of vegetable buying. *Thai Journal of Pharmacy Practice*, 1(2), 149-161.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2001). *Principles of Marketing*. Prentice Hall.
- Lai, J., Wang, H. H., Ortega, D. L., & Widmar, N. J. O. (2018). Factoring Chinese consumers' risk perceptions into their willingness to pay for pork safety, environmental stewardship, and animal welfare. *Food Control*, 85, 423-431. <https://doi.org/10.1016/j.foodcont.2017.09.032>.
- National Institute of Health of Thailand. (2019). *Streptococcus suis*. https://nih.dmsc.moph.go.th/data/data/fact_sheet/6_62.pdf.

- Pennings, J. M. E., Wansink, B., & Meulenber, M. T. G. (2002). A note on modeling consumer reactions to a crisis: The case of the mad cow disease. *International Journal of Research in Marketing*, 19(1), 91-100. [https://doi.org/10.1016/S0167-8116\(02\)00050-2](https://doi.org/10.1016/S0167-8116(02)00050-2).
- Phoemchalard, C., Senarath, N., Tathong, T., & Pornanek, P. (2021). Quality and safety characteristics of pork meat available in Amnat Charoen province, Thailand. *Khon Kaen Agriculture Journal*, 49(2), 827-832.
- Premashthira, A., & Photchanaprasert, N. (2020). Consumer preference for safety characteristics in pork: Cluster analysis. *Journal of Economics and Management Strategy*, 7(2), 157-167.
- Sangkumchaliang, P., Grawborisut, S., & Kunhareang, S. (2020). Consumers' purchasing behavior towards pork products in Khon Kaen province, Thailand. *Khon Kaen Agriculture Journal*, 48(1), 105-118.
- Sawetrueangkitt, Th. (2022). *Factors of purchase intention for plant-based meat substitutes of health conscious consumer in Bangkok area* [Unpublished master's thesis]. Mahidol University.
- Silpcharu, T. (2020). *Research and analysis of statistical data using SPSS and AMOS* (18th ed.). Business R&D.
- Sriwaranun, Y. (2013). Consumers' willingness to pay for organic pork in Khon Kaen province. *Economics and Public Policy Journal*, 4(7), 1-24.
- The Swine Raisers Association of Thailand. (2021). *The important situation and trends of pork products in 2022*. <https://www.swinethailand.com/>.
- Verbeke, W., & Liu, R. (2014). The impacts of information about the risks and benefits of pork consumption on Chinese consumers' perceptions towards, and intention to eat, pork. *Meat Science*, 98, 766-772. <https://doi.org/10.1016/j.meatsci.2014.07.023>.
- Wang, G. Y., & Yueh, H. P. (2020). Optimistic bias, food safety cognition, and consumer behavior of college students in Taiwan and Mainland China. *Foods*, 9(11), 1-19. <https://doi.org/10.3390/foods9111588>.

ประวัติแนบท้ายบทความ



Name and Surname: Miss Krittayaphon Khotchahan
Highest Education: Master Degree of Science (Agribusiness)
University or Agency: Kasetsart University
Field of Expertise: Food and Agricultural Business
Address: 43 Phahonyothin, Rd., Anusawari, Bangkhen, Bangkok 10220
E-mail: krittayaphon.k@ku.th



Name and Surname: Assistant Professor Dr. Chayada Bhadrakom
Highest Education: Ph.D. in Food Economics and Marketing
University or Agency: Kasetsart University
Field of Expertise: Food Economics, Food and Agricultural Business
Address: 58/25 Senanivet Village, Ladprao, Bangkok 10230
E-mail: chayada.b@ku.th



Name and Surname: Assistant Professor Dr. Suwanna Sayruamyat
Highest Education: PhD in Agricultural and Food Economics
University or Agency: Kasetsart University
Field of Expertise: Consumer Behavior, Cognitive Bias, Social psychology, Farm Management, Economics of Livestock
Address: 42/55 Ngam Wong Wan Rd, Lat Yao, Chatuchak, Bangkok 10900
E-mail: suwanna.s@ku.th



Name and Surname: Assistant Professor Dr. Borworn Tanrattanaphong
Highest Education: Ph.D. in Economics
University or Agency: Kasetsart University
Field of Expertise: Agricultural Economics, Agribusiness, International Trade
Address: 50 Ngamwongwan, Rd., Ladyao, Chatuchak, Bangkok 10900
E-mail: borworn.t@ku.th