

ในการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อเนื้อหมูของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครเพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่เป็นต้นเหตุของความนิยมในการบริโภคหมูเนื้อแดง ความรู้ของผู้บริโภคต่อพิษภัยของสารเร่งเนื้อแดง การศึกษาได้สุ่มตัวอย่างจากหน่วยงานที่ปฏิบัติงานเกี่ยวกับสุขภาพ และหน่วยงานที่ไม่ได้ปฏิบัติงานเกี่ยวกับสุขภาพ โดยใช้แผนการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple random sampling) และใช้ความน่าจะเป็นแบบไม่ได้สัดส่วนกับขนาด (Disproportional to size) ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สำหรับวิธีทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของ 2 ประชากร (Testing the difference of two mean) การวิเคราะห์ความแปรปรวน (Analysis of variance) การเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple comparison) การทดสอบของครัสคาลและวอลลิส (The Kruskal –Wallis one-way analysis of variance by ranks test) และการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Correlation) ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคเนื้อสัตว์โดยส่วนใหญ่นิยมบริโภคเนื้อหมูมากที่สุด โดยบริโภคเฉลี่ยสัปดาห์ละ 0.51- 1 กิโลกรัม แหล่งที่นิยมซื้อเนื้อหมูคือตลาดสด ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับ ความสะอาด ความสะอาด และความสดก่อนข้างมาก ส่วนราคาผู้บริโภคให้ความสำคัญปานกลาง พฤติกรรมและความเชื่อที่ผิดอันเป็นเหตุให้ผู้เลี้ยงมีการใช้สารเร่งเนื้อแดงผสมในอาหารในการเลี้ยงสุกรได้แก่ ชอบเลือกซื้อเนื้อหมูเนื้อแดง (ไม่มีมันติด) ชอบเนื้อหมูสามชั้นที่มีมันน้อยจะดีกว่าเนื้อหมูสามชั้นที่มีมันมาก เชื่อว่าหมูเนื้อแดงจะไม่ทำให้ระดับไขมันโคเลสเตอรอลในเส้นเลือดสูง เชื่อว่าเนื้อหมูที่มีแต่เนื้อแดงดีกว่าเนื้อหมูที่ติดมัน สำหรับแหล่งที่ซื้อและความชอบในการบริโภคเนื้อสัตว์ที่ไม่เหมือนกันจะมีผลต่อการเลือกซื้อ ส่วนปัจจัยอื่นๆเช่น เพศ อายุ อาชีพ รายได้ ศาสนา การศึกษา สถานภาพ ปริมาณความต้องการ และ ส่วนประกอบหลักของอาหารในแต่ละวันไม่มีผลต่อการเลือกบริโภค ผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังไม่ทราบถึงพิษภัยและอันตรายของสารเร่งเนื้อแดง

## ABSTRACT

TE 138243

In studying the factors that affect the pork buying behaviour of consumer in Bangkok in order to research the factors that cause the popularity of pork consumption and Consumer knowledge of beta-agonists effect. The study had samples from both health relating departments and non-health relating departments by using simple random sampling, disproportional to size method, and questionnaire to collect data. The statistical tools used to analyze the data were Testing the difference of two mean , Analysis of variance , Multiple comparison , The Kruskal – Wallis one-way analysis of variance by ranks test and Correlation. The study found that most of the meat consumer mostly consumed pork, averaging between 0.51-1 kg. per week. The buying sources were mostly fresh market. The consumer gave more importance to convenience, hygienic, and freshness. Price was medium significantly. Consumers still had wrong consumption behavior and believe, resulting swine breeders raised their hog on feed mixed with beta-agonists. The wrong consumption behavior and believe were such as favoring to buy lean and reddish pork, believing that lean fat end better than fatty fat end, and believing that reddish pork not heighten blood cholesterol. The purchasing places and different favouring meat consumption affected the purchasing behavior. For other factors, such as, sex, age, occupation, income, religion, education and status did not influenced the purchasing behaviour. Most of consumer did not know the hazard and danger in consuming pork tainted with beta-agonists.