

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทักษะของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำปลาหวานตรา KU Food ของสถาบันคั่นคว่ำและพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ และเพื่อเปรียบเทียบทักษะของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำปลาหวานตรา KU Food ของสถาบันคั่นคว่ำและพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหาร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างคือผู้บริโภคที่เข้าซื้อสินค้าในร้านค้าของสถาบันคั่นคว่ำและพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหาร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ จำนวน 175 ราย และใช้การวิเคราะห์สถิติด้วยโปรแกรม SPSS โดยในส่วนของสถิติเชิงบรรยายใช้ค่าเฉลี่ยและค่าร้อยละ ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลที่มีผลต่อทักษะของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำปลาหวานตรา KU Food ของสถาบันคั่นคว่ำและพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหาร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ใช้การทดสอบด้วยค่า t-test ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One - Way ANOVA) และการทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี LSD

ผลการศึกษา พบว่าผู้บริโภคสินค้าผลิตภัณฑ์น้ำปลาหวานตรา KU Food ของสถาบันคั่นคว่ำและพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหาร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 31-40 ปี มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีตำแหน่งลูกจ้างประจำ มีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ผลการวิเคราะห์ทักษะของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำปลาหวานตรา KU Food ของสถาบันคั่นคว่ำและพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหาร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ พบว่า ผู้บริโภคมีทักษะต่อสินค้าผลิตภัณฑ์น้ำปลาหวานตรา KU Food ของสถาบันคั่นคว่ำและพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ในระดับมาก ส่วนในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านส่งเสริมการตลาด มีระดับปานกลาง ส่วนผู้บริโภคที่มีข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ ระดับการศึกษา ตำแหน่ง และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีทักษะต่อผลิตภัณฑ์น้ำปลาหวานตรา KU Food ของสถาบันคั่นคว่ำและพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหาร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

The research aimed to investigate customer attitudes towards KU sweet fish sauce produced by the Institute of Food Research and Product Development, Kasetsart University, classified by demographics. Questionnaires were employed to collect data from the sample group which consisted of 175 customers who purchased products from the shop of the Institute of Food Research and Production Development, Kasetsart University. Then, the data was processed by the SPSS program to figure out mean and percentage whilst personal variables affecting program to figure out mean and percentage whilst personal variables affecting attitudes towards the product were analyzed by t-test, One-Way ANOVA, and LSD match pair test.

The study found that:

The majority of consumers of the KU sweet fish sauce produced by the Institute of Food Research and Product Development, Kasetsart University were females, aged 31-40, bachelor degree holders, working as employees, earning a living of between 10,000-20,000 baht. The analysis of customer attitudes towards the product revealed that consumers had attitudes towards the product at a very high level in terms of product, price, and service personnel whereas distribution channels and marketing promotion were shown at a medium level. Consumers of the different demographics including education levels, working positions, and average monthly incomes, had significantly different attitudes towards the product at the level of 0.05.