

บทคัดย่อ

ในชนบทอีสาน แหล่งอาหารได้จากการผลิตเอง ชนรรมชาติ และจากการซื้อมาบริโภค ทั้งนี้ในปัจจุบันแนวโน้มในการซื้ออาหารมีมากขึ้น โครงการนี้จึงมุ่งศึกษาถึงความรู้ ทักษะและการปฏิบัติในการเลือกซื้ออาหารสำหรับผู้บริโภค และเจ้าของร้านค้าในชนบทอีสาน ตลอดจนแหล่ง ชนิด และฤดูกาลของอาหารที่นิยมซื้อ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้ออาหาร ศึกษาโดยการสัมภาษณ์จากแบบสัมภาษณ์ใน 61 ครอบครัว ซึ่งถูกเลือกโดยการสุ่ม จาก 1 หมู่บ้านใน จังหวัดขอนแก่น และใช้แนวคำถาม การสังเกตร่วมด้วย ใช้เวลาศึกษา 1 ปี

ผลการศึกษาพบว่า ในการเลือกซื้ออาหาร ความรู้ และการปฏิบัติในการเลือกซื้อเนื้อหมู เนื้อวัว เนื้อควาย ชาวบ้านมีความรู้และเลือกซื้อเนื้อที่มีสีแดงมากที่สุด ถึงร้อยละ 40 การเลือกเนื้อไก่ และเป็ด กว่าร้อยละ 50 มีความรู้ และเลือกเป็ดไก่ที่มีผิวสดใหม่ ร้อยละ 34.4 มีความรู้ในการเลือกไข่สะอาด เปลือกไม่บุบร้าว ฟองใหญ่ แต่มีการปฏิบัติในการเลือกซื้อถึง ร้อยละ 40.9 ร้อยละ 57.3 มีความรู้และเลือกซื้อปลา น้ำจืดตัวใหญ่ ไม่มีแผล ในการเลือกปลาทุ ร้อยละ 90.2 ชาวบ้านมีความรู้และเลือกซื้อปลาที่มีเนื้อแน่น สภาพดี ส่วนผัก ผลไม้ มีการเลือกที่ค่อนข้างกระจาย แต่จะเน้นที่ความใหม่สดมากที่สุด สำหรับข้าวสาร ร้อยละ 44.4 มีความรู้ในการเลือกข้าวใหม่ เมล็ดยาว ไม่หัก แต่เลือกซื้อเพียงร้อยละ 36.1 ในการเลือกปลาแห้ง ชาวบ้านมีความรู้และเลือกซื้อปลาที่แห้งดี ไม่มีกลิ่นเหม็น ไม่มีรา หรือหนอน แมลงขึ้น ร้อยละ 47.5 ร้อยละ 54.1 มีความรู้ในการเลือกหอมและกระเทียมแห้งที่มีเนื้อแน่น ไม่มีแมลงเจาะ แต่การปฏิบัติจริงร้อยละ 52.5 ในการซื้อไส้กรอกอีสาน ร้อยละ 34.4 มีความรู้และเลือกซื้อไส้กรอกที่มี สีออกแดง ไม่มีกลิ่นเหม็น สำหรับปลาร้า ร้อยละ 32.8 มีความรู้ในการเลือกซื้อที่สีไม่แดง มีกลิ่นหอมของข้าวคั่วและรา แต่ปฏิบัติเพียงร้อยละ 29.5 ร้อยละ 40.9 มีความรู้ในการเลือกผักตอง ที่ไม่เหม็นเปรี้ยว ไม่เปื่อยยุ่ย แต่เลือกซื้อเพียง 34.4 สำหรับผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป เช่น ปลากระป๋อง เม็ขันทหวานกระป๋องนั้น ชาวบ้านมีความรู้ในการเลือกกระป๋องสภาพดี ยี่ห้อคุ้นเคยร้อยละ 31.1 และปฏิบัติถึงร้อยละ 47.5 สำหรับปลากระป๋อง และร้อยละ 34.4 ทั้งความรู้และการปฏิบัติสำหรับเม็ขันทหวานกระป๋อง ในการเลือกซื้อเม็กล่องที่มีสภาพดี ดูวันเดือนปีหมดอายุ ร้อยละ 39.3 ทั้งความรู้และการปฏิบัติ ร้อยละ 65.6 มีความรู้และเลือกซื้อบะหมี่สำเร็จรูปที่ถุงไม่แตก น้ำมันพืชเลือกสีเหลืองใสมากที่สุด น้ำปลาร้าจะเลือกยี่ห้อที่คุ้นเคยถึงร้อยละ 54.1 ร้อยละ 68.9 มี

ความรู้ในการเลือกซื้อผงชูรสชนิดบรรจุของสำเร็จ และยี่ห้อคุ้นเคย แต่เลือกซื้อเพียงร้อยละ 65.6 ขนมหักจะเลือกที่ดูใหม่ ๆ สำหรับอาหารปรุงสำเร็จจะเลือกที่ปรุงเสร็จใหม่ ๆ ร้อน ๆ เป็นหลัก

ในด้านทัศนคติ ผู้ให้สัมภาษณ์มีทัศนคติที่ถูกต้องในการเลือกซื้อปลา ผัก ผลไม้ ปลาสำเร็จรูป และที่ยังไม่ถูกต้องคือ เนื้อสัตว์ ไข่ น้ำปลา กุ้งแห้ง

แหล่งที่เลือกซื้ออาหารนั้น ส่วนใหญ่จะซื้อจากร้านค้าในหมู่บ้านมากที่สุด และซื้อมากในฤดูร้อน หนาว ผน ตามลำดับ โดยคำนึงถึงคุณภาพ และประโยชน์ของอาหารมากที่สุด ทั้งนี้จะพบว่า แนวโน้มในการเลือกซื้ออาหารจะมีเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งอาหารปรุงสำเร็จ

ABSTRACT

The northeastern villagers usually obtain food from their own production, natural resources and purchasing. And now trend of food purchasing is increasing. This study aimed to investigate the knowledge, attitude and practice in food purchasing of the northeastern villagers and retailers including sources, types and seasons of food which they prefer and also factors effecting decision making in selecting food. The samples were a member of families in a village in Khon Kaen province. The samples of 61 families were randomly selected. The data were collected by structure interview, interview giudline and observation for 1 year.

It was found that about 40% of villagers had knowledge and practice in selecting red meat. For poultry more than 50% of them had knowledge and selected the fresh skin ones. About 34.4% had knowledge in chosing clean, big and shell intact eggs but selected them for about 40.9%. For fresh water fish, 57.3% had knowledge and selected ones with no lesion and big size. More than 90% chosed good appearance for steamed mackeral. They had several criteria in selecting fruits and vegetables but emphasize more on freshness. About 44.4% had knowledge in selecting big long white grain rice but purchasing only 36.1%. 47.5% had knowledge and selected dried fish with really dried, good smell and had no mold and worm. For dried onion and garlic, they had knowledge in selecting ones with firmness and no lesion about 54.1% and practiced about 52.5%. 34.4% chose esan saucusage which had red colour with no fault smell. For fermented fish 32.8% had knowledge in selecting pale colour with good smell but practiced only 29.5%. About 40.9% had knowledge in chosing proper fermented pickled vegetable but

practice only 34.4%. Ready packed food such as canned fish, sweet condensed milk were usually selected from good appearance and familiar brand with 31.1% and 47.5% of knowledge and practice respectively for canned fish and 34.4 of knowledge and practice for sweet condensed milk. About 39.3% used good package and expired date as criteria for UHT milk and 65.6% also used good package as the criteria for instant noodle. They usually chose clear yellow vegetable oil for cooking. About 54.1% chose familiar brand fish sauce. They had knowledge in selecting ready packed and familiar brand monosodium glutamate for about 68.9% but practiced only 65.6%. Children junk food they chose the new packed ones and for ready cooked food they selected the just cooked.

The Attitude, they had correct attitude in purchasing fish, fruit, vegetable, fermented fish, instant noodle but incorrect attitude for meat, egg, fish sauce, dried shimp.

The villagers mostly purchased food from village retail and prefer to purchase in summer, winter and rainy season respectively. The decision making for purchasing food depend on quality and nutritious value of food as the first choice. The interviewees claimed that future trend in food purchasing will increase especially for ready cooked food.