

ชื่อเรื่องการค้าค้นคว้าแบบอิสระ

ทัศนคติของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
ต่อข้าวหอมนิลบรรจุง

ผู้เขียน

นางสาวนันท์นภัส ชัยบุญญพัฒน์

ปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การจัดการอุตสาหกรรมเกษตร)

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้าค้นคว้าแบบอิสระ อาจารย์ ดร.พิชญลักษณ์ พิษณุกุล

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ทราบถึงทัศนคติของผู้บริโภค ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ต่อข้าวหอมนิลบรรจุง จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 41 - 50 ปี ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. มีสถานภาพสมรส ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพรับจ้างทั่วไป มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10,001 บาท และมีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 3 - 4 คน ด้านพฤติกรรมการบริโภค พบว่า ทั้งหมดเคยซื้อข้าวหอมนิลบรรจุง ส่วนใหญ่ซื้อจากห้างสรรพสินค้าชั้นนำต่าง ๆ มีระยะเวลาในการซื้อแต่ละครั้งประมาณ 1 ครั้งต่อเดือน ส่วนใหญ่เลือกซื้อขนาด 1 กิโลกรัม ทุกคนรับทราบหรือเคยรับทราบข้อมูลเกี่ยวกับข้าวหอมนิลบรรจุงจากครอบครัว มีหลักเกณฑ์ในการพิจารณาเลือกซื้อคือ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ ส่วนใหญ่ตัดสินใจเลือกซื้อด้วยตัวเอง และคิดว่าในอนาคตจะซื้อข้าวหอมนิลบรรจุงต่อไป

ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของผู้บริโภค ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ที่มีผลต่อข้าวหอมนิลบรรจุง พบว่า ส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจต่อข้าวหอมนิลบรรจุงอยู่ในระดับมาก มีระดับความรู้สึกรู้สึกต่อส่วนประสมทางการตลาดของข้าวหอมนิลบรรจุง โดยภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 2.86$, S.D. = 0.77) โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านราคา รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านการจัดจำหน่าย ตามลำดับ

Independent Study Title

Attitudes of Consumers in Mueang District,
Chiang Mai Province Towards Bagged Hom
Nil Rice

Author

Miss Nannaphat Chaibunyaphat

Degree

Master of Business Administration
(Agro – Industry Management)

Independent Study Advisor

Asst. Prof. Dr. Somchai Jomduang

ABSTRACT

The objective of this study was to study Attitudes of Consumers in Mueang District, Chiang Mai Province Towards Bagged Hom Nil Rice. The samples composed of 400 customers, age average 41-50 years, high school or certificate education, marriage status, monthly income less than 10,001 Baht and having 3-4 family member. Toward their attitude, it was found that most of the consumers used to buy Nil Jasmine Rice 1 kg.pag permonth and they have know about this rice pag from family. The reason why they bought concerning about quality and they tend to buy this rice pack again.

In addition, the consumers have shown their understand of this rice pack at the high leveled or in the totall attitude was at ($\bar{x} = 2.86$, S.D. = 0.77) while the cost, marketing and promoting came out to show respectively.