

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ พฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมของข้าราชการสตรี
ในอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา

ผู้เขียน นางสาวปิยวัลย์ นิยมมา

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การจัดการอุตสาหกรรมเกษตร)

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิราวรรณ ฉายสุวรรณ ประธานกรรมการ
อาจารย์เรณัส เสริมบุญสร้าง กรรมการ

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมของข้าราชการสตรีในอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ กลุ่มข้าราชการสตรีที่สังกัดหน่วยงานราชการในอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง เริ่มจากการคัดเลือกหน่วยงานตัวอย่าง โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบอย่างง่าย จำนวน 185 หน่วยงาน หลังจากนั้นจึงกำหนดโควตาของจำนวนหน่วยงานตัวอย่างหน่วยละ 2 คน รวมทั้งสิ้น 370 คน ทั้งนี้การคัดเลือกผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละหน่วยงานนั้นจะคัดเลือกตามสะดวกเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถาม ซึ่งข้อมูลที่ได้จะถูกนำมาวิเคราะห์ประมวลผลโดยสถิติที่ใช้ได้แก่ แจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และใช้สถิติเชิงพรรณนา เพื่ออธิบายข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีอายุระหว่าง 41-50 ปี มีสถานภาพสมรส เป็นข้าราชการระดับ 5 มีรายได้ต่อเดือน 10,001 - 15,000 บาท มีการศึกษาระดับปริญญาตรี โดยสนใจซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมประเภทผ้าฝืน แบบเป็นพับ มีเหตุผลในการซื้อเพื่อไปใช้เอง ในลักษณะของการนำไปตัดเสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย และจะซื้อในโอกาสวันสำคัญต่าง ๆ เช่น ปีใหม่ ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามได้รับคุณค่าจากการใช้ผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมในเรื่องของความภูมิใจในวัฒนธรรมไทย และจะสวมใส่ผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมในโอกาสพิเศษ เช่น งานพิธีการต่าง ๆ สี่ที่นิยม

ซื้อเป็นสิริมงคล ได้แก่ สีแดง สีฟ้า สีชมพู และลวดลายเป็นลวดลายพื้น (ไม่มีลวดลาย) ซึ่งใน 1 ปีจะซื้อมากกว่า 3 ครั้ง และในการแต่ละครั้งจะมีงบประมาณอยู่ที่ 1,001 – 2,000 บาท และจะซื้อจากผู้ผลิตหรือแหล่งผลิตสินค้าเป็นส่วนมาก

ในกระบวนการตัดสินใจ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมด้วยตัวเอง ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับร้านหรือแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจากงานแสดงสินค้าหรือนิทรรศการ ซึ่งข้อมูลที่ได้รับนั้นมีผลระดับปานกลางต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหม มีการค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมก่อนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหม โดยใช้วิธีถามจากผู้ที่เคยใช้แล้ว ผู้ตอบแบบสอบถามมีการเปรียบเทียบคุณภาพ ลักษณะ และราคาของผลิตภัณฑ์ในแต่ละร้านก่อนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหม และสิ่งที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อ 3 อันดับแรก คือ ความประณีตของการทอหรือคุณภาพผ้าไหม สีของผ้าไหม และราคาของผลิตภัณฑ์จากผ้าไหม และมีความพอใจหลังจากการซื้อหรือใช้ผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมด้านความคงทนของสีอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหม ซึ่งมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก โดยเรียงลำดับได้ดังนี้ การใส่แล้วดูมีสง่าราศี คุณภาพของผลิตภัณฑ์จากผ้าไหม ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีการพัฒนาเทคโนโลยีในการทอและการออกแบบลวดลายให้ก้าวหน้ามากขึ้น มีการออกงานแสดงสินค้าและนิทรรศการต่าง ๆ สถานที่จัดจำหน่ายมีความสะดวกในการเดินทาง นโยบายของรัฐบาลเรื่องรณรงค์ให้ซื้อสินค้าไทย ใช้สินค้าไทย ใส่ผ้าไทยในชีวิตประจำวัน และภาวะการณ์เจริญเติบโตของเศรษฐกิจในปัจจุบัน

ปัญหาในการซื้อหรือใช้ผลิตภัณฑ์จากผ้าไหม โดยส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามจะพบกับปัญหาด้านการดูแลและการเก็บรักษา มากที่สุด รองลงมา คือ สินค้ามีราคาแพงและคุณภาพไม่ดี เช่น สีตก

Independent Study Title Female Government Officers's Buying Behavior of Silk Products in Mueang District, Nakhon Ratchasima Province

Author Miss Piyawon Niyomna

Degree Master of Business Administration
(Agro – Industry Management)

Independent Study Advisory Committee

Asst. Prof. Dr. Chirawan Chaisuwan	Chairperson
Lecturer Renus Sermboonsang	Member

ABSTRACT

This independent study investigated the female government officers's buying behavior of silk products in Mueang District, Nakhon Ratchasima Province. The sample consisted of female governmental officers under 185 sections at province of Nakhon Ratchasima by using simple random sampling and ratio of quota as method of data collection. Totally, the sample was 370 female governmental officers considered by 2 sample for each section. The selection of the sample employed as convenience way and the research instruments used for data collection was questionnaires then all data were analyzed by frequency, percentage, mean and descriptive statistics.

The results showed that most of the respondents aged 41-50 years and married. Their position classification belonged to Level 5. They earned 10,001-15,000 baht a month. They finished bachelor degrees. They tended to buy silk fabric in forms of pieces and rolls for their personal application like making clothes. They tended to buy the products during those auspicious occasions like New Year and so on. Those respondents who made use of the silk fabric were proud of the Thai traditions; they used those silk products during some auspiciously ceremonial occasions. Colors that were in trend were quite natural; red, blue, pink were among other things

while background textures were usually (without designs). They tended to buy more than 3 times a year from producers with the budget of 1,001-2,000 baht each time.

As for the decision to be made, most respondents decided to buy the silk products by themselves. They were informed of the shops or places where they could buy the silk products from trade fairs or exhibitions; the information as such could lead to the decision making at fair level and some of them had to find more information by asking those who used to make use of the products before making the decision to purchase. The respondents compared the quality, characteristics and prices of the products found in those shops before making the decision; the first three priorities that affected the decision making consisted of the fine work of weaving or the quality of the silk fabrics, the colors of the silk fabrics and the prices of the silk fabrics. They were satisfied with the silk products they purchased and made use of and the color durability at much level.

The factors affecting the silk products, which were quoted at much level, were sequenced as followed: looking goods when worn, being of qualitative silk products, offering at reasonable prices as far as the quality was concerned, being produced with modern technology of weaving and designing, being exhibited in trade fairs and exhibitions, being available and easily accessible, being in accordance with the national agenda regarding the campaign of Thai product purchasing and applying the products for daily activities and for the currently economic expanding.

The problems regarding the silk product purchasing found among the respondents consisted of the care to be provided for the silk products which was ranked at the most level while the exorbitant charges and low quality of worn out colors and others were respectively ranked.