

จากงานวิจัยสู่ชุมชน

โอกาสทางการตลาดของกุนเชียงปลาเพื่อสุขภาพในเขตภาคกลาง

ผจงศักดิ์ หมวดสง

งานวิจัยชิ้นนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา พฤติกรรมในการบริโภคกุนเชียงปลาในเขตภาคกลาง เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกบริโภคกุนเชียงปลา และเพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกบริโภคกุนเชียงปลาของกลุ่มตัวอย่างในเขตภาคกลางโดยรวมและรายด้านจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ โดยที่ผลการศึกษาพบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการบริโภคกุนเชียงปลาบ้างแต่ไม่บ่อย และจะรับประทานในยี่ห้อยี่ห้อที่รับประทานประจำคือ กุนเชียงปลาทราย จังหวัดสิงห์บุรี เหตุผลที่รับประทาน คือ รสชาติอร่อยตัดลิ้นใจซื้อด้วยตนเอง จำนวนที่ซื้อ คือ 1 แพ็คต่อครั้งมีราคาซื้อ คือ 100 บาท ส่วนใหญ่ระบุว่าซื้อที่ตลาดเป็นประจำและซื้อยี่ห้อยี่ห้อเดิมเป็นประจำ ผู้บริโภคมีระดับการใช้ปัจจัยในการตัดสินใจรับประทานกุนเชียงในส่วนประสมการตลาด ทั้งด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางส่งเสริมการขายและด้านส่งเสริมการตลาดในระดับมาก มีระดับการใช้ปัจจัยในการตัดสินใจกุนเชียงด้านผลิตภัณฑ์ให้ความสำคัญกับคุณค่าโภชนาการและด้านรสชาติอร่อย มีระดับการใช้ปัจจัยนี้มากที่สุดทางด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจมาก

ผู้บริโภคที่มีเพศต่างกัน ใช้ปัจจัยในการตัดสินใจรับประทานกุนเชียง ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย แตกต่างกัน โดยเพศหญิงใช้ปัจจัยดังกล่าว มากกว่าเพศชายเพราะว่าเพศหญิงเป็นผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจมากกว่าเพศชายและให้ความสำคัญในด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับความสำคัญมาก ได้แก่ คุณค่าทางโภชนาการ รสชาติดี ผลิตภัณฑ์มีหลายขนาดให้เลือก ชื่อเสียงและตรา ยี่ห้อที่น่าเชื่อถือ และรูปแบบบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น