

กมลนาฎย์ คงวัดใหม่ 2554: พฤติกรรม ทักษะคิดและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกุ้งพรีเมียมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (การจัดการเทคโนโลยีอุตสาหกรรมเกษตร) สาขาการจัดการเทคโนโลยีอุตสาหกรรมเกษตร ภาควิชาเทคโนโลยีอุตสาหกรรมเกษตร อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก: ผู้ช่วยศาสตราจารย์รวิพิมพ์ จวีสุข, Ph.D.  
233 หน้า

งานวิจัยนี้ศึกษาพฤติกรรม ทักษะคิดในการบริโภคกุ้งและปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกุ้งพรีเมียม ได้แก่ กุ้งอินทรีย์และกุ้งไปโอของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 439 คน ซึ่งมีอายุ 24 ปีและรายได้ต่อเดือน 20,000 บาทขึ้นไป เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาตลาดภายในประเทศไทย โดยพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีอายุ 24-35 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป เป็นพนักงานบริษัท รายได้ 20,000 - 40,000 บาทต่อเดือน นิยมซื้อกุ้งเดือนละครั้ง โดยเฉพาะกุ้งแช่บ๊วย รองลงมา เป็นกุ้งกุลาดำ ในรูปแบบกุ้งสดแช่น้ำแข็ง นิยมซื้อกุ้งขนาดกลางไปจนถึงขนาดใหญ่ ซื้อครั้งละไม่เกิน 1 กิโลกรัม จากโมเดิร์นเทรด ซูเปอร์มาร์เก็ตและตลาดสด เนื่องจากอยู่ใกล้บ้าน สินค้าอาหารมีความสดใหม่สะอาดและหลากหลาย ผู้บริโภคส่วนใหญ่ตระหนักถึงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและพลังงาน คำนึงถึงสวัสดิภาพของสัตว์ และใช้แรงงานที่ถูกต้องตามกฎหมายในกระบวนการผลิต ซึ่งทัศนคติเหล่านี้สนับสนุนระบบการผลิตกุ้งอินทรีย์และกุ้งไปโอ เมื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับกุ้งอินทรีย์และกุ้งไปโอพอสังเขปแก่ผู้บริโภค พบว่ามีความเข้าใจและเห็นว่า กุ้งอินทรีย์นั้นปราศจากสารเคมีสังเคราะห์และ GMOs เป็นผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและมีคุณภาพสูงและราคาแพงกว่ากุ้งกุลาดำทั่วไป ส่วนกุ้งไปโอมีความปลอดภัยจากสารเคมีต้องห้าม มีคุณภาพสูงกว่ากุ้งขาวทั่วไปเช่นกัน แต่ก็ยังไม่แน่ใจว่าการบริโภคกุ้งธรรมชาติเพียงพอหรือไม่ กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายที่สำคัญ คือผู้ที่มีรายได้ตั้งแต่ 20,000 บาทขึ้นไปสำหรับตลาดกุ้งไปโอ และผู้ที่มีรายได้ตั้งแต่ 40,000 บาทขึ้นไปสำหรับตลาดกุ้งอินทรีย์ ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดชี้ให้เห็นว่าสินค้ากุ้งอินทรีย์และกุ้งไปโอควรอยู่ในรูปกุ้งสดแช่น้ำแข็ง มีความสดและรสชาติดี โดยวางตำแหน่งกุ้งอินทรีย์เป็นกุ้งกุลาดำขนาดใหญ่ ปลอดภัยปราศจากสารเคมีสังเคราะห์ ปราศจาก GMOs ได้รับมาตรฐานสินค้าอาหารอินทรีย์ระดับนานาชาติ Naturland และมาตรฐานการเพาะเลี้ยงกุ้งทะเลระบบอินทรีย์ กระบวนการผลิตเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมสวัสดิภาพของกุ้งและผลิตด้วยแรงงานที่ถูกต้องกฎหมาย ในขณะที่วางตำแหน่งกุ้งไปโอเป็นกุ้งขาวที่ปลอดภัย การผลิตเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและส่งเสริมสวัสดิภาพของกุ้ง กำหนดราคากุ้งอินทรีย์และกุ้งไปโอสูงกว่ากุ้งปกติไม่เกินร้อยละ 20 และร้อยละ 15 ตามลำดับ สถานที่จัดจำหน่ายอยู่ในทำเลที่สะดวก มีบรรยากาศดี หาซื้ออาหารพรีเมียมได้ง่ายและมีที่จอดรถสะดวก ปลอดภัย ได้แก่ ซูเปอร์มาร์เก็ตและโมเดิร์นเทรดในทำเลพรีเมียม มีพนักงานแนะนำสินค้าและมีแผ่นพับแสดงข้อมูลด้านคุณภาพ คุณค่าทางโภชนาการ กระบวนการผลิตเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและคำนึงถึงสวัสดิภาพกุ้ง รวมถึงการมีสินค้าให้ชิม การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ควรสื่อถึงความปลอดภัยของอาหารและอนาคตที่ดีของครอบครัวและลูกหลาน

ลายมือชื่อนิติกร

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก