

ชื่อเรื่องการค้าคั่วแบบอิสระ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมและความพึงพอใจ
ในการตัดสินใจซื้อผักเมืองหนาวของโครงการ
หลวง ของผู้บริโภคนในจังหวัดเชียงใหม่

ผู้เขียน

นางสาวนิตยา แสงบุญ

ปริญญา

เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้าคั่วแบบอิสระ

รศ. ดร.วินัส ฤชาชัย

ประธานกรรมการ

รศ. สุวรรตน์ ยิบมันตะศิริ

กรรมการ

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มี 3 วัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อผักเมืองหนาวของโครงการหลวง 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผักเมืองหนาวของโครงการหลวง และ 3) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผักเมืองหนาวของโครงการหลวง ในจังหวัดเชียงใหม่

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาเป็นข้อมูลปฐมภูมิ ซึ่งได้มาจากการสัมภาษณ์ โดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อผักเมืองหนาวของโครงการหลวง จำนวน 200 ราย ซึ่งเลือกมาโดยการสุ่มแบบบังเอิญ โดยสถิติเชิงพรรณนาในการวิเคราะห์

ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อผักเมืองหนาวในการซื้อ ดังนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20 – 35 ปี สถานภาพโสด มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยน้อยกว่า 10,000 บาทต่อเดือน และมีระยะทางจากที่พักถึงร้านค้าน้อยกว่า 4 กิโลเมตร ผู้ซื้อส่วนใหญ่ซื้อผักเมืองหนาวของโครงการหลวง เพราะเห็นว่าสินค้ามีความปลอดภัยจากสารพิษ เข้ามาซื้อผักเมืองหนาวน้อยกว่า 4 ครั้งต่อเดือน ซื้อผลไม้เมืองหนาวน้อยกว่า 3 ครั้งต่อเดือน

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผักเมืองหนาวของโครงการหลวง ในส่วนของปัจจัยที่สามารถควบคุมได้ ซึ่งเรียงอันดับความสำคัญของปัจจัยในการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า

อันดับที่หนึ่งคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์นั้นกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อ จะให้ความสำคัญที่สินค้ามีความปลอดภัยจากสารพิษ รองลงมาคือปัจจัยด้านราคา ซึ่งในปัจจัยด้านราคาระนั้นกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อ จะให้ความสำคัญกับ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผักเมืองหนาวของโครงการหลวง ในส่วน ของปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมได้ ซึ่งใช้การทดสอบไคสแควร์ (Chi-square test, χ^2) เป็นเครื่องมือ ในการวิเคราะห์ พบว่า อาชีพและรายได้ของผู้ซื้อมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการซื้อผัก/ผลไม้ เมืองหนาวของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อ

ผลการศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้ซื้อผักเมืองหนาวของโครงการหลวง พบว่า กลุ่มผู้ ซื้อมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านบุคคล อยู่ในระดับมาก และมีความพึงพอใจปัจจัยทางด้านการบรรจุภัณฑ์ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้าน การให้บริการ อยู่ในระดับปานกลาง

| | | |
|---|---|-------------|
| Independent Study Title | Factors Affecting the Behavior and Satisfaction in Purchasing Royal Project Temperate Vegetable of Consumers in Chiang Mai Province | |
| Author | Miss Nittaya Sangboon | |
| Degree | Master of Economics | |
| Independent Study Advisory Committee | Assoc. Prof. Dr. Venus Rauechai | Chairperson |
| | Assoc.Prof. Suwarat Gypmantasiri | Member |

ABSTRACT

This study has three objective: 1) to understand consumers' behavior and satisfaction in purchasing Royal Project Temperate vegetable, 2) to identify factors influencing consumers' decision to buy Royal Project Temperate vegetable, and 3) to explore consumers' satisfaction and opinion about Royal Project Temperate vegetable in Chiang Mai province

Primary data was used in this study. The data was obtained from a random sample of 200 buyers using questionnaire. Descriptive statistics was used in the analysis of data.

For the first objective, customers' behaviors. The results of the study showed a majority of consumers can be characterized as female, 25–35 years old, single, bachelor degree graduate, with average monthly income of less than 10,000 baht, and distance from accommodation to shop less than 4 kilometres, This group of consumer will buy Royal Project Temperate vegetables because the product contains no pesticide or chemical fertilizers. They will purchase temperate Royal Project vegetable less than 4 times each month, and purchase Royal Project temperate fruit less than 4 times each month.

The second objective, customers were asked to rank factors affecting their decision to buy Royal Project Temperate vegetable. The results of the study showed that on controllable factor, those relating to product were found to be the most important. Most customers felt the number one factor was that the product should be free from pesticide and chemical fertilizers. Next important factor in their decision to buy were those factor related to price. Price appropriate to quantity of product.

On the study of uncontrollable factor affecting customers' decision to buy, Chi-square test was used. The results of study showed that customers' occupation, and average monthly income were significantly related to the expenditure when buying Royal Temperate vegetable Project.

The third objective, customers were asked about their satisfaction level when purchasing Royal Project Temperate vegetable. From the analysis, The consumers were most satisfied with the product prices and friendliness of staff who assisted them when purchasing the product. However, This group was only monatlcy satisfied with distribution channels and quality of service offered.