

ชื่อภาคนิพนธ์ พฤติกรรมการบริโภคน้ำปลาแท้ของผู้บริโภคในเขตภาคีเจริญ

ผู้วิจัย นางพรยุพา อำไพรัตน์ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี
อาจารย์ที่ปรึกษา (1) รศ.ซีลาพร อินทร์อุดม (2) รศ.สมจิตร ล้วนจำเจริญ (3) ดร. กานดา ไทพาณิชย์
ปีการศึกษา 2548 จำนวน 135 หน้า คำสำคัญ พฤติกรรมการบริโภค น้ำปลาแท้

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคน้ำปลาแท้และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำปลาแท้ของผู้บริโภค โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลด้านเพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และปัจจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามให้ผู้บริโภคตอบคำถามจำนวน 210 ชุด ระหว่างเดือนพฤศจิกายน-ธันวาคม 2548 ในเขตภาคีเจริญ

ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกบริโภคน้ำปลาแท้ เพราะมีความเห็นว่า น้ำปลาแท้ทำให้การปรุงอาหารได้รสชาติและกลิ่นที่ดีกว่า โดยคิดว่าบริโภคน้ำปลาแท้ให้ประโยชน์ในเรื่องช่วยปรุงรสอาหารให้ดีขึ้น ทางด้านความคิดเห็นต่อปัจจัยในการตัดสินใจซื้อน้ำปลาแท้พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นสูงสุดคือเรื่องประโยชน์ที่ได้รับ อันดับรองลงมาได้แก่รสชาติและความคิดเห็นต่ำที่สุดคือ เรื่องรายการลด แลก แจก แถม ตามลำดับ ผู้วิจัยขอเสนอแนะว่าควรมีการปรับปรุงแก้ไขตลอดจนการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อให้สินค้าเป็นที่นิยม หรือสามารถเพิ่มส่วนครองตลาดให้มากขึ้น ซึ่งควรจะมีการผลิตรูปลักษณะของผลิตภัณฑ์ให้ดูสะอาดตา เพื่อให้ผู้บริโภคมีความสนใจที่จะซื้อผลิตภัณฑ์ ควรปรับปรุงคุณภาพของน้ำปลาแท้ ให้มีมาตรฐานที่ดียิ่งขึ้น เพื่อให้ผู้บริโภคมั่นใจในตัวสินค้าและสิ่งที่สำคัญที่สุดที่ช่วยดึงดูดใจผู้บริโภคมากที่สุดคือ การจัดโปรโมชั่น โดยการลด แลก แจก แถม ผลิตภัณฑ์ในช่วงเทศกาล หรือในช่วงต่างๆ เพื่อให้ผู้บริโภคหันมาบริโภคน้ำปลาแท้มากขึ้น

Term Paper Title Study of Pure Fish Sauce Consuming Behavior of Customers in Phasrijarau
District.

Researcher Mrs. Pornyupa Amphairat. Master of Business Administration (Marketing). Dhonburi
Rajabhat University. Term paper title advisors: (1) Asst. Prof. Cheelaporn Inudom.
(2) Asst. Prof. Somchit Luanchamroen. (3) Dr. Kanda Thaiphanch. Academic year :
2005. 135 pp. Key words: consumer behaviors, pure fish sauce.

Abstract

The purpose of this project were to study pure fish sauce consuming behavior, and factors that affect consumers' purchasing decision. The study based on 210 questionnaires, which were handed out during the period of November – December 2005 in Phasrijarau district, indicated data about gender, age, marital status, education, occupation, income and other concerning factors.

The research result showed that the majority of the sample group preferred pure fish sauce, since the pure sauce generated better taste and flavor dishes by helping seasoning the food. For the purchasing decision factors, what the sample group concerned the most were benefit. The second was flavor and the least was special promotion such as price reducing, product redeeming and sampling. The researcher suggested that marketing strategies should be improved and well-planned in order to increase product demand or market share. One of the recommended strategies was to design eye-catching packages to stimulate the consumers' demand. Another strategy was to develop the sauce's quality to gain a better standard. The most important one which would attract consumers the best was sales promotion during national holidays or special events so as to raise pure fish sauce consumption amount.