

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ	พฤติกรรมผู้บริโภคในการเช่าบูชาพระธาตุจำลอง 12 ปีนักษัตร ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่	
ผู้เขียน	ว่าที่ ร.ต.ณัฐ เขาวนพูนผล	
ปริญญา	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์การเมือง)	
คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ	รองศาสตราจารย์พรทิพย์ เขียรธีรวิทย์	ประธานกรรมการ
	รองศาสตราจารย์สุวัฒน์ ยิบมันตะศิริ	กรรมการ
	รองศาสตราจารย์สุรกร วิศิษฐ์สุวรรณ	กรรมการ

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเช่าบูชาพระธาตุจำลอง 12 ปีนักษัตร ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้เช่าองค์พระธาตุ ณ จุดรับจองในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 300 ราย การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เช่าบูชาพระธาตุจำลอง 12 ปีนักษัตร ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-30 ปี มีสถานภาพสมรสแล้ว สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมปลาย ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด มีรายได้เฉลี่ย ระหว่าง 5,000-10,000 บาทต่อเดือน

พฤติกรรมในการเช่าบูชาพระธาตุจำลอง พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีวัตถุประสงค์ในการเช่าบูชาเนื่องจาก มีความเชื่อความศรัทธาในองค์พระธาตุและต้องการนำมาบูชาไว้ที่บ้าน พระธาตุที่เช่าบูชาส่วนใหญ่เป็นพระธาตุแบบเดี่ยว โดยทำการบูชาจำนวน 409 องค์ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นพระธาตุสำหรับผู้ที่เกิดปีมะแม ปีชวด ปีฉลู ปีมะเมีย และปีกุน และนิยมเช่าพระธาตุขนาดเล็ก ซึ่งมีราคาองค์ละ 299 บาท ส่วนผู้เช่าพระธาตุแบบชุด มีจำนวนการเช่า 16 ชุด ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการเช่าแบบชุดขนาดเล็ก ซึ่งมีราคาชุดละ 3,499 บาท มูลค่าการเช่าพระธาตุทั้งสิ้นเฉลี่ยต่อคน เท่ากับ 959.58 บาท แหล่งข้อมูลที่ได้รับทราบการเช่าบูชาองค์พระธาตุ ส่วนใหญ่มาจาก คนรู้จักแนะนำ

ภาพรวมของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่าบูชาพระธาตุมากเป็นอันดับหนึ่งคือ ปัจจัยด้านความเลื่อมใสและศรัทธาในองค์พระธาตุ รองลงมาคือ ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของผู้จัดทำและปัจจัยด้านความหลากหลายขององค์พระธาตุ ตามลำดับ เมื่อพิจารณาปัจจัยดังกล่าวข้างต้น จำแนกตามเพศ อายุ และอาชีพแล้วพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่าบูชาพระธาตุมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านความเลื่อมใสและศรัทธาในองค์พระธาตุ

Independent Study Title	Behavior of Consumers in Purchasing Zodiac Signed Buddha Relics in Mueang Chiang Mai District, Chiang Mai Province	
Author	Acting Sub Lt. Nat Chaowanaphoonphon	
Degree	Master of Arts (Political Economy)	
Independent Study Advisory Committee	Associate Professor Porntip Tianteerawit	Chairperson
	Associate Professor Suwaruat Gypmantasiri	Member
	Associate Professor Suraporn Wisitsuwan	Member

ABSTRACT

The objectives of the study were to investigate the behavior of consumers and factors affecting the consumers in making decisions to purchase zodiac sign Buddha relics in Mueang Chiang Mai District, Chiang Mai. The data was gathered through questionnaires answered by 300 purchasers at the reservation booths opened in Mueang Chiang Mai District, Chiang Mai Province, using descriptive statistics as the method of analysis.

The study showed that the highest number of purchasers of the zodiac sign Buddha relics were female aged between 20-30 years-old, who were married and had a high school level of education. They were mostly employees of some private companies and had an income between 5,000-10,000 Baht per month.

Their motivations for purchasing the Buddha relics were their faith in the relics and their desire to keep them for worship at home. The highest number purchased were that of the single type for as many as 409 relics, mostly those of the signs of the goat, mouse, cow, horse and pig. The smallest size which sold for 299 Baht each was the most popular ones. Sixteen of the set types were purchased, mostly of the small size, at the price of 3,499 Baht per set. The average purchase per person was 959.8 Baht. The purchasers received the information about their being on sale mainly from their acquaintances.

The factors that influenced the decision making of the relics purchasers were primarily the faith in the relics, the reliability of the organizations or makers, and the varieties of relics available respectively. When analyzed by gender, age and occupation, the sample group's reasons for purchasing were nearly the same. In other words, the factor that influenced the purchase of the Zodiac Sign Buddha relics the most was the faith in the relics.