

## บทคัดย่อ

### วิชา บธ.851: วิชาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

ชื่อเรื่อง	: พฤติกรรมการซื้อส้มของผู้บริโภคอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
ผู้จัดทำ	: นางสาววรรณภา กลัดกลีบ
อาจารย์ที่ปรึกษา	: ดร.ฐิติกุล ไชยวรรณ
หลักสูตร	: บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
วันที่อนุมัติผลงาน	: กุมภาพันธ์ 2550
จำนวนหน้า	: 73 หน้า

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง เรื่อง “พฤติกรรมการซื้อส้มของผู้บริโภคอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อส้ม และสิ่งกระตุ้นทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อส้มของผู้บริโภคอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยทำการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง ผู้ที่ซื้อส้มในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 300 ราย การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) โดยเลือกตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-probability sampling) ในลักษณะการเจาะจงกลุ่มตัวอย่าง (Purposive sampling) การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการใช้แบบสอบถาม และทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequencies) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

จากการศึกษากลุ่มผู้ซื้อส้มส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุไม่เกิน 29 ปี ประกอบอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีรายได้ต่อเดือน 5,000-10,000 บาท มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี จำนวนสมาชิกในครอบครัวประมาณ 4 คน

การศึกษากฎการซื้อส้มของกลุ่มตัวอย่างพบว่าส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับส้ม นิยมซื้อส้มที่ปลูกในประเทศ โดยเฉพาะส้มสายน้ำผึ้ง (โชกุน) ส้มเขียวหวาน และที่ไม่ทราบสายพันธุ์ โดยส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างจะซื้อส้มที่มีคุณสมบัติ ดังนี้ ส้มที่มีเมล็ด มีเปลือกที่บาง ปริมาณน้ำส้มมีมาก มีสีผิวสีส้ม นิยมส้มที่มีเส้นใยน้อย ผิวส้มไม่เคลือบแว็กซ์ และนิยมส้มที่มีรสชาติเปรี้ยวอมหวาน ในส่วนบรรจุภัณฑ์ของส้มที่ซื้อเป็นประจำคือ ประเภทที่บรรจุในถุงพลาสติก กลุ่มตัวอย่าง

ส่วนใหญ่จะซื้อส้มเพื่อรับประทานเอง และเป็นผู้ที่ตัดสินใจซื้อส้มด้วยตนเอง และนิยมบริโภคส้มในลักษณะทานผลสด ในการซื้อแต่ละครั้ง กลุ่มตัวอย่างจะซื้อในปริมาณ 1-5 กิโลกรัมต่อครั้ง โดยจะซื้อส้มเป็นบางครั้ง และบางส่วนซื้อส้มเป็นประจำ นิยมซื้อส้มที่ออกในฤดูกาล ในส่วนของสถานที่ที่กลุ่มตัวอย่างซื้อส้มเป็นประจำ ได้แก่ ซื้อจากตลาดสด ร้านขายผลไม้ และซูเปอร์มาร์เก็ต จากการศึกษพบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจส้มที่มีการติดสติ๊กเกอร์ที่ระบุปริมาณความหวานหรือความปลอดภัยจากสารพิษ

จากการวิเคราะห์สิ่งกระตุ้นทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อส้มของผู้บริโภคอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อสิ่งกระตุ้นทางการตลาด ด้านราคา รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญเกี่ยวกับความหวานของส้ม รองลงมาความสะอาดของผิวส้ม และส้มปลอดสารพิษ ในระดับมากที่สุด

ด้านราคาของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญมากที่สุดนำมาพิจารณา คือ ราคาคุ้มค่ากับคุณภาพส้ม รองลงมาราคาเหมาะสมกับปริมาณ และราคากับตราี่ห้อ ให้ความสำคัญในระดับมาก

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในการซื้อจากตลาดสด ร้านขายผลไม้ ตลาดนัด ในระดับมาก และให้ความสำคัญระดับปานกลางสำหรับช่องทางการจัดจำหน่ายใน ซูเปอร์มาร์เก็ต และไฮเปอร์มาร์เก็ต

และด้านการส่งเสริมการตลาด ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญระดับมากในการลดราคา มีส้มให้ทดลองชิม การแถมปริมาณส้ม และพนักงานเชิญให้ทดลองชิม