

ห้องสมุดคณะเทคโนโลยีการเกษตร พระจอมเกล้าลาดกระบัง

ปัญหาพิเศษ

เรื่อง

ทัศนคติของประชากรที่มีต่อการบริโภคเนื้อโคและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อโค

Attitude Towards Consumption of Beef and Beef Product



T096070

โดย
นายคอยรุทธิขิม ดือเร๊ะ

ปพ.
๑๑๘๓๗
๒๕๕๐

เลขหมู่.....
เลขทะเบียน ~~๑๑๘๓๗~~ ๑๑๖๐๗๐
วัน,เดือน,ปี... 1 JUN 2009

เสนอ

ภาควิชาเทคนิคเกษตร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า เจ้าคุณทหารลาดกระบัง กทม.

เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต (พัฒนการเกษตร)

พ.ศ. ๒๕๕๐

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีกรนำไปใช้

b. b ๑๑๕๑๒๘๓

ใบรับรองปัญหาพิเศษ
ภาควิชาเทคนิคเกษตร
คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กทม.

เรื่อง

ทัศนคติของประชากรที่มีต่อการบริโภคเนื้อโคและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อโค

Attitude Towards Consumption of Beef and Beef Product

โดย

นายคอยรุฬลีซิม ดือเร๊ะ

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาลึกสุด

วท.บ. (พัฒนากการเกษตร)

เมื่อวันที่ 28 เดือน พค. พ.ศ. 2550

ประธานกรรมการปัญหาพิเศษ

.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ทิพวรรณ ลิ้มงูร)

กรรมการปัญหาพิเศษ

.....
(อาจารย์ ดวงกมล ปานรศทิพ ธรรมมาธิวัฒน์)

หัวหน้าภาควิชา

.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุชุกรณณ์ ชันศรี)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทคัดย่อ

ชื่อเรื่อง : ทศนคติของประชากรที่มีต่อการบริโภคเนื้อโคและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อโค

ชื่อเรื่อง : Attitude Towards Consumption of Beef and Beef Product

โดย : นายคชยรุทธ์ซัม คือระ

ชื่อปริญญา : วิทยาศาสตร์บัณฑิต (พัฒนการเกษตร)

สาขาวิชาเอก : พัฒนาการเกษตร

ประธานกรรมการปัญหาพิเศษ :

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทิพวรรณ ลิ้มงูร)

..... 28 / พค. / 2550

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ เพื่อศึกษาทัศนคติของประชากรที่มีต่อการบริโภคเนื้อโคและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อโค ในพื้นที่ด้านตะวันออกเฉียงเหนือของกรุงเทพมหานคร โดยสำรวจจากประชากรจำนวน 278 คน วิเคราะห์ด้วยสถิติเพื่อหาค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย

จากการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลและครัวเรือน พบว่าเพศชายกับเพศหญิงมีความใกล้เคียงกัน คือมีเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 54.0 และเพศชายคิดเป็นร้อยละ 46.0 ร้อยละ 51.8 สมรสแล้ว มีอายุเฉลี่ย 33.01 ปี สูงสุด 80 ปี และต่ำสุด 12 ปี ส่วนใหญ่ร้อยละ 67.6 นับถือศาสนาพุทธ ประชากรร้อยละ 61.9 มีรายได้/เดือน/ครัวเรือน น้อยกว่า 10,001 บาท รายจ่ายค่าอาหารของครัวเรือน เฉลี่ย 203.22 บาท/วัน สูงสุด 1,500 บาท/วัน และต่ำสุด 50 บาท/วัน ส่วนใหญ่ร้อยละ 40.6 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 29.9 เป็นนักเรียนนักศึกษา รูปแบบการใช้ชีวิตประจำวันส่วนมากร้อยละ 58.3 ขอบทำงานจำนวนสมาชิกในครัวเรือน เฉลี่ย 3.86 คน สูงสุด 14 คน และ ต่ำสุด 1 คน ลักษณะการบริโภคของประชากรส่วนใหญ่ร้อยละ 66.5 บริโภคอาหารภายในบ้าน

จากการศึกษาทัศนคติที่มีต่อเนื้อโคและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อโคในเชิงบวกพบว่า ร้อยละ 45.0 เห็นด้วยมากที่เนื้อโคส่วนต่างๆ สามารถนำมาทำอาหารได้เกือบทั้งหมด ร้อยละ 29.5 เห็นด้วยมากที่เนื้อโค/ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อโคมีรสชาติดี/อร่อย ร้อยละ 46.0 เห็นด้วยปานกลาง ว่าเนื้อโคหากมาจากแหล่งจำหน่ายดีเนื้อก็มักจะดี ร้อยละ 47.5 เห็นด้วยปานกลางว่าเนื้อโคมีความสด ร้อยละ 43.2 เห็นด้วยปานกลางว่าเนื้อโคมีความสะอาด ร้อยละ 54.0 เห็นด้วยน้อยเมื่อรับประทานเนื้อโค/ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อโคแล้วทำให้สุขภาพร่างกายแข็งแรง ร้อยละ 46.8 เห็นด้วยมากที่มีความสะดวกในการซื้อเนื้อโค/ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อโค

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากการศึกษาทัศนคติที่มีต่อเนื้อโคและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อโคในเชิงลบพบว่า ร้อยละ 42.8 เห็นด้วยปานกลางที่เนื้อโค/ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อโคมีราคาแพง ร้อยละ 37.1 เห็นด้วยปานกลาง ว่าอาหารจากเนื้อโค/ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อโคมีสารพิษปนเปื้อน ร้อยละ 38.1 เห็นด้วยน้อยเมื่อรับประทานเนื้อโค/ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อโคจะรู้สึกว่ามีกลิ่นเหม็น ร้อยละ 38.1 เห็นด้วยน้อยเมื่อรับประทานเนื้อโค/ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อโคแล้วทำให้เกิดผลเสียต่อร่างกาย

ทัศนคติของประชากรที่มีต่อการบริโภคเนื้อโคและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อโค ในพื้นที่ด้านตะวันออกเฉียงเหนือของกรุงเทพมหานคร ได้แก่เขต คลองสามวา และเขตวังทองหลาง พบว่าประชากรเห็นด้วยมาก คือ ด้านการทำอาหาร ด้านรสชาติและด้านความสะดวกในการซื้อ ส่วนในเกณฑ์เห็นด้วยปานกลาง คือ ด้านราคา ด้านแหล่งจำหน่าย ด้านการปนเปื้อนของสารพิษ ด้านความสดและด้านความสะดวก และที่อยู่ในเกณฑ์เห็นด้วยน้อย คือ ด้านกลิ่นและด้านสุขภาพ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คำนิยม

ปัญหาพิเศษฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี เพราะได้รับความกรุณาช่วยเหลือจากอาจารย์หลาย ๆ ท่านที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะ ผศ. ดร.ทิพวรรณ ลิ้มงูร ซึ่งเป็นประธานกรรมการปัญหาพิเศษที่กรุณาให้คำปรึกษาและชี้แนะแนวทางในการตรวจทานและแก้ไขตั้งแต่ต้นจนสำเร็จ อีกทั้ง อาจารย์ ดวงกมล ปานรศทิพ ธรรมมาธิวัฒน์ ซึ่งเป็นกรรมการปัญหาพิเศษ ข้าพเจ้ารู้สึกซาบซึ้งในบุญคุณของท่านทั้งสองเป็นอย่างยิ่ง จึงใคร่ขอกราบขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอขอบคุณทางภาควิชาเทคนิคเกษตร คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ที่ให้ความช่วยเหลือในด้านต่างๆ เกี่ยวกับการทำวิจัยในครั้งนี้

และสุดท้ายขอขอบพระคุณทุกคนที่บ้านที่คอยเป็นกำลังใจให้เสมอ ขอขอบคุณเพื่อนๆ ทุกคนที่คอยช่วยเหลือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเสมอมา

ศอยรุฒธิ่ม ตือริะ

พฤษภาคม 2550

สารบัญ

	หน้า
สารบัญตาราง	(ก)
สารบัญภาพ	(ข)
บทที่ 1 บทนำ (Introduction)	
- ความสำคัญและที่มาของการศึกษา	1
- วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
- ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา	2
- ขอบเขตและข้อจำกัดของการศึกษา	2
- นิยามศัพท์ปฏิบัติการ	2
บทที่ 2 การตรวจเอกสารที่เกี่ยวข้อง (Review of Related Literature)	
- ทศนคติ	3
- การบริโภค	6
- เนื้อโคและผลิตภัณฑ์แปรรูปเนื้อสัตว์	9
- งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	17
บทที่ 3 วิธีวิจัย (Research Methodologies)	
- ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	19
- วิธีการสุ่มตัวอย่าง	19
- วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	20
- วิธีวิเคราะห์ข้อมูล	21
บทที่ 4 ผลการวิจัยและวิจารณ์ (Results and Discussions)	
- ข้อมูลส่วนบุคคลและครัวเรือนของผู้ตอบแบบสอบถาม	22
- ทศนคติที่มีต่อเนื้อโคและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อโค	25
- วิจารณ์ผลการศึกษา	30

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ (Conclusions and Recommendation)	
- สรุปผลการวิจัย	31
- ข้อเสนอแนะ	32
เอกสารอ้างอิง	33
ภาคผนวก	
- ภาคผนวกที่ 1	37
- ภาคผนวกที่ 2	43



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1. แสดงการกำหนดขนาดตัวอย่างในแต่ละเขตตามสัดส่วนของจำนวนครัวเรือน	20
2. แสดงข้อมูลส่วนบุคคลและครัวเรือนของผู้ตอบแบบสอบถาม (ค่าร้อยละ)	23
3. แสดงข้อมูลส่วนบุคคลและครัวเรือนของผู้ตอบแบบสอบถาม (ค่าเฉลี่ย)	25
4. แสดงทัศนคติที่มีต่อเนื้อโคและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อโคในด้านเชิงบวก	26
5. แสดงทัศนคติที่มีต่อเนื้อโคและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อโคในด้านเชิงลบ	29



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1. แผนที่ เขตคลองสามวา	38
2. แผนที่ เขตวังทองหลาง	41



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

(Introduction)

ความสำคัญของปัญหาและที่มาของการศึกษา (Statement of the Problem)

เนื้อโคเป็นเนื้อสัตว์ประเภทหนึ่งที่เป็นที่นิยมของผู้บริโภค เนื่องจากสามารถที่จะบริโภคได้ในหลายรูปแบบ เช่น ในรูปเนื้อโคสด ได้แก่ เนื้อสด (Warmed Meat) เนื้อแช่เย็น (Chilled Meat) เนื้อแช่แข็ง (Frozen Meat) โดยผู้ซื้อจะเป็นผู้นำไปประกอบอาหารเพื่อการบริโภคโดยตรง หรืออาจจะบริโภคในรูปของผลิตภัณฑ์แปรรูป ได้แก่ ไส้กรอก ลูกชิ้น เนื้อเค็ม เนื้อทูบ เนื้อสวรรค์ เป็นต้น นอกจากนี้การบริโภคเนื้อโคยังรวมไปถึง อาหารจานต่างๆ ของโรงแรม ภัตตาคาร และซูเปอร์มาเก็ต ตลอดจนร้านค้า แผงลอยขายอาหารสำเร็จรูปบรรจุถุงพลาสติกที่เห็นกันอยู่ทั่วไป (กุลกัญญา ณ ป้อมเพ็ชร, 2538)

เนื้อโคที่จำหน่ายอยู่ในประเทศแบ่งได้ 3 ระดับ คือ 1) เนื้อโคขุนหรือเนื้อโคพันธุ์ดี 2) เนื้อโคมัน คือ เนื้อโคที่มีอายุมาก ตลาดเนื้อโคประเภทนี้ คือ ตลาดสด ผู้บริโภคนิยมที่จะซื้อไปทำเป็นอาหารสำเร็จรูปขาย และนิยมนำไปแปรรูปทำเป็นเนื้อเค็มแคดเดียว และ 3) เนื้อโคทั่วไป คือ โคประเภทใดก็ได้ที่เลี้ยงกันแบบพื้นบ้าน วัตถุประสงค์ของการเลี้ยงก็เพื่อป้อนตลาดในท้องถิ่น ตลาดสดในกรุงเทพฯ และตลาดลูกชิ้น ปัจจุบันปริมาณการบริโภคเนื้อโคของประชาชนภายในประเทศยังอยู่ในระดับต่ำมาก กล่าวคือ คนไทยบริโภคเนื้อโคเฉลี่ย 4.5 กิโลกรัม/คน/ปี ซึ่งเมื่อเทียบกับปริมาณเนื้อหมูหรือเนื้อไก่ของคนไทย ซึ่งมีปริมาณใกล้เคียงกัน ประมาณ 15 กิโลกรัม/คน/ปี แล้วจะเห็นว่าต่ำมาก (ธงชัย สันติวงษ์, 2533)

ด้านการผลิตโคเนื้อภายในประเทศ พบว่าจำนวนโคเนื้อที่มีปริมาณลดลงในปี พ.ศ. 2537- พ.ศ. 2541 และมีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้นเล็กน้อยจากจำนวนโค 4,635,274 ตัว ในปี พ.ศ. 2542 เพิ่มขึ้นเป็นจำนวน 5,900,236 ตัว ในปี พ.ศ. 2546 มีอัตราการเพิ่มเฉลี่ยร้อยละ 5.28 ต่อปี เกษตรผู้เลี้ยงโคเนื้อปี พ.ศ. 2541 มีจำนวน 706,187 ราย เพิ่มขึ้นเป็น 991,000 ราย ในปี พ.ศ. 2546 มีอัตราการเพิ่มเฉลี่ยร้อยละ 7.06 ต่อปี (สว่าง อังกุลโร, 2546)

การศึกษาทัศนคติของประชากรที่มีต่อการบริโภคเนื้อโค และผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อโค ในพื้นที่ด้านตะวันออกเฉียงเหนือของกรุงเทพมหานคร เนื่องจากกรุงเทพมหานครเป็นเมืองหลวงของประเทศไทย ซึ่งมีผู้อยู่อาศัยอยู่เป็นจำนวนมากและมีการกินการใช้ที่แตกต่างกันรวมถึงทัศนคติของแต่ละคนหรือแต่ละครัวเรือนก็ต่างกันไปด้วย จึงทำให้ผู้วิจัยได้ศึกษาเรื่องทัศนคติของประชากรว่าแต่ละคนแต่ละครัวเรือนมีทัศนคติอย่างไรต่อการบริโภคเนื้อโคและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อโค

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อย่างไรก็ตาม ทักษะเกี่ยวกับการบริโภคเนื้อโคและผลิตภัณฑ์แปรรูปเนื้อโคมีมากมายทั้งในเชิงบวกและเชิงลบ จำเป็นต้องพิจารณาองค์ประกอบหลายๆ ด้าน เช่น ชอบหรือไม่ชอบ ชอบแบบไหน หรือพอใจมากน้อยเพียงใดดังนั้นเพื่อให้ทราบว่าประชากรมีทัศนคติต่อการบริโภคเนื้อโคและผลิตภัณฑ์แปรรูปเนื้อโค เป็นอย่างไรบ้าง ซึ่งได้ทำการศึกษาถึงทัศนคติในเชิงบวก หรือในเชิงลบของประชากรที่มีต่อการบริโภคเนื้อโคและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อโค อันจะเป็นแนวทางในการปรับปรุง หรือใช้ในการแก้ปัญหาต่างๆ ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา (Objective of the Study)

เพื่อศึกษาทัศนคติของประชากร ที่มีต่อการบริโภคเนื้อโคและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อโค

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา (Significance of the Study)

การศึกษานี้ ทำให้ทราบถึงทัศนคติของประชากรที่มีต่อการบริโภคเนื้อโคและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อโค ทั้งเชิงบวกและเชิงลบว่าเป็นอย่างไร มีผลต่อการบริโภคมากน้อยแค่ไหน และข้อมูลที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้ก็เป็นข้อมูลพื้นฐานในการศึกษาต่อไป

ขอบเขตและข้อจำกัดของการศึกษา (Scope and limitation)

การศึกษานี้ จะศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครทางด้านตะวันออกเฉียงเหนือในช่วงเดือนมกราคม พ.ศ. 2550 ถึง เดือน มีนาคม พ.ศ. 2550 คือพื้นที่เขต คลองสามวา และเขตวังทองหลาง โดยจะศึกษาในเรื่องทัศนคติของประชากรที่มีต่อการบริโภคเนื้อโคและผลิตภัณฑ์แปรรูปเนื้อโค

นิยามศัพท์ปฏิบัติการ (Operational Definition of Terms)

ทัศนคติ หมายถึง ความรู้สึกทางจิตใจของประชากรเขตกรุงเทพมหานครด้านตะวันออกเฉียงเหนือ โดยอาจแสดงให้เห็นในลักษณะบวก เช่น ความพอใจ ความชอบ สนใจ หรือลักษณะลบ เช่น ไม่ชอบ ไม่สนใจ

การบริโภค หมายถึง การกิน การใช้ผลิตภัณฑ์แปรรูปเนื้อโคไม่ว่าจะเป็น เนื้อสด เนื้อตากแห้ง แหนม หรือผลิตภัณฑ์อื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

เนื้อโค หมายถึง เนื้อโคชำแหละที่ยังไม่ได้ผ่านกระบวนการแปรรูป

ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อโค หมายถึง เนื้อโคที่ได้ผ่านกระบวนการแปรรูปออกมาเป็นผลิตภัณฑ์แล้ว เช่น เนื้อแดดเดียว ลูกชิ้น เนื้อเค็ม ไส้กรอก แหนม เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

การตรวจเอกสารที่เกี่ยวข้อง

(Review of Related Literature)

แนวทางการศึกษาค้นคว้า ได้ทำการตรวจเอกสารในเรื่องที่เกี่ยวข้องต่างๆ โดยรวบรวมเอกสารที่เกี่ยวข้องไว้ดังนี้

1. ทักษะ
 - 1.1 องค์ประกอบของทักษะ
 - 1.2 การเปลี่ยนทักษะ
 - 1.3 การวัดทักษะ
2. การบริโภค
 - 2.1 ความหมายของการบริโภค
 - 2.2 ประเภทของการบริโภค
 - 2.3 ปัจจัยที่ใช้กำหนดการบริโภค
 - 2.4 กระบวนการในการตัดสินใจของผู้บริโภค
3. เนื้อโคและผลิตภัณฑ์แปรรูปเนื้อสัตว์
 - 3.1 การใช้ประโยชน์จากเนื้อโค
 - 3.2 คุณภาพเนื้อโค
 - 3.3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความนุ่มของเนื้อ
 - 3.4 ตลาดเนื้อโคในประเทศไทย
 - 3.5 ความหมายของการแปรรูปเนื้อสัตว์
 - 3.6 การแบ่งกลุ่มของผลิตภัณฑ์แปรรูปจากสัตว์
 - 3.7 ผลิตภัณฑ์จากสัตว์ชนิดต่างๆ
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ทักษะ

คำว่า "ทักษะ" (Attitude) เป็นศัพท์ที่บัญญัติทางจิตวิทยา การศึกษาความหมายนั้นจะครอบคลุมไปถึงความคิดเห็น และแนวโน้มการตอบสนอง ดังนั้นจึงมีผู้ให้ความหมายที่แตกต่างกันออกไป เช่น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทัศนคติ เป็นสิ่งที่บอกชี้ทิศทางของการแสดงออกของบุคคลที่จะกระทำต่อสิ่งของบุคคลหรือเหตุการณ์ **ทัศนคติจึงมีความสำคัญ**ในการมีปฏิริยาการโต้ตอบสิ่งต่างๆ ดังกล่าว หากบุคคลจะทำหรือแสดงอะไรสักอย่างหนึ่งออกมาต่อสิ่งใดเขาย่อมกระทำไป ตามทัศนคติที่เขามีต่อสิ่งนั้นๆ ทัศนคติของบุคคลจึงมีอิทธิพลในการแสดงพฤติกรรมของบุคคล โดยเฉพาะอย่างยิ่งในความสัมพันธ์ทางสังคม (นิพนธ์ คันธศรี,2531:1)

ทัศนคติ คือ สภาพจิตใจหรือความรู้สึกนึกคิด หรือความคิดเห็นที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือพฤติกรรมอย่างหนึ่งต่อบุคคลหนึ่งบุคคลหรือกลุ่มบุคคลคนละหนึ่งคนละใด จะเป็นเอกเทศหรือไม่เป็นเอกเทศก็ได้ โดยบ่งชี้ถึงปริมาณความชอบ ความนิยม ความไม่ชอบ ความศรัทธา ความหวังดีและความไม่หวังดี เป็นต้น (จุมพล สวัสดิ์ยากรและคณะ ,2535:2)

สุธา จันทรเอม (2536:282-299) ได้กล่าวว่า **ทัศนคติ** หมายถึง ความรู้สึก หรือท่าทีของบุคคลที่มีต่อบุคคล วัตถุ สิ่งของ หรือ สถานการณ์ต่างๆ เป็นไปในทางที่พึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยก็ได้ ทัศนคติมีความสำคัญต่อการอยู่ร่วมกันในสังคมอย่างมาก ผู้ที่มีทัศนคติที่ดีต่อบุคคลใดบุคคลหนึ่ง วัตถุใด หรือเหตุการณ์ใด เขาจะไม่รังเกียจต่อสิ่งทั้งสามที่กล่าวมาแล้ว เช่น เด็กนักเรียนมีทัศนคติที่ดีต่อครูฝึกสอนเด็กก็ชอบเรียนกับครูฝึกสอน ครูสอนด้วยความสะดวกรก้อให้เกิดประโยชน์มากมาย ทัศนคติเป็นนามธรรมที่เกิดจากการเรียนรู้ หรือประสบการณ์ในชีวิตของบุคคล และทัศนคติมีความสำคัญต่อการตอบสนองทางสังคมของบุคคลเป็นอย่างมาก นั่นคือบุคคลมีพฤติกรรมอย่างไรหรือทำอะไรลงไป ทัศนคติจะเป็นเครื่องกำหนด ทัศนคติจึงเป็นส่วนหนึ่งของบุคลิกภาพของบุคคลและบุคคลจะมีทัศนคติต่อสิ่งแวดล้อมต่างๆ ในลักษณะที่แตกต่างกันออกไป

1.1 องค์ประกอบของทัศนคติ

ประสาธ อิศรปริดา (2520:92-93) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบทัศนคติไว้ว่า ทัศนคติประกอบด้วยองค์ประกอบ 3 อย่างคือ

1. Affective Component ความรู้สึกหรืออารมณ์ ได้แก่ ความรู้สึกพอใจ – ไม่พอใจ,ชอบ – ไม่ชอบ ฯลฯ

2. Cognitive Component ความรู้สึกเกี่ยวกับสิ่งนั้นๆ ได้แก่ การที่บุคคลได้เคยมีความรู้สึกเกี่ยวกับสิ่งนั้นๆ ว่าอะไรเป็นอะไร มีความเข้าใจถึงลักษณะธรรมชาติต่อสิ่งนั้นๆ เป็นอย่างไร

3. Action Tendency Component แนวโน้มของการกระทำ ผู้ที่จะชอบอะไรอย่างหนึ่ง จะมีแนวโน้มที่จะประกอบพฤติกรรมในแนวทางที่เขาชอบนั้น ตรงกันข้ามหากเขาไม่ชอบเขาก็จะเว้นที่จะประกอบพฤติกรรมนั้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.2 การเปลี่ยนทัศนคติ

ลำเนาวัลย์ พันธย์ง (2514:25) กล่าวว่า ทัศนคติเป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงได้ ในการที่บุคคลจะเปลี่ยนแปลงทัศนคติ บุคคลนั้นจะต้องเปลี่ยนส่วนประกอบของทัศนคติเดิมด้วย ซึ่งการเปลี่ยนทัศนคติมี 2 ประการ คือ

1.2.1. Congruent Change คือ การเปลี่ยนแปลงทัศนคติไปในแนวทางคล้ายตามทัศนคติเดิมว่าเป็นไปได้ทั้งบวกและลบ การเปลี่ยนแปลงตามลักษณะนี้จึงเป็นการเปลี่ยนแปลงได้ง่าย

1.2.2. Incongruent Change คือ การเปลี่ยนแปลงทัศนคติไปในแนวทางตรงกันข้ามกับทัศนคติ เช่น เปลี่ยนจากบวกเป็นลบ การเปลี่ยนตามลักษณะนี้จะเป็นการยากกว่าเปลี่ยนแบบ Congruent Change

1.3 การวัดทัศนคติ

วรณี สุวิมระ (2515:21) กล่าวว่า การวัดทัศนคติ เป็นสภาพความพร้อมของจิตใจที่แสดงออกไม่ใช่เป็นการกระทำของบุคคล ดังนั้นบุคคลอาจไม่ใช่ข้อเท็จจริงด้วยความจริงใจ เพราะเห็นว่าเป็นเรื่องส่วนตัวและการแสดงออกต่อสิ่งใดนั้นไม่ว่าจะอยู่ในรูปของวาจาหรือการเขียนก็ตาม บุคคลมักจะไตร่ตรองถึงความเหมาะสมตามสภาพการณ์ของสังคม การแสดงออกของทัศนคติของบุคคลในขณะที่มีการวัดขึ้นอยู่กับ

1.3.1. สภาพการณ์ของการวัดทัศนคติ คือ บุคคลที่ทำการวัดวิธีการที่ใช้หรือสภาพการณ์ทางอารมณ์ของบุคคลในขณะที่มีการวัด

1.3.2. ความรู้สึกเกี่ยวกับตัวเองในขณะที่ถูกถามหรือถูกวัด

จินตนา ศรีไพรวรรณ (2538 :19) กล่าวว่า ในปัจจุบันนี้ยังไม่มีผู้ใดค้นพบ วิธีการวัดทัศนคติของบุคคลโดยตรงอันเป็นดัชนีที่จะสามารถนำไปเปรียบเทียบกันได้อย่างชัดเจน แต่เท่าที่ปฏิบัติกันมา มีการวัดทัศนคติ ส่วนมากกระทำดังนี้

1. การออกแบบสัมภาษณ์ (Survey Interview) โดยอาจเป็นคำถามประเภทให้เลือกคำตอบไว้ให้แล้ว เช่น “ใช่” “ไม่ใช่” “ไม่แน่ใจ” หรืออาจใช้คำถามประเภทเปิดโอกาสให้ผู้ตอบตอบได้อย่างอิสระเต็มที่ก็ได้

2. การแบ่งสเกล (Scaling Technique) คือ การใช้ช่องการวัดแบบต่างๆ เช่น Li Kert Scale แบ่งช่วงการวัดออกตามความคิดเห็น เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ไม่แน่ใจ ไม่เห็นด้วย ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

3. วิธีการพิเศษ (Special Technique) เนื่องจากการวัดทัศนคตินั้นอาจประสบข้อจำกัดในแง่ที่ผู้ตอบอาจจะตอบ เพื่อให้เป็นไปตามความเหมาะสมตามสภาพการณ์ของสังคม หรือตามปกติวิสัยตามค่านิยม ตามการยอมรับและไม่ยอมรับ หรือตามความชอบ ไม่ชอบ ของคนส่วนใหญ่ในสังคม ซึ่งเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เมื่อเป็นเช่นนี้คำตอบที่ได้รับย่อมไม่ใช่ทัศนคติอย่างแท้จริงของผู้ตอบ จึงมีการเสาะหาวิธีการทางอ้อม เพื่อให้วัดโดยไม่ต้องการให้ผู้ตอบทราบที่กำลังถูกทดสอบอะไรอยู่

2. การบริโภค

รัตน สบายคณิต (2539 : 7) กล่าวว่า การบริโภคเป็นกิจกรรมสุดท้ายของกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่มีความสำคัญ กล่าวคือ เป็นกิจกรรมที่ก่อให้เกิดการตอบสนองหรือบำบัดความต้องการให้กับหน่วยเศรษฐกิจต่างๆ ของระบบเศรษฐกิจ ทั้งครัวเรือน ธุรกิจ และรัฐบาล เนื่องจากทุกๆ หน่วยจำเป็นต้องได้รับสินค้าและบริการมาอุปโภค บริโภคเพื่อตอบสนองความต้องการด้วยกันทั้งสิ้น

2.1 ความหมายของการบริโภค

หมายถึง การใช้ประโยชน์จากสินค้าและบริการเพื่อสนองความต้องการของมนุษย์ รวมถึงการนำสินค้าและบริการมาใช้ประโยชน์เพื่อการผลิตสินค้าและบริการอื่นๆ การบริโภคไม่ได้หมายความถึงการรับประทานหรือการบริโภคอย่างที่เราเข้าใจแต่เพียงอย่างเดียว การใช้สินค้าอื่นๆ และการใช้บริการอย่างใดอย่างหนึ่งก็คือ การบริโภคด้วยเช่นกัน เช่น การไปพบแพทย์เมื่อยามเจ็บป่วย การพักโรงแรม การท่องเที่ยว การขนส่ง การประกันภัย ฯลฯ จึงสรุปได้ว่า การกระทำทั้งหลายอันทำให้สินค้าหรือบริการอย่างใดอย่างหนึ่งสิ้นเปลืองไปเพื่อเป็นประโยชน์แก่มนุษย์ ไม่ว่าจะโดยทางตรงหรือทางอ้อม ถือเป็น การบริโภคทั้งสิ้น

2.2 ประเภทของการบริโภค

การแบ่งประเภทของการบริโภคตามลักษณะของสินค้าสามารถแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ

2.2.1. บริโภคสินค้าไม่คงทน (Nondurable Goods Consumption) คือการบริโภคสิ่งของชนิดใดชนิดหนึ่งแล้วของชนิดนั้นจะสิ้นเปลืองหรือใช้หมดไป การบริโภคลักษณะนี้เรียกว่า destruction เช่น การบริโภคน้ำ อาหาร ยารักษาโรค น้ำมันเชื้อเพลิง ฯลฯ

2.2.2. การบริโภคสินค้าคงทน (Durable Goods Consumption) คือการบริโภคสิ่งของอย่างใดอย่างหนึ่งโดยสิ่งของนั้นยังคงใช้ได้อีก การบริโภคลักษณะนี้เรียกว่า Diminution เช่น การอาศัยบ้านเรือน การใช้รถยนต์ พัดลม โทรทัศน์ ฯลฯ อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่าสินค้าคงทนเหล่านี้จะใช้แล้วไม่หมดไปในที่เดียวแต่จะค่อยๆ สึกหรือไปจนในที่สุดไม่สามารถนำมาใช้ได้อีก

2.3 ปัจจัยที่ใช้กำหนดการบริโภค

ธงชัย สันติวงษ์ (2533) ถึงแม้ว่าความต้องการบริโภคสินค้าหรือบริการของผู้บริโภคแต่ละรายจะมีความแตกต่างกันแต่ก็พอจะสรุปได้ว่า ตัวกำหนดการบริโภคหรือปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการโดยรวมมีดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3.1. รายได้ของผู้บริโภค ระดับรายได้เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคสินค้าหรือบริการของผู้บริโภค โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน คือ ผู้บริโภคที่มีรายได้มากจะบริโภคมาก ถ้ามีรายได้น้อยก็จะบริโภคน้อย

2.3.2. ราคาของสินค้าและบริการ คือ เนื่องจากระดับราคาของสินค้าและบริการเป็นตัวกำหนดอำนาจซื้อของเงินที่มีอยู่ในมือของผู้บริโภค นั่นคือ ถ้าราคาของสินค้าและบริการสูงขึ้นจึงทำให้อำนาจซื้อของสินค้าลดลง ส่งผลให้ผู้บริโภคสินค้าและบริการได้น้อยลง เนื่องจากเงินจำนวนเท่าเดิมซื้อหาสินค้าและบริการได้น้อยลง ในทางกลับกัน ถ้าราคาของสินค้าหรือบริการลดลงอำนาจซื้อของเงินจะเพิ่มขึ้น ส่งผลให้ผู้บริโภคสามารถบริโภคสินค้าหรือบริการได้มากขึ้นด้วยเหตุผลทำนองเดียวกันกับข้างต้น

2.3.3. ปริมาณเงินหมุนเวียนที่อยู่ในมือ กล่าวคือ ถ้าผู้บริโภคมีเงินหมุนเวียนอยู่ในมือมากจะจูงใจให้ผู้บริโภค บริโภคมากขึ้น และถ้ามีเงินหมุนเวียนอยู่ในมือน้อยก็จะบริโภคน้อยลงด้วย

2.3.4. ปริมาณของสินค้าในตลาด ถ้าสินค้าหรือบริการในท้องตลาดมีปริมาณมาก ผู้บริโภคจะมีโอกาสในการจับจ่ายใช้สอยหรือบริโภคได้มาก ในทางกลับกัน ถ้ามีน้อยก็จะบริโภคได้น้อยตามด้วย

2.3.5. การคาดคะเนราคาของสินค้าหรือบริการในอนาคต จะมีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค กล่าวคือ ถ้าผู้บริโภคคาดว่าในอนาคตราคาของสินค้าหรือบริการจะสูงขึ้น ผู้บริโภคจะเพิ่มการบริโภคในปัจจุบัน (ลดการบริโภคในอนาคต) ตรงกันข้าม ถ้าคาดว่าราคาของสินค้าหรือบริการจะลดลงผู้บริโภคลดการบริโภคในปัจจุบันลง (เพิ่มการบริโภคในอนาคต) จะเห็นได้ว่าการคาดคะเนราคาของสินค้าและบริการในอนาคตจะมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม กับการตัดสินใจเลือกบริโภคหรือระดับการบริโภคในปัจจุบัน และจะมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับการตัดสินใจเลือกบริโภคหรือระดับการบริโภคในอนาคต

2.3.6. ระบบการชำระและการชำระเงิน เป็นปัจจัยสำคัญปัจจัยหนึ่งที่กำหนดการตัดสินใจในการเลือกบริโภคของผู้บริโภค กล่าวคือ ถ้าเป็นระบบการซื้อขายด้วยเงินผ่อน ดาวน์ต่ำ ผ่อนระยะยาว จะเป็นการเพิ่มโอกาสในการบริโภคให้กับผู้บริโภคมากขึ้น นั่นคือ ผู้บริโภคสามารถบริโภคโดยไม่ต้องชำระเงินในงวดเดียว มีเงินส่วนหนึ่งในการดาวน์ ก็สามารถหาซื้อสินค้าและบริการมาบริโภคได้โดยเฉพาะสินค้าหรือบริการที่มีราคาสูง เช่น บ้าน รถยนต์ ฯลฯ ตรงกันข้าม ถ้าไม่มีระบบซื้อขายแบบเงินผ่อน คือ ผู้บริโภคจะต้องชำระเงินค่าสินค้าตามราคาในงวดเดียว ผู้บริโภคอาจไม่สามารถซื้อหาหรือบริโภคสินค้าหรือบริการนั้นๆ ได้

นอกจากที่กล่าวข้างต้น ยังมีปัจจัยอื่นๆ อีกมากมายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคของผู้บริโภค ไม่ว่าจะเป็นเพศ อายุ ระดับการศึกษา ฤดูกาล เทศกาล รสนิยมหรือความชอบส่วนตัวของเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผู้บริโภคตัวอย่างเช่น ในเทศกาลกินเจ ถ้าผู้บริโภครับประทานอาหารเจ ผู้บริโภคจะไม่รับประทานเนื้อสัตว์ โดยจะหันมาบริโภคพืชผักผลไม้แทน หรือในวัยเด็ก ส่วนใหญ่เด็กๆ มักจะบริโภคลูกอม ลูกกวาด ขนม มากกว่าเมื่อโตเป็นผู้ใหญ่ (อายุ) เป็นต้น

2.4 กระบวนการในการตัดสินใจของผู้บริโภค

สุบัญญัติ ไชยชาญ (2538:136-147) ได้ให้เหตุผลว่ากระบวนการในการตัดสินใจของมนุษย์มี 5 ขั้นตอน และสรุปได้ดังนี้

2.4.1. การยอมรับปัญหา หมายถึง สภาวะที่ผู้บริโภครู้และประจักษ์ชัดว่า ความจริงที่เป็นอยู่กับความปรารถนาของเขามีความแตกต่างกัน ดังนั้นจึงต้องตัดสินใจแก้ปัญหา และจะต้องดำเนินการตามขั้นตอนต่อไป

2.4.2. การเสาะแสวงหาสารสนเทศ หมายถึง การหาข้อมูลจากสารสนเทศเพื่อนำไปแก้ปัญหาที่เขาประสบอยู่และสารสนเทศนั้นจะถูกนำไปใช้ในการตัดสินใจในขั้นต่อไป

2.4.3. การประเมินทางเลือก เมื่อได้สารสนเทศมาแล้วผู้บริโภคจะประเมินทางเลือกที่มีอยู่และสารสนเทศน่าเชื่อถือหรือน่าสนใจมากที่สุดผู้บริโภคอาจเลือกช่องทางนั้นนำไปแก้ปัญหา แต่ถ้าไม่มีสารสนเทศที่น่าสนใจ ผู้บริโภคอาจจะย้อนกลับไปยังขั้นตอนการเสาะแสวงหาสารสนเทศอีกก็ได้

2.4.4. การตัดสินใจซื้อ เมื่อขั้นตอนการประเมินทางเลือกสิ้นสุดลง ผู้บริโภคก็จะสามารถตัดสินใจซื้อได้

2.4.5. พฤติกรรมหลังการซื้อ หลังจากซื้อผลิตภัณฑ์มาใช้แล้ว ผู้บริโภคก็จะเรียนรู้ว่าผลิตภัณฑ์นั้นสามารถแก้ปัญหาได้จริงหรือไม่ โดยมีความคาดหวังเป็นมาตรฐาน และถ้ามีความสามารถมากกว่าความคาดหวังผู้บริโภคก็จะเกิดความพอใจและถ้อยๆ กว่าอาจเกิดความไม่พอใจขึ้น

ธงชัย สันติวงษ์ (2533:62) ได้ทำการศึกษาเรื่องกระบวนการตัดสินใจซื้อ กล่าวไว้ว่า ในปัจจุบันผู้บริโภคอาจเกี่ยวข้องกับปัญหาของการตัดสินใจซื้อเพื่อจัดหาสิ่งของมาบริโภคสืบเนื่องมาจากสิ่งกระตุ้นภายนอกก็คือ สินค้าที่วางขาย การโฆษณาด้วยภาพ ประภาศ หรือด้วยกิจกรรมการตลาดอื่นๆ ที่เกี่ยวกับการส่งเสริมการขายให้ผู้บริโภคได้เห็นสิ่งเหล่านี้คือ ปัจจัยทางวัตถุ ทำนองเดียวกันการบอกกล่าวชักชวนหรือการเห็นแล้วเกิดการอยากลอกเลียนแบบใช้ของเหมือนของคนอื่น ก็จะเป็นตัวกระตุ้นที่เป็นปัจจัยทางสังคมเมื่อมีสิ่งอื่นกระตุ้นจากภายนอกผ่านระบบประสาทสัมผัสเข้ามา แรงกระตุ้นก็จะเกิดขึ้น และเกิดความอยากได้ขึ้นกระบวนการของพฤติกรรมในการบริโภคก็จะเกิดขึ้นที่กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคประกอบด้วย 5 ขั้นตอน คือ

1. การรับรู้ปัญหา/ความต้องการที่ได้รับการกระตุ้น

2. การแสวงหาข้อมูลจากแหล่งภายในและภายนอก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. การประเมินทางเลือกผลิตภัณฑ์ที่เด่นชัดที่สุด
4. การตัดสินใจซื้อ
5. พฤติกรรมหลังการซื้อ การพึงพอใจและไม่พึงพอใจ ทางเลือกที่เราได้เลือกมานั้นสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคมาน้อยแค่ไหน

3. เนื้อโคและผลิตภัณฑ์แปรรูปเนื้อสัตว์

จุฑารัตน์ เศรษฐกุล และญาณิน โอบาสัทธมนกิจ (2548) ได้รวบรวมเรื่องเนื้อโค สรุปเป็นข้อๆ ได้ดังนี้

3.1 การใช้ประโยชน์จากเนื้อโค

ความเหมาะสมในการนำไปใช้ประโยชน์จากเนื้อโค สามารถแบ่งได้ดังนี้

3.1.1. เนื้อโคที่เหมาะสมในการนำไปแปรรูป ความสำเร็จของการแปรรูปเนื้อที่สำคัญประการหนึ่ง คือ การใช้เนื้อที่มีมูลค่าต่ำ หรือเนื้อที่เป็นผลพลอยได้จากวัตถุประสงค์หลักมาเพิ่มมูลค่าให้สูงขึ้นและเป็นที่ต้องการของผู้บริโภคด้วย ในประเทศไทย เนื่องจากโคที่อายุมากโคคัดทิ้งเป็นผลพลอยได้จากการปลดระวาง โคหรือกระบือที่ใช้แรงงานในการทำงาน เนื้อโคที่ได้จึงมีคุณภาพต่ำ เหนียว ไม่เหมาะที่จะนำมาบริโภคเพื่อการประกอบอาหาร เนื่องจากเนื้อที่มีปริมาณเอ็นและพังผืดสูง มีไขมันปะปนน้อย หากนำไปบริโภคเป็นเนื้อสดก็บริโภคได้บางส่วน เช่น สันนอก เนื้อสะโพก ชิ้นส่วนที่เหลือก็จะนำไปเป็นวัตถุดิบในการผลิตลูกชิ้น ในต่างประเทศเนื้อที่ถือว่าเป็นผลพลอยได้ นอกจากจะเป็นโคที่มีอายุมากหรือโคปลดระวางแล้ว เนื้อจากชิ้นส่วนของโคขุนที่ไม่นิยมนำไปประกอบอาหารประเภทสเต็ก เช่นเนื้อจากส่วนพื้นอก พื้นท้อง บริเวณคอ หัวไหล่ของโคขุน ซึ่งจะมีไขมันปนอยู่มาก จะนำไปเป็นวัตถุดิบในการผลิตไส้กรอกและแฮมเบอร์เกอร์แต่ในประเทศไทยการใช้ประโยชน์หรือความต้องการผลิตไส้กรอกและแฮมเบอร์เกอร์จากเนื้อโคมีน้อยมาก เพราะการแปรรูปเกือบทั้งหมด คือทำลูกชิ้น และเนื้อจากชิ้นส่วนของโคขุนดังที่กล่าวมาจะไม่เหมาะสมทั้งในด้านของราคาและคุณภาพ ทั้งนี้เพราะเนื้อที่นำมาผลิตลูกชิ้น ต้องเป็นเนื้อที่ไม่ติดมันและไม่อ้วน ซึ่งจะตรงกับเนื้อโคที่มีอายุมาก

3.1.2. เนื้อโคที่เหมาะสมในการนำไปประกอบอาหาร ในประเทศไทยผู้บริโภคที่ซื้อเนื้อโคไปประกอบอาหาร จะมีตั้งแต่ แม่ค้า แม่บ้าน กุ๊กโรงแรม กุ๊กร้านอาหาร ภัตตาคาร ซึ่งจะเลือกซื้อเนื้อให้ตรงกับความเหมาะสมที่จะนำไปประกอบอาหาร โดยทั่วไปแล้วผู้บริโภคที่มีรายได้สูงและซื้อเนื้อเพื่อไปประกอบอาหารรับประทาน หรือโรงแรม ร้านอาหารประเพณี จะให้ความสำคัญกับความนุ่มของเนื้อโค นั้นหมายถึง เนื้อที่มาจากโคขุน อายุน้อย มีไขมันแทรกในเนื้อ เนื้อต้องผ่านการบ่ม ขางเหมาะกับเนื้อโคคุณภาพสูง จะต้องมีผู้บริโภคกลุ่มนี้เพิ่มมากขึ้นด้วย ซึ่งต้องอาศัยเวลาและต้องมีการประชาสัมพันธ์ให้ความรู้และแนะนำเนื้อไปใช้ประโยชน์อย่างถูกต้องให้แก่ผู้บริโภค

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.2 คุณภาพเนื้อโค

คุณภาพหมายถึง ความพึงพอใจสูงสุดของผู้บริโภค ดังนั้นคุณภาพเนื้อที่ผู้บริโภคพึงพอใจนั้นนอกเหนือจากคุณลักษณะของเนื้อที่มีอยู่หลายด้านแล้ว ยังมาจากกระบวนการผลิตที่ถูกต้องและเหมาะสมนับตั้งแต่ฟาร์มเลี้ยง จนมาถึงมือผู้บริโภคและความพึงพอใจของผู้บริโภคในการตัดสินใจว่าเนื้อนั้นมีคุณภาพหรือไม่ ยิ่งขึ้นอยู่กับความเหมาะสมในการนำไปใช้ประโยชน์อีกด้วย คุณลักษณะของเนื้อที่ใช้เป็นตัวกำหนดคุณภาพ แบ่งออกได้เป็น 5 ด้าน ดังนี้

3.2.1. คุณค่าทางโภชนาการ และสุขภาพ (Nutritional and Health Value) เนื้อโคเป็นแหล่งอาหารโปรตีน ให้พลังงาน กรดอะมิโนจำเป็น กรดไขมันจำเป็น และปริมาณแร่ธาตุที่จำเป็น เช่น ธาตุเหล็กสูง นอกจากนี้ยังอุดมไปด้วย วิตามิน E และวิตามิน B

3.2.2. คุณค่าทางการบริโภค (Eating Value or Sensory Value) ได้แก่คุณภาพที่เกี่ยวข้องกับรสชาติ สี กลิ่น ความนุ่ม ความคงตัวของเนื้อ ซึ่งในเรื่องความนุ่มของเนื้อนี้จัดได้ว่าเป็นเรื่องที่ผู้บริโภค ให้ความสำคัญมากที่สุด

3.2.3. คุณค่าทางด้านความสะอาด ปลอดภัย (Hygienic Value) หรือด้านความปลอดภัยของอาหาร ได้แก่ความปลอดภัยจากสารตกค้าง และสารปนเปื้อนในเนื้อ และความสะอาดปลอดภัยจุลินทรีย์สำคัญที่ทำให้เกิดโรค

3.2.4. คุณค่าทางการนำไปแปรรูป (Technological Value) ได้แก่ค่า pH ในเนื้อ ความสามารถในการอุ้มน้ำของโปรตีนในเนื้อ เฟอร์เร็นต์การสูญเสีย น้ำ ระหว่างการเก็บรักษาและการสูญเสียระหว่างการปรุงอาหาร

3.2.5. คุณค่าที่เกี่ยวข้องทางคุณธรรมและจิตใจ (Ethical Value) ได้แก่การยอมรับคุณภาพเนื้อโคที่มาจากฟาร์มเลี้ยงในระบบปล่อยทุ่งหญ้าธรรมชาติ (Grass Beef) เป็นต้น

ตามหลักสากล จะแบ่งเกรดคุณภาพซากโคเป็น 2 แบบ คือ เกรดคุณภาพ (Quality Grade) ซึ่งเน้นความสำคัญของคุณภาพเนื้อด้านไขมันแทรก และเกรดผลผลิต (Yield Grade) ที่เน้นในด้านปริมาณเนื้อแดงในซากโดยไม่คำนึงถึงไขมันแทรก เกรดคุณภาพ อาศัยดัชนีชี้วัด ได้แก่ระดับไขมันแทรกในเนื้อ (Conformation) ความหนาของไขมันหุ้มซาก ทั้งนี้ทั้งระดับของไขมันแทรกแบ่งได้ถึง 9 ระดับและอายุของสัตว์ไม่ควรเกิน 2 ปีครึ่ง เกรดผลผลิตหมายถึง เกรดที่กำหนดขึ้นโดยใช้ปริมาณเนื้อแดงจาก 4 ชิ้นส่วนสำคัญของซาก ได้แก่ ส่วนสะโพก (Round) ส่วนหลังตอนปลาย (Loin) ส่วนหลังตอนหน้า (Rib) และช่วงไหล่ (Chuck) เกรดผลผลิตจะแบ่งเป็น 5 เกรด แต่ละเกรดควรมีเปอร์เซ็นต์เนื้อแดงที่เทียบจากน้ำหนักซาก ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ระดับเกรดผลผลิต	เปอร์เซ็นต์เนื้อแดง
1	52.3 หรือ มากกว่า
2	50.00 – 52.20
3	47.70 – 49.90
4	45.40 – 47.60
5	45.3 และ ต่ำกว่า

3.3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความนุ่มของเนื้อโค

ความนุ่มของเนื้อโคมีปัจจัยที่เกี่ยวข้องหลายประการดังนี้

3.3.1. พันธุ์ โคยุโรป (Bos Taurus) และโคอินเดีย (Bos Indicus) มีอิทธิพลต่อความนุ่มของเนื้อ เนื้อที่มาจากโคเลือดยุโรปสูงจะมีความนุ่มของเนื้อมากกว่า ดังนั้นโคบราห์มันหรือโคที่มีเลือดบราห์มันระดับสูงจะมีความเหนียว เนื่องจากโคมีระดับเอนไซม์ (Calpastatin) สูงซึ่งเป็นเอนไซม์ที่ยับยั้งการทำงานของเอนไซม์ที่ทำให้เนื้อนุ่ม (Calpain)

3.3.2. อายุ โคที่มีอายุน้อย มีเนื้อที่นุ่มกว่าโคที่มีอายุมาก ซึ่งโดยทั่วไปแล้วโคขุนคุณภาพควรมีอายุไม่เกิน 3 ปี

3.3.3. ระดับไขมันแทรก เนื้อโคที่มีปริมาณไขมันแทรกสูงจะมีความนุ่มกว่าเนื้อที่ไม่มีไขมันแทรก มีรายงานการวิจัยพบว่า ปริมาณไขมันแทรกในเนื้อที่จะมีผลต่อความนุ่มของเนื้อไม่ควรน้อยกว่า 5 เปอร์เซ็นต์ เนื้อโคขุนโพนยางคำระดับคะแนนไขมันแทรก 4.5 พบว่ามีระดับไขมันแทรกสูงถึง 10 เปอร์เซ็นต์ ในขณะที่โคขุนลูกผสมเลือดบราห์มันระดับสูงมีไขมันแทรกอยู่ไม่ถึง 2 เปอร์เซ็นต์

3.3.4. ขนาดและชนิดของเส้นใยกล้ามเนื้อ ขนาดของเส้นใยกล้ามเนื้อมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความนุ่มของเนื้อ ในขณะที่เดียวกันชนิดของเส้นใยกล้ามเนื้อ ได้แก่ Red และ White Fiber Type ก็มีผลสัมพันธ์กับความนุ่มของเนื้อเช่นเดียวกัน โดยพบว่ากล้ามเนื้อที่มีปริมาณของ Red Fiber เนื้อจะเหนียวเนื่องจากค่า pH ในกล้ามเนื้อลดลงช้า โคพื้นเมืองเป็นโคที่ยังไม่ถูกพัฒนาปรับปรุงด้านการสร้างกล้ามเนื้อ ดังนั้นจึงมีขนาดเส้นใยกล้ามเนื้อละเอียด ในขณะที่เดียวกันก็มีสัดส่วนของ Red และ White Fiber Type สูงและยังเป็นโคในตระกูล Bos Indicus

3.3.5. ชนิดของกล้ามเนื้อ กล้ามเนื้อจากชิ้นส่วนต่างๆ ของร่างกายมีความนุ่มความเหนียวแตกต่างกัน เนื่องจากความแตกต่างของปริมาณเนื้อเยื่อเกี่ยวพันและไขมันที่เป็นส่วนประกอบของกล้ามเนื้อนั้นๆ เนื่องจากส่วนของร่างกายที่มีความเคลื่อนไหวมาก เช่น เนื้อน่อง เนื้อต้นคอ เนื้อที่ท้องจะมีเอ็นและพังผืดอยู่มากในทางตรงข้าม เนื้อสันในอยู่ในบริเวณของร่างกายที่มีการเคลื่อนไหวน้อย ดังนั้นจึงมีความนุ่มมากกว่า

3.3.6. อาหาร โคขุนที่ได้รับอาหารชั้นรวมกับการให้อาหารหยาบอย่างต่อเนื่อง จะนุ่มกว่าโคที่กินหญ้าเพียงอย่างเดียว ทั้งนี้เป็นเพราะปริมาณไขมันในเนื้อที่มีมากขึ้น

3.3.7. สารเร่งเนื้อแดง โคขุนที่มีการให้สารเร่งเนื้อแดงในกลุ่ม เบต้าอะโกนิส เพื่อเร่งสร้างเนื้อแดง จะมีผลทำให้เนื้อมีความเหนียวมากขึ้นเพราะการใช้สารเร่งเนื้อแดงมีความสัมพันธ์กับ เอนไซม์ Calpastatin ที่สูงขึ้น

3.3.8 การเปลี่ยนแปลงของปฏิกิริยาไกลโคไลซิสภายหลังจากสัตว์ตายมีผลทำให้เกิดการใช้ไกลโคเจนในกล้ามเนื้อ เพื่อสร้างพลังงานทำให้เนื้อยังทำงานได้ภายหลังจากสัตว์ตาย จะมีผลทำให้เกิดกรดแลคติก ซึ่งมีผลทำให้ pH ในกล้ามเนื้อภายหลังจากสัตว์ตายลดลง การเปลี่ยนแปลงของปฏิกิริยานี้ ถ้าเป็นไปอย่างรวดเร็ว จะทำให้ค่า pH ในกล้ามเนื้อลดลงอย่างรวดเร็วมาก มีผลทำให้เข้าสู่ภาวะการเกร็งตัวของกล้ามเนื้ออย่างถาวร (Rigor Mortis) เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว ซึ่งจะมีผลทำให้ระยะเวลาที่จำเป็นจะต้องใช้ในการบ่มเนื้อสั้นลง เนื่องจากเอนไซม์ในเนื้อเข้าทำการย่อยสลายโปรตีนได้เร็วขึ้น

3.3.9. ระยะเวลาในการบ่มเนื้อ เนื้อโคจะนุ่มได้ต้องอาศัยเอนไซม์ในเนื้อ ที่สำคัญคือ Calpain และ Cathepsins เข้าทำการย่อยโปรตีนให้แตกสลาย เนื้อจึงนุ่มได้ การทำงานของเอนไซม์ต้องอาศัยระยะเวลา ซึ่งจะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับปัจจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องอีกมาก โดยทั่วไปแล้วเนื้อโคขุนลูกบรားมันจำเป็นต้องใช้ระยะเวลาในการบ่มนานกว่าเนื้อโคขุนเลือดยุโรป

3.3.10. ความเร็วในการลดอุณหภูมิเนื้อ การลดอุณหภูมิในเนื้ออย่างรวดเร็วภายหลังจากกระบวนการฆ่าสัตว์ อาจทำให้เนื้อเหนียวมากขึ้น เนื่องจากเกิดสภาวะการหดตัวจากความเย็น (Cold Shortening) ปรากฏการณ์นี้ อาจเกิดได้ในกรณีที่นำซากโคเข้าห้องเย็นในอุณหภูมิที่ต่ำ ถ้าอุณหภูมิในเนื้อลดลงอย่างรวดเร็วภายในเวลา 10 ชั่วโมง ลดลงต่ำกว่า 10 องศาเซลเซียส โอกาสที่จะเกิดสภาวะดังกล่าวมีสูงมาก โดยทั่วไปแล้วซากโคที่มรณะหนักสูงและมีไขมันหุ้มซากหนา โอกาสจะเกิดขึ้นน้อยกว่าโคที่มีไขมันหุ้มซากน้อย

3.3.11. มีวิธีการปรุง วิธีการปรุงอาหารมีผลอย่างมากต่อความนุ่มความเหนียวของเนื้อ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับกล้ามเนื้อนั้นมีเอ็น พังผืด ไขมันแทรกในเนื้อมากน้อยเพียงใด เนื้อสันนอกเป็นเนื้อที่มีความนุ่มมาก รองจากเนื้อสันใน นิยมนำไปทำอาหารประเภทที่ใช้ความร้อนสูงในการทำให้เนื้อสุก เนื่องจากความร้อนทำให้โปรตีนในเนื้อเสื่อมสภาพ และจะทำให้เนื้อกระด้างแข็ง ดังนั้นเนื้อที่มีความนุ่มอยู่แล้ว จึงไม่ควรปรุงสุกให้มาก ควรเลือกเนื้อสันนอกที่มีไขมันแทรก เพราะว่าจะไม่แห้งหรือแข็งกระด้าง เมื่อสุกแล้วเนื้อจะมีไขมันช่วยดูดซับน้ำไม่ให้ออกไปจากเนื้อ ในทางตรงกันข้ามเนื้อที่มีเอ็นอยู่มาก เช่น เนื้อน่อง เนื้อพื้นท้อง เนื้อคอ ควรปรุงสุกแบบใช้ความร้อนปานกลางในการต้มหรือตุ๋น โดยใช้เวลานาน ซึ่งมีผลทำให้เอ็นนุ่ม เนื่องจากเปลี่ยนสภาพเป็นเจลาติน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.4 ตลาดเนื้อโคในประเทศไทย

ตลาดเนื้อโคในประเทศไทยสามารถแบ่งได้เป็น 3 ตลาดด้วยกัน คือ ตลาดบน ตลาดกลาง และตลาดล่าง จากสถิติในปี 2546 ปริมาณการบริโภคเนื้อโคภายในประเทศมีประมาณ 158 ล้าน กิโลกรัม โดยมาจากโคเนื้อที่เลี้ยงภายในประเทศ 110 ล้านกิโลกรัม (ร้อยละ 70) จากแม่โคนมที่ปลด ระวัง และลูกโคนมประมาณ 5.6 ล้านกิโลกรัม (ร้อยละ 26.2) และเนื้อโคแช่แข็งนำเข้า 0.9 ล้าน กิโลกรัม (ร้อยละ 0.6)

ในตลาดกลางและตลาดล่างจะเป็นโคทุกชนิด ทุกเพศ ทุกวัย ไม่มีข้อจำกัดใดๆ ในด้านการเลี้ยงการผสมพันธุ์ ส่วนใหญ่จะเป็นพันธุ์พื้นเมืองในประเทศไทย ซึ่งในตลาดกลางจะส่งขายในตลาดสดเป็นเนื้อสดหรือเนื้อเซียง และส่งตามร้านอาหารทั่วไป จะไม่เน้นคุณภาพของเนื้อมากนัก ลักษณะของเนื้อจะเป็นเนื้อส่วนขาหลังของโคทั่วไป หรือขาหน้าของโคขุน ส่วนใหญ่ในตลาดล่างส่งขายทำลูกชิ้น ซึ่งถือว่าเป็นส่วนใหญ่ของเนื้อโคในตลาดกลางและตลาดล่าง ชิ้นส่วนที่ส่งขายคือ ส่วนอื่นๆ ที่ไม่ใช่ขาหลังหรือส่วนที่ไม่ส่งขายในตลาดสด หรือร้านอาหารทั่วไป ซึ่งในตลาดลูกชิ้นนี้จะไม่เน้นที่คุณภาพของเนื้อ จะเน้นที่ราคาถูกมากกว่า

ส่วนในตลาดบนจะเป็นโคขุน ซึ่งเป็นโคลูกผสมกับพันธุ์โคต่างประเทศ อย่างน้อยร้อยละ 50 มรการดูแลเอาใจใส่เป็นอย่างดี ใช้อาหารข้นและอาหารหยาบในการขุน ใช้เวลาในการขุนโคประมาณ 10-12 เดือน และเริ่มขุนเมื่ออายุประมาณ 8-12 เดือน ซึ่งมีน้ำหนักประมาณ 200-300 กิโลกรัม เมื่อขุนเสร็จจะมีน้ำหนักประมาณ 500-550 กิโลกรัม กลุ่มผู้บริโภคในตลาดนี้จะเน้นเรื่องของคุณภาพเป็นสำคัญ เป็นกลุ่มผู้มีรายได้ปานกลางค่อนข้างมากขึ้นไป และนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศในตลาดบนจะส่งขายรูปเปอร์มาเก็ต ห้องอาหารมีระดับ โรงแรม และแหล่งท่องเที่ยวของคนต่างชาติ ลักษณะเนื้อที่ขายจะเป็นเนื้อแช่เย็น หรือปรมซากก่อน ตลาดผู้บริโภคเนื้อโค ผู้บริโภคเนื้อโคในประเทศไทยแบ่งได้เป็น 2 กลุ่มใหญ่ ตามลักษณะของการนำไปใช้ประโยชน์ กล่าวคือ

3.4.1. ผู้บริโภคเนื้อสด (Fresh Consumer) คือผู้บริโภคที่ซื้อเนื้อ เพื่อไปประกอบเป็นอาหารสำหรับการบริโภค ได้แก่ การใช้ประโยชน์จากเนื้อในการประกอบอาหารในครัวเรือน ภัตตาคาร โรงแรม ร้านอาหาร ชิ้นส่วนของเนื้อสดที่วางจำหน่ายในร้านค้าหรือรูปเปอร์มาเก็ต ได้แก่

Tenderloin, Fillet	เนื้อสันใน
Sirloin, Strip Loin	เนื้อสันนอก
Top Round, Eye Round	เนื้อสะโพกชั้นดี
Bottom Round	เนื้อสะโพกส่วนล่าง
Rump Steak	เนื้อตะเซ่ เนื้อตะโพกส่วนบน เนื้อสันเอว
Rib Eye	เนื้อสันนอกช่วงอก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Rib Steak	เนื้อเสตีกสันนอกช่วงอก
Brisket	เนื้อเสื่อร้องไห้
Chuck	เนื้อไหล่
Knuckle, Sirloin Tip	เนื้อลูกมะพร้าว
Flank	เนื้อพื้นท้อง
Shank	เนื้อน่อง
Mini Steak	เนือบดล้วนสำหรับทำเสตีก
T-Bond Steak	ที-โบน เสตีก
-	เนื้อแดง
-	เนื้อม้วนสำหรับทอด
Ground Beef, Beef Mince	เนือบด

ฯลฯ

ตลาดเนื้อสดหรือผู้บริโภคนเนื้อสด แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ

3.4.1.1 ตลาดระดับล่าง ผู้บริโภคคือ ผู้ที่ซื้อเนื้อจากตลาดสด หรือเขียงเนื้อในตลาดสดทั่วไป เนื้อโคที่นำมาขาย เป็นเนื้อโคต่างๆ ไป มาจากโคที่เลี้ยงด้วยหญ้า ได้แก่ โคพื้นเมือง โคแก่ นอกจากนี้อาจเป็นโคที่มีอายุมากและได้รับการขุนด้วยอาหารข้นและอาหารหยาบ เป็นระยะเวลาสั้นๆ ก่อนส่งโรงฆ่าประมาณ 3-4 เดือน เพื่อให้ได้โคที่มีการสร้างกล้ามเนื้อขึ้นมาบ้าง ซึ่งเป็นที่ต้องการของผู้บริโภคชาวมุสลิม

3.4.1.2 ตลาดระดับกลาง ผู้บริโภคคือ ผู้ที่ซื้อเนื้อจากตลาดสดขนาดใหญ่ เช่น ตลาด ออต. ตลาดบางกะปิ จนถึงซูเปอร์มาร์เก็ต ซึ่งเป็นเนื้อโคจากโคลูกผสม เลือดบรห์มันเป็นส่วนใหญ่ และมีบางส่วนเป็นลูกผสมเลือดซาโรเลส ถูกนำมาขุนด้วยอาหารข้นและอาหารหยาบ ซึ่งส่วนใหญ่ได้แก่ เปลือกสับประรดหมัก หรือต้นข้าวโพดหมัก โดยจะขุนเป็นเวลา 3-4 เดือน ผู้เลี้ยงโคชนิดนี้จะเป็นเกษตรกรที่มีเงินทุนสูงและมีเครือข่ายที่ดีกับพ่อค้ารับซื้อโคเข้าโรงฆ่าที่พ่อค้าซื้อนำไปฆ่า ผู้บริโภคเนื้อกลุ่มนี้จะซื้อเนื้อไปประกอบอาหารแบบไทยจนถึงแบบตะวันตก

3.4.1.3 ตลาดระดับสูง ผู้บริโภค คือ ผู้ที่ซื้อเนื้อที่มีคุณภาพสูง เพื่อนำไปทำอาหารประเภทสเต็ก ซึ่งเน้นความนุ่มของเนื้อเป็นสำคัญ ผู้บริโภคมีตั้งแต่คนไทยที่รู้จักวิธีประกอบอาหารแบบตะวันตก คนต่างชาติที่อยู่ในประเทศไทย โรงแรม ภัตตาคาร ร้านอาหาร ซูเปอร์มาร์เก็ตชั้นนำ

3.4.2 ผู้แปรรูปเนื้อสัตว์ (Transformation) คือ ผู้ที่ซื้อเนื้อเพื่อไปประกอบเป็นผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อโคเพื่อการบริโภค

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.5 ความหมายของการแปรรูปเนื้อสัตว์

ชัยณรงค์ คันธนิต (2535 :195) กล่าวถึงความหมายของการแปรรูปเนื้อสัตว์ว่า การแปรรูปเนื้อสัตว์คือ การดำเนินการใดๆ เพื่อให้คุณสมบัติของเนื้อสดถูกแปรเปลี่ยนไป โดยการวิธีการเพียงหนึ่งวิธีหรือหลายวิธีด้วยกัน ได้แก่ การบด การสับละเอียด การเติมสารปรุงรสและแต่งสี การใช้ความร้อนและการรมควัน

เยาวลักษณ์ สุรพันธ์พิเชียร (2536:92) กล่าวถึงความหมายของการแปรรูปเนื้อสัตว์ว่า หมายถึงการดำเนินการใดๆ เพื่อให้คุณสมบัติเดิมของเนื้อแปรเปลี่ยนไป โดยการใช้วิธีการเพียงหนึ่งวิธีหรือหลายวิธีด้วยกัน ได้แก่ การบด การสับ การเติมสารเพิ่มรส การใช้ความร้อน ตัวอย่างเนื้อที่แปรรูปที่เห็นกันได้ง่าย ๆ ได้แก่ เนื้อเบอเกอร์ แฮม แหนม ลูกชิ้น

ลัทธนา รุจนะไกรกานต์ (2533 : 188) ได้กล่าวไว้ว่า การถนอมอาหารเนื้อและผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์เป็นกระบวนการสำคัญในการผลิตอาหารเนื้อสัตว์ โดยทั่วไปเนื้อสดย่อมมีรสชาติดีกว่าเนื้อเค็มหรือเนื้อแห้ง และผู้ปรุงยังสามารถเลือกปรุงรสได้หลายรูปแบบ แต่เนื้อเป็นอาหารที่เน่าเสียง่าย ปัจจุบันได้มีการเก็บเนื้อสดในสภาพเย็นหรือควบคุมอุณหภูมิ ทั้งแบบสูงและต่ำกว่าจุดเยือกแข็งเพื่อคงความสดของเนื้อ แต่การถนอมอาหารเนื้อในสภาพอื่นก็มีความจำเป็นมาก เช่น การทำแฮม เนื้อกระป๋อง ไส้กรอก ซึ่งวิธีการถนอมอาหารหรือการแปรรูปเนื้อสัตว์มีวิธีการต่างๆ เช่น การตากแห้ง การหมัก การต้ม การอบรังสี การนึ่ง

ค้วน ชาวหนู (2522:349) ได้กล่าวถึงการถนอมอาหารว่า การถนอมอาหาร(Food Preservation) หมายถึงวิธีการใดๆ ก็ตามที่ทำให้การเก็บอาหารไว้บริโภคได้นานกว่าธรรมดาโดยที่อาหารนั้นยังคงสภาพดีไม่เกิดการสูญเสีย ทั้งในด้านปริมาณและคุณภาพ ทำให้มีอาหารบริโภคทั้งในยามปกติและยามขาดแคลน หรือนอกฤดูกาลของอาหารนั้น เป็นการประหยัดรายจ่ายเนื่องจากซื้อหาเมื่อมีราคาถูกมาเก็บถนอมไว้บริโภคเมื่ออาหารมีราคาแพง หรือพ้นฤดูของอาหารนั้น สาเหตุของการถนอมอาหารก็เนื่องมาจากอาหารมีมาก กินสดไม่ทันหากปล่อยให้เน่าเสีย แต่บางทีก็ถนอมเพราะชอบในรสชาติของอาหารนั้น ส่วนในวงการอุตสาหกรรมทั้งเล็กและใหญ่ทำการถนอมอาหารเพื่อการค้า

3.6 การแบ่งกลุ่มของผลิตภัณฑ์แปรรูปจากสัตว์

เยาวลักษณ์ สุรพันธ์พิเชียร (2536 : 92-93) ได้แบ่งผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์ออกได้เป็น 2 กลุ่มใหญ่ๆ คือ ผลิตภัณฑ์ลดขนาด และผลิตภัณฑ์ขนาดเดิม

3.6.1. ผลิตภัณฑ์ลดขนาด กล่าวคือ ขนาดชิ้นส่วนของเนื้อสดถูกทำให้มีขนาดเล็ก ย่อยกว่าเดิม ทั้งนี้เพื่อว่าผลิตภัณฑ์นั้นๆ จะประกอบกันขึ้นมาจากเนื้อชิ้นเล็กๆ ย่อยๆ รวมตัวกัน ไปเป็น

รูปร่างอีกแบบหนึ่งตามชนิดของผลิตภัณฑ์นั้นๆ ซึ่งจะกล่าวโดยกว้างๆ จะหมายถึง ไล้กรอก เป็นส่วนใหญ่

3.6.2. ผลิตภัณฑ์ขนาดเดิม จะเห็นได้ว่าโครงสร้างสุดท้ายของเนื้อจะยังคงรูปและมีโครงสร้างเหมือนเนื้อสดธรรมดา ส่วนที่แตกต่างกันจะอยู่ที่การเติมส่วนประกอบอื่นๆ แล้วทำให้สุกตามกรรมวิธีของผลิตภัณฑ์นั้นๆ โดยรูปร่างและโครงสร้างของกล้ามเนื้อจะยังคงรูปลักษณะเป็นก้อนเนื้อเหมือนเดิม

ลักษณะ รุจนะไกรกานต์ (2533 : 188-189) กล่าวว่า ผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดมีลักษณะเฉพาะในแต่ละอย่างรวมไปถึงวิธีการผลิตแต่ละชนิดแตกต่างกันไปซึ่งสามารถ แบ่งเป็นสองกลุ่มใหญ่ๆ คือ

1. ผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการตัด สับหรือบดเป็นชิ้นเล็กๆ

ผลิตภัณฑ์ลักษณะนี้ได้จากการที่นำเนื้อมาตัดหรือหั่น บด เป็นชิ้นเล็กๆ หรือท่อนเล็กๆ หรือบางๆ ก็ตาม ซึ่งผลิตภัณฑ์ลักษณะนี้ได้แก่ ไล้กรอกต่างๆ ซึ่งไล้กรอกเป็นพวกที่ได้จากการตัดหรือหั่นเนื้อเป็นชิ้นเล็กๆ ก่อน หรืออาจจะนำไปหมักในแบบบ่มรมควัน อัดในพิมพ์ และความร้อน การจะตัดเนื้อเป็นชิ้นเล็กๆขนาดไหนนั้นขึ้นกับผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่แตกต่างกันไป เช่น ไล้กรอก ลูกชิ้น ทำจากเนื้อตัดชิ้นหยาบๆ และไล้กรอกบางชนิดที่ทำจากเนื้อบดละเอียด ส่วนผสมมีความข้นหนืดสูง เช่น แฟรงค์เฟอ์เตอร์ และโบโลญา

2. ผลิตภัณฑ์ที่ได้จากเนื้อที่มีลักษณะเป็นชิ้น

ผลิตภัณฑ์ลักษณะนี้ได้แก่ แฮมทุกชนิด เบคอน คานเดียนเบคอน ซึ่งรู้จักกันดีในนาม “เนื้อรมควัน” ซึ่งเนื้อพวกนี้ส่วนมากทำจากเนื้อในสภาพทั้งตัวหรือตัดเป็นส่วนตัดใหญ่ ในบางกรณีอาจแยกเอาส่วนกระดูกออกด้วย ผลิตภัณฑ์พวกนี้มักจะมีการหมัก บ่ม ผ่านความร้อน รมควัน และส่วนใหญ่ มักจะอัดเข้าพิมพ์หรือทำเป็นรูปแบบต่างๆ

3.7 ผลิตภัณฑ์จากสัตว์ชนิดต่างๆ

ลักษณะ รุจนะไกรกานต์ (2533 : 255) ได้กล่าวถึงแฮมว่า แฮมเป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำจากเนื้อหมูส่วนขา โดยการดักแล้วเจียนส่วนขาหลังให้กลม กีบและแข็งตัดออก อาจมีหนังหรือไม่มีก็ได้ และกระดูกจะเลาะออกหรือไม่เลาะก็ได้แล้วแต่ต้องการ แล้วจึงนำไปหมักด้วยน้ำหมัก การทำให้สุก โดยการต้มหรืออบรมควัน การจำหน่ายจะหั่นเป็นชิ้นบางๆ ใส่ถุงพลาสติกในสภาพสุญญากาศ รสชาติของแฮมจะออกรสเค็มๆ

เยาวลักษณะ สุรพันธุ์พิศิษฐ์ (2536 : 99) ได้กล่าวถึงไล้กรอกเนื้อสดไว้ว่า ไล้กรอกเนื้อสดเป็นไล้กรอกที่ทำจากเนื้อสดโดยเฉพาะอย่างยิ่งเนื้อวัวและเนื้อหมู บดและผสมเครื่องปรุงรสบรรจุใส่มัด

ห้องสมุดคณะเทคโนโลยีการเกษตร พระจอมเกล้าลาดกระบัง

เป็นปล้องๆ และเก็บไว้ในตู้เย็น เมื่อนำมารับประทานต้องทำให้สุกโดยการทอด ใส่น้ำมันดี น้ำมันนี้จะเน่าเสียง่าย ถ้าเก็บรักษาในอุณหภูมิที่ไม่เหมาะสม

เยาวลักษณ์ สุรพันธ์พิศิษฐ์ (2536 : 99) ได้กล่าวถึงไส้กรอกแฟรงค์เฟอร์เตอร์ว่า ไส้กรอกแฟรงค์เฟอร์เตอร์ทำจากเนื้อหมูและเนื้อวัวอัตราส่วน 40 ต่อ 60 หมักปรุงรสด้วยเครื่องเทศ เป็นที่นิยมมากที่สุด มีชื่อเรียกต่างกันตามขนาด คือ บรรจุในไส้ผ่าศูนย์กลาง 1 นิ้ว ยาว 4 นิ้ว เรียกฟริงเฟอร์เตอร์ บรรจุในไส้ผ่าศูนย์กลาง 3/4 นิ้ว ยาว 5.5 นิ้ว เรียกเวียนนา และบรรจุในไส้ขนาดเล็กขนาดสั้น เรียกแฟรงค์เฟอร์เตอร์แบบคอกเทล

4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อัญชนิ วิชาภัย บุนนาค (2540) ศึกษาการแสวงหาข่าวสาร ทศนคติและการบริโภคผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพของผู้บริโภคเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพมีความแตกต่างกันตามลักษณะประชากร ได้แก่ เพศ อาชีพ รายได้และระดับการดูแลสุขภาพ นอกจากนี้ยังพบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่มีทัศนคติเป็นกลางต่อผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและการแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพจากสื่อต่างๆ มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ

ประยูร บุญประเสริฐ และคณะ (2523) ศึกษาเรื่องทัศนคติที่มีต่อการบริโภคเนื้อกระต่ายของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ประชากรจำนวน 1,186 คน 17.5% เท่านั้นที่เคยบริโภคเนื้อกระต่ายและในจำนวนนี้ราวครึ่งหนึ่งเท่านั้นที่ยอมรับว่าชอบเนื้อกระต่ายอย่างจริงจังสำหรับประชากรชาวกรุงเทพมหานครอีก 82.5% ที่ไม่เคยบริโภคเนื้อกระต่ายนั้น ก็ได้ไม่ได้หมายความว่าไม่ชอบหรือไม่กล้ารับประทานไปเสียทั้งหมด หากแต่มีสาเหตุจากหลายประการที่ทำให้ไม่เคยรับประทานเนื้อกระต่าย สาเหตุสำคัญก็คือ ไม่ทราบว่าจะไปหาซื้อรับประทานได้ที่ไหน ซึ่งมีอยู่ถึง 27.36% ของกลุ่มผู้ที่ไม่เคยรับประทาน ดังนั้นหากจะมีการส่งเสริมให้มีการจำหน่ายและการบริโภคเนื้อกระต่ายกันอย่างกว้างขวางแล้ว ผู้ที่ไม่เคยบริโภคเนื้อกระต่ายจำนวน 27.36% สรุปในตอนท้ายว่า "ถ้ามีเนื้อกระต่ายจำหน่ายในท้องตลาด คุณจะซื้อรับประทานหรือไม่" ซึ่งได้รับคำตอบว่าจะซื้อถึง 39.5% จากผู้ตอบคำถามทั้งหมด อย่างไรก็ตามกลุ่มที่เหลือ 60.5% ที่ตอบว่าจะไม่ซื้อนั้นก็ยังมีเป็นจำนวนมากที่ตอบว่าหากมีการสาธิตการประกอบอาหารด้วยเนื้อกระต่ายให้ชมแล้ว อาจทดลองบริโภคเนื้อกระต่ายดูบ้างก็ได้ ส่วนในเรื่องราคาจำหน่ายเนื้อกระต่ายที่ผู้บริโภคเต็มใจจะซื้อ ส่วนใหญ่จะเป็นราคาที่อยู่ในช่วงเดียวกับราคาเนื้อโคและเนื้อสุกร

บุญรอด สุริประเสริฐ และคณะ (2545) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อทัศนคติการบริโภคไข่ไก่ของข้าราชการและลูกจ้างสังกัดรัฐสภา พบว่าลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง เพศหญิงมีมากกว่าเพศ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลง 22931 ต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชาย อายุส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 18-55 ปี การศึกษาส่วนใหญ่สำเร็จปริญญาตรี และรายได้เฉลี่ยอยู่ในเกณฑ์ 5,000-10,000 บาท/เดือน นับถือศาสนาพุทธ มีสมาชิกภายในบ้าน 3-4 คน ส่วนใหญ่ทำงานไปเช้าเย็นกลับ และส่วนใหญ่การรับประทานอาหารเช้าเป็นการซื้อรับประทานข้างนอก สำหรับทัศนคติของบุคคลที่มีต่อไร่ไก่ เป็นสิ่งที่ดีหาซื้อได้ง่าย ให้พลังงานที่สูง มีโปรตีนและวิตามินมาก ทางด้านพฤติกรรมการบริโภคส่วนใหญ่รับประทานไร่ไก่ 3 ฟอง/สัปดาห์ และทำอาหารจากไร่ไก่โดยตรง ซึ่งเป็นอาหารคาวเป็นส่วนใหญ่ ส่วนพฤติกรรมการซื้อส่วนใหญ่นิยมซื้อไร่ไก่จากท้องตลาดทั่วไป ปัจจัยที่คาดว่าจะมีผลต่อทัศนคติการบริโภคไร่ไก่ ได้แก่ ปัจจัยทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและเทคโนโลยี เพื่อหาแนวทางส่งเสริมให้คนไทยมีการบริโภคไร่ไก่ให้มากขึ้น เพื่อให้เกิดความยั่งยืนในอาชีพการผลิตไร่ไก่ของเกษตรกร และส่งเสริมการบริโภคไร่ไก่ที่ถูกต้องสำหรับประชาชนในวงกว้างต่อไป

ชลธิชา ครุจํานงค์ (2546) ศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมในการบริโภคน้ำผลไม้พร้อมดื่มของผู้บริโภค ผลการวิจัยพบว่า ร้อยละ 70.4 เป็นเพศหญิง ซึ่งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะมีอายุอยู่ในช่วง 31-40 ปี ระดับการศึกษาส่วนใหญ่จะสำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีระดับรายได้ต่อเดือน คือ 15,000 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่จะประกอบอาชีพพนักงานธุรกิจเอกชน ส่วนข้อมูลทางด้านทัศนคติและพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกซื้อน้ำผลไม้พร้อมดื่ม พบว่า ร้อยละ 49.6 นิยมบริโภคน้ำผลไม้ที่มีความเข้มข้น 100% โดยขนาดที่นิยมบริโภคได้แก่ ขนาดบรรจุภัณฑ์ 1,000 มิลลิลิตร โดยยี่ห้อที่นิยมบริโภค 3 อันดับแรก คือ ยูนิฟ , มาลี และยี่ห้อทิปโก้ ซึ่งค่าใช้จ่ายในการซื้อน้ำผลไม้ต่อครั้ง คือ 101-150 บาท และความถี่ในการซื้อ คือ 1 ครั้ง/เดือน พฤติกรรมเปรียบเทียบราคาพบว่า 230 คน ผู้บริโภคร้อยละ 63.5 สังเกตป้ายราคาสินค้าเพื่อเปรียบเทียบราคาสินค้า ซึ่งจากผู้ที่เคยสังเกตป้ายราคาจะพบว่า ร้อยละ 53.4 นั้นผลของการเปรียบเทียบป้ายราคามีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำผลไม้และการรู้จักน้ำผลไม้จากแหล่งต่างๆ พบว่ากลุ่มตัวอย่างรู้จักน้ำผลไม้จากสื่อทางโทรทัศน์ และทางวิทยุมากที่สุด ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อปัจจัยด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้อน้ำผลไม้ โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ที่ผู้บริโภคให้กับปัจจัยต่างๆ พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญกับปัจจัยทางด้านราคา รสชาติ และความเข้มข้นของน้ำผลไม้มากที่สุด ปัจจัยต่างๆ เหล่านี้มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำผลไม้ของผู้บริโภคเป็นอันดับแรก

บทที่ 3 วิธีการวิจัย

(Research Methodologies)

การศึกษาเรื่องทัศนคติของประชากรที่มีต่อการบริโภคเนื้อโคและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อโค เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ (Survey Research) ผู้ศึกษาได้ศึกษาข้อมูลจาก 2 แหล่ง ดังนี้

1.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ข้อมูลที่ได้จากการสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากรในพื้นที่ด้านตะวันออกเฉียงเหนือของกรุงเทพมหานคร

1.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้รวบรวมข้อมูลจากเอกสารสิ่งพิมพ์ที่เกี่ยวข้อง บทความทางวิชาการ หนังสือ ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง (Population and Sample Size)

ประชากร (Population) ที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ คือ ผู้แทนครัวเรือนประชากรในพื้นที่เขต คลองสามวาและเขตวังทองหลางของกรุงเทพมหานคร ซึ่งประกอบด้วยเขตต่างๆ 9 เขต ได้แก่ บางกะปิ สายไหม บึงกุ่ม วังทองหลาง คลองสามวา มีนบุรี หนองจอก ห้วยขวาง และคันนายาว มีจำนวนครัวเรือนทั้งหมด 425,615 ครัวเรือน

กลุ่มตัวอย่าง (Sample Size) ที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ คือ ผู้แทนครัวเรือนประชากรในพื้นที่เขต คลองสามวาและเขตวังทองหลางของกรุงเทพมหานคร จำนวน 278 ครัวเรือน

วิธีการสุ่มตัวอย่าง (Sampling Procedure)

การกำหนดตัวอย่าง 278 ครัวเรือน ตามสูตรของ Yamane (1973)

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

โดยที่ n คือ จำนวนตัวอย่าง (จำนวนครัวเรือนตัวอย่างในพื้นที่)

N คือ จำนวนประชากร (จำนวนครัวเรือนทั้งหมดในพื้นที่)

e คือ ความคลาดเคลื่อนจากการประมาณค่า คือ 0.06

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบผสม โดยสุ่มตัวอย่างเขตที่จะเข้าทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีอย่างง่าย (Simple Random Sampling) ได้ 2 เขต คือ เขตคลองสามวา และเขตวังทองหลางและกำหนดขนาดตัวอย่างในแต่ละเขตตามสัดส่วนของจำนวนครัวเรือนในเขตได้ ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงการกำหนดขนาดตัวอย่างในแต่ละเขตตามสัดส่วนของจำนวนครัวเรือน

เขต	จำนวนครัวเรือนทั้งหมด	จำนวนครัวเรือนตัวอย่าง
บางกะปิ	76,764	-
สายไหม	66,512	-
บึงกุ่ม	49,846	-
วังทองหลาง	48,063	142
คลองสามวา	46,177	136
มีนบุรี	38,735	-
หนองจอก	38,167	-
ห้วยขวาง	32,849	-
คันนายาว	28,502	-
รวม	425,615	278

แต่ละเขตทำการสุ่มตัวอย่างจากห้างสรรพสินค้า ตลาดสด และบ้านเรือนทั่วไป แบบพบโดยบังเอิญ (Accidental Sampling) จนครบ 278 คน

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล (Data Gathering)

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ ใช้เป็นแบบสอบถาม ซึ่งเป็นลักษณะคำถามปลายปิด (Close-ended Question) และปลายเปิด (Open-ended Question) โดยแบ่งคำถามออกเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลและครัวเรือนของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ทศนคติที่มีต่อเนื้อโคและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อโค

วิธีทดสอบเครื่องมือ นำแบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลนั้นมาตรวจสอบความเชื่อมั่น ความเที่ยงตรง ความเป็นปรนัยโดยผู้เชี่ยวชาญ เพื่อให้ได้แบบสอบถามที่ถูกต้องเหมาะสมและตรงตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาก่อนนำไปปฏิบัติจริง เมื่อทำการตรวจสอบแล้วจะทำการแก้ไขข้อบกพร่องให้สมบูรณ์ แล้วจึงนำไปดำเนินการสำรวจต่อไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิธีวิเคราะห์ข้อมูล (Method of Analysis)

ข้อมูลที่ทำกรเก็บรวบรวมมาวิเคราะห์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS สถิติที่ใช้ คือ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย มาแปรผลและนำมาทำการอธิบายในเชิงพรรณนา



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4
ผลการวิจัยและวิจารณ์
(Results and Discussions)

จากการศึกษา เรื่องทัศนคติของประชากรที่มีต่อการบริโภคเนื้อโคและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อโค ได้ทำการเสนอผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยจากแบบสอบถาม แบ่งเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลและครัวเรือนของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ทัศนคติที่มีต่อเนื้อโคและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อโค

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลและครัวเรือนของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลส่วนบุคคลเกี่ยวกับผู้บริโภค ได้แก่ เพศ สถานภาพการสมรส อายุ ศาสนา รายได้ รายจ่ายค่าอาหารของครอบครัวเฉลี่ยต่อวัน ระดับการศึกษา อาชีพ รูปแบบการใช้ชีวิตประจำวัน จำนวนสมาชิกในครัวเรือน ลักษณะการบริโภคน้ำของครัวเรือน (โดยมีรายละเอียดดังตารางที่ 2 และ 3) ดังต่อไปนี้

เพศ จากการศึกษาพบว่า เพศชายกับเพศหญิงมีความใกล้เคียงกัน คือมี เพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 54.0 และเพศชายคิดเป็นร้อยละ 46.0

สถานภาพการสมรส จากการศึกษาพบว่า สมรสแล้วและยังเป็นโสดจำนวนใกล้เคียงกัน คิดเป็นร้อยละ 51.8 และร้อยละ 46.4 ตามลำดับ

อายุ จากการศึกษาพบว่า มีอายุเฉลี่ย 33.01 ปี สูงสุด 80 ปี และต่ำสุด 12 ปี

ศาสนา จากการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธคิดเป็นร้อยละ 67.6 รองลงมาคือ ศาสนาอิสลามคิดเป็นร้อยละ 32.4

รายได้ จากการศึกษาพบว่า มีรายได้ต่อเดือนต่อครัวเรือน น้อยกว่า 10,001 บาทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 61.9 10,001-20,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 25.5 20,001-30,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 8.3 30,001-40,000 บาท 40,001-50,000 บาท และ 50,001 บาทขึ้นไปคิดเป็นร้อยละ 1.4 เท่ากัน

รายจ่ายค่าอาหารของครอบครัวเฉลี่ยต่อวัน จากการศึกษาพบว่า มีรายจ่ายเฉลี่ย 203.20 บาท/วัน สูงสุด 1,500 บาท/วัน และต่ำสุด 50 บาท/วัน

ระดับการศึกษา จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 40.6 ระดับประถมศึกษาคิดเป็นร้อยละ 24.1 ระดับมัธยมศึกษาคิดเป็นร้อยละ 20.9 ระดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อาชีพจะศึกษาคิดเป็นร้อยละ 10.8 อื่นๆคิดเป็นร้อยละ 2.5 ต่ำกว่าประถมศึกษาคิดเป็นร้อยละ 0.7 และระดับปริญญาโทคิดเป็นร้อยละ 0.4 ตามลำดับ

อาชีพ จากการศึกษาพบว่า มี นักเรียนนักศึกษาคิดเป็นร้อยละ 29.9 อื่นๆคิดเป็นร้อยละ 29.1 ธุรกิจส่วนตัวคิดเป็นร้อยละ 21.9 พนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชนคิดเป็นร้อยละ 9.7 ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ/รัฐวิสาหกิจคิดเป็นร้อยละ 6.5 และแม่บ้านคิดเป็นร้อยละ 2.9 ตามลำดับ

รูปแบบการใช้ชีวิตประจำวัน จากการศึกษาพบว่า ชอบทำงานคิดเป็นร้อยละ 58.3 ชอบพักผ่อนอยู่บ้านคิดเป็นร้อยละ 53.6 ชอบท่องเที่ยวคิดเป็นร้อยละ 24.5 ชอบเล่นกีฬาคิดเป็นร้อยละ 23.7 ชอบสังสรรค์บันเทิงคิดเป็นร้อยละ 23.7 และอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 2.5 ตามลำดับ

จำนวนสมาชิกในครัวเรือน จากการศึกษาพบว่า มีจำนวนสมาชิกในในครัวเรือนเฉลี่ย 3.9 คน สูงสุด 14 คน และต่ำสุด 1 คน

ลักษณะการบริโภคอาหารของครัวเรือน จากการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่บริโภคในบ้าน คิดเป็นร้อยละ 66.5 รองลงมาบริโภคคนนอกบ้าน (ร้านค้า ที่ทำงาน ฯลฯ) คิดเป็นร้อยละ 18.0 และบริโภคใกล้เคียงกันระหว่างในบ้านและนอกร้าน คิดเป็นร้อยละ 15.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 ข้อมูลส่วนบุคคลและครัวเรือนของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลส่วนบุคคลและครัวเรือน	จำนวน (n = 278)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	128	46.0
หญิง	150	54.0
2. สถานภาพ		
โสด	129	46.4
สมรส	144	51.8
อื่นๆ	5	1.8
3. ศาสนา		
พุทธ	188	67.6
คริสต์	-	-
อิสลาม	90	32.4
อื่นๆ	-	-

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคลและครัวเรือน	จำนวน (n = 278)	ร้อยละ
4. รายได้/เดือน/ครัวเรือน		
น้อยกว่า 10,001 บาท	172	62.0
10,001-20,000 บาท	71	25.5
20,001-30,000 บาท	23	8.3
30,001-40,000 บาท	4	1.4
40,001-50,000 บาท	4	1.4
50,000 บาทขึ้นไป	4	1.4
5. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าประถมศึกษา	2	0.7
ประถมศึกษา	67	24.1
มัธยมศึกษา	58	20.9
อาชีวศึกษา	30	10.8
ปริญญาตรี	113	40.6
ปริญญาโท	1	0.4
อื่นๆ	7	2.5
6. อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	83	29.9
ข้าราชการ, พนักงานของรัฐ/รัฐวิสาหกิจ	18	6.5
ธุรกิจส่วนตัว	61	21.9
พนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน	27	9.7
แม่บ้าน	8	2.9
อื่นๆ	81	29.1
7. รูปแบบการใช้ชีวิตประจำวัน *		
ชอบเล่นกีฬา	66	23.7
ชอบท่องเที่ยว	68	24.5
ชอบสังสรรค์บันเทิง	66	23.7
ชอบทำงาน	162	58.3
ชอบพักผ่อนอยู่บ้าน	149	53.6

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคลและครัวเรือน	จำนวน (n = 278)	ร้อยละ
อื่นๆ	7	2.5
8. ลักษณะการบริโภคอาหารของครัวเรือน		
ในบ้าน	185	66.5
นอกร้าน	50	18.0
ใกล้เคียงกันระหว่างในบ้านกับนอกร้าน	43	15.5

หมายเหตุ * ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ตารางที่ 3 ข้อมูลส่วนบุคคลและครัวเรือนของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลส่วนบุคคลและครัวเรือน	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	ค่าเฉลี่ย
1. อายุ	12	80	33.01
2. รายจ่ายค่าอาหารของครัวเรือน	50	1,500	203.20
3. จำนวนสมาชิกในครัวเรือน	1	14	3.80

หมายเหตุ : ตารางที่ 3 ใช้เกณฑ์ประเมินค่าเฉลี่ย

ส่วนที่ 2 ทักษะการคิดที่มีต่อเนื้อโคและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อโค

ในการศึกษาครั้งนี้ได้ทำการศึกษาทักษะการคิดทั้งเชิงบวกและเชิงลบ (โดยมีรายละเอียดดังตารางที่ 4 และ 5)

ทักษะการคิดเชิงบวก ได้แก่

เนื้อโคส่วนต่างๆ สามารถนำมาทำอาหารได้เกือบทั้งหมด

จากการศึกษาพบว่า เห็นด้วยมากคิดเป็นร้อยละ 45.0 เห็นด้วยปานกลางคิดเป็นร้อยละ 35.6 เห็นด้วยน้อยคิดเป็นร้อยละ 9.4 เห็นด้วยมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 9.0 และเห็นด้วยน้อยที่สุดคิดเป็นร้อยละ 1.1 ตามลำดับ

เนื้อโค/ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อโคมีรสชาติดี/อร่อย

จากการศึกษาพบว่า เห็นด้วยมากคิดเป็นร้อยละ 29.5 เห็นด้วยปานกลางคิดเป็นร้อยละ 25.2 เห็นด้วยน้อยคิดเป็นร้อยละ 17.3 เห็นด้วยน้อยที่สุดคิดเป็นร้อยละ 14.4 และเห็นด้วยน้อยที่สุดคิดเป็นร้อยละ 13.7 ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เนื้อโคหากมาจากแหล่งจำหน่ายที่ดี เนื้อก็มักจะดี

จากการศึกษาพบว่า เห็นด้วยปานกลางคิดเป็นร้อยละ 46.0 เห็นด้วยมากคิดเป็นร้อยละ 25.2 เห็นด้วยน้อยคิดเป็นร้อยละ 21.6 เห็นด้วยมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 5.4 และเห็นด้วยน้อยที่สุดคิดเป็นร้อยละ 1.8 ตามลำดับ

โดยทั่วไปเนื้อโคมีความสด

จากการศึกษาพบว่า เห็นด้วยปานกลางคิดเป็นร้อยละ 47.5 เห็นด้วยน้อยคิดเป็นร้อยละ 36.7 เห็นด้วยมากคิดเป็นร้อยละ 12.2 เห็นด้วยน้อยที่สุดคิดเป็นร้อยละ 2.2 และเห็นด้วยมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 1.4 ตามลำดับ

โดยทั่วไปเนื้อโคมีความสะอาด

จากการศึกษาพบว่า เห็นด้วยปานกลางคิดเป็นร้อยละ 43.2 เห็นด้วยน้อยคิดเป็นร้อยละ 36.7 เห็นด้วยมากคิดเป็นร้อยละ 12.9 เห็นด้วยน้อยที่สุดคิดเป็นร้อยละ 6.5 และเห็นด้วยมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 0.7 ตามลำดับ

การรับประทานเนื้อโค/ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อโคทำให้สุขภาพดีร่างกายแข็งแรง

จากการศึกษาพบว่า เห็นด้วยน้อยคิดเป็นร้อยละ 54.0 เห็นด้วยปานกลางคิดเป็นร้อยละ 33.8 เห็นด้วยมากคิดเป็นร้อยละ 7.2 เห็นด้วยน้อยที่สุดคิดเป็นร้อยละ 4.7 และเห็นด้วยมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 0.4 ตามลำดับ

ท่านมีความสะดวกในการซื้อเนื้อโคและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อโค

จากการศึกษาพบว่า เห็นด้วยมากคิดเป็นร้อยละ 46.8 เห็นด้วยปานกลางคิดเป็นร้อยละ 34.2 เห็นด้วยน้อยคิดเป็นร้อยละ 10.4 เห็นด้วยมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 7.2 และเห็นด้วยน้อยที่สุดคิดเป็นร้อยละ 1.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 ทศนคติที่มีต่อเนื้อโคและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อโคในเชิงบวก

ทศนคติ	จำนวน(n=278)	ร้อยละ
1. เนื้อโคส่วนต่างๆ สามารถนำมาทำอาหารได้เกือบทั้งหมด		
เห็นด้วยน้อยที่สุด	3	1.1
เห็นด้วยน้อย	26	9.4
เห็นด้วยปานกลาง	99	35.6
เห็นด้วยมาก	125	45.0
เห็นด้วยมากที่สุด	25	9.0

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4 (ต่อ)

ทัศนคติ	จำนวน(n=278)	ร้อยละ
2. เนื้อโค/ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อโคมีรสชาติดี/อร่อย		
เห็นด้วยน้อยที่สุด	40	14.4
เห็นด้วยน้อย	48	17.3
เห็นด้วยปานกลาง	70	25.2
เห็นด้วยมาก	82	29.5
เห็นด้วยมากที่สุด	38	13.7
3. เนื้อโคหากมาจากแหล่งจำหน่ายที่ดี เนื้อก็มักจะดี		
เห็นด้วยน้อยที่สุด	5	1.8
เห็นด้วยน้อย	60	21.6
เห็นด้วยปานกลาง	128	46.0
เห็นด้วยมาก	70	25.2
เห็นด้วยมากที่สุด	15	5.4
4. โดยทั่วไปเนื้อโคมีความสด		
เห็นด้วยน้อยที่สุด	6	2.2
เห็นด้วยน้อย	102	36.7
เห็นด้วยปานกลาง	132	47.5
เห็นด้วยมาก	34	12.2
เห็นด้วยมากที่สุด	4	1.4
5. โดยทั่วไปเนื้อโคมีความสะอาด		
เห็นด้วยน้อยที่สุด	18	6.5
เห็นด้วยน้อย	102	36.7
เห็นด้วยปานกลาง	120	43.2
เห็นด้วยมาก	36	19.2
เห็นด้วยมากที่สุด	2	0.7
6. การรับประทานเนื้อโค/ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อโคทำให้สุขภาพดีร่างกายแข็งแรง		
เห็นด้วยน้อยที่สุด	13	4.7
เห็นด้วยน้อย	150	54.0
เห็นด้วยปานกลาง	94	33.8

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4 (ต่อ)

ทัศนคติ	จำนวน(n=278)	ร้อยละ
เห็นด้วยมาก	20	7.2
เห็นด้วยมากที่สุด	1	0.4
7. ท่านมีความสะดวกในการซื้อเนื้อโคและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อโค		
เห็นด้วยน้อยที่สุด	4	1.4
เห็นด้วยน้อย	29	10.4
เห็นด้วยปานกลาง	95	34.2
เห็นด้วยมาก	130	46.8
เห็นด้วยมากที่สุด	20	7.2

ทัศนคติเชิงลบได้แก่

เนื้อโค/ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อโคมีราคาแพง

จากการศึกษาพบว่า เห็นด้วยปานกลางคิดเป็นร้อยละ 42.8 เห็นด้วยมากคิดเป็นร้อยละ 42.4 เห็นด้วยมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 7.9 เห็นด้วยน้อยคิดเป็นร้อยละ 6.5 และเห็นด้วยน้อยที่สุดคิดเป็นร้อยละ 0.4 ตามลำดับ

อาหารจากเนื้อโค/ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อโคมักมีสารพิษปนเปื้อน

จากการศึกษาพบว่า เห็นด้วยปานกลางคิดเป็นร้อยละ 37.1 เห็นด้วยน้อยคิดเป็นร้อยละ 33.5 เห็นด้วยมากคิดเป็นร้อยละ 26.6 เห็นด้วยน้อยที่สุดคิดเป็นร้อยละ 2.2 และเห็นด้วยมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 0.7 ตามลำดับ

รับประทานเนื้อโค/ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อโคจะรู้สึกว่ามีกลิ่นเหม็น

จากการศึกษาพบว่า เห็นด้วยน้อยคิดเป็นร้อยละ 38.1 เห็นด้วยมากคิดเป็นร้อยละ 25.2 เห็นด้วยปานกลางคิดเป็นร้อยละ 24.1 เห็นด้วยน้อยที่สุดคิดเป็นร้อยละ 9.4 และเห็นด้วยมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 3.2 ตามลำดับ

การรับประทานเนื้อโค/ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อโคทำให้เกิดผลเสียต่อร่างกาย

จากการศึกษาพบว่า เห็นด้วยน้อยคิดเป็นร้อยละ 38.1 เห็นด้วยปานกลางคิดเป็นร้อยละ 35.6 เห็นด้วยมากคิดเป็นร้อยละ 21.6 เห็นด้วยน้อยที่สุดคิดเป็นร้อยละ 4.7 และเห็นด้วยมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 0 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 ทักษะชีวิตที่มีต่อเนื้อโคและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อโคในเชิงลบ

ทัศนคติ	จำนวน(n=278)	ร้อยละ
1.เนื้อโค/ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อโคมีราคาแพง		
เห็นด้วยน้อยที่สุด	1	0.4
เห็นด้วยน้อย	18	6.5
เห็นด้วยปานกลาง	119	42.8
เห็นด้วยมาก	118	42.4
เห็นด้วยมากที่สุด	22	7.9
2. อาหารจากเนื้อโค/ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อโคมักมีสารพิษปนเปื้อน		
เห็นด้วยน้อยที่สุด	6	2.2
เห็นด้วยน้อย	93	33.5
เห็นด้วยปานกลาง	103	37.1
เห็นด้วยมาก	74	26.6
เห็นด้วยมากที่สุด	2	0.7
3. รับประทานเนื้อโค/ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อโคจะรู้สึกว่ามีกลิ่นเหม็น		
เห็นด้วยน้อยที่สุด	26	9.4
เห็นด้วยน้อย	106	38.1
เห็นด้วยปานกลาง	67	24.1
เห็นด้วยมาก	70	25.2
เห็นด้วยมากที่สุด	9	3.2
4. การรับประทานเนื้อโค/ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อโคทำให้เกิดผลเสียต่อร่างกาย		
เห็นด้วยน้อยที่สุด	13	4.7
เห็นด้วยน้อย	106	38.1
เห็นด้วยปานกลาง	99	35.6
เห็นด้วยมาก	60	21.6
เห็นด้วยมากที่สุด	0	0.0

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิจารณ์ผลการศึกษา

จากการศึกษาทัศนคติของประชากรที่มีต่อการบริโภคเนื้อโคและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อโค ในพื้นที่ด้านตะวันออกเฉียงเหนือ ของกรุงเทพมหานคร นำมาแปรผลได้ดังนี้

จากข้อมูลที่ได้ทำการศึกษพบว่า ทัศนคติที่มีต่อการบริโภคเนื้อโคและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อโคมีความแตกต่างกันตามลักษณะของประชากร ได้แก่ เพศชายกับเพศหญิงมีความใกล้เคียงกัน คือมี เพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 54.0 และเพศชายคิดเป็นร้อยละ 46.0 สมรสแล้วและยังเป็นโสดจำนวน ใกล้เคียงกันคิดเป็นร้อยละ 51.8 และร้อยละ 46.4 ตามลำดับ มีอายุเฉลี่ย 33.01 ปี สูงสุด 80 ปี และต่ำสุด 12 ปี ส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ มีรายได้ต่อเดือนต่อครัวเรือน น้อยกว่า 10,001 บาทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 61.9 มีรายจ่ายเฉลี่ย 203.20 บาท/วัน สูงสุด 1,500 บาท/วัน และต่ำสุด 50 บาท/วัน ส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 40.6 ส่วนมากชอบทำงานคิดเป็นร้อยละ 58.3 มีจำนวนสมาชิกในในครัวเรือนเฉลี่ย 3.9 คน สูงสุด 14 คน และต่ำสุด 1 คน ส่วนใหญ่บริโภคในบ้านคิดเป็นร้อยละ 66.5 นอกจากนี้ยังพบว่าด้านทัศนคติทั้งเชิงบวกและเชิงลบ ส่วนใหญ่ประชากรมีทัศนคติเป็นกลางต่อการบริโภคเนื้อโคและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อโค ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อัจฉณีย์ วิชาภัย บุนนาค (2540) ได้ศึกษาการแสวงหาข่าวสาร ทัศนคติ และการบริโภคผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพของผู้บริโภคเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพมีความแตกต่างกันตามลักษณะประชากร ได้แก่ เพศ อาชีพ รายได้ และระดับการดูแลสุขภาพ ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีทัศนคติเป็นกลางต่อผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ และการแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพจากสื่อต่างๆ มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ

ซึ่งจากการศึกษา ทัศนคติของประชากรที่มีต่อการบริโภคเนื้อโคและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อโค ข้อมูลต่าง ๆ ที่กล่าวมาส่วนสำคัญที่ทำให้ประชากรมีทัศนคติที่ดีและเลือกที่จะบริโภคเนื้อโคและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อโค คือ ทางด้านการตลาดและราคา เนื้อโค/ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อโค ความสด ความสะอาด และรสชาติดี เป็นเป้าหมายสำคัญในการตัดสินใจเลือกซื้อและบริโภคของประชากร จะเห็นได้ว่าประชากรเห็นด้วย ถ้าราคาของเนื้อโค/ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อโคไม่แพงจนเกินไปและสามารถเลือกซื้อได้ในราคาที่ตนพอใจ เนื่องจากประชากรมีรายได้และฐานะที่ไม่เท่าเทียมกัน แต่ส่วนใหญ่แล้วประชากรก็เลือกที่จะบริโภคโปรตีนจากเนื้อโค ไม่แพ้เนื้อหมู ไก่ ปลา หรืออื่นๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

(Conclusions and Recommendation)

สรุปผลการวิจัย (Conclusions)

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ได้ทำการศึกษาค้นคว้าทัศนคติของประชากรที่มีต่อการบริโภคเนื้อโคและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อโค ในพื้นที่ด้านตะวันออกเฉียงเหนือของกรุงเทพมหานคร เป็นการรวบรวมข้อมูลจากประชากรจำนวน 278 คน โดยวิธีสุ่มแบบง่ายในการศึกษา คือ

เพื่อศึกษาค้นคว้าทัศนคติของประชากรที่มีต่อการบริโภคเนื้อโคและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อโค การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้สามารถสรุปผลได้ดังนี้

1. ข้อมูลส่วนบุคคลและครัวเรือน

จากการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลและครัวเรือน พบว่าเพศชายกับเพศหญิงมีความใกล้เคียงกันคือมีเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 54.0 และเพศชายคิดเป็นร้อยละ 46.0 ร้อยละ 51.8 สมรสแล้ว มีอายุเฉลี่ย 33.01 ปี สูงสุด 80 ปี และต่ำสุด 12 ปี ส่วนใหญ่ร้อยละ 67.6 นับถือศาสนาพุทธ ประชากรร้อยละ 61.9 มีรายได้/เดือน/ครัวเรือน น้อยกว่า 10,001 บาท รายจ่ายค่าอาหารของครัวเรือน เฉลี่ย 203.22 บาท/วัน สูงสุด 1,500 บาท/วัน และต่ำสุด 50 บาท/วัน ส่วนใหญ่ร้อยละ 40.6 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 29.9 เป็นนักเรียนนักศึกษา รูปแบบการใช้ชีวิตประจำวันร้อยละ 58.3 ชอบทำงาน ร้อยละ 53.6 ชอบอยู่บ้าน ร้อยละ 24.5 ชอบท่องเที่ยว ร้อยละ 23.7 ชอบเล่นกีฬา ร้อยละ 23.7 ชอบสังสรรค์บันเทิง และอื่นๆ อีกร้อยละ 2.5 จำนวนสมาชิกในครัวเรือน เฉลี่ย 3.86 คน สูงสุด 14 คน และต่ำสุด 1 คน ลักษณะการบริโภคของประชากรส่วนใหญ่ร้อยละ 66.5 บริโภคอาหารภายในบ้าน

2. ทัศนคติที่มีต่อการบริโภคเนื้อโคและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อโค

จากการศึกษา ทัศนคติที่มีต่อเนื้อโคและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อโคในเชิงบวก พบว่า ร้อยละ 45.0 เห็นด้วยมากที่สุดที่เนื้อโคส่วนต่างๆ สามารถนำมาทำอาหารได้เกือบทั้งหมด ร้อยละ 29.5 เห็นด้วยมากที่สุดที่เนื้อโค/ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อโคมีรสชาติดี/อร่อย ร้อยละ 46.0 เห็นด้วยปานกลางว่าเนื้อโคหากมาจากแหล่งจำหน่ายดีเนื้อก็มักจะดี ร้อยละ 47.5 เห็นด้วยปานกลางว่าเนื้อโคมีความสด ร้อยละ 43.2 เห็นด้วยปานกลางว่าเนื้อโคมีความสะอาด ร้อยละ 54.0 เห็นด้วยน้อยเมื่อรับประทานเนื้อโค/ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อโคแล้วทำให้สุขภาพร่างกายแข็งแรง ร้อยละ 46.8 เห็นด้วยมากที่สุดที่มีความสะดวกในการซื้อเนื้อโค/ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อโค

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากการศึกษา ทศนคติที่มีต่อเนื้อโคและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อโคในเชิงลบพบว่า ร้อยละ 42.8 เห็นด้วยปานกลางที่เนื้อโค/ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อโคมีราคาแพง ร้อยละ 37.1 เห็นด้วยปานกลาง ว่าอาหารจากเนื้อโค/ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อโคมีสารพิษปนเปื้อน ร้อยละ 38.1 เห็นด้วยน้อย เมื่อรับประทานเนื้อโค/ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อโคจะรู้สึกว่ามีกลิ่นเหม็น ร้อยละ 38.1 เห็นด้วยน้อย เมื่อรับประทานเนื้อโค/ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อโคแล้วทำให้เกิดผลเสียต่อร่างกาย

ทัศนคติของประชากรที่มีต่อการบริโภคเนื้อโคและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อโค ในพื้นที่ด้านตะวันออกเฉียงเหนือของกรุงเทพมหานคร ได้แก่เขต คลองสามวา และเขตวังทองหลาง พบว่า ประชากรเห็นด้วยมาก คือ ด้านการทำอาหาร ด้านรสชาติและด้านความสะดวกในการซื้อ ส่วนในเกณฑ์เห็นด้วยปานกลาง คือ ด้านราคา ด้านแหล่งจำหน่าย ด้านการปนเปื้อนของสารพิษ ด้านความสะดวกและด้านความสะดวก และที่อยู่ในเกณฑ์เห็นด้วยน้อย คือ ด้านกลิ่นและด้านสุขภาพ

ข้อเสนอแนะ (Recommendation)

จากผลการวิจัยผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

ทางด้านการตลาดและราคา เนื้อโค/ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อโค ความสะดวก ความสะดวก และรสชาติ เป็นเป้าหมายสำคัญในการตัดสินใจเลือกซื้อและบริโภคของประชากร จะเห็นได้ว่าประชากรเห็นด้วย ถ้าราคาของเนื้อโค/ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อโคไม่แพงจนเกินไปและสามารถเลือกซื้อได้ในราคาที่ตนพอใจ เนื่องจากประชากรมีรายได้และฐานะที่ไม่เท่าเทียมกัน และอีกอย่างด้านความสะดวกอยากให้ผู้ประกอบการเน้นตรงจุดนี้ด้วย แต่ส่วนใหญ่แล้วประชากรก็เลือกที่จะบริโภคโปรตีนจากเนื้อโค ไม่แพ้เนื้อหมู ไก่ ปลา หรืออื่นๆ

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

จากข้อมูลการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยมีปัญหาที่ประสบ คือ มีผู้ตอบแบบสอบถามบางรายไม่ค่อยให้ความร่วมมือและความสำคัญเท่าที่ควร เนื่องจากไม่มีเวลาให้ในการตอบแบบสอบถาม และไม่ตอบในชื่อที่เว้นว่างให้ตอบหรือให้ระบุ จะทำเฉพาะชื่อที่ให้ทำเครื่องหมายเท่านั้น ดังนั้นควรให้เวลาในการตอบแบบสอบถาม อีกอย่างควรเลือกเวลาที่เหมาะสมในการที่จะให้กลุ่มเป้าหมายทำการตอบแบบสอบถาม

เอกสารอ้างอิง

กุลกัญญา ณ ป้อมเพ็ชร. 2538. **พฤติกรรมกรรมการบริโภคเนื้อโคในเขตกรุงเทพมหานคร. ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.**

ค้วน ชาวหนู. 2522. **โภชนศาสตร์. กรุงเทพมหานคร : อักษรบัณฑิต.**

จุฑารัตน์ เศรษฐกุล และญานิน โอภาสพัฒนกิจ. 2548. **คุณภาพเนื้อโคภายใต้ระบบการผลิตและการตลาดของประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร : บริษัทสุทิเรียฟรินด์ติ้งเฮาส์ จำกัด**

จินตนา ศรีไพรวรรณ. 2538. **ทัศนคติของนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ต่ออาจารย์ผู้สอน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ กรุงเทพมหานคร.**

จุมพล สวัสดิ์ยากร และคณะ. 2535. **รายงานผลการวิจัยเรื่องทัศนคติของเกษตรกรที่มีต่อวิธีการผลิตสมัยใหม่ จังหวัดภาคกลางประเทศไทย. 16-18 พฤษภาคม 2535.**

ชัยณรงค์ คันธพนิต. 2535. **วิทยาศาสตร์เนื้อสัตว์. ภาควิชาสัตวบาล คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. กรุงเทพมหานคร : ไทยวัฒนาพานิช.**

ชลธิชา ครุจำนงค์. 2546. **ทัศนคติและพฤติกรรมในการบริโภคเนื้อหมูพร้อมดื่มของผู้บริโภค. พัฒนาการเศรษฐกิจ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์**

ธงชัย สันติวงษ์. 2533. **พฤติกรรมกรรมการบริโภคทางการตลาด. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิชย์.**

นิพนธ์ คันธศรี. 2531. **สรุปผลรายงานการวิจัยเรื่องการศึกษาเบื้องต้นเกี่ยวกับทัศนคติของคนไทยบางกลุ่มที่มีต่ออาหารอเมริกันที่ประจำในประเทศไทย. 15-16 เมษายน 2531. กรุงเทพฯ : กองวิจัยสังคมศาสตร์ สำนักงานสภาพัฒนาการแห่งชาติ.**

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บุญรอด สุริประเสริฐ. 2545. ปัจจัยที่มีผลต่อทัศนคติการบริโภคไข่ไก่ของข้าราชการและลูกจ้างสังกัดรัฐสภา. ภาคพิเศษ กรุงเทพมหานคร. รุ่นที่ 6 คณะรัฐประศาสนศาสตร์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

ประยูร บุญประเสริฐ และคณะ. 2523. ทัศนคติที่มีต่อการบริโภคเนื้อกระต่ายของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร. คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ประสาท อิศรปริตตา. 2520. ธรรมชาติและกระบวนการเรียนรู้ กรุงเทพมหานคร : กรุงเทพมหานครพิมพ์.

เยาวลักษณ์ สุรพันธุ์พิชษฐ์. 2536. เทคโนโลยีเนื้อสัตว์และผลิตภัณฑ์. ภาควิชาอุตสาหกรรมเกษตร คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

รัตนา สายคณิต. 2539. การบริโภค. กรุงเทพฯ : วัจอักษร.

ลักขณา รุจนะไกรกานต์. 2533. วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเนื้อสัตว์. ภาควิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการอาหาร คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

วรรณิ สุวิมระ. 2515. ทัศนคติเกษตรกรเกี่ยวกับงานส่งเสริมการเกษตรในโครงการโภชนาการชนบท. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ กรุงเทพมหานคร.

สุชา จันท์เอม. 2536. จิตวิทยาทั่วไป. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิชย์.

ลำเนาวัลย์ พันธุ์ยง. 2514. จิตวิทยาทางสังคม. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์กรุงเทพมหานครพิมพ์.

สุบัญญัติ ไชยชาญ. 2538. หลักการตลาด. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สว่าง อังกูโร. 2546. เอกสารประกอบการสัมมนาเรื่องมาตรการพัฒนาโคเนื้อและผลกระทบบ
การกำหนดเขตการค้าเสรีต่อธุรกิจโคเนื้อไทย. 13 กันยายน 2546. ณ ห้องประชุมราชเทวี
โรงแรมเอเชีย กรุงเทพมหานคร.

ชัยณี วิชยาภัย บุญนาค. 2540. การแสวงหาข่าวสาร ทักษะคติและพฤติกรรมการบริโภค
ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ. กรุงเทพมหานคร : วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.

Yamane, Taro. 1973. Statistics : An Introductory Analysis. Tokyo : Harper International
Edition



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวกที่ 1

สภาพทั่วไปของเขตคลองสามวา

ที่ตั้งและอาณาเขต

ตั้งอยู่ทางทิศตะวันออกของแม่น้ำเจ้าพระยา (ฝั่งพระนคร) มีอาณาเขตติดต่อกับเขตต่าง ๆ เรียงตามเข็มนาฬิกา ดังนี้

ทิศเหนือ ติดต่อกับอำเภอลำลูกกา (จังหวัดปทุมธานี) มีแนวแบ่งเขตการปกครองระหว่างกรุงเทพมหานครและจังหวัดปทุมธานีเป็นเส้นแบ่งเขต

ทิศตะวันออก ติดต่อกับเขตหนองจอก มีคลองแก้ว คลองแบนชะโด และคลองลัดตาเตี้ย เป็นเส้นแบ่งเขต

ทิศใต้ ติดต่อกับเขตมีนบุรี มีคลองแสนแสบ คลองบึงลำไผ่ ถนนนิมิตรใหม่ ซอยเหมือนสวาท คลองสามวา ลำรางสามวา คลองเจ๊ก ลำรางโต๊ะสุข ถนนหทัยราษฎร์ ซอยโชคอนันต์ ลำรางคูคต คลองกียบหมู เป็นเส้นแบ่งเขต

ทิศตะวันตก ติดต่อกับเขตคันนายาว เขตบางเขน และเขตสายไหม มีคลองบางชัน คลองวัดคูบอน คลองสองตะวันตก และคลองพระยาสุเรนทร์ เป็นเส้นแบ่งเขต

ประวัติศาสตร์

บริเวณเขตคลองสามวาในปัจจุบัน เดิมมีฐานะเป็นตำบล 5 ตำบลซึ่งอยู่ในเขตการปกครองของ อำเภอคลองสามวา จังหวัดมีนบุรี ซึ่งเป็นจังหวัดหนึ่งที่ขึ้นกับมณฑลกรุงเทพ ต่อมาในปี พ.ศ. 2474 จังหวัดมีนบุรีได้ถูกยุบรวมเข้ากับจังหวัดพระนคร อำเภอคลองสามวาจึงถูกเปลี่ยนชื่อเป็น อำเภอมีนบุรี และต่อมาได้เปลี่ยนแปลงฐานะเป็น เขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร แบ่งเขตการปกครองย่อยเป็น แขวง

จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2540 จึงได้มีการประกาศกระทรวงมหาดไทยเปลี่ยนแปลงพื้นที่เขตมีนบุรี โดยแยก 5 แขวงทางด้านเหนือของเขต มาจัดตั้งเป็นเขตใหม่เพื่อประโยชน์แก่การปกครอง การให้บริการของรัฐ และความสะดวกของประชาชน และเพื่อคงชื่อในประวัติศาสตร์ไว้ จึงได้ใช้ชื่อเขตใหม่นี้ว่า เขตคลองสามวา โดยสำนักงานเขตได้เปิดให้บริการตั้งแต่วันที่ 21 พฤศจิกายน พ.ศ. 2540 พร้อมกับอีก 5 สำนักงานเขตแยกใหม่ทางฝั่งพระนคร ได้แก่ เขตหลักสี่ เขตสายไหม เขตคันนายาว เขตสะพานสูง และเขตวังทองหลาง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การแบ่งเขตการปกครอง

เขตคลองสามวาแบ่งหน่วยการปกครองย่อยออกเป็น 5 แขวง (khwaeng) ได้แก่

1. สามวาตะวันตก
2. สามวาตะวันออก
3. บางชัน
4. ทราयกองดิน
5. ทราयกองดินใต้

สถิติ

พื้นที่ : 110,686 ตารางกิโลเมตร

ประชากร : 134,020 คน

ความหนาแน่น : 1,210.8 คน/ตารางกิโลเมตร

รหัสทางภูมิศาสตร์ : 1046



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สภาพทั่วไปของเขตวังทองหลาง

ที่ตั้งและอาณาเขต

ตั้งอยู่ทางทิศตะวันออกของแม่น้ำเจ้าพระยา (ฝั่งพระนคร) มีอาณาเขตติดต่อกับเขตต่าง ๆ เรียงตามเข็มนาฬิกา ดังนี้

ทิศเหนือ ติดต่อกับเขตลาดพร้าวและเขตบางกะปิ มีคลองทรงกระเทียม ถนนโชคชัย 4 ซอย สังคมสงเคราะห์ ถนนประดิษฐ์มนูธรรม และคลองทรงกระเทียม เป็นเส้นแบ่งเขต

ทิศตะวันออก ติดต่อกับเขตบางกะปิ มีคลองจั่น คลองลำพังพวย ลาดพร้าว 101 (ซอยวัดบึงทองหลาง) ถนนลาดพร้าว และคลองจั่น เป็นเส้นแบ่งเขต

ทิศใต้ ติดต่อกับเขตบางกะปิ มีคลองแสนแสบเป็นเส้นแบ่งเขต

ทิศตะวันตก ติดต่อกับเขตห้วยขวาง มีคลองลาดพร้าวเป็นเส้นแบ่งเขต

ที่มาของชื่อเขต

พื้นที่เขตวังทองหลางในอดีตเป็นส่วนหนึ่งของ ทุ่งบางกะปิ ตั้งอยู่ทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือของตัวพระนคร ห่างออกไปประมาณ 16 กิโลเมตร ในสมัยนั้น บริเวณนี้เป็นพื้นที่ชานเมือง ซึ่งส่วนใหญ่เป็นทุ่งนาเว้งร้าง แต่มีความอุดมสมบูรณ์และมีต้นทองหลางขึ้นอยู่เป็นจำนวนมาก จึงเรียกทุ่งบางกะปิแถบนี้ว่า วังทองหลาง

ประวัติศาสตร์

เดิมเขตวังทองหลางมีฐานะเป็น ตำบลวังทองหลาง ขึ้นอยู่กับอำเภอบางกะปิ จังหวัดพระนคร ต่อมาได้มีการยุบรวมจังหวัดธนบุรีและจังหวัดพระนคร เปลี่ยนฐานะเป็นนครหลวงกรุงเทพธนบุรีและกรุงเทพมหานคร ซึ่งได้เปลี่ยนการเรียกเขตการปกครองใหม่ด้วย ตำบลวังทองหลางจึงได้รับการเปลี่ยนแปลงฐานะเป็น แขวงวังทองหลาง และอยู่ในเขตการปกครองของสำนักงานเขตบางกะปิ

จนกระทั่งในวันที่ 14 ตุลาคม พ.ศ. 2540 กระทรวงมหาดไทยได้ประกาศเปลี่ยนแปลงพื้นที่เขตการปกครองใหม่ โดยรวมพื้นที่แขวงวังทองหลาง พื้นที่บางส่วนของแขวงคลองจั่น (เขตบางกะปิ) และพื้นที่บางส่วนของแขวงลาดพร้าว (เขตลาดพร้าว) มาจัดตั้งเป็น เขตวังทองหลาง เพื่อประโยชน์แก่การปกครอง การให้บริการของรัฐ และความสะดวกของประชาชน โดยสำนักงานเขตวังทองหลางเปิดให้บริการตั้งแต่วันที่ 21 พฤศจิกายน พ.ศ. 2540 พร้อมกับอีก 5 สำนักงานเขตแยกใหม่ทางฝั่งพระนคร ได้แก่ เขตหลักสี่ เขตสายไหม เขตคันนายาว เขตสะพานสูง และเขตคลองสามวา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ต่อมาในวันที่ 24 มกราคม พ.ศ. 2545 กระทรวงมหาดไทยได้เปลี่ยนแปลงพื้นที่เขตลาดพร้าว และเขตวังทองหลาง โดยแบ่งพื้นที่เขตวังทองหลางเฉพาะที่อยู่ฟากเหนือของซอยสังคมสงคราม (แยกถนนโชคชัย 4) ไปรวมอยู่กับเขตลาดพร้าวแทน

การแบ่งเขตการปกครอง

เขตวังทองหลางมีเขตการปกครองย่อยเพียง 1 แขวง (khwaeng) คือ แขวงวังทองหลาง (Wang Thonglang)

สถานที่สำคัญ

1. พิพิธภัณฑ์เจ้าพระยาบดินทรเดชา (สิงห์ สิงหเสนี)
2. สวนสาธารณะวังทอง
3. โกลเด้นเพลซ
4. ห้างอิมพีเรียล เวิลด์ ลาดพร้าว

สถิติ

พื้นที่ : 18,905 ตารางกิโลเมตร

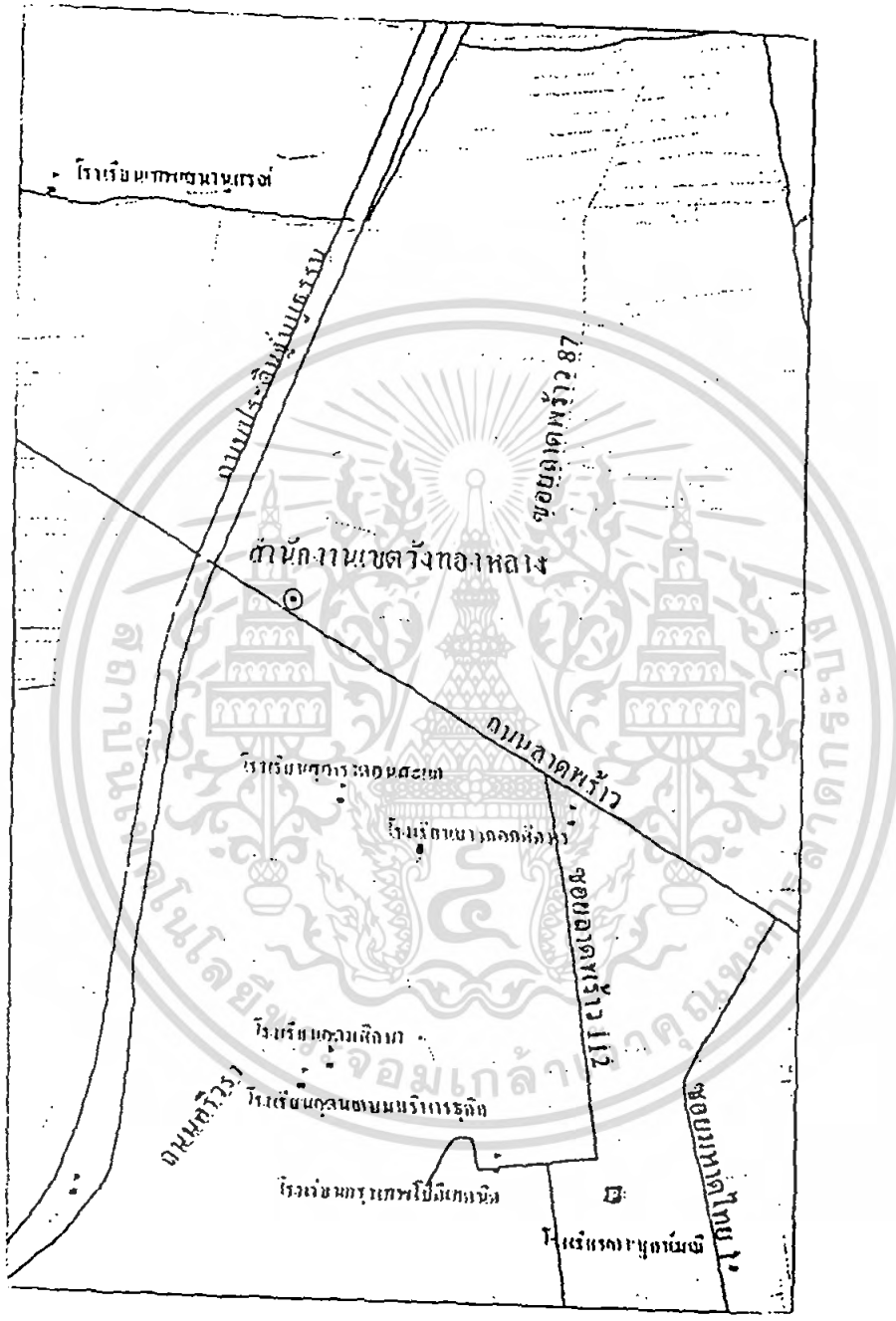
ประชากร : 114,535 คน

ความหนาแน่น : 6,058 คน/ตารางกิโลเมตร

รหัสทางภูมิศาสตร์ : 1045

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แผนที่ เขตวังทองหลาง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวกที่ 2

แบบสอบถาม

แบบสอบถามเลขที่.....

เรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภคเนื้อโคและผลิตภัณฑ์จากเนื้อโค

ชื่อ/ที่อยู่ผู้กรอกแบบสอบถาม

สถานที่กรอกแบบสอบถาม 1) ห้างสรรพสินค้า ชื่อ..... 2) ตลาดสด ชื่อ..... 3) บ้านทั่วไป

คำชี้แจง ผู้ตอบแบบสอบถาม โปรดทำเครื่องหมาย ✓ หน้าข้อที่ท่านเห็นว่าตรงกับคำตอบของท่าน

ส่วนที่ 1: ข้อมูลส่วนบุคคลและครัวเรือนของผู้ตอบ

1. เพศ

 1) ชาย 2) หญิง

2. สถานภาพการสมรส

 1) โสด 2) สมรส 3) อื่นๆ ระบุ.....

3. อายุ

ระบุ..... ปี (นับตามจำนวนปีเต็ม)

4. ศาสนา

 1) พุทธ 2) คริสต์
 3) อิสลาม 4) อื่นๆ ระบุ.....

5. รายได้ /เดือน/ครัวเรือน

 1) น้อยกว่า 10,001บาท 2) 10,001-20,000บาท
 3) 20,001-30,000 บาท 4) 30,001-40,000 บาท
 5) 40,001-50,000 บาท 6) 50,001 บาทขึ้นไป

6. รายจ่ายค่าอาหารของครอบครัว โดยประมาณ..... บาท/วัน

7. ระดับการศึกษา

 1) ต่ำกว่าประถมศึกษา 2) ประถมศึกษา
 3) มัธยมศึกษา 4) อาชีวศึกษา
 5)ปริญญาตรี 6) จบปริญญาโท
 7)ปริญญาเอก 8) อื่นๆ ระบุ.....

8. อาชีพ

 1) นักเรียน/นักศึกษา 2) ข้าราชการ,พนักงานของรัฐ/รัฐวิสาหกิจ
 3) ธุรกิจส่วนตัว ระบุ..... 4) พนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน
 5) แม่บ้าน 6) อื่นๆ ระบุ.....

9.รูปแบบการใช้ชีวิตประจำวัน(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้ในการศึกษาค้นคว้าเท่านั้น ไม่ควรเผยแพร่ไปใช้โดยไม่ขออนุญาต
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิได้ 1) ชอบเล่นกีฬา 2) ชอบท่องเที่ยว 3) ชอบสังสรรค์บันเทิง
 4) ชอบทำงาน และต้อง 5) ชอบพักผ่อนอยู่บ้าน 6) อื่นๆ ระบุ.....

10. จำนวนสมาชิกในครัวเรือน

ระบุจำนวน _____ คน

- คนที่ 1 อายุ ระบุ _____ ปี 1)กินเนื้อโค 2)ไม่กินเนื้อโค
- คนที่ 2 อายุ ระบุ _____ ปี 1)กินเนื้อโค 2)ไม่กินเนื้อโค
- คนที่ 3 อายุ ระบุ _____ ปี 1)กินเนื้อโค 2)ไม่กินเนื้อโค
- คนที่ 4 อายุ ระบุ _____ ปี 1)กินเนื้อโค 2)ไม่กินเนื้อโค
- คนที่ 5 อายุ ระบุ _____ ปี 1)กินเนื้อโค 2)ไม่กินเนื้อโค
- คนที่ 6 อายุ ระบุ _____ ปี 1)กินเนื้อโค 2)ไม่กินเนื้อโค
- คนที่ 7 อายุ ระบุ _____ ปี 1)กินเนื้อโค 2)ไม่กินเนื้อโค

11. ลักษณะการบริโภคอาหารของครัวเรือน ส่วนใหญ่ บริโภคอาหารที่ไหน

- 1) ในบ้าน 2) นอกบ้าน(ร้านค้า ที่ทำงาน ฯลฯ) 3) ไกลเคียงกันระหว่างในบ้านกับ
ระบุ..... นอกบ้าน

12. ทศนคติที่มีต่อเนื้อโคและผลิตภัณฑ์จากเนื้อโค

คำชี้แจง โปรดพิจารณาข้อความและเลือกคะแนนลงในคอลัมน์ที่ตรงกับระดับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

น้อยที่สุด = 1มากที่สุด = 5

ทศนคติที่มีต่อเนื้อโค	ระดับความเห็น				
	1	2	3	4	5
1. เนื้อโคส่วนต่างๆ สามารถนำมาทำอาหารได้เกือบทั้งหมด					
2. เนื้อโค/ผลิตภัณฑ์จากเนื้อโคมีรสชาติดี/อร่อย					
3. เนื้อโค/ผลิตภัณฑ์จากเนื้อโคมีราคาแพง					
4. เนื้อโคหากมาจากแหล่งจำหน่ายที่ดี เนื้อก็มักจะมีดี					
5. อาหารจากเนื้อโค/ผลิตภัณฑ์จากเนื้อโคมักมีสารพิษปนเปื้อน					
6. โดยทั่วไปเนื้อโคมีความสด					
7. โดยทั่วไปเนื้อโคมีความสะอาด					
8. รับประทานเนื้อโค/ผลิตภัณฑ์จากเนื้อโคจะรู้สึกว่ามีกลิ่นเหม็นไม่ถูกปาก					
9. การรับประทานเนื้อโค/ผลิตภัณฑ์จากเนื้อโคทำให้สุขภาพดีร่างกายแข็งแรง					
10. การรับประทานเนื้อโค/ผลิตภัณฑ์จากเนื้อโคทำให้เกิดผลเสียต่อสุขภาพ					
11. ท่านมีความสะดวกในการซื้อเนื้อโคและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อโค					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้