

จิตรภา บุญญาสนธิ : ความต้องการซื้อสินค้าธัญพืชประเภทข้าวอินทรีย์ (THE PURCHASE DEMAND FOR GRAINS OF ORGANICS RICE PRODUCT)

อาจารย์ที่ปรึกษา : รองศาสตราจารย์ ดร.ขวัญกมล ดอนขวา, 85 หน้า.

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความแตกต่างของช่วงอายุผู้บริโภคที่มีความต้องการซื้อสินค้าธัญพืชประเภทข้าวอินทรีย์ เพื่อศึกษาระดับการให้ความสำคัญในปัจจุบันประสมทางการตลาด เพื่อศึกษาระดับทัศนคติของผู้บริโภคข้าวอินทรีย์ เพื่อศึกษาระดับความต้องการซื้อสินค้าธัญพืชประเภทข้าวอินทรีย์ และ เพื่อศึกษาขนาดของผลกระทบในปัจจุบันทางการตลาดและทัศนคติที่มีต่อความต้องการซื้อสินค้าธัญพืชประเภทข้าวอินทรีย์ กลุ่มเป้าหมายเป็นผู้บริโภคที่มีความต้องการซื้อสินค้าธัญพืชประเภทข้าวอินทรีย์ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไป ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจำนวน 450 ตัวอย่าง วิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และแบบจำลองสมการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression)

ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไปมีความต้องการซื้อสินค้าธัญพืชประเภทข้าวอินทรีย์เพื่อบริโภคอาหารที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพมากกว่าผู้บริโภคช่วงอายุ 40-44 ปี และผู้บริโภคที่มีช่วงอายุ 60 ปีขึ้นไปมีความต้องการซื้อสินค้าธัญพืชประเภทข้าวอินทรีย์เพื่อบริโภคอาหารที่มีคุณภาพมากกว่าผู้บริโภคช่วงอายุ 50-54 ปี และช่วงอายุ 40-44 ปี ตามลำดับ โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{x} = 3.65$) ทัศนคติด้านการตระหนักถึงสิ่งแวดล้อม ($\bar{x} = 4.17$) มากที่สุดและมีความต้องการซื้อสินค้าธัญพืชประเภทข้าวอินทรีย์อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.11$) รวมถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความต้องการซื้อสินค้าธัญพืชประเภทข้าวอินทรีย์มากที่สุดคือ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา ($\beta = 0.241$) และปัจจัยทัศนคติด้านแนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภคอินทรีย์ ($\beta = 0.416$)

JITRAPA BUNYANUSON : THE PURCHASE DEMAND FOR GRAINS
OF ORGANICS RICE PRODUCT. THESIS ADVISOR : ASSOC.
PROF. KWUNKAMOL DONKWA, Ph.D., 85 PP.

PURCHASE/ORGANICS FOOD/ORGANIC RICE

The purpose of this research were 1) to study the purchase demand of consumer of different age groups for organic rice products, 2) to study the level of importance in the marketing factors toward the purchase for grains of organic rice products, 3) to study the level of consumer attitudes toward the purchase demand for grains of organic rice products, 4) to study the level of purchase demand for grains of organic rice products, and 5) to study the impact of marketing factors and attitudes toward the level of purchase demand for grains of organic rice products. The target groups who bought organic rice products (41 years of age and over) live in the Bangkok Metropolitan Region. Questionnaires were distributed to 450 samples. The quantitative analysis method was used to analyze the mean, standard deviation, and multiple regression analysis.

The result showed the purchase demand for the health benefit for grains of organic rice products of consumer 60 years of age and older were greater than those between the ages of 40 to 44, and the purchase of demand for consumers aged 60 years and over for grains of organic rice products of quality were greater than those between 40 to 44, and 50 to 54 years of age respectively. The factors marketing and consumer attitudes most important were the product ($\bar{x} = 3.65$) and environmental awareness ($\bar{x} = 4.17$). The purchase demand for grains of organic rice products at high level ($\bar{x} = 4.11$). For the marketing factors and consumer attitudes, the purchase

demand for grains of organic rice products most affected pricing ($\beta = 0.241$) and the trends of consumer behavior toward organic food ($\beta = 0.416$)



School of Management Technology Student's Signature_____

Academic Year 2015 Advisor's Signature_____