ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ พฤติกรรมการซื้ออาหารสดของผู้บริโภคในอำเภอเมืองสมุทรสาคร

ผู้เขียน นางสาวอนัญญา ใบสมุทร

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ อาจารย์ ดร. นฤมล กิมภากรณ์

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้ออาหารสดของผู้บริโภคในอำเภอเมืองสมุทรสาคร โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้บริโภคที่เคยซื้ออาหารสดใน 3 เดือน ที่ผ่านมา จำนวน 420 คน โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนของประชากรโดยการเก็บตัวอย่างจากตลาดสด ซุปเปอร์มาร์เกต และไฮเปอร์มาร์เกต ในเขตอำเภอเมืองสมุทรสาครซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 12 แห่ง โดยกระจายเก็บแต่ละสถานที่เท่าๆกัน และเลือกตัวอย่างในแต่ละสถานที่แบบสะดวก (Convenience Sampling) ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือรวบรวมข้อมูล และประมวลผลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 26 - 35 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-20,000 บาท

ประเภทอาหารสดที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อเป็นประจำอันดับแรก คือ เนื้อสัตว์ รองลงมาได้แก่ ผลผลิตจากพืช อาหารทะเล และผลผลิตจากสัตว์ ตามลำดับ โดยอาหารสดที่ซื้อบ่อยที่สุดต่อเดือน คือ ผลผลิตจากพืช รองลงมาได้แก่ เนื้อสัตว์ อาหารทะเล และผลผลิตจากสัตว์ ตามลำดับ ช่วงเวลาที่นิยมซื้ออาหารสด คือ ช่วงเช้า 8.00-12.00 น. สำหรับอาหารประเภทเนื้อสัตว์และอาหารทะเล ส่วนประเภทผลผลิตจากสัตว์ และจากพืช นิยมซื้อช่วงบ่ายถึงเย็น 15.01-22.00 น. สถานที่ที่เลือกซื้ออาหารสดเป็นประจำ คือ ตลาดสด ด้วยเหตุผลใกล้บ้าน/ใกล้ที่ทำงาน และมีอาหารสดให้เลือกซื้อหลากหลาย ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการซื้ออาหารสดอยู่ระหว่าง 100-600 บาท

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการซื้ออาหารสด ดังนี้ ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย มีความสำคัญในระดับมาก ส่วนด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสำคัญในระดับปานกลาง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Study Title Consumer Behavior on Buying Fresh Food in Amphoe Mueang Samut Sakhon

Author Miss Ananya Baisamut

Degree Master of Business Administration

Independent Study Advisor Lecturer Dr. Narumon Kimpakorn

Abstract

The objective of this independent study was to study consumer behavior on buying fresh food in Amphoe Muaeng Samut Sakhon. The population was 420 customers who had bought fresh food in the past 3 months from 12 open markets, supermarkets and hypermarkets in Amphoe Muaeng Samut Sakhon, by selecting the equal amount of samples from each place. The selection of samples was multi-stage sampling so that the samples represented the target population and the selection of samples from each place was convenience sampling. The data was collected from questionnaire and analyzed by descriptive statistics.

It was found from the study that most questionnaire respondents were female, 26-35 years old, with Bachelor's degree. They were company employees with average salary of 5,001-20,000 baht/month.

The most bought fresh food was meat, and other products were plant products, sea food and animal products, respectively. The most bought fresh food per month was plant products, other products were meant, sea food and animal products, respectively. The time of day they bought meant and sea food the most was in the morning between 8:00-12:00, while the time of day they bought animal products and plant products the most was from 15:01-22:00. Their regular place of purchase was open market because it was near their home or work, and because of the wide variety of products. Each purchase was 100-600 baht.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

For marketing mix factors affecting buying of fresh food, the respondents ranked product, price, and place at the high level, and ranked marketing promotion at the medium level.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved