**ชื่อวิทยานิพนธ์** **พฤติกรรมการบริโภคข้าวโพดหวานของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนคร หาดใหญ่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา**

ผู้เขียน นางสาวหทัยรัตน์ บุญรัศมี
สาขาวิชา การจัดการธุรกิจเกษตร
ปีการศึกษา 2553

**บทคัดย่อ**

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) สภาพทางสังคมและเศรษฐกิจของผู้บริโภคข้าวโพดหวาน 2) พฤติกรรมการบริโภคข้าวโพดหวานของผู้บริโภค 3) ปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคข้าวโพดหวานของผู้บริโภค 4) ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านสังคมและเศรษฐกิจกับพฤติกรรมการบริโภคข้าวโพดหวานของผู้บริโภค และ 5) ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะในการบริโภคข้าวโพดหวานของผู้บริโภค โดยเก็บข้อมูลจากผู้บริโภคข้าวโพดหวานในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ 180 ราย ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ วิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาโดยใช้สถิติอย่างง่าย และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้วยสถิติไคสแควร์ (Chi-Square Statistic) ผลการศึกษาพบว่า

กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 64 เป็นเพศหญิง มีอายุเฉลี่ย 36 ปี ส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ มีสถานภาพสมรส มีจำนวนสมาชิกในครอบครัวเฉลี่ย 4.31 คน ร้อยละ 59 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่า ร้อยละ 65 รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับข้าวโพดหวาน โดยส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลจากเพื่อน และคนรู้จักกลุ่มตัวอย่างประกอบธุรกิจส่วนตัวเป็นอาชีพหลักส่วนใหญ่ไม่มีอาชีพเสริม มีรายได้ เฉลี่ย 14,545 บาทต่อเดือน มีรายจ่าย เฉลี่ย 6,717 บาทต่อเดือนและรายจ่ายในการบริโภคอาหารเฉลี่ย 3,144 บาทต่อเดือน

กลุ่มตัวอย่างเลือกบริโภคข้าวโพดหวานเพราะชอบรสชาติ นิยมบริโภคแบบต้มมากที่สุด มีความถี่ในการซื้อข้าวโพดหวานฝักสดและฝักต้มเฉลี่ย 1.25 และ 1.65 ครั้งต่อสัปดาห์ ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างบริโภคข้าวโพดหวานฝักต้มเฉลี่ยที่ 1 ครั้งต่อสัปดาห์ ราคาข้าวโพดหวานฝักสดและฝักต้มเฉลี่ย 24 บาทต่อกิโลกรัม และ 11 บาทต่อฝัก ตามลำดับ การซื้อข้าวโพดหวานแต่ละครั้งมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่ำกว่า 50 บาท ผู้บริโภคร้อยละ 61 เลือกซื้อข้าวโพดหวานด้วยตนเอง ร้อยละ 59 เห็นว่า ราคาข้าวโพดหวานที่ซื้อนั้นมีความเหมาะสม ผู้บริโภคร้อยละ 58 นิยมซื้อข้าวโพดหวานที่มีลักษณะฝักใหญ่ยาว ร้อยละ 75 ไม่สนใจพันธุ์ข้าวโพดหวาน สีของข้าวโพดหวานที่ผู้บริโภคนิยมซื้อมากที่สุด คือ สีเหลือง และสถานที่ที่กลุ่มตัวอย่างเลือกซื้อข้าวโพดหวานฝักสดและฝักต้มมากที่สุด คือ ตลาดสด

ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการบริโภคข้าวโพดหวานมากที่สุด คือ ความสะอาดและความสดของข้าวโพดหวาน ส่วนความปลอดภัยจากสารตกค้าง ขนาดและรูปร่างของฝัก สีของเมล็ด ลักษณะของบรรจุภัณฑ์ ความสะดวกและความสะอาดของสถานที่ที่ซื้อและราคา เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคมาก ส่วนพันธุ์ข้าวโพดหวาน ยี่ห้อ และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการบริโภคข้าวโพดหวานปานกลาง

ปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจของผู้บริโภคทุกปัจจัย ไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการบริโภคข้าวโพดหวานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha$ = 0.05 ปัจจัยอายุและระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการซื้อข้าวโพดหวานฝักสดของผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha$ = 0.05 ส่วนสถานภาพสมรสและจำนวนสมาชิกในครอบครัว มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการซื้อข้าวโพดหวานฝักสดของผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha$ = 0.01 อายุ ระดับการศึกษา รายได้ผู้บริโภค มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการบริโภคข้าวโพดหวานฝักต้มของผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha$ = 0.05 ส่วน

จำนวนสมาชิกในครอบครัวมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการบริโภคข้าวโพดหวานฝักต้มของผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha$ = 0.01

ปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญในการบริโภคข้าวโพดหวาน ได้แก่ หาซื้อยาก พันธุ์ข้าวโพดหวานไม่ตรงกับความต้องการ และบางช่วงมีราคาแพง กลุ่มตัวอย่างมีข้อเสนอแนะว่าควรมีการปรับปรุงคุณภาพของข้าวโพดหวานให้มีความสด สะอาด และปลอดภัยจากสารพิษตกค้าง ควรมีการควบคุมราคา และที่สำคัญควรเพิ่มจุดจำหน่ายข้าวโพดหวานให้มากขึ้น