

พฤติกรรมกรรการบริโภคผลิตภัณฑ์น้ำพริกในจังหวัดปราจีนบุรี Consumer's Behavior of Nam-phrik Product in Prachinburi Province

ศรีเวียง ทิพกานนท์^{1*} และ วรณทิตา ลากศิริ¹

Sriwiang Thippakanon^{1*} and Wanticha Lapsiri¹

บทคัดย่อ

การศึกษาพฤติกรรมกรรการบริโภคผลิตภัณฑ์น้ำพริกในจังหวัดปราจีนบุรี จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ราย พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นหญิงอายุระหว่าง 21-30 ปี จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี อาชีพข้าราชการหรือรัฐวิสาหกิจ รายได้เฉลี่ยต่ำกว่าหรือเท่ากับ 4,000 บาท ผู้บริโภคส่วนใหญ่ชอบรับประทานผลิตภัณฑ์น้ำพริก เนื่องจากมีรสชาติดี อร่อย และนิยมบริโภคน้ำพริกปลา ร้ามากที่สุด โดยเลือกซื้อจากตลาดนัดหรือตลาดสดที่มีแหล่งผลิตในจังหวัดปราจีนบุรี ปัจจัยสำคัญในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์น้ำพริก คือ รสชาติดี อร่อย สะอาด ปราศจากสิ่งปลอมปน และต้องการภาชนะบรรจุเป็นแก้ว มีขนาดบรรจุ 100 กรัม ราคา 10-20 บาท ซึ่งผู้บริโภคได้เสนอแนะให้ผู้ผลิตปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีหลากหลาย มีรสชาติดี มีขนาดบรรจุและราคาที่เหมาะสม เพิ่มการจัดจำหน่ายให้มากขึ้นและส่งเสริมการตลาดเพื่อให้ผลิตภัณฑ์น้ำพริกเป็นสินค้าพื้นเมืองหรือสินค้าประจำจังหวัดต่อไป

คำสำคัญ: น้ำพริก, พฤติกรรมกรรการบริโภค, สินค้าพื้นเมือง

Abstract

The study on behavior and factors which affected the consumers from 400 samples in Prachinburi Province, who consume Nam-phrik indicate that majority of consumers were women aged 21-30 years old, with Bachelor Degree. They are working as government and state enterprise officials with low income, not more 4,000 Baht per month. Most consumers like to have Nam-phrik because of its taste and the most favorite product is Nam-phrik Pla-Ra (containing fermented fish). The consumers normally purchase Nam-phrik, which produced in Prachinburi, from fresh market or bazaar. The main factor affecting samples decision is taste of product. The product must be clean and out of filth. It should be contained 100 gram in a glass jar. Product price is between 10-20 Baht/unit. The consumers suggest that Nam-phrik should have several flavor, good taste, suitable containing size, reasonable price, expand distribution including promote Nam-phrik to be local food product or One Tambon One Product (OTOP).

¹ คณะอุตสาหกรรมเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ วิทยาเขตปราจีนบุรี อ.เมือง จ.ปราจีนบุรี 25230

Faculty of Agro-Industry, King Mongkut's Institute of Technology North Bangkok, Prachinburi Campus. 25230

*corresponding author : E-mail: swtn@kmitnb.ac.th; Tel: 0-3721-7311; Fax : 0-3721-7312

Keywords: Nam-phrik, consumer behavior, local food product

บทนำ

วิกฤตเศรษฐกิจทำให้วัฒนธรรมการทำงานและค่านิยมการบริโภคของคนไทยดีขึ้น ลดความคลั่งกินข้าวดังตะวันตกลง คนจนมีความคิดสร้างสรรค์ในการทำมาหากิน เช่น การประดิษฐ์ ส่งเสริมการทำอาหาร ขนมพื้นบ้าน ให้มีความหลากหลาย แปลกใหม่ เช่น น้ำพริก ขนม สาโทแปลง น้ำลูกยอ ฯลฯ (ธีรยุทธ, 2546)

น้ำพริกเป็นอาหารไทยแท้คู่ครัวไทยมาแต่โบราณ นอกจากนี้ยังเป็นอาหารหลักที่แสดงออกถึงวัฒนธรรมการกินของไทย คนไทยทุกคนควรคว้านเคยกับการรับประทานข้าวกับน้ำพริกผักจิ้มปลาแฉม (นิรนาม, 2546 ก) เนื่องจากน้ำพริกมีรูปแบบและวิธีการปรุงที่ง่าย ๆ มีส่วนผสมที่ประกอบด้วยพืชผักสมุนไพรที่มีคุณค่าและมีสรรพคุณทางยา ทางอาหารที่หลากหลาย หาได้ง่ายทุกพื้นที่และราคาไม่แพง (นิรนาม, 2546 ข) มาทำการดัดแปลงปรุงแต่งเป็นน้ำพริกที่ถูกปากคนไทย นอกจากนี้การปรุงน้ำพริกยังเป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ที่ต้องคำนึงถึงความสอดคล้องกลมกลืนระหว่างรสชาติของน้ำพริกกับผักที่ใช้เป็นเครื่องเคียงและของแถมที่ใช้รับประทานร่วมกัน (สมศรีและคณะ, 2546 ก) จากสูตรต้นตำรับที่สืบทอดกันมาจากรุ่นหนึ่งไปสู่อีกรุ่นหนึ่ง จนมาถึงในปัจจุบันได้มีการคิดค้นตำรับใหม่ๆ ขึ้นมาอีกหลายชนิด จากภูมิปัญญาของชาวบ้าน ทำให้ได้น้ำพริกที่มีความหลากหลายยิ่งขึ้น (นิรนาม, 2546 ค)

สมศรีและคณะ (2546 ข) ได้สำรวจความนิยมการบริโภคอาหารไทยของกลุ่มตัวอย่างประชาชนคนไทยอายุระหว่าง 20-60 ปี ทั่วประเทศ จำนวน 595 คน พบว่าอาหารประเภทเครื่องจิ้มที่คนไทยนิยมมากที่สุด คือ น้ำพริกกะปิ ร้อยละ 96.5 รองลงมาได้แก่ น้ำพริกปลาทุเรียนละ 82

จังหวัดปราจีนบุรีเป็นจังหวัดหนึ่งที่มีการผลิตน้ำพริกออกมาจำหน่าย เช่น น้ำพริกสมุนไพร น้ำพริกนรก น้ำพริกตาแดง น้ำพริกปลาร้า ฯลฯ แต่ยังไม่มากนัก ดังนั้นหากมีการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์น้ำพริกในจังหวัดปราจีนบุรี เพื่อใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการพัฒนาผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้ในโอกาสต่อไป อาจช่วยให้ผลิตภัณฑ์น้ำพริกเป็นสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่สามารถออกวางขายในท้องตลาดจนได้รับความนิยมและผู้บริโภคได้รับความพึงพอใจสูงสุด ซึ่งถือเป็นการสร้างงานและสร้างรายได้ให้กับชุมชนในจังหวัดปราจีนบุรีต่อไป

วิธีการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้ได้ใช้ข้อมูลปฐมภูมิ โดยการสอบถามผู้บริโภคผลิตภัณฑ์น้ำพริกในจังหวัดปราจีนบุรี จำนวน 400 ราย ระหว่างเดือนกรกฎาคม-ธันวาคม 2547 โดยมีวิธีการ สุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Sampling) อย่างเป็นระบบ ได้แก่ การสุ่มตัวอย่างโดยอาศัยความน่าจะเป็น การสุ่มตัวอย่างตามพื้นที่และการสุ่มตัวอย่างตามชั้นภูมิ นอกจากนี้ยังใช้ข้อมูลทุติยภูมิโดยการรวบรวมข้อมูลจากเอกสารทางวิชาการของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน จากนั้นนำ

ข้อมูลมาประมวลผลและวิเคราะห์ผลโดยวิธีการหาความถี่เป็นสัดส่วนร้อยละ เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรม และปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์น้ำพริก ในส่วนของแบบสอบถามที่เกี่ยวกับทัศนคติและความคิดเห็นของผู้บริโภค ใช้มาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ของลิเคอร์ท (Likert Scale) (กุลทลี, 2546) โดยแบ่งระดับความคิดเห็นออกเป็น 5 ระดับดังนี้ ค่าเฉลี่ย 5.00-4.21 เท่ากับเห็นด้วยมากที่สุด 4.20-3.41 เท่ากับเห็นด้วยมาก 3.40-2.61 เท่ากับเห็นด้วยปานกลาง 2.60-1.81 เท่ากับเห็นด้วยน้อย 1.80-1.00 เท่ากับเห็นด้วยน้อยที่สุด

ผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์น้ำพริกในจังหวัดปราจีนบุรี

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 64.25 มีอายุระหว่าง 21-30 ปี มากที่สุด ร้อยละ 28.25 การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 44.75 มีอาชีพเป็นข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจมากที่สุด ร้อยละ 42.75 รองลงมาคือเป็นนักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 20.75 ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 4,000 บาท ร้อยละ 30.00 (ตารางที่ 1)

ตารางที่ 1. ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์น้ำพริกในจังหวัดปราจีนบุรี

รายการ	จำนวนคน (n = 400)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	143	35.75
หญิง	257	64.25
อายุ		
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	67	16.75
21 – 30 ปี	113	28.25
31 – 40 ปี	66	16.50
41 – 50 ปี	100	25.00
51 – 60 ปี	46	11.50
มากกว่า 60 ปี	8	2.00
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	45	11.25
มัธยมศึกษาตอนต้น	44	11.00
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ป.วช.	56	14.00
อนุปริญญา/ป.วส.	17	4.25
ปริญญาตรี	179	44.75
สูงกว่าปริญญาตรี	59	14.75

ตารางที่ 1. (ต่อ)

รายการ	จำนวนคน (n = 400)	ร้อยละ
อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	83	20.75
พนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง	73	18.25
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	171	42.75
แม่บ้าน/พ่อบ้าน	25	6.25
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	40	10.00
อื่นๆ เช่น เกษตรกร งานอิสระ	8	2.00
ระดับรายได้ต่อเดือน		
น้อยกว่าที่เท่ากับ 4,000 บาท	120	30.00
4,001 – 8000 บาท	70	17.50
8,001 – 12,000 บาท	54	13.50
12,001 – 16,000 บาท	36	9.00
16,001 – 20,000 บาท	34	8.50
มากกว่า 20,000 บาท	86	21.50

พฤติกรรมมารบริโภคผลิตภัณฑ์น้ำพริกในจังหวัดปราจีนบุรี

ผู้บริโภคส่วนใหญ่ชอบรับประทานผลิตภัณฑ์น้ำพริกเนื่องจากมีรสชาติดี อร่อย คิดเป็นร้อยละ 79.75 โดยจะรับประทานน้ำพริกเป็นกับข้าวในมื้อเย็น คิดเป็นร้อยละ 81.00 ซึ่งเครื่องเคียงในการรับประทานกับน้ำพริกนั้น นอกจากผักสดแล้วผู้บริโภคยังต้องการรับประทานกับแคบหมูมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 65.50 ซึ่งผลิตภัณฑ์น้ำพริกที่ผู้บริโภคนิยมบริโภคมากที่สุด คือ น้ำพริกปลาร้า คิดเป็นร้อยละ 29.25 รองลงมาคือน้ำพริกนรกปลา คิดเป็นร้อยละ 19.25 โดยส่วนใหญ่แล้วจะเลือกซื้อจากตลาดนัดหรือตลาดสด คิดเป็นร้อยละ 70.75 ซึ่งมีแหล่งผลิตอยู่ในจังหวัดปราจีนบุรี ซึ่งปัจจัยสำคัญที่สุดในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์น้ำพริก คือรสชาติดี อร่อย คิดเป็นร้อยละ 74.00 รองลงมาคือสะอาด ปราศจากสิ่งปลอมปน คิดเป็นร้อยละ 73.25 โดยต้องการให้บรรจุในภาชนะบรรจุที่เป็นแก้ว คิดเป็นร้อยละ 51.25 ขนาดบรรจุที่ผู้บริโภคร้องการมากที่สุดคือ 100 กรัม คิดเป็นร้อยละ 46.25 ส่วนราคาของผลิตภัณฑ์ผู้บริโภคร้องการให้มีราคา 10-20 บาทต่อหนึ่งหน่วยบรรจุ คิดเป็นร้อยละ 66.75 ถ้าหากรับประทานน้ำพริกไม่หมดในมื้อเดียวผู้บริโภคนิยมเก็บรักษาไว้ในตู้เย็น และต้องการให้ผลิตภัณฑ์น้ำพริกมีอายุการเก็บรักษาได้นาน 1 เดือน คิดเป็นร้อยละ 73.25 (ตารางที่ 2)

ตารางที่ 2. พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์น้ำพริกในจังหวัดปราจีนบุรี

รายการ	จำนวนคน (n = 400)	ร้อยละ
ความชอบในการรับประทานผลิตภัณฑ์น้ำพริก		
ชอบ	311	77.75
เฉยๆ	89	22.25
ไม่ชอบ	0	0.00
ช่วงเวลาในการรับประทานผลิตภัณฑ์น้ำพริก		
รับประทานในมื้อเช้า	19	4.75
รับประทานในมื้อกลางวัน	57	14.25
รับประทานในมื้อเย็น	324	81.00
เครื่องเคียงที่ต้องการรับประทานกับผลิตภัณฑ์น้ำพริกนอกจากผักสด		
ขนมปัง	39	9.75
แครกเกอร์	30	7.50
แกงหมู	262	65.50
ข้าวตัง	30	7.50
ข้าวเกรียบ	33	8.25
อื่นๆ เช่น ข้าวเหนียว	6	1.50
เหตุผลในการรับประทานผลิตภัณฑ์น้ำพริก (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
รสชาติดี อร่อย	319	79.75
มีคุณค่าทางอาหาร	152	38.00
มีสรรพคุณทางยา	79	19.75
มีวิธีการปรุงที่ง่าย	113	28.25
หาซื้อได้ง่าย	121	30.25
มีราคาไม่แพง	109	27.25
สะดวกในการรับประทาน	135	33.75
อื่นๆ เช่น ชอบรับประทาน ปรุงได้ง่าย	32	8.00

ตารางที่ 2. (ต่อ)

รายการ	จำนวนคน (n = 400)	ร้อยละ
ประเภทของผลิตภัณฑ์น้ำพริกที่นิยมบริโภค		
น้ำพริกสมุนไพร	45	11.25
น้ำพริกนรกปลา	77	19.25
น้ำพริกนรกแมงดา	70	17.50
น้ำพริกนรกกุ้ง	29	7.25
น้ำพริกเจ/น้ำพริกเห็ดหอม	21	5.25
น้ำพริกปลาร้า/น้ำพริกปลาร้าแจ่วบอง	117	29.25
น้ำพริกหมู/น้ำพริกหมูหยอง/น้ำพริกกากหมู	22	5.50
อื่นๆ เช่น น้ำพริกหนุ่ม น้ำพริกกะปิ	19	4.75
สถานที่ที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์น้ำพริก (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
ตลาดนัด/ตลาดสด	283	70.75
ร้านค้าปลีกทั่วไป/ร้านขายของชำ	132	33.00
ร้านสะดวกซื้อ	27	6.75
ห้างสรรพสินค้า/ซูเปอร์มาร์เก็ต/ซูเปอร์สโตร์	71	17.75
ร้านขายของฝาก/ร้านขายสินค้าพื้นเมือง	78	19.50
อื่นๆ เช่น กลุ่มแม่บ้าน	4	1.00
แหล่งผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกที่ผู้บริโภคเลือกซื้อ		
จังหวัดปราจีนบุรี	199	49.75
จังหวัดอื่นๆ	117	29.25
ไม่ได้สังเกตแหล่งผลิต	84	21.00
ปัจจัยในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์น้ำพริก (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
สะอาด ปราศจากสิ่งปลอมปน	293	73.25
รสชาติดี อร่อย	296	74.00
มีสีตามธรรมชาติ	110	27.50
ไม่มีกลิ่นรสผิดปกติ เช่น กลิ่นอับ กลิ่นหืน รสขม	165	41.25
ราคายุติธรรม	135	33.75
ความสวยงามของภาชนะบรรจุ	142	35.50
ยี่ห้อของผู้ผลิต	54	13.50
ได้รับรางวัลหรือมาตรฐานรับรองคุณภาพ	85	21.25

ตารางที่ 2. (ต่อ)

รายการ	จำนวนคน (n = 400)	ร้อยละ
ชนิดของภาชนะบรรจุผลิตภัณฑ์น้ำพริก		
ถุงพลาสติก	29	7.25
ภาชนะบรรจุพลาสติก เช่น กระจุก	156	39.00
ภาชนะบรรจุที่เป็นแก้ว	205	51.25
ภาชนะบรรจุที่เป็นกระป๋องอะลูมิเนียม	8	2.00
อื่นๆ เช่น ภาชนะที่ทำจากวัสดุธรรมชาติ	2	0.50
ขนาดบรรจุสำหรับผลิตภัณฑ์น้ำพริก		
50 กรัม	108	27.00
100 กรัม	185	46.25
150 กรัม	40	10.00
250 กรัม	42	10.50
350 กรัม	25	6.25
ราคาของผลิตภัณฑ์น้ำพริกต่อหนึ่งหน่วยบรรจุ		
10 – 20 บาท	267	66.75
21 – 30 บาท	87	21.75
31 – 40 บาท	24	6.00
41 – 50 บาท	11	2.75
มากกว่า 51 บาท	11	2.75
อายุการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์น้ำพริก		
1 เดือน	293	73.25
2 เดือน	51	12.75
3 เดือน	29	7.25
มากกว่า 3 เดือน	27	6.75

หมายเหตุ ผลิตภัณฑ์น้ำพริก หมายถึง น้ำพริกที่พร้อมบริโภค มีพริกและอื่น ๆ เช่นหอม กระเทียม พริกไทย เครื่องปรุงแต่งกลิ่นรส เครื่องเทศเป็นเครื่องปรุง ทั้งนี้อาจมีเนื้อสัตว์ผสมอยู่ด้วยก็ได้ บรรจุในภาชนะที่พร้อมจำหน่ายได้ทันที

ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์น้ำพริก

จากการศึกษาพบว่าปัจจัยการตลาดที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจบริโภคผลิตภัณฑ์น้ำพริกมากที่สุด คือ ปัจจัยการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือด้านการจัดจำหน่าย ด้านราคาและด้านการส่งเสริมการตลาดตามลำดับ ซึ่งปัจจัยการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคมีทัศนคติอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุดคือ รสชาติของผลิตภัณฑ์น้ำพริกจะมีผลต่อการตัดสินใจซื้อและผลิตภัณฑ์น้ำพริกควรมีรูปแบบภาชนะบรรจุที่สะดวกต่อการบริโภคและเก็บรักษา (ตารางที่ 3)

ตารางที่ 3. ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อการบริโภคน้ำพริกปัจจัยการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD.)	ระดับความสำคัญ
น้ำพริกเป็นอาหารที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ	3.80	0.75	เห็นด้วยมาก
รสชาติของผลิตภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ	4.22	0.66	เห็นด้วยมากที่สุด
ควรมีการพัฒนาให้หลากหลายมากขึ้น	4.17	0.69	เห็นด้วยมาก
รูปแบบภาชนะบรรจุควรสะดวกต่อการบริโภค	4.37	0.64	เห็นด้วยมากที่สุด
เฉลี่ยรวมด้านผลิตภัณฑ์	4.14		เห็นด้วยมาก

สำหรับปัจจัยการตลาดด้านราคาด้านนั้นผู้บริโภคมีทัศนคติอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุดในเรื่องของราคาผลิตภัณฑ์น้ำพริกควรจะต้องมีความเหมาะสมกับปริมาณการบรรจุ (ตารางที่ 4) ส่วนปัจจัยการตลาดด้านการจัดจำหน่ายนั้นผู้บริโภคมีทัศนคติอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุดในเรื่องของ ควรมีผลิตภัณฑ์น้ำพริกจำหน่ายที่ร้านของฝากและร้านขายสินค้าพื้นเมือง (ตารางที่ 5) ซึ่งสอดคล้องกับปัจจัยการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผู้บริโภคมีทัศนคติอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุดว่าควรส่งเสริมในน้ำพริกเป็นสินค้าพื้นเมืองหรือสินค้าประจำจังหวัด (ตารางที่ 6)

ตารางที่ 4. ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อการบริโภคน้ำพริกในปัจจัยการตลาดด้านราคา

ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD.)	ระดับความสำคัญ
ราคามีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อ	4.06	0.74	เห็นด้วยมาก
ราคาต้องมีความเหมาะสมกับปริมาณการบรรจุ	4.23	0.68	เห็นด้วยมากที่สุด
คุณภาพและบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามมีผลต่อราคา	4.01	0.79	เห็นด้วยมาก
เฉลี่ยรวมด้านราคา	4.10		เห็นด้วยมาก

ตารางที่ 5. ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อการบริโภคน้ำพริกในปัจจัยการตลาดด้านการจัดจำหน่าย

ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD.)	ระดับความสำคัญ
ควรมีจำหน่ายตามตลาดสด/ตลาดนัดทั่วไป	4.20	0.75	เห็นด้วยมาก
ควรมีจำหน่ายที่ร้านค้าปลีก/ร้านชำทั่วไป	4.08	0.75	เห็นด้วยมาก
ควรมีจำหน่ายที่ร้านสะดวกซื้อ	3.92	0.85	เห็นด้วยมาก
ควรมีจำหน่ายที่ห้างสรรพสินค้า	4.08	0.84	เห็นด้วยมาก
ควรมีจำหน่ายที่ร้านขายของฝาก/สินค้าพื้นเมือง	4.34	0.69	เห็นด้วยมากที่สุด
เฉลี่ยรวมด้านการจัดจำหน่าย	4.12		เห็นด้วยมาก

ตารางที่ 6. ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อการบริโภคน้ำพริกในปัจจัยการตลาดด้านส่งเสริม

ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD.)	ระดับความสำคัญ
ควรมีการโฆษณาผ่านทางโทรทัศน์ วิทยุ ฯลฯ	3.60	0.84	เห็นด้วยมาก
ควรมีการโฆษณาผ่านทางสื่อสิ่งพิมพ์	3.54	0.86	เห็นด้วยมาก
ควรมีการโฆษณาผ่านทางอินเทอร์เน็ต	3.40	1.03	เห็นด้วย ปานกลาง
คำแนะนำของคนรู้จักมีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อ	3.82	0.85	เห็นด้วยมาก
การชิมผลิตภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ	3.94	0.87	เห็นด้วยมาก
การโฆษณาช่วยให้เกิดความมั่นใจในคุณภาพ	3.85	0.81	เห็นด้วยมาก
ควรส่งเสริมให้เป็นสินค้าพื้นเมือง/ประจำจังหวัด	4.36	0.65	เห็นด้วยมากที่สุด
เฉลี่ยรวมด้านการส่งเสริมการตลาด	3.78		เห็นด้วยมาก

สรุป

ผู้บริโภคผลิตภัณฑ์น้ำพริกในจังหวัดปราจีนบุรีนั้น ส่วนใหญ่จะชอบรับประทานผลิตภัณฑ์น้ำพริกเนื่องจากมีรสชาติดี อร่อย ถึงร้อยละ 79.75% ดังนั้นในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์น้ำพริกเพื่อให้ดึงดูดใจผู้บริโภคควรมีการแจกตัวอย่างผลิตภัณฑ์ให้กับผู้บริโภคทดลองชิมเพื่อเป็นการกระตุ้นให้ซื้อผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ผู้บริโภคยังได้ให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในเรื่องของการเพิ่มชนิดและรสชาติผลิตภัณฑ์น้ำพริกให้หลากหลายมากยิ่งขึ้น รวมทั้งอาจมีการเพิ่มคุณค่าทางโภชนาการหรือผสมสมุนไพรบางชนิดที่มีประโยชน์หรือมีสรรพคุณทางยา ซึ่งผลิตภัณฑ์น้ำพริกที่ผู้บริโภคนิยมรับประทานมากที่สุดคือ น้ำพริกปลาร้า รongลงมาคือน้ำพริกนรก โดยส่วนใหญ่แล้วจะเลือกซื้อจากตลาดนัดและตลาดสดเนื่องจากหาซื้อได้ง่าย สะดวก ซึ่งในปัจจุบันมีคู่แข่งทางการค้าเป็นจำนวนมาก และมีผู้ผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกหลายราย หลายยี่ห้อ จากหลายจังหวัด เนื่องจากผลิตภัณฑ์น้ำพริกเป็นที่นิยมรับประทานกันอย่างแพร่หลาย ดังนั้นควรเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายให้มากขึ้น เพื่อส่งขายตามภูมิภาคต่างๆ รวมถึงจัดทำเป็นร้านของฝากพื้นเมืองหรือของดีประจำจังหวัดและควรมีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆ รวมทั้งมีการส่งเสริมการตลาดเพื่อให้ผู้บริโภคได้รับข่าวสาร และได้ทดลองชิมผลิตภัณฑ์เนื่องจากปัจจัยที่สำคัญในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์น้ำพริก คือ มีรสชาติดี อร่อย สะอาด ปราศจากสิ่งปลอมปน สำหรับการบรรจุนั้นผู้บริโภคร้องขอให้บรรจุในภาชนะแก้วที่สะอาดและ สวยงาม โดยมีขนาดบรรจุ 100 กรัม ราคา 10-20 บาท โดยราคาควรจะมีเหมาะสมกับปริมาณการบรรจุและต้องการให้ผลิตภัณฑ์น้ำพริกมีอายุการเก็บรักษาได้นาน 1 เดือน ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ล้วนแต่เป็นปัจจัยสำคัญที่ผู้ประกอบการจะต้องคำนึงถึงเพื่อสร้างความพึงพอใจและมาตรฐานความปลอดภัยในการบริโภคผลิตภัณฑ์น้ำพริกของผู้บริโภคต่อไป

เอกสารอ้างอิง

กุลชาติ รื่นรมย์. (2546). การวิจัยตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 4. โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.

ธีรยุทธ บุญมี. (มปป.). การประเมินภาพรวม เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม การเมืองไทย

หลังวิกฤตเศรษฐกิจ [Online]. สืบค้นเมื่อวันที่ 8 ธันวาคม 2546 จาก:

<http://www.thaiopic.com/swebboard/00065.html>.

นิรนาม ก.(มปป.). น้ำพริก [Online]. สืบค้นเมื่อวันที่ 13 ตุลาคม 2546 จาก:

http://www.gsb.or.th/gsb_website4/socproduct/transform/transform_index.htm.

นิรนาม ข.(มปป.). น้ำพริกชาวบ้าน [Online]. สืบค้นเมื่อวันที่ 13 ตุลาคม 2546 จาก:

<http://www.naichef.50megs.com/health.html>.

นิรนาม ค.(มปป.). อาหารไทยอาหารสมุนไพร[Online]. สืบค้นเมื่อวันที่ 13 ตุลาคม 2546

จาก: http://www.kalathai.com./print_article.php?tbname=article&condition=article_id=160.

สมศรี เจริญเกียรติกุล วงสวาท โกศลวัฒน์ วิสิฐ จะวะสิต สมเกียรติ โกศลวัฒน์ อติตดา บุญประเดิม และนิภา โรจน์รุ่งวสินกุล (ก) (มปป.). คุณค่าอาหารไทยเพื่อสุขภาพ[Online]. สืบค้นเมื่อวันที่ 2 ธันวาคม 2546. จาก: <http://www.tescolotus.net/tips/thaifood.asp>.

สมศรี เจริญเกียรติกุล วงสวาท โกศลวัฒน์ วิสิฐ จะวะสิต สมเกียรติ โกศลวัฒน์ อติตดา บุญประเดิม และนิภา โรจน์รุ่งวสินกุล (ข). (2546). อาหารไทย : เพื่อการสร้างเสริมสุขภาพ เอกสารประกอบการสัมมนาเรื่องการเผยแพร่ผลงานวิจัยทางด้านอาหารไทยเพื่อการส่งออกและการพัฒนากรรมวิธีการแปรรูปผลิตภัณฑ์การเกษตร. สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ, กรุงเทพฯ.

Received April 3, 2006

Accepted September 19, 2006