

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการซื้อข้าวสารบรรจุถุงในอำเภอเมือง เชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการซื้อข้าวสารบรรจุถุงในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยเก็บข้อมูลจากผู้บริโภคที่ซื้อข้าวสารบรรจุถุงในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำนวน 400 ราย นำมาวิเคราะห์ข้อมูล สรุปผลการศึกษา อภิปรายผลการศึกษา ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ ดังนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุเฉลี่ยจำนวน ใกล้เคียงกัน มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และต่ำกว่าปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 6,001 - 9,000 บาท/เดือน มีสถานภาพสมรส ร้อยละ มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว ตั้งแต่ 4 คนขึ้นไป

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการซื้อข้าวสารบรรจุถุง

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเหตุผลในการเลือกซื้อข้าวสารบรรจุถุงมากที่สุดในเรื่อง ความสะอาด ลักษณะความต้องการข้าวสารบรรจุถุง คือ ข้าวขัดขาว 100% โดยเป็นข้าวสารบรรจุถุงพันธุ์ข้าวหอมมะลิ มียี่ห้อข้าวสารบรรจุถุงที่ผู้ตอบแบบสอบถามเคยซื้อ คือ ตราฉัตร โดยมียี่ห้อข้าวสารบรรจุถุงที่นิยมมากที่สุดซื้อ คือ ตราฉัตร ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเหตุผล ในการซื้อข้าวสารบรรจุถุงยี่ห้อที่นิยมมากที่สุดอันดับ 1 คือ คุณภาพตรงตามต้องการ อันดับ 2 คือ คุณภาพข้าวสม่ำเสมอ อันดับ 3 คือ ราคาเหมาะสม อันดับ 4 คือ รูปลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ และอันดับ 5 คือ โพรโมชันต่างๆ โดยชอบลักษณะของข้าวสารบรรจุถุงยี่ห้อที่นิยมมากที่สุด อันดับ 1 คือ หุงขึ้นหม้อ อันดับ 2 คือ ความนุ่ม อันดับ 3 คือ ความหอม อันดับ 4 คือ ไม่มีข้าวหักปน และอันดับ 5 คือ หุงแล้วสามารถเก็บไว้ได้ภายหลังการหุง 1 วัน โดยไม่บูด โดยต้องการลักษณะของข้าวสารบรรจุถุงอันดับ 1 คือ หุงขึ้นหม้อ อันดับ 2 คือ ความนุ่ม อันดับ 3 คือ ความหอม อันดับ 4

คือ ไม่มีข้าวหักปน และอันดับ 5 คือ หุงแล้วสามารถเก็บไว้ได้ภายหลังการหุง 1 วันโดยไม่บูด โดยซื้อข้าวสารบรรจุถุงเพื่อนำไปใช้ประโยชน์เพื่อบริโภคในครัวเรือนมากที่สุด

ลักษณะการหุงข้าวอันดับ 1 คือหุงข้าวขัดขาวล้วน อันดับ 2 คือหุงข้าวขัดขาวผสมข้าวกล้อง และอันดับสุดท้าย คือ หุงข้าวกล้องล้วน มีสถานที่ที่นิยมซื้อข้าวสารบรรจุถุงอันดับ 1 คือ ไฮเปอร์มาร์เก็ต เช่น บิ๊กซี โลตัส แม็คโคร อันดับ 2 คือ ร้านของชำในตลาดสด อันดับ 3 คือ ร้านขายข้าวสารโดยเฉพาะ อันดับ 4 คือ ร้านค้าปลีกทั่วไป และอันดับ 5 คือ ซูเปอร์มาร์เก็ต เช่น ท็อปส์ ริมปิง มีแหล่งข้อมูลที่ทราบเกี่ยวกับข้าวสารบรรจุถุง อันดับ 1 คือ โทรทัศน์ อันดับ 2 คือ หนังสือพิมพ์ อันดับ 3 คือ นิตยสาร/วารสาร อันดับ 4 คือ วิทยุ และอันดับสุดท้าย คือ ป้ายโฆษณา

บุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจซื้อข้าวสารบรรจุถุงมากที่สุด คือ ตัวเอง รองลงมาคือ ครอบครัวโดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นิยมซื้อข้าวสารบรรจุถุงขนาดบรรจุ 5 กิโลกรัมมากที่สุด อันดับ 2 คือ ขนาดบรรจุ 1 กิโลกรัม และถัดมาคือ 0.8 กิโลกรัม(1ลิตร)โดยปริมาณการซื้อข้าวสารบรรจุถุงในแต่ละครั้งมากที่สุดคือ 1 ถุงหรือแพ็ค รองลงมาคือ 2 ถุงหรือแพ็คต่อครั้ง มีความถี่ในการซื้อข้าวสารบรรจุถุงมากที่สุดคือ 1 ครั้งต่อเดือน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับราคาข้าวสารบรรจุถุงที่มีจำหน่ายในปัจจุบันคือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ

มีเหตุผลในการเลือกสถานที่เพื่อซื้อข้าวสารบรรจุถุงอันดับ 1 คือ สถานที่สะดวก (ใกล้บ้าน , ที่ทำงาน, มีที่จอดรถ, มีสินค้าอื่นให้เลือกซื้อด้วย) อันดับ 2 มีข้อมูลที่ซื้อประจำวงจำหน่ายเสมอ อันดับ 3 จำหน่ายถูกกว่าที่อื่น อันดับ 4 การส่งเสริมการขายของสถานที่นั้นๆ (ลดราคา, แจก, แถม) และอันดับ 5 คือ สถานที่จำหน่ายมีความสะอาด

ส่วนที่ 3 ข้อมูลพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อข้าวสารบรรจุถุงในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และจำนวนสมาชิกในครอบครัว

3.1 ข้อมูลพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อข้าวสารบรรจุถุงในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ

เพศชายส่วนใหญ่นิยมเลือกซื้อข้าวสารบรรจุถุงยี่ห้อตราฉัตร โดยเหตุผลในการตัดสินใจซื้อข้าวสารบรรจุถุง คือคุณภาพตรงตามต้องการ ส่วนใหญ่ซื้อข้าวสารบรรจุถุงเพื่อไปใช้บริโภคในครัวเรือน ซื้อข้าวสารบรรจุถุงที่ไฮเปอร์มาร์เก็ต เช่น บิ๊กซี โลตัส แม็คโคร รับรู้แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับข้าวสารบรรจุถุงจากโทรทัศน์ มีบุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจซื้อข้าวสารบรรจุถุง คือ ตัวเอง ส่วนใหญ่ซื้อข้าวสารบรรจุถุงตามขนาด 1 ถุงหรือแพ็ค มีความถี่ในการซื้อข้าวสารบรรจุถุง 1 ครั้งต่อเดือน ส่วนใหญ่คิดว่าราคาข้าวสารบรรจุถุงที่มีจำหน่ายในปัจจุบันเป็น ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ

จากผลการศึกษาเพศหญิงส่วนใหญ่นิยมซื้อข้าวสารบรรจุถุงยี่ห้อตราจักร โดยเหตุผลในการตัดสินใจซื้อข้าวสารบรรจุถุง คือคุณภาพตรงตามต้องการส่วนใหญ่ซื้อข้าวสารบรรจุถุงเพื่อไปใช้บริโภคในครัวเรือน ซื้อข้าวสารบรรจุถุงที่ไฮเปอร์มาร์เก็ต เช่น บิ๊กซี โลตัส แม็คโคร รับรู้แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับข้าวสารบรรจุถุงจากโทรทัศน์ มีบุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจซื้อข้าวสารบรรจุถุง คือ ตัวเอง ส่วนใหญ่ซื้อข้าวสารบรรจุถุงตามขนาด 1 ถุงหรือแพ็ค มีความถี่ในการซื้อข้าวสารบรรจุถุง 1 ครั้งต่อเดือน ส่วนใหญ่คิดว่าราคาข้าวสารบรรจุถุงที่มีจำหน่ายในปัจจุบันเป็นราคาเหมาะสมกับคุณภาพ

3.2 ข้อมูลพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อข้าวสารบรรจุถุงในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ

กลุ่มอายุต่ำกว่า 30 ปีนิยมข้าวตราจักร มีเหตุผลในการซื้อคือคุณภาพตรงตามต้องการนำไปบริโภคในครัวเรือน นิยมซื้อจากไฮเปอร์มาร์เก็ต เช่น บิ๊กซี โลตัส แม็คโคร ทราบข้อมูลข้าวสารบรรจุถุงจากโทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์ ตัดสินใจซื้อด้วยตัวเอง ซื้อครั้งละ 1 ถุงหรือแพ็ค มีความถี่ในการซื้อ 1 ครั้งต่อเดือน และมีความคิดเห็นว่าราคาเหมาะสมกับคุณภาพ

กลุ่มอายุ 31-40 ปีนิยมข้าวตราจักร มีเหตุผลในการซื้อคือคุณภาพตรงตามต้องการนำไปบริโภคในครัวเรือน นิยมซื้อจากร้านขายข้าวสารโดยเฉพาะ ทราบข้อมูลข้าวสารบรรจุถุงจากโทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์ ตัดสินใจซื้อด้วยตัวเอง ซื้อครั้งละ 1 ถุงหรือแพ็ค มีความถี่ในการซื้อ 1 ครั้งต่อเดือน และมีความคิดเห็นว่าราคาเหมาะสมกับคุณภาพ

กลุ่มอายุ 41 ปีขึ้นไปนิยมข้าวตราเบญจรงค์ มีเหตุผลในการซื้อคือคุณภาพตรงตามต้องการนำไปบริโภคในครัวเรือน นิยมซื้อจากไฮเปอร์มาร์เก็ต เช่น บิ๊กซี โลตัส แม็คโคร ทราบข้อมูลข้าวสารบรรจุถุงจากโทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์ ตัดสินใจซื้อด้วยตัวเอง ซื้อครั้งละ 1 ถุงหรือแพ็ค มีความถี่ในการซื้อ 1 ครั้งต่อเดือน และมีความคิดเห็นว่าราคาเหมาะสมกับคุณภาพ

3.3 ข้อมูลพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อข้าวสารบรรจุถุงในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามระดับการศึกษา

กลุ่มผู้ที่มีวุฒิต่ำกว่าปริญญาตรี นิยมข้าวตราจักรและตราเบญจรงค์ใกล้เคียงกัน มีเหตุผลในการเลือกซื้อ คือคุณภาพตรงตามต้องการ นำไปบริโภคในครัวเรือน นิยมซื้อจากร้านค้าปลีกทั่วไป ทราบข้อมูลข้าวสารบรรจุถุงจากโทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์ ตัดสินใจซื้อด้วยตัวเอง ซื้อครั้งละ 1 ถุงหรือแพ็ค มีความถี่ในการซื้อ 1 ครั้งต่อเดือน และมีความคิดเห็นว่าราคาเหมาะสมกับคุณภาพ

กลุ่มผู้ที่มีวุฒิปริญญาตรี นิยมข้าวตราจักร มีเหตุผลในการเลือกซื้อ คือคุณภาพตรงตามต้องการ นำไปบริโภคในครัวเรือน นิยมซื้อจากไฮเปอร์มาร์เก็ต เช่น บิ๊กซี โลตัส แม็คโคร ทราบข้อมูลข่าวสารบรรจุจากโทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์ ตัดสินใจซื้อด้วยตัวเอง ซื้อครั้งละ 1 ถุงหรือแพ็ค มีความถี่ในการซื้อ 1 ครั้งต่อเดือน และมีความคิดเห็นว่าราคาเหมาะสมกับคุณภาพ

กลุ่มผู้ที่มีวุฒิปริญญาตรีขึ้นไป นิยมข้าวตราเบญจรงค์ มีเหตุผลในการเลือกซื้อ คือคุณภาพตรงตามต้องการ นำไปบริโภคในครัวเรือน นิยมซื้อจากไฮเปอร์มาร์เก็ต เช่น บิ๊กซี โลตัส แม็คโคร ทราบข้อมูลข่าวสารบรรจุจากโทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์ ตัดสินใจซื้อด้วยตัวเอง ซื้อครั้งละ 1 ถุงหรือแพ็ค มีความถี่ในการซื้อ 1 ครั้งต่อเดือน และมีความคิดเห็นว่าราคาเหมาะสมกับคุณภาพ

3.4 ข้อมูลพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อข้าวสารบรรจุถุงในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ

อาชีพข้าราชการส่วนใหญ่ นิยมซื้อข้าวสารบรรจุถุงยี่ห้อ ตราจักร ตัดสินใจซื้อข้าวสารบรรจุถุง ด้วยเหตุผลคุณภาพตรงตามต้องการ ซื้อข้าวสารบรรจุถุงเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ด้านบริโภคในครัวเรือน ซื้อข้าวสารบรรจุถุงจากไฮเปอร์มาร์เก็ต เช่น บิ๊กซี โลตัส แม็คโคร ทราบข้อมูลเกี่ยวกับข้าวสารบรรจุถุงจากโทรทัศน์ บุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจซื้อข้าวสารบรรจุถุงคือตัวเอง ซื้อข้าวสารบรรจุถุงตามขนาดบรรจุ 1 ถุงหรือแพ็ค ความถี่ในการซื้อข้าวสารบรรจุถุง คือ 1 ครั้งต่อเดือน ส่วนใหญ่คิดว่าราคาข้าวสารบรรจุถุงที่มีจำหน่ายในปัจจุบัน คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ

อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจส่วนใหญ่ นิยมซื้อข้าวสารบรรจุถุงยี่ห้อ ตราเบญจรงค์ ตัดสินใจซื้อข้าวสารบรรจุถุง ด้วยเหตุผลคุณภาพตรงตามต้องการ ซื้อข้าวสารบรรจุถุงเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ด้านบริโภคในครัวเรือน ซื้อข้าวสารบรรจุถุงจากไฮเปอร์มาร์เก็ต เช่น บิ๊กซี โลตัส แม็คโคร ทราบข้อมูลเกี่ยวกับข้าวสารบรรจุถุงจากโทรทัศน์ บุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจซื้อข้าวสารบรรจุถุงคือครอบครัว ซื้อข้าวสารบรรจุถุงตามขนาดบรรจุ 1 ถุงหรือแพ็ค ความถี่ในการซื้อข้าวสารบรรจุถุง คือ 1 ครั้งต่อเดือน ส่วนใหญ่คิดว่าราคาข้าวสารบรรจุถุงที่มีจำหน่ายในปัจจุบันคือราคาเหมาะสมกับคุณภาพ

อาชีพแม่บ้านส่วนใหญ่ นิยมซื้อข้าวสารบรรจุถุงยี่ห้อ ตราเบญจรงค์ ตัดสินใจซื้อข้าวสารบรรจุถุง ด้วยเหตุผลคุณภาพตรงตามต้องการ ซื้อข้าวสารบรรจุถุงเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ด้านบริโภคในครัวเรือน ซื้อข้าวสารบรรจุถุงจากร้านค้าปลีกทั่วไป ทราบข้อมูลเกี่ยวกับข้าวสารบรรจุถุงจากโทรทัศน์ บุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจซื้อข้าวสารบรรจุถุงคือตัวเอง ซื้อข้าวสารบรรจุถุงตามขนาดบรรจุ 1 ถุงหรือแพ็ค ความถี่ในการซื้อข้าวสารบรรจุถุง คือ 1 ครั้งต่อเดือน ส่วนใหญ่คิดว่าราคาข้าวสารบรรจุถุงที่มีจำหน่ายในปัจจุบัน คือ ราคาแพงกว่าปริมาณ

อาชีพพนักงานบริษัทเอกชนส่วนใหญ่นิยมซื้อข้าวสารบรรจุถุงยี่ห้อ ตราจักร ตัดสินใจซื้อข้าวสารบรรจุถุง ด้วยเหตุผลคุณภาพตรงตามต้องการ ซื้อข้าวสารบรรจุถุงเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ด้านบริโภคในครัวเรือน ซื้อข้าวสารบรรจุถุงจากไฮเปอร์มาร์เก็ต เช่น บิ๊กซี โลตัส แม็คโคร ทราบข้อมูลเกี่ยวกับข้าวสารบรรจุถุงจากโทรทัศน์ บุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจซื้อข้าวสารบรรจุถุงคือตัวเอง ซื้อข้าวสารบรรจุถุงตามขนาดบรรจุ 1 ถุงหรือแพ็ค ความถี่ในการซื้อข้าวสารบรรจุถุงคือ 1 ครั้งต่อเดือน ส่วนใหญ่คิดว่าราคาข้าวสารบรรจุถุงที่มีจำหน่ายในปัจจุบันคือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ

อาชีพเจ้าของกิจการส่วนตัวส่วนใหญ่นิยมซื้อข้าวสารบรรจุถุงยี่ห้อ ตราเบญจรงค์ ตัดสินใจซื้อข้าวสารบรรจุถุง ด้วยเหตุผลคุณภาพตรงตามต้องการ ซื้อข้าวสารบรรจุถุงเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ด้านบริโภคในครัวเรือน ซื้อข้าวสารบรรจุถุงจากไฮเปอร์มาร์เก็ต เช่น บิ๊กซี โลตัส แม็คโคร ทราบข้อมูลเกี่ยวกับข้าวสารบรรจุถุงจากโทรทัศน์ บุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจซื้อข้าวสารบรรจุถุงคือตัวเอง ซื้อข้าวสารบรรจุถุงตามขนาดบรรจุ 1 ถุงหรือแพ็ค ความถี่ในการซื้อข้าวสารบรรจุถุงคือ 1 ครั้งต่อเดือน ส่วนใหญ่คิดว่าราคาข้าวสารบรรจุถุงที่มีจำหน่ายในปัจจุบันคือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ

อาชีพรับจ้างทั่วไปส่วนใหญ่นิยมซื้อข้าวสารบรรจุถุงยี่ห้อ ตราจักร ตัดสินใจซื้อข้าวสารบรรจุถุง ด้วยเหตุผลคุณภาพตรงตามต้องการ ซื้อข้าวสารบรรจุถุงเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ด้านบริโภคในครัวเรือน ซื้อข้าวสารบรรจุถุงจากร้านขายข้าวสารโดยเฉพาะ ทราบข้อมูลเกี่ยวกับข้าวสารบรรจุถุงจากโทรทัศน์ บุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจซื้อข้าวสารบรรจุถุงคือตัวเอง ซื้อข้าวสารบรรจุถุงตามขนาดบรรจุ 1 ถุงหรือแพ็ค ความถี่ในการซื้อข้าวสารบรรจุถุงคือมากกว่า 1 ครั้งต่อเดือน ส่วนใหญ่คิดว่าราคาข้าวสารบรรจุถุงที่มีจำหน่ายในปัจจุบันคือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ

อาชีพนักเรียน - นักศึกษาส่วนใหญ่นิยมซื้อข้าวสารบรรจุถุงยี่ห้อ ตราจักร ตัดสินใจซื้อข้าวสารบรรจุถุง ด้วยเหตุผลคุณภาพตรงตามต้องการ ซื้อข้าวสารบรรจุถุงเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ด้านบริโภคในครัวเรือน ซื้อข้าวสารบรรจุถุงจากไฮเปอร์มาร์เก็ต เช่น บิ๊กซี โลตัส แม็คโคร ทราบข้อมูลเกี่ยวกับข้าวสารบรรจุถุงจากโทรทัศน์ บุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจซื้อข้าวสารบรรจุถุงคือครอบครัว ซื้อข้าวสารบรรจุถุงตามขนาดบรรจุ 2 ถุงหรือแพ็ค ความถี่ในการซื้อข้าวสารบรรจุถุงคือ 1 ครั้งต่อเดือน ส่วนใหญ่คิดว่าราคาข้าวสารบรรจุถุงที่มีจำหน่ายในปัจจุบันคือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ

3.5 ข้อมูลพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อข้าวสารบรรจุถุงในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

กลุ่มผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 6,000 บาท นิยมข้าวตราฉัตร มีเหตุผลในการเลือกซื้อ คือคุณภาพตรงตามต้องการ นำไปบริโภคในครัวเรือน นิยมซื้อจากร้านค้าปลีกทั่วไป ทราบข้อมูลข้าวสารบรรจุถุงจากโทรทัศน์ ตัดสินใจซื้อด้วยตัวเอง ซื้อครั้งละ 1 ถุงหรือแพ็ค มีความถี่ในการซื้อมากกว่า 1 ครั้งต่อเดือน และมีความคิดเห็นว่าราคาเหมาะสมกับคุณภาพ

กลุ่มผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 6,000 – 9,000 บาท นิยมข้าวตราฉัตร มีเหตุผลในการเลือกซื้อ คือคุณภาพตรงตามต้องการ นำไปบริโภคในครัวเรือน นิยมซื้อจากร้านค้าปลีกทั่วไป ทราบข้อมูลข้าวสารบรรจุถุงจากหนังสือพิมพ์ ตัดสินใจซื้อด้วยตัวเอง ซื้อครั้งละ 1 ถุงหรือแพ็ค มีความถี่ในการซื้อ 1 ครั้งต่อเดือน และมีความคิดเห็นว่าราคาเหมาะสมกับคุณภาพ

กลุ่มผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 9,000 – 12,000 บาท นิยมข้าวตราฉัตร ตราหงษ์ทอง และตราเบญจรงค์ใกล้เคียงกัน มีเหตุผลในการเลือกซื้อ คือคุณภาพตรงตามต้องการ นำไปบริโภคในครัวเรือน นิยมซื้อจากไฮเปอร์มาร์เก็ต เช่น บิ๊กซี โลตัส แม็คโคร ทราบข้อมูลข้าวสารบรรจุถุงจากโทรทัศน์ ตัดสินใจซื้อด้วยตัวเอง ซื้อครั้งละ 1 ถุงหรือแพ็ค มีความถี่ในการซื้อ 1 ครั้งต่อเดือน และมากกว่า 1 ครั้งต่อเดือนใกล้เคียงกัน และมีความคิดเห็นว่าราคาเหมาะสมกับคุณภาพ

กลุ่มผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 12,001 บาท นิยมข้าวตราเบญจรงค์ มีเหตุผลในการเลือกซื้อ คือคุณภาพตรงตามต้องการ นำไปบริโภคในครัวเรือน นิยมซื้อจากไฮเปอร์มาร์เก็ต เช่น บิ๊กซี โลตัส แม็คโคร ทราบข้อมูลข้าวสารบรรจุถุงจากโทรทัศน์ ตัดสินใจซื้อด้วยตัวเอง ซื้อครั้งละ 1 ถุงหรือแพ็ค มีความถี่ในการซื้อ 1 ครั้งต่อเดือน และมีความคิดเห็นว่าราคาเหมาะสมกับคุณภาพ

3.6 ข้อมูลพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อข้าวสารบรรจุถุงในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว

จำนวนสมาชิกในครอบครัว 1 คนส่วนใหญ่นิยมซื้อข้าวสารบรรจุถุงยี่ห้อตราฉัตร มีเหตุผลในการตัดสินใจซื้อข้าวสารบรรจุถุงคือคุณภาพตรงตามต้องการ ซื้อข้าวสารบรรจุถุงเพื่อไปใช้บริโภคในครัวเรือน ซื้อข้าวสารบรรจุถุงที่ร้านค้าปลีกทั่วไป ทราบข้อมูลเกี่ยวกับข้าวสารบรรจุถุงจากโทรทัศน์ บุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจซื้อข้าวสารบรรจุถุง คือตัวเอง ซื้อข้าวสารบรรจุถุงตามขนาด 1 ถุงหรือแพ็ค ความถี่ในการซื้อข้าวสารบรรจุถุง 1 ครั้งต่อเดือน ส่วนใหญ่คิดว่าราคาข้าวสารบรรจุถุงที่มีจำหน่ายในปัจจุบันเป็น ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ

จำนวนสมาชิกในครอบครัว 2 คนส่วนใหญ่นิยมซื้อข้าวสารบรรจุถุงยี่ห้อตราฉัตร มีเหตุผลในการตัดสินใจซื้อข้าวสารบรรจุถุงคือคุณภาพตรงตามต้องการ ซื้อข้าวสารบรรจุถุงเพื่อไปใช้บริโภคในครัวเรือน ซื้อข้าวสารบรรจุถุงที่ร้านขายข้าวสาร โดยเฉพาะ ทราบข้อมูลเกี่ยวกับข้าวสารบรรจุถุงจากโทรทัศน์ บุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจซื้อข้าวสารบรรจุถุง คือตัวเอง ซื้อข้าวสารบรรจุถุงตามขนาด 1 ถุงหรือแพ็ค ความถี่ในการซื้อข้าวสารบรรจุถุง 1 ครั้งต่อสัปดาห์ ส่วนใหญ่คิดว่าราคาข้าวสารบรรจุถุงที่มีจำหน่ายในปัจจุบันเป็น ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ

จำนวนสมาชิกในครอบครัว 3 คนส่วนใหญ่นิยมซื้อข้าวสารบรรจุถุงยี่ห้อตราฉัตร มีเหตุผลในการตัดสินใจซื้อข้าวสารบรรจุถุงคือคุณภาพตรงตามต้องการ ซื้อข้าวสารบรรจุถุงเพื่อไปใช้บริโภคในครัวเรือน ซื้อข้าวสารบรรจุถุงที่ร้านขายข้าวสาร โดยเฉพาะ ทราบข้อมูลเกี่ยวกับข้าวสารบรรจุถุงจากโทรทัศน์ บุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจซื้อข้าวสารบรรจุถุง คือตัวเอง ซื้อข้าวสารบรรจุถุงตามขนาด 1 ถุงหรือแพ็ค ความถี่ในการซื้อข้าวสารบรรจุถุง 1 ครั้งต่อเดือน ส่วนใหญ่คิดว่าราคาข้าวสารบรรจุถุงที่มีจำหน่ายในปัจจุบันเป็น ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ

จำนวนสมาชิกในครอบครัวตั้งแต่ 4 คนขึ้นไปส่วนใหญ่นิยมซื้อข้าวสารบรรจุถุงยี่ห้อตราฉัตร มีเหตุผลในการตัดสินใจซื้อข้าวสารบรรจุถุงคือคุณภาพตรงตามต้องการ ซื้อข้าวสารบรรจุถุงเพื่อไปใช้บริโภคในครัวเรือน ซื้อข้าวสารบรรจุถุงที่ไฮเปอร์มาร์เก็ต เช่น บิ๊กซี โลตัส แม็คโคร ทราบข้อมูลเกี่ยวกับข้าวสารบรรจุถุงจากโทรทัศน์ บุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจซื้อข้าวสารบรรจุถุง คือตัวเอง ซื้อข้าวสารบรรจุถุงตามขนาด 1 ถุงหรือแพ็ค ความถี่ในการซื้อข้าวสารบรรจุถุง 1 ครั้งต่อเดือน ส่วนใหญ่คิดว่าราคาข้าวสารบรรจุถุงที่มีจำหน่ายในปัจจุบันเป็น ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการซื้อข้าวสารบรรจุถุงในอำเภอเมืองเชียงใหม่

จากผลการศึกษาพบว่า ระดับที่มีผลต่อการซื้อของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีค่าเฉลี่ย อยู่ในระดับมาก เรียงลำดับคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ระดับที่มีผลต่อการซื้อของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ คุณภาพ ความสะอาด และความปลอดภัย รองลงมาคือ มีเครื่องหมายรับรองคุณภาพ และสุดท้ายคือ มีข้อมูลทางโภชนาการ

ปัจจัยด้านราคา

ระดับที่มีผลต่อการซื้อของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ปัจจัยราคาเหมาะสมกับคุณภาพ รองลงมาคือ ราคาเหมาะสมกับปริมาณ และสุดท้ายคือ ปัจจัยมีป้ายแสดงราคาชัดเจน

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ระดับที่มีผลต่อการซื้อของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ปัจจัยหาซื้อได้ง่าย มีจำหน่ายทั่วไป รองลงมาคือ มีสินค้าให้ซื้อได้ตลอดเวลา/ไม่ขาดตลาด และสุดท้ายคือ ปัจจัยสถานที่จำหน่ายมีความสะอาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ระดับที่มีผลต่อการซื้อของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ปัจจัยส่งเสริมการขายโดยวิธีลด แลก แจก แถม รองลงมาคือ การโฆษณาสินค้าผ่านสื่อต่างๆ และสุดท้ายคือ ปัจจัยพนักงานขายแนะนำและให้ข้อมูลสินค้า

ส่วนที่ 5 ข้อมูลปัญหาในการเลือกซื้อข้าวสารบรรจุถุงในอำเภอเมืองเชียงใหม่

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พบปัญหาในการเลือกซื้อข้าวสารบรรจุถุงโดยรวมในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยปัญหาในระดับมาก 2 ปัจจัยคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านราคา และพบค่าเฉลี่ยปัญหาในระดับปานกลางคือ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ระดับปัญหาที่มีผลต่อการซื้อของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ปัจจัยความไม่สะอาดของข้าว ข้าวไม่มีคุณภาพ รองลงมาคือ และคุณภาพของข้าวไม่สม่ำเสมอ และสุดท้ายคือ ปัจจัยปัญหาจากมอดและแมลงข้าว

ปัจจัยด้านราคา

ระดับปัญหาที่มีผลต่อการซื้อของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ปัจจัยไม่สามารถต่อรองราคาได้ รองลงมาคือ ราคาไม่เหมาะสมกับคุณภาพ และสุดท้ายคือ ปัจจัยราคาไม่เหมาะสมกับปริมาณ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ระดับปัญหาที่มีผลต่อการซื้อของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ปัจจัยหาซื้อสินค้าได้ยาก รองลงมาคือ สถานที่จำหน่ายไม่สะดวก และสุดท้ายคือ ปัจจัยไม่มีตัวแทนจำหน่ายสินค้า

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ระดับปัญหาที่มีผลต่อการซื้อของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ปัจจัยโปรโมชั่นไม่มีความสนใจ รองลงมาคือ การส่งเสริมการตลาดมีน้อยเกินไป และสุดท้ายคือ ปัจจัยไม่มีการโฆษณา/ประชาสัมพันธ์

5.2 อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการซื้อข้าวสารบรรจุถุงในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในครั้งนี้ ได้ศึกษาตามแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) และแนวคิดส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix)

ตามแนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อค้นหาพฤติกรรมผู้บริโภค คือ 6Ws และ 1H จากการศึกษาครั้งนี้ สามารถตอบคำถามเปรียบเทียบกับผลการศึกษาได้ดังนี้

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเหตุผลในการเลือกซื้อข้าวสารบรรจุถุงคือความสะดวก ลักษณะความต้องการข้าวสารบรรจุถุงคือข้าวขัดขาว 100% และเป็นข้าวสารบรรจุถุงพันธุ์ข้าวหอมมะลิ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเหตุผลในการซื้อข้าวสารบรรจุถุงยี่ห้อที่นิยมมากที่สุดคือ คุณภาพตรงตามต้องการ โดยต้องการลักษณะของข้าวสารบรรจุถุงคือ หุงขึ้นหม้อ โดยซื้อข้าวสารบรรจุถุงเพื่อนำไปใช้ประโยชน์เพื่อบริโภคในครัวเรือนมากที่สุด ลักษณะการหุงข้าวคือหุงข้าวขัดขาวล่วน มีสถานที่ซื้อข้าวสารบรรจุถุง คือ ไฮเปอร์มาร์เก็ต เช่น บิ๊กซี โลตัส แม็คโคร บุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจซื้อข้าวสารบรรจุถุง คือตัวผู้ตอบแบบสอบถามเอง นิยมซื้อข้าวสารบรรจุถุงขนาดบรรจุ 5 กิโลกรัม ปริมาณการซื้อข้าวสารบรรจุถุงในแต่ละครั้งคือ 1 ถุงหรือแพ็ค ความถี่ในการซื้อข้าวสารบรรจุถุงคือ 1 ครั้งต่อเดือน ความคิดเห็นเกี่ยวกับราคาข้าวสารบรรจุถุงคือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ เหตุผลในการเลือกสถานที่เพื่อซื้อ คือ สถานที่สะดวก (ใกล้บ้าน , ที่ทำงาน, มีที่จอดรถ, มีสินค้าอื่น ให้เลือกซื้อด้วย)

ในการอภิปรายผลครั้งนี้ บางหัวข้อได้ทำการอภิปรายผลกับผลการศึกษา ของศุภวัชร ขาววิสิทธิ์ (2549) ที่ทำการศึกษารื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อข้าวสารบรรจุถุงของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และณรงค์ศักดิ์ สุพิรัตน์วนิช (2550) ที่ทำการศึกษารื่องพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการเลือกซื้อข้าวกล้องในอำเภอเมืองเชียงใหม่ เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่าง หรือสอดคล้องกันพฤติกรรมผู้บริโภคข้าวสาร

1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is the target market?)

จากผลการศึกษาพบว่า กลุ่มเป้าหมายคือผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ซึ่งพบว่าผู้ซื้อข้าวสารบรรจุถุงส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีกลุ่มอายุต่ำกว่า 30 ปี ,31 – 40 ปี และ 40 ปีขึ้นไป มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี และระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 6,001 - 9,000 บาท มีสถานภาพสมรส มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว ตั้งแต่ 4 คนขึ้นไป ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของศุภวัชร ขาววิสิทธิ์ (2549) ที่ทำการศึกษารื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อข้าวสารบรรจุถุงของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ในเรื่องเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ แต่ไม่สอดคล้องในเรื่องรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่อยู่ระหว่าง 15,001 – 20,000 บาท/เดือน

2. ผู้บริโภคซื้ออะไร (What dose the consumer buy?)

จากผลการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการข้าวสารบรรจุถุงพันธุ์ข้าวหอมมะลิ ยี่ห้อที่นิยมซื้อคือ ตราฉัตร และเลือกจากลักษณะคือ หุงขึ้นหม้อ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของศุภวัชร ยาวินิทธิ (2549) ที่ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อข้าวสารบรรจุถุงของผู้บริโภคในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามซื้อมากที่สุดคือ ข้าวหอมมะลิ

3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the consumer buy?)

จากผลการศึกษาพบว่าเหตุผลส่วนใหญ่ในการเลือกซื้อข้าวสารบรรจุถุง คือความสะอาด และความสะดวก คุณภาพตรงตามต้องการ คุณภาพข้าวสม่ำเสมอ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของศุภวัชร ยาวินิทธิ (2549) ที่ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อข้าวสารบรรจุถุงของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่พบว่าเหตุผลที่ซื้อเนื่องจากความสะอาด ความสะดวก และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ณรงค์ศักดิ์ สุพิรัตน์วิช (2550) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการเลือกซื้อข้าวกล้องในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่ศึกษาพบว่า คุณภาพตรงตามความต้องการ

4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who participates in the buying)

จากผลการศึกษาพบว่า บทบาทของผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อข้าวสารบรรจุถุงในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ผู้ตัดสินใจหลักคือ ตัวของผู้ตอบแบบสอบถามเอง ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษา ของ ศุภวัชร ยาวินิทธิ (2549) ที่ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อข้าวสารบรรจุถุงของผู้บริโภคในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ที่ศึกษาพบว่าบุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจซื้อข้าวสารบรรจุถุงคือ ตัวเอง และครอบครัว

5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the consumer buy?)

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคมีความถี่ในการซื้อข้าวสารบรรจุถุงคือ 1 ครั้งต่อเดือน รองลงมาคือ มากกว่า 1 ครั้งต่อเดือน ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ณรงค์ศักดิ์ สุพิรัตน์วิช (2550) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการเลือกซื้อข้าวกล้องในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ที่ศึกษาพบว่า ผู้บริโภคซื้อข้าวเดือนละ 1 ครั้ง และ 2- 3 ครั้ง/เดือน และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ บิสิเนสไทย (2550) บริษัท นาโน เซิร์ช จำกัด ได้ทำการศึกษาพฤติกรรม การเลือกซื้อข้าวสารบรรจุถุง ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ นิยมเลือกซื้อข้าวสารบรรจุถุง ประมาณ 2-3 ครั้งต่อเดือน

6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the consumer buy?)

จากผลการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่มีสถานที่ซื้อข้าวสารบรรจุถุง คือ ไฮเปอร์มาร์เก็ต เช่น บิ๊กซี โลตัส แม็คโคร มากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ณรงค์ศักดิ์ ศุภรัตน์วันนิช (2550) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการเลือกซื้อข้าวกล้องในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และของ ศุภวัชร ยาวินิทธิ (2549) ที่ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกซื้อข้าวสารบรรจุถุงของผู้บริโภคในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ที่ศึกษาพบว่า ผู้บริโภคนิยมซื้อจากไฮเปอร์มาร์เก็ต เช่น โลตัสมากที่สุด แต่ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ บิสิเนส ไทย (2550) บริษัท นาโน เซิร์ช จำกัด ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมในการเลือกซื้อข้าวสารบรรจุถุง ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่าสถานที่ในการเลือกซื้อข้าวสารของผู้บริโภคพบว่าเป็นร้านที่จำหน่ายข้าวสารโดยเฉพาะ

7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy?)

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ซื้อข้าวสารบรรจุถุง 5 กิโลกรัม มากที่สุด รองลงมาคือขนาด 1 กิโลกรัม และปริมาณการซื้อในแต่ละครั้งคือ 1 ถุงหรือแพ็ค รองลงมาคือ 2 ถุงหรือแพ็ค ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ศุภวัชร ยาวินิทธิ (2549) ที่ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อข้าวสารบรรจุถุงของผู้บริโภคในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามซื้อขนาดบรรจุ 5 กิโลกรัม และขนาด 1 กิโลกรัม สอดคล้องกับ บิสิเนสไทย (2550) บริษัท นาโน เซิร์ช จำกัด ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมในการเลือกซื้อข้าวสารบรรจุถุง ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่าส่วนใหญ่ผู้บริโภคนิยมเลือกซื้อข้าวสารที่มีการบรรจุถุงสำเร็จรูป เช่น 5 กิโลกรัม สอดคล้องกับ ณรงค์ศักดิ์ ศุภรัตน์วันนิช (2550) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการเลือกซื้อข้าวกล้องในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าผู้บริโภคที่ซื้อข้าวกล้องซื้อเดือนละ 1 ครั้ง ครั้งละ 1 กิโลกรัม

ผู้บริโภคที่ซื้อข้าวสารบรรจุถุงขนาดบรรจุ 0.8 กิโลกรัม(1 ลิตร) เฉลี่ยจะซื้อครั้งละ 1 ถุง มากที่สุดและความถี่เฉลี่ยครั้งละ 1 ครั้งต่อเดือน

ผู้บริโภคที่ซื้อข้าวสารบรรจุถุงขนาดบรรจุ 1 กิโลกรัม เฉลี่ยจะซื้อครั้งละ 1 ถุง มากที่สุดและความถี่เฉลี่ยครั้งละมากกว่า 1 ครั้งต่อเดือน

ผู้บริโภคที่ซื้อข้าวสารบรรจุถุงขนาดบรรจุ 2 กิโลกรัม เฉลี่ยจะซื้อครั้งละ 1 ถุง มากที่สุดและความถี่เฉลี่ยครั้งละ 1 ครั้งต่อเดือน

ผู้บริโภคที่ซื้อข้าวสารบรรจุถุงขนาดบรรจุ 2.5 กิโลกรัม เฉลี่ยจะซื้อครั้งละ 2 ถุง มากที่สุดและความถี่เฉลี่ยครั้งละ 1 ครั้งต่อเดือน และมากกว่า 1 ครั้งต่อเดือน เท่ากัน

ผู้บริโภคที่ซื้อข้าวสารบรรจุถุงขนาดบรรจุ 5 กิโลกรัม เฉลี่ยจะซื้อครั้งละ 1 ถุง มากที่สุด และความถี่เฉลี่ยครั้งละ 1 ครั้งต่อเดือน

ผู้บริโภคที่ซื้อข้าวสารบรรจุถุงขนาดบรรจุ 15 กิโลกรัม เฉลี่ยจะซื้อครั้งละ 1 ถุง มากที่สุด และความถี่เฉลี่ยครั้งละมากกว่า 1 ครั้งต่อเดือน

ผู้บริโภคที่ซื้อข้าวสารบรรจุถุงขนาดบรรจุ 45 กิโลกรัม (1 กระสอบ) เฉลี่ยจะซื้อครั้งละ 1 ถุง มากที่สุดและความถี่เฉลี่ยครั้งละ 1 ครั้งต่อเดือน

จากผลการศึกษาการซื้อข้าวสารบรรจุถุงของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ แยกตามแนวคิดส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) พบว่า

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

จากการศึกษา พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อข้าวสารบรรจุถุงด้านผลิตภัณฑ์ คือ ปัจจัยคุณภาพ ความสะอาดและความปลอดภัย รองลงมา คือมีเครื่องหมายรับรองคุณภาพ มีความสำคัญระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ณรงค์ศักดิ์ สุพิรัตน์วนิช (2550) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการเลือกซื้อข้าวกล้องในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ที่พบว่าความสะอาด มีผลต่อการซื้อมากที่สุด และสอดคล้องกับการศึกษาของ สุภวัชร ยาวีสิทธิ์ (2549) ที่ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อข้าวสารบรรจุถุงของผู้บริโภคในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ที่พบว่าปัจจัยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุด ในด้านผลิตภัณฑ์ คือ ความสะอาดและความปลอดภัย

ปัจจัยด้านราคา (Price)

จากการศึกษา พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อข้าวสารบรรจุถุงด้านราคา คือ ปัจจัยราคาเหมาะสมกับคุณภาพ รองลงมาคือ ราคาเหมาะสมกับปริมาณ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ณรงค์ศักดิ์ สุพิรัตน์วนิช (2550) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการเลือกซื้อข้าวกล้องในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่พบว่าราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีผลต่อการซื้อมากที่สุด และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ สุภวัชร ยาวีสิทธิ์ (2549) ที่ทำการศึกษาเรื่องปัจจัย ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อข้าวสารบรรจุถุงของผู้บริโภคในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ที่พบว่าปัจจัยย่อยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุด ในด้านราคา คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

จากการศึกษา พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อข้าวสารบรรจุถุงด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือ ปัจจัยหาซื้อได้ง่าย มีจำหน่ายทั่วไป รองลงมา คือมีสินค้าให้ซื้อได้ตลอดเวลา/ไม่ขาดตลาด ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ สุภวัชร ยาวีสิทธิ์ (2549)

ที่ทำการศึกษารื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อข้าวสารบรรจุถุงของผู้บริโภค ในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ที่พบว่าปัจจัยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุด คือ หาซื้อง่าย มีจำหน่ายทั่วไป แต่ไม่สอดคล้องกับการผลึกษาของ ณรงค์ศักดิ์ สุพิรัตน์วนิช (2550) ที่ได้ทำการศึกษารื่องพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการเลือกซื้อข้าวกล้องในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่พบว่าความสะอาดของสถานที่จำหน่าย มีผลต่อการซื้อมากที่สุด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

จากการศึกษา พบว่าปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อข้าวสารบรรจุถุง ด้านการส่งเสริมการตลาด คือ ปัจจัยส่งเสริมการขายโดยวิธีลด แลก แจก แถม รองลงมาคือ การโฆษณาสินค้าผ่านสื่อต่างๆ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ สุภวัชร ขาววิสิทธิ์ (2549) ที่ทำการศึกษารื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อข้าวสารบรรจุถุงของผู้บริโภค ในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ที่พบว่าปัจจัยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ปัจจัยส่งเสริมการขายโดยวิธีลด แลก แจก แถม และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ณรงค์ศักดิ์ สุพิรัตน์วนิช (2550) ที่ได้ทำการศึกษารื่องพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการเลือกซื้อข้าวกล้องในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่พบว่าปัจจัยการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ มีความสำคัญมากที่สุด

5.3 ข้อค้นพบ ปัญหา และข้อเสนอแนะ

การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการซื้อข้าวสารบรรจุถุงในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมในการซื้อของผู้บริโภค และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดเพื่อให้ผู้ที่สนใจสามารถนำข้อมูลจากการศึกษาไปใช้ในการกำหนดแผนกลยุทธ์ทางการตลาด ซึ่งจะช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ และสามารถสร้างความได้เปรียบคู่แข่งในธุรกิจข้าวสารบรรจุถุงซึ่งข้อค้นพบ ปัญหา และข้อเสนอแนะมีดังนี้

ด้านพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อข้าวสารบรรจุถุง

1. ข้อค้นพบ พบว่าเหตุผลในการเลือกซื้อข้าวสารบรรจุถุง คือความสะอาด ความสะดวก และราคาเหมาะสมเหตุผลในการเลือกซื้อข้าวสารบรรจุถุงยี่ห้อที่ผู้บริโภคนิยม คือคุณภาพตรงตามต้องการ คุณภาพข้าวสม่ำเสมอ และ ราคาเหมาะสม ข้าวสารบรรจุถุงที่ผู้บริโภคนิยมมาก คือ ข้าวขัดขาว 100 % พันธุ์หอมมะลิ มีขนาดบรรจุ 5 กิโลกรัม และลักษณะที่สำคัญของข้าว คือ หุงขึ้นหม้อ มีความนุ่ม มีความหอม มีคุณภาพตรงตามต้องการ คุณภาพข้าวสม่ำเสมอ ราคาเหมาะสม ความสะอาดและความปลอดภัยของข้าวสารบรรจุถุง ซึ่งปัญหาที่พบคือความไม่สะอาดของข้าว ข้าวไม่มีคุณภาพ และคุณภาพของข้าวไม่สม่ำเสมอ มีมอดและแมลง เช่น มด ฯลฯ และควรมีเครื่องหมายรับรองคุณภาพของข้าวสารบรรจุถุง และควรกำหนดราคาข้าวสารบรรจุถุงให้เหมาะสมกับคุณภาพ และปริมาณของข้าว ดังนั้นผู้ผลิต และผู้จัดจำหน่ายควรให้ความสำคัญเพราะถึงแม้ว่าจะมีการทำการส่งเสริมการตลาด มากเพียงใดก็ตาม แต่ท้ายที่สุดแล้วผู้บริโภคจะใส่ใจในเรื่องของคุณภาพข้าวสาร การหุงขึ้นหม้อ ความหอมของข้าว ความสะอาดไม่มีแมลงข้าวมากที่สุดในการเลือกซื้อข้าวสารบรรจุถุง

2. ข้อค้นพบเกี่ยวกับแหล่งข้อมูลที่สื่อถึงผู้บริโภคเกี่ยวกับข้าวสารบรรจุถุงได้มากที่สุดคือ โทรทัศน์ รองลงมาคือ หนังสือพิมพ์ อันดับ 3 นิตยสาร/วารสาร ดังนั้นหากต้องการทำการตลาดเกี่ยวกับข้าวสารบรรจุถุง เพื่อให้ผู้บริโภคทราบถึงตราสินค้าและรูปลักษณ์บรรจุภัณฑ์ ควรพิจารณาการเลือกใช้สื่อเหล่านี้ เพราะเป็นสื่อที่ถึงผู้บริโภคได้มากที่สุดนั่นเอง

3. ผู้ผลิตที่ต้องการหาสถานที่จัดจำหน่ายข้าวสารบรรจุถุง ควรคำนึงถึงสถานที่จำหน่ายข้าวสารบรรจุถุงที่ผู้บริโภคนิยมตัดสินใจเข้าไปซื้อข้าวสารบรรจุถุง คือ สถานที่สะดวกต่อการเดินทางใกล้บ้าน ที่ทำงาน มีที่จอดรถเพียงพอ มีสินค้าอื่นให้เลือกซื้อด้วย มีสถานที่จัดจำหน่ายที่หาซื้อได้ง่าย มีสินค้าให้ซื้อได้ตลอดเวลา และไม่ขาดตลาด หรือมีการส่งเสริมการขายอื่นๆ เช่น การลดราคา การแจกหรือแถมสินค้า และควรจัดสถานที่จำหน่ายให้มีความสะอาด

4. ข้อค้นพบ ที่พบว่าบทบาทของผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อข้าวสารบรรจุถุงของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ผู้ตัดสินใจหลัก คือตัวของผู้ซื้อเอง ดังนั้นผู้ประกอบการควรวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด โดยมุ่งเน้นที่ตัวของผู้ซื้อที่มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อเป็นหลัก

ด้านปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อข้าวสารบรรจุถุง

ด้านผลิตภัณฑ์

ข้อค้นพบในปัจจัยด้านคุณภาพ ความสะอาดและความปลอดภัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก ดังนั้นผู้ประกอบการควรที่จะจัดทำระบบการควบคุมคุณภาพเพื่อรักษามาตรฐานคุณภาพด้านความสะอาดสม่ำเสมอ ตลอดจนจัดส่งตัวอย่างผลิตภัณฑ์เพื่อขอการรับรองคุณภาพจากหน่วยงานของรัฐ เช่น เครื่องหมาย Q ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ระบบประกันคุณภาพผลิตภัณฑ์ เช่น GMP HACCP ISO 9001:2000 และนำตราสัญลักษณ์มาแสดงบนฉลากผลิตภัณฑ์เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับรู้ และเกิดความมั่นใจในการบริโภค รวมทั้งมีการแสดงข้อมูลบ่งชี้ว่าเป็นข้าวสารบรรจุถุงคุณภาพระดับใด ชนิดใด แบบใด ทั้งนี้เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับรู้ ถึงคุณภาพในการบริโภคข้าวสารบรรจุถุงนั้นๆ ได้อย่างถูกต้อง

ในด้านของคุณค่าทางโภชนาการ สารอาหาร ซึ่งผู้บริโภคให้ความสำคัญนั้นผู้ประกอบการ ควรแสดงข้อมูลที่แท้จริงบนฉลากของผลิตภัณฑ์อย่างชัดเจน และเข้าใจง่าย เพื่อให้ได้รับรู้ข้อมูลโภชนาการที่ถูกต้องในการบริโภค ด้านรสชาติ ต้องรักษามาตรฐานรสชาติให้มากที่สุด เพราะสุดท้ายแล้วสิ่งที่ผู้บริโภคจะใส่ใจมากที่สุดคือ คุณภาพของข้าวสารนั่นเอง และควรมีข้อความบ่งบอกอย่างชัดเจนว่าเป็นข้าวชนิดใด เช่น ข้าวหอมมะลิเก่า100% ข้าวหอมมะลิมิกลางปี ข้าวหอมมะลิใหม่ ข้าวหอมมะลิ10% ข้าวหอมมะลิ5% ข้าวกล้องและควรมีวิธีการหุงข้าวที่ดีที่สุดโดยละเอียด โดยเฉพาะอัตราส่วนข้าวต่อน้ำ และพบว่าผู้บริโภคมีการหุงข้าวแบบข้าวขาวล้นมากที่สุด แต่มีความนิยมในการการหุงข้าวขาวผสมกับข้าวกล้องมากขึ้น และบางส่วนมีการหุงข้าวผสมกับธัญพืชต่างๆ ดังนั้นจึงมีข้อเสนอแนะให้ผู้ประกอบการพิจารณาออกผลิตภัณฑ์ข้าวขาวผสมกับข้าวกล้องบรรจุสำเร็จรูป หรือผสมกับธัญพืชบรรจุสำเร็จรูป เพื่อตอบสนองความต้องการที่ตรงจุดของผู้บริโภคกลุ่มนี้ได้

ด้านราคา

ข้อค้นพบในปัจจัยด้านราคาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากในเรื่องราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ รองลงมาคือ เหมาะสมกับปริมาณ ดังนั้นผู้ประกอบการควรกำหนดราคาให้เหมาะสมกับคุณภาพของข้าวสาร ระดับของข้าวสาร และปริมาณบรรจุของข้าวที่วางจำหน่าย โดยต้องคำนึงถึงระดับราคาที่ผู้บริโภคพึงพอใจ และควรสำรวจคู่แข่งชั้นในกลุ่ม

ระดับผลิตภัณฑ์ชนิด และระดับเดียวกันที่มีคุณภาพใกล้เคียงกัน ว่า มีการกำหนดราคาอย่างไร เพื่อนำมาใช้ประกอบการกำหนดราคาของตนเอง โดยอาจใช้การแข่งขันทางด้านราคา ในการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันให้แก่สินค้า และองค์กรได้

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ข้อค้นพบในปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง ปัจจัยหาซื้อได้ง่าย มีจำหน่ายทั่วไป และสถานที่ที่ผู้บริโภคนิยมไปซื้อมากที่สุดคือ ไฮเปอร์มาร์เก็ต เช่น บิ๊กซี โลตัส แม็คโคร ซึ่งสถานที่ดังกล่าวมีความสะดวกในการจอดรถ มีการจัดหมวดหมู่สินค้าที่ชัดเจน สามารถค้นหาสินค้าได้ง่าย จัดวางสินค้าสวยงาม มีสินค้าอื่นให้เลือกซื้อ ดังนั้นผู้ประกอบการจึงควรพิจารณาให้ความสำคัญในการจัดจำหน่ายในช่องทางดังกล่าว เพื่อตอบสนองการเข้าถึงสินค้าของผู้บริโภค

ด้านการส่งเสริมการตลาด

ข้อค้นพบในปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมากในเรื่อง ปัจจัยส่งเสริมการขายโดยวิธีลด แลก แจก แถม ดังนั้นหากผู้ประกอบการต้องการกระตุ้นยอดขายสินค้าควรวางกลยุทธ์ ในการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค เช่น การลดราคาในช่วงที่สถานะเศรษฐกิจปัจจุบันถดถอย การแลกถุงข้าว โดยให้เป็นมูลค่าส่วนลดในการซื้อครั้งต่อไป หรือสะสมถุงข้าวตามจำนวนที่กำหนด เพื่อแลกข้าวสารบรรจุถุง การแจกตัวอย่างสินค้าเพื่อให้ผู้บริโภคทดลองบริโภค หรือการกำหนดปริมาณซื้อเพื่อแถมสินค้า เช่น ซื้อ 10 แกรม 1 เป็นต้น