

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ การตัดสินใจของผู้ซื้อในการซื้อเครื่องเทศ ในอำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่

ชื่อผู้เขียน นายชาติ เจ้าคูรี

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ อรรถ มณีสงฆ์	ประธานกรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พัทธา ตันติประภา	กรรมการ
อาจารย์เรณัฐ เสริมบุญสร้าง	กรรมการ

### บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงการตัดสินใจของผู้ซื้อในการซื้อเครื่องเทศ อันได้แก่ การเลือกผลิตภัณฑ์ การเลือกตราสินค้า การเลือกสถานที่หรือผู้ขาย การเลือกเวลาในการซื้อ และการเลือกปริมาณในการซื้อ โดยศึกษาผู้ซื้อในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อที่ซื้อเครื่องเทศตามร้านค้าในตลาดสดและในซูเปอร์มาร์เก็ตหรือร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ จำนวน 240 ตัวอย่าง ข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก

ผลการศึกษาพบว่าผู้ซื้อส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 46 – 55 ปี ส่วนใหญ่มีเชื้อชาติไทย มีสถานภาพสมรส มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 4 – 6 คน มีอาชีพรับราชการ การศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001 – 10,000 บาท

ในการศึกษาการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อในรูปแบบต่างๆ พบว่า

การเลือกผลิตภัณฑ์ พบว่าผู้ซื้อเลือกซื้อเครื่องเทศในลักษณะที่หึ่งแยกซื้อเครื่องเทศในแต่ละชนิดและซื้อรวมๆ หลายๆ ชนิด (ในลักษณะที่บรรจุรวมกันตามสูตรอาหาร) ในรูปแบบที่เป็นหึ่งผล เป็นเม็ด และรูปแบบที่ป่นเป็นผง โดยเครื่องเทศเหล่านั้นต้องมีคุณสมบัติ ดังนี้ ด้านคุณภาพ

ต้องผลิตได้มาตรฐาน ถูกสุขอนามัย รongลงมา ต้องสะอาด ปราศจากสิ่งเจือปน และได้รับการรับรองคุณภาพจาก อย. (สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา) ด้านรูปลักษณะต้องมีกลิ่นหอม รongลงมา ต้องมีฉลากระบุวิธีใช้หรือสูตรอาหาร มีการบรรจุรวมกันตามสูตรอาหาร และบรรจุอยู่ในภาชนะหรือหีบห่อที่สวยงามและสะอาด

การเลือกตราสินค้า พบว่าผู้ซื้อให้ความสำคัญในระดับมากต่อการเลือกตราสินค้าของเครื่องเทศในด้านผลิตเครื่องเทศได้มาตรฐาน รongลงมาคือ ด้านที่มีคุณสมบัติตรงตามที่ต้องการ ด้านหาซื้อสะดวก ด้านราคาที่เหมาะสม และด้านความเชื่อถือในครายี่ห้อ

การเลือกผู้ขายหรือร้านค้า พบว่าผู้ซื้อให้ความสำคัญในระดับมากต่อการเลือกผู้ขายหรือร้านค้าเครื่องเทศในด้านสินค้ามีความใหม่เชื่อถือได้ รongลงมาคือ ด้านความสะดวกในการซื้อหา ด้านบริการที่ดี และด้านที่มีสินค้าให้เลือกเยอะ

การเลือกเวลาในการซื้อ พบว่าผู้ซื้อซื้อเครื่องเทศโดยเฉลี่ยเดือนละครั้ง และผู้ซื้อส่วนใหญ่ซื้อเครื่องเทศเมื่อมีความต้องการใช้เครื่องเทศ

การเลือกปริมาณการซื้อ พบว่าผู้ซื้อส่วนใหญ่ซื้อเครื่องเทศแต่ละครั้งเป็นปริมาณ 100 กรัม – 500 กรัม (1 ซีด – 5 ซีด) และซื้อในจำนวนเงิน 1 – 20 บาท ตามประเภทของเครื่องเทศที่ซื้อ

**Independent Study Title**      Buyers' Decisions in Buying Spices in Amphoe Mueang,  
Changwat Chiang Mai

**Author**                              Mr. Charlie Chowdhury

**M.B.A.**                                Business Administration

**Examining Committee**

Assist.Prof. Orachorn    Maneesong	Chairman
Assist.Prof. Dr. Patchara Tantiprabha	Member
Lecturer Renus Sernboonsang	Member

**Abstract**

The objectives of this were to study the buyers' decisions in buying spices in terms of product choice, brand choice, dealer choice, purchasing time and purchase amount. The study was conducted with buyers in Amphoe Mueang, Changwat Chiang Mai. Questionnaires were used to collect data from 240 buyers who bought spices from fresh markets, supermarkets and superstores. The data were analyzed by using statistical tools such as frequencies, percentages, means and weighted averages.

The results showed that most buyers were female ages between 46 – 55 years old, Thai ethnic group, married, having 4 – 6 persons in a family, employed by government sectors, holding bachelor's degrees or equivalent, and earning between 5,001 – 10,000 baht per month.

Results of the study of buyers' decisions in buying spices indicated as follows :

Regarding the product choices, the buyers chose to buy both only one kind of spice or a mixture of spices (such as a mixture of spices for a recipe) in the form of seeds and/or powder. With respect to the qualities, the processing of the product must meet standard, hygienic and no

contaminated, and were approved by Food and Drug Administration. Concerning the physical features, the products must have fragrant and labels that showed directions and ingredients. In addition, the spices must be packed for a recipe and the packages must be attractive and clean.

Regarding the brand choices, the buyers rated “highly important” for the following attributes of a brand : meeting standard, convenience, reasonable price, and reliability.

Regarding the dealer choices, the buyers rated “highly important” for product freshness, convenient location, good services, and having variety of products.

Regarding the purchasing, the buyers bought spices once a month and most of them bought spices when they needed them.

Regarding the purchase amount, the buyers bought 100 – 500 grams of spices each time and on average they spent 1 – 20 baht each purchase.