

ชื่อเรื่องการค้าค้ำคว้าแบบอิสระ ทศนคติของผู้บริโภคต่อร้านจำหน่ายทองโบราณใน
อำเภอศรีสัชนาลัย จังหวัดสุโขทัย

ชื่อผู้เขียน นายพงษ์ศักดิ์ พูลสุข

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการสอบการค้าค้ำคว้าแบบอิสระ

รองศาสตราจารย์ศิริเกียรติ รัชชานันติ	ประธานกรรมการ
อาจารย์เพชรรัตน์ มีสมบูรณ์พูนสุข	กรรมการ
อาจารย์สุจรรย์พันธ์ สุวรรณพันธ์	กรรมการ

บทคัดย่อ

การค้าค้ำคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ทศนคติของผู้บริโภคต่อร้านจำหน่ายทองโบราณในอำเภอศรีสัชนาลัย จังหวัดสุโขทัย โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลใช้แบบสอบถามจากผู้บริโภคทั้งหมดจำนวน 321 ราย ซึ่งแบ่งตามประเภทของผู้บริโภคออกเป็นสองประเภทคือ ผู้บริโภคในอำเภอศรีสัชนาลัย จังหวัดสุโขทัย คิดเป็นร้อยละ 64.17 และนักท่องเที่ยวชาวไทย คิดเป็นร้อยละ 35.83 และเมื่อแบ่งตามประเภทการซื้อทองรูปพรรณลายโบราณจะสามารถแบ่งเป็นสองประเภทคือ ผู้บริโภคทั้งหมดที่เคยซื้อทองรูปพรรณลายโบราณ คิดเป็นร้อยละ 29.60 และผู้บริโภคทั้งหมดที่ไม่เคยซื้อทองรูปพรรณลายโบราณ คิดเป็นร้อยละ 70.40 โดยนำข้อมูลที่ได้มาประมวลผล ด้วยสถิติค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และ ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก ซึ่งสามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้จากการศึกษาพบว่า

สำหรับผู้บริโภคทั้งหมดที่เคยซื้อทองรูปพรรณลายโบราณ มีทัศนคติด้านความรู้ความเข้าใจในระดับรู้อันดับหนึ่ง คือ ความมีชื่อเสียงของร้านทองรูปพรรณลายโบราณ ส่วนระดับไม่รู้อันดับหนึ่ง คือ การโฆษณาโดยใช้แผ่นพับของร้านทองรูปพรรณลายโบราณ และระดับไม่แน่ใจ คือ ราคารับซื้อคืนทองรูปพรรณลายโบราณ สำหรับทัศนคติด้านความชอบอันดับหนึ่ง คือ ปังจ๊วย

ด้านผลิตภัณฑ์ซึ่งอยู่ในระดับชอบมาก และทัศนคติด้านพฤติกรรม พบว่า จะให้ความสำคัญอันดับหนึ่งต่อปัจจัยในการพิจารณาซื้อของรูปพรรณลายโบราณ คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ส่วนรูปแบบของรูปพรรณลายโบราณที่นิยมซื้อมากที่สุด คือ สร้อยคอ โดยส่วนใหญ่จะซื้อของรูปพรรณลายโบราณที่มีน้ำหนักน้อยกว่าหรือเท่ากับสองบาทและมากกว่าสองบาทถึงสี่บาท ซึ่งส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการซื้อเพื่อนำไปสวมใส่เอง และมีญาติเป็นผู้ร่วมในการตัดสินใจซื้อ ในการซื้อของรูปพรรณลายโบราณครั้งล่าสุดนั้นเคยซื้อเมื่อสองปีที่ผ่านมา และถ้ามีโอกาสในอนาคตจะซื้อของรูปพรรณลายโบราณอีก คิดเป็นร้อยละ 73.68 ทั้งนี้จะมีแนวโน้มก่อพฤติกรรมการซื้อเหมือนกับในอดีตทุกด้าน

ส่วนผู้บริโภคทั้งหมดที่ไม่เคยซื้อของรูปพรรณลายโบราณพบว่า มีแนวโน้มในอนาคตที่จะซื้อของรูปพรรณลายโบราณอีก คิดเป็นร้อยละ 53.10 โดยมีเหตุผลส่วนใหญ่เพราะความสวยงามประณีตของสินค้า และมีแนวโน้มในอนาคตที่จะไม่ซื้อของรูปพรรณลายโบราณอีก คิดเป็นร้อยละ 46.90 โดยมีเหตุผลส่วนใหญ่เพราะราคาแพงไม่เหมาะสมกับสินค้า

Independent Study Title	The Attitude of the Consumer Toward Thai Antique Style Gold Smiths in Si Satchanalai District, Sukhothai Province.	
Author	Mr. Pongsak Poolsuk	
M.B.A.		
Examining Committee	Assoc. Prof. Sirikiat Ratchusanti	Chairman
	Lecturer Petcharat Mesomboonpoonsuk	Member
	Lecturer Suchanphin Suwanphan	Member

Abstract

Si Satchanalai

The objective of this independent study is to study the attitude of the consumers toward Thai antique style goldsmiths in Srisatchanalai district, Sukhothai province, by collecting data from consumer questionnaires of 321 consumers, who are classified in to 2 types ie. consumers in Srisatchanalai district, Sukhothai province, representing 64.17% and Thai travellers representing 35.83%. We can classify consumers by purchasing behavior of Thai antique style gold 29.60% have ever purchased it and 70.40% have never purchased it. By evaluating the statistical frequency, percentages, mean and weighted average, we can summarize the following results:

The study shows that from all consumers who used to purchase Thai antique style gold, awareness in the first rank is the fame of Thai antique style goldsmiths and the unawareness in the first rank is the advertisement in leaflet of the Thai antique style goldsmiths and the "unsure" awareness is the resale price of Thai antique style gold. For the attitude of the most liking, product attribute is the most liking rank and purchasing behavior shows that the most important criteria for purchasing Thai antique style gold is the product attribute.

The type of most purchased Thai antique style gold is necklace and the majority purchased such gold which had weight of less than or equal to 2 baht or more than 2-4 baht, with the purpose of their own usage and elder relatives involved in purchasing decision. The latest purchase of Thai antique style gold is the past 2 years and 73.68% have a tendency to buy it in the future. However, there is a tendency of same purchasing behavior as in the past.

From the consumers who have never purchased Thai antique style gold, we found that there is potential to purchase in the future of 53.10% with the reason of beautifulness and deliberateness of the product. And 46.90% revealed they will not buy it in the future as of unreasonable price.