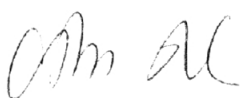


ศุภเนตร พิศาลกุล 2550: การแบ่งกลุ่มผู้บริโภค โดยเน้นที่การรับนวัตกรรมทางโภชนาการ
ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (เทคโนโลยีการบรรจุ) สาขาเทคโนโลยีการบรรจุ ภาควิชา
เทคโนโลยีการบรรจุ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก: อาจารย์ภิญญา ศิลาชัย, Ph.D 184 หน้า

การแบ่งกลุ่มผู้บริโภคโดยเน้นที่การรับนวัตกรรมทางโภชนาการในประเทศไทย เพื่อ
ศึกษาหาความสำคัญและรูปแบบที่มีคุณประโยชน์ขององค์ประกอบบนนวัตกรรมทางโภชนาการ และ
ศึกษาปัจจัยตลอดจนพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าของกลุ่มผู้บริโภคที่แตกต่างกัน เพื่อช่วยให้เข้าใจทัศนคติใน
การรับนวัตกรรมทางโภชนาการของกลุ่มผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth
Interview) กับผู้บริโภคจำนวน 20 คน พบว่าสามารถแบ่งทัศนคติออกเป็น 3 แนวคิด ได้แก่ แนวคิดเกี่ยวกับวัสดุ
แนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบ และแนวคิดเกี่ยวกับการทำหน้าที่ของโภชนาการ ซึ่งพบว่าผู้บริโภคให้
ความสำคัญกับองค์ประกอบที่แตกต่างกันในแต่ละแนวคิด จึงมีการแบ่งองค์ประกอบให้ได้เป็นคุณลักษณะ
(Attribute) และระดับ (Level) เพื่อหาความสำคัญสัมพัทธ์ (Relative Importance %) และคุณประโยชน์ (Utility)
โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ร่วม (Conjoint analysis) ทดสอบกับผู้บริโภคจำนวน 402 คน พบว่าในแนวคิดเกี่ยวกับ
วัสดุ ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับคุณลักษณะของเทคโนโลยีมากที่สุด รองลงมาคือ สิ่งแวดล้อม ความเข้ากันได้
การป้องกัน ความสะดวก และความสวยงามตามลำดับ ส่วนแนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบนั้นผู้บริโภคให้
ความสำคัญมากที่สุดกับคุณลักษณะของ ความเป็นประโยชน์ ความสวยงาม ความสะดวก ความเข้ากันได้ และ
คุณลักษณะของการป้องกันตามลำดับ และสุดท้ายแนวคิดเกี่ยวกับการทำหน้าที่ของโภชนาการ พบว่า
การป้องกันเป็นคุณลักษณะที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญที่สุด รองลงมาได้แก่ คุณลักษณะของความสะดวก
และความเป็นประโยชน์ตามลำดับ สำหรับการวิเคราะห์การจัดกลุ่มผู้บริโภค ซึ่งเป็นเทคนิคที่มีความสำคัญต่อ
การวิจัยทางการตลาด โดยใช้วิธีวิเคราะห์การแบ่งกลุ่ม (Cluster analysis) พบว่าแนวคิดเกี่ยวกับวัสดุ สามารถ
แบ่งผู้บริโภคออกเป็น 4 กลุ่ม คือ กลุ่มทันสมัย กลุ่มเพื่อเราเพื่อโลก กลุ่มไฮเทค และกลุ่มสบายสบาย ส่วน
แนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบ แบ่งได้เป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มพอเหมาะพอดี กลุ่มสวยงามรูปแบบ กลุ่มสารพัด
ประโยชน์ และกลุ่มรักษ์ผลิตภัณฑ์ สุดท้ายแนวคิดเกี่ยวกับการทำหน้าที่ของโภชนาการ สามารถแบ่ง
ได้ 4 กลุ่มเช่นกัน คือ กลุ่มใช้ประโยชน์คุ้มค่า กลุ่มเพียบพร้อม กลุ่มอะไรก็ได้สบายไว้ก่อน และกลุ่มไม่เน้น
ประโยชน์ จากลักษณะของผู้บริโภคที่แตกต่างกันนี้สามารถใช้เป็นแนวทางช่วยในการตัดสินใจเลือกใช้
โภชนาการสำหรับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอาหารตลอดจนเป็นแนวทางในการพัฒนาโภชนาการ
อาหารให้ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคแต่ละกลุ่มได้ในอนาคต

ศุภเนตร พิศาลกุล
ลายมือชื่อนิติ


ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

3 / 10 / 50