

ชื่อเรื่อง	กระบวนการตัดสินใจซื้อลำไยอบแห้งเนื้อสีทองของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
ชื่อผู้เขียน	นางสาววัชรภรณ์ พิลา
ชื่อปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ
ประธานกรรมการที่ปรึกษา	อาจารย์ ดร.กชพร ศิริโกตากิจ

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจซื้อลำไยอบแห้งเนื้อสีทอง และปัญหาในการซื้อลำไยอบแห้งเนื้อสีทองของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่างในครั้งนี้คือ ประชากรผู้ที่มาซื้อหรือเคยซื้อลำไยอบแห้งเนื้อสีทองในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 384 คน ซึ่งเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม นำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมทางสถิติ

จากการศึกษากระบวนการตัดสินใจซื้อลำไยอบแห้งเนื้อสีทองของผู้บริโภคสาเหตุสำคัญที่ต้องการซื้อ คือ จะซื้อไปบริโภคเอง โดยสอบถามจากคนรู้จัก จะหาข้อมูลเรื่องราวมากที่สุด นอกจากนี้เมื่อได้ข้อมูลแล้วจะทำการตัดสินใจซื้อทันที โดยให้ความสำคัญ ในเรื่องความปลอดภัยจากสารเคมี/สิ่งปนเปื้อน เป็นอันดับแรก ส่วนใหญ่จะซื้อจากห้างสรรพสินค้า โดยจะเลือกซื้อที่บรรจุในกล่องพลาสติกใส ซื้อแต่ละครั้งเฉลี่ย 1.5 – 2 กิโลกรัม กรณีที่มีผลไม่ตามฤดูกาลชนิดอื่นวางจำหน่ายอยู่ด้วยก็จะยังคงเลือกซื้อลำไยอบแห้งเนื้อสีทองอย่างแน่นอน โดยจะซื้อในช่วงเดือน มกราคม – มีนาคม และมีความพึงพอใจเกี่ยวกับลำไยอบแห้งเนื้อสีทองในระดับมาก แม้ว่าไม่พึงพอใจลำไยอบแห้งเนื้อสีทองแต่ก็จะยังคงจะรับประทานต่อไป ในอนาคตจะยังเลือกซื้อและจะแนะนำให้ผู้อื่นซื้อลำไยอบแห้งเนื้อสีทองอย่างแน่นอน

ปัญหาที่พบจากการซื้อลำไยอบแห้งเนื้อสีทอง คือ เมื่อทำการซื้อลำไยอบแห้งเนื้อสีทองในจำนวนมาก ๆ จะไม่มีส่วนลดให้กับผู้ซื้อ ขนาดของผลลำไยอบแห้งเนื้อสีทองมีขนาดที่ไม่เหมาะสมกับราคา สถานที่วางจำหน่ายหาได้ยาก และไม่มีการลด แลก แจก แถม

ข้อเสนอแนะ ด้านผลิตภัณฑ์ ควรมีการคัดแยกขนาดผลของผลิตภัณฑ์ให้ชัดเจน หลีกเลี่ยงการใช้สารเคมีในการผลิต จำหน่ายลำไยอบแห้งเนื้อสีทองคัดคุณภาพสูง และเสนอขายในราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เพิ่มตลาดให้กว้างขึ้นเพื่อการกระจายสินค้าให้มากขึ้น ด้านการส่งเสริมการขาย ควรจัดบริการทดลองชิม แจกสินค้าตัวอย่าง หรือการจัดบริการ ลด แลก แจก แถม บ้างเป็นครั้งคราว

Title	Decision-Making Process to Purchase Dry Baked Longan Golden Color Pulp of Consumers in Muang District, Chiang Mai Province
Author	Miss Watcharaporn Pila
Degree of	Master of Business Administration in Business Administration
Advisory Committee Chairperson	Dr. Kodchaphorn Siripokakit

ABSTRACT

The objectives of this study were to find out: 1) the decision-making process to purchase dry baked longan having golden color pulp of consumers in Maung district, Chiang Mai province and 2) problems encountered in the purchase of dry baked longan. A set of questionnaires was used for data collection administered with 384 customers obtained data were analyzed by using the Statistical Package.

Findings showed that the respondents purchased dry baked longan for their own consumption. They inquired acquaintances about dry baked longan, particularly on price most. After receiving the information, they decided to purchase it immediately. The respondents placed the importance of chemical free as the priority. They mostly purchased dry baked longan at department stores, 1.5-2 kilograms per visit. They preferred dry baked longan contained in a transparent plastic box. They still purchased dry bake longan even though there were other kinds of fruit alongside. They usually purchased dry baked longan during January-March. It was also found that the respondents had a high level of satisfaction with dry baked longan and they surely would suggest other people to purchase it.

The following were problems encountered: there was no discount in the case of big purchase volume; the size of longan fruit was inappropriate with its price; dry baked longan selling stalls were difficult to find; and were no discount and premium.

The following were suggested: 1) product – the size of dry baked longan should be clearly sorted; chemical application should be avoided during the production; high quality of dry baked longan should be sold; the price should be relevant to the product; 2) sales promotion –

tasting service should be provided; sample product should be distributed; and occasional discount and premium should be done.

