



ใบรับรองปัญหาพิเศษ
ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร
คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เรื่อง

ทัศนคติของผู้บริโภคต่อตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุง

ในเขตดุสิต กรุงเทพมหานคร

Consumer Attitudes toward Brand of Packed Rice
in Dusit District , Bangkok

ของ

นางสาวสาริษา ราชบุรณะ

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตร

วท.บ. (บริหารธุรกิจเกษตร)

เมื่อวันที่ 24 มกราคม พ.ศ. 2538

อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ


(รองศาสตราจารย์อำนวยการ แสงโนรี)

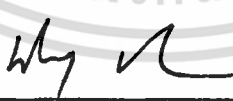
24 ม.ค. 2538

กรรมการปัญหาพิเศษ


(ผู้ช่วยศาสตราจารย์นิตยา สิทธีโชค)

24 ม.ค. 38

หัวหน้าภาควิชาฯ


(ผู้ช่วยศาสตราจารย์นิตยา สิทธีโชค)

24 ม.ค. 38

14582

9 ส.ค. 2541

ACC. NO.....

Date Received 27 ส.ค. 2538

Call No.....

พท.

๑๖๘๙๗

2538

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เรื่อง

ทัศนคติของผู้บริโภคต่อตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุง

ในเขตดุสิต กรุงเทพมหานคร

Consumer Attitudes toward Brand of Packed Rice

in Dusit District , Bangkok



T097913

โดย

นางสาวสาริษา ราชบุรณะ

พ.จ.ท.

๖๘๑๗

๒๕๓๘

เลขหมู่.....

เลขทะเบียน..... 97913

วัน,เดือน,ปี..... ๓ ๓๐ ๒๕๓๘

เสนอ

ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)

พ.ศ. ๒๕๓๘

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



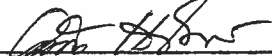
บทคัดย่อ

ชื่อเรื่อง : ทักษะคติของผู้บริโภคต่อตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงในเขตอุตสาหกรรม
กรุงเทพมหานคร

โดย : นางสาวสาริษา ราชบุรณะ

ชื่อปริญญา : วิทยาศาสตรบัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)

สาขาวิชาเอก : บริหารธุรกิจเกษตร

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ :  , 24, 254, 2539

(รองศาสตราจารย์อำนวยการ ส่งโนรี)

ข้าว เป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญที่ผูกพันกับคนไทยมาเป็นเวลานานแล้ว เนื่องจากเป็นอาหารหลักเพื่อการบริโภคในชีวิตประจำวัน การจำหน่ายข้าวสารบรรจุถุงได้มีการพัฒนารูปแบบการจำหน่าย จนปัจจุบันได้มีการจัดจำหน่ายข้าวสารบรรจุถุงให้กับผู้บริโภค โดยการนำมาบรรจุถุงขนาด 5 กิโลกรัม เพื่อความสะดวกของผู้บริโภค การสร้างตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงของผู้ผลิตแต่ละราย เพื่อการแข่งขันในตลาดข้าวสารบรรจุถุงให้ผู้บริโภคสามารถแยกสินค้าข้าวสารของผู้ผลิตแต่ละรายได้

จากวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาหาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคข้าวสารบรรจุถุง สาเหตุที่ผู้บริโภคเปลี่ยนหรือไม่เปลี่ยนตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงในการบริโภค รวมทั้งการที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงของประชากรในเขตอุตสาหกรรม ซึ่งเป็นการที่เหมาะสมแก่การเก็บรวบรวมข้อมูล เนื่องจากมีความเจริญพร้อมในทุกด้าน การเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากรตัวอย่าง 140 ตัวอย่างนั้นเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ซึ่งแบ่งเป็น 4 ส่วน คือส่วนที่หนึ่งเป็นข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค ส่วนที่สอง คือพฤติกรรมในการบริโภคและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุง ส่วนที่สามคือความคิดเห็นที่ผู้บริโภคมีต่อตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุง และส่วนสุดท้ายคือทัศนคติที่ผู้บริโภคมีต่อตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุง

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้พบว่า ปัจจัยที่ผู้บริโภคใช้เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกซื้อตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงคือ ความสะอาด ความสะดวกในการจัดซื้อและรสชาติของข้าวสารบรรจุถุงนั้น ๆ นอกจากนี้เป็นอีกสาเหตุที่ส่งผลกระทบต่อตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงของผู้บริโภค คือ การที่ผู้บริโภคมีความรู้เกี่ยวกับตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงของผู้ผลิต



รชชาติไม่ถูกใจ และพบสิ่งปลอมปนในข้าวสารบรรจุถุง ในขณะที่สาเหตุที่สำคัญในการที่ผู้บริโภคไม่เปลี่ยนการบริโภคตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุง คือ หาซื้อสะดวก และความสะอาดของตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงนั้น ๆ เมื่อนำตัวแปรทั้ง 7 ตัว คือระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือนของครอบครัว ราคาของข้าวสารบรรจุถุง ปริมาณในการบริโภคต่อเดือน อายุของผู้บริโภคทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุง โอกาสในการเปลี่ยนตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงมาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมถดถอยโลจิก พบว่า ปริมาณในการบริโภคต่อเดือน และรายได้ต่อเดือนของครอบครัว มีความสัมพันธ์กับโอกาสในการเปลี่ยนตราสินค้าที่ใช้ในการบริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยปริมาณการบริโภคต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับโอกาสในการเปลี่ยนตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุง ในทิศทางเชิงบวก ส่วนรายได้ต่อเดือนของครอบครัวนั้น มีความสัมพันธ์กับโอกาสในการเปลี่ยนตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุง ในทิศทางเชิงลบ

ในการศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อตราสินค้า ทำให้เกิดข้อ เสนอแนะต่อผู้ผลิตข้าวสารบรรจุถุงดังนี้ คือ แม้ตราสินค้าจะมีส่วนช่วยผู้บริโภคในการตัดสินใจ แต่สิ่งสำคัญสำหรับการตัดสินใจเลือกบริโภคตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงใดนั้น จะขึ้นอยู่กับคุณภาพของข้าวสารบรรจุถุง เป็นสำคัญ การที่จะทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกบริโภคตราสินค้าใดเป็นเวลานานหรือตลอดไปก็ควรรักษาคุณภาพของข้าวสารบรรจุถุงให้คงที่ตลอดไป เช่นควรคัดเลือกข้าวสารให้มาตรฐานเดียวกันทุกครั้งก่อนที่จะทำการบรรจุถุง อย่าให้มีสิ่งปลอมปนลงไปในถุงข้าวสาร และ พยายามกระจายสินค้าให้มากที่สุด เพื่อให้ผู้บริโภคสะดวกในการซื้อ เพราะการสะดวกในการหาซื้อก็เป็นปัจจัยหนึ่ง ที่ผู้บริโภคใช้ในการตัดสินใจเลือกซื้อตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุง เพื่อทำให้ผู้บริโภคมีทัศนคติที่ดีต่อตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงนั้น ๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คำนิยม

ปัญหาพิเศษเรื่อง "ทัศนคติของผู้บริโภคต่อตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุง ในเขตคูสิต กรุงเทพมหานคร" ครั้งนี้ให้เสร็จสมบูรณ์ได้นั้น ผู้จัดทำได้รับความกรุณาจากรองศาสตราจารย์ อำนวย แสงโนรี อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ และผู้ช่วยศาสตราจารย์นิศชา สิทธิโชค ซึ่งเป็นกรรมการปัญหาพิเศษ ที่ได้ช่วยแนะนำ ให้คำปรึกษารวมถึงแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ในการจัดทำปัญหาพิเศษฉบับนี้จนสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนต่าง ๆ ที่กรุณาในการให้ข้อมูลเพื่อประกอบการศึกษา รวมทั้งเจ้าหน้าที่ของสถาบันทุกท่านที่ให้ความสะดวกในการจัดทำปัญหาพิเศษฉบับนี้

นอกจากนี้ ผู้จัดทำได้รับความอนุเคราะห์จากคุณพ่อ คุณแม่และญาติพี่น้องทุกคน ที่ให้การสนับสนุนด้านกำลังทรัพย์ กำลังใจ รวมถึงการถามไถ่ความคืบหน้า อาจารย์ทุกท่านที่ได้ติดตามถามความคืบหน้าของการดำเนินงาน และให้คำแนะนำในการจัดทำปัญหาพิเศษฉบับนี้ ด้วยความเป็นห่วง ซอซอบใจเพื่อน ๆ พี่ ๆ น้อง ๆ ที่ได้ให้ความช่วยเหลือและเป็นกำลังใจตลอดมา ผู้จัดทำจึงขอขอบพระคุณทุก ๆ ท่านมา ณ ที่นี้ด้วย

นางสาวสาริษา ราชบุรณะ

ผู้จัดทำ

มกราคม 2538

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

| | หน้า |
|--|------|
| สารบัญตาราง | (3) |
| บทที่ 1 บทนำ | 1 |
| ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา | 1 |
| วัตถุประสงค์ของการศึกษา | 3 |
| ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ | 3 |
| ขอบเขตการศึกษา | 4 |
| นิยามศัพท์ | 4 |
| บทที่ 2 ระเบียบวิธีการศึกษา | 6 |
| การตรวจเอกสาร | 6 |
| วิธีการศึกษา | 8 |
| ข้อมูลและการเก็บรวบรวมข้อมูล | 8 |
| วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล | 11 |
| สมมติฐาน | 14 |
| บทที่ 3 พฤติกรรมและทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุง | 16 |
| ลักษณะทั่วไปทางสังคมและเศรษฐกิจของผู้บริโภค | 16 |
| การตัดสินใจเลือกตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุง | 22 |
| ความคิดเห็นที่มีต่อตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุง | 28 |
| ทัศนคติของผู้บริโภค | 34 |
| บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล | 40 |
| การวิเคราะห์เพื่อตรวจสอบสมมติฐาน | 40 |
| ผลการตรวจสอบสมมติฐานทัศนคติที่มีต่อตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุง | 41 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ (ต่อ)

| | หน้า |
|---------------------------|------|
| บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ | 45 |
| สรุปผลการศึกษา | 45 |
| ข้อเสนอแนะ | 46 |
| เอกสารอ้างอิง | 48 |
| ภาคผนวก | 50 |



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง

| ตารางที่ | | หน้า |
|----------|--|------|
| 1 | การเปรียบเทียบค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยของครัวเรือนเกี่ยวกับข้าวและอาหารที่ทำจากแป้งในระยะเวลา 7 วัน ใน พ.ศ. 2533 และ 2535 | 2 |
| 2 | อัตราส่วนร้อยละและจำนวนประชากรในเขตอุตสาหกรรม กรุงเทพมหานคร แบ่งตามแขวงการปกครองในเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2537 | 10 |
| 3 | อัตราส่วนร้อยละและจำนวนประชากรที่ทำการสุ่มตัวอย่างในการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้จากเขตอุตสาหกรรม กรุงเทพมหานคร | 11 |
| 4 | ลักษณะทางสังคมและเศรษฐกิจของผู้บริโภคข้าวสารบรรจุถุงในเขตอุตสาหกรรม | 17 |
| 5 | จำนวนและร้อยละของอายุของผู้บริโภคข้าวสารบรรจุถุงในเขตอุตสาหกรรม | 18 |
| 6 | จำนวนและร้อยละระดับการศึกษาของผู้บริโภคข้าวสารบรรจุถุงในเขตอุตสาหกรรม | 19 |
| 7 | จำนวนและร้อยละอาชีพของผู้บริโภคข้าวสารบรรจุถุงในเขตอุตสาหกรรม | 20 |
| 8 | จำนวนและร้อยละของรายได้ของผู้บริโภคข้าวสารบรรจุถุงในเขตอุตสาหกรรม | 21 |
| 9 | จำนวนและร้อยละของสมาชิกในครอบครัวของผู้บริโภคข้าวสารบรรจุถุงในเขตอุตสาหกรรม | 22 |
| 10 | จำนวนและร้อยละปริมาณการซื้อข้าวสารบรรจุถุงของผู้บริโภคข้าวสารบรรจุถุงในเขตอุตสาหกรรม | 23 |
| 11 | จำนวนและร้อยละของความถี่ในการซื้อข้าวสารบรรจุถุง | 24 |
| 12 | จำนวนและร้อยละร้านค้าที่ผู้บริโภคในเขตอุตสาหกรรมซื้อข้าวสารบรรจุถุง | 25 |
| 13 | จำนวนและร้อยละของผู้บริโภคที่รู้จักตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงอื่น ๆ | 26 |
| 14 | จำนวนและร้อยละตามลำดับของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุง | 27 |
| 15 | จำนวนและร้อยละของผู้บริโภคที่เคยเปลี่ยนการบริโภคตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุง | 29 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้ภายในเพื่อการวิจัยเท่านั้น เมื่อนำไปใช้ประโยชน์ทางการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ก็ตาม จะต้องมีให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง (ต่อ)

| ตารางที่ | | หน้า |
|----------|---|------|
| 16 | จำนวนและร้อยละตามลำดับเหตุผลของการตัดสินใจเปลี่ยนตราสินค้า | 30 |
| 17 | จำนวนและร้อยละตามลำดับเหตุผลของการตัดสินใจไม่เปลี่ยนตราสินค้า | 32 |
| 18 | จำนวนและร้อยละผู้บริโภคที่มีความคิดเห็นต่อคุณภาพข้าวสารบรรจุถุง | 33 |
| 19 | จำนวนและร้อยละผู้บริโภคในการเลือกซื้อตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงเมื่อซื้อตราสินค้าที่ต้องการไม่ได้ | 33 |
| 20 | จำนวนและร้อยละผู้บริโภคที่มีต่อความสำคัญของตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุง | 34 |
| 21 | จำนวนและร้อยละของทัศนคติของผู้บริโภค | 38 |
| 22 | ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรที่ใช้ตรวจสอบสมมติฐาน | 41 |
| 23 | ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรแต่ละคู่ที่ใช้ในการตรวจสอบสมมติฐาน | 42 |
| 24 | ค่าประมาณสัมประสิทธิ์ของแบบจำลองโลจิสต์สำหรับการใช้ในการตรวจสอบสมมติฐานที่เกี่ยวกับโอกาสในการเปลี่ยนการบริโภคตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุง | 44 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา

ข้าวเป็นพืชในตระกูลหญ้าที่เก่าแก่มาพืชหนึ่ง เป็นอาหารประเภทแป้งที่ใช้เลี้ยงประชากรเกือบครึ่งโลก และข้าวเป็นพืชเศรษฐกิจที่มีความสำคัญเป็นอันดับหนึ่งของประเทศไทย โดยนำรายได้เข้าสู่ประเทศปีละหลายหมื่นล้านบาท ฉะนั้นอาจจะกล่าวได้ว่าข้าวเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญของไทย นอกจากนั้นข้าวไทยเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ประเทศไทยเป็นที่รู้จักกันทั่วโลก ทั้งนี้เพราะว่าข้าวไทยเป็นข้าวที่มีคุณภาพดี คือ เมื่อกวนแล้วนุ่มนวลและมีกลิ่นหอมชวนรับประทาน จึงสามารถกล่าวได้ว่า ข้าวมีความสำคัญและความจำเป็นต่อการดำรงชีวิตของคนไทย เพราะคนไทยเกือบทุกคนต้องบริโภคข้าวเป็นประจำทุกวันโดยเฉลี่ยประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร มีปริมาณบริโภคข้าวโดยเฉลี่ย 82.1 กิโลกรัมต่อคนภายในเวลา 1 ปี (สำนักงานสถิติแห่งชาติ : 2533) และเมื่อเปรียบเทียบค่าใช้จ่ายในการบริโภคข้าวและอาหารแป้งในช่วงเวลา 2 ปี จะพบว่า ในเขตกรุงเทพมหานคร ประชากรเสียค่าใช้จ่ายในการบริโภคข้าวและอาหารแป้งเพิ่มขึ้นมากถึง 6.12 บาทต่อสัปดาห์ (ตารางที่ 1) ซ่อมเป็นข้อยืนยันที่ชัดเจนว่า ข้าวเป็นอาหารที่สำคัญของคนไทย

ข้าวสารบรรจุถุงได้เกิดขึ้นเมื่อประมาณ 15 ปีที่ผ่านมา ซึ่งระยะแรกนั้นข้าวสารบรรจุถุงยังไม่เป็นที่นิยมของประชาชน เพราะถือว่าเป็นข้าวสารราคาถูก ประกอบกับคุณภาพข้าวที่นำมาบรรจุถุงเป็นข้าวเกรดต่ำ ต่อมาในปี 2527 ผู้ส่งออกข้าวรายหนึ่ง ได้ผลิตข้าวสารบรรจุถุงออกมาจำหน่ายในตลาดกรุงเทพมหานคร 3 ประเภท คือ ข้าวหอมมะลิ ข้าวเสาไห้ และข้าวสาร 5 เเปอร์เซ็นต์ ขนาดบรรจุถุงละ 5 กิโลกรัม โดยใช้เครื่องมือที่ทันสมัยและเงินลงทุนสูง ทำให้ข้าวบรรจุถุงที่ผลิตออกมามีคุณภาพได้มาตรฐานและสะอาด เป็นที่ถูกใจของผู้บริโภค ซึ่งเป็นปัจจัยที่ทำให้ความคิดของผู้บริโภคที่มีต่อข้าวสารบรรจุถุงในทางลบเป็นไปในทางที่ดีขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 1 การเปรียบเทียบค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยของครัวเรือนเกี่ยวกับข้าวและอาหารที่ทำจาก
แป้งในระยะเวลา 7 วัน ใน พ.ศ. 2533 และ 2535

(หน่วย : บาท)

| ปี พ.ศ. | ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย |
|---------|------------------|
| 2533 | 58.77 |
| 2535 | 64.89 |

ที่มา : (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2535)

ตลาดข้าวสารบรรจุถุงได้พัฒนาขึ้นอย่างรวดเร็วในช่วง ปี 2529-2530 เนื่องจากสภาพทางด้านเศรษฐกิจและสังคมในเขตตัวเมืองใหญ่ ๆ รัศมีมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเขตกรุงเทพฯ ซึ่งผลให้วิถีการดำรงชีวิตเปลี่ยนไปจากเดิม มาเป็นการใช้ชีวิตอย่างเร่งรีบขึ้น ซึ่งจะส่งผลทำให้ผู้บริโภคเน้นการบริโภคในแง่ความสะดวกเป็นสำคัญ เพราะเหตุนี้เองที่ทำให้ข้าวสารบรรจุถุงเริ่มเข้ามามีบทบาทมากขึ้น และเป็นที่นิยมในกลุ่มผู้บริโภคในเขตเมืองหลวงอย่างรวดเร็ว ทำให้ตลาดข้าวสารบรรจุถุง มีผู้ผลิตเข้าร่วมแข่งขันในตลาดข้าวสารบรรจุถุงเพิ่มขึ้น ส่งผลให้ภาวะการแข่งขันในตลาดเพิ่มสูงขึ้นไปด้วย โดยถ้าพิจารณาจากคุณภาพของข้าวสารแล้ว จะมีความแตกต่างกันเล็กน้อยเท่านั้น จึงมีเพียงตราสินค้าของผู้ผลิตในแต่ละรายเท่านั้น ที่จะสร้างความแตกต่างให้ผู้บริโภคเห็นได้ชัด เพื่อให้เกิดความเชื่อถือในตัวสินค้า โดยผู้ผลิตหวังส่วนแบ่งทางการตลาด (market share) เพิ่มขึ้น และให้ผู้บริโภคเกิดความภักดี (loyalty) ต่อสินค้าของตนได้โดยผ่านตราสินค้าของผู้ผลิตรายนั้น ๆ

เนื่องจาก ประชากรในเขตกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่มหันมาบริโภคข้าวสารบรรจุถุงจำนวนเพิ่มมากขึ้น เพราะปัจจัยหลาย ๆ ประการเช่น ความสะดวกในการหาซื้อ ความนิยมของเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับกรใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์การค้า ประชากร ดังนั้นในการศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคต่อตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงในครั้งนี้ จึงควรไม่วางกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมีเหตุดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทำการศึกษาจากประชากรในจังหวัดกรุงเทพมหานคร แต่ในกรุงเทพมหานครนั้นมีการแบ่งเขตการปกครองถึง 36 เขต และมีประชากรเป็นจำนวนมาก จึงทำการสุ่มตัวอย่างประชากรจากเขตในกรุงเทพมหานครเพียง 1 เขตเท่านั้นคือ เขตดุสิต ซึ่งประชากรตัวอย่างดังกล่าวมีความเหมาะสมทั้งทางด้านสังคม เศรษฐกิจ และ ภูมิศาสตร์ โดยเป็นเขตที่ไม่มีข้อจำกัดในด้านปัจจัย ๆ เช่น สาธารณูปโภคต่าง ๆ การโทรคมนาคม และจำนวนประชากร ประชากรอาศัยอยู่ในแหล่งชุมชนขนาดใหญ่ มีความหลากหลายในด้านสังคมและเศรษฐกิจ เพื่อความเหมาะสมของข้อมูลที่จะได้จากการสอบถามกลุ่มประชากร

การศึกษานี้ต้องการทราบว่า ตราสินค้ามีผลต่อการตัดสินใจบริโภคข้าวสารบรรจุถุงหรือไม่นั้น ควรศึกษาจากปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ เปลี่ยนตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงที่ใช้ในการบริโภค ซึ่งจะส่งผลให้ทราบไปถึงทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุง และ ความสำคัญของตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงในสายตาของผู้บริโภค โดยข้อมูลที่ได้จากการศึกษานี้ ผู้ผลิตสามารถนำไปใช้ในการพัฒนาสินค้าภายใต้ตราสินค้าต่าง ๆ ของตนเอง ให้มีคุณภาพตรงตามความต้องการของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. ศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคและเหตุผลที่ผู้บริโภคทำการตัดสินใจในเรื่องตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงในเขตดุสิต กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์และอิทธิพลของปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงของผู้บริโภคในเขตดุสิต กรุงเทพมหานคร

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

การศึกษาก่อนการตัดสินใจของผู้บริโภคที่มีต่อตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงในเขตดุสิต กรุงเทพฯ ในครั้งนี้ ทำให้ทราบทัศนคติที่มีต่อตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงของผู้บริโภค และสามารถทราบได้ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าว่า ปัจจัยใดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุง หรือ มีผลต่อการเปลี่ยนไม่วางกรรมใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมีเหตุดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งหากนำไปใช้

ตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงเพื่อการบริโภค รวมทั้งความสำคัญของตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงใน
 สายตาของผู้บริโภค ซึ่งข้อมูลที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้ เพื่อให้ผู้ผลิตข้าวสารบรรจุถุงได้นำมา
 เป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และสามารถขยายช่องทางการจำหน่ายให้ทั่วถึง ตรงตามความ
 ต้องการของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น

ขอบเขตในการศึกษา

ในการทำการศึกษาศักดิ์ศรีของผู้บริโภคที่มีต่อตราสินค้าของข้าวสารบรรจุถุงในครั้งนี้
 มุ่งเน้น ที่จะศึกษาปัจจัยที่ผู้บริโภคใช้ในการตัดสินใจ เปลี่ยนตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงที่ใช้ในการ
 บริโภค โดยได้มีการกำหนดขอบเขตในการศึกษาไว้ดังนี้คือ จะทำการเก็บข้อมูลจากประชากรใน
 เขตดุสิต เพื่อให้ทราบถึงทัศนคติของผู้บริโภค และปัจจัยต่าง ๆ ที่ผู้บริโภคคำนึงถึง โดยใช้แบบ
 สอบถามทั้งสิ้นจำนวน 140 ชุด ในการเก็บข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างในเขตดุสิต กรุงเทพมหานคร
 บริเวณแขวงถนนนครไชยศรี แขวงดุสิต และแขวงวชิรพยาบาล ในช่วงเดือนกันยายน - ตุลาคม
 พ.ศ. 2537

นิยามศัพท์

ทัศนคติ หมายถึง แนวความคิดเห็นของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ตามที่พจนานุกรม
 ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 ได้ให้ความหมายเอาไว้หรือตามที่กลุ่มนักจิตวิทยาสังคมที่สนใจ
 เรื่องความรู้ความเข้าใจ (cognitively oriented) ให้ความหมายไว้ว่า ผลรวมของกาที่
 บุคคลมีความเข้าใจ ความรู้สึก และแนวโน้มในการตอบโต้ที่กระทำต่อสิ่งต่าง ๆ ทั้งหมดที่เข้าไป
 เกี่ยวข้อง

ข้าวสารบรรจุถุง หมายถึง ข้าวสารที่นำมาบรรจุถุงพลาสติก ทำการปิดผนึก
 ด้วยเครื่องจักร โดยมีน้ำหนักประมาณ 5 กิโลกรัม มีสีห่อและชนิดของข้าวแสดงอยู่ด้านหน้าถุง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผู้บริโภคร/ผู้บริโภครตัวอย่าง หมายถึง ประชากรในเขตลลิต กรุงเทพมหานคร
ที่บริโภครข้าวสารบรรจุถุง ซึ่งทำการลุ่มตัวอย่างผู้บริโภครในเขตลลิตเป็นจำนวน 140 ราย

ตราสินค้า ในที่นี้มีความหมายเดียวกับคำว่า "ยี่ห้อ" ที่ปรากฏในพจนานุกรมฉบับ
ราชบัณฑิตยสถาน ปี พ.ศ.2525 ซึ่งหมายถึง เครื่องหมายการค้า ที่แสดงความเป็นเอกลักษณ์ของ
สินค้าตนเองให้ผู้บริโภครสามารถแบ่งแยกสินค้าให้แตกต่างกับสินค้าของคู่แข่งได้อย่างชัดเจน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

ระเบียบวิธีการศึกษา

การตรวจเอกสาร

กองควบคุมข้าว (2531) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคข้าวสารบรรจุถุงของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผลิตภัณฑ์ข้าวสารบรรจุถุงมีศักยภาพ (product potential) หรือไม่นั้น ปัจจัยที่ต้องคำนึง คือ ราคาและคุณภาพ ซึ่งทั้งราคาและคุณภาพจะมีผลต่อต้นทุนการผลิตเช่นเดียวกัน การกระทำอย่างใดอย่างหนึ่งจะมีผลต่อปริมาณขายในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือ ถ้าต้องการข้าวที่มีคุณภาพดี ราคาจะสูงขึ้น ปริมาณการขายก็ตกลง จากข้อสัมภาษณ์พบว่า เมื่อปลายปี 2530 ต่อต้นปี 2531 ราคาข้าวเปลือกสูงขึ้นอย่างรวดเร็วเป็นผลให้ราคาข้าวสารขึ้นตาม การปรับเปลี่ยนราคาข้าวถุงของบริษัทผู้ผลิตข้าวบรรจุถุงขนาดใหญ่ไม่สามารถกระทำได้โดยเสรี เพราะทางราชการเข้ามาดูแล เมื่อเป็นเช่นนี้ผู้ผลิตข้าวสารบรรจุถุงรายใหญ่ 5 ราย จึงจำเป็นต้องปรับคุณภาพลง ปรากฏว่า ศักยภาพของข้าวสารบรรจุถุงลดลงทันที ฉะนั้นการพิจารณาศักยภาพสินค้า เรื่องนี้ควรจะได้พิจารณาปัจจัยด้านเศรษฐกิจและสังคมของภาครัฐด้วย

นิพนธ์ วงษ์ตระหง่าน (2534) ได้ให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับมาตรการต่าง ๆ ของสมาคมโรงสีข้าวไทยว่า สมาคมโรงสีข้าวไทยได้มีการประสานงานกับกรมการค้าภายใน เพื่อที่จะนำข้าวสารบรรจุถุงราคาถูกลงจำหน่ายให้กับผู้บริโภค ทั้งนี้หากพบว่าราคาข้าวสารบรรจุถุงที่จำหน่ายในท้องตลาด ปรับสูงขึ้นจนผู้บริโภคระดับล่างไม่สามารถรับได้ สมาคมโรงสีพร้อมที่จะบรรจุข้าวสารถุงให้กรมการค้าภายในจำหน่ายในราคาที่ต่ำกว่าท้องตลาดทันที กลยุทธ์ทางการตลาดของข้าวสารบรรจุถุงนั้น ถ้าหากข้าวสารบรรจุถุงยี่ห้อใดขายราคาสูงขึ้นกว่ายี่ห้ออื่น จะเสียตลาดทันที เพราะผู้บริโภคมีโอกาสอย่างเต็มที่ในการตัดสินใจเลือกซื้อ

นิรนาม (2534) กล่าวว่า จากการที่ระบุจำหน่ายแบบส่วนบุคคลในซิปเปอร์ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า มาร์เก็ตติ้งได้รับความนิยมสูงในปัจจุบัน และเพิ่มมากขึ้นทุกทีในอนาคต ทำให้ผลิตภัณฑ์อาหารที่วาง

จำหน่ายจำเป็นต้องได้รับการพิจารณา ในด้านการบรรจุภัณฑ์มากขึ้น ทั้งนี้เพื่อสามารถเรียกร้องความสนใจและสร้างความมั่นใจในคุณภาพให้แก่ผู้บริโภค บรรจุภัณฑ์หนึ่ง ๆ โดยทั่วไป มักมีหลากหลายด้านหน้าประกอบด้วยตราของผลิตภัณฑ์อยู่ส่วนบนสุด ต่ำลงมา คือ ชื่อผลิตภัณฑ์และภาพ ตามลำดับ เรามาคุยกันที่ตราของผลิตภัณฑ์กันก่อน อาจจะขอแนะนำว่าชื่อตราควรจะสั้นเท่าที่จะทำได้ เพื่อให้ผู้บริโภคจำได้ง่าย ชนิดของตัวหนังสือที่ใช้ควรสามารถบ่งชี้คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ได้ ไม่ควรมีลักษณะพอมหรือยาว เพราะจะใช้เนื้อที่มาก ทำนองเดียวกันตัวหนังสือที่มุ่มเป็นเหลี่ยมก็ไม่ควรใช้เช่นกัน เพราะเหมาะกับสินค้าพวกเครื่องเหล็กหรือจักรกลมากกว่าผลิตภัณฑ์อาหาร หากอาหารเป็นของแข็งหรือเป็นผง ตัวหนังสือที่เหมาะสมควรมีมุมกลมมน แต่ถ้าอาหารเป็นของเหลว ตัวหนังสือก็ควรเป็นชนิดที่ให้ความรู้สึกพริ้วไหว นอกจากนี้ประเภทของตัวหนังสือควรจะแตกต่างจากคู่แข่งชั้นด้วย และสามารถเห็นได้แต่ไกล หากมีเครื่องหมาย (logo) ที่มีลักษณะเฉพาะชัดเจนอยู่ใกล้ ๆ กับชื่อตราของผลิตภัณฑ์ด้วย ก็จะช่วยให้ผู้บริโภคสามารถจดจำและสร้างจุดเด่นให้แก่ผลิตภัณฑ์ได้ดียิ่งขึ้นอีกทางหนึ่ง

วัลยา สุวรรณภรณ์ (2534) ได้เปิดเผย แผนการตลาดของ บริษัท ข้าวคุณภาพไทย จำกัด ซึ่งเป็นผู้ผลิตข้าวรักไทย ว่าตลาดข้าวสารบรรจุถุงในระยะหลังเริ่มมีอัตราการเติบโตที่สูง เนื่องจากผู้บริโภคมีความคุ้นเคยมากขึ้นและไม่ต้องการเก็บสต็อกข้าวเป็นจำนวนมาก เช่นการซื้อเป็นกระสอบเหมือนเมื่อก่อน โดยอัตราการเติบโตในปีนั้นคาดว่าจะสูงประมาณร้อยละ 10 เมื่อเทียบกับปีที่แล้วและประมาณว่าตลาดข้าวสารบรรจุถุงจะไม่ต่ำกว่า 4,000 ล้านบาท ซึ่งมีข้าวมาบุญครองเป็นผู้นำทั้งห้าคู่แข่งรายอื่น ๆ มาก และมีข้าวรักไทยเป็นอันดับที่สอง

บริษัทเบญจนิชมาร์เก็ตติ้ง จำกัด (2537) ได้รายงานสภาวะของสินค้าภายใต้การบริหารงานของบริษัทว่า สำหรับสินค้าข้าวสารบรรจุถุงตรา ถิ่นศรี นั้น หลังจากวางจำหน่ายข้าวหอมมะลิทองไปเมื่อปีที่ผ่านมา พบว่าปัจจุบันมีส่วนแบ่งตลาดประมาณร้อยละ 5-10 ของข้าวสารบรรจุถุงทั้งหมด และเป็นผู้นำตลาดด้านข้าวหอมมะลิทอง เนื่องจากจำหน่ายเป็นรายแรกในตลาด คาดว่าอัตราการเติบโตของยอดขายข้าวสารบรรจุถุงของบริษัทและของตลาดข้าวสารบรรจุถุงโดยรวม จะมีอัตราใกล้เคียงกันคือ เติบโตเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 10 สำหรับการแข่งขันเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนุญาตให้เข้าไปใช้ประโยชน์ของสินค้าข้าวสารบรรจุถุงนั้น พบว่าเริ่มมีการแข่งขันมากขึ้น เนื่องจากมีคู่แข่งเข้ามาใน

ตลาดมากขึ้น อาทิ ตราเพื่อนไทย จากกลุ่มเกษตรกรรุ่งเรือง ตราป่าปา จากกลุ่มไทยเพชรซิเดนท์ ฟูดส์ เป็นต้น ประกอบกับพฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบันเริ่มให้ความนิยมซื้อข้าวสารบรรจุถุงมากขึ้น ทำให้ผู้ส่งออกเริ่มสนใจเข้ามาทำการตลาดในประเทศเพิ่มมากขึ้น

วิธีการศึกษา

1. ข้อมูลและการเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษานี้ได้ทำการรวบรวมข้อมูล จากการวิจัยภาคสนามเป็นส่วนใหญ่และได้ใช้ข้อมูลทุติยภูมิประกอบการศึกษาดังนี้

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

เป็นข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ประชากรในเขตอุตสาหกรรม ซึ่งเป็นข้อมูลปฐมภูมิ (primary data) โดยใช้แบบสอบถาม (questionnaire) เป็นแนวทางในการสัมภาษณ์ โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามส่วนที่เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค ได้แก่ เพศ อายุ จำนวนสมาชิกในครัวเรือน การศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ของครอบครัว เป็นต้น

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามส่วนที่เกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคข้าวสารบรรจุถุง และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุง เช่น สถานที่ซื้อข้าวสารบรรจุถุง หลักเกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกซื้อข้าวสารเพื่อนำไปบริโภค ปริมาณการซื้อต่อเดือน

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามส่วนที่เกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุง

การให้ความสำคัญต่อตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุง เช่น มีการเปลี่ยนเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต หากมีการนำเอกสารนี้ไปใช้โดยไม่ได้รับอนุญาต กรุณาแจ้งให้ทราบทันที

การบริโภคตราสินค้าขาวสารบรรจุถุงบ้างหรือไม่ เหตุผลที่ตัดสินใจ

เลือกบริโภคตราสินค้าขาวสารบรรจุถุงในปัจจุบัน

ส่วนที่ 4 เป็นคำถาม ที่เกี่ยวกับทัศนคติที่ผู้บริโภคมีต่อตราสินค้าขาวสารบรรจุถุง เช่น ทัศนคติที่ผู้บริโภคมีต่อตราสินค้าขาวสารบรรจุถุงในเรื่องอิทธิพล ในการตัดสินใจซื้อ ราคาของตราสินค้าขาวสารบรรจุถุง เป็นต้น

โดยเมื่อได้ออกแบบสอบถามเรียบร้อยแล้ว ได้นำแบบสอบถามนั้นมาทำตรวจสอบหา ข้อบกพร่องก่อนที่จะนำไปสัมภาษณ์ (pre-test) ซึ่งใช้แบบสอบถามในการตรวจสอบนี้เป็นจำนวน 14 ชุด ถือเป็นร้อยละ 10 ของผู้บริโภคตัวอย่าง เพื่อความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่จะใช้ในการ วิเคราะห์ข้อมูลในครั้งนั้น และนำข้อมูลที่ได้จากการสอบถามมาทำการลงรหัสเลขเพื่อนำข้อมูลนี้ มาทำการประมวลผล โดยการใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC+

ประชากรและการสุ่มตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ใช้เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่าง แบบใช้ความน่าจะเป็น (probability sampling) ใช้วิธีการสุ่มแบบกลุ่ม (area or cluster random sampling) ซึ่งพิจารณา ในแง่ของการแบ่งกลุ่มโดยสถานที่เป็นหลักในการแบ่ง ในที่นี้แบ่งประชากรตามแขวงที่ประชากร อาศัยอยู่ เขตอุตสาหกรรมปกครองเป็น 5 แขวงได้แก่ แขวงคูสิต มีประชากรทั้งสิ้น 30,383 คน คิดเป็นร้อยละ 17.68 แขวงวชิรพยาบาล มีประชากรทั้งสิ้น 24,865 คน คิดเป็นร้อยละ 14.47 แขวงสวนจิตรลดา มีประชากรทั้งสิ้น 15,234 คน คิดเป็นร้อยละ 8.86 แขวงสี่แยกมหานาค มีประชากรทั้งสิ้น 9,218 คน คิดเป็นร้อยละ 5.36 และแขวงถนนนครไชยศรี มีประชากรทั้งสิ้น 92,175 คน คิดเป็นร้อยละ 53.63 โดยมีประชากรในเขตคูสิตรวม 171,875 คน ซึ่งแขวง ที่มีประชากรจำนวนมากที่สุด คือ แขวงถนนนครไชยศรี คิดเป็นร้อยละ 53.63 ส่วนแขวงที่มี จำนวนประชากรรองลงมา คือ แขวงคูสิต คิดเป็นร้อยละ 17.68 ในขณะที่แขวงที่มีจำนวน ประชากรน้อยที่สุดคือ แขวงสี่แยกมหานาค คิดเป็นร้อยละ 5.36 (ตารางที่ 2)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2 อัตราส่วนร้อยละและจำนวนประชากรในเขตดุสิต กรุงเทพมหานคร แบ่งตามแนว
การปกครองในเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2537

| ชื่อแขวง | จำนวนประชากร(คน) | ร้อยละ |
|-----------------|------------------|--------|
| 1. ดุสิต | 30,383 | 17.68 |
| 2. วชิรพยาบาล | 24,865 | 14.47 |
| 3. สวนจิตรลดา | 15,234 | 8.86 |
| 4. สีเสกมหานาค | 9,218 | 5.36 |
| 5. ถนนนครไชยศรี | 92,175 | 53.63 |
| รวม | 171,875 | 100.00 |

ที่มา : (กองทะเบียนเขตดุสิต , 2537)

ทำการเลือกสุ่มตัวอย่างประชากรจากแขวงที่มีประชากรจำนวนมากที่สุด 3 อันดับ คือ แขวงถนนนครไชยศรี แขวงดุสิต และแขวงวชิรพยาบาล โดยเมื่อคิดจำนวนประชากรทั้ง 3 แขวง รวมกันเป็นจำนวน 147,423 คน เป็นร้อยละ 85.77 ของจำนวนประชากรในเขตดุสิตทั้งหมด ซึ่งเป็นประชากรส่วนใหญ่ในเขตดุสิต การสุ่มตัวอย่างจากประชากรทั้ง 3 แขวงเป็นจำนวนร้อยละ 0.1 (ตารางที่ 3) เพื่อให้ข้อมูลที่ได้จากการสุ่มตัวอย่างนั้นเป็นตัวแทนความคิดเห็นของประชากรในเขตดุสิตได้อย่างเหมาะสม

การสุ่มตัวอย่างดังวิธีข้างต้นนี้ เพื่อให้ได้จำนวนตัวอย่างที่จะทำการเก็บข้อมูลให้เกิดความเหมาะสมทั้งเวลาและค่าใช้จ่าย ซึ่งจะส่งผลถึงคุณภาพของข้อมูลที่จะได้จากการเก็บรวบรวมเอกสารที่มีอยู่ หรือสารที่สูญหายไปสำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าในกรณีนี้เป็นสิ่งสำคัญที่สุด
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3 อัตราร้อยละ และ จำนวนประชากรที่ทำการสุ่มตัวอย่างในการเก็บรวบรวมข้อมูล
เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร

| ชื่อแขวง | จำนวนประชากร(คน) | ตัวอย่างที่สุ่ม (ราย) |
|--------------|------------------|-----------------------|
| ถนนนครไชยศรี | 92,175 | 90 |
| ดุสิต | 30,383 | 30 |
| วชิรพยาบาล | 24,865 | 20 |
| รวมทั้งสิ้น | 147,423 | 140 |

ที่มา : (กองทะเบียนเขตดุสิต , 2537)

2. วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ตัวแปรและการวัดค่า

ในการศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงนั้น ตัวแปรที่ใช้ในการวิเคราะห์สัมพันธ์ฐานมีดังนี้

1. ตัวแปรอิสระ (independent variable)

1.1 อายุ (AGE) เป็นการเก็บข้อมูลของตัวแปรช่วง โดยนับอายุจากปีเกิดจนถึงปี 2537 มีหน่วยเป็น ปี

1.2 ระดับการศึกษา (EDUC) เป็นตัวที่ทำการสอบถามแบบเปิด ได้ข้อมูลที่เป็นจำนวนปีที่ทำการศึกษาในโรงเรียนของผู้บริโภค โดยไม่นับปีที่เรียนซ้ำชั้น เป็นตัวแปรช่วง มีหน่วยเป็น ปี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- 1.3 รายได้ของผู้บริโภคต่อเดือน (INCO) เป็นตัวแปรช่วง สอบถามโดยใช้คำถามแบบเปิด มีหน่วยเป็น บาท/เดือน
- 1.4 ราคาของข้าวสารบรรจุถุงที่ผู้บริโภคบริโภคอยู่ในปัจจุบัน (PRIC) เป็นข้อมูลของตัวแปรช่วงที่ทำการสอบถามแบบเปิด มีหน่วยเป็น บาท/ถุง
- 1.5 จำนวนการบริโภคข้าวสารบรรจุถุงโดยเฉลี่ยต่อเดือนในแต่ละครัวเรือน (QUAN) เป็นตัวแปรช่วง มีหน่วยเป็น ถุง/เดือน
- 1.6 ทรรศนะของผู้บริโภคต่อตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุง (ATTI) เป็นข้อมูลที่ได้จากคำถามที่เกี่ยวกับทัศนคติทั้ง 10 ข้อ สามารถวัดได้จากการแบ่งทัศนคติของผู้บริโภคออกเป็น 5 ระดับและมีการกำหนดคะแนนในแต่ละระดับดังนี้

เห็นด้วยอย่างยิ่ง = 2

เห็นด้วย = 1

เฉย ๆ = 0

ไม่เห็นด้วย = -1

ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง = -2

โดยใช้สูตรในการคำนวณคะแนน คือ

$$ATTI = \frac{\sum (ATTI_i)}{N}$$

ATTI = คะแนนของทัศนคติของผู้บริโภค ที่มีต่อตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุง ซึ่งถ้าผลของการคำนวณ ค่าที่ได้ตกอยู่ในค่าที่เป็นบวกแสดงว่า ผู้บริโภคมีทัศนคติที่ดีต่อตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุง และถ้าค่าที่ได้ตกอยู่ในค่าที่เป็นลบแสดงว่า ผู้บริโภคมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุง

$\sum (ATTI_i)$ = ผลรวมของคะแนนทัศนคติที่ได้จากทำแบบสอบถาม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

N = จำนวนคำถามที่มีทั้งหมด จำนวน 10 ข้อ โดยค่าที่ได้จากการคำนวณคะแนนที่สอดคล้องกับผู้บริโภคมีต่อตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงนั้นเป็นตัวแปรที่มีการวัดเป็นแบบช่วง

2. ตัวแปรตาม (dependent variable)

การเปลี่ยนตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงที่ใช้ในการบริโภคภายในระยะเวลาตั้งแต่เริ่มบริโภคข้าวสารบรรจุถุงจนถึงปัจจุบัน (CHAN) เป็นตัวแปรทวิ เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติในแง่ที่เกี่ยวกับความสำคัญของตราสินค้า กำหนดให้

1 = ภาสในระยะเวลาที่ผ่านมาในครัวเรือนได้มีการเปลี่ยนตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงที่ใช้ในการบริโภค

0 = ภาสในระยะเวลาที่ผ่านมาในครัวเรือนไม่มีการเปลี่ยนตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงที่ใช้ในการบริโภค

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการประมวลผลครั้งนี้ เป็นการประมวลผลจากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์กลุ่มประชากร โดยใช้แบบสอบถามมุ่งศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอายุของผู้บริโภค รายได้ของผู้บริโภค การศึกษาของผู้บริโภค ปริมาณการบริโภคข้าวสารบรรจุถุงในแต่ละครัวเรือน ราคาของข้าวสารบรรจุถุงที่ผู้บริโภคบริโภคอยู่ในปัจจุบัน ทัศนคติของผู้บริโภคต่อตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงกับการเปลี่ยนตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงกับโอกาสในการเปลี่ยนการบริโภคตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุง และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุง ทำการวิเคราะห์โดยใช้วิธีสถิติพรรณนา (descriptive analysis) ซึ่งสามารถแสดงผลการวิเคราะห์ได้โดยตารางอัตราส่วนร้อยละ และทำการเปรียบเทียบอัตราส่วนร้อยละของปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกบริโภคตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุง เพื่อลำดับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคข้าวสารบรรจุถุง ทำให้ง่ายต่อการทำความเข้าใจ และใช้วิธีการถดถอยแบบ โลจิสติก (logistic regression analysis) เพื่อใช้ในการตรวจสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ

และตัวแปรโอกาสในการเปลี่ยนการบริโภคตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงที่ตั้งขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สมการที่ใช้ในการวิเคราะห์

สมการที่ใช้ในการแสดงความสัมพันธ์ของตัวแปรโอกาสในการเปลี่ยนการบริโภคตรา

สินค้าข้าวสารบรรจุถุง (CHAN) เมื่อ

- AGE = อายุของผู้บริโภค
- EDUC = ระดับการศึกษา
- INCO = รายได้ต่อเดือนของผู้บริโภค
- PRIC = ราคาต่อหน่วยของข้าวสารบรรจุถุง
- QUAN = จำนวนการบริโภคข้าวสารบรรจุถุงโดยเฉลี่ยต่อเดือนในแต่ละครัวเรือน
- ATTI = ทิศนคติของผู้บริโภคต่อตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุง
- a, b, c, d, e, f, g = ค่าคงที่

ดังนั้น คือ

$$CHAN = a + bAGE + cEDUC + dINCO + ePRIC + fQUAN + gATTI$$

สมมติฐานของการศึกษา

ในการตั้งสมมติฐานในการศึกษารั้งนี้ เพื่อให้ทราบตัวแปรอิสระทั้ง 6 ตัว คือ อายุของผู้บริโภค ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือนของผู้บริโภค ราคาต่อหน่วยของข้าวสารบรรจุถุง จำนวนการบริโภคข้าวสารบรรจุถุงโดยเฉลี่ยต่อเดือนในแต่ละครัวเรือน และทัศนคติของผู้บริโภคต่อตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุง มีความสัมพันธ์ต่อโอกาสในการเปลี่ยนตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงซึ่งเป็นตัวแปรตามหรือไม่ อย่างไร เมื่ออายุของผู้บริโภคสูงขึ้น ทำให้มีโอกาสพบเห็นตราสินค้าต่าง ๆ ได้มากขึ้นก็จะมีโอกาสที่จะเปลี่ยนตราสินค้าได้สูงขึ้น ผู้บริโภคที่ได้รับการศึกษาสูงขึ้น จะเชื่อในคุณภาพของข้าวสารมากกว่าที่จะยึดติดในตราสินค้า จึงส่งผลให้ผู้บริโภคมีโอกาสที่จะเปลี่ยนตราสินค้าได้สูงขึ้น ส่วนผู้บริโภคที่มีรายได้ต่อเดือนของครอบครัวเพิ่มขึ้นก็สามารถเปลี่ยนตราสินค้าที่ใช้ในการบริโภคได้รวดเร็วขึ้น เนื่องจากไม่มีปัจจัยของได้รายได้เข้ามาเป็นอีกส่วนเป็นอีกส่วนที่ส่งแรงไว้สำหรับค่าใช้จ่ายเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนับแต่เห็นไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ข้อจำกัด แต่ถ้าราคาของตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงเดิมเพิ่มสูงขึ้น ผู้บริโภคจะเปลี่ยนการบริโภค

ตราสินค้าที่ เพราะคุณภาพของข่าวสารบรรจุของตราสินค้าต่าง ๆ ในท้องตลาดมีความใกล้เคียงกัน คราวเรือนที่มีการบริโภคข่าวสารบรรจุต่อเดือนในปริมาณมาก สามารถเปลี่ยนตราสินค้าที่ใช้ในการบริโภคได้ง่าย อาจมีสาเหตุมาจากไม่สามารถซื้อตราสินค้าชนิดหนึ่งชนิดใดเพียงชนิดเดียวปริมาณมาก ๆ ในคราวเดียวกันหรือต้องการซื้อตราสินค้าข่าวสารบรรจุที่ต่างกันในการบริโภคแต่ละครั้ง ส่วนผู้บริโภคที่มีทัศนคติที่ติดตราสินค้าที่บริโภคอยู่ในปัจจุบัน จะมีโอกาสที่จะเปลี่ยนตราสินค้าที่ใช้ในการบริโภคได้ต่ำ จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น สามารถตั้งสมมติฐานได้ดังนี้

1. เมื่ออายุของผู้บริโภคสูงขึ้น ผู้บริโภคมีความน่าจะเป็นสูงขึ้นที่จะตัดสินใจเปลี่ยนตราสินค้าข่าวสารบรรจุในการบริโภค
2. เมื่อผู้บริโภคได้รับการศึกษาสูงขึ้น ความน่าจะเป็นในการตัดสินใจของผู้บริโภคที่จะเปลี่ยนตราสินค้าข่าวสารบรรจุเพื่อการบริโภคมีเพิ่มสูงขึ้น
3. เมื่อรายได้ของครอบครัวต่อเดือนของผู้บริโภคเพิ่มขึ้น ทำให้ความน่าจะเป็นที่ผู้บริโภคจะตัดสินใจเปลี่ยนตราสินค้าข่าวสารบรรจุสูงขึ้น
4. เมื่อราคาต่อหน่วยของข่าวสารบรรจุที่บริโภคอยู่ในปัจจุบันเพิ่มขึ้น จะมีความน่าจะเป็นสูงขึ้นในการตัดสินใจเปลี่ยนตราสินค้าข่าวสารบรรจุของผู้บริโภค
5. คราวเรือนที่มีจำนวนการบริโภคข่าวสารบรรจุโดยเฉลี่ยต่อเดือน ในอัตราที่สูง ผู้บริโภคในคราวเรือนนั้นจะมีความน่าจะเป็นสูงขึ้นในการเปลี่ยนตราสินค้าข่าวสารบรรจุ
6. ผู้บริโภคที่มีทัศนคติที่ติดตราสินค้าข่าวสารบรรจุที่บริโภคอยู่ในปัจจุบัน มีความน่าจะเป็นต่ำในการเปลี่ยนตราสินค้าข่าวสารบรรจุที่ใช้บริโภค เมื่อเทียบกับผู้บริโภคที่มีทัศนคติที่ไม่ติดตราสินค้าข่าวสารบรรจุที่บริโภคอยู่ในปัจจุบัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พฤติกรรมและทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุง

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลของพฤติกรรมการบริโภคและทัศนคติของผู้บริโภค ในเขต
ผลิตที่มีต่อตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุง จำนวนทั้งสิ้น 140 ตัวอย่าง เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล
เกี่ยวกับความสำคัญของตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุง เหตุผลที่ผู้บริโภคเปลี่ยนตราสินค้าข้าวสาร
บรรจุถุงที่ใช้ในการบริโภค รวมทั้งปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงเพื่อ
การบริโภค ดังจะสามารถแจกแจงรายละเอียดและอธิบายตามแต่ละตาราง ได้ดังนี้

ลักษณะทั่วไปทางสังคมและเศรษฐกิจของผู้บริโภค

การนำข้อมูลจากการสอบถามทั้งสิ้น 140 ตัวอย่างจากประชากรในเขตผลิต พบว่า
เพศของผู้บริโภคข้าวสารบรรจุถุง เป็นเพศชายจำนวน 65 ตัวอย่าง ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 46.43
เพศหญิงจำนวน 75 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 53.57 ของ โดยผู้บริโภคมีอายุเฉลี่ย 31 ปี ระดับ
การศึกษาอยู่ในช่วง 14 ปี เป็นระดับอนุปริญญาหรือปริญญาตรี รายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน
27,362.69 บาท และครอบครัวของผู้บริโภคตัวอย่าง ส่วนใหญ่มีจำนวนสมาชิกโดยเฉลี่ย 4 คน
(ตารางที่ 4) แสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นผู้มีการศึกษาดี ทำให้ระดับรายได้โดยเฉลี่ย
ของครอบครัวอยู่ในระดับดี และมีสมาชิกในครอบครัวในจำนวนไม่มากนัก คือ มี 4 คน โดยสรุป
ผู้บริโภค ในเขตผลิต ส่วนใหญ่มีพื้นฐานทางสังคมและเศรษฐกิจค่อนข้างดี และเพศหญิงเป็นผู้ที่
ตัดสินใจเกี่ยวกับตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงมากกว่าเพศชาย เพราะเพศหญิงเป็นผู้รับผิดชอบใน
การจัดซื้อ และประกอบอาหารให้กับสมาชิกในครอบครัว ส่วนเพศชายนั้นรู้จักตราสินค้าข้าวสาร
บรรจุถุง เนื่องจากเป็นผู้ที่สนใจเกี่ยวกับความเป็นอยู่ของครอบครัว และบางครั้งต้องเป็นผู้จัดซื้อ
ข้าวสารบรรจุถุงเอง

ตารางที่ 4 ลักษณะทางสังคมและเศรษฐกิจของผู้บริโภคชาวสารบรรจุงในเขตคุสิต

| ลักษณะทางสังคมและเศรษฐกิจ | หน่วยวัด | ค่าเฉลี่ยรวม |
|---------------------------------|----------|--------------|
| เพศชาย | ร้อยละ | 46.43 |
| เพศหญิง | ร้อยละ | 53.57 |
| อายุ | ปี | 31 |
| ระดับการศึกษา | ปี | 14 |
| รายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน | บาท | 27,362.69 |
| จำนวนสมาชิกในครอบครัว | คน | 4 |

อายุ

ในการเก็บข้อมูลครั้งนี้พบว่าประชากรในเขตคุสิตที่บริโภคข้าวสารบรรจุง ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มประชากรที่มีอายุระหว่าง 12-25 ปี คิดเป็นร้อยละ 45.71 ของผู้บริโภคตัวอย่างทั้งหมด รองลงมา เป็นผู้บริโภคกลุ่มที่มีอายุระหว่าง 26-39 ปี คิดเป็นร้อยละ 32.14 เพราะผู้บริโภคทั้งสองกลุ่มเป็นผู้ที่อยู่ในวัยศึกษาและวัยทำงาน ซึ่งเป็นกลุ่มที่เน้นความสะดวกในการหาซื้อ และความทันสมัยในเทคโนโลยีเป็นสำคัญ จึงนิยมที่จะซื้อข้าวสารบรรจุงมากกว่า ในขณะที่ ผู้บริโภค ร้อยละ 18.58 ซึ่งเป็นช่วงที่มีอายุระหว่าง 40-53 ปี ส่วนผู้บริโภคที่มีอายุ 54 ปีขึ้นไป มีเพียง ร้อยละ 3.57 เท่านั้น เนื่องจากกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มนี้ ไม่มีโอกาสที่จะเลือกซื้อด้วยตนเอง เพราะต้องบริโภคตามสมาชิกในครอบครัว (ตารางที่ 5)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละของอาสาสมัครชาวสารบรรจุงในเขตคูสิต

| อายุ | จำนวน(คน) | ร้อยละ |
|-------------|-----------|--------|
| 12 - 25 ปี | 64 | 45.71 |
| 26 - 39 ปี | 45 | 32.14 |
| 40 - 53 ปี | 26 | 18.58 |
| 54 ปีขึ้นไป | 5 | 3.57 |
| รวม | 140 | 100.00 |

ระดับการศึกษา

ในการเก็บข้อมูลของตัวแปรระดับการศึกษา เป็นการสอบถามจำนวนปีที่ศึกษา แต่การสอบถามกลุ่มตัวอย่างนี้เกิดความสับสนในการนับจำนวนปีที่ศึกษา จึงต้องให้ผู้บริภคระบุงการศึกษานำมาคำนวณจำนวนปีที่ทำการศึกษาของผู้บริภค เพื่อใช้ในการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งผลจากการสำรวจพบว่า ผู้บริภคส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับอนุปริญญาหรือปริญญาตรี ร้อยละ 64.18 ของผู้บริภคตัวอย่าง รองลงมาคือผู้บริภคที่มีการศึกษา ระดับมัธยมศึกษาหรือระดับ ปวช. คิดเป็นร้อยละ 23.13 กลุ่มผู้บริภคตัวอย่างที่น้อยที่สุด คือ กลุ่มที่มีการศึกษาระดับที่สูงกว่าปริญญาตรีขึ้นไป เป็นจำนวนเพียงร้อยละ 4.48 ของกลุ่มผู้บริภคตัวอย่าง โดยมีผู้บริภคตัวอย่างถูกตัดทิ้งไป 6 คน (ตารางที่ 6)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละระดับการศึกษาของผู้บริโภคชาวสารบรรจุงในเขตคูสิต

| ระดับการศึกษา | จำนวน(คน) | ร้อยละ |
|------------------------------|-----------|--------|
| ประถมศึกษา | 11 | 8.21 |
| มัธยมศึกษา หรือระดับ ปวช. | 31 | 23.13 |
| อนุปริญญา หรือระดับปริญญาตรี | 86 | 64.18 |
| สูงกว่าปริญญาตรีขึ้นไป | 6 | 4.48 |
| รวม | 134 | 100.00 |

อาชีพ

จากการสำรวจกลุ่มผู้บริโภคตัวอย่าง ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 29.28 รองลงมา คือกลุ่มผู้ที่เป็นักเรียนหรือนักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 28.57 กลุ่มของผู้บริโภคที่รองลงมาจากกลุ่มของนักเรียนหรือนักศึกษา คือ ผู้ที่มีอาชีพรับราชการ และผู้ที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 19.29 และร้อยละ 9.29 ตามลำดับ สำหรับกลุ่มที่รองมาจากกลุ่มที่กล่าวมาแล้ว คือ กลุ่มของแม่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 5.71 ซึ่งมีจำนวนใกล้เคียงกับกลุ่มของประชากรที่ประกอบอาชีพเป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 5.00 ส่วนกลุ่มของผู้บริโภคที่มีจำนวนน้อยที่สุด คือ ร้อยละ 2.86 ซึ่งเป็นกลุ่มประชากรที่ประกอบอาชีพนอกเหนือจากอาชีพข้างต้น สามจากสี่คนประกอบอาชีพรับจ้างทั่วไป ส่วนอีกคนหนึ่งประกอบอาชีพเป็นครูรับจ้างสอนพิเศษ (ตารางที่ 7)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 7 จำนวนและร้อยละอาชีพของผู้บริโภคข่าวสารบรรจุลงในเขตคดี

| อาชีพ | จำนวน(คน) | ร้อยละ |
|----------------------|-----------|--------|
| พนักงานบริษัทเอกชน | 41 | 29.28 |
| นักเรียนหรือนักศึกษา | 40 | 28.57 |
| รับราชการ | 27 | 19.29 |
| ประกอบธุรกิจส่วนตัว | 13 | 9.29 |
| แม่บ้าน | 8 | 5.71 |
| พนักงานรัฐวิสาหกิจ | 7 | 5.00 |
| อื่น ๆ | 4 | 2.86 |
| รวม | 140 | 100.00 |

รายได้ของครอบครัว

ตัวแปรรายได้ของผู้บริโภคเป็นตัวแปรที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล การเก็บรวบรวมผลข้อมูลตัวแปรรายได้นี้ เป็นการเก็บข้อมูลรายได้ของครอบครัวแทนการเก็บข้อมูลรายได้ของผู้บริโภคเพียงคนเดียว เนื่องจากการตัดสินใจเลือกข่าวสารบรรจุลงเป็นการตัดสินใจเลือกบริโภคของทุกคนในครอบครัว จึงควรศึกษาจากพื้นฐานรายได้ของครอบครัวแทนรายได้ของสมาชิกคนใดคนหนึ่งครอบครัว ผลที่ได้จากการสำรวจเก็บรวบรวมข้อมูล กลุ่มประชากรตัวอย่าง ส่วนใหญ่มีรายได้ของครอบครัวอยู่ในช่วงที่ต่ำกว่า 37,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 77.61 กลุ่มประชากรที่มีระดับรายได้ของครอบครัวอยู่ในช่วง 37,001-74,000 บาท เป็นกลุ่มประชากรที่มีรายได้ของครอบครัวจำนวนรองลงมา คิดเป็นร้อยละ 18.66 ส่วนกลุ่มประชากรที่มีรายได้ของครอบครัวในเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนักผู้แทนไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าระดับ 74,001-111,000 บาท และกลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 111,000 บาทขึ้นไป เป็นกลุ่ม

ประชากรที่เล็กที่สุด คิดเป็นร้อยละ 2.24 และ ร้อยละ 1.49 ตามลำดับ โดยมีข้อมูลประชากรที่ต้องตัดทิ้งจำนวน 6 คน (ตารางที่ 8)

ตารางที่ 8 จำนวนและร้อยละของรายได้ผู้บริโภคว่าสารบรรจุงในเขตคุดสิต

| รายได้ | จำนวน(คน) | ร้อยละ |
|---------------------------|------------|---------------|
| ต่ำกว่า 37,000 บาท | 104 | 77.61 |
| 37,001 - 74,000 บาท | 25 | 18.66 |
| 74,001 - 111,000 บาท | 3 | 2.24 |
| มากกว่า 111,000 บาทขึ้นไป | 2 | 1.49 |
| รวม | 134 | 100.00 |

จำนวนสมาชิกในครอบครัว

ข้อมูลจำนวนสมาชิกในครอบครัว เป็นข้อมูลที่แสดงให้เห็นถึงลักษณะการดำเนินชีวิตที่สำคัญของผู้คนในปัจจุบัน และจะสามารถใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจบริโภคข่าวสารบรรจุงได้จากขนาดของสมาชิกในครอบครัว จากการสำรวจพบว่ากลุ่มประชากรส่วนใหญ่มี่จำนวนสมาชิกในครอบครัวอยู่ในช่วง 3-5 คน คิดเป็นร้อยละ 70.72 เป็นขนาดของครอบครัวขนาดปานกลาง ตรงกับค่าเฉลี่ยของจำนวนสมาชิกในครอบครัวคือ 4 คน ขนาดของครอบครัวที่มีสมาชิกอยู่ในช่วงที่น้อยกว่า 3 คน และอยู่ในช่วง 6-8 คน เป็นขนาดของครอบครัวที่รองลงมา คิดเป็นร้อยละ 15.71 และร้อยละ 11.43 ตามลำดับ ส่วนจำนวนสมาชิกในครอบครัวที่อยู่ในช่วงมากกว่า 8 คนขึ้นไป คิดเป็นจำนวนร้อยละที่น้อยที่สุด คือ 2.14 (ตารางที่ 9) จากการสำรวจเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์อื่นใด ๆ ทั้งสิ้น ลึกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บัณฑิตวิทยาลัย
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า
เจ้าพระยาพระสมุทรเทวราช

นี้ ทำให้พบว่าลักษณะการดำเนินชีวิตของประชากรในเขตคูสิต เป็นครอบครัวที่มีขนาดปานกลาง คือมีสมาชิกในครอบครัว 4 คน ไม่นิยมครอบครัวที่มีขนาดใหญ่เช่นแต่เดิมในอดีต

ตารางที่ 9 จำนวนและร้อยละของสมาชิกในครอบครัวผู้บริโภคร้านอาหารสำเร็จรูปในเขตคูสิต

| จำนวนสมาชิก | จำนวน(คน) | ร้อยละ |
|--------------------|-----------|--------|
| น้อยกว่า 3 คน | 22 | 15.71 |
| 3 - 5 คน | 99 | 70.72 |
| 6 - 8 คน | 16 | 11.43 |
| มากกว่า 8 คนขึ้นไป | 3 | 2.14 |
| รวม | 140 | 100.00 |

การตัดสินใจเลือกตราสินค้าอาหารสำเร็จรูป

ปริมาณการซื้ออาหารสำเร็จรูปในระยะเวลา 1 เดือน

ผู้บริโภคร้อยละส่วนใหญ่จะซื้ออาหารสำเร็จรูปเพื่อบริโภคในครัวเรือน 1 เดือนเป็นจำนวน 3-4 ถุง ร้อยละ 42.86 ในขณะที่ผู้บริโภคร้อยละที่จะซื้ออาหารสำเร็จรูป เพื่อนำไปบริโภคใน 1 เดือนเป็นจำนวน 1-2 ถุง มีจำนวนร้อยละ 41.43 ของจำนวนผู้บริโภคร้อยละ 14.29 เป็นสัดส่วนของผู้บริโภคร้อยละที่ซื้ออาหารสำเร็จรูปเพื่อการบริโภคเป็นจำนวน 5-6 ถุงต่อเดือนและกลุ่มของผู้บริโภคร้อยละที่มีขนาดเล็กที่สุด คิดเป็นร้อยละ 1.42 จะซื้ออาหารสำเร็จรูปเพื่อนำไปบริโภคในครัวเรือนเป็นจำนวนมากกว่า 6 ถุงต่อเดือน (ตารางที่ 10) ทั้งนี้การบริโภคอาหารสำเร็จรูปของเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์การค้า ประชากรในแต่ละครัวเรือนมีปริมาณไม่เท่ากันนั้นขึ้นอยู่กับจำนวนสมาชิกในครัวเรือน นอกจากนั้นไม่จำกัดว่าทุกสิ่งทุกอย่างที่เห็นเหตุตบแต่งเนื้อหา และสิ่งอย่างอย่างถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บางครอบครัวแม้ว่าจะมีสมาชิกมากแต่ประมาณการบริโภคข้าวสารบรรจุถุงเป็นจำนวนน้อย เนื่องจากสมาชิกส่วนใหญ่ไม่ได้รับประทานอาหารที่จัดเตรียมในครอบครัว โดยรับประทานอาหารนอกบ้านเป็นส่วนใหญ่ ในขณะที่บางครอบครัวมีจำนวนสมาชิกน้อย แต่มีปริมาณการบริโภคข้าวสารบรรจุถุงจำนวนมาก เนื่องจากมีสัตว์เลี้ยงต้องดูแลเป็นจำนวนมาก ทำให้ต้องซื้อข้าวสารบรรจุถุงเป็นจำนวนเพิ่มมากขึ้น

ตารางที่ 10 จำนวนและร้อยละปริมาณการซื้อข้าวสารบรรจุถุงของผู้บริโภคในเขตคูสิต

| จำนวนข้าวสารบรรจุถุง | จำนวน(คน) | ร้อยละ |
|----------------------|-----------|--------|
| 1 - 2 ถุง | 58 | 41.43 |
| 3 - 4 ถุง | 60 | 42.86 |
| 5 - 6 ถุง | 20 | 14.29 |
| มากกว่า 6 ถุงขึ้นไป | 2 | 1.42 |
| รวม | 140 | 100.00 |

ความถี่ในการซื้อข้าวสารบรรจุถุงในระยะเวลา 1 เดือน

ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะซื้อข้าวสารบรรจุถุงโดยเฉลี่ย 1-2 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 86.43 ส่วนร้อยละ 12.14 ของผู้บริโภคทั้งหมดที่ซื้อข้าวสารบรรจุถุงต่อเดือน 3-4 ครั้ง และมีเพียงร้อยละ 1.43 เท่านั้นที่มีความถี่ในการซื้อข้าวสารบรรจุถุงต่อเดือน มากกว่า 4 ครั้งขึ้นไป (ตารางที่ 11) ผู้บริโภคส่วนใหญ่ จะมีปริมาณการซื้อข้าวสารบรรจุถุงเพียง 1-2 ถุงต่อ 1 เดือน เท่านั้น เนื่องจากความสะดวกในการซื้อจึงทำให้มีการซื้อข้าวสารบรรจุถุง 1-2 ครั้งต่อเดือน

เอ็กสารเป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้ในเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อผู้ใดเห็นไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 11 จำนวนและร้อยละของความถี่ในการซื้อข้าวสารบรรจุถุง

| ความถี่ในการซื้อข้าวสารบรรจุถุง | จำนวน(คน) | ร้อยละ |
|---------------------------------|------------|---------------|
| 1 - 2 ครั้ง | 121 | 86.43 |
| 3 - 4 ครั้ง | 17 | 12.14 |
| มากกว่า 4 ครั้งขึ้นไป | 2 | 1.43 |
| รวม | 140 | 100.00 |

ร้านค้าที่ผู้บริโภคซื้อข้าวสารบรรจุถุง

กลุ่มผู้บริโภคตัวอย่างจะซื้อข้าวสารบรรจุถุงจากซูเปอร์มาร์เก็ต คิดเป็นร้อยละ 55.00 ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีมากที่สุด มีกลุ่มผู้บริโภคตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 25.00 ซื้อข้าวสารบรรจุถุงที่จะนำมาบริโภคจากร้านขายของชำ ส่วนร้านขายข้าวสารนั้น มีกลุ่มผู้บริโภคตัวอย่างที่ซื้อข้าวสารบรรจุถุงที่จะนำไปบริโภค คิดเป็นร้อยละ 8.57 อีกร้อยละ 11.43 ของกลุ่มผู้บริโภคตัวอย่างนั้น จะเลือกซื้อจากร้านที่เขาสะดวกในการซื้อหาโดยไม่ว่าจะจึ่ง เช่น ซื้อจากซูเปอร์มาร์เก็ตหรือร้านขายของชำ ซื้อจากซูเปอร์มาร์เก็ตหรือร้านขายข้าวสาร ขึ้นอยู่กับความสะดวกเป็นสำคัญ จะเห็นได้ว่าผู้บริโภคเลือกซื้อข้าวสารบรรจุถุงจากซูเปอร์มาร์เก็ตเป็นส่วนใหญ่ เนื่องจากขณะนี้ซูเปอร์มาร์เก็ตมีอยู่ชุกชุมมากมาขทั่วกรุงเทพฯ เป็นสถานที่ที่มีสินค้าให้เลือกมากมาย จึงเป็นสถานที่ที่ผู้คนเข้าไปเลือกซื้อสินค้ามากมาย เพราะความหลากหลายและสะดวกนั่นเอง (ตารางที่ 12)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 12 จำนวนและร้อยละร้านค้าที่ผู้บริโภคนิยมซื้อข้าวสารบรรจุถุง

| ประเภทของร้านค้า | จำนวน(คน) | ร้อยละ |
|------------------|-----------|--------|
| ซูเปอร์มาร์เก็ต | 77 | 55.00 |
| ร้านขายของชำ | 35 | 25.00 |
| ร้านขายข้าวสาร | 12 | 8.57 |
| อื่น ๆ | 16 | 11.43 |
| รวม | 140 | 100.00 |

การรู้จักตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุง

จากการสำรวจกลุ่มประชากรตัวอย่างทั้ง 140 ตัวอย่าง พบว่า มีผู้บริโภคว่าอย่างถึงร้อยละ 87.41 รู้จักตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงอื่น นอกจากที่เขาได้รับประทานอยู่ในปัจจุบันแล้ว ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 12.86 ไม่รู้จักตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงอื่น นอกจากที่เขาได้รับประทานอยู่ในปัจจุบันแล้ว เนื่องจากไม่ค่อยได้สนใจกับตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงที่เขาบริโภค ประกอบกับไม่ใช่ผู้ที่รับผิดชอบในเรื่องของการจัดซื้อของใช้ภายในครัวเรือน จึงทำให้ไม่รู้จักตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงอื่น (ตารางที่ 13)

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุง

จากการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่วางเอาไว้จึงมีการสำรวจ

ตัวแปรปัจจัยที่ผู้บริโภคใช้เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงในการบริโภค

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้ก่อนเพื่อตรวจสอบเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า โดยให้ผู้บริโภคสามารถเลือกจากปัจจัยที่กำหนดให้มาได้มากกว่า 1 ปัจจัย ปัจจัยที่มีผลในการไม่วางกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 13 จำนวนและร้อยละของผู้บริโภคที่รู้จักตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงอื่น ๆ

| ความรู้จักเกี่ยวกับตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุง | จำนวน(คน) | ร้อยละ |
|---|-----------|--------|
| รู้จัก | 122 | 87.14 |
| ไม่รู้จัก | 18 | 12.86 |
| รวม | 140 | 100.00 |

ตัดสินใจเลือกซื้อตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงที่มีผู้บริโภคใช้เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุด คือ ความสะอาด มีผู้บริโภคตัวอย่างใช้เกณฑ์นี้ในการตัดสินใจถึงร้อยละ 22.88 ความสะดวกในการหาซื้อตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงเป็นปัจจัยที่มีผู้บริโภคใช้เป็นเกณฑ์รองลงมาคิดเป็นร้อยละ 20.32 การที่ผู้บริโภคเลือกรสชาติเป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจซื้อตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุง คิดเป็นร้อยละ 15.78 ของผู้บริโภคตัวอย่าง ปัจจัยที่มีผู้บริโภคตัวอย่างใช้เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจรองลงมาจากรสชาติแล้วก็คือ ลักษณะของเมล็ดข้าว มีจำนวนร้อยละ 13.61 ส่วนผู้บริโภคที่ใช้ปัจจัยราคาเป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกซื้อตราสินค้าอยู่ถึงร้อยละ 12.03 ของผู้บริโภคตัวอย่าง รองจากปัจจัยที่กล่าวมาแล้ว ผู้บริโภคจะใช้เกณฑ์ในการเลือกตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงจากปริมาณที่บรรจุได้อย่างเหมาะสมเที่ยงตรงและความสะดวกในการเคลื่อนย้าย คิดเป็นร้อยละ 5.72 และร้อยละ 5.33 ตามลำดับ ในขณะที่ถูกที่ใช้บรรจุเป็นปัจจัยที่มีผู้บริโภคใช้เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจซื้อตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุง คิดเป็นร้อยละ 2.96 นอกจากนั้นผู้บริโภคตัวอย่างอีกร้อยละ 1.18 ใช้การโฆษณาตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงเป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจซื้อ นอกจากนั้นยังมีผู้บริโภคร้อยละ 0.19 ที่ใช้ปัจจัยอื่นนอกเหนือจากที่กล่าวมาแล้วเป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจ คือ เป็นตราสินค้าที่มีจำหน่ายอยู่ในสถานที่ที่ใกล้ที่สุด เมื่อผู้บริโภคต้องการซื้อข้าวสารบรรจุถุง (ตารางที่ 14)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 14 จำนวนและร้อยละตามลำดับของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุง

| ปัจจัย | จำนวน (คะแนน) | ร้อยละ |
|--------------------------|---------------|--------|
| ความสะดวก | 116 | 22.88 |
| ความสะดวกในการหาซื้อ | 103 | 20.32 |
| รสชาติ | 80 | 15.78 |
| ลักษณะของเมล็ดข้าว | 69 | 13.61 |
| ราคา | 61 | 12.03 |
| ปริมาณบรรจุถุงที่เหมาะสม | 29 | 5.72 |
| สะดวกในการเคลื่อนย้าย | 27 | 5.33 |
| ถุงที่ใช้ในการบรรจุ | 15 | 2.96 |
| โฆษณา | 6 | 1.18 |
| อื่น ๆ | 1 | 0.19 |
| รวม | 507 | 100.00 |

จากผลที่กล่าวมา สรุปได้ว่า ปัจจัยด้านความสะดวกของข้าวสารบรรจุถุงเป็นสิ่งสำคัญที่สุดในการที่ผู้บริโภคจะตัดสินใจ รองลงมาเป็นความสะดวกในการหาซื้อของผู้บริโภค ซึ่งนับว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญสำหรับชีวิตประจำวันที่ต้องการความสะดวก รวดเร็ว ข้าวสารบรรจุถุงมีจำหน่ายอยู่ในร้านค้าหลายประเภท เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถหาซื้อได้สะดวก ประกอบกับผู้คนในปัจจุบัน นิยมไปเลือกซื้อของใช้ภายในครัวเรือนจากซูเปอร์มาร์เก็ต เนื่องจากความสะดวก และใกล้ที่อยู่อาศัย ข้าวสารบรรจุถุงจึงมีจำหน่ายอยู่ในซูเปอร์มาร์เก็ตมากกว่าหลายตราสินค้า เพื่อให้เพียงพอกับความต้องการและความสะดวกของผู้บริโภคถึงส่วนคุณภาพของข้าวสารก็มีส่วนใช้

สำคัญในการตัดสินใจเลือกซื้อตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงของผู้บริโภค ผู้บริโภคจะเห็นความสำคัญ
ของรสชาติและลักษณะของเมล็ดข้าวของตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงแต่ละตราสินค้า ผู้บริโภคมักจะ
นิยมบริโภคข้าวสารบรรจุถุงที่มีลักษณะของเมล็ดไม่แตกหักมากนัก หุงขึ้นหม้อ และมีความนุ่มเหนียว
ตามที่คุณบริโภคต้องการ ในขณะที่ปัจจัยด้านราคาเป็นปัจจัยหนึ่งที่ผู้บริโภคใช้เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจ
เลือกตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุง คือให้เหมาะสมกับคุณภาพสินค้าและความพอใจของผู้บริโภค
แต่ราคาของข้าวสารบรรจุถุงในท้องตลาดมีความใกล้เคียงกัน ไม่สามารถที่จะแตกต่างกันได้มาก
เพราะเป็นสินค้าที่มีความยืดหยุ่นสูงนั่นเอง

ความคิดเห็นที่มีต่อตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุง

การเปลี่ยนตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงเพื่อใช้ในการบริโภค

การเก็บข้อมูลการเปลี่ยนตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงที่ใช้ในการบริโภค เพื่อที่จะได้
ทราบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงอย่างไร เพื่อจะเป็นตัวแปรที่ใช้ใน
การวิเคราะห์และศึกษาต่อไป พบว่า มีผู้บริโภคที่เคยเปลี่ยนตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงที่ใช้ในการ
บริโภคอยู่ถึงร้อยละ 56.43 ส่วนอีกร้อยละ 43.57 เป็นผู้บริโภคที่ไม่เคยเปลี่ยนตราสินค้าข้าว
สารบรรจุถุงที่ใช้ในการบริโภค (ตารางที่ 15)

เหตุผลที่ผู้บริโภคเปลี่ยนตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงเพื่อการบริโภค

เพื่อเป็นการศึกษาถึงเหตุผลที่ผู้บริโภคตัดสินใจเปลี่ยนตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงที่ใช้
ในการบริโภคจึงกำหนดตัวเลือกให้ผู้บริโภคตัวอย่างได้เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ เพื่อจะทราบ
สาเหตุที่แท้จริง คือ ผู้บริโภคจะเปลี่ยนตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงที่ใช้ในการบริโภค เมื่อพบว่า
รสชาติไม่ถูกใจ ถึงร้อยละ 23.91 รองลงมาผู้บริโภคจะเปลี่ยนตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงที่ใช้
ในการบริโภคเมื่อพบสิ่งปลอมปน ร้อยละ 17.39 ในขณะที่มีผู้บริโภคที่เปลี่ยนตราสินค้าข้าวสาร
บรรจุถุงที่ใช้ในการบริโภค เมื่อราคาของตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงนั้นไม่เหมาะสมหรือหาซื้อจาก
ที่อื่นได้ง่ายกว่า ร้อยละ 14.13 ของผู้บริโภคที่เปลี่ยนตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุง ส่วนสาเหตุที่ใช้

ตารางที่ 15 จำนวนและร้อยละของผู้บริโภคที่เคยเปลี่ยนตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุง

| การเปลี่ยนตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุง | จำนวน(คน) | ร้อยละ |
|------------------------------------|-----------|--------|
| เปลี่ยนตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุง | 79 | 56.43 |
| ไม่เปลี่ยนตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุง | 61 | 43.57 |
| รวม | 140 | 100.00 |

ของการเปลี่ยนตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงเกิดขึ้นจากการบรรจุที่ไม่ได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 3.26 ส่วนอีกร้อยละ 27.18 เป็นสาเหตุอื่น ๆ ที่เป็นเหตุให้ผู้บริโภคเปลี่ยนตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุง ส่วนใหญ่ต้องการทดลองข้าวสารบรรจุถุงชนิดใหม่ รองลงมา คือ คุณภาพข้าวสารบรรจุถุงไม่คงที่ ไม่ได้มาตรฐาน (ตารางที่ 16)

ดังนั้นการตัดสินใจเปลี่ยนการบริโภคตราสินค้าของผู้บริโภคนั้น อาจมีสาเหตุได้จากการที่ผู้บริโภคเองประสบปัญหาเกี่ยวกับคุณภาพของข้าวสารบรรจุถุง เช่น รสชาติไม่ถูกใจ พบสิ่งปลอมปน ราคาไม่เหมาะสม หายี่อซาก รวมถึงการบรรจุที่ไม่ได้มาตรฐาน ทำให้ต้องเปลี่ยนตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงที่เกิดปัญหา แต่จากการสอบถามผู้บริโภค มักเห็นว่าข้าวสารบรรจุถุงไม่มีความคงที่ของคุณภาพ แม้จะเป็นตราสินค้าเดียวกันก็ตาม พบว่าในตราสินค้าเดียวกันนั้น อาจมีคุณภาพไม่เท่าเทียมกันได้ เช่น พบสิ่งปลอมปน รสชาติไม่ถูกใจ การบรรจุไม่ได้มาตรฐาน โดยถุงอื่น ๆ ไม่ประสบปัญหาดังกล่าว แต่การเปลี่ยนการบริโภคส่วนใหญ่มักเกิดจากการต้องการทดลองตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงอื่น ว่าคุณภาพเป็นอย่างไร หรือเกิดจากความไม่ยึดติดตราสินค้า โดยเห็นว่าทุกตราสินค้าต่างเป็นข้าวสารที่ใช้บริโภคได้ทั้งนั้น ด้วยสาเหตุดังนี้ส่งผลให้ผู้บริโภคเปลี่ยนตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 16 จำนวนและร้อยละตามลำดับเหตุผลของการตัดสินใจเปลี่ยนตราสินค้า

| เหตุผล | จำนวน(คะแนน) | ร้อยละ |
|-----------------------|--------------|---------------|
| รสชาติไม่ถูกใจ | 22 | 23.91 |
| พบสิ่งปลอมปน | 16 | 17.39 |
| ราคาไม่เหมาะสม | 13 | 14.13 |
| หาซื้อยาก | 13 | 14.13 |
| การบรรจุไม่ได้มาตรฐาน | 3 | 3.26 |
| อื่น ๆ | 25 | 27.18 |
| รวม | 92 | 100.00 |

เหตุผลที่ผู้บริโภคไม่เปลี่ยนตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงเพื่อการบริโภค

เมื่อได้ศึกษาพบว่า มีกลุ่มผู้บริโภคตัวอย่างที่ไม่เคยเปลี่ยนตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงที่ใช้ในการบริโภคจึงศึกษาถึงสาเหตุของการไม่เปลี่ยนการบริโภคนี้ โดยกำหนดตัวเลือกให้ผู้บริโภคตัวอย่างเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ พบว่ามีผู้บริโภคถึงร้อยละ 28.06 ที่ตัดสินใจไม่เปลี่ยนการบริโภคตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุง เนื่องจากเป็นตราสินค้าที่หาซื้อสะดวก ผู้บริโภคร้อยละ 24.46 ตัดสินใจไม่เปลี่ยนการบริโภคตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุง เพราะความสะอาดของตราสินค้านั้น ๆ รสชาติที่ถูกใจเป็นเหตุผลที่ผู้บริโภคไม่เปลี่ยนการบริโภคตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงร้อยละ 22.30 ส่วนราคาที่เหมาะสมและลักษณะของเมล็ดตรงตามความต้องการของผู้บริโภคนั้น มีผู้บริโภคใช้เป็นเหตุผลร้อยละ 12.23 และร้อยละ 7.91 ตามลำดับ มีผู้บริโภคร้อยละ 5.04 ที่ตัดสินใจไม่เปลี่ยนการบริโภคตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงจากเหตุผลอื่นนอกเหนือจากที่กำหนดให้ คือ คุณค่าเอกลักษณ์เป็นเอกลักษณ์สิ่งแวดล้อมไว้สำหรับไว้ใช้เพื่อไว้ใช้เท่านั้น เมื่อนำมาเทียบกับค่าใช้จ่ายในการค้าทางอาหารของข้าวสารบรรจุถุงตรงตามความต้องการ ไม่รู้จักตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงอื่นเลย

เนื่องจากร้านที่ซื้อข้าวสารบรรจุถุงเป็นประจำนั้นขายเพียงตราสินค้าเดียว รวมไปถึงสาเหตุจากตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงอื่นยังไม่มีแรงจูงใจเพียงพอที่จะทำให้ผู้บริโภคเปลี่ยนการบริโภค หรือผู้บริโภคเชื่อมั่นในตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงนั้น ๆ มาเป็นเวลานาน จึงไม่เปลี่ยนการบริโภคตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงนั้นเลย (ตารางที่ 17)

ดังนั้นการไม่เปลี่ยนการบริโภคตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงของผู้บริโภคนั้น สาเหตุประการสำคัญก็คือ เป็นตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงที่หาซื้อได้สะดวก จึงเป็นตราสินค้าที่ผู้บริโภคไม่เปลี่ยนการบริโภค สาเหตุอีกประการหนึ่ง คือ คุณภาพของข้าวสารในแต่ละตราสินค้า แต่ถ้าผู้บริโภคต้องการซื้อข้าวสารบรรจุถุงเพื่อนำมาบริโภคแล้ว เมื่อไม่สามารถหาซื้อตราสินค้าเดิมที่มีคุณภาพเป็นที่ต้องการได้ ผู้บริโภคก็ยินดีที่จะเปลี่ยนตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงที่หาซื้อได้ขณะนั้น โดยไม่รอซื้อตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงเดิมขึ้น การไม่เปลี่ยนการบริโภคตราสินค้าของผู้บริโภคที่มีสาเหตุมาจากการไม่รู้จักรตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงอื่นนอกจากที่บริโภคอยู่ในปัจจุบันนั้นน้อยมาก เพราะผู้บริโภคส่วนใหญ่รู้จักตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงอื่น แม้จะไม่เคยบริโภคก็ตาม

ความคิดเห็นต่อคุณภาพข้าวสารบรรจุถุง

เมื่อได้ทำการสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มผู้บริโภคตัวอย่างแล้วพบว่า ผู้บริโภคถึงร้อยละ 95.71 ที่พอใจกับคุณภาพของข้าวสารบรรจุถุงที่มีจำหน่ายตามท้องตลาดอยู่แล้ว มีเพียงร้อยละ 4.29 ที่เห็นว่าคุณภาพของข้าวสารบรรจุถุงที่มีจำหน่ายตามท้องตลาดนั้นยังไม่เป็นไปตามความต้องการ โดย 4 คนจาก 6 คนเห็นว่า คุณภาพของข้าวสารบรรจุถุงนั้นยังไม่ตรงตามความต้องการ เช่น นิ่มเกินไป ยังไม่สะอาดเพียงพอ เมล็ดข้าวสีน้ำตาลเกินไป ส่วนคนหนึ่งเห็นว่า ตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงที่ขายอยู่นั้นน่าจะมีเพิ่มขึ้นในปัจจุบัน อีกคนหนึ่งไม่ค่อยได้ใส่ใจนักเพราะมีปริมาณการบริโภคต่อเดือนต่ำ (ตารางที่ 18)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 17 จำนวนและร้อยละตามลำดับเหตุผลของการตัดสินใจไม่เปลี่ยนตราสินค้า

| เหตุผล | จำนวน(คะแนน) | ร้อยละ |
|--------------------------|--------------|--------|
| หาซื้อสะดวก | 39 | 28.06 |
| สะอาด | 34 | 24.46 |
| รสชาติถูกใจ | 31 | 22.30 |
| ราคาเหมาะสม | 17 | 12.23 |
| ลักษณะเมล็ดตรงตามต้องการ | 11 | 7.91 |
| อื่น ๆ | 7 | 5.04 |
| รวม | 139 | 100.00 |

ทางเลือกในการซื้อข้าวสารบรรจุถุง

เพื่อให้ทราบถึงความเชื่อถือของผู้บริโภคในตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงที่บริโภคอยู่หรือไม่ จึงได้ทำการสอบถามถึงสถานการณ์ถ้าเกิดไม่สามารถจะซื้อตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงที่ต้องการ หรือบริโภคอยู่เดิมนั้นได้ ทำให้ทราบว่าผู้บริโภคถึงร้อยละ 85.61 ที่จะหาซื้อตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงอื่นแทน ส่วนผู้ที่รอซื้อตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงที่ต้องการมีอยู่เพียงร้อยละ 10.07 แต่มีผู้บริโภคอีกกลุ่มหนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 4.32 ที่ไม่สามารถบอกได้ว่าเมื่อเกิดสถานการณ์ที่ไม่สามารถจะซื้อตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงที่ต้องการหรือบริโภคอยู่เดิมนั้นได้จะทำอย่างไร เหตุจากต้องวิเคราะห์จากปัจจัยแวดล้อมต่าง ๆ ในขณะนั้น และผู้บริโภคบางคนจะทำการซื้อตราสินค้าที่ต้องการไว้ จึงมั่นใจได้ว่าจะไม่เกิดสถานการณ์ดังกล่าวกับตนเอง (ตารางที่ 19)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 18 จำนวนและร้อยละผู้บริโภครที่มีความคิดเห็นต่อคุณภาพข้าวสารบรรจุถุง

| ความคิดเห็นต่อคุณภาพข้าวสารบรรจุถุง | จำนวน(คน) | ร้อยละ |
|-------------------------------------|-----------|--------|
| เป็นไปตามที่ต้องการ | 134 | 95.71 |
| ไม่เป็นไปตามที่ต้องการ | 6 | 4.29 |
| รวม | 140 | 100.00 |

ตารางที่ 19 จำนวนและร้อยละผู้บริโภคในการเลือกซื้อตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงเมื่อซื้อตราสินค้าที่ต้องการไม่ได้

| ทางเลือกในการเลือกซื้อ | จำนวน(คน) | ร้อยละ |
|---------------------------|-----------|--------|
| หาซื้อตราสินค้าอื่นแทน | 119 | 85.61 |
| รอซื้อตราสินค้าที่ต้องการ | 14 | 10.07 |
| อื่น ๆ | 6 | 4.32 |
| รวม | 139 | 100.00 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความสำคัญของตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุง

ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อการให้ความสำคัญต่อตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงเป็นข้อมูลหลักที่ต้องการศึกษา แต่ถ้าสอบถามจากความคิดเห็นจากผู้บริโภคโดยตรงแล้ว จะพบว่า ผู้บริโภคร้อยละ 55.71 เห็นว่า ตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงที่มีจำหน่ายอยู่ในท้องตลาดนั้นไม่มีความสำคัญในการตัดสินใจซื้อข้าวสารบรรจุถุง เพราะมีปัจจัยอื่น ๆ ที่มีความสำคัญมากกว่า แต่ ผู้บริโภคอีกร้อยละ 44.29 เห็นว่า ตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงมีความสำคัญในการตัดสินใจเลือกบริโภคข้าวสารบรรจุถุง เพราะจะทำให้เกิดความเชื่อถือนในคุณภาพเกิดขึ้น (ตารางที่ 20)

ตารางที่ 20 จำนวนและร้อยละของผู้บริโภคที่มีต่อความสำคัญของตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุง

| ความคิดเห็นที่มีต่อความสำคัญของตราสินค้า | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|--|------------|--------|
| มีความสำคัญ | 62 | 44.29 |
| ไม่มีความสำคัญ | 78 | 55.71 |
| รวม | 140 | 100.00 |

ทัศนคติของผู้บริโภค

ทัศนคติของผู้บริโภคต่อตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุง

จากการสำรวจ ทัศนคติต่อตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงของผู้บริโภค ในเขตชลบุรี เป็นจำนวน 140 ตัวอย่าง โดยแบ่งระดับของทัศนคติออกเป็น 5 ระดับ คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับกวีในงานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อผู้จัดทำเนาไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มีผู้บริโภคที่เห็นด้วยและเห็นด้วยอย่างยิ่งกับความเห็นนี้ถึงร้อยละ 67.14 โดยไม่มีผู้บริโภคนใด
 เลขที่จะไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งกับความคิดนี้ และจะเป็นตราสินค้าที่สามารถเปลี่ยนแปลงราคาได้โดย
 จะไม่มีผลกระทบต่อยอดขาย เนื่องจากมีผู้บริโภคร้อยละ 43.57 เชื่อว่า ชาวสารบรรจุนั้นแม้
 จะเพิ่มราคาสูงขึ้น แต่ก็ไม่สามารถเพิ่มราคาได้สูงมากนัก เพราะชาวสารบรรจุนั้นจำหน่ายอยู่ใน
 ในท้องตลาดมีราคาที่ใกล้เคียงกันอยู่แล้ว ถ้าเพิ่มราคาสูงมากเกินไปก็อาจจะกระทบถึงยอดขาย
 ได้ง่าย

มีผู้เชื่อว่า ครอบครัวที่บริโภคข้าวสารบรรจุนั้นเป็นจำนวนมาก น่าจะต้องคำนึงถึง
 ปัจจัยด้านราคาของข้าวสารบรรจุนั้นด้วย ในการเลือกซื้อเพื่อนำไปบริโภคในครัวเรือน ร้อยละ
 45.71 เห็นด้วยกับความคิดนี้และมีผู้เห็นด้วยอย่างยิ่งถึงร้อยละ 12.86

ร้อยละ 43.57 ซึ่งเป็นผู้บริโภคส่วนใหญ่ เห็นว่า ชาวสารบรรจุนั้นจำหน่ายอยู่ใน
 ในท้องตลาดนั้นมีความแตกต่างกันทั้งในด้านคุณภาพและตราสินค้า โดยมีผู้บริโภคร้อยละ 17.86 เป็น
 ผู้ที่ไม่แสดงความคิดเห็น เพราะผู้บริโภครู้สึกว่า สินค้าทุกชนิดน่าที่จะมีความแตกต่างในด้านคุณภาพ
 ของตัวสินค้าด้วย

ตราสินค้าชาวสารบรรจุนั้นจำหน่ายอยู่ในท้องตลาด ขณะนี้มากพอต่อความต้องการ
 ของผู้บริโภคแล้ว เนื่องจากมีผู้บริโภคร้อยละ 43.57 และ 18.57 ที่เห็นด้วยและเห็นด้วย
 อย่างยิ่งต่อความคิดเห็นนี้ มีผู้บริโภคร้อยละ 10.00 เท่านั้นที่ไม่เห็นด้วยกับความคิดนี้ และ
 ไม่มีผู้บริโภคนใดเลขที่จะไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งกับความคิดนี้

เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยดัชนีความคิดเห็น ซึ่งมีค่าอยู่ระหว่าง -2 ถึง +2 โดยค่าเฉลี่ย
 ที่มีเครื่องหมายเป็นบวก แสดงถึง ระดับความเห็นด้วย จนถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง และ ค่าเฉลี่ยที่มี
 เครื่องหมายเป็นลบ แสดงถึงระดับความไม่เห็นด้วยจนถึงไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยเมื่อตัวเลขเพิ่ม
 มากขึ้น (ไม่เกิน+2) แสดงว่า ค่าเฉลี่ยที่ได้นั้นเข้าใกล้ค่าสูงสุดของแต่ละระดับดังกล่าว จากค่า
 เฉลี่ยดัชนีความคิดเห็น พบว่า ค่าเฉลี่ยดัชนีของความคิดเห็นที่มีเครื่องหมายเป็นลบ คือ ผู้บริโภค
 เกลื่อนนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับอาจารย์ใช้เพื่อการเรียนการสอน ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่เห็นด้วยกับความคิดเห็นที่คนที่ไม่ได้รับการศึกษาใช้เกณฑ์ราคาเท่านั้น ในการตัดสินใจเลือกตรา
 ไม้วารณี่ใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สินค้าที่ใช้ในการบริโภค (-0.07) การเปลี่ยนตราสินค้าที่ใช้ในการบริโภคเกิดขึ้นง่ายได้เมื่อถูกชักชวน (-0.02) และ ตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงที่มีจำหน่ายในท้องตลาดมีคุณภาพเท่าเทียมกัน (-0.04) ส่วนค่าเฉลี่ยดัชนีของความคิดเห็นที่มีเครื่องหมายเป็นบวก คือ ผู้บริโภคเห็นด้วยกับความคิดเห็นที่ผู้จัดซื้อของใช้ในครัวเรือนเป็นเพียงผู้เดียวที่ตัดสินใจเลือกตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุง (+0.13) ผู้ที่ได้รับการศึกษาใช้เกณฑ์คุณภาพเป็นสำคัญ ในการตัดสินใจเลือกตราสินค้าที่ใช้ในการบริโภค (+0.25) ผู้บริโภคจะเปลี่ยนตราสินค้าทันทีที่พบการเปลี่ยนแปลงของข้าวสารบรรจุถุง (+0.85) ความนิยมในตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงเกิดจากการที่ผู้บริโภคหาซื้อได้สะดวก (+0.73) การที่ตราสินค้าที่ได้รับความนิยม จะเปลี่ยนแปลงราคาได้โดยไม่กระทบต่อยอดจำหน่าย (+0.06) ราคาเป็นปัจจัยที่สำคัญในการซื้อข้าวสารบรรจุถุงของครอบครัวที่ปริมาณการบริโภคต่อเดือนมาก (+0.48) และตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงในตลาด มีจำนวนมากเพียงพอแล้ว (+0.71) จะเห็นได้ว่าค่าเฉลี่ยดัชนีความคิดเห็นที่ได้นั้น สอดคล้องกับผลการวิเคราะห์ค่าร้อยละดังที่กล่าวข้างต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 21 ร้อยละและค่าเฉลี่ยดัชนีความคิดเห็นของทัศนคติของผู้บริโภค

| ทัศนคติ | เห็นด้วย อย่างยิ่ง | เห็นด้วย | เฉย ๆ | ไม่เห็นด้วย | ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง | ค่าเฉลี่ยดัชนี (ตัวอย่าง) |
|---|-----------------------|----------|-------|-------------|--------------------------|------------------------------|
| 1. สมาชิกในครอบครัวที่เป็นผู้จัดซื้อของใช้ภายในครัวเรือน จะเป็นผู้เดียว ที่ตัดสินใจในการเลือกซื้อตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงที่ใช้ในการบริโภค | 7.14 | 36.43 | 22.14 | 30.72 | 3.57 | 0.13 (140) |
| 2. คนที่ได้รับการศึกษา จะตัดสินใจเลือกบริโภคตราสินค้าข้าวสารบรรจุ ถุง โดยให้ความสำคัญของข้าวสารบรรจุถุงนั้น ๆ | 11.43 | 37.86 | 18.57 | 28.57 | 3.57 | 0.25 (140) |
| 3. คนที่ไม่ได้รับการศึกษา จะตัดสินใจเลือกบริโภคตราสินค้าข้าวสารบรรจุ ถุง โดยให้ความสำคัญด้านราคาเป็นสำคัญ | 6.43 | 27.86 | 21.43 | 40.71 | 3.57 | -0.07 (140) |
| 4. ผู้บริโภคตัดสินใจเปลี่ยนการบริโภคตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงทันทีที่ปัจจัย ใดปัจจัยหนึ่งของตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงนั้นเปลี่ยนไป | 19.29 | 60.00 | 10.71 | 6.43 | 3.57 | 0.85 (140) |
| 5. การเปลี่ยนตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงเพื่อการบริโภค จะเกิดขึ้นได้ง่าย เมื่อมีการชวนด้วยวิธีต่าง ๆ | 4.29 | 28.57 | 33.57 | 27.86 | 5.71 | -0.02 (140) |

ตารางที่ 21 (ต่อ)

| ทัศนคติ | เห็นด้วย | เห็นด้วย | เลข ๗ | ไม่เห็นด้วย | ไม่เห็นด้วย | ค่าเฉลี่ยดัชนี (#ตัวอย่าง) |
|--|-----------|----------|-------|-------------|-------------|-------------------------------|
| | อย่างยิ่ง | | | อย่างยิ่ง | | |
| 6. สาเหตุที่สำคัญที่สุดที่ทำให้ตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงได้รับความนิยม เนื่องจากหาซื้อสะดวก | 13.57 | 53.57 | 25.00 | 7.86 | 0.00 | 0.73 (140) |
| 7. ตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงได้รับความนิยมจากผู้บริโภค จะสามารถ เปลี่ยนแปลงราคาได้โดยไม่มีผลกระทบต่อยอดขาย | 2.86 | 40.71 | 22.86 | 27.14 | 6.43 | 0.06 (140) |
| 8. ในครอบครัวที่มีการบริโภคข้าวสารบรรจุถุงในปริมาณมาก จะมีปัจจัย ด้านราคาเป็นตัวแปรสำคัญในการเลือกซื้อตราสินค้าข้าวสารบรรจุ | 12.86 | 45.71 | 19.29 | 20.71 | 1.43 | 0.48 (140) |
| 9. ข้าวสารบรรจุถุงในท้องตลาดไม่มีความแตกต่างกันด้านคุณภาพ จะต่างกันเฉพาะตราสินค้าเท่านั้น | 10.00 | 28.57 | 17.86 | 34.29 | 9.28 | -0.04 (140) |
| 10. ตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงที่มีขายอยู่ในปัจจุบัน มีความหลากหลาย มากพอต่อความต้องการของตลาดแล้ว | 18.57 | 43.57 | 27.86 | 10.00 | 0.00 | 0.71 (140) |

หมายเหตุ 1/ ค่าเฉลี่ยดัชนีความคิดเห็นมีค่าระหว่าง -2 ถึง +2 โดยเริ่มจากระดับ "ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง" จนถึงระดับ "เห็นด้วยอย่างยิ่ง"

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลของการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุง และสาเหตุที่ผู้บริโภคเปลี่ยนตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงที่บริโภค เพื่อตรวจสอบสมมติฐานที่กำหนดขึ้น จึงได้นำตัวแปรที่เกี่ยวข้องมาทำการวิเคราะห์ว่า ตัวแปรใดบ้างที่มีผลต่อการเปลี่ยนตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงที่ใช้ในการบริโภค

การวิเคราะห์เพื่อตรวจสอบสมมติฐาน

ตัวแปรที่ใช้ในการตรวจสอบสมมติฐาน ประกอบด้วยตัวแปรตาม 1 ตัวและ ตัวแปรอิสระ 6 ตัว สามารถสรุปได้ดังนี้ ผู้บริโภคข้าวสารบรรจุถุงมีอายุโดยเฉลี่ยประมาณ 30 ปี การศึกษาใช้เวลาประมาณ 15 ปี เป็นผู้ที่มีการรายได้ต่อเดือนของครอบครัวโดยเฉลี่ยประมาณ 27,253 บาท ส่วนใหญ่เป็นผู้บริโภคที่บริโภคข้าวสารบรรจุถุงราคาประมาณ 59 บาทเฉลี่ย 3 ถุงต่อเดือน และมีระดับคะแนนทัศนคติที่มีต่อตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงเพื่อการบริโภค ในระดับโดยเฉลี่ยที่ 0.3250 สรุปได้ว่า ผู้บริโภคมีทัศนคติที่ค่อนข้างดีต่อตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุง (ตารางที่ 22)

จากการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ของตัวแปรพบว่า ตัวแปรอิสระโดยส่วนใหญ่มีความสัมพันธ์กันน้อย ความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระซึ่งได้แก่ ระดับการศึกษา รายได้ของครอบครัว ราคาของข้าวสารบรรจุถุง และปริมาณในการบริโภคต่อเดือน มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติที่ผู้บริโภคมีต่อตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุง ปริมาณการบริโภคต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม คือ โอกาสในการเปลี่ยนตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงในทิศทางเชิงบวกตามที่ได้คาดไว้ในสมมติฐานข้างต้น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ตัวแปรรายได้ต่อเดือนของครอบครัวมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับตัวแปรปริมาณการบริโภคของครอบครัว ในขณะที่รายได้ของครอบครัวมีความสัมพันธ์กับโอกาสใน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 22 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรที่ใช้ตรวจสอบสมมติฐาน

| ตัวแปร | หน่วยที่ใช้ | ค่าเฉลี่ย | ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน |
|----------------------------|-------------|-------------|---------------------|
| โอกาสในการเปลี่ยนตราสินค้า | ตัวแปรหุ่น | .5673 | .4978 |
| อายุ | ปี | 30.4135 | 11.5847 |
| ระดับการศึกษา | ปี | 14.5481 | 3.0747 |
| รายได้ของครอบครัว | บาท/เดือน | 27,252.8846 | 19,491.0981 |
| ราคาของข้าวสารบรรจุถุง | บาท | 58.9904 | 5.6181 |
| ปริมาณในการบริโภคฯ | ถุง/เดือน | 3.2212 | 1.4810 |
| ทัศนคติฯ | ดัชนี | .3250 | .4324 |

การเปลี่ยนตราสินค้า ซึ่งเป็นตัวแปรตาม อย่างมีนัยสำคัญ ในทิศทางเชิงลบ โดยไม่เป็นไปตามที่คาดไว้ในสมมติฐานแต่อย่างไรก็ตาม ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตามและตัวแปรอิสระ เป็นความสัมพันธ์ที่ยังไม่ได้ควบคุมความแตกต่าง หรืออิทธิพลของตัวแปรอิสระอื่น ๆ (ตารางที่ 23)

ผลการตรวจสอบสมมติฐานทัศนคติที่มีต่อตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุง

ผลจากการวิเคราะห์ พบว่ามีเพียงตัวแปรรายได้ต่อเดือนของครอบครัว และปริมาณการบริโภคข้าวสารบรรจุถุงต่อเดือนเท่านั้น ที่มีอิทธิพลต่อโอกาสในการเปลี่ยนตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุง ซึ่งเป็นตัวแปรตาม โดยปริมาณการบริโภคข้าวสารบรรจุถุงต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับโอกาสในการเปลี่ยนตราสินค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 และมีเครื่องหมายเป็นบวกตามที่ได้ตั้งสมมติฐานไว้ คือ เมื่อปริมาณการบริโภคข้าวสารบรรจุถุงต่อเดือนเพิ่มมากขึ้น โอกาสในการเปลี่ยนตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงก็จะเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากผู้บริโภคไม่สามารถซื้อข้าวสารบรรจุถุงตราสินค้าเดียวกันในปริมาณมาก ๆ ได้ หรือเป็นผู้บริโภคที่ต้องการลองตราสินค้าอื่น ๆ

ตารางที่ 23 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรแต่ละคู่ที่ใช้ในการตรวจสอบสมมติฐาน

| ตัวแปร | ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ | | | | | |
|----------------------------|---------------------------|---------------|--------|--------|-------------------|---------|
| | อายุ | ระดับการศึกษา | รายได้ | ราคา | ปริมาณในการบริโภค | ทัศนคติ |
| โอกาสในการเปลี่ยนการบริโภค | -.0411 | -.1353 | -.1181 | -.0223 | .3812 | -.0530 |
| อายุ | | .0876 | .0517 | .0014 | -.0286 | -.0825 |
| ระดับการศึกษา | | | .3537 | -.0239 | -.1186 | .1846 |
| รายได้ของครอบครัว | | | | -.0461 | .0207 | .1276 |
| ราคา | | | | | -.2284 | .0485 |
| ปริมาณการบริโภค | | | | | | .0898 |

เมื่อมีโอกาส ส่วนตัวแปรรายได้ต่อเดือนของครอบครัว มีความสัมพันธ์กับโอกาสในการเปลี่ยนตราสินค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.1 แต่มีเครื่องหมายเป็นลบ ซึ่งไม่เป็นไปตามที่ได้ตั้งสมมติฐานไว้ เมื่อรายได้ต่อเดือนของครอบครัวเพิ่มขึ้น โอกาสในการเปลี่ยนตราสินค้าจะลดลง เนื่องจากผู้บริโภคที่มีรายได้เพิ่มขึ้น เมื่อต้องการซื้อข้าวสารบรรจุถุง อาจทำการเปลี่ยนชนิดของข้าวสารให้เป็นไปตามความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น หรือเปลี่ยนมาเป็นชนิดของข้าวสารที่ผู้บริโภคเชื่อว่ามีคุณภาพดีขึ้น โดยยังบริโภคตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงเดิมอยู่ เพราะตราสินค้าเดิมที่เคยบริโภคอยู่นั้นมีคุณภาพ น่าเชื่อถือ และหาซื้อได้สะดวก ในขณะที่ตัวแปรอายุ ระดับการศึกษา ราคาข้าวสารบรรจุถุง และระดับคะแนนทัศนคติที่มีต่อตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุง ไม่มีอิทธิพลต่อโอกาสในการเปลี่ยนตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุง เนื่องจากไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

จากตารางที่ 24 นั้น เป็นผลจากการประมาณแบบจำลองโลจิสต์ ถ้าเราใช้สมการโลจิสต์ที่ประมาณได้ ในการพยากรณ์หาความน่าจะเป็นของค่าเฉลี่ยลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคมของผู้บริโภคจากตัวแปรอิสระทั้ง 6 ตัวที่ได้จากการวิเคราะห์ในตารางที่ 23 แสดงว่า ผู้บริโภคที่มีอายุ 30 ปี มีจำนวนปีที่ศึกษา 15 ปี มีรายได้ต่อเดือนของครอบครัว 27,253 บาท บริโภคข้าวสารบรรจุถุงราคา 59 บาท จำนวน 3 ถุงต่อเดือน และมีระดับคะแนนทัศนคติที่มีต่อตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงที่ 0.3250 จะสามารถประมาณความน่าจะเป็นของโอกาสในการเปลี่ยนการบริโภคตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงที่สามารถเกิดขึ้นได้ ดังนี้

$$\begin{aligned}
 \log (P/1-P) &= -12.9368+(0.001)AGE+(0.2205)EDUC+(-0.0006)INCO \\
 &\quad + (0.0179)PRIC+(4.0633)QUAN+(-0.4939)ATTI \\
 &= -12.9368+(0.001*30)+(0.2205*15)+(-0.0006*27,253) \\
 &\quad + (0.0179*59)+(4.0633*3)+(-0.4939*0.325) \\
 &= -12.8656 \\
 \text{ดังนั้น } P &= \text{cexp.}(-12.8656)/1+\text{cexp.}(-12.8656) \\
 &= 0.000002586
 \end{aligned}$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 24 ค่าประมาณสัมประสิทธิ์ของแบบจำลองโลจิสต์สำหรับใช้ในการตรวจสอบสมมติฐาน
ที่เกี่ยวกับโอกาสในการเปลี่ยนการบริโภคตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุง

| ตัวแปรอิสระ | ค่าสัมประสิทธิ์ (B) | B/S.E. |
|------------------------|---------------------|--------|
| ค่าคงที่ | -12.936800 | 2.2008 |
| อายุ | 0.001000 | 0.0295 |
| ระดับการศึกษา | 0.220500 | 1.3323 |
| รายได้ | -0.000006* | 2.1429 |
| ราคาของข้าวสารบรรจุถุง | 0.017900 | 0.2507 |
| ปริมาณในการบริโภคฯ | 4.063300*** | 4.2980 |
| ทัศนคติฯ | -0.493900 | 0.4942 |
| -2 Log Likelihood | 37.465 | |
| Goodness of fit | Non.Sig | |
| Chi-Square | 79.537 | df=80 |

* มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.1

*** มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.001

ความน่าจะเป็นของโอกาสในการเปลี่ยนการบริโภคตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุง ที่สามารถเกิดขึ้นได้เป็น 0.0000026 เมื่อผู้บริโภคนั้นเป็นผู้ที่มีอายุ 30 ปี มีจำนวนปีที่ศึกษา 15 ปี มีรายได้ต่อเดือนของครอบครัว 27,253 บาท ข้าวสารบรรจุถุงที่เลือกบริโภคนั้นราคา 59 บาท ปริมาณการบริโภค 3 ถุงต่อเดือนและมีระดับคะแนนทัศนคติต่อตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุง 0.3250 ค่าสรุปทางสถิติของการวิเคราะห์ด้วยวิธีโลจิสต์ ได้ค่า x^2 ของแบบจำลองโลจิสต์เท่ากับ 79.537 โดยมีดีกรีoffreedom ได้เท่ากับ 80 ซึ่งแสดงว่าโมเดลที่ใช้ในการประมาณค่าความน่าจะเป็นนี้ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนุญาตให้เข้าไปใช้ประโยชน์ด้านการศึกษา ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ในแง่ของ Goodness of fit ไม่มีความจำเป็นใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

สรุปผลการศึกษา

จากการศึกษา ที่สนใจของผู้บริโภคต่อตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุง รวมทั้งปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุง เหตุผลที่ผู้บริโภคของการเปลี่ยน ตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงที่ใช้สำหรับการบริโภค และการทดสอบสมมติฐานที่เกี่ยวข้องกับตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุง

เมื่อสรุปข้อมูลที่ทำการเก็บรวบรวมจากการสอบถามผู้บริโภคตัวอย่าง พบว่าผู้บริโภคข้าวสารบรรจุถุงเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยเป็นเพศหญิงร้อยละ 53.57 มีอายุโดยเฉลี่ย 31 ปี ได้รับการศึกษาเฉลี่ยประมาณ 15 ปี ซึ่งเทียบเท่ากับการศึกษาในระดับอนุปริญญาหรือระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชนร้อยละ 29.28 มีรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่ำกว่า 37,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 77.61 เป็นรายได้ที่ค่อนข้างดีเนื่องจากเฉลี่ยแต่ละครอบครัวมีรายได้ประมาณ 27,363 บาท ในขณะที่จำนวนสมาชิกในครอบครัวอยู่ในช่วง 3 ถึง 5 คน ร้อยละ 70.72 ซึ่งเป็นครอบครัวขนาดปานกลาง ในแต่ละครอบครัวโดยเฉลี่ยบริโภคข้าวสารบรรจุถุง 3 ถึง 4 ถุงต่อเดือน และมีความถี่ในการซื้อข้าวสารบรรจุถุงอยู่ในช่วง 1 ถึง 2 ครั้งถึงร้อยละ 86.43 ผู้บริโภคส่วนใหญ่ซื้อข้าวสารบรรจุถุงจากซูเปอร์มาร์เก็ตมากที่สุด โดยผู้บริโภคเปลี่ยนการบริโภคตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงถึงร้อยละ 56.43 เนื่องจากสาเหตุรสชาติของข้าวสารบรรจุถุงนั้นไม่เป็นที่ต้องการและการพบสิ่งปลอมปนในข้าวสารบรรจุถุงเป็นส่วนใหญ่ ในขณะที่ผู้บริโภคที่ไม่เปลี่ยนการบริโภคตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุง มีสาเหตุมาจากตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงนั้นหาซื้อได้สะดวกและมีความสะอาดเป็นสำคัญ ผู้บริโภคมักจะหาซื้อตราสินค้าอื่นเมื่อซื้อตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงที่ต้องการไม่ได้ โดยไม่รอซื้อตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงตราสินค้าที่ต้องการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงของผู้บริโภค คือ ความสะอาดของข้าวสารบรรจุถุงตราสินค้านั้น ๆ รองลงมา ผู้บริโภคจะเลือกซื้อข้าวสารบรรจุถุงที่ตราสินค้านั้นสะดวกในการหาซื้อ ปัจจัยอื่น ๆ ที่มีผลคือรสชาติและลักษณะของเมล็ดข้าวของตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงที่เป็นที่ต้องการของผู้บริโภค ในขณะที่ปัจจัยราคาของข้าวสารบรรจุถุง อาจมีผลต่อการตัดสินใจอยู่บ้าง

จากการทดสอบตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการทดสอบสมมติฐาน ด้วยวิธีการถดถอยโลจิท พบว่า ปริมาณการบริโภคข้าวสารบรรจุถุงต่อเดือนมีอิทธิพลต่อโอกาสในการเปลี่ยนการบริโภคตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงในเชิงบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือ ครีว เรือนที่มีปริมาณการบริโภคข้าวสารบรรจุถุงโดยเฉลี่ยต่อเดือนในอัตราที่สูง มีความน่าจะเป็นสูงที่ผู้บริโภคในครัวเรือนนั้นจะมีการเปลี่ยนการตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงเพื่อการบริโภค ซึ่งเป็นไปตามที่ตั้งสมมติฐานไว้ ในขณะที่ตัวแปรรายได้ต่อเดือนครอบครัว มีอิทธิพลต่อโอกาสในการเปลี่ยนตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงในเชิงลบ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือ เมื่อรายได้ต่อเดือนของครอบครัวเพิ่มขึ้น โอกาสในการเปลี่ยนตราสินค้าในการบริโภคจะลดลง โดยผู้บริโภคจะเปลี่ยนชนิดของข้าวสารให้มีความคุณภาพสูงขึ้นหรือตรงตามความต้องการมากขึ้น แทนการเปลี่ยนตราสินค้าในการบริโภค เป็นความสัมพันธ์ที่ไม่ตรงตามที่ได้ตั้งสมมติฐานไว้ ซึ่งคาดว่าจะมีความสัมพันธ์กันในเชิงบวก เนื่องจากเมื่อรายได้เพิ่มขึ้น จะไม่เป็นข้อจำกัดในการตัดสินใจ ส่วนตัวแปรอื่น คือ อายุ ระดับการศึกษา ราคาของข้าวสารบรรจุถุง และทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุง เป็นตัวแปรที่มีผลต่อโอกาสในการเปลี่ยนการบริโภคตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุง แต่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ข้อเสนอแนะ

การศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงของผู้บริโภค ในเขตคูสิต กรุงเทพมหานครครั้งนี้ ทำให้พบว่า ยังมีผู้บริโภคบางส่วนที่ยังบริโภคข้าวสารที่จำหน่ายเป็นกระสอบ เนื่องจากสมาชิกในครอบครัวมีเป็นจำนวนมาก การซื้อข้าวสารบรรจุถุงเป็นการสิ้นเปลืองทั้งเงินและเวลา และบางครอบครัวที่ไม่ค่อยจะได้ปรุงอาหารรับประทานเองภายในเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์การค้าครอบครัว อาจซื้อข้าวสารที่มีจำหน่ายเป็นกิโลกรัม แทนการซื้อเป็นข้าวสารถุงละ 5 กิโลกรัม ไม่วากรัมใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมีเหตุดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โดยให้เหตุผลว่าการซื้อข้าวสารบรรจุถุงนั้นเป็นสิ่งไม่จำเป็น เพราะบางครั้งต้องเก็บไว้เป็นเวลานานจึงรับประทานได้หมด เนื่องจากการศึกษาโดยการวิเคราะห์ด้วยวิธีการถดถอยโลจิสติก ได้พบว่า ปริมาณการบริโภคข้าวสารบรรจุถุงต่อเดือนก็มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงด้วย ผู้ผลิตข้าวสารบรรจุถุงตราสินค้าต่าง ๆ จึงน่าที่จะมีการดำเนินกิจกรรมดังต่อไปนี้ เพื่อที่ทำให้ตราสินค้านั้น ๆ สามารถดำเนินงานทางการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1. ควรจะทำการเพิ่มและกระจายจำหน่ายสินค้าข้าวสารบรรจุถุงให้ทั่วถึงและเข้าถึงผู้บริโภคยิ่งขึ้น เพราะตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงที่ประสบความสำเร็จในท้องตลาดเนื่องมาจากการที่ผู้บริโภคสามารถหาซื้อตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงนั้น ๆ ได้อย่างสะดวก ง่ายสบาย

2. ข้าวสารที่จะนำมาบรรจุถุงนั้น ควรจะมีการคัดคุณภาพให้อยู่ในมาตรฐานเดียวกันอย่างสม่ำเสมอ เช่นรสชาติ ลักษณะเมล็ดข้าว เพื่อให้ผู้บริโภคเชื่อถือได้ในตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงที่มีคุณภาพของข้าวสารคงที่ จะได้ยึดถือตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงนั้นตลอดไป

3. ทำการเปลี่ยนแปลงขนาดบรรจุให้มีความหลากหลายยิ่งขึ้น เพื่อให้เข้าถึงความต้องการของผู้บริโภคได้มากที่สุด โดยผลิตข้าวสารบรรจุถุงบรรจุ 2 กิโลกรัม เพื่อให้ผู้บริโภคครอบครัวขนาดเล็กที่ไม่ต้องเก็บรักษาข้าวสารเป็นเวลานาน จนอาจเกิดมอดได้ หรือผลิตข้าวสารบรรจุถุงขนาดบรรจุเพิ่มขึ้น แต่ไม่ต้องทำการบรรจุด้วยกระสอบ เพื่อให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคที่มีครอบครัวขนาดใหญ่

4. เพื่อที่จะให้ตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงเป็นที่รู้จักของผู้บริโภคที่ง่ายยิ่งขึ้น ผู้ผลิตควรทำแผนการตลาด เช่นการโฆษณา ลดราคา จัดรายการแจกรางวัล ผู้บริโภคจะได้จดจำตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงได้ง่ายขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เอกสารอ้างอิง

กรุงเทพธุรกิจ . 2537 . กรุงเทพมหานคร : 14 เมษายน 2537 . น.1 .

ฐานเศรษฐกิจ . 2534 . กรุงเทพมหานคร : 12-17 สิงหาคม 2534 . น.45 .

_____ . 2534 . กรุงเทพมหานคร : 2-8 กันยายน 2534 . น.42 .

นวลศิริ เปาโรหิตส์ . 2527 . จิตวิทยาสังคมเบื้องต้น . คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัย
รามคำแหง .

นิรนาม . 2534 . "การออกแบบจลาจลของบรรจุกัมที่อาหาร" . ข่าวสาร ศูนย์การบรรจุกัมที่อาหาร
ไทย . 8(39) : น.2 .

_____ . 2537 . เจ้าหน้าที่กองตลาดกลาง องค์การตลาดเพื่อเกษตรกร . สัมภาษณ์ ,
20 กรกฎาคม 2537 .

_____ . 2537 . เจ้าหน้าที่ฝ่ายธุรการทะเบียนประชากร สำนักงานเขตดุสิต . สัมภาษณ์ ,
25 กรกฎาคม 2537 .

ฝ่ายวิจัยและพัฒนา . 2531 . พฤติกรรม และแนวโน้มของอุปสงค์ข้าวสารบรรจุถุง ในเขต
กรุงเทพมหานคร . กองควบคุมข้าว กรมการค้าภายใน .

รวิวรรณ พุฒนสมบัติ . 2536 . พฤติกรรมการบริโภคผักและผลไม้ปลอดสารพิษของผู้บริโภค ใน
เขตกรุงเทพมหานคร . กรุงเทพมหานคร : ปัญหาพิเศษ . สถาบันเทคโนโลยี พระจอม

เกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง .

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ศิริจรรษา เกร์อวีริษะพันธ์ . 2536 . เอกสารประกอบการเรียน การส่มตัวอย่าง วิชาวิจัย
ธุรกิจ . ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยี
พระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง . (โรเนียว)

สุรชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์ . 2537 . เทคนิคการวิเคราะห์ตัวแปรหลายตัว สำหรับการวิจัยทาง
สังคมและพฤติกรรมศาสตร์ . กรุงเทพมหานคร : (ไม่ระบุโรงพิมพ์)

สำนักงานสถิติแห่งชาติ . 2533 . รายงานการสำรวจภาวะเศรษฐกิจ และสังคมของครัวเรือน
กรุงเทพมหานคร นนทบุรี ปทุมธานี และสมุทรปราการ . กรุงเทพมหานคร : (ไม่ระบุ
โรงพิมพ์)

_____ . 2533 . รายงานเชิงวิเคราะห์เรื่องการบริโภคข้าวของประชากร .
กรุงเทพมหานคร : (ไม่ระบุโรงพิมพ์)

_____ . 2535 . รายงานการสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือน .
กรุงเทพมหานคร : (ไม่ระบุโรงพิมพ์)

อำนาจ แสงโนรี . 2537 . เอกสารประกอบการเรียนที่สนคติดต่อการใช้ผ้า วิชาวิถีการพากรณ์
สำหรับธุรกิจ . ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยี
พระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง . (อึดสำเนา)

อำนาจ แสงโนรีและอภิสิทธิ์ แก้วฉา . 2529 . พฤติกรรมผู้บริโภคข้าวสารในครัวเรือนของชาว
กรุงเทพมหานคร . กรุงเทพมหานคร : โครงการวิจัย . คณะเทคโนโลยีการเกษตร
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง .

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชุดที่.....

เขต.....

แบบสอบถามปัญหาพิเศษ

เรื่อง...ทัศนคติของผู้บริโภคต่อตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุง

ในเขตคูสิต กรุงเทพมหานคร

กรุณาทำเครื่องหมาย / หน้าคำตอบที่ท่านต้องการและเติมข้อความลงในช่องว่างที่กำหนดให้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

() 1 ชาย () 2 หญิง

2. อายุ _____ ปี

3. ระดับการศึกษา _____ (กรุณากรอกจำนวนปีที่ทำการศึกษานั่ง)

4. อาชีพ

() 1 นักเรียน/นักศึกษา () 2 รับราชการ

() 3 รัฐวิสาหกิจ () 4 บริษัทเอกชน

() 5 ประกอบธุรกิจส่วนตัว () 6 แม่บ้าน

() 7 อื่น ๆ (โปรดระบุ) _____

5. รายได้ของครอบครัวที่ได้รับต่อเดือน _____ บาท

6. จำนวนสมาชิกในครัวเรือน _____ คน (รวมผู้ตอบแบบสอบถาม)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการบริโภคและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ

ตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงเพื่อการบริโภค

1. ปัจจุบัน ตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงที่ท่านเลือกบริโภค คือ _____
ชนิดของข้าวสารที่ท่านบริโภค _____ ราคาต่อหน่วย _____ บาท
(ชนิดของข้าวสารในที่นี้ เช่น ข้าวหอมมะลิ ข้าวเสาไห้ ข้าวรวงแก้ว)
2. จำนวนข้าวสารบรรจุถุงที่ครัวเรือนของท่านบริโภคโดยเฉลี่ยภายใน 1 เดือน
เป็นจำนวน _____ ถุง
3. ท่านซื้อข้าวสารบรรจุถุง _____ ครั้ง/เดือน
4. ท่านซื้อข้าวสารบรรจุถุงเป็นประจำจากที่ไหน
() 1 ร้านขายข้าวสาร
() 2 ร้านขายของชำ
() 3 ซูเปอร์มาเก็ต
() 4 อื่น ๆ (โปรดระบุ) _____
5. นอกจากตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงที่ท่านบริโภคในปัจจุบันแล้ว ท่านรู้จักข้าวสาร
บรรจุถุงตราสินค้าอื่นหรือไม่
() 1 ไม่รู้จัก
() 2 รู้จัก (โปรดระบุ) _____

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงที่จะใช้บริโภคในครัวเรือน

(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1 ราคา
- () 2 รสชาติ
- () 3 ลักษณะของเมล็ดข้าว
- () 4 ความสะอาด
- () 5 ปริมาณบรรจุถุงเหมาะสม
- () 6 ความสะดวกในการหาซื้อ
- () 7 ถุงที่ใช้ในการบรรจุ
- () 8 โฆษณาจูงใจ
- () 9 สะดวกในการเคลื่อนย้าย
- () 10 อื่น ๆ (โปรดระบุ) -----

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นที่มีต่อตราสินค้าข้าวสารบรรจุ

1. ภายใต้อายุที่ผ่านมานี้ ครอบครัวของท่านได้เปลี่ยนการบริโภคตราสินค้าของข้าวสารบรรจุถุงหรือไม่

- () 1 เปลี่ยน
- () 2 ไม่เปลี่ยน (ข้ามไปตอบข้อ 4.)

2. สาเหตุที่ทำให้ท่านเปลี่ยนการบริโภคตราสินค้าของข้าวสารบรรจุ

- () 1 ราคาแพง
- () 2 พบสิ่งปลอมปน
- () 3 ถุงที่ใช้ในการบรรจุไม่ได้มาตรฐาน
- () 4 รสชาติไม่ถูกใจ
- () 5 หาซื้อยาก
- () 6 อื่น ๆ (โปรดระบุ) -----

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. ชนิดของข้าวสารและตราสินค้าของข้าวสารบรรจุถุงเดิมที่ท่านบริโภคคือ (สามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

(ข้ามไปตอบข้อ 5.)

4. สาเหตุที่ทำให้ท่านไม่เปลี่ยนการบริโภคตราสินค้าของข้าวสารบรรจุถุง

- () 1 ราคาเหมาะสม
- () 2 รสชาติถูกใจ
- () 3 ลักษณะเมล็ดข้าวที่เหมาะสม
- () 4 สะอาด
- () 5 หาชื้อสะดวก
- () 6 อื่น ๆ (โปรดระบุ) -----

5. ตราสินค้าของข้าวสารบรรจุถุงที่ท่านบริโภคอยู่ในปัจจุบัน มีคุณสมบัติตามที่ท่านต้องการหรือไม่

- () 1 เป็นไปตามที่ต้องการ
- () 2 ไม่เป็นไปตามที่ต้องการเนื่องจาก -----

6. เมื่อท่านเลือกซื้อข้าวสารบรรจุถุงตราสินค้าที่ต้องการไม่ได้ ท่านจะ

- () 1 หาชื้อตราสินค้าอื่นแทน
- () 2 รอซื้อตราสินค้าที่ต้องการ
- () 3 อื่น ๆ (โปรดระบุ) -----

7. ท่านคิดว่าการซื้อข้าวสารบรรจุถุงเพื่อบริโภคในครัวเรือนนั้น การเลือกตราสินค้ามีความสำคัญหรือไม่ เพราะเหตุใด
- -----

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 4 **ทัศนคติที่มีต่อตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุง**

| คำถาม | เห็นด้วย อย่างยิ่ง | เห็นด้วย | เฉย ๆ | ไม่เห็น ด้วย | ไม่เห็น ด้วยอย่างยิ่ง |
|---|-----------------------|----------|-------|-----------------|--------------------------|
| 1. สมาชิกในครอบครัวที่เป็นผู้จ่ายของใช้ภายในครัวเรือน จะเป็นผู้เดียวที่ตัดสินใจในการเลือกซื้อตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงที่ใช้ในการบริโภคภายในครัวเรือน | | | | | |
| 2. คนที่ได้รับการศึกษา จะตัดสินใจในการเลือกตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงตามคุณภาพของข้าวสารบรรจุถุงเองเช่นรสชาติ ลักษณะของเมล็ดข้าวมากกว่าสาเหตุอื่น | | | | | |
| 3. คนที่ไม่ได้รับการศึกษาหรือได้รับการศึกษา จะตัดสินใจเลือกข้าวสารบรรจุถุงโดยใช้ปัจจัยด้านราคาแต่ละตราสินค้าเป็นสำคัญ | | | | | |
| 4. ผู้บริโภคตัดสินใจเปลี่ยนการบริโภคตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงทันทีที่ปัจจัยใดปัจจัยหนึ่งของตราสินค้านั้นเปลี่ยนไป เช่นราคาสูงขึ้น พบสิ่งปลอมปน หาซื้อลำบาก | | | | | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

| คำถาม | เห็นด้วย อย่างยิ่ง | เห็นด้วย | เฉย ๆ | ไม่เห็น ด้วย | ไม่เห็น ด้วยอย่างยิ่ง |
|--|-----------------------|----------|-------|-----------------|--------------------------|
| 5. การเปลี่ยนตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงเพื่อ การบริโภค จะเกิดขึ้นได้ง่ายเมื่อมีการชวน ด้วยวิธีต่าง ๆ เช่น โฆษณา มีคนแนะนำ | | | | | |
| 6. สาเหตุที่สำคัญที่สุดที่ทำให้ตราสินค้าข้าว สารบรรจุถุงใดตราสินค้าหนึ่งได้รับความนิยม จากผู้บริโภค เนื่องจากหาซื้อได้สะดวก | | | | | |
| 7.ตราสินค้าข้าวสารบรรจุถุงที่ได้รับความนิยม จากผู้บริโภค จะสามารถเปลี่ยนแปลงราคา ได้โดยที่ไม่มีผลกระทบหรือมีเพียงเล็กน้อยต่อ ต่อปริมาณยอดขายตราสินค้านั้น ๆ | | | | | |
| 8. ในครัวเรือนที่บริโภคข้าวสารบรรจุถุงใน ปริมาณที่มาก ปัจจัยด้านราคาจะเป็นตัวแปรที่ สำคัญในการเปลี่ยนการบริโภคตราสินค้า ข้าวสารบรรจุถุง | | | | | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

| คำถาม | เห็นด้วย อย่างยิ่ง | เห็นด้วย | เฉย ๆ | ไม่เห็น ด้วย | ไม่เห็น ด้วยอย่างยิ่ง |
|---|-----------------------|----------|-------|-----------------|--------------------------|
| 9. ชาวสารบรรณฯ ในท้องตลาดไม่มีความแตกต่างกันทางด้านคุณภาพ จึงจำเป็นต้องทำให้เกิดความแตกต่างกันโดยใช้ตราสินค้า | | | | | |
| 10. ตราสินค้าชาวสารบรรณฯ ที่มีขายอยู่ในท้องตลาด มีความหลากหลายมากพอต่อความต้องการของตลาดแล้ว | | | | | |

ขอพระคุณที่ให้ความร่วมมือในการสอบถามครั้งนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

| | | | | | | |
|----|----|--------|----|---|---|------|
| 30 | 13 | 30000 | 55 | 2 | 0 | 0.5 |
| 37 | 9 | 25000 | 60 | 4 | 1 | 0.6 |
| 55 | 12 | 6000 | 60 | 2 | 0 | 0.3 |
| 15 | 3 | 3000 | 60 | 4 | 1 | -0.1 |
| 39 | 6 | 10000 | 60 | 4 | 1 | 0.1 |
| 38 | 6 | 10000 | 99 | 5 | 1 | 0.2 |
| 42 | 4 | 7000 | 55 | 2 | 0 | -0.8 |
| 35 | 88 | 35000 | 75 | 2 | 0 | -0.1 |
| 17 | 88 | 15000 | 60 | 2 | 0 | 0.2 |
| 21 | 88 | 8000 | 60 | 2 | 0 | -0.3 |
| 25 | 14 | 6000 | 60 | 3 | 1 | 0.7 |
| 15 | 7 | 5900 | 75 | 3 | 1 | 1.0 |
| 18 | 11 | 20000 | 60 | 3 | 1 | 0.3 |
| 21 | 14 | 20000 | 52 | 3 | 1 | 0.3 |
| 17 | 11 | 999999 | 53 | 3 | 1 | 0.5 |
| 17 | 11 | 40000 | 50 | 5 | 1 | 0.1 |
| 23 | 14 | 8000 | 60 | 3 | 1 | 0.2 |
| 25 | 16 | 60000 | 63 | 4 | 1 | -0.2 |
| 28 | 16 | 40000 | 60 | 4 | 1 | 0.4 |
| 34 | 7 | 5400 | 65 | 4 | 1 | 1.0 |
| 29 | 16 | 35000 | 75 | 3 | 1 | 0.0 |
| 22 | 15 | 50000 | 60 | 3 | 1 | -0.1 |
| 13 | 6 | 15000 | 63 | 2 | 0 | -0.3 |
| 20 | 14 | 10000 | 75 | 2 | 0 | 0.2 |
| 34 | 88 | 13000 | 75 | 3 | 1 | 0.4 |
| 18 | 11 | 10000 | 75 | 5 | 1 | 0.2 |
| 45 | 14 | 150000 | 99 | 4 | 1 | -0.7 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

| | | | | | | |
|----|----|--------|----|---|---|------|
| 20 | 15 | 30000 | 55 | 3 | 1 | 0.8 |
| 12 | 7 | 30000 | 55 | 3 | 1 | 0.0 |
| 21 | 15 | 20000 | 57 | 4 | 1 | 0.4 |
| 56 | 12 | 27000 | 60 | 2 | 0 | -0.4 |
| 56 | 88 | 10000 | 99 | 2 | 1 | 0.3 |
| 25 | 16 | 8000 | 60 | 2 | 0 | 0.2 |
| 21 | 15 | 50000 | 99 | 4 | 1 | 0.0 |
| 43 | 14 | 45000 | 58 | 5 | 1 | 0.1 |
| 27 | 16 | 19500 | 60 | 1 | 0 | 0.9 |
| 22 | 16 | 40800 | 55 | 5 | 1 | -0.2 |
| 36 | 16 | 25000 | 60 | 2 | 0 | 0.0 |
| 45 | 18 | 40000 | 60 | 2 | 0 | 0.8 |
| 43 | 16 | 20000 | 99 | 2 | 1 | -0.1 |
| 22 | 16 | 44500 | 60 | 2 | 0 | 0.6 |
| 36 | 16 | 12000 | 60 | 1 | 0 | 0.5 |
| 26 | 14 | 10000 | 60 | 2 | 0 | 0.5 |
| 20 | 15 | 20000 | 53 | 2 | 0 | 1.1 |
| 21 | 15 | 20000 | 57 | 4 | 1 | 0.9 |
| 21 | 16 | 33000 | 99 | 2 | 0 | 0.4 |
| 17 | 12 | 15000 | 99 | 3 | 1 | 0.9 |
| 19 | 14 | 30500 | 99 | 4 | 0 | 0.0 |
| 29 | 16 | 8000 | 52 | 6 | 1 | 0.5 |
| 25 | 12 | 8500 | 56 | 7 | 1 | 0.8 |
| 24 | 14 | 30000 | 56 | 6 | 1 | 0.3 |
| 25 | 18 | 30000 | 99 | 3 | 1 | 0.2 |
| 28 | 18 | 120000 | 65 | 2 | 0 | 0.4 |
| 24 | 16 | 17000 | 60 | 6 | 1 | 0.9 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

| | | | | | | |
|----|----|--------|----|---|---|------|
| 22 | 15 | 30000 | 43 | 3 | 0 | 0.5 |
| 20 | 15 | 20000 | 55 | 1 | 0 | -1.2 |
| 31 | 12 | 8000 | 60 | 3 | 1 | 0.0 |
| 50 | 12 | 18000 | 99 | 2 | 0 | 0.3 |
| 37 | 12 | 9300 | 60 | 3 | 1 | 0.0 |
| 22 | 15 | 999999 | 99 | 1 | 0 | 1.1 |
| 48 | 9 | 999999 | 99 | 5 | 0 | 0.2 |
| 18 | 12 | 29000 | 60 | 2 | 0 | 0.6 |
| 37 | 16 | 50000 | 60 | 2 | 0 | 0.0 |
| 27 | 14 | 25000 | 60 | 3 | 1 | 0.2 |
| 18 | 13 | 30000 | 50 | 3 | 1 | 0.1 |
| 37 | 16 | 50000 | 99 | 1 | 1 | 0.3 |
| 29 | 16 | 13000 | 57 | 2 | 0 | 0.4 |
| 23 | 15 | 50000 | 99 | 5 | 1 | 1.3 |
| 50 | 12 | 20000 | 60 | 3 | 1 | 0.2 |
| 50 | 12 | 20000 | 53 | 3 | 1 | 0.5 |
| 30 | 16 | 30000 | 58 | 4 | 1 | 1.1 |
| 21 | 15 | 50000 | 53 | 2 | 0 | 0.7 |
| 20 | 10 | 15000 | 59 | 5 | 1 | 0.4 |
| 49 | 12 | 10500 | 52 | 4 | 1 | -0.1 |
| 20 | 11 | 20000 | 60 | 6 | 1 | 0.3 |
| 19 | 12 | 20500 | 60 | 4 | 1 | -0.1 |
| 29 | 12 | 21000 | 60 | 4 | 1 | -0.1 |
| 19 | 11 | 30000 | 60 | 3 | 0 | 1.6 |
| 30 | 14 | 20000 | 57 | 3 | 1 | 0.6 |
| 22 | 16 | 15000 | 60 | 1 | 0 | 0.4 |
| 29 | 12 | 25000 | 60 | 2 | 0 | -0.4 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

48 16 10000 99 1 1 0.3

51 16 999999 99 2 0 -0.2

17 11 20000 99 2 0 -0.3

26 14 28000 99 4 1 1.0

22 15 50000 60 3 1 1.1

18 13 25000 99 2 0 -0.2

25 14 12100 99 3 1 -0.5

28 12 20000 99 3 1 1.3

22 15 20000 99 2 0 -0.6

32 7 999999 60 2 0 -0.1

63 14 49000 60 3 1 0.1

34 16 20200 99 3 1 0.0

37 16 10000 63 1 0 0.0

27 6 7000 56 2 0 0.1

20 15 5000 60 3 1 0.0

22 12 13500 60 2 0 0.5

22 13 4500 99 1 1 0.4

35 14 20000 99 3 1 0.4

27 16 25000 99 1 0 -0.1

25 16 20000 60 2 0 0.5

27 88 999999 99 2 0 0.8

27 14 20000 60 3 1 0.5

50 16 30000 99 4 1 -0.1

20 14 60000 60 4 0 -0.1

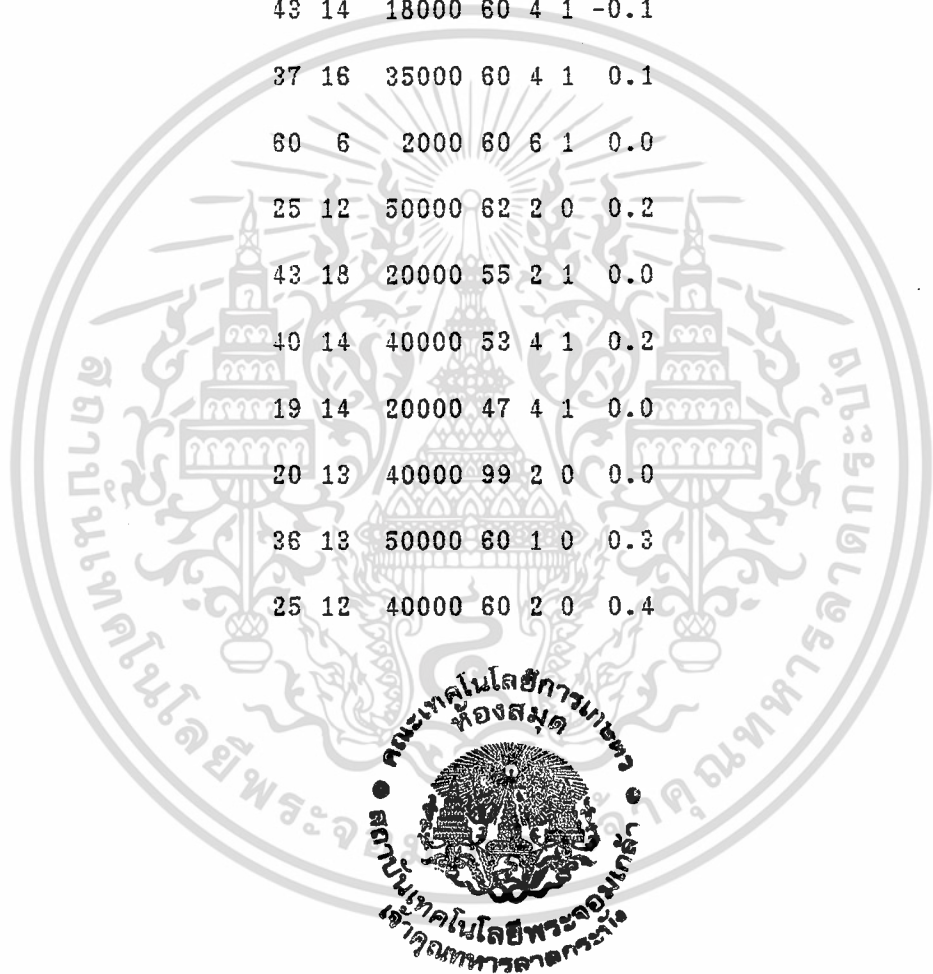
50 12 85000 60 4 0 0.4

37 16 18000 53 5 1 0.0

40 16 20000 99 3 1 0.8

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาหรือข้อมูลของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

| | | | | | | |
|----|----|-------|----|---|---|------|
| 21 | 15 | 50000 | 50 | 4 | 1 | 0.8 |
| 19 | 14 | 80000 | 55 | 3 | 1 | 0.8 |
| 37 | 16 | 20000 | 68 | 1 | 0 | 0.7 |
| 23 | 14 | 30000 | 60 | 4 | 1 | -0.1 |
| 51 | 16 | 90000 | 55 | 4 | 1 | 0.8 |
| 43 | 14 | 18000 | 60 | 4 | 1 | -0.1 |
| 37 | 16 | 35000 | 60 | 4 | 1 | 0.1 |
| 60 | 6 | 2000 | 60 | 6 | 1 | 0.0 |
| 25 | 12 | 50000 | 62 | 2 | 0 | 0.2 |
| 43 | 18 | 20000 | 55 | 2 | 1 | 0.0 |
| 40 | 14 | 40000 | 53 | 4 | 1 | 0.2 |
| 19 | 14 | 20000 | 47 | 4 | 1 | 0.0 |
| 20 | 13 | 40000 | 99 | 2 | 0 | 0.0 |
| 36 | 13 | 50000 | 60 | 1 | 0 | 0.3 |
| 25 | 12 | 40000 | 60 | 2 | 0 | 0.4 |



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้