

ชื่อเรื่องการค้าค้นคว้าแบบอิสระ

พฤติกรรมการณ์ซื้อและความพอใจของผู้ซื้อ
เสื้อผ้าฝ้ายพื้นเมือง

ผู้เขียน

นางสาวนพมาศ แก้วยานะ

ปริญญา

เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้าค้นคว้าแบบอิสระ

ผศ.ดร.วินัส ฤชัย

ประธานกรรมการ

ผศ.ดร.ศศิเพ็ญ พวงสายใจ

กรรมการ

ผศ.สุวรรตน์ ยิบมันตะสิริ

กรรมการ

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาพฤติกรรมการณ์ซื้อเสื้อผ้าฝ้ายพื้นเมือง (2) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าฝ้ายพื้นเมือง และ(3) ศึกษาความพอใจและความคิดเห็นของผู้ซื้อในการปรับปรุงเสื้อผ้าฝ้ายพื้นเมือง ของผู้ซื้อในจังหวัดเชียงใหม่

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาได้มาจากแบบสอบถามสำหรับผู้ซื้อจำนวน 300 ราย ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบ Accidental Random Sampling แยกเป็นผู้อาศัยในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 150 ราย และนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 150 ราย สถิติเชิงพรรณนาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ พบว่า ผู้อาศัยในจังหวัดเชียงใหม่ มีภูมิลำเนาในเขตเทศบาลและนอกเขตเทศบาลในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่มาจากภาคอื่น ๆ มากกว่าภาคเหนือ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 26-45 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ผู้อาศัยในจังหวัดเชียงใหม่ประกอบอาชีพรับราชการมากกว่าอาชีพอื่นและมีรายได้ระหว่าง 10,001 – 15,000 บาทต่อเดือน ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยประกอบอาชีพรับจ้างพนักงานบริษัทเอกชนมากกว่าอาชีพอื่น และมีรายได้ระหว่าง 5,001 – 10,000 บาท

ในรอบ 1 ปีที่ผ่านมา กลุ่มตัวอย่างชอบซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปมากกว่าผลิตภัณฑ์อย่างอื่น ผู้ซื้อที่อาศัยในจังหวัดเชียงใหม่ นิยมซื้อในช่วงเทศกาล เพื่อนำไปใส่เอง มีค่าใช้จ่ายในการซื้อเกินกว่า 1,500 บาท และตัดสินใจซื้อด้วยตนเอง ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมซื้อทั้งในช่วงเทศกาลและ

นอกช่วงเทศกาลในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน เพื่อนำไปเป็นของฝาก มีค่าใช้จ่ายในการซื้อระหว่าง 300 – 600 บาท และผู้จำหน่ายมีส่วนช่วยในการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าฝ้ายพื้นเมือง

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้อาศัยในจังหวัดเชียงใหม่เป็นลำดับแรกคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมา คือ ปัจจัยด้านราคา ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยเห็นว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเป็นลำดับแรกคือ ปัจจัยด้านราคา รองลงมาคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้ผู้ซื้อทั้งสองกลุ่มให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับเสื้อผ้าฝ้ายพื้นเมืองต้องมีรูปแบบและสีสันสวยงาม ส่วนปัจจัยด้านราคา ผู้ซื้อให้ความสำคัญว่าราคาต้องมีความเหมาะสมกับคุณภาพ

ผู้ซื้อทั้งสองกลุ่มมีความพอใจในผลิตภัณฑ์ และต้องการให้มีการปรับปรุงคุณภาพเสื้อผ้าฝ้ายพื้นเมืองในด้านคุณภาพของสีที่นำมาย้อมเป็นอันดับแรก และต้องการให้ปรับปรุงด้านการออกแบบให้ทันสมัยและขนาดของเสื้อผ้า เป็นลำดับรองลงมา

Independent Study Title Purchasing Behavior and Satisfaction of Buyers for
Local Cottonwears

Author Miss. Nopamat Kaewyana

Degree Master of Economics

Independent Study Advisory Committee

Asst. Prof. Dr. Venus Rauechai	Chairperson
Asst. Prof. Dr. Sasipen Phuangsaichai	Member
Asst. Prof. Suwarat Gypmantasiri	Member

ABSTRACT

The objectives of this study are (1) to study purchasing behavior of buyers for cotton-wears, (2) to study factors affecting decision making of purchasing cotton-wears, and (3) to study buyers' satisfaction and opinions with regard to product improvements of local Chiang Mai cotton-wears.

Data are collected using questionnaires from an accidental random sample of 300 buyers. 150 are Chiang Mai residents and 150 are Thai tourists. Descriptive statistics are used to analyze the data.

The results of the study show that for Chiang Mai residents those who live within the municipality and outside the municipality are of about the same ratio. For the group of Thai tourists, most come from other parts of Thailand rather than from within the Northern region. Most are females, 26-45 years of age, and with bachelor's degree. For Chiang Mai residents group, working as government officials is found to be their occupation more than other careers, with monthly income of 10,001-15,000 baht. As for the Thai tourists group, working as employees in the private sector is the most found occupation, with income of 5,001-10,000 baht per month.

In the past one year it is found that ready to wear tops are bought more than other items. Chiang Mai residents prefer to buy during festival seasons for themselves, their average spending is more than 1,500 baht, and decisions to purchase are made by themselves. For the Thai tourist group, they tend to buy regardless of festivals as the ratio of purchase during festival seasons is more or less the same as that of during non-festival seasons, purchases are intended as souvenirs, with average spending of 300-600 baht, and sellers have influence in decision to buy.

Factors affecting purchasing decision-making of Chiang Mai residents are product design and price, in order of importance respectively. For the Thai tourists group, price is the most important factor, while product design themselves are the next important factor. For product design factor, both groups of buyers agree that design and color are significant. For price factor, both groups agree that suitable price when quality is taken into consideration is the most significant factor.

Both groups of buyers are satisfied with local cotton-wear products and would like to see improvement in the use of dye quality as the first and foremost. Next they would like to see more trendy design and more sizes available.