

บทคัดย่อ

วิชา บธ. 851 : การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

ชื่อเรื่อง	: พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อข้าวสารจากร้านค้าปลีกของผู้บริโภค ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
ผู้จัดทำ	: นางสาวพรรณิ ทักษิณาเวศน์
อาจารย์ที่ปรึกษา	: ดร.ทวีวรรณ ธารพิพัฒน์
หลักสูตร	: บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ
วันที่อนุมัติผลงาน	: กันยายน 2547
จำนวนหน้า	: 62หน้า

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคข้าวสารและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ผู้บริโภคใช้ตัดสินใจเลือกร้านจำหน่ายข้าวสารของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 366 ตัวอย่าง วิเคราะห์ข้อมูลโดยสถิติ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 25 – 34 ปี และ 45 ปีขึ้นไป ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพรับจ้าง มีที่พักอาศัยเป็นบ้านของตนเอง/บ้านบิดามารดา พักอาศัยกับคู่สมรสและบุตร จำนวนผู้พักอาศัยในครอบครัว 3 – 4 คน รายได้ต่อเดือนโดยประมาณ 3,001 – 6,000 บาท

ผลการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อข้าวสารจากร้านค้าปลีก พบว่าการซื้อข้าวสารแบบตักจากร้านค้าปลีกเนื่องจากสามารถซื้อได้ตามจำนวนที่ต้องการ ส่วนใหญ่เคยซื้อข้าวสารบรรจุถุงที่ระบุตราี่ห้อ เพราะข้าวคุณภาพดีโดยไม่เจาะจงยี่ห้อ ชนิดข้าวสารที่ซื้อคือข้าวเจ้าประเภทข้าวหอมมะลิ ปริมาณที่ซื้อต่อครั้ง ประมาณ 2 – 5 กก. และนำไปหุงรับประทานในมื้อเย็น

ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อข้าวสารจากร้านค้าปลีกของผู้บริโภค ผู้บริโภคให้ความสำคัญระดับมากได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายระดับปานกลาง คือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ทดสอบสมมติฐาน ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า ปัจจัยทางการตลาดที่ผู้บริโภคใช้ในการพิจารณาเลือกซื้อข้าวสารจากร้านค้าปลีกไม่มีความ

แตกต่างกันจำแนกตามผู้บริโภคที่ระบุรายได้หรือกับไม่ระบุรายได้ก็ได้แก่ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ส่วนปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีความแตกต่างกัน ได้แก่ ความปลอดภัยจากสิ่งเจือปน ความสะอาดของกระสอบ ถึง ที่ตัดข้าวสาร ความสวยของเมล็ดข้าว เช่น ขาว อวบ เมล็ดที่สมบูรณ์ รูปแบบถุงบรรจุข้าวสาร ทนทานแข็งแรง ผู้บริโภคที่เคยซื้อข้าวสารบรรจุถุงที่ระบุรายได้ให้ความสำคัญมากกว่าผู้บริโภคที่ไม่เคยซื้อข้าวสารบรรจุถุงที่ระบุรายได้

PAYAP UNIVERSITY