

บทคัดย่อ

วิชา บธ.851 : วิชาการศึกษากันคว้าด้วยตนเอง

ชื่อเรื่อง	: ปัจจัยและกระบวนการตัดสินใจซื้อข้าวสารบรรจุถุงระบุตราयीหือของ ผู้บริโภคนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
ผู้จัดทำ	: นายศิวคล หาดูสัมพันธกุล
อาจารย์ที่ปรึกษา	: ดร.ศรีสุดา แซ่ลี
หลักสูตร	: หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ
วันที่อนุมัติผลงาน	: พฤษภาคม 2551
จำนวนหน้า	: 80 หน้า

การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยและกระบวนการตัดสินใจซื้อข้าวสารบรรจุถุงระบุตราयीหือของ
ผู้บริโภคนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัย
ส่วนประสมทางการตลาด และกระบวนการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อข้าวสารบรรจุถุงระบุ
ตราयीหือของผู้บริโภคนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ รวมทั้งเพื่อศึกษาถึงระดับความสำคัญของ
ตราयीหือที่มีผลต่อการเลือกซื้อข้าวสารบรรจุถุงของผู้บริโภค

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยประชากรที่ศึกษาคือ ผู้บริโภค
ที่เคยซื้อข้าวสารบรรจุถุง ที่มีตราयीหือ อายุตั้งแต่ 18 ปี ขึ้นไป โดยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
จำนวน 250 คน การสุ่มเลือกตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non Probability Sampling) ด้วย
วิธีการเลือกตัวอย่างแบบมีวัตถุประสงค์ (Purposive Sampling) โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 18
ปีขึ้นไป และเคยซื้อข้าวสารบรรจุถุงระบุตราयीหือ และวิธีเลือกตัวอย่างโดยบังเอิญ (Accidental
Sampling) ตามลำดับ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม แบบมีโครงสร้าง สถานที่ทำ
การเก็บรวบรวมข้อมูล คือ สถาบันการศึกษา ศูนย์ราชการและแหล่งชุมชน ในเขตอำเภอเมือง
จังหวัดเชียงใหม่

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 26-35 ปี คิดเป็นร้อยละ 63.2 มีการศึกษาขั้นสูงสุดในระดับปริญญาตรีขึ้นไป อาชีพส่วนใหญ่คือพนักงานบริษัทเอกชนพักอาศัยอยู่บ้านของตนเองหรือบ้านของบิดา มารดา กลุ่มตัวอย่างอาศัยอยู่กับครอบครัว และมีสมาชิกในครอบครัวประมาณ 3-4 คน โดยมีระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 15,000 บาทขึ้นไป

ผลการศึกษากระบวนการตัดสินใจซื้อข้าวสารบรรจุถุง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ซื้อข้าวสารบรรจุถุงแบบที่มีตราหือทุกครั้ง มีความถี่ในการซื้อข้าวสารบรรจุถุงเฉลี่ย 1-2 ครั้งต่อเดือน และชนิดของข้าวสารบรรจุถุงที่ซื้อคือ ข้าวสารเจ้า ขนาด 5 กิโลกรัม เหตุผลที่เลือกซื้อขนาดดังกล่าวมากที่สุดเพราะ เป็นขนาดที่มีปริมาณตรงตามความต้องการที่จำเป็นต่อใช้ และมักจะซื้อข้าวสารบรรจุถุง เมื่อไปจับจ่ายซื้อสินค้าประจำสัปดาห์หรือประจำเดือน

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญและ เอาจริงซื้อข้าวสารบรรจุถุงที่มีตราหือทุกครั้งในการทำซื้อ ตราหือที่เอาจริงซื้อคือ ยี่ห้อมาบุญครอง ส่วนตราหือที่กลุ่มตัวอย่างมักจะนึกถึง 3 อันดับแรก คือ มาบุญครอง หงษ์ทอง และ เบลูจรงค์ตามลำดับ และ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการซื้อข้าวสารบรรจุถุงตราหือเดิม เหตุผลที่ซื้อซ้ำเพราะ ข้าวสารตราหือนั้น มีรสชาติอร่อย และมีความคุ้นเคยในตราหือเป็นหลัก พันธุ์ข้าวที่ซื้อเป็นประจำ คือ ข้าวสารเจ้าพันธุ์หอมมะลิ กลุ่มตัวอย่างมักจะหาข้อมูลก่อนการซื้อด้วยวิธีสอบถามจากสมาชิกภายในครอบครัว สถานที่ซื้อข้าวสารบรรจุถุงระบุตราหือ คือ ซูเปอร์มาร์เก็ตหรือห้างค้าปลีกขนาดใหญ่ (Modern Trade)

ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในภาพรวมแต่ละด้านที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อข้าวสารบรรจุถุงระบุตราหือ พบว่า ปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ส่วนปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญ ในระดับปานกลาง

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในภาพรวมแต่ละด้าน ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 18-25 ปี อายุระหว่าง 26-35 ปี และอายุมากกว่า 35 ปี ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ 0.05 ส่วนในรายประเด็นย่อยของส่วนประสมทางการตลาดก็ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ 0.05 เช่นกัน