



วารสารแก่นเกษตร
THAIJO

Content List Available at [ThaiJo](https://li01.tci-thaijo.org/index.php/agkasetkaj)

Khon Kaen Agriculture Journal

Journal Home Page : <https://li01.tci-thaijo.org/index.php/agkasetkaj>



ปัจจัยส่วนประสมการตลาดต่อความคิดเห็นในการบริโภคเนื้อสุกรภายใต้สถานการณ์หมูเถื่อนในเขตพื้นที่จังหวัดสระแก้ว

Marketing mix factors affecting to opinion on pork consumption under illegal pork situation in Sa Kaeo Province

วรเศรษฐ์ คุวิจิตรสุวรรณ¹, ชลาธร จูเจริญ^{2*}, อธิวัฒน์ อมรปัญญานันท์³ และ
วัฒนินทร์ บรรณสาร⁴

Woraset Kuwichitsuwan¹, Chalathon Choocharoen^{2*}, Atipwach Amonpanyanan³
and Wattanin Bannasarn⁴

¹ ด่านกักกันสัตว์สระแก้ว กองสารวัตรและกักกัน กรมปศุสัตว์ จังหวัดสระแก้ว 27120

¹ Sakaeo Animal Quarantine Station Division of Veterinary Inspection and Quarantine Sakaeo Province, 27120

² ภาควิชาส่งเสริมและนิเทศศาสตร์เกษตร คณะเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ จตุจักร กรุงเทพฯ 10900

² Department of Agricultural Extension and Communication, Faculty Agriculture, Kasetsart University, Bangkok 10900

³ สาขาวิชาเทคโนโลยีการเกษตร คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง หัวหมาก บางกะปิ กรุงเทพฯ 10240

³ Division of Agricultural Technology, Faculty of Science, Ramkhamhaeng University, Hua Mak, Bang Kapi, Bangkok 10240

⁴ โรงพยาบาลวัฒนานคร อำเภอวัฒนานคร จังหวัดสระแก้ว 27160

⁴ Watthana Nakhon Hospital, Watthana Nakhon District, Sakaeo Province, 27160

บทคัดย่อ: การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล เศรษฐกิจและสังคม พฤติกรรมการเลือกซื้อเนื้อสุกร ปัญหาในการซื้อเนื้อสุกร และปัจจัยส่วนประสมการตลาดต่อความคิดเห็นในการบริโภคเนื้อสุกรภายใต้สถานการณ์หมูเถื่อนในเขตพื้นที่จังหวัดสระแก้ว สุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ 400 คน โดยใช้แบบสัมภาษณ์ ใช้สถิติ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และSpearman's Rank Correlation Coefficient Analysis ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคเป็นเพศหญิงร้อยละ 59.80 อายุเฉลี่ย 43.44 ปี ระดับการศึกษา มัธยมศึกษาหรือเทียบเท่าร้อยละ 36.25 จำนวนสมาชิกในครัวเรือน เฉลี่ย 4 คน โดยมีรายได้ปี 2567 เท่ากับ 270,136.45 บาท และรายจ่ายเท่ากับ 233,196.97บาท อาชีพรับราชการร้อยละ 32.25 ได้รับข่าวสารจากสื่อมวลชนร้อยละ 75.50 วัตถุประสงค์หลักในการซื้อเนื้อสุกรของผู้บริโภคส่วนใหญ่ คือ เพื่อนำไปบริโภคในครัวเรือนหรือใช้รับประทานส่วนบุคคลเป็นหลัก ปัญหาของการเลือกซื้อเนื้อสุกรพบว่า ราคาเนื้อสุกรแพงขึ้นค่าเฉลี่ย 7.97 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดต่อความคิดเห็นในการบริโภคเนื้อสุกรพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์และด้านราคา มีความสัมพันธ์เชิงบวกที่ระดับปานกลาง ($r=0.575$, $P\text{-value}<0.000$) ในด้านผลิตภัณฑ์และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($r=0.615$, $P\text{-value}<0.000$) ด้านผลิตภัณฑ์และด้านการส่งเสริมการตลาด ($r=0.561$, $P\text{-value}<0.000$) ด้านราคาและด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($r=0.648$, $P\text{-value}<0.000$) ด้านราคาและด้านการส่งเสริมการตลาด ($r=0.642$, $P\text{-value}<0.000$) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด โดยมีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับมาก ($r=0.740$, $P\text{-value}<0.000$)

คำสำคัญ: ความคิดเห็น; ผู้บริโภค; หมูเถื่อน; จังหวัดสระแก้ว

ABSTRACT: This research aimed to study basic personal, socioeconomic factors, pork purchasing behavior, problems in purchasing pork, marketing mix factors affecting to opinion on pork consumption under an illegal pork situation in Sa Kaeo Province, with an accidental sample of 400 consumers. Data collection was conducted via interviews by using the statistics of percentage, mean, and standard deviation. The hypothesis was tested by using Spearman's

* Corresponding author: fagrchch@ku.ac.th

Received: date; November 21, 2024, Revised: date; May 20, 2025

Accepted: date; May 21, 2025, Published: date; July 16, 2025

Rank Correlation Coefficient Analysis. The results found that most consumers were female for 59.8 percent, an average age of 43.44 years, education was secondary school or equivalent for 36.25 percent, the average number of household members was 4 people, in 2024, the average annual income was 270,136.45 Baht, while the average annual expenditure was 233,196.97 Baht. Respondents' occupations were government officers for 32.25 percent, and they received information exposure through news and updates from mass media with 75.5 percent. The primary purpose of purchasing pork was for household consumption or personal use. The problem in purchasing pork was the rising price of pork, with an average of 7.97. The analysis of correlations between marketing mix factors and consumer opinions toward pork consumption revealed the following: product and price had a moderate positive correlation ($r = 0.575$, $P\text{-value} < 0.000$), product and distribution channels had a moderate positive correlation ($r = 0.615$, $P\text{-value} < 0.000$), product and promotion had a moderate positive correlation ($r = 0.561$, $P\text{-value} < 0.000$), price and distribution channels had a moderate positive correlation ($r = 0.648$, $P\text{-value} < 0.000$), price and promotion had a moderate positive correlation ($r = 0.642$, $P\text{-value} < 0.000$) and distribution channels and promotion had a strong positive correlation ($r = 0.740$, $P\text{-value} < 0.000$).

Keywords: opinion; consumer; illegal pig; Sa Kaeo Province

บทนำ

การบริโภคเนื้อสุกรในช่วงระหว่างปี 2562 - 2566 พบว่าความต้องการบริโภคเนื้อสุกรของโลกเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 4.59 ต่อปี โดยในปี 2566 การบริโภคเนื้อสุกรของโลกมีปริมาณรวม 115.01 ล้านตัน เพิ่มขึ้นจาก 113.24 ล้านตันของปี 2565 ร้อยละ 1.56 ซึ่งประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนมีการบริโภคเนื้อสุกรมากที่สุด ปริมาณ 58.683 ล้านตัน รองลงมา ได้แก่ สหภาพยุโรป 18.40 ล้านตัน และประเทศสหรัฐอเมริกา 9.84 ล้านตัน โดยแนวโน้มการบริโภคเนื้อสุกรของประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน และสหภาพยุโรปเพิ่มขึ้นจากปี 2565 ร้อยละ 2.17 และร้อยละ 0.96 ตามลำดับ ในขณะที่ประเทศสหรัฐอเมริกามีการบริโภคเนื้อสุกรลดลงจากปี 2565 ร้อยละ 1.19 (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2567) ในกลุ่มของการบริโภคอาหารประเภทเนื้อสัตว์ คนไทยนิยมบริโภคเนื้อสุกรมากเป็นอันดับ 2 รองจากเนื้อปลา แต่เมื่อคิดเป็นค่าใช้จ่ายในการซื้อแล้ว ในปี 2566 คนไทยต้องเสียค่าใช้จ่ายในการซื้อเนื้อสุกรมากที่สุด เมื่อปริมาณสุกรเพื่อการบริโภคมีไม่เพียงพอ กำลังการผลิตกับความต้องการของผู้บริโภคไม่สัมพันธ์กันทำให้เนื้อสุกรมีราคาแพงขึ้น คนบางกลุ่มจึงฉวยโอกาสนำเข้าเนื้อสุกรผิดกฎหมายซึ่งมีราคาถูกกว่าเข้ามาในประเทศหรือเรียกว่า ‘หมูเถื่อน’ การนำเข้าเนื้อสุกรเพื่อการบริโภคจากต่างประเทศไม่ว่าจะทำถูกกฎหมายหรือลักลอบ เบื้องต้นอาจส่งผลดีต่อผู้บริโภคเพราะสามารถซื้อเนื้อสุกรในราคาที่ถูกลงแต่ในระยะยาวหากผู้ประกอบการรายย่อยและรายเล็กในอุตสาหกรรมเลี้ยงสุกรไม่สามารถดำเนินกิจการได้อย่างยั่งยืน อำนาจในการกำหนดราคาจำหน่ายเนื้อสุกรจะตกอยู่ภายใต้การควบคุมของผู้ประกอบการขนาดใหญ่แต่เพียงผู้เดียว แม้สถานการณ์การระบาดของโรคอหิวาต์แอฟริกาในสุกร (African Swine Fever: ASF) จะเริ่มคลี่คลายลงแล้ว แต่การผลิตสุกรในประเทศไทยยังไม่กลับคืนสู่ภาวะปกติ ข้อมูลก่อนการระบาดจากสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรระบุว่า ในปี 2566 ประเทศไทยมีผลผลิตสุกรจำนวน 17.50 ล้านตัว เพิ่มขึ้นจากปี 2565 ที่ผลิตได้ 15.80 ล้านตัว แต่ยังคงต่ำกว่าระดับก่อนเกิดการระบาด ซึ่งอยู่ที่ประมาณ 21-22 ล้านตัว ปัจจัยสำคัญที่ทำให้การผลิตยังไม่ฟื้นตัวเต็มที่ คือ ราคาจำหน่ายสุกรหน้าฟาร์มที่ยังอยู่ในระดับต่ำ ส่งผลให้เกษตรกรขาดแรงจูงใจในการเพิ่มการผลิตในช่วง 3 เดือนแรกของปี 2567 ราคาสุกรหน้าฟาร์มเฉลี่ยอยู่ที่ 66 บาทต่อกิโลกรัม ลดลงร้อยละ 30 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ส่งผลให้ราคาขายปลีกเนื้อสุกรเฉลี่ยในประเทศปรับตัวลดลงมาอยู่ที่ 164 บาทต่อกิโลกรัม หรือคิดเป็นการลดลงร้อยละ 16 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า (บุรพา, 2566) สถานการณ์ดังกล่าวสะท้อนถึงความท้าทายของภาคการผลิตสุกรในประเทศไทย โดยเฉพาะในส่วนของเกษตรกรรายย่อยที่ยังไม่สามารถกลับเข้าสู่ระบบการผลิตได้อย่างมั่นคง อันเป็นประเด็นสำคัญที่ทุกภาคส่วนจำเป็นต้องร่วมกันวางแผนทางในการยกระดับราคาสุกรให้มีความเหมาะสม พร้อมทั้งพัฒนาและสนับสนุนกลไกการแข่งขันของอุตสาหกรรมเลี้ยงสุกรไทยให้สามารถเติบโตอย่างยั่งยืน (ศูนย์วิจัยกสิกรรมไทย, 2567)

ในส่วนของการเลี้ยงพบว่าจำนวนสุกรที่เลี้ยงในแต่ละปีมีจำนวนไม่แน่นอน ปัญหาการลักลอบและหลีกเลี่ยงศุลกากร โดยเฉพาะเนื้อสุกรจากต่างประเทศ และส่วนอื่น ๆ ของสุกร ได้สร้างความเสียหายให้กับราคาสุกรในประเทศอย่างมาก เนื่องจากเนื้อสุกรเถื่อนที่ลักลอบนำเข้ามีราคาถูกกว่าของไทยโดยเฉพาะสุกรจากกลุ่มยุโรปกว่า 10 ประเทศ เช่น บราซิล สเปน อาร์เจนตินา และแคนาดา ส่งผลให้ผู้เลี้ยงสุกรได้รับผลกระทบราคาสุกรตกต่ำ ปัจจุบันต้นทุนอยู่ที่ 80-90 บาทต่อกิโลกรัม ซึ่งตลอดปี 2565 ถึงปีปัจจุบัน เจ้าหน้าที่

กรมปศุสัตว์ได้ร่วมกับตำรวจ ทหาร ศุลกากร เข้าตรวจสอบผู้ประกอบการสินค้าประเภทซากสุกรรวมจำนวนทั้งสิ้น 238 ครั้ง สามารถจับกุมซากชิ้นส่วนสุกรซึ่งมีแหล่งผลิตต้นทางจากประเทศบราซิล อิตาลี เยอรมนี ถูกลักลอบนำเข้าในปริมาณน้ำหนักรวม 1,142,487 กิโลกรัม คิดเป็นมูลค่ากว่า 190 ล้านบาท (กองสารวัตรและกักกัน กรมปศุสัตว์, 2566) จากปัญหาดังกล่าว ควรหาวิธีที่รัดกุมในการปราบปรามให้ได้ขาดและเกิดผลประโยชน์กับทุกภาคส่วนรวมถึงความปลอดภัยของผู้บริโภค (กรมปศุสัตว์, 2565) ซึ่งเนื้อสุกรเถื่อนที่ลักลอบนำเข้าและไม่ผ่านขั้นตอนการตรวจสอบความปลอดภัย ผู้บริโภคจึงมีความเสี่ยงที่จะได้รับอันตรายจากสารปนเปื้อน นอกจากนี้ยังเป็นการเพิ่มความเสี่ยงในการนำโรคระบาดเข้ามาในประเทศไทยส่งผลกระทบต่อความปลอดภัยในอาหารของผู้บริโภค ซึ่งผู้บริโภคควรเลือกซื้อเนื้อสุกรจากสถานที่หรือแหล่งจำหน่ายที่น่าเชื่อถือและมั่นใจได้ว่าไม่มีการนำเนื้อสุกรเถื่อนมาจำหน่าย โดยเฉพาะผู้บริโภคในพื้นที่ชายแดนจังหวัดสระแก้วซึ่งเป็นพื้นที่ชายแดนติดกับประเทศกัมพูชา และจากการที่ภาครัฐเข้มงวดการสกัดกั้นการนำเข้าสุกรเถื่อนเข้ามาตามช่องทางต่างๆ ผู้ลักลอบนำเข้าจึงหันมาใช้ช่องทางตามแนวชายแดนเพื่อนำมาจำหน่ายในประเทศไทย ซึ่งถือเป็นพื้นที่ที่พบปัญหา อีกทั้งสถานการณ์เกี่ยวกับเนื้อสุกรผิดกฎหมายกลายเป็นประเด็นสำคัญในประเทศไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านความเชื่อมั่นของผู้บริโภคและเสถียรภาพของตลาดโดยเฉพาะในจังหวัดสระแก้วซึ่งเป็นพื้นที่ชายแดนมีความเสี่ยงต่อการลักลอบนำเข้าเนื้อสุกรที่ไม่ได้รับการควบคุมตามกฎหมาย ซึ่งส่งผลกระทบต่อผู้ผลิตสุกรในประเทศและผู้บริโภค การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคภายใต้สถานการณ์เช่นนี้จึงมีความสำคัญต่อการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดและนโยบายที่ช่วยฟื้นฟูความเชื่อมั่นในตลาดเนื้อสุกรภายในประเทศ และเพื่อให้สอดคล้องกับการบริโภคเนื้อสุกรในพื้นที่ซึ่งมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเนื้อสุกรภายใต้สถานการณ์ดังกล่าว จึงทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อและความคิดเห็นของผู้บริโภคเนื้อสุกรภายใต้สถานการณ์หมู่เถื่อนในเขตพื้นที่จังหวัดสระแก้ว และเพื่อเป็นการคุ้มครองผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าปศุสัตว์ปลอดภัยและได้คุณภาพมาตรฐานทั้งนี้ในส่วนของการส่งเสริมและฟื้นฟูโดยกรมปศุสัตว์เพื่อนำข้อมูลไปใช้ในการวางแผนขับเคลื่อน วางนโยบายและมาตรการต่าง ๆ เพื่อส่งผลให้ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นในการบริโภคเนื้อสุกรในพื้นที่ต่อไปในระยะยาว

วิธีการศึกษา

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคเนื้อสุกรที่ซื้อเนื้อสุกรมาบริโภคจากภายใต้สถานการณ์หมู่เถื่อนในเขตพื้นที่จังหวัดสระแก้ว ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างอย่างแบบบังเอิญ กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามวิธีของ Cochran โดยขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาเป็นกรณีที่ไม่มีทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน (Infinite Population) ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 ราย (กัลยา, 2552) ดังนี้

$$\text{สูตร } n = Z^2 / [4e] \quad ^2$$

เมื่อ n = จำนวนตัวอย่างที่ได้จากการคำนวณ

e = สัดส่วนของความคลาดเคลื่อนที่จะยอมให้เกิดขึ้นได้โดย กำหนดให้ค่าความคลาดเคลื่อน 5 % หรือ 0.05

Z = ค่าปกติมาตรฐานที่ได้จากตารางแจกแจงแบบปกติมาตรฐาน (Z score) ขึ้นอยู่กับระดับความเชื่อมั่นที่ศึกษากำหนดซึ่งกำหนดไว้ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% มีค่า $Z = 1.96$

$$\begin{aligned} n &= Z^2 / [4e] \quad ^2 \\ &= [1.96] \quad ^2 / [4(0.05)] \quad ^2 \\ &= 384.16 \\ &\approx 400 \end{aligned}$$

การเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง ประกอบด้วยคำถามปลายเปิด (Open-ended question) และคำถามปลายปิด (Close-ended question) ซึ่งแบ่งประเด็นการศึกษาโดยข้อคำถามประกอบไปด้วย 4 ส่วน ดังนี้

1) ปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล เศรษฐกิจและสังคม ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา จำนวนสมาชิกในครัวเรือน รายได้ รายจ่าย อาชีพ และการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสถานการณ์หมูเถื่อน จำนวน 8 ข้อ

2) พฤติกรรมการเลือกซื้อของผู้บริโภคเนื้อสุกรเถื่อนในเขตพื้นที่จังหวัดสระแก้ว ได้แก่ รูปแบบการเลือกซื้อเนื้อสุกร วัตถุประสงค์การซื้อ บุคคลที่มีอิทธิพลมากที่สุดในการเลือกซื้อเนื้อสุกร ช่วงวันในการเลือกซื้อเนื้อสุกร การตัดสินใจซื้อ ความถี่ในการเลือกซื้อ การใช้จ่ายในการซื้อเนื้อสุกรแต่ละครั้ง และสื่อประเภทที่ดึงดูดความสนใจให้เลือกซื้อเนื้อสุกร จำนวน 8 ข้อ

3) ความคิดเห็นต่อความสำคัญของปัญหาในการซื้อเนื้อสุกรเถื่อนในเขตพื้นที่จังหวัดสระแก้ว ได้แก่ สถานที่จำหน่ายเนื้อสุกร ปิด เนื้อสุกรมีให้เลือกน้อยลง ราคาเนื้อสุกรแพงขึ้นช่วงเวลาปิด-เปิดไม่สะดวกต่อการซื้อ ไม่มั่นใจความปลอดภัยของเนื้อสุกร ไม่มั่นใจคุณภาพของเนื้อสุกร มีการเสริมสารเร่งเนื้อแดงเพื่อให้เนื้อสุกรมีคุณภาพที่ดี ความสดของเนื้อหมูลดลงและอื่น ๆ จำนวน 10 ข้อ โดยผู้ตอบแบบสอบถามสามารถให้คะแนนได้ ตั้งแต่ 1 ถึง 10 คะแนน ปัญหาที่มีความสำคัญมากที่สุด ให้คะแนน 10 คะแนน ปัญหาที่ไม่สำคัญ ให้คะแนน 1 คะแนน ตามระดับความสำคัญที่แต่ละคนรู้สึก

การทดสอบเครื่องมือ โดยการตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน จากนั้น นำแบบสัมภาษณ์ไปทดสอบ (Try out) กับผู้บริโภคที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ราย และวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยคำนวณค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นตามวิธีของ Cronbach's Alpha สำหรับความคิดเห็นของผู้บริโภคเนื้อสุกรต่อสถานการณ์หมูเถื่อนในเขตพื้นที่จังหวัดสระแก้ว ได้เท่ากับ 0.967

การวิเคราะห์ข้อมูล

จากการรวบรวมข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์และนำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป มีการเลือกใช้สถิติ ดังนี้

1) การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล เศรษฐกิจและสังคม ใช้ค่าสถิติเชิงพรรณนาประกอบด้วย ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่ามากที่สุด ค่าน้อยสุด

2) พฤติกรรมการเลือกซื้อของผู้บริโภคเนื้อสุกรเถื่อนในเขตพื้นที่จังหวัดสระแก้ว โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ค่าความถี่ และค่าร้อยละ

3) การวิเคราะห์ความสำคัญของปัญหาที่ผู้บริโภคพบเจอเกี่ยวกับการซื้อเนื้อสุกรเถื่อนในพื้นที่จังหวัดสระแก้ว โดยนำคะแนนในแต่ละข้อ หาค่าเฉลี่ย จากนั้นจะเรียงลำดับปัญหาตามค่าเฉลี่ยคะแนน เพื่อวิเคราะห์ลำดับความสำคัญของปัญหาที่เกิดขึ้นในการซื้อเนื้อสุกรเถื่อน

4) การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของส่วนประสมทางการตลาดเป็นตัวแปรต้นต่อความคิดเห็นในการบริโภคเนื้อสุกรภายใต้สถานการณ์หมูเถื่อนเป็นตัวแปรตาม โดยหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient (r)) อยู่ในช่วง 0.00 – 1.00 (0.00 – 0.30 ระดับต่ำ 0.31 – 0.60 ระดับปานกลาง และ 0.61 – 1.00 ระดับมาก)

ผลการศึกษา

ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคล เศรษฐกิจและสังคม

จากการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 239 คน คิดเป็นร้อยละ 59.80 อายุเฉลี่ย 43.44 ปี มีระดับการศึกษาส่วนใหญ่ มีมัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า ร้อยละ 36.25 จำนวนสมาชิกในครัวเรือน เฉลี่ย 4.17 คน รายได้ปี 2567 เฉลี่ย 270,136.45 บาท รายจ่ายปี 2567 เฉลี่ย 233,196.97 บาท ประกอบอาชีพรับราชการ 129 คนคิดเป็นร้อยละ 32.25 ได้รับข่าวสารสถานการณ์เกี่ยวกับสุกรเถื่อนจากสื่อมวลชน (วิทยุ โทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์และ อินเทอร์เน็ต) 302 คนคิดเป็นร้อยละ 75.50 ได้รับข่าวสารจากสื่อบุคคล (สมาชิกในครอบครัว ญาติพี่น้อง เพื่อนบ้าน เกษตรกรในพื้นที่ ผู้นำชุมชน และเจ้าหน้าที่ของรัฐ) 260 คนคิดเป็นร้อยละ 65.00 ได้รับข่าวสารจากสื่อกิจกรรม (การประชุม การฝึกอบรมและการศึกษาดูงาน) 233 คนคิดเป็นร้อยละ 58.25 สอดคล้องกับงานวิจัยของ จันทร์จิรา และ ประสพชัย (2019) ศึกษาเรื่องการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้ออาหารริมบาทวิถีของผู้บริโภคใน

เขตกรุงเทพมหานคร พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 29-39 ปี มีปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารริมบาทวิถี แบ่งออกเป็น 7 ปัจจัยได้แก่ ด้านคุณภาพการบริการด้านสุขาภิบาลอาหาร ด้านคุณภาพอาหาร การส่งเสริมการตลาด การเป็นมิตรสิ่งแวดล้อมคุณภาพอาหาร ความปลอดภัยอาหารและสภาพแวดล้อมทางกายภาพตามลำดับ จะเห็นได้ว่าเพศหญิงมีความรับผิดชอบในบทบาทสำคัญตลอดห่วงโซ่คุณค่าของเนื้อหมู โดยเฉพาะในระดับผู้บริโภค มีอิทธิพลในการกำหนดพฤติกรรมซื้อและสุขอนามัยของครัวเรือน เช่นเดียวกับงานวิจัยของ Mitchell (2019) ศึกษาเรื่อง Gender, food safety and the pork value chain in Vietnam (Table 1)

Table 1 Basic personal factors and socioeconomic data

Basic personal factors and socioeconomic data	Number	Percentage
Gender		
Male	161	40.20
Female	239	59.80
Age		
17 - 38 years	155	38.80
39 - 59 years	192	48.00
60-80 years	53	13.20
Mean 43.44 years S.D. 13.059 Minimum 17 years Maximum 80 years		
Education		
Primary	68	17.00
Secondary or equivalent	145	36.25
Vocational Certificate/Associate Degree	133	33.25
Bachelor's Degree	38	9.50
< Bachelor's Degree	16	4.00
Number of household members		
1-4 people	244	61.00
5-8 people	151	37.75
9-12 people	5	1.25
Mean 4.17 people S.D. 1.690 Minimum 1 people Maximum 12 people		
Income/year		
<120,001 baht	149	37.25
120,001-200,000 baht	101	25.25
>200,000 baht	150	37.50
Mean 270,136.45 Baht/year S.D. 374,637.403 Minimum 9,000 Baht/year Maximum 4,000,000 Baht/year		
Expense/year		
< 100,001 baht	144	36.00
100,001-190,000 baht	89	22.25
> 190,000 Baht	167	41.75
Mean 233,196.97 Baht/year S.D. 357,986.950 Minimum 4,000 Baht/year Maximum 5,000,000 Baht/year		

Basic personal factors and socioeconomic data	Number	Percentage
Occupation		
Un employ	8	2.00
Housekeeper	55	13.75
Student	5	1.25
Officer	76	19.00
Manager	7	1.75
Business	21	5.25
Seller	71	17.75
construction work/ gardener/ security work	28	7.00
Government	129	32.25
*Receive news from personal media	260	65.00
*Receive news from activities media	233	58.25
*Receive news from the mass media	302	75.50

* can select more than 1 answer

พฤติกรรมในการเลือกบริโภคเนื้อสุกรภายใต้สถานการณ์หมูเถื่อนในเขตพื้นที่จังหวัดสระแก้ว

จากการศึกษาพบว่า วัตถุประสงค์สำคัญที่สุดในการซื้อเนื้อสุกรของผู้บริโภคส่วนใหญ่เพื่อใช้รับประทานเองส่วนตัว 350 คน คิดเป็นร้อยละ 87.50 ช่วงวันในการเลือกซื้อเนื้อสุกร เป็นช่วงวันจันทร์-วันศุกร์ 204 คน คิดเป็นร้อยละ 51.00 การเลือกซื้อเนื้อสุกรจะซื้อทันทีเมื่อเห็นสินค้า 320 คน คิดเป็นร้อยละ 80.00 ความถี่ในการเลือกซื้อเนื้อสุกรส่วนใหญ่ 1 ครั้ง/สัปดาห์ 165 คน คิดเป็นร้อยละ 41.25 ค่าใช้จ่ายแต่ละครั้งในการเลือกซื้อเนื้อสุกรประมาณ 1-200 บาท 176 คน คิดเป็นร้อยละ 44.00 สื่อที่ดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคในการเลือกซื้อเนื้อสุกรผ่าน Facebook 157 คน คิดเป็นร้อยละ 39.25 สถานที่ที่ซื้อเนื้อสุกรมักซื้อจากร้านสะดวกซื้อใกล้บ้าน 250 คน คิดเป็นร้อยละ 62.50 วิธีการเดินทางไปซื้อเนื้อสุกรโดยรถจักรยานยนต์ 247 คน คิดเป็นร้อยละ 61.75 แสดงให้เห็นว่าพฤติกรรมผู้บริโภคเน้นการเลือกซื้อเนื้อสุกรที่สะดวก เข้าถึงง่าย ราคาเหมาะสม และมีความมั่นใจในความสดและความปลอดภัยของสินค้า โดยนิยมซื้อจากสถานที่ใกล้บ้าน สอดคล้องกับความต้องการด้านคุณภาพและความสะดวกในการบริโภค สอดคล้องกับงานวิจัยของ กิตติศักดิ์ (2565) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความเชื่อมั่นและการตัดสินใจบริโภคเนื้อสุกรของผู้บริโภคที่มีแหล่งที่มาจากฟาร์มสุกรท้องถิ่นในเขตจังหวัดพะเยา พบว่าความพึงพอใจในการเลือกซื้อของผู้บริโภคที่มีต่อตลาดเนื้อสุกร มาจากความสะอาดของแหล่งจำหน่ายเนื้อสุกรและมาตรฐานความสะอาดของสถานที่จำหน่ายที่ได้รับการรับรองมาตรฐานจากหน่วยงานภาครัฐ (Table 2)

Table 2 Behavior of pork consumption under the illegal pork situation in the Sa Kaeo province

Behavior of pork consumption under the illegal pork situation in the Sa Kaeo province	Number	Percentage
*The primary purpose for most consumers in buying pork is for personal consumption	350	87.50%
*The preferred days for buying pork are Monday to Friday	204	51.00%
*Consumers tend to buy pork immediately when they see the product	320	80.00%
*The frequency of buying pork is mostly once per week	165	41.25%
*The average expenditure for each pork purchase is about 1-200 baht	176	44.00%
*The media that attracts consumers to buy pork is through Facebook	157	39.25%
*The most common place to buy pork is from a convenience store near their home	250	62.50%
*The mode of transportation to buy pork is by motorcycle	247	61.75%

* select more than one answer

ความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อความสำคัญของปัญหาในการซื้อเนื้อสุกรต่อสถานการณ์หมูเถื่อนในเขตพื้นที่จังหวัดสระแก้ว

จากการศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อความสำคัญของปัญหาในการซื้อเนื้อสุกรต่อสถานการณ์หมูเถื่อนในเขตพื้นที่จังหวัดสระแก้วดัง **Figure 1** พบว่า ปัญหาที่มีความสำคัญมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ราคาเนื้อสุกรแพงขึ้น (ค่าเฉลี่ย 7.97) ร้านค้าที่ได้รับมาตรฐาน Q หรือปศุสัตว์ OK มีจำนวนไม่เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 7.22) และ มีการเสริมสารเร่งเนื้อแดง เพื่อเพิ่มคุณภาพซากและความน่าซื้อของเนื้อสุกร (ค่าเฉลี่ย 7.03) จากการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคมีความคิดเห็นว่าสถานการณ์หมูเถื่อนส่งผลทำให้ราคาเนื้อสุกรมีราคาสูง เนื่องจากการเกิดโรค African swine fever (ASF) ทำให้เนื้อสุกรที่บริโภคในประเทศไม่เพียงพอส่งผลต่อราคาเนื้อสุกรที่ใช้บริโภคในประเทศผันผวนค่อนข้างไปทางราคาสูงขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Woonwong et al. (2020) ซึ่งว่าการระบาดของ ASF ในเอเชีย รวมถึงประเทศไทย ส่งผลต่อการลดลงของการผลิตสุกรอย่างรุนแรง และส่งผลให้ราคาเนื้อหมูในประเทศปรับตัวสูงขึ้น เนื่องจากความต้องการบริโภคยังคงอยู่ในระดับสูง ทั้งนี้ผู้บริโภคยังมีความมั่นใจในเรื่องของการเลือกซื้อเนื้อสุกรจากร้านที่มีสัญลักษณ์ Q หรือ ปศุสัตว์ OK ว่าสามารถเลือกซื้อเนื้อสุกรที่มีคุณภาพมาเพื่อบริโภคและไม่ส่งเสริมการใช้สารเร่งเนื้อแดงเพื่อเพิ่มคุณภาพซากและความน่าซื้อของเนื้อสุกร อีกทั้งเนื้อสุกรควรมีราคากลางที่ชัดเจนและจำหน่ายในราคารมาตรฐานเดียวกันหรือใกล้เคียงกันมากที่สุด

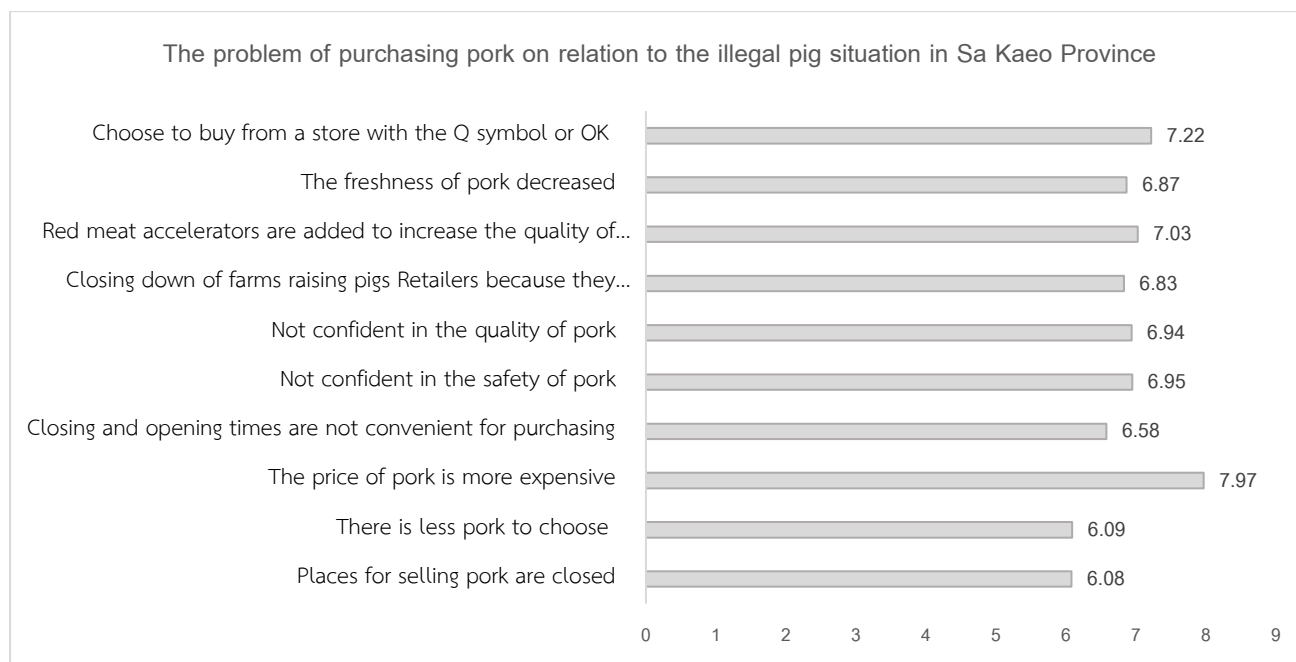


Figure 1 The problem of purchasing pork on relation to the illegal pig situation in Sa Kaeo Province (Ranked from most to least (most put 10 - least 1))

ปัจจัยที่มีผลต่อความคิดเห็นด้านส่วนประสมการตลาดของเนื้อสุกรภายใต้สถานการณ์หมูเถื่อนในเขตพื้นที่จังหวัดสระแก้ว

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อความคิดเห็นในการบริโภคเนื้อสุกรภายใต้สถานการณ์หมูเถื่อนในเขตพื้นที่จังหวัดสระแก้ว (Table 4) ซึ่งประกอบด้วยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์และด้านราคามีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($r = 0.575$, $P\text{-value} < 0.000$) แสดงให้เห็นว่า ด้านผลิตภัณฑ์ เช่น คุณภาพที่ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค มีความเชื่อมโยงกับการรับรู้ถึงความเหมาะสมของราคา กล่าวคือ เมื่อผู้บริโภคมองว่าเนื้อสุกรมีคุณภาพหรือมีความน่าเชื่อถือสูง ก็จะมีแนวโน้ม ยอมรับราคาที่สูงขึ้นได้ โดยเฉพาะในกรณีที่ดินค้านั้นมีการรับรองมาตรฐาน เช่น ร้านค้าที่มีเครื่องหมายรับรอง "Q" หรือ "ปศุสัตว์ OK" ซึ่งช่วยสร้างความมั่นใจในเรื่องความปลอดภัยและคุณภาพของสินค้า แนวโน้มนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ ประเมศร์ และคณะ (2564) ซึ่งศึกษาพฤติกรรมการซื้อและเจตคติของผู้บริโภคชาวไทยต่อการบริโภคชิ้นส่วนสุกร พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับความปลอดภัยและรสชาติของเนื้อสุกร ซึ่งเป็นปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ

ด้านผลิตภัณฑ์และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีความสัมพันธ์เชิงบวกหรือทิศทางเดียวกันระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($r=0.615$, $P\text{-value}<0.000$) แสดงให้เห็นว่าผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและตรงกับความต้องการของผู้บริโภค มักส่งเสริมให้การกระจายสินค้าผ่านช่องทางต่าง ๆ เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและช่องทางการจัดจำหน่ายที่เหมาะสมก็มีส่วนสนับสนุนให้ผลิตภัณฑ์ได้รับการยอมรับมากขึ้นเหตุผลที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะเนื้อสุกรจากตลาดสดในเขตพื้นที่สระแก้วต้องผลิตโดยผ่านระบบ ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานฟาร์มที่มีระบบการป้องกันโรคและการเลี้ยงสัตว์ที่เหมาะสม Good Farming Management (GFM) และมีการรับรองระบบการจัดการสุขลักษณะที่ดีในสถานประกอบการ Good Manufacturing Practice (GMP) อีกทั้งยังมีการควบคุมสถานที่จำหน่ายต้องมีใบอนุญาตให้ทำการค้าสัตว์หรือซากสัตว์แบบร.10 ออกโดยกรมปศุสัตว์ ทำให้เพิ่มความเชื่อมั่นว่าเนื้อสุกรในเขตพื้นที่สระแก้วมีคุณภาพและสถานที่จำหน่ายมีมาตรฐาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของปรีชาดี และคณะ (2563) เรื่อง พฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อสุกรของผู้บริโภคในจังหวัดขอนแก่นพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค คือ ผลิตภัณฑ์มีมาตรฐานความปลอดภัยในกระบวนการผลิตและมีความสดอยู่เสมอ มีบรรจุภัณฑ์ที่ปิดมิดชิดได้มาตรฐาน และมีการแสดงวันหมดอายุที่ชัดเจน ราคาเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า

ด้านผลิตภัณฑ์และด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์เชิงบวกหรือทิศทางเดียวกันระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($r=0.561$, $P\text{-value}<0.000$) แสดงให้เห็นว่า ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณลักษณะตรงตามความต้องการของผู้บริโภค เช่น คุณภาพ ความหลากหลาย ย่อมส่งเสริมตลาดให้สามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น และเพิ่มโอกาสในการตอบรับจากลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น เหตุผลที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะเมื่อผู้บริโภคซื้อเนื้อสุกรจากตลาดสดในพื้นที่ทำให้แน่ใจว่าเนื้อสุกรที่ซื้อมามีความสดและมีคุณภาพไม่เป็นเนื้อสุกรที่ได้มาจากการลักลอบนำเข้ามาจำหน่าย อีกทั้งการนำเสนอของสื่อ เช่น Facebook ของห้างค้าปลีกและร้านค้าปลีกในท้องถิ่นทำให้กระตุ้นความมั่นใจและสนใจในการอยากซื้อเนื้อสุกรมาบริโภคมากขึ้นซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชุมพร (2557) ปัจจัยด้านการรับรู้คุณภาพมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อความตั้งใจซื้อ ผลิตภัณฑ์อาหารที่มีคุณภาพสูงตราสินค้า A ผลการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันพบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้คุณภาพกับความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่มีคุณภาพสูงตราสินค้า A มีความสัมพันธ์กันในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

ด้านราคาและด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีความสัมพันธ์เชิงบวกหรือทิศทางเดียวกันระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($r=0.648$, $P\text{-value}<0.000$) เมื่อการกำหนดราคามีความเหมาะสมและสอดคล้องกับความคาดหวังของผู้บริโภค ย่อมมีแนวโน้มที่จะสามารถกระจายสินค้าได้ผ่านช่องทางที่เหมาะสม มีประสิทธิภาพ และตรงกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น อาจเป็นเพราะเมื่อผู้บริโภคซื้อเนื้อสุกรในพื้นที่ที่สะดวกพบว่า มีความเหมาะสมกับคุณภาพ ปริมาณและรายได้ของผู้ซื้อในพื้นที่ซึ่งการตั้งราคาขายขึ้นอยู่กับราคาที่กำหนดโดยสมาคมสุกรแห่งชาติ อีกทั้งเนื้อสุกรเองมีความพร้อมในการจำหน่ายเนื่องจากพื้นที่ที่สะดวกมีฟาร์มเลี้ยงสุกรมากที่สุดในเขต 2 ภาค ตะวันออกทำให้มีปริมาณเนื้อสุกรเพื่อบริโภคที่เพียงพอ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เมทินี (2564) เรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเนื้อสุกรเพื่อบริโภคภายในครัวเรือนของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านภาพลักษณ์ของแบรนด์ ด้านประโยชน์ของแบรนด์ ด้านความมีเสน่ห์ของแบรนด์ ด้านการเมือง ด้านเศรษฐกิจ และด้านสังคมที่มีผลการตัดสินใจเลือกซื้อเนื้อสุกรเพื่อบริโภคภายในครัวเรือนของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านราคาและด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์เชิงบวกหรือทิศทางเดียวกันระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($r=0.642$, $P\text{-value}<0.000$) เมื่อการกำหนดราคามีความเหมาะสมและเป็นที่พึงพอใจของผู้บริโภค จะส่งผลในทิศทางเดียวกันกับความสำเร็จของการส่งเสริมการตลาด เหตุผลที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นผู้บริโภคสินค้าจากห้างค้าปลีกในพื้นที่ที่มีการจัดโปรโมชั่นส่งเสริมการขายทำให้ผู้บริโภคซื้อด้วยราคาที่ถูกลงกว่าการซื้อในตลาดสดซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อริยธรรมา (2562) เรื่อง พฤติกรรมที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อสุกรของผู้บริโภคในอำเภอท่าม่วงจังหวัดกาญจนบุรี ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อสุกรของผู้บริโภคในอำเภอท่าม่วงจังหวัดกาญจนบุรี โดยภาพรวมด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ส่งผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อสุกรของผู้บริโภคในอำเภอท่าม่วงจังหวัดกาญจนบุรีด้านสถานที่ในการซื้อเนื้อสุกร ด้านค่าใช้จ่ายในการซื้อเนื้อสุกร ด้านปริมาณในการซื้อเนื้อสุกร ด้านความถี่ในการซื้อเนื้อสุกร และด้านวัตถุประสงค์ในการซื้อเนื้อสุกร อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์เชิงบวกหรือทิศทางเดียวกันระดับมาก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($r=0.740$, $P\text{-value}<0.000$) แสดงให้เห็นว่าช่องทางการจัดจำหน่ายที่ดี เช่น เข้าถึงลูกค้าได้หลากหลาย มีหลายช่องทางทั้งออนไลน์และออฟไลน์ มีแนวโน้มไปในทิศทางเดียวกันกับการส่งเสริมการตลาดที่มีประสิทธิภาพ เช่น โปรโมชั่น การสื่อสารการตลาด เหตุผลที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะช่วงเวลาในการเลือกซื้อสินค้าส่วนใหญ่ไปซื้อจากตลาดสดในช่วงเวลาเช้าทำให้ผู้บริโภคได้เนื้อสุกรที่มีคุณภาพสด ใหม่ จากโรงเชือดสุกรในพื้นที่ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ประเมศร์ และคณะ (2564) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการซื้อและเจตคติที่มีต่อการบริโภคชิ้นส่วนสุกรของผู้บริโภคในประเทศไทยพบว่าปัจจัยเจตคติต่อการบริโภคเนื้อสุกรจะมุ่งเน้นไปที่สถานที่จำหน่ายและแหล่งที่มาของสินค้า

Table 4 The relationship of pork consumers' opinions on the illegal pork situation in Sa Kaeo Province

Variables	Product	Price	Place	Promotion
Product	1.000			
Price	0.575**	1.000		
Place	0.615**	0.648**	1.000	
Promotion	0.561**	0.642**	0.740**	1.000

Remark: r = Pearson's Correlation Coefficient ranges from 0.00 to 1.00. a coefficient between 0.00 – 0.30 indicates a low correlation, 0.31 – 0.60 indicates a moderate correlation, and 0.61 – 1.00 indicates a high correlation

สรุปและข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับสถานการณ์หมูเถื่อนในเขตพื้นที่จังหวัดสระแก้ว พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 59.80 มีอายุเฉลี่ย 43.44 ปี ระดับการศึกษาส่วนใหญ่ อยู่ที่มีมัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า มีสมาชิกในครัวเรือนเฉลี่ย 4 คน รายได้เฉลี่ยต่อปีอยู่ที่ 270,136.45 บาท และมีรายจ่ายเฉลี่ยต่อปี 233,196.97 บาท ร้อยละ 75.50 ของผู้บริโภคได้รับข่าวสารจากสื่อมวลชน ในด้านปัญหา พบว่าปัญหาหลักที่ผู้บริโภคประสบมากที่สุดคือ ราคาเนื้อสุกรแพงขึ้น ค่าเฉลี่ย 7.97 ผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกซื้อเนื้อสุกรจากร้านค้าใกล้บ้าน หรือร้านที่เคยซื้อประจำ โดยเน้นความสะดวกและความเชื่อมั่นในแหล่งจำหน่าย นิยมซื้อจากร้านสะดวกซื้อ มากกว่าตลาดสดหรือร้านของชำ เพราะเชื่อว่าปลอดภัยและได้มาตรฐานมากกว่า ในด้านการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่าด้านผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กับระดับการศึกษา และรายได้หลักต่อบ้านราคา มีความสัมพันธ์กับรายจ่ายต่อปี ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีความสัมพันธ์กับระดับการศึกษา รายได้ รายจ่าย และอาชีพ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับระดับการศึกษา รายได้ รายจ่าย และอาชีพเช่นกันความสัมพันธ์เหล่านี้ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $p < 0.01$ และ $p < 0.05$ แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมของผู้บริโภคมีผลต่อความคิดเห็นในการเลือกซื้อเนื้อสุกรอย่างชัดเจน

ข้อเสนอแนะจากการวิจัยครั้งนี้ ผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับ ความเชื่อมั่นในการเลือกซื้อเนื้อสุกร โดยต้องการซื้อสินค้าจากแหล่งที่เชื่อถือได้ และมีการรับรองจากหน่วยงานภาครัฐ ดังนั้น ควรมีแนวทางในการสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้บริโภคคือ เผยแพร่ข้อมูลที่ถูกต้องและเชื่อถือได้ จากหน่วยงานภาครัฐ เช่น กรมปศุสัตว์ หรือกระทรวงสาธารณสุข เพื่อให้ผู้บริโภคมั่นใจว่าเนื้อสุกรที่ซื้อมีความปลอดภัย และปราศจากสารตกค้าง มีการส่งเสริมการเลือกซื้อจากแหล่งจำหน่ายที่ได้มาตรฐาน เช่น ร้านค้าที่มีตราสัญลักษณ์รับรองคุณภาพ เช่น "Q" หรือ "ปศุสัตว์ OK" เพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้บริโภคในพื้นที่ มีการควบคุมราคาให้เหมาะสมและเป็นธรรม โดยเฉพาะในช่วงที่ราคาเนื้อสุกรมีความผันผวน เพื่อไม่ให้ผู้บริโภคได้รับผลกระทบทางเศรษฐกิจมากเกินไปและมีการตรวจสอบและรับรองสถานที่จำหน่ายอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้แน่ใจว่ามีการรักษาความสะอาด ความปลอดภัย และเป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนด

เอกสารอ้างอิง

- กิตติศักดิ์ ศรีโพธิ์โรจน์. 2565. ปัจจัยการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความเชื่อมั่นและการตัดสินใจบริโภคเนื้อสุกรของผู้บริโภคที่มีแหล่งที่มาจากฟาร์มสุกรท้องถิ่นในเขตจังหวัดพะเยา. วิชาการ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี. 11: 122-139.
- กรมปศุสัตว์. 2565. ยุทธศาสตร์กรมปศุสัตว์. แหล่งข้อมูล: <https://www.kaohoon.com/news/554366>. ค้นเมื่อ 22 กรกฎาคม 2567.
- กองสารวัตรและกักกัน กรมปศุสัตว์. 2566. กรมปศุสัตว์นำทุกภาคส่วนตรวจสอบตู้สินค้าค่าง ยืนยันเร่งทำลายเร็วที่สุด. แหล่งข้อมูล: <https://dld.go.th/index.php/th/newsflash/director-news/26874-2023-10-12-12-51-14>. ค้นเมื่อ 22 ตุลาคม 2567.
- จันทร์จิรา ฉัตรวานิช และประสพชัย พสุนนท์. 2019. การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้ออาหารริมบาทวิถีของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. เศรษฐศาสตร์และกลยุทธ์การจัดการ. 7: 93-108.

- ชุมพร โนทา. 2557. ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่มีคุณภาพสูงตราสินค้า A ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. กรุงเทพฯ.
- เมทินี อินทร์นาค. 2564 .ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเนื้อสุกรเพื่อบริโภคภายในครัวเรือนของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร. แหล่งข้อมูล: <https://mmm.ru.ac.th/MMM/IS/twin-9/6214155005.pdf>. ค้นเมื่อ 15 พฤศจิกายน 2567.
- บุรพา เล็กล้นงาม. 2566. ปัญหาปราบหมีเถื่อน ถ้ายากให้หมีเล็กเถื่อนแบบยาวๆ ต้องสาวให้ถึงต้นตอรายใหญ่. แหล่งข้อมูล: <https://plus.thairath.co.th/topic/politics&society/103957>. Politics & Society 24 พ.ย. 66. ค้นเมื่อ 15 กรกฎาคม 2567.
- ปรีชาติ แสงคำเฉลี่ย, สมสมร แก้วบริสุทธิ์ และสจี กันหาเรียง. 2563. พฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อสุกรของผู้บริโภคในจังหวัดขอนแก่น. แก่นเกษตร. 48: 105-118.
- ปรเมศร์ อัสวเรืองพิภพ, ชลิตา ศรีนวล, โอปอล์ สุวรรณเมฆ, อภิวัฒน์ กรมเมือง และณรงฤทธิ์ อัสวเรืองภพ. 2564. พฤติกรรมการซื้อและเจตคติที่มีต่อการบริโภคชิ้นส่วนสุกรของผู้บริโภคในประเทศไทย. สหศาสตร์ศรีปทุม ชลบุรี. 7: 30-46.
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. 2567. สถานการณ์สินค้าสุกรและแนวโน้มปี 2567. แหล่งข้อมูล:<https://www.swinethailand.com/>. ค้นเมื่อ 4 มิถุนายน 2567.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. 2567. ปี 2567 คาดราคาสุกรหน้าฟาร์มยังหดตัว 10.2% จากปีก่อนกดดันต่อการผลิตสุกรในประเทศ. แหล่งข้อมูล: <https://www.kasikornresearch.com/th/analysis/k-econ/business/Pages/Pig-Price-CIS3476-27-03-2024.aspx>. ค้นเมื่อ 27 มิถุนายน 2567.
- อริยธาดา จันทรเกษม. 2562. พฤติกรรมที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อสุกรของผู้บริโภคในอำเภอท่าม่วงจังหวัดกาญจนบุรี. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.
- Marisa, E. V. M. 2019. A review of the literature: gender, food safety and the pork value-chain in Vietnam. Report. Australia, Sydney: University of Sydney. Available: <https://cgspace.cgiar.org/server/api/core/bitstreams/01445abb-8865-4220-af7e-bffa17781c91/content>. Accessed May.11, 2025.
- Cochran, W. G. 1977. Sampling Techniques. 3rd Edition. John Wiley & Sons, New York, NY.
- Yonlayong, W., D. D. Tien, and R. Thanawongnuwech. 2020. The future of the pig industry after the introduction of African swine fever into Asia. Animal Frontiers. 10: 30-37.