

ชื่อเรื่อง	การศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์และปัจจัยทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกซื้อข้าวหอมมะลิบรรจุถุงของผู้บริโภค กรณีศึกษา ประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดยโสธร
ผู้ศึกษา	นางสาวสุวลักษณ์ ลครไชย นางสาวชนิษฐา ทองขาว
ครูที่ปรึกษา	นางสาวมณฑวดี พูลเกิด
แผนกวิชา	การขายและการตลาด
ประเภทวิชา	บริหารธุรกิจ

บทคัดย่อ

การศึกษาปัญหาพิเศษเรื่อง การศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์และปัจจัยทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกซื้อข้าวหอมมะลิบรรจุถุงของผู้บริโภค กรณีศึกษา ประชาชนในเขต อำเภอเมือง จังหวัดยโสธร มีวัตถุประสงค์ดังนี้

เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มค่าที่ซื้อข้าวหอมมะลิบรรจุถุงของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดยโสธร

เพื่อศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อข้าวหอมมะลิบรรจุถุงของผู้บริโภค ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดยโสธร

สรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

การศึกษาองค์ประกอบด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง เกี่ยวกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อันดับหนึ่งคือ เรื่อง ความสะอาดของเมล็ดและบรรจุภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.6083 แปลความหมายได้ว่าอยู่ในระดับ มาก รองลงมาคือ เรื่อง คุณภาพของเมล็ดข้าว เช่น เมล็ดสวย เต็มเมล็ด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.5830 แปลความหมายได้ว่าอยู่ในระดับ มาก และอันดับสาม เรื่อง การได้รับเครื่องหมายรับรอง

คุณภาพหรือมาตรฐาน เช่น ISO 9001:2000,1400/HACCP/GMP มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 ส่วน เบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.5196 แปลความหมายได้ว่าอยู่ในระดับ มาก

การศึกษาองค์ประกอบด้านราคา พบว่า ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง เกี่ยวกับปัจจัยด้าน ราคา อันดับหนึ่งคือ เรื่องราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐานเท่ากับ 0.6083 แปลความหมายได้ว่าอยู่ในระดับ มาก อันดับสองคือ เรื่อง ราคาเหมาะสม เมื่อเทียบกับปริมาณที่บรรจุ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.6481 แปล ความหมายได้ว่าอยู่ระดับ มาก และอันดับสาม เรื่อง ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับความคุ้มค่าที่ได้รับ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.5916 แปลความหมายได้ว่าอยู่ในระดับมาก

การศึกษาองค์ประกอบด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง เกี่ยวกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อันดับหนึ่งคือ เรื่อง ความสะดวกและความง่ายในการหา ซื้อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.56 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.5291 แปลความหมายได้ว่าอยู่ในระดับ มากที่สุด อันดับสองคือ เรื่อง มีการจัดการวางสินค้าที่สามารถมองเห็นได้ชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.7874 แปลความหมายได้ว่าอยู่ในระดับ มาก และอันดับสาม เรื่อง มีปริมาณในการวางจำหน่ายสม่ำเสมอไม่ขาดตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐานเท่ากับ 0.7550 แปลความหมายได้ว่าอยู่ในระดับ มาก

การศึกษาองค์ประกอบด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง เกี่ยวกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อันดับหนึ่ง คือ เรื่อง มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ (โทรทัศน์ ,โบว์ชัวร์) ให้กับผู้บริโภคทราบเกี่ยวกับคุณลักษณะที่แตกต่างกันของข้าวแต่ละชนิด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.1 แปลความหมายได้ว่าอยู่ในระดับ มาก อันดับสองคือ เรื่อง มีการ ลดราคา เช่น ลดราคาลงมาให้ต่ำกว่าราคาปกติ ในช่วงเวลาที่ห้างมีการจัดทำกรส่งเสริมการขายมี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.1532 แปลความหมายได้ว่าอยู่ในระดับ มาก และ อันดับสาม เรื่อง มีการแจกของแถม เช่น ผ่ากันเป็อน ทัพพี ฯลฯ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59 ส่วน เบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.4866 แปลความหมายได้ว่าอยู่ในระดับ มาก

คำนำ

การศึกษาปัญหาพิเศษในครั้งนี สามารถสำเร็จลุล่วงไปด้วยดีพร้อมทั้งได้ผลงานที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เพราะได้รับความกรุณา และช่วยเหลืออย่างดียิ่ง จากคณะครูแผนกวิชาการขายและการตลาด ที่ได้กรุณาเป็นที่ปรึกษา และได้เสียสละเวลาอันมีค่ายิ่ง ในการให้คำแนะนำ และตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่อง นับตั้งแต่เริ่มต้นดำเนินการจนเสร็จสมบูรณ์เรียบร้อยด้วยความเอาใจใส่เป็นอย่างดีมาตลอดผู้ศึกษาจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณ บิดา มารดา และบุคคลรอบข้างที่คอยเป็นแรงผลักดัน และให้กำลังใจ คอยให้ความช่วยเหลือในด้านต่างๆ เสมอมา

ท้ายสุด ขอขอบพระคุณ เพื่อนร่วมชั้นเรียนที่คอยเป็นกำลังใจ ให้ความช่วยเหลือ ให้คำปรึกษา และร่วมกันแก้ไขปัญหาต่างๆ จนการศึกษาปัญหาพิเศษฉบับนี้มีความสมบูรณ์อย่างที่ตั้งใจไว้

สุวลักษณ์ ลครไชย

ชนิษฐา ทองขาว

