

บทคัดย่อ

174273

ชื่อโครงการ การสำรวจความคิดเห็นและพฤติกรรมของผู้บริโภคในจังหวัดปราจีนบุรีต่อกระยาสารท

ชื่อผู้วิจัย นางสาววรรณทิศา ลากศิริ และนางสาวศรีเวียง ทิพกานนท์

หน่วยงานที่สังกัด คณะอุตสาหกรรมเกษตร

หมายเลขโทรศัพท์ 0-3721-6500-4

ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยประเภท ทุนสนับสนุนนักวิจัยรุ่นใหม่ ประจำปี 2547

จำนวนเงิน 20,000 บาท

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคกระยาสารทในจังหวัดปราจีนบุรี รวมถึงคุณลักษณะของกระยาสารท ด้านเนื้อสัมผัส อายุการเก็บรักษา และภาชนะบรรจุ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์

การศึกษาค้นคว้านี้ใช้ข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการศึกษา จำนวน 400 ชุด ทำการศึกษาระหว่างเดือนกรกฎาคม – พฤศจิกายน 2547 วิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาและเชิงปริมาณ โดยใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ผลการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลพบว่า ผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างส่วนมากเป็นเพศหญิง อายุอยู่ในช่วง 46-55 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า อาชีพรับราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ และมีรายได้เฉลี่ยต่ำกว่า 5,000 บาทต่อเดือน สำหรับพฤติกรรมผู้บริโภคกระยาสารท พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อรสชาติของกระยาสารท ลักษณะเนื้อสัมผัสกรอบกำลังดี ความถี่ในการรับประทานกระยาสารท 2-3 ครั้งต่อปี และรับประทานในช่วงเย็น วัตถุประสงค์ในการซื้อกระยาสารทเพื่อรับประทานเอง ราคาที่ซื้ออยู่ในช่วง 11-20 บาท เลือกซื้อจากร้านค้าทั่วไป และส่วนใหญ่เป็นกระยาสารทที่ผลิตในจังหวัดปราจีนบุรี ปัจจัยสำคัญด้านการตลาดที่มีผลต่อการบริโภค คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่จัดจำหน่าย และการส่งเสริมการจำหน่าย ซึ่งแสดงให้เห็นว่า กระยาสารทควรมีฉลากแสดงวัน เดือน ปี ที่ผลิต และวันหมดอายุ ควรมีป้ายบอกราคาที่ชัดเจน ควรมีจำหน่ายในร้านขายของฝากประจำถิ่น รวมถึงควรมีการส่งเสริมให้กระยาสารทเป็นสินค้าพื้นเมืองประจำจังหวัดปราจีนบุรี

แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์พบว่าผู้บริโภคต้องการให้กระยาสารทมีอายุการเก็บรักษาตั้งแต่ 4 สัปดาห์ขึ้นไป บรรจุภัณฑ์เป็นถุงพลาสติกปิดผนึกด้วยความร้อน และมีปริมาณบรรจุ ½ กิโลกรัมต่อหนึ่งห่อ ผู้บริโภคมีแนวโน้มซื้อกระยาสารทเป็นของฝากมากขึ้น และเห็นว่าควรมีตลอดปี การศึกษานี้เป็นประโยชน์ในการพัฒนากลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์กระยาสารท เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภค

ABSTRACT

174273

Project Name The Attitude Survey and Consumers's Behavior in Prachinburi Province on
Krayasart

Researcher Miss Wanticha Lapsiri and Miss Sriwiang Thippakanon

Faculty Agro - Industry

Telephone No. 0-3721-6500 -4

New Researcher Grant 2004

Amount 20,000 Baht

The objectives of this study are in order to determine consumers consumption behavior in Prachinburi Province, including to identify proper texture characteristics, shelf life and packaging for improving and developing Krayasart.

This study used primary data and secondary data which obtained from interviewing 400 samples of people who consume Krayasart in Prachinburi Province during July to November, 2004. It is analysed by descriptive method and quantitative method which are percentage, arithmetic mean and standard deviation at the significant level of 0.05.

The result of this study reveals that most of consumers are female, age between 46-55 years old, bachelor degree, government officials or state enterprise employee which have average income less than 5,000 baht/month. Consumption behavior of samples are the most of consumers satisfy taste of Krayasart, its texture was just right crisp. The frequency of having Krayasart is twice to three times a year within the evening. The main consumers buying attention is to have Krayasart by themselves. Most of Krayasart produced in Prachinburi Province is purchased from general grocery. Its price is around 11-20 baht/pack. The important marketing factors affect consumer's consumption are products, price, place/distribution and promotion which indicated that Krayasart should be labeled manufacturing date and expired date, certainly price including to be presented in local culture market to promote Krayasart as a local food products in Prachinburi Province

The consumers also suggest that Krayasart should have shelf life more than 4 weeks. Packaging should be plastic with heat seal and content should to be ½ kilogram each. The consumers tend to purchase Krayasart as a gift and should be sold all the year. The value of this study could be used for improving and developing in product strategies of Krayasart that could be related with consumer behavior.