

การวิเคราะห์คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ทุเรียนฟรีซดรายที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคใน
เขตกรุงเทพมหานคร

An Analysis of Freeze-Dried Durian Product Attributes Affecting Consumers'
Satisfaction in Bangkok Metropolis

ณัฐธิญา คำไกล^{1*} จักรกฤษณ์ พจนศิลป์¹ และศานิต เก้าเอี้ยน¹

¹ภาควิชาเศรษฐศาสตร์เกษตรและทรัพยากร คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

[*Nuttiya.kag@ku.th](mailto:Nuttiya.kag@ku.th)

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้ศึกษาผู้บริโภคทั่วไปที่เคยซื้อและบริโภคผลิตภัณฑ์ทุเรียนฟรีซดรายในระดับขายปลีกในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ราย มีวัตถุประสงค์คือ 1. เพื่อศึกษาข้อมูลสภาพทั่วไปและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เคยซื้อและบริโภคทุเรียนฟรีซดราย 2. เพื่อวิเคราะห์คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ทุเรียนฟรีซดรายที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภค โดยหาคุณลักษณะของสินค้าที่ผู้บริโภคพึงพอใจโดยใช้แบบจำลองคานอ (Kano Model) ผลการศึกษา พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21-30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี เป็นพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยอยู่ที่ระหว่าง 20,001 – 35,000 บาทต่อเดือน สถานภาพโสด และในส่วนของพฤติกรรมผู้บริโภคทุเรียนฟรีซดราย พบว่า ส่วนใหญ่เป็นผู้ซื้อทุเรียนฟรีซดรายเพื่อรับประทานเอง สาเหตุหลักในการเลือกซื้อ เนื่องจากชื่นชอบทุเรียน โดยค่าใช้จ่ายในการเลือกซื้อ มากกว่า 300 บาทต่อครั้ง และส่วนมากเลือกซื้อที่ห้างสรรพสินค้า ส่วนการวิเคราะห์คุณลักษณะโดยใช้แบบจำลองคานอ พบว่า คุณลักษณะที่ดึงดูดความพึงพอใจของผู้บริโภค คือ ระบุสายพันธุ์ทุเรียน บรรจุภัณฑ์ผลิตจากวัสดุที่สามารถย่อยสลายได้ สามารถตรวจสอบถึงแหล่งที่มาของวัตถุดิบ คุณลักษณะที่ทำให้ผู้บริโภคมีความพึงพอใจมากขึ้น คือ รสชาติใกล้เคียงกับผลไม้สด มีกลิ่นหอมของทุเรียน มีการให้ผู้บริโภคลองชิมสินค้าและมีส่วนลด คุณลักษณะที่ขาดไม่ได้ หากไม่มีจะทำให้ผู้บริโภคไม่พึงพอใจ คือ มีตราทางเลือกสุขภาพติดหน้าบรรจุภัณฑ์และมีการแสดงข้อมูลโภชนาการ

จากผลการวิจัยในครั้งนี้ทำให้ได้ข้อเสนอแนะว่าผู้ประกอบการธุรกิจทุเรียนฟรีซดรายควรให้ความสนใจในด้านบรรจุภัณฑ์ รวมถึงการเพิ่มเติมคุณลักษณะ เช่น รสชาติใกล้เคียงกับผลไม้สด มีกลิ่นหอม มีการจัดโปรโมชั่นต่าง ๆ ในการให้ผู้บริโภคทดลองชิมสินค้า มีการจัดทำส่วนลด เพื่อให้สินค้ามีคุณลักษณะที่ผู้บริโภคพึงพอใจมากที่สุด ซึ่งจะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถเข้ามาลงทุนและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้

คำสำคัญ: คุณลักษณะที่เหมาะสม, ทุเรียนฟรีซดราย, แบบจำลองคานอ

Abstract

This research is to study about 400 consumers who have purchased and consumed freeze-dried durian products at retail level in Bangkok, Thailand. The research's objectives are as follows; 1.To study about general environment and behaviors of consumers who have purchased and consumed freeze-dried durians. 2.To analyze of freeze-dried durian product attributes affecting consumer's satisfaction using Kano Model to figure out the products' attributes which consumers are satisfied with. The results showed that the majority of consumers are women who are 21-30 years old, have bachelor's degree, work in private company, have the average income of 20,001-35,000 baht per month, and are single. For behaviors of freeze-dried consumers, the result showed that they purchased the freeze-dried durians for their own consumption, and the main reason of that was due to their favor of durians. They spend more than 300 baht per time on purchasing the durians which mostly took place at supermarket. For the analysis of attributes by using Kano model, the results showed that the attributes which attracted consumers' satisfactions were identifying durians' breeds, biodegradable products' packages, and traceability of an origin of used materials. Attributes which made consumers more satisfied were similarity of taste to fresh durians, durians' scents, free product samples, and products' discounts. Indispensable attributes which consumers were unsatisfied if products lacked any of them were labeling healthy choice on products' packages, and showing nutrition facts.

From the result of this research, it is advisable that freeze-dried durian entrepreneurs should pay attention to product packages, as well as other values added on products, e.g., similarity of taste to fresh durians, pleasant smell, product promotion, free product samples, and product discounts. These attributes were tested to assure they could fully meet customer satisfaction. Also, from the results, entrepreneurs could invest and develop the products in order to meet customer needs.

Keywords: Optimal characteristics, Freeze-Dried Durians, Kano Model

1. บททำ

ผลิตภัณฑ์ผลไม้แปรรูปเป็นอุตสาหกรรมด้านผลผลิตทางการเกษตรที่สำคัญและมีแนวโน้มเติบโตในอนาคต เนื่องด้วยประเทศไทยเป็นประเทศแห่งเกษตรกรรม มีรายได้จากการส่งออกผลผลิตทางการเกษตร และยังเป็นประเทศที่เหมาะสมแก่การทำเกษตรกรรมเป็นอย่างมาก เพราะมีปัจจัยมากมายที่เอื้ออำนวยต่อการผลิตสินค้าเกษตรกรรม ไม่ว่าจะเป็นความอุดมสมบูรณ์ของพื้นดิน ความเหมาะสมด้านภูมิศาสตร์ ความรู้ความสามารถของเกษตรกร ความพร้อมของอุตสาหกรรมไทย ความก้าวหน้าทางการวิจัยในด้านการพัฒนาเทคโนโลยีการเพาะปลูก และการแปรรูปผลิตภัณฑ์ ซึ่งในแต่ละปีจะมีผลผลิตทางการเกษตรออกมาเป็นจำนวนมาก ในบางปีผลผลิตออกมาเกินความต้องการของตลาดจึงทำให้สินค้าล้นตลาด ส่งผลให้ผลไม้มีราคาต่ำลงด้วย ปัญหาสภาพอากาศที่เปลี่ยนแปลงไม่ตรงตามฤดูกาลส่งผลกระทบต่อผลผลิตทางการเกษตรทำให้บริหารจัดการสต็อกสินค้าได้ยาก หรือปัญหาที่พบบ่อยคือ ผลผลิตทางการเกษตรนั้นยากในการเก็บรักษา ซึ่งแนวทางในการแก้ไขปัญหานั้น ด้วยแนวคิดแบบพื้นที่บ้านที่ไม่ซับซ้อนในการแปรรูปเพื่อการถนอมอาหาร เช่น ดอง กวน ฉาบ อบ ทอด ตากแห้ง แช่อิ่ม ทำให้สามารถยืดอายุการบริโภคผัก ผลไม้ ได้ยาวนานยิ่งขึ้น อีกทั้งยังสามารถสร้างรายได้กับผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ได้อีกด้วย

การแปรรูปสินค้าเกษตรมีความสำคัญมากขึ้น จากในอดีตที่ผู้ประกอบการต้องการบรรเทาปัญหา ราคาตกต่ำและผลผลิตเน่าเสียในช่วงฤดูกาลเก็บเกี่ยวที่ผลผลิตออกสู่ตลาดจำนวนมาก มาสู่การสร้างมูลค่าเพิ่ม และสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการบริโภคที่หลากหลายมากขึ้น นอกจากนี้ ยังตอบสนอง พฤติกรรมการบริโภคสมัยใหม่ที่ต้องการผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปมาช่วยอำนวยความสะดวกในการรับประทาน และรองรับวิถีชีวิตอันเร่งรีบของสังคมเมืองที่ขยายตัวต่อเนื่องตามการพัฒนาประเทศ ดังนั้น จากสถานการณ์ข้างต้น ที่คาดว่าจะยังคงดำเนินต่อไปจึงเป็นโอกาสให้ผู้ประกอบการผลิตสินค้าเกษตรโดยเฉพาะ SMEs หันมาให้ความสำคัญ และหาแนวทางแปรรูปผลิตภัณฑ์มากขึ้น เพื่อเพิ่มพูนรายได้และสามารถเข้าไปแข่งขันในตลาดได้ (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2560)

ผลิตภัณฑ์ผลไม้แปรรูปชนิดขนมขบเคี้ยวด้วยเทคโนโลยีฟรีซดรายเป็นอีกหนึ่งกระบวนการแปรรูปอาหารที่น่าสนใจในการลงทุน เนื่องจากใช้เทคโนโลยีการทำแห้งเยือกแข็งแบบสูญญากาศ โดยการทำให้แห้ง (dehydration) ด้วยการแช่เยือกแข็ง (freezing) ทำให้น้ำเปลี่ยนสถานะเป็นผลึกน้ำแข็งก่อน แล้วจึงลดความดันเพื่อให้ผลึกน้ำแข็งระเหิด (sublimation) เป็นไอ ด้วยการลดความดันให้ต่ำกว่าบรรยากาศปกติ ขณะควบคุมให้อุณหภูมิต่ำ เพื่อช่วยรักษาคุณภาพของผลไม้ ทั้งด้านกลิ่น สี รสชาติได้ดีกว่าวิธีการอื่นๆ โดยคุณภาพของผลไม้จะใกล้เคียงกับคุณภาพธรรมชาติเดิมของผลไม้ ปริมาณแคลอรีต่ำ คุณค่าวิตามินไม่สูญหาย และสามารถยืดอายุการเก็บรักษาได้นาน ด้วยเหตุนี้จึงมีผู้ประกอบการนำทุเรียนมาแปรรูป เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้สามารถบริโภคได้อย่างต่อเนื่อง และยังเป็นทางเลือกที่ให้มูลค่าให้กับทุเรียนได้เป็นอย่างดี รวมถึงกระแสนิยมของผู้คนที่ชื่นชอบอาหาร และใส่ใจเรื่องสุขภาพมากขึ้น ทำให้ผู้บริโภคหันมาสนใจทุเรียนแปรรูปเพิ่มขึ้นด้วย โดยเฉพาะกลุ่มผู้รักสุขภาพที่กำลังจะมีแนวโน้มเพิ่มจำนวนมากขึ้นเรื่อยๆ เพราะผู้บริโภคกลุ่มนี้เน้นคุณภาพชีวิตที่ดี ความปลอดภัย จึงหันมาใส่ใจกับสุขภาพมากขึ้น โดยการหันมาศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับโภชนาการอาหาร อาหารที่มีประโยชน์ต่อร่างกายและลดการบริโภคอาหารที่บั่นทอนสุขภาพ

จากการกล่าวข้างต้นแสดงให้เห็นว่า ควรพัฒนาการมาแปรรูปทุเรียนชนิดขนมขบเคี้ยวด้วยเทคโนโลยีใหม่ๆ เช่น เทคโนโลยีการฟรีซดราย ที่กำลังได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น และยังมีช่องว่างทางธุรกิจที่ผู้ประกอบการทั้งหลายระดับสามารถเข้า

มาลงทุน ดังนั้นผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ทุเรียนพีชตรายให้ชัดเจน เพื่อคิดค้นกลยุทธ์ และพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างเหมาะสม ทำให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด รวมทั้งยังต้องคอยพัฒนาผลิตภัณฑ์อยู่เรื่อยๆ เพื่อให้ทันต่อกระแสความนิยมของผู้บริโภคในปัจจุบัน และเป็นการสร้างโอกาสทางธุรกิจของผู้ประกอบการให้ผู้บริโภครายใหม่เปิดรับผลิตภัณฑ์ทุเรียนพีชตรายในฐานะขนมขบเคี้ยวเพื่อสุขภาพมากขึ้น และแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. วัตถุประสงค์

2.1 เพื่อศึกษาข้อมูลสภาพทั่วไปและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เคยซื้อและบริโภคทุเรียนพีชตราย

2.2 เพื่อวิเคราะห์คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ทุเรียนพีชตรายที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภค

3. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

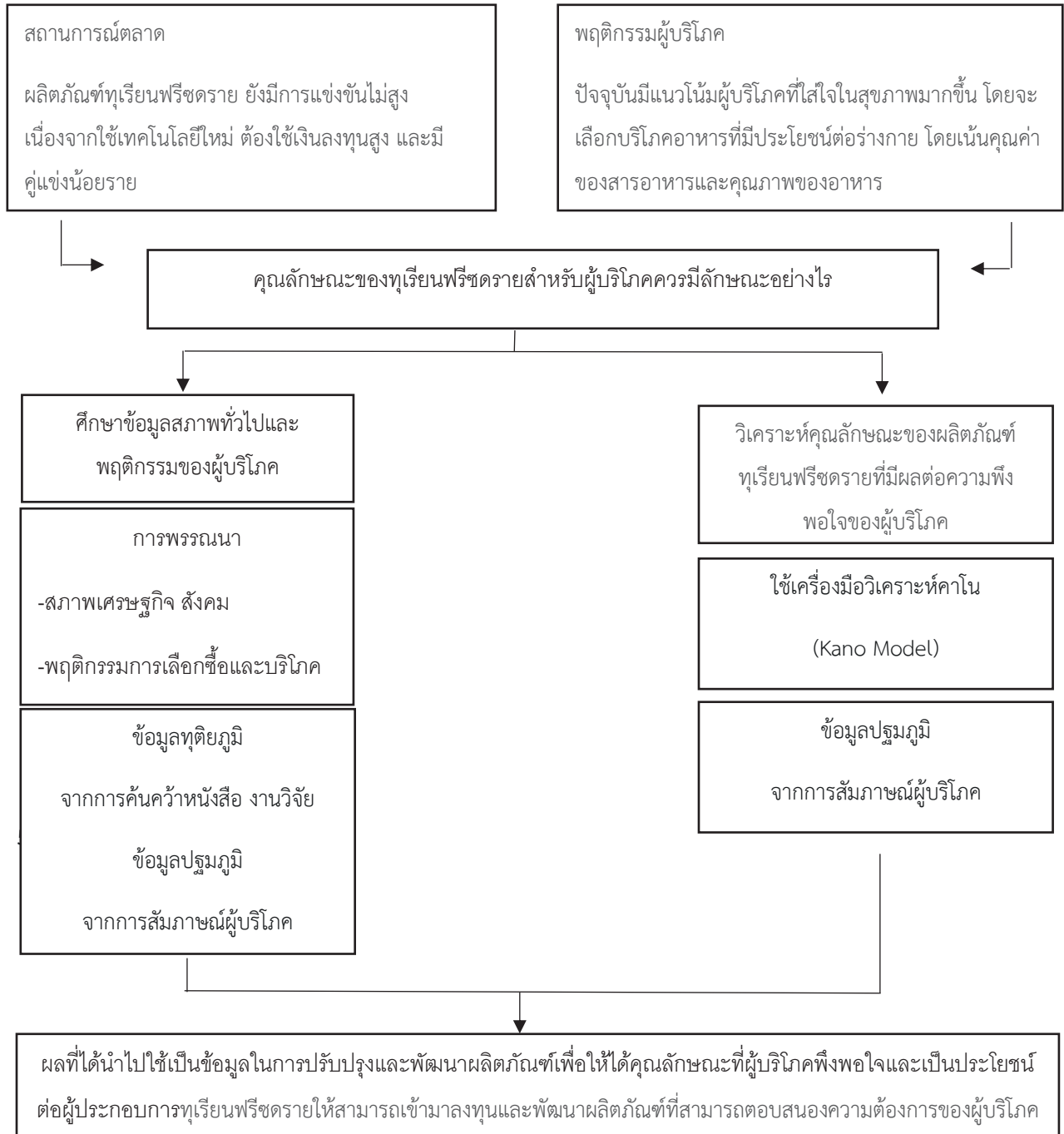
แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมหรือการกระทำของผู้บริโภค กลุ่มบุคคลหรือครัวเรือน ในการเลือกซื้อสินค้าและบริการขั้นสุดท้ายเพื่อกินเพื่อใช้เพื่อบริโภคส่วนตัว หรือเพื่อกินหรือใช้ภายในครัวเพื่อให้ได้รับความพึงพอใจของตัวผู้บริโภค เรียกว่า ตลาด ผู้บริโภค ผู้บริโภคมีความแตกต่างกันในลักษณะประชากรอยู่หลายประเด็น เช่น อายุ รายได้ การศึกษา ศาสนา วัฒนธรรม เป็นต้น ทำให้พฤติกรรมการกิน การใช้ การซื้อ และความรู้สึกสำนึกคิดของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์แตกต่างกันออกไป (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2541)

แนวคิดการวิเคราะห์ตามแบบจำลองคานาน เป็นโมเดลที่กล่าวถึงความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของลูกค้ากับปริมาณการตอบสนองทางคุณภาพของผลิตภัณฑ์ สามารถบอกคุณลักษณะต่างๆ ของสินค้าหรือบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มีผลต่อผลิตภัณฑ์ โดยนำมาประยุกต์ใช้ร่วมกับแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดที่ประกอบด้วยปัจจัย 4 ประการ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด เพื่อทำการวิเคราะห์คุณลักษณะต่างๆ ของผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า (วิบูลย์ พงศ์พรทรัพย์, 2562 อ้างใน รัชณี ตรีเลิศัญจร, 2562: 2)

ผู้วิจัยได้นำแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังกล่าวมาใช้เป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาค้นคว้าการวิจัย เรื่อง การวิเคราะห์คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ทุเรียนพีชตรายที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อให้ทราบถึงข้อมูลสภาพทั่วไปและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เคยซื้อและบริโภคทุเรียนพีชตราย และสามารถวิเคราะห์คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ทุเรียนพีชตรายที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภค

4. กรอบแนวคิด

จากการที่ได้ทำการศึกษาทฤษฎีและแนวคิดต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ทุเรียนพีชตรายที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภค รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในข้างต้น ได้นำปัจจัยที่เกี่ยวข้องและทฤษฎีมาสรุปและสร้างเป็นกรอบแนวคิดของงานวิจัย เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการทำวิจัยเรื่องการวิเคราะห์คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ทุเรียนพีชตรายที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภค ดังแผนภาพนี้



ภาพที่ 1 แผนผังกรอบแนวความคิด

5. วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เคยบริโภคทุเรียนพีชตรายโดยตอบแบบสอบถาม ซึ่งแบบสอบถามในส่วนข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค ประกอบไปด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน โรคประจำตัว และในส่วนของคุณลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภคที่เคยเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ทุเรียนพีชตรายประกอบไปด้วย สาเหตุที่เลือกทานทุเรียนพีชตราย ความถี่ในการบริโภคทุเรียนพีชตราย ค่าใช้จ่ายในการเลือกซื้อทุเรียนพีชตรายต่อสัปดาห์ และสถานที่ที่เลือกซื้อทุเรียนพีชตราย

การวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อวิเคราะห์คุณลักษณะที่เหมาะสมของผลิตภัณฑ์ทุเรียนพีชตรายที่ผู้บริโภคพึงพอใจ โดยการศึกษาคุณลักษณะของทุเรียนพีชตรายโดยใช้เครื่องมือวิเคราะห์คานโน (Kano Model) เพื่อศึกษาคุณลักษณะที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคในผลิตภัณฑ์ทุเรียนพีชตราย โดยสร้างแบบสอบถามที่ใช้คำถามด้านความต้องการของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ทุเรียนพีชตราย ซึ่งแต่ละคุณลักษณะที่ได้มาจากการสอบถามผู้บริโภคจำนวน 30 คน ประกอบกับการตรวจสอบเอกสารเกี่ยวกับคุณลักษณะทั่วไปที่ใช้ในการศึกษาคุณลักษณะของผลไม้พีชตราย ซึ่งคำถามที่จะใช้ถามผู้บริโภคในครั้งนี้ประกอบไปด้วย คำถามเชิงบวกและคำถามเชิงลบ โดยคำถามเชิงบวก คือคำถามที่ถามความรู้สึกของผู้บริโภคเมื่อพบคุณลักษณะนั้น และคำถามเชิงลบ คือ คำถามที่ถามความรู้สึกเมื่อไม่พบคุณลักษณะนั้น ซึ่งคำถามที่ใช้ในแบบสอบถามประกอบไปด้วย 18 คุณลักษณะ

5.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) และ ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้แก่

- 5.1.1 ข้อมูลทุติยภูมิ นำมาใช้ในการศึกษาถึงสภาพทั่วไปของตลาดทุเรียน ซึ่งจะทำการรวบรวมข้อมูลเอกสารทางวิชาการที่มีการรวบรวมไว้แล้ว เอกสารงานวิจัยที่ผ่านมาและจากวารสาร ข่าวสารต่างๆ รวมทั้งจากหน่วยงานภาคราชการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น กระทรวงพาณิชย์ สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร เป็นต้น
- 5.1.2 ข้อมูลปฐมภูมิ เป็นข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคที่ให้ความสนใจในผลิตภัณฑ์ทุเรียนพีชตราย ซึ่งได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์โดยใช้แบบสอบถาม ซึ่งแบบสอบถามจะมีการแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 สภาพทั่วไปของผู้บริโภคที่เคยเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ทุเรียนพีชตราย

ส่วนที่ 2 ลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภคที่เคยเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ทุเรียนพีชตราย

ส่วนที่ 3 คุณลักษณะที่มีผลต่อความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์ทุเรียนพีชตรายของผู้บริโภค

5.2 ขนาดตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

พื้นที่ที่ใช้ในการสัมภาษณ์จะแบ่งตามการแบ่งเขตของสำนักปลัดกรุงเทพมหานคร โดยได้แบ่งเขตทั้ง 50 สำนักเขต ออกเป็น 3 กลุ่มตามที่ตั้งของพื้นที่ ได้แก่ เขตชั้นในประกอบด้วย 21 เขตปกครอง เขตชั้นกลางประกอบด้วย 18 เขตปกครอง เขตชั้นนอกประกอบด้วย 11 เขตปกครอง โดยมีจำนวนประชากรทั้งหมด 4,393,147 คน

สูตร
$$N = \frac{Z^2 \sigma^2}{E^2} \quad (1)$$

กรณีไม่ทราบค่า σ^2 จะใช้ความแปรปรวนของตัวอย่าง S^2 ซึ่งจากการสำรวจรายได้เฉลี่ยต่อปีของผู้บริโภคที่เคยซื้อและบริโภคทุเรียนพีชตรายในเขตกรุงเทพมหานครเบื้องต้น (Pilot survey) จำนวน 20 ราย ผู้บริโภคมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำสุด 8,000 บาท และรายได้สูงสุด 120,000 บาท

โดย
$$S^2 = \frac{1}{36} (\max \text{ value} - \min \text{ value})^2 \quad (2)$$

แทนค่า
$$S^2 = \frac{1}{36} (120,000 - 8,000)^2$$

ค่าความแปรปรวนของตัวอย่าง $S^2 = 348,444,444$

โดยต้องการให้รายได้เฉลี่ยตัวอย่างแตกต่างจากรายได้เฉลี่ยประชากรไม่เกิน 2,000 บาท

แทนค่า
$$N = \frac{(1.96)^2 (348,444,444)}{(2,000)^2}$$

$$N = 335$$

ดังนั้นการวิจัยครั้งนี้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยที่เหมาะสมจากจำนวนประชากร คือ 400 คน

5.3 การสุ่มตัวอย่าง

เนื่องจากกรุงเทพมหานครมีเขตการปกครองทั้งหมด 50 สำนักงานเขต สำนักปลัดกรุงเทพมหานครจึงได้ทำการจัดแบ่งเขตทั้ง 50 สำนักงานเขตออกเป็น 3 กลุ่มตามที่ตั้งของพื้นที่ ดังนี้ (สถาบันวิจัยและให้คำปรึกษาแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2559)

1. เขตชั้นใน ประกอบด้วย 21 เขตปกครอง คือ พระนคร ป้อมปราบศัตรูพ่าย สัมพันธวงศ์ ปทุมวัน บางรัก ยานนาวา สาทร บางคอแหลม ดุสิต บางซื่อ พญาไท ราชเทวี ห้วยขวาง คลองเตย จตุจักร ธนบุรี คลองสาน บางกอกน้อย บางกอกใหญ่ ดินแดง วัฒนา
2. เขตชั้นกลาง ประกอบด้วย 18 เขตปกครอง คือ พระโขนง ประเวศ บางเขน บางกะปิ ลาดพร้าว บึงกุ่ม บางพลัด ภาษีเจริญ จอมทอง ราษฎร์บูรณะ สวนหลวง บางนา ทุ่งครุ บางแค วังทองหลาง คันนายาว สะพานสูง สายไหม
3. เขตชั้นนอก ประกอบด้วย 11 เขตปกครอง คือ มีนบุรี ดอนเมือง หนองจอก ลาดกระบัง ดลิ่งชัน หนองแขม บางขุนเทียน หลักสี่ คลองสามวา บางบอน ทวีวัฒนา

การสุ่มตัวอย่างแบบสัดส่วน (Proportional Random Sampling) โดยใช้สูตรดังนี้

$$\text{จำนวนตัวอย่างในแต่ละกลุ่ม} = \frac{\text{จำนวนตัวอย่างทั้งหมด} \times \text{จำนวนประชากรในแต่ละกลุ่ม}}{\text{จำนวนประชากรทั้งหมด}} \quad (3)$$

ตารางที่ 1 การสุ่มตัวอย่างจากประชากรของกรุงเทพมหานคร

เขตการปกครอง	จำนวนประชากร	จำนวนตัวอย่าง
เขตชั้นใน	1,035,329	94
เขตชั้นกลาง	1,764,495	161
เขตชั้นนอก	1,593,323	145
รวม	4,393,147	400

6. ผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์เรื่อง การวิเคราะห์คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ทุเรียนพรีเมียมที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาข้อมูลสภาพทั่วไปและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เคยซื้อและบริโภคทุเรียนพรีเมียม และเพื่อวิเคราะห์คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ทุเรียนพรีเมียมที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภค

ในการศึกษานี้ ผู้ศึกษาได้จัดทำแบบสอบถามขึ้นเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน โดยทำการเก็บข้อมูลในปี 2562 และนำข้อมูลมาประมวลผลด้วยเครื่องมือหรือเทคนิคในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา ในรูปของค่าร้อยละ ค่าร้อยละ เทคนิคคานอ (Kano Model)

ผลการศึกษาข้อมูลสภาพทั่วไปของผู้บริโภคที่เลือกผลิตภัณฑ์ทุเรียนพรีเมียมและคุณลักษณะที่เหมาะสมผู้บริโภคให้ความพึงพอใจ พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21-30 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยอยู่ที่ระหว่าง 20,001 – 35,000 บาทต่อเดือน สถานภาพโสด ส่วนของพฤติกรรมผู้บริโภคทุเรียนพรีเมียม พบว่า ส่วนใหญ่เป็นผู้ซื้อทุเรียนพรีเมียมเพื่อรับประทานเอง สาเหตุหลักในการเลือกซื้อ เนื่องจากชื่นชอบทุเรียนโดยค่าใช้จ่ายในการเลือกซื้อ มากกว่า 300 บาท และส่วนมากซื้อที่ห้างสรรพสินค้า

ในส่วนของคุณลักษณะที่ผู้บริโภคพึงพอใจจากเครื่องมือเทคนิคคานอ พบว่า คุณลักษณะที่ดึงดูดผู้บริโภคสูงสุด 3 อันดับ ได้แก่ ระบุสายพันธุ์ทุเรียน, บรรจุภัณฑ์ผลิตจากวัสดุที่สามารถย่อยสลายได้, สามารถตรวจสอบถึงแหล่งที่มาของวัตถุดิบ คุณลักษณะที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจสูงสุด 4 อันดับ ได้แก่ รสชาติใกล้เคียงกับผลไม้สด, มีกลิ่นหอมของทุเรียน, มีการให้ผู้บริโภคลองชิมสินค้าและมีส่วนลด, คุณลักษณะที่ขาดไม่ได้ในผลิตภัณฑ์ ได้แก่ มีตราทางเลือกสุขภาพติดหน้าบรรจุภัณฑ์และมีการแสดงข้อมูลโภชนาการ

ตารางที่ 2 ค่าร้อยละของการวิเคราะห์ Kano's Model จากจำนวนผู้บริโภครวม 400 คน

ความต้องการที่มีต่อผลิตภัณฑ์	A	O	M	I	Q	R	รวม	จำแนก
1. รสชาติใกล้เคียงกับผลไม้สด	9.5	55.75	5.25	16	11.25	2.25	100	O
2. ระบุสายพันธุ์ทุเรียน	40.75	28	8.5	14	6	2.75	100	A
3. มีกลิ่นหอมของทุเรียน	20.75	38.5	9	26	4	1.75	100	O
4. เพิ่มวิตามินลงในผลิตภัณฑ์	49	7.75	13.25	23.5	1.5	5	100	I
5. บรรจุภัณฑ์มีชิปล็อก	25.25	10.75	5.5	51	4.5	3	100	I
6. บรรจุภัณฑ์สามารถมองเห็นสินค้าภายใน	28	10.75	9.25	43.25	3.75	5	100	I
7. บรรจุภัณฑ์ผลิตจากวัสดุที่สามารถย่อยสลายได้	54.5	14	5.5	20.75	1.5	3.75	100	A
8. สามารถตรวจสอบถึงแหล่งที่มาของวัตถุดิบ	41.75	18.75	8.5	22.75	5	3.25	100	A
9. มีตราทางเลือกสุขภาพติดหน้าบรรจุภัณฑ์	23.25	11	37	18.5	2.75	7.5	100	M
10. มีการแสดงข้อมูลโภชนาการ	9.25	6.5	41.25	30.25	8.5	4.25	100	M
11. มีราคากระปุกบรรจุภัณฑ์	19.5	29.25	10.25	36.5	1.5	3	100	I
12. สามารถหาซื้อได้ในร้านสะดวกซื้อ	6.75	21.75	11.5	46.25	8.5	5.25	100	I
13. สามารถหาซื้อได้ในห้างสรรพสินค้า	9.25	37	15.25	30	4.75	3.75	100	I
14. มีช่องทางการจำหน่ายผ่านออนไลน์	21	12	17.25	35.25	9.5	5	100	I
15. มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์	21.75	13.5	5.25	48.75	7	3.75	100	I
16. มีการประชาสัมพันธ์ผ่านพรีเซ็นเตอร์	36.25	8	4.75	44.5	4.5	2	100	I
17. มีการให้ผู้บริโภคลองชิมสินค้า	21.25	48	18	6.75	4.5	1.5	100	O
18. มีส่วนลด	24.5	50.75	13.5	4.5	4.25	2.5	100	O

หมายเหตุ :

A (Attractive) คือ คุณลักษณะเมื่อมีอยู่ในสินค้าหรือบริการจะทำให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจ คุณลักษณะนี้อยู่นอกเหนือจากสิ่ง que ผู้บริโภคคาดหวังว่าจะต้องมีในสินค้าหรือบริการ ดังนั้นเมื่อสินค้าหรือบริการขาดคุณลักษณะดังกล่าวไป จึงไม่ทำให้ผู้บริโภคเกิดความไม่พอใจแต่อย่างใด

O (One-dimensional) คือ คุณลักษณะที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจ แต่หากขาดคุณลักษณะเหล่านี้ไปจะทำให้ลูกค้าเกิดความไม่พึงพอใจขึ้นมาได้

M (Must-be) คือ คุณลักษณะที่ผู้บริโภคไม่ตระหนักถึงความสำคัญเมื่อมีคุณลักษณะนั้นๆ แต่เมื่อผลิตภัณฑ์ขาดคุณลักษณะเหล่านั้นจะทำให้ผู้บริโภคเกิดความไม่พอใจ

Q (Questionable) คือ คุณลักษณะที่จำเป็นต้องตระหนักให้มากเพราะอยู่ในส่วนที่ไม่พอใจ

R (Reverse) คือ คุณลักษณะที่มีผลทำให้ผู้บริโภคเกิดความไม่พอใจ ควรมีการปรับปรุง

I (Indifferent) คือ คุณลักษณะที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ

7. ข้อเสนอแนะ

จากการวิเคราะห์เรื่อง การศึกษาคุณลักษณะที่เหมาะสมของผลิตภัณฑ์ทุเรียนพีชตรายสำหรับผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาข้อมูลสภาพทั่วไปและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เคยซื้อและบริโภคทุเรียนพีชตราย และเพื่อวิเคราะห์คุณลักษณะที่เหมาะสมของผลิตภัณฑ์ทุเรียนพีชตรายที่ผู้บริโภคพึงพอใจ โดยผู้วิจัยได้นำผลการศึกษามาจัดทำเป็นข้อเสนอแนะ เพื่อให้ผู้ประกอบการทุเรียนพีชตรายนำไปใช้พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งจากผลคุณลักษณะที่เหมาะสมของผลิตภัณฑ์ทุเรียนพีชตรายที่ผู้บริโภคพึงพอใจ แบ่งออกเป็น 4 ด้านตามส่วนประสมทางการตลาด 4Ps ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) จากผลการศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อและคุณลักษณะความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ทุเรียนพีชตราย ผู้บริโภคให้ความสำคัญในด้านบรรจุภัณฑ์มากที่สุด เนื่องจากการที่หน้าบรรจุภัณฑ์ มีการระบุสายพันธุ์ทุเรียนที่ใช้ในการแปรรูป ทำให้ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อสายพันธุ์ทุเรียนที่ชื่นชอบได้ เพราะในแต่ละสายพันธุ์ของทุเรียนก็มีรสชาติที่แตกต่างกัน อีกทั้งปัจจุบันผู้บริโภคยังให้ความสนใจต่อบรรจุภัณฑ์มากขึ้น นอกจากจะมีความต้องการความสวยงามภายนอกของตัวบรรจุภัณฑ์แล้ว ยังต้องการบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และหากสามารถตรวจสอบถึงแหล่งที่มาของวัตถุดิบ ก็จะช่วยสร้างความมั่นใจในสินค้าหรือบริการที่ผู้บริโภคได้รับมากยิ่งขึ้น

2. ด้านราคา (Price) พบว่า ผู้บริโภคซื้อผลิตภัณฑ์ทุเรียนพีชตราย โดยราคาเฉลี่ย 236.5 บาทต่อครั้ง ดังนั้นผู้ประกอบการจึงควรกำหนดราคาสินค้าไม่เกินราคาเฉลี่ยการซื้อต่อครั้งของผู้บริโภค

3. ด้านสถานที่จัดจำหน่าย (Place) จากผลการวิเคราะห์คุณลักษณะความพึงพอใจของผู้บริโภค พบว่าสถานที่จัดจำหน่ายทั้ง ร้านสะดวกซื้อ ห้างสรรพสินค้า และ ช่องทางการจำหน่ายผ่านออนไลน์ ไม่ได้มีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภค ดังนั้นผู้ประกอบการควรมองหาช่องทางอื่นในการจัดจำหน่ายที่น่าสนใจเพิ่มเติม

4. ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion) เพื่อพัฒนาการส่งเสริมการตลาดในรูปแบบใหม่ ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคโดยตรง ดังนั้นผู้ประกอบการจึงควรมีการจัดโปรโมชั่นต่าง ๆ เช่น มีการให้ผู้บริโภคลองชิมสินค้า มีส่วนลด

7.1 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ศึกษาเชิงคุณภาพ โดยมีการสัมภาษณ์เจาะจงกลุ่มตัวอย่างที่มีการบริโภคผลิตภัณฑ์ทุเรียนพีชตราายเป็นประจำมากกว่า 1 ปี เพื่อจะได้ข้อมูลเชิงลึกในการนำไปใช้พัฒนาผลิตภัณฑ์ทุเรียนพีชตราয় ตลอดจนถึงใช้สำหรับทำแผนการตลาดที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุด

8. เอกสารอ้างอิง

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2560). **ไลฟ์สไตล์คนเมืองและกระแสสุขภาพมาแรงดันแปรรูปเกษตรโต**. ค้นเมื่อ 11 ธันวาคม 2562

จาก <http://www.kasikornbank.com>.

ธัญนันท์ ใจปิ่น. (2559). **การวิเคราะห์คุณลักษณะที่เหมาะสมของผลิตภัณฑ์น้ำมะเขือเทศสำหรับผู้บริโภคในเขต**

กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาธุรกิจการเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

อชิรญา มณฑาทิพย์. (2561). **การวิเคราะห์คุณลักษณะที่เหมาะสมของแชมพูออร์แกนิก**.

วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาธุรกิจการเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

รัตนภรณ์ นพพูน. (2562). **การวิเคราะห์คุณลักษณะผลิตภัณฑ์ไส้กรอกธัญพืชที่มีผลความพึงพอใจของผู้บริโภค**.

วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาธุรกิจการเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

เบญจาวดี กลิ่นธูป. (2558). **การวิเคราะห์คุณลักษณะทางคุณภาพตามแบบจำลองคานอของการท่องเที่ยวตลาดน้ำ**

เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาธุรกิจการเกษตร

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2541). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพมหานคร: พัฒนาศึกษา.