

ชื่อเรื่องการค้าคั่วแบบอิสระ พฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการซื้อข้าวสารบรรจุถุงในอำเภอเมือง
เชียงใหม่

ผู้เขียน นายนันทวัชร์ สัตโยภาส

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
(การจัดการอุตสาหกรรมเกษตร)

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้าคั่วแบบอิสระ
อาจารย์ ดร.ศุภวัฒน์ สิ้นสูงศ์วัฒน์

บทคัดย่อ

การศึกษานี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการซื้อข้าวสารบรรจุถุงในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากผู้ที่เคยซื้อและบริโภคข้าวสารบรรจุถุง จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา(Descriptive Sampling) ได้แก่ ค่าความถี่(Frequency) ค่าร้อยละ(Percentage) ค่าเฉลี่ย(Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 25 – 30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ย 6,001 - 9,000บาท/เดือน สถานภาพสมรส มีสมาชิกในครอบครัวตั้งแต่ 4 คนขึ้นไป

ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อชนิดของข้าวสารหอมมะลิบรรจุถุงมากที่สุด รองลงมาคือ ข้าวกล้อง ขนาดบรรจุที่ซื้อมากที่สุดคือ ขนาด 5 กิโลกรัม รองลงมาคือ 1 กิโลกรัม ตราสินค้าที่ซื้อมากที่สุดคือ ตราฉัตร รองลงมาคือ ตราเบญจรงค์ เหตุผลในการเลือกซื้อคือ ความสะอาด นิยมซื้อข้าวสารบรรจุถุงจาก ไฮเปอร์มาร์เก็ต เช่น บิ๊กซี โลตัส แม็คโคร ความถี่ในการซื้อเดือนละ 1 ครั้ง โดยตัดสินใจซื้อด้วยตนเองระดับที่มีผลต่อการซื้อของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยการส่งเสริมการขายต่างๆ คือความสะอาด ปลอดภัย ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ และสถานที่จำหน่ายมีความสะอาด

มีผลต่อการซื้อมากที่สุดตามลำดับ ทั้งนี้พบว่าปัญหาในการซื้อข้าวสารบรรจุถุง โดยรวมอยู่ในระดับ
มาก ปัจจัยที่สำคัญสูงสุดคือ ไม่สามารถต่อรองราคาได้



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Study Title Behaviors of Consumers Toward the Purchasing of Packed Rice in Mueang Chiang Mai District

Author Mr. Nantawat Sattayopas

Degree Master of Business Administration
(Agro – Industry Management)

Independent Study Advisor
Lect. Dr. Suphawat Sinsuwongwat

ABSTRACT

The objective of this independent study was to study consumer behavior's toward purchasing of packed rice in Mueang Chiang Mai District. Data was collected from 400 questionnaires and analyzed by descriptive statistics, frequency, percentage, means and standard deviations. It was found that the majority of the respondents was female, 25 – 30 years old, Bachelor's degree and was working in private sector. The average income was 6,001 – 9,000 Baht per month, marriage status and has 4 people in their family.

The highest purchasing of packed rice in terms of rice type, packed size, and brand, are Thai jasmine rice, brown rice, 5 Kg, 1 Kg, royal umbrella, benjarong, respectively. The reason to buy packed rice are cleanness. Packed rice was purchased in the hypermarket store by recommendation of another person. Frequency of purchasing was once a month. They made their own decision to purchase the product.

Marketing mix factors were high rated by sequence of product, price, place and promotion while cleanliness, reasonable price compare with quality of packed rice, clean place and sale promotions is the most important of each factor, respectively. Main problems to purchase packed rice were negotiable price.