

ชื่อเรื่องการค้าคว่ำแบบอิสระ พฤติกรรมการบริโภคของรูปพรรณของปัจเจกบุคคล  
ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ชื่อผู้เขียน นายสุรินทร์ ตันนวิจิตร

เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์

คณะกรรมการสอบการค้าคว่ำแบบอิสระ :

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ กัญญา	กุนทีกาญจน์	ประธานกรรมการ
อาจารย์ ดร.ทรงศักดิ์	ศรีบุญจิตต์	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุรภร	วิศิษฐ์สุวรรณ	กรรมการ

**บทคัดย่อ**

วัตถุประสงค์ของการศึกษานี้ก็เพื่อที่จะศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการบริโภคของรูปพรรณ ตัวอย่างแบบสุ่มได้จากการสัมภาษณ์ผู้บริโภคของรูปพรรณ จำนวน 253 ราย โดยที่ผู้บริโภคของรูปพรรณทั้งหมดเป็นผู้ที่ทำงานและมีรายได้เป็นค่าจ้าง หรือเงินเดือน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลนั้นใช้เทคนิคการวิเคราะห์แบบถดถอยเชิงพหุ (multiple regression technique)

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ซื้อของรูปพรรณร้อยละ 62 เป็นเพศหญิง ประมาณเกือบร้อยละ 80 ของผู้ซื้อของรูปพรรณมีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาทต่อเดือน และสิ่งที่น่าสนใจก็คือของรูปพรรณที่เป็นที่นิยมมากที่สุดคือสร้อยคอ คิดเป็นร้อยละ 63 ของของรูปพรรณทั้งหมดที่ผู้บริโภครู้ชื่อมา

ยิ่งกว่านั้น การศึกษานี้ยังพบว่า ปัจจัยที่มีนัยสำคัญต่อการซื้อของรูปพรรณของกลุ่มผู้บริโภคที่มีรายได้เป็นเงินเดือน ได้แก่ ระดับรายได้ และสต็อกของของรูปพรรณ ส่วนกลุ่มผู้บริโภคที่มีรายได้เป็นค่าจ้าง นอกจากปัจจัยทางด้านระดับรายได้ และสต็อกของของรูปพรรณแล้วความต้องการที่จะออมทรัพย์ก็เป็นอีกตัวแปรหนึ่งที่มีความสำคัญในการตัดสินใจซื้อของรูปพรรณ

**Independent Study Title** Individual Consumption Behavior of Gold Ornaments in  
Muang District Chiang Mai Province

**Author** Mr. Surin Tanunvichitra

**M. Econ.** Economics

**Examining Committee :**

Assist. Prof. Kunya	Kunthikan	Chairman
Lecturer Dr. Songsak	Sriboonchitta	Member
Assist. Prof. Suraporn	Wisitsuwan	Member

#### Abstract

The objective of this study is to identify factors affecting the individual consumption behavior of gold ornaments. A random sample of two hundred and fifty three gold ornament consumers was interviewed. All worked and earned wages or salaries in Muang District, Chiang Mai Province. Data analysis was done by using the multiple regression technique.

The findings showed that sixty two percent of the gold ornament purchasers were female. Almost eighty percent of the purchasers earned less than 15,000 baht a month. Necklaces were the most popular gold ornament, making 63 percent of the total gold ornaments purchased.

This study also found that the significant factors determining gold ornament purchases by salary-earning consumers were level of income and gold ornament stocks. In addition to the income and the stock variables, the need to save was important for the wage-earning group.