บทที่ 5
สรุปผลการศึกษา การอภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่มีต่อการบริโภคเนื้อกระต่าย ในบทนี้จะกล่าวถึงสรุปผลการศึกษา การอภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

5.1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 61.50 อายุระหว่าง 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 41.00 มีการศึกษาระดับปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 56.80 ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 36.80 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,000-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 43.30

5.1.2 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่มีต่อการบริโภคเนื้อกระต่าย

5.1.2.1 องค์ประกอบด้านความเข้าใจ

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ความเข้าใจต่อการบริโภคเนื้อกระต่ายโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (3.09) แยกเป็นมีความรู้ความเข้าใจอยู่ในระดับมาก ได้แก่ เนื้อกระต่ายสามารถนำมาบริโภคได้ (4.23) และมีการนำเนื้อกระต่ายมาแปรรูป เช่น เนื้อกระต่ายรมควัน และไส้กรอกเนื้อกระต่าย (3.77) มีความรู้ความเข้าใจอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ มูลนิธิโครงการหลวงส่งเสริมการเพาะเลี้ยงกระต่ายเนื้อ (2.61) และมีการเลี้ยงกระต่ายเนื้อในเชิงพาณิชย์ (2.60) และมีความรู้ความเข้าใจอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ มูลนิธิโครงการหลวงมีการนำเนื้อกระต่ายมาแปรรูปเพื่อจัดจำหน่าย (2.26)

เมื่อพิจารณาองค์ประกอบด้านความเข้าใจของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่มีต่อการบริโภคเนื้อกระต่าย จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล พบว่าเพศหญิงและเพศชายมีความรู้ความเข้าใจในการบริโภคเนื้อกระต่ายพอๆกัน แต่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูงมีแนวโน้มความรู้ความเข้าใจในการบริโภคเนื้อกระต่ายมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุน้อยและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

5.1.2.2 องค์ประกอบด้านความรู้สึก

ผลการศึกษาพบว่า องค์ประกอบด้านความรู้สึก ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับปานกลางและน้อย โดยด้านผลิตภัณฑ์และด้านราคา มีความคิดเห็นในระดับปานกลาง ส่วนด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อการบริโภคเนื้อกระต่ายโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (2.53) โดยมีความคิดเห็นว่า มีกรรมวิธีที่ง่ายในการนำเนื้อกระต่ายมาประกอบอาหาร (2.72)

ด้านราคา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อการบริโภคเนื้อกระต่ายโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (2.95) โดยมีความคิดเห็นว่า ราคาผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อกระต่าย เช่น ไส้กรอก มีราคาแพงกว่าผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสัตว์อื่นๆ (3.45)

ด้านการจัดจำหน่าย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อการบริโภคเนื้อกระต่ายโดยรวมอยู่ในระดับน้อย (1.73) โดยมีความคิดเห็นว่า ผลิตภัณฑ์เนื้อกระต่ายหาซื้อได้ง่าย (2.05)

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อการบริโภคเนื้อกระต่ายโดยรวมอยู่ในระดับน้อย (1.75) โดยมีความคิดเห็นว่า มีการนำผลิตภัณฑ์เนื้อกระต่าย ออกร้านในเทศกาลอาหารต่างๆ (2.23)

เมื่อพิจารณาองค์ประกอบด้านความรู้สึกของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่มีต่อการบริโภคเนื้อกระต่าย จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล พบว่าเพศชายและเพศหญิงมีความรู้สึกโดยรวมค่อนข้างแตกต่างกัน นอกจากนี้ปัจจัยด้านอายุและรายได้ของผู้ตอบแบบสอบถามก็ส่งผลต่อแนวโน้มความรู้สึกแตกต่างกันโดยเฉพาะกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากและมีรายได้ค่อนข้างสูง สรุปได้ดังนี้

เพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย มีความคิดเห็นในด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (2.66) โดยมีความคิดเห็นว่า เนื้อกระต่ายสามารถทดแทนเนื้อสัตว์อื่นๆ ได้ เช่น เนื้อหมู เนื้อไก่ เป็นต้น (2.80) ในด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (2.86) โดยมีความคิดเห็นว่า ราคาผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อกระต่าย เช่น ไส้กรอก มีราคาแพงกว่าผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสัตว์อื่นๆ (3.48) ส่วนด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับน้อย (1.90) โดยมีความคิดเห็นว่า ผลิตภัณฑ์เนื้อกระต่ายหาซื้อได้ง่าย (2.26) และด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับน้อย (1.84) โดยมีความคิดเห็นว่า มีการนำผลิตภัณฑ์เนื้อกระต่าย ออกร้านในเทศกาลอาหารต่างๆ (2.32)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง มีความคิดเห็นในด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับน้อย (2.46) โดยมีความคิดเห็นว่า มีกรรมวิธีที่ง่ายในการนำเนื้อกระต่ายมาประกอบอาหาร (2.70) ในด้าน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ราคาโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (2.95) โดยมีความคิดเห็นว่า ราคาผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อกระต่าย เช่น ไส้กรอก มีราคาแพงกว่าผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสัตว์อื่นๆ (3.43) ส่วนด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับน้อย (1.63) โดยมีความคิดเห็นว่า ผลิตภัณฑ์เนื้อกระต่ายหาซื้อได้ง่าย (1.93) และด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับน้อย (1.69) โดยมีความคิดเห็นว่า มีการนำผลิตภัณฑ์เนื้อกระต่าย ออกร้านในเทศกาลอาหารต่างๆ (2.16)

อายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20-30 ปี มีความคิดเห็นในด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับน้อย (2.45) โดยมีความคิดเห็นว่า มีกรรมวิธีที่ง่ายในการนำเนื้อกระต่ายมาประกอบอาหาร (2.68) ในด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (3.00) โดยมีความคิดเห็นว่า ราคาผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อกระต่าย เช่น ไส้กรอก มีราคาแพงกว่าผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสัตว์อื่นๆ (3.51) ส่วนด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับน้อย (1.62) โดยมีความคิดเห็นว่า ผลิตภัณฑ์เนื้อกระต่ายหาซื้อได้ง่าย (1.92) และด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับน้อย (1.70) โดยมีความคิดเห็นว่า มีการนำผลิตภัณฑ์เนื้อกระต่าย ออกร้านในเทศกาลอาหารต่างๆ (2.17)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี มีความคิดเห็นในด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (2.53) โดยมีความคิดเห็นว่า มีกรรมวิธีที่ง่ายในการนำเนื้อกระต่ายมาประกอบอาหาร (2.71) ในด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (2.94) โดยมีความคิดเห็นว่า ราคาผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อกระต่าย เช่น ไส้กรอก มีราคาแพงกว่าผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสัตว์อื่นๆ (3.43) ส่วนด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับน้อย (1.72) โดยมีความคิดเห็นว่า ผลิตภัณฑ์เนื้อกระต่ายหาซื้อได้ง่าย (2.10) และด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับน้อย (1.71) โดยมีความคิดเห็นว่า มีการนำผลิตภัณฑ์เนื้อกระต่าย ออกร้านในเทศกาลอาหารต่างๆ (2.18)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41-50 ปี มีความคิดเห็นในด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (2.65) โดยมีความคิดเห็นว่า เนื้อกระต่ายสามารถทดแทนเนื้อสัตว์อื่นๆ ได้ เช่น เนื้อหมู เนื้อไก่ เป็นต้น (3.03) ในด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (2.90) โดยมีความคิดเห็นว่า ราคาผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อกระต่าย เช่น ไส้กรอก มีราคาแพงกว่าผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสัตว์อื่นๆ (3.42) ส่วนด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับน้อย (1.83) โดยมีความคิดเห็นว่า มีผู้ผลิตเนื้อกระต่ายจำหน่ายหลายราย (2.12) และด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับน้อย (1.81) โดยมีความคิดเห็นว่า มีการนำผลิตภัณฑ์เนื้อกระต่าย ออกร้านในเทศกาลอาหารต่างๆ (2.25)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51-60 ปี มีความคิดเห็นในด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (2.54) โดยมีความคิดเห็นว่า มีกรรมวิธีที่ง่ายในการนำเนื้อกระต่ายมาประกอบอาหาร (2.74) ในด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (2.91) โดยมีความคิดเห็นว่า ราคาผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อกระต่าย เช่น ไส้กรอก มีราคาแพงกว่าผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสัตว์อื่นๆ (3.35) ส่วน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับน้อย (1.83) โดยมีความคิดเห็นว่า ผลิตภัณฑ์เนื้อกระต่ายหาซื้อได้ง่าย(2.18) และด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับน้อย (1.88) โดยมีความคิดเห็นว่า มีการนำผลิตภัณฑ์เนื้อกระต่าย ออกร้านในเทศกาลอาหารต่างๆ (2.41)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 61 ปีขึ้นไป มีความคิดเห็นในด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (2.74) โดยมีความคิดเห็นว่า เนื้อกระต่ายสามารถนำมาประกอบอาหารได้หลากหลาย และมีกรรมวิธีที่ง่ายในการนำเนื้อกระต่ายมาประกอบอาหาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (2.89) ในด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (2.95) โดยมีความคิดเห็นว่า ราคาผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อกระต่าย เช่น ไส้กรอก มีราคาแพงกว่าผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสัตว์อื่นๆ (3.61) ส่วนด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับน้อย (2.06) โดยมีความคิดเห็นว่า ผลิตภัณฑ์เนื้อกระต่ายหาซื้อได้ง่าย (2.44) และด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับน้อย (1.94) โดยมีความคิดเห็นว่า มีการนำผลิตภัณฑ์เนื้อกระต่าย ออกร้านในเทศกาลอาหารต่างๆ (2.50)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท มีความคิดเห็นในด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับน้อย (2.45) โดยมีความคิดเห็นว่า มีกรรมวิธีที่ง่ายในการนำเนื้อกระต่ายมาประกอบอาหาร (2.71) ในด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (3.00) โดยมีความคิดเห็นว่า ราคาผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อกระต่าย เช่น ไส้กรอก มีราคาแพงกว่าผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสัตว์อื่นๆ (3.51) ส่วนด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับน้อย (1.64) โดยมีความคิดเห็นว่า ผลิตภัณฑ์เนื้อกระต่ายหาซื้อได้ง่าย (2.02) และด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับน้อย (1.66) โดยมีความคิดเห็นว่า มีการนำผลิตภัณฑ์เนื้อกระต่าย ออกร้านในเทศกาลอาหารต่างๆ (2.10)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท มีความคิดเห็นในด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (2.52) โดยมีความคิดเห็นว่า มีกรรมวิธีที่ง่ายในการนำเนื้อกระต่ายมาประกอบอาหาร (2.69) ในด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (2.90) โดยมีความคิดเห็นว่า ราคาผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อกระต่าย เช่น ไส้กรอก มีราคาแพงกว่าผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสัตว์อื่นๆ (3.36) ส่วนด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับน้อย (1.70) โดยมีความคิดเห็นว่า ผลิตภัณฑ์เนื้อกระต่ายหาซื้อได้ง่าย (1.99) และด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับน้อย (1.73) โดยมีความคิดเห็นว่า มีการนำผลิตภัณฑ์เนื้อกระต่ายออกร้านในเทศกาลอาหารต่างๆ (2.23)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท มีความคิดเห็นในด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (2.61) โดยมีความคิดเห็นว่า เนื้อกระต่ายสามารถทดแทนเนื้อสัตว์อื่นๆ ได้ เช่น เนื้อหมู เนื้อไก่ เป็นต้น (2.85) ในด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

(2.96) โดยมีความคิดเห็นว่า ราคาผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อกระต่าย เช่น ไส้กรอก มีราคาแพงกว่าผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสัตว์อื่นๆ (3.51) ส่วนด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับน้อย (1.89) โดยมีความคิดเห็นว่า ผลิตภัณฑ์เนื้อกระต่ายหาซื้อได้ง่าย (2.20) และด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับน้อย (1.80) โดยมีความคิดเห็นว่า มีการนำผลิตภัณฑ์เนื้อกระต่าย ออกร้านในเทศกาลอาหารต่างๆ (2.25)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-40,000 บาท มีความคิดเห็นในด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (2.70) โดยมีความคิดเห็นว่า เนื้อกระต่ายสามารถทดแทนเนื้อสัตว์อื่นๆ ได้ เช่น เนื้อหมู เนื้อไก่ เป็นต้น (2.87) ในด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (2.99) โดยมีความคิดเห็นว่า ราคาผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อกระต่าย เช่น ไส้กรอก มีราคาแพงกว่าผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสัตว์อื่นๆ (3.50) ส่วนด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับน้อย (1.90) โดยมีความคิดเห็นว่า มีผู้ผลิตเนื้อกระต่ายจำหน่ายหลายราย (2.29) และด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับน้อย (2.02) โดยมีความคิดเห็นว่า มีการนำผลิตภัณฑ์เนื้อกระต่าย ออกร้านในเทศกาลอาหารต่างๆ (2.54)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001-50,000 บาท มีความคิดเห็นในด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (2.74) โดยมีความคิดเห็นว่า เนื้อกระต่ายสามารถทดแทนเนื้อสัตว์อื่นๆ ได้ เช่น เนื้อหมู เนื้อไก่ เป็นต้น (3.14) ในด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (3.09) โดยมีความคิดเห็นว่า ราคาผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อกระต่าย เช่น ไส้กรอก มีราคาแพงกว่าผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสัตว์อื่นๆ (3.71) ส่วนด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับน้อย (1.90) โดยมีความคิดเห็นว่า มีผู้ผลิตเนื้อกระต่ายจำหน่ายหลายราย (2.43) และด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับน้อย (1.96) โดยมีความคิดเห็นว่า มีการนำผลิตภัณฑ์เนื้อกระต่าย ออกร้านในเทศกาลอาหารต่างๆ (2.57)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 50,000 บาท มีความคิดเห็นในด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (3.20) โดยมีความคิดเห็นว่า เนื้อกระต่ายสามารถนำมาประกอบอาหารได้หลากหลาย และเนื้อกระต่ายสามารถทดแทนเนื้อ สัตว์อื่นๆ ได้ เช่น เนื้อหมู เนื้อไก่ เป็นต้น (3.50) ในด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (3.33) โดยมีความคิดเห็นว่า ราคาผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อกระต่าย เช่น ไส้กรอก มีราคาแพงกว่าผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสัตว์อื่นๆ (4.00) ส่วนด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับน้อย (2.17) โดยมีความคิดเห็นว่า ผลิตภัณฑ์เนื้อกระต่ายหาซื้อได้ง่าย และมีผู้ผลิตเนื้อกระต่ายจำหน่ายหลายราย มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (2.50) และด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับน้อย (2.13) โดยมีความคิดเห็นว่า มีการนำผลิตภัณฑ์เนื้อกระต่าย ออกร้านในเทศกาลอาหารต่างๆ (3.00)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

5.1.2.3 องค์ประกอบด้านพฤติกรรม

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยบริโภคเนื้อกระต่าย คิดเป็นร้อยละ 26.30 และผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยบริโภคเนื้อกระต่าย คิดเป็นร้อยละ 73.80

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยบริโภคเนื้อกระต่าย ส่วนใหญ่บริโภคจากร้านอาหาร คิดเป็นร้อยละ 69.50 โดยมีรูปแบบการบริโภคเนื้อกระต่ายปรุงสุกจากร้านอาหารมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 77.10 ส่วนความชื่นชอบของรสชาติเนื้อกระต่าย พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.70 และมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริโภคเนื้อกระต่ายว่า รสชาติไม่อร่อย มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 30.50

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยบริโภคเนื้อกระต่าย ให้เหตุผลที่ไม่เลือกบริโภคเนื้อกระต่าย เพราะไม่มั่นใจในความสะอาดและปลอดภัยจากเชื้อโรค คิดเป็นร้อยละ 47.50 มากที่สุด โดยเคยเห็นเนื้อกระต่ายหรือผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อกระต่าย คิดเป็นร้อยละ 60.30 ส่วนไม่เคยเห็นเนื้อกระต่ายหรือผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อกระต่าย คิดเป็นร้อยละ 39.70

ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งผู้ที่เคยและไม่เคยบริโภคเนื้อกระต่าย เคยเห็นรูปแบบเนื้อกระต่ายหรือผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อกระต่าย คือ เนื้อกระต่ายแปรรูป เช่น เนื้อกระต่ายรมควัน ไส้กรอก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 77.50 โดยเคยเห็นเนื้อกระต่ายหรือผลิตภัณฑ์แปรรูปเนื้อกระต่ายจากตลาดสด หรือตลาดขายของป่า มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 68.00 แนวโน้มในอนาคตของการบริโภคเนื้อกระต่าย คือ ไม่แน่ใจ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.80 ส่วนเหตุผลที่เลือกบริโภคเนื้อกระต่ายในอนาคต คือ ถ้าเนื้อกระต่ายและผลิตภัณฑ์เนื้อกระต่ายมีบรรจุภัณฑ์ที่สะอาดและมีฉลากชัดเจน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 66.40 และรูปแบบที่จะเลือกบริโภคเนื้อกระต่าย คือ เนื้อกระต่ายปรุงสุกจากร้าน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 92.90

เมื่อพิจารณา องค์ประกอบด้านพฤติกรรมของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่มีต่อการบริโภคเนื้อกระต่าย จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคลพบว่าเพศชายและเพศหญิงมีพฤติกรรมคล้ายๆกัน แต่ปัจจัยด้านอายุและรายได้ของผู้ตอบแบบถามมีแนวโน้มส่งผลต่อพฤติกรรมค่อนข้างแตกต่างกัน โดยเฉพาะกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากและมีรายได้ค่อนข้างสูงค่อนข้างมีประสบการณ์การบริโภคเนื้อกระต่ายมากกว่ากลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุและรายได้ต่ำกว่า สรุปได้ดังนี้

เพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่ไม่เคยบริโภคเนื้อกระต่าย คิดเป็นร้อยละ 60.40 และผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยบริโภคเนื้อกระต่าย คิดเป็นร้อยละ 39.60 ส่วนใหญ่เคยเห็นเนื้อกระต่ายหรือผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อกระต่ายจาก ตลาดสด หรือตลาดขายของป่า คิดเป็นร้อยละ 83.60 แนวโน้มในอนาคตของการบริโภคเนื้อกระต่าย คือ ไม่แน่ใจ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 59.10

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

โดยมีเหตุผลที่เลือกบริโภคเนื้อกระต่ายในอนาคต คือ ถ้ามีการแนะนำรายการอาหารและวิธีปรุงที่มีเนื้อกระต่ายเป็นวัตถุดิบ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 70.90 และรูปแบบที่จะเลือกบริโภคเนื้อกระต่าย คือ เนื้อกระต่ายปรุงสุกจากร้าน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 95.10

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงส่วนใหญ่ไม่เคยบริโภคเนื้อกระต่าย คิดเป็นร้อยละ 82.10 และผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยบริโภคเนื้อกระต่าย คิดเป็นร้อยละ 17.90 โดยเคยเห็นเนื้อกระต่ายหรือผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อกระต่ายจาก ตลาดสด หรือตลาดขายของป่า มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 54.00 แนวโน้มในอนาคตของการบริโภคเนื้อกระต่ายคือ ไม่แน่ใจ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56.90 โดยมีเหตุผลที่เลือกบริโภคเนื้อกระต่ายในอนาคต คือ ถ้าเนื้อกระต่ายและผลิตภัณฑ์เนื้อกระต่ายมีบรรจุภัณฑ์ที่สะอาดและมีฉลากชัดเจน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 71.30 และรูปแบบที่จะเลือกบริโภคเนื้อกระต่าย คือ เนื้อกระต่ายปรุงสุกจากร้าน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 91.30

อายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20-30 ปี ไม่เคยบริโภคเนื้อกระต่าย คิดเป็นร้อยละ 78.60 และเคยบริโภคเนื้อกระต่าย คิดเป็นร้อยละ 21.40 โดยเคยเห็นเนื้อกระต่ายหรือผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อกระต่ายจาก ตลาดสด หรือตลาดขายของป่า มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.30 แนวโน้มในอนาคตของการบริโภคเนื้อกระต่ายคือ ไม่แน่ใจ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 59.00 โดยมีเหตุผลที่เลือกบริโภคเนื้อกระต่ายในอนาคต คือ ถ้าเนื้อกระต่ายและผลิตภัณฑ์เนื้อกระต่ายมีบรรจุภัณฑ์ที่สะอาดและมีฉลากชัดเจน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 68.80 และรูปแบบที่จะเลือกบริโภคเนื้อกระต่าย คือ เนื้อกระต่ายปรุงสุกจากร้าน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 93.50

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี ไม่เคยบริโภคเนื้อกระต่าย คิดเป็นร้อยละ 76.80 และเคยบริโภคเนื้อกระต่าย คิดเป็นร้อยละ 23.20 โดยเคยเห็นเนื้อกระต่ายหรือผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อกระต่ายจาก ตลาดสด หรือตลาดขายของป่า คิดเป็นร้อยละ 70.60 แนวโน้มในอนาคตของการบริโภคเนื้อกระต่าย คือ ไม่แน่ใจ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 65.90 โดยมีเหตุผลที่เลือกบริโภคเนื้อกระต่ายในอนาคต คือ ถ้าเนื้อกระต่ายและผลิตภัณฑ์เนื้อกระต่ายมีบรรจุภัณฑ์ที่สะอาดและมีฉลากชัดเจน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 67.90 และรูปแบบที่จะเลือกบริโภคเนื้อกระต่าย คือ เนื้อกระต่ายปรุงสุกจากร้าน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 95.50

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41-50 ปี ไม่เคยบริโภคเนื้อกระต่าย คิดเป็นร้อยละ 61.20 และเคยบริโภคเนื้อกระต่าย คิดเป็นร้อยละ 38.80 โดยเคยเห็นเนื้อกระต่ายหรือผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อกระต่ายจาก ตลาดสด หรือตลาดขายของป่า มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 65.40 แนวโน้มในอนาคตของการบริโภคเนื้อกระต่าย คือ ไม่แน่ใจ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.80 โดยมีเหตุผลที่เลือกบริโภคเนื้อกระต่ายในอนาคต คือ ถ้ามีการแนะนำรายการอาหารและวิธีปรุงที่มีเนื้อกระต่ายเป็นวัตถุดิบ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 65.00 และรูปแบบที่จะเลือกบริโภคเนื้อกระต่าย คือ เนื้อกระต่ายปรุงสุกจากร้าน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 82.50

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51-60 ปี ไม่เคยบริโภคเนื้อกระต่าย คิดเป็นร้อยละ 70.60 และเคยบริโภคเนื้อกระต่าย คิดเป็นร้อยละ 29.40 โดยเคยเห็นเนื้อกระต่ายหรือผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อกระต่ายจาก ตลาดสด หรือตลาดขายของป่า มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 83.30 แนวโน้มในอนาคตของการบริโภคเนื้อกระต่าย คือ ไม่รับประทาน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.00 โดยมีเหตุผลที่เลือกบริโภคเนื้อกระต่ายในอนาคต คือ ถ้าเนื้อกระต่ายและผลิตภัณฑ์เนื้อกระต่ายมีบรรจุภัณฑ์ที่สะอาดและมีฉลากชัดเจน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 70.60 และรูปแบบที่จะเลือกบริโภคเนื้อกระต่าย คือ เนื้อกระต่ายปรุงสุกจากร้าน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 94.10

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป ไม่เคยบริโภคเนื้อกระต่าย คิดเป็นร้อยละ 66.70 และเคยบริโภคเนื้อกระต่าย คิดเป็นร้อยละ 33.30 โดยเคยเห็นเนื้อกระต่ายหรือผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อกระต่ายจาก ตลาดสด หรือตลาดขายของป่า มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 88.20 แนวโน้มในอนาคตของการบริโภคเนื้อกระต่าย คือ ไม่รับประทาน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 66.70 โดยมีเหตุผลที่เลือกบริโภคเนื้อกระต่ายในอนาคต คือ ถ้ามีการแนะนำรายการอาหารและวิธีปรุงที่มีเนื้อกระต่ายเป็นวัตถุดิบ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.10 และรูปแบบที่จะเลือกบริโภคเนื้อกระต่าย คือ เนื้อกระต่ายปรุงสุกจากร้าน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 100.00

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า 10,000 บาท ไม่เคยบริโภคเนื้อกระต่าย คิดเป็นร้อยละ 72.30 และเคยบริโภคเนื้อกระต่าย คิดเป็นร้อยละ 27.70 ส่วนใหญ่เคยเห็นเนื้อกระต่ายหรือผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อกระต่ายจาก ตลาดสด หรือตลาดขายของป่า มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 61.30 แนวโน้มในอนาคตของการบริโภคเนื้อกระต่าย คือ ไม่แน่ใจ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 60.50 เหตุผลที่เลือกบริโภคเนื้อกระต่ายในอนาคต คือ ถ้าเนื้อกระต่ายและผลิตภัณฑ์เนื้อกระต่ายมีบรรจุภัณฑ์ที่สะอาดและมีฉลากชัดเจน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 66.30 และรูปแบบที่จะเลือกบริโภคเนื้อกระต่าย คือ เนื้อกระต่ายปรุงสุกจากร้าน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 93.80

ผู้ตอบแบบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ไม่เคยบริโภคเนื้อกระต่าย คิดเป็นร้อยละ 78.00 และเคยบริโภคเนื้อกระต่าย คิดเป็นร้อยละ 22.00 โดยเคยเห็นเนื้อกระต่ายหรือผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อกระต่ายจาก ตลาดสด หรือตลาดขายของป่า มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 69.20 แนวโน้มในอนาคตของการบริโภคเนื้อกระต่าย คือ ไม่แน่ใจ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 58.40 เหตุผลที่เลือกบริโภคเนื้อกระต่ายในอนาคต คือ ถ้าเนื้อกระต่ายและผลิตภัณฑ์เนื้อกระต่ายมีบรรจุ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ภัณฑ์ที่สะอาดและมีฉลากชัดเจน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 61.70 และรูปแบบที่จะเลือกบริโภคเนื้อกระต่าย คือ เนื้อกระต่ายปรุงสุกจากร้าน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 92.50

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ไม่เคยบริโภคเนื้อกระต่าย คิดเป็นร้อยละ 69.30 และเคยบริโภคเนื้อกระต่าย คิดเป็นร้อยละ 30.70 โดยเคยเห็นเนื้อกระต่ายหรือผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อกระต่ายจาก ตลาดสด หรือตลาดขายของป่า มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 67.20 แนวโน้มในอนาคตของการบริโภคเนื้อกระต่าย คือ ไม่แน่ใจ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 54.70 เหตุผลที่เลือกบริโภคเนื้อกระต่ายในอนาคต คือ ถ้าเนื้อกระต่ายและผลิตภัณฑ์เนื้อกระต่ายมีบรรจุภัณฑ์ที่สะอาดและมีฉลากชัดเจน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 78.30 และรูปแบบที่จะเลือกบริโภคเนื้อกระต่าย คือ เนื้อกระต่ายปรุงสุกจากร้าน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 91.30

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-40,000 บาท ไม่เคยบริโภคเนื้อกระต่าย คิดเป็นร้อยละ 66.70 และเคยบริโภคเนื้อกระต่าย คิดเป็นร้อยละ 33.30 โดยเคยเห็นเนื้อกระต่ายหรือผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อกระต่ายจาก ตลาดสด หรือตลาดขายของป่า มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 77.30 แนวโน้มในอนาคตของการบริโภคเนื้อกระต่าย คือ ไม่แน่ใจ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 62.50 เหตุผลที่เลือกบริโภคเนื้อกระต่ายในอนาคต คือ ถ้าเนื้อกระต่ายและผลิตภัณฑ์เนื้อกระต่ายมีบรรจุภัณฑ์ที่สะอาดและมีฉลากชัดเจน และถ้าหาซื้อได้ง่ายและสะดวก มากที่สุด มีค่าร้อยละเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 62.50 และรูปแบบที่จะเลือกบริโภคเนื้อกระต่าย คือ เนื้อกระต่ายปรุงสุกจากร้าน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 93.80

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001-50,000 บาท ไม่เคยบริโภคเนื้อกระต่าย คิดเป็นร้อยละ 71.40 และเคยบริโภคเนื้อกระต่าย คิดเป็นร้อยละ 28.60 โดยเคยเห็นเนื้อกระต่ายหรือผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อกระต่ายจาก ตลาดสด หรือตลาดขายของป่า มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 85.70 แนวโน้มในอนาคตของการบริโภคเนื้อกระต่าย คือ ไม่รับประทาน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 51.70 เหตุผลที่เลือกบริโภคเนื้อกระต่ายในอนาคต คือ ถ้าเนื้อกระต่ายและผลิตภัณฑ์เนื้อกระต่ายมีบรรจุภัณฑ์ที่สะอาดและมีฉลากชัดเจน และถ้ามีการแนะนำประโยชน์ของเนื้อกระต่าย มากที่สุด มีค่าร้อยละเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 66.70 และรูปแบบที่จะเลือกบริโภคเนื้อกระต่าย คือ เนื้อกระต่ายปรุงสุกจากร้าน คิดเป็นร้อยละ 100.00

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 50,000 บาท ไม่เคยบริโภคเนื้อกระต่าย และเคยบริโภคเนื้อกระต่าย มีค่าร้อยละเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 33.30 โดยเคยเห็นเนื้อกระต่ายหรือผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อกระต่ายจาก ตลาดสด หรือตลาดขายของป่า มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 100.00 แนวโน้มในอนาคตของการบริโภคเนื้อกระต่าย คือ ไม่รับประทาน และรับประทาน มีค่าร้อยละเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 50.00 เหตุผลที่เลือกบริโภคเนื้อกระต่ายในอนาคต

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

คือ ถ้าเนื้อกระต่ายและผลิตภัณฑ์เนื้อกระต่ายมีบรรจุภัณฑ์ที่สะอาดและมีฉลากชัดเจน และถ้ามีการแนะนำประโยชน์ของเนื้อกระต่าย มากที่สุด มีค่าร้อยละเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 66.70 และรูปแบบที่จะเลือกบริโภคเนื้อกระต่าย คือ เนื้อกระต่ายปรุงสุกจากร้าน และเนื้อกระต่ายแปรรูป เช่น เนื้อกระต่ายรมควัน ไส้กรอกเนื้อกระต่าย มีค่าร้อยละเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 100.00

5.1.3 ปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการบริโภคเนื้อกระต่าย

จากผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาต่อการบริโภคเนื้อกระต่าย ห้าอันดับแรก ได้แก่ กระต่ายเป็นสัตว์น่ารักไม่เหมาะต่อการนำมาบริโภค มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 83.30 รองลงมาคือ ไม่ทราบวิธีนำเนื้อกระต่ายมาปรุงอาหาร คิดเป็นร้อยละ 60.00 ไม่กล้าทดลองบริโภคเนื้อกระต่าย คิดเป็นร้อยละ 55.80 หาซื้อเนื้อกระต่ายและผลิตภัณฑ์แปรรูปได้ยาก คิดเป็นร้อยละ 54.80 ไม่แน่ใจเรื่องความปลอดภัยจากสารตกค้างและโรคระบาด คิดเป็นร้อยละ 50.30

5.2 อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่มีต่อการบริโภคเนื้อกระต่าย ได้ใช้แนวคิดทางทัศนคติ ประกอบด้วย 3 ประการ คือ องค์ประกอบด้านความเข้าใจ องค์ประกอบด้านความรู้สึก และองค์ประกอบด้านพฤติกรรม ซึ่งสามารถอภิปรายผลตามแนวคิด และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องได้ดังนี้

5.2.1 องค์ประกอบด้านความเข้าใจ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ความเข้าใจต่อการบริโภคเนื้อกระต่ายโดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาความรู้ความเข้าใจต่อการบริโภคเนื้อกระต่ายในด้านต่างๆ ได้แก่ เนื้อกระต่ายสามารถนำมาบริโภคได้ และมีการนำเนื้อกระต่ายมาแปรรูป เช่น เนื้อกระต่ายรมควัน และไส้กรอกเนื้อกระต่าย มีความรู้ความเข้าใจอยู่ในระดับมาก มูลนิธิโครงการหลวงส่งเสริมการเพาะเลี้ยงกระต่ายเนื้อ และมีการเลี้ยงกระต่ายเนื้อในเชิงพาณิชย์ มีความรู้ความเข้าใจอยู่ในระดับปานกลาง และมูลนิธิโครงการหลวงมีการนำเนื้อกระต่ายมาแปรรูปเพื่อจัดจำหน่าย มีความรู้ความเข้าใจอยู่ในระดับน้อย ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของกชกร ธรรมมิโกมินทร์ (2548) ได้ศึกษาทัศนคติต่อการบริโภคเนื้อจระเข้ของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความรู้ ความเข้าใจว่าผลิตจากจระเข้ที่ถูกเพาะเลี้ยงในฟาร์ม แต่ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของประยูร บุญประเสริฐ และคณะ (2523) ได้ศึกษาถึงทัศนคติที่มีต่อการบริโภคเนื้อกระต่ายของประชากรในกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่รู้จักกระต่ายว่าเป็นสัตว์เลี้ยงเพื่อความ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สวยงาม มีเพียงส่วนน้อยที่ทราบว่าเนื้อกระต่ายสามารถบริโภคได้เหมือนเนื้อสัตว์ทั่วไป และเคยบริโภคเนื้อกระต่าย

5.2.2 องค์ประกอบด้านความรู้สึก

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจบริโภคเนื้อกระต่ายของผู้บริโภค โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านผลิตภัณฑ์

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อการบริโภคเนื้อกระต่าย ในด้านผลิตภัณฑ์ อันดับหนึ่งคือ มีกรรมวิธีที่ง่ายในการนำเนื้อกระต่ายมาประกอบอาหาร อันดับสองคือ เนื้อกระต่ายสามารถทดแทนเนื้อสัตว์อื่นๆ ได้ เช่น เนื้อหมู เนื้อไก่ เป็นต้น อันดับสามคือ เนื้อกระต่ายสามารถนำมาประกอบอาหารได้หลากหลาย อันดับสี่คือ เนื้อกระต่ายมีคุณค่าทางโภชนาการ เช่นโปรตีนสูง ไขมันต่ำ เป็นต้น และอันดับสุดท้ายคือ กระต่าย มีเนื้อนุ่มละเอียด ไม่มีกลิ่นคาว ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของทั้งกิตติศักดิ์ มะรินทร์ (2551) ได้ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เนื้อสุกรของผู้บริโภคในเขตเทศบาลตำบลเวียง อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีปัจจัยย่อยคือ ความสดและสะอาด มีคุณค่าทางอาหาร และการศึกษาของกชกร ธรรมมิโกมินทร์ (2548) ได้ศึกษาทัศนคติต่อการบริโภคเนื้อจระเข้ของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ คือ เนื้อจระเข้มีเนื้อนุ่มอร่อย คุณภาพเนื้อจระเข้ และเนื้อจระเข้มีความปลอดภัยจากสารพิษ

ด้านราคา

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อการบริโภคเนื้อกระต่าย ในด้านราคา อันดับหนึ่งคือ ราคาผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อกระต่าย เช่น ไส้กรอก มีราคาแพงกว่าผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสัตว์อื่นๆ อันดับสองคือ ราคาเนื้อกระต่ายสดแพงกว่าเนื้อสัตว์โดยทั่วไปในท้องตลาด และอันดับสุดท้ายคือ ควรมีการกำหนดราคาของเนื้อกระต่ายเหมือนเนื้อสัตว์อื่นๆ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของกชกร ธรรมมิโกมินทร์ (2548) ได้ศึกษาทัศนคติต่อการบริโภคเนื้อจระเข้ของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ด้านราคา คือ เนื้อจระเข้มีราคาแพง

ด้านการจัดจำหน่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อการบริโภคเนื้อกระต่าย ในด้านการจัดจำหน่าย อันดับหนึ่งคือ ผลิตภัณฑ์เนื้อกระต่ายหาซื้อได้ง่าย อันดับสองคือ มีผู้ผลิตเนื้อกระต่ายจำหน่ายหลายราย และอันดับสุดท้ายคือ สถานที่ที่จำหน่ายเนื้อกระต่ายมีอยู่ทั่วไป ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของกิตติศักดิ์ มะรินทร์ (2551) ได้ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เนื้อสุกรของผู้บริโภคในเขต

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

เทศบาลตำบลเวียง อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ด้านการจัดจำหน่าย มีปัจจัยย่อยคือ สามารถเลือกสินค้าได้ด้วยตนเอง สะดวกในการหาซื้อสินค้า

ด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อการบริโภคเนื้อกระต่าย ในด้านการส่งเสริมการตลาด อันดับหนึ่งคือ มีการนำผลิตภัณฑ์เนื้อกระต่าย ออกร้านในเทศกาลอาหารต่างๆ อันดับสองคือ ได้รับข้อมูลประชาสัมพันธ์จากหน่วยงานภาครัฐฯ ที่เกี่ยวข้อง อันดับสามคือ มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ จากร้านที่จำหน่าย และอันดับสุดท้ายคือ มีพนักงานให้คำแนะนำเกี่ยวกับเนื้อกระต่าย ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของกิตติศักดิ์ มะรินทร์ (2551) ได้ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เนื้อสุกรของผู้บริโภคในเขตเทศบาลตำบลเวียง อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ด้านการส่งเสริมการตลาด มีปัจจัยย่อยคือ การแสดงสินค้า ณ จุดขายมีความน่าสนใจ และไม่สอดคล้องกับการศึกษาของกชกร ธรรมมิโกมินทร์ (2548) ได้ศึกษาทัศนคติต่อการบริโภคเนื้อจระเข้ของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ด้านการส่งเสริมการตลาด คือ การโฆษณาของเนื้อจระเข้และร้านค้าที่จำหน่าย พนักงานขายหรือพนักงานบริการสามารถให้คำแนะนำรายการอาหารเกี่ยวกับเนื้อจระเข้ได้ และออกร้านจัดเทศกาลอาหาร ตามลำดับ ซึ่งให้ความสำคัญเป็นอันดับสุดท้าย

5.2.3 องค์ประกอบด้านพฤติกรรม

จากผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยบริโภคเนื้อกระต่าย ส่วนใหญ่บริโภคจากร้านอาหาร รองลงมาคือ บริโภคจากการออกร้าน เทศกาลอาหาร โดยมีรูปแบบการบริโภคเนื้อกระต่ายปรุงสุกจากร้านอาหารมากที่สุด รองลงมาคือ รูปแบบการบริโภคเนื้อกระต่ายแปรรูป เช่น เนื้อกระต่ายรมควัน ไส้กรอก ส่วนความชื่นชอบของรสชาติเนื้อกระต่าย พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง มากที่สุด รองลงมาคือ อยู่ในระดับ ไม่ชอบ และมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริโภคเนื้อกระต่ายว่า รสชาติไม่อร่อย มากที่สุด รองลงมาคือ ไม่มีกลิ่นคาว

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยบริโภคเนื้อกระต่าย ให้เหตุผลที่ไม่เลือกบริโภคเนื้อกระต่ายว่า ไม่มั่นใจในความสะอาด ปลอดภัยจากเชื้อโรค มากที่สุด รองลงมาคือ ไม่ทราบวิธีการนำเนื้อกระต่ายมาปรุงอาหาร โดยผู้ที่เคยเห็นเนื้อกระต่ายหรือผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อกระต่ายมีมากกว่าผู้ที่ไม่เคยเห็นเนื้อกระต่ายหรือผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อกระต่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งผู้ที่เคยและไม่เคยบริโภคเนื้อกระต่าย เคยเห็นรูปแบบเนื้อกระต่ายหรือผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อกระต่าย คือ เนื้อกระต่ายแปรรูป เช่น เนื้อกระต่ายรมควัน ไส้กรอก มากที่สุด รองลงมาคือ เนื้อกระต่ายสด โดยเคยเห็นเนื้อกระต่ายหรือผลิตภัณฑ์แปรรูปเนื้อกระต่ายจาก ตลาดสด หรือตลาดขายของป่า มากที่สุด รองลงมาคือ ห้างค้าปลีกขนาดใหญ่ แนวโน้มใน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

อนาคตของการบริโภคเนื้อกระต่าย คือ ไม่แน่ใจ รองลงมาคือ ไม่รับประทาน ส่วนเหตุผลที่เลือกบริโภคเนื้อกระต่ายในอนาคต คือ ถ้าเนื้อกระต่ายและผลิตภัณฑ์เนื้อกระต่ายมีบรรจุภัณฑ์ที่สะอาดและมีฉลากชัดเจน รองลงมาคือ ถ้ามีการแนะนำรายการอาหารและวิธีปรุงที่มีเนื้อกระต่ายเป็นวัตถุดิบ และรูปแบบที่จะเลือกบริโภคเนื้อกระต่าย คือ เนื้อกระต่ายปรุงสุกจากร้าน รองลงมาคือ เนื้อกระต่ายแปรรูป เช่น เนื้อกระต่ายรมควัน ไส้กรอกเนื้อกระต่าย ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ กิตติศักดิ์ มะรินทร์ (2551) ได้ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เนื้อสุกรของผู้บริโภคในเขตเทศบาลตำบลเวียง อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า พฤติกรรมการบริโภค ด้านสถานที่ซื้อของผู้บริโภคคือ ตลาดสด

5.3 ข้อค้นพบ

จากการศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่มีต่อการบริโภคเนื้อกระต่าย สามารถสรุปข้อค้นพบที่สำคัญได้ว่า ผู้บริโภคที่มีอายุค่อนข้างมากและมีระดับรายได้สูงมีแนวโน้มเชิงบวกต่อการการบริโภคเนื้อกระต่ายมากกว่าผู้บริโภคกลุ่มอื่นๆ แยกออกเป็นดังนี้

ด้านความเข้าใจ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่ว่าจะจำแนกตามเพศ อายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความรู้ความเข้าใจต่อการบริโภคเนื้อกระต่ายเป็นอันดับแรกคือ เนื้อกระต่ายสามารถนำมาบริโภคได้ รองลงมาคือ มีการนำเนื้อกระต่ายมาแปรรูป เช่น เนื้อกระต่ายรมควัน และไส้กรอกเนื้อกระต่าย กาลเวลาที่เปลี่ยนแปลงไปส่งผลให้การรับรู้ของผู้บริโภคที่มีต่อเนื้อกระต่ายมีมากขึ้น นอกจากนี้พบว่าผู้ที่มีอายุมากกว่ามีระดับความรู้ความเข้าใจในการบริโภคเนื้อกระต่ายมากกว่าผู้ที่มีอายุน้อยกว่า ส่วนด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถามก็เช่นเดียวกัน คือ ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่ามีระดับความรู้ความเข้าใจมากกว่าผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า

ด้านความรู้สึก พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นต่อการบริโภคเนื้อกระต่ายในด้านผลิตภัณฑ์ และด้านราคา อยู่ในระดับปานกลาง คือ มีกรรมวิธีที่ง่ายในการนำเนื้อกระต่ายมาประกอบอาหาร และราคาผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อกระต่าย เช่น ไส้กรอก มีราคาแพงกว่าผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสัตว์อื่นๆ ส่วนด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับน้อย คือ ผลิตภัณฑ์เนื้อกระต่ายหาซื้อได้ง่าย และมีการนำผลิตภัณฑ์เนื้อกระต่าย ออกร้านในเทศกาลอาหารต่างๆ นอกจากนี้เมื่อเปรียบเทียบด้านความรู้สึกจำแนกตามอายุของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ผู้ที่มีอายุมากกว่ามีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมมากกว่าผู้ที่มีอายุน้อยกว่า ส่วนด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

เช่นเดียวกัน คือ ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่ามีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมมากกว่าผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า

ด้านพฤติกรรม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยบริโภคเนื้อกระต่ายมีน้อยกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยบริโภคเนื้อกระต่าย โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยบริโภคเนื้อกระต่าย ส่วนใหญ่บริโภคจากร้านอาหาร หรือบริโภคจากการออกร้าน เทศกาลอาหาร โดยบริโภคเนื้อกระต่ายแบบปรุงสุกจากร้านอาหาร หรือบริโภคเนื้อกระต่ายแบบแปรรูป เช่น เนื้อกระต่ายรมควัน ไส้กรอก และผู้บริโภคกลุ่มนี้ก็เป็นผู้ที่มีอายุและราได้เฉลี่ยต่อเดือนค่อนข้างสูง

นอกจากนี้ด้านปัญหา พบว่าปัญหาหลักของการบริโภคเนื้อกระต่าย คือ ภาพลักษณ์ของกระต่ายซึ่งเป็นสัตว์น่ารักไม่เหมาะต่อการนำมาบริโภค ส่วนปัญหารองลงมาคือ ไม่ทราบวิธีนำเนื้อกระต่ายมาปรุงอาหาร อันดับสามคือ ไม่กล้าทดลองบริโภคเนื้อกระต่าย อันดับสี่คือ หาซื้อเนื้อกระต่ายและผลิตภัณฑ์แปรรูปได้ยาก และอันดับห้าคือ ไม่แน่ใจเรื่องความปลอดภัยจากสารตกค้างและโรคระบาด

5.4 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่มีต่อการบริโภคเนื้อกระต่าย มีข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนและพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับมูลนิธิโครงการหลวง ผู้ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับเนื้อกระต่าย รวมถึงผู้ที่สนใจการเลี้ยงกระต่ายเพื่อจำหน่ายเนื้อกระต่าย ให้มุ่งเน้นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่มีกำลังซื้อสูงเป็นอันดับแรก โดยมุ่งเน้นสินค้าหรือผลิตภัณฑ์เนื้อกระต่าย เช่น เนื้อกระต่ายที่เป็นวัตถุดิบในการปรุงอาหาร สำหรับเมนูอาหารต่างประเทศ ที่มีขายในโรงแรม หรือภัตตาคารร้านอาหาร และผลิตภัณฑ์เนื้อกระต่ายแปรรูป เช่น เนื้อกระต่ายรมควัน ไส้กรอกเนื้อกระต่ายที่มีขายในห้างค้าปลีกขนาดใหญ่และร้านค้าของโครงการหลวง โดยมีกลยุทธ์ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ดังนี้

สำหรับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่เป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูง (Premium)

ด้านผลิตภัณฑ์

1. ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นต่อการบริโภคเนื้อกระต่าย เรื่อง มีกรรมวิธีที่ง่ายในการนำเนื้อกระต่ายมาประกอบอาหาร มากที่สุด รองลงมาคือ เนื้อกระต่ายสามารถทดแทนเนื้อสัตว์อื่นๆ ได้ เช่น เนื้อหมู เนื้อไก่ เป็นต้น ดังนั้นผู้ที่จำหน่ายเนื้อกระต่ายในรูปแบบเนื้อกระต่ายสดหรือรูปแบบเนื้อกระต่ายแปรรูป ควรมีการให้ข้อมูลแนะนำเมนูการประกอบอาหารเนื้อกระต่ายที่หลากหลายและสะดวกให้กับร้านอาหารที่มีจำหน่ายอาหารที่มีเนื้อกระต่ายเป็นวัตถุดิบหรือผู้บริโภคโดยตรงได้รับทราบ โดยทำเป็นแผ่นพับแนะนำผลิตภัณฑ์ หรือทำฉลากสินค้าแนะนำเมนูอาหาร หรือประกอบกับวิธีการทำ อีกทั้งข้อแนะนำในการเก็บรักษาเนื้อกระต่ายให้มีคุณภาพ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

เพื่อให้ร้านอาหารและผู้บริโภคสามารถนำไปประกอบอาหารได้เอง และควรแนะนำถึงคุณค่าทางโภชนาการ เช่น โปรตีนสูง ไขมันต่ำ เป็นต้น ของเนื้อกระต่าย

2. ส่วนผู้บริโภคสมัยใหม่ที่คำนึงความสะดวกสบายเป็นหลัก ควรมีการออกแบบผลิตภัณฑ์ในรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่พร้อมรับประทาน เช่น จากเนื้อไก่ เทอริยากิ เป็นเนื้อกระต่ายเทอริยากิ และควรออกแบบบรรจุภัณฑ์ถึงความสวยงาม ความสะดวกสบาย มีรูปภาพอาหารประกอบที่น่ารับประทาน เป็นต้น หรืออีกรูปแบบหนึ่งจากเนื้อกระต่าย ซึ่งเป็นประเภทอาหารคาวเปลี่ยนเป็นขนม เช่น ในประเทศญี่ปุ่นมีการนำมาปลาไหลมาทำเป็นพายกรอบ เป็นต้น

3. ส่วนผู้ผลิตเนื้อกระต่าย ควรรักษาคุณภาพมาตรฐานการผลิตให้สม่ำเสมอทั้งคุณภาพของเนื้อกระต่าย ความสะอาด ความปลอดภัยจากสารพิษตกค้าง จากเชื้อโรคหรือโรคระบาด และควรมีการกำหนดตราสินค้าให้ชัดเจน เช่นเป็นสินค้าและผลิตภัณฑ์ของมูลนิธิโครงการหลวงเพื่อผู้บริโภคทราบถึงแหล่งผลิต เป็นการรักษาความเชื่อมั่นของผู้บริโภค

ด้านราคา

ปัญหาราคาของเนื้อกระต่าย และผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อกระต่าย ที่มีราคาแพงกว่าเนื้อสัตว์โดยทั่วไปในท้องตลาด และแพงกว่าผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสัตว์อื่นๆ

1. ผู้ผลิตควรใช้วิธีการตั้งราคาขายโดยมุ่ง ที่สามารถควบคุมการผลิตของทั้งเนื้อกระต่ายสด และผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อกระต่าย ให้มีคุณภาพคงที่ดี สะอาดปลอดภัย อีกทั้งยังส่งผลให้สามารถเพิ่มราคาได้ตามคุณภาพของเนื้อกระต่ายได้อีกด้วย

2. ส่วนผู้จำหน่ายควรตั้งราคาโดยมุ่งที่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ซึ่งสามารถกำหนดราคาอยู่ในระดับที่ผู้บริโภคยอมรับได้ ตามคุณภาพของสินค้า

ด้านการจัดจำหน่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นต่อการบริโภคเนื้อกระต่าย เรื่อง ผลิตภัณฑ์เนื้อกระต่ายหาซื้อได้ง่าย มากที่สุด รองลงมาคือ มีผู้ผลิตเนื้อกระต่ายจำหน่ายหลายราย อีกทั้งผู้ที่เคยบริโภคเนื้อกระต่ายจากร้านอาหาร รองลงมาคือ บริโภคจากการออกร้าน เทศกาลอาหาร ส่วนการเคยเห็นเนื้อกระต่ายหรือผลิตภัณฑ์แปรรูปเนื้อกระต่ายจาก ตลาดสด หรือตลาดขายของป่า มากที่สุด รองลงมาคือ ห้างค้าปลีกขนาดใหญ่ ดังนั้น

1. ผู้จำหน่าย ในกรณีจำหน่ายผ่านร้านอาหารควรเลือกร้านอาหารที่สะอาด ที่จอดรถสะดวก และการเดินทางไปมาที่สะดวก หรือร้านอาหารที่จำหน่ายอาหารต่างชาติ ภัตตาคาร และโรงแรม เพื่อเพิ่มช่องทางให้กับกลุ่มลูกค้าที่มีกำลังการซื้อสูง ส่วนกรณีจำหน่ายผ่านห้างค้าปลีกขนาดใหญ่ โดยเพิ่มการส่งเสริมการขายโดยให้มีพนักงานขายจัดกิจกรรมและแนะนำสินค้า และวางจำหน่ายร้านค้าของโครงการหลวงทุกแห่ง เพื่อให้ลูกค้าได้เข้าถึงสินค้าได้ง่ายขึ้น

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

2. ส่วนผู้ผลิต อาจมีการจัดการสถานีวิจัย ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงที่มีการเลี้ยงกระต่ายเนื้อเพื่อจำหน่ายและฟาร์มเลี้ยงกระต่าย โดยการเปิดเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตร และมีการนำผลิตภัณฑ์มาจำหน่าย ณ ฟาร์มเลี้ยง ในกรณีฟาร์มมีขนาดเล็ก อาจมีการร่วมกลุ่มหมู่บ้าน หรือรูปแบบสหกรณ์ขึ้น เป็นการเพิ่มรายได้ในกับชุมชน โดยมีการนำสินค้าให้ผู้บริโภคได้ทดลองชิมและมีการจำหน่ายเนื้อกระต่ายและผลิตภัณฑ์เนื้อกระต่ายแปรรูป เพื่อดึงดูดความสนใจให้กับบริโภค

ด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านของการส่งเสริมการตลาดจะขอกล่าวโดยรวม ดังนี้ โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อการบริโภคเนื้อกระต่าย เรื่อง มีการนำผลิตภัณฑ์เนื้อกระต่าย ออกร้านในเทศกาลอาหารต่างๆ มากที่สุด รองลงมาคือ ได้รับข้อมูลประชาสัมพันธ์จากหน่วยงานภาครัฐฯ ที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ควรมีการส่งเสริมการตลาดเพิ่มเติม

1. ควรการโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ วิทยุ อินเตอร์เน็ต ได้แก่ การนำเนื้อกระต่ายมาเป็นวัตถุดิบประกอบอาหารในรายการโทรทัศน์ เช่น รายการหมึกแดง เป็นต้น การผ่านสื่ออินเตอร์เน็ตหรือนิตยสารเกี่ยวกับอาหารและสุขภาพ ให้ผู้บริโภคทราบถึงประโยชน์คุณค่าของการบริโภคเนื้อกระต่ายที่มีไขมันต่ำ โปรตีนสูง เหมาะสมสำหรับผู้ต้องการลดความอ้วน หรือเหมาะกับผู้สูงอายุ เป็นต้น

2. มีประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโทรทัศน์ วิทยุ อินเตอร์เน็ต และโดยการแจกแผ่นพับอธิบายถึงคุณค่าทางอาหารของเนื้อกระต่ายโดยเทียบกับเนื้อสัตว์อื่นๆ แนะนำเมนูอาหารที่หลากหลายและมีภาพประกอบ เพื่อผู้บริโภคได้รับรู้เกี่ยวกับเนื้อกระต่าย และอาจส่งผลการเปลี่ยนทัศนคติที่มีต่อเนื้อกระต่ายในด้านบวกเพิ่มมากขึ้น

3. ผู้ผลิตและผู้จำหน่ายควรต้องให้ความรู้กับผู้บริโภคได้เข้าใจถึงประเภทของพันธุ์กระต่าย ว่ากระต่ายสามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเภทใหญ่ ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการเลี้ยง ได้แก่ กระต่ายพันธุ์ขน กระต่ายพันธุ์สวยงาม และกระต่ายที่นำมาบริโภคเป็นกระต่ายพันธุ์เนื้อ ซึ่งเป็นกระต่ายคนละประเภทกับกระต่ายเลี้ยงเพื่อสวยงามหรือเป็นสัตว์เลี้ยงเนื่องจากปัญหาที่สำคัญของการบริโภคเนื้อกระต่าย คือ ภาพลักษณ์ของกระต่ายซึ่งเป็นสัตว์น่ารักไม่เหมาะต่อการนำมาบริโภค

4. ควรมีการอบรมให้ความรู้กับพนักงานขายอย่างสม่ำเสมอเกี่ยวกับเนื้อกระต่ายและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อกระต่าย โดยให้พนักงานขายเป็นผู้แนะนำสินค้าให้กับผู้บริโภค

5. มีการส่งเสริมการขายโดยการจัดกิจกรรมสาธิตการประกอบอาหารเนื้อกระต่ายให้ชมวิธีการทำ พร้อมทั้งได้ทดลองชิมเนื้อกระต่าย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

อย่างไรก็ตาม หากผู้ผลิตเนื้อกระต่ายเพื่อการบริโภคต้องการวางแผนและพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับกลุ่มลูกค้าตลาดล่างที่มีกำลังซื้อต่ำ ที่อาจจะเลือกบริโภคสินค้าหรือผลิตภัณฑ์เนื้อกระต่ายที่มีราคาไม่สูงนัก เช่น เนื้อกระต่ายสด ที่มีขายตามตลาดอาหารป่า และเมนูอาหารที่มีเนื้อกระต่ายเป็นส่วนประกอบในการปรุงอาหารตามร้านอาหารป่า ดังนี้

สำหรับกลุ่มลูกค้าตลาดล่าง (Mass)

ด้านผลิตภัณฑ์

1. ควรมีการออกแบบผลิตภัณฑ์ในรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่พร้อมรับประทาน เช่น กุนเชียง ไส้อั่ว เป็นต้น ให้มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่เหมือนกับผลิตภัณฑ์ที่ทำจากเนื้อสัตว์อื่นๆที่ผู้บริโภคคุ้นเคย เช่น ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากเนื้อหมู เพื่อที่ผู้บริโภคจะรู้สึก คุ้นเคยและง่ายต่อการตัดสินใจทดลองรับประทาน

ด้านราคา

1. ผู้ผลิตควรใช้วิธีการตั้งราคาโดยมุ่งที่ต้นทุน ที่สามารถควบคุมการผลิตของทั้งเนื้อกระต่ายสด และผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อกระต่าย ให้มีคุณภาพคงที่ อีกทั้งยังส่งผลให้สามารถทำกำไรได้ตามที่ต้องการ

2. สำหรับผู้จัดจำหน่ายควรตั้งราคาโดยมุ่งที่อุปสงค์ ซึ่งสามารถกำหนดราคาอยู่ในระดับที่ผู้บริโภคยอมรับได้

ด้านการจัดจำหน่าย

1. ควรมีการร่วมกลุ่มหมู่บ้าน หรือรูปแบบสหกรณ์ขึ้นเพื่อจัดจำหน่าย ตามตลาดร้านอาหารป่า หรือ ร้านอาหารพื้นเมือง และหน่วยงานภาครัฐฯ ควรเข้าช่วยในการหาช่องทางจัดจำหน่าย อื่นๆ

ด้านการส่งเสริมการตลาด

1. มีส่งเสริมการขายโดยการนำผลิตภัณฑ์เนื้อกระต่าย ออกร้านในเทศกาลอาหารต่างๆ ในนามกลุ่มหมู่บ้านหรือรูปแบบสหกรณ์โดยให้ผู้บริโภคได้มีการทดลองชิม โดยมีวัตถุประสงค์เช่น เป็นอาหารเพื่อสุขภาพ เน้นการประกอบอาหารที่เหมาะสมกับโรค ที่เกิดจากการลัทธิบริโภคนิยม เช่น เบาหวาน ความดันสูง เป็นต้น

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

5.5 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

จากการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคโดยกลุ่มตัวอย่างเป็นบุคลทั่วไปที่อาศัยอยู่ในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งไม่ได้กำหนดกลุ่มเป้าหมายเฉพาะกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งเพื่อให้ทราบถึงทัศนคติของผู้บริโภคในภาพรวม สำหรับข้อเสนอแนะเพิ่มเติมสำหรับการทำวิจัยที่เกี่ยวข้องกับบริโภคเนื้อกระต่ายในครั้งต่อๆไปควรจะศึกษาให้เจาะจงเฉพาะกลุ่ม เช่น กลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่มีแนวโน้มในบริโภคผลิตภัณฑ์เนื้อกระต่าย หรือศึกษาในแง่ผู้จำหน่าย เช่น ความต้องการสินค้าและผลิตภัณฑ์เนื้อกระต่ายสำหรับจัดจำหน่าย เป็นต้น

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved