

## ทัศนคติของผู้บริโภคในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ที่มีต่อการบริโภคเนื้อแพะ<sup>1/</sup>

วาณี ศิลประสาธเอก<sup>2/</sup> ภัทรกร ชื่นโกมล<sup>3/</sup> ฉศก วสุนธรารัตน์<sup>4/</sup>

### บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาทัศนคติการบริโภคเนื้อแพะของผู้บริโภคในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยมีกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้บริโภคในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำนวน 400 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม นำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา(Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่(Frequency) ร้อยละ(Percentage) ค่าเฉลี่ย(Mean)

ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุอยู่ระหว่าง 41-50 ปี ศาสนาพุทธ การศึกษาจบชั้นประถมศึกษา มีการประกอบอาชีพเป็นเกษตรกรที่ไม่เกี่ยวกับแพะ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,001-20,000 บาท

ทัศนคติด้านความรู้ ความเข้าใจ พบว่า ผู้บริโภคมีระดับความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการบริโภคเนื้อแพะโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง และหากพิจารณาในด้านต่างๆ พบว่าผู้บริโภคมีความรู้ ความเข้าใจมากที่สุดคือ รู้ว่าจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีการส่งเสริมให้เกษตรกรเลี้ยงแพะเป็นอาชีพ รองลงมาคือ รู้ว่าจังหวัดประจวบคีรีขันธ์มีการเลี้ยงแพะเนื้อเชิงพาณิชย์

ทัศนคติด้านความรู้สึกเกี่ยวกับการบริโภคเนื้อแพะ พบว่า ผู้บริโภคมีความคิดเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เนื้อแพะ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง และหากพิจารณาในด้านต่างๆ พบว่า ผู้บริโภคมีความคิดเห็นมากที่สุด ในเรื่องการจำหน่ายเนื้อแพะจะต้องมีสัญลักษณ์ที่แสดงว่ามาจากฟาร์มที่ได้รับรองมาตรฐาน ความคิดเห็นด้านราคา พบว่า ผู้บริโภคมีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง และหากพิจารณาในด้านต่างๆ พบว่า ผู้บริโภคมีความคิดเห็นมากที่สุด คือ ควรมีการกำหนดราคาเนื้อแพะ ความคิดเห็นด้านการจัดจำหน่ายและด้านส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้บริโภคมีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับน้อย

ทัศนคติด้านพฤติกรรมการบริโภคเนื้อแพะ พบว่า ผู้บริโภคที่เคยบริโภคเนื้อแพะ ส่วนใหญ่บริโภคจากร้านอาหาร มีความชื่นชอบรสชาติอยู่ในระดับปานกลาง ผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่เคยเห็นเนื้อแพะแช่แข็งและผลิตภัณฑ์จากเนื้อแพะ แต่ผู้บริโภคที่เคยเห็น ส่วนใหญ่จะเห็นเป็นเนื้อแพะปรุงสุกจากร้านอาหารอิสลาม แนวโน้มในอนาคตของการบริโภคเนื้อแพะ ผู้บริโภคส่วนใหญ่ ไม่แน่ใจ รองลงมาคือรับประทาน และจะบริโภคเนื้อแพะหากหาซื้อง่ายและสะดวก รูปแบบที่จะเลือกบริโภคคือ เนื้อแพะปรุงสุกจากร้านค้า

สรุปทัศนคติพฤติกรรมการบริโภคเนื้อแพะได้ว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีทัศนคติที่ดีต่อการบริโภคเนื้อแพะในอนาคต ปัจจัยที่จะทำให้ผู้บริโภคในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์เลือกที่จะบริโภคเนื้อแพะแน่นอนคือ หาซื้อง่าย สะดวก จะต้องมียุทธศาสตร์ที่แสดงว่าเนื้อแพะนั้นมาจากฟาร์มที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน มีราคาไม่แพงและควรมีการกำหนดราคาเนื้อแพะ ควรมีการแนะนำความรู้เกี่ยวกับเนื้อแพะและมีการประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น สิ่งสำคัญที่สุดคือ หากเป็นเมนูอาหารจากร้านค้าหรือเป็นผลิตภัณฑ์ ต้องไม่มีกลิ่นสาบและคาว

คำสำคัญ : ทัศนคติ, เนื้อแพะ, จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

---

1/ ทะเบียนผลงานวิชาการเลขที่ 59(2)-0516(7)-049

2/ สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

3/ สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดเพชรบุรี

4/ สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดราชบุรี

# Attitudes of Consumers in Prachuap Khiri Khan Province toward Consumption of Goat Meat<sup>/1</sup>

Wanee sinprasart-ek<sup>2/</sup> Pattarakorn chuenkomol<sup>3/</sup> Chosok vasoontarat<sup>4/</sup>

## Abstract

The purpose of this study was to examine attitudes among consumers living in Prachuap Khiri Khan Province toward the consumption of goat meat. The subjects participating in this study were 400 consumers of goat meat living in Prachuap Khiri Khan Province. The data were collected by a questionnaire. The descriptive statistical tests used to analyze the collected data included frequency, percentage, and means.

The results of this study revealed that the majority of respondents were female, aged 41-50, being Buddhist, holding a primary school certificate, earning their living as agriculturalists who did not involve themselves in raising goats, with a monthly income of 10,001-20,000 baht.

Regarding their level of understanding and knowledge, it was shown that the subjects demonstrated a moderate level of knowledge on eating of goat meat. When considering each aspect, the item that the subjects scored the highest was that they knew that Prachuap Khiri Khan Province was a place where goats were raised, followed by the item relating to the fact that Prachuap Khiri Khan Province was a place where goats were raised for commercial purpose.

Also, the subjects expressed a moderate level of opinions toward the consumption of goat meat. Specifically, the most important thing for them was that goat meat should be produced from farms with certified standards which should be clearly stated on the package. Regarding the price, the subjects had a moderate level of opinion. They thought that the price for goat meat should be set. The subjects had a low level of opinion toward a distribution channel and marketing promotion of goat meat.

Also, the respondents reported that they used to eat goat meat from restaurants and they liked its taste at a moderate level. The majority of them had never seen goat mutilations and products from goats. Most of them used to see cooked goat meat served at Islamic restaurants. They were unsure of the trend for goat meat consumption. They were likely to buy cooked goat meat if it is available in stores.

In summary, the majority of consumers of goat meat in Prachuap Khiri Khan Province had a positive attitude toward eating goat meat. The factors affecting their choices to buy goat meat were that it should be made available on markets with certified farm standards telling where it was produced. Also, the price should be clearly set and reasonable. Knowledge on goat meat should be provided and publicized. Finally, goat meat menus served at restaurants or other goat products should not have strong and meaty smell.

Key words : Attitudes, Goat Meat, Prachuap Khiri Khan Province

---

1/ Scientific Paper No. 59(2)-0516(7)-049

2/ Prachuapkhirikhan Provincial Livestock Office

3/ Phetchaburi Provincial Livestock Office

4/ Ratchaburi Provincial Livestock Office

