

บทคัดย่อ

วิชา บธ. 851 : วิชาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

ชื่อเรื่อง : พฤติกรรมการซื้อผ้าทอยกดอก จังหวัดลำพูน
ผู้จัดทำ : นางทวิพร พิริยพงษ์พิทักษ์
อาจารย์ที่ปรึกษา : ดร.ยูวลักษณ์ จิระกิตาการ
หลักสูตร : หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ
วันที่อนุมัติผลงาน : กุมภาพันธ์ 2550
จำนวนหน้า : 93 หน้า

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อผ้าทอยกดอกจังหวัดลำพูน และระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อผ้าทอยกดอกจังหวัดลำพูน โดยใช้แนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคและการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด มาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาคือกลุ่มของผู้ที่มาซื้อผ้าทอยกดอกจังหวัดลำพูน ในงานแสดงสินค้า OTOP ตามสถานที่ต่างๆ ศูนย์หัตถกรรมจังหวัดลำพูน กาดข้าวมุง ร้านขายสินค้าใกล้สถานที่ท่องเที่ยว โดยสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงแน่นอนจำนวน 200 ตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยร้อยละ การแจกแจงความถี่ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นหญิงอายุระหว่าง 46-55 ปี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนตั้งแต่ 25,001 บาทขึ้นไป นิยมซื้อผ้าฝ้ายทอยกดอกโดยใช้สีธรรมชาติ ลวดลายสวยงามและปราณีต ซื้อเพื่อนำไปตัดชุดในโอกาสพิเศษ ตัดสินใจซื้อเพราะความชอบส่วนตัว นิยมซื้อผ้าทอยกดอกเมื่อต้องการสวมใส่ในโอกาสพิเศษต่างๆ และมีการซื้อเมื่อพบสินค้าที่ถูกใจตนเอง ซื้อตามงานแสดงนิทรรศกาล OTOP และร้านค้าตามแหล่งผลิตในจังหวัดลำพูน เนื่องจากจังหวัดลำพูนมีแหล่งจำหน่ายผ้าทอยกดอกบริเวณกาดข้าวมุง ซึ่งเป็นที่รู้จักของชาวลำพูนและนักท่องเที่ยว ผู้ซื้อส่วนใหญ่ไม่มีความรู้เรื่องผ้าทอยกดอกมาก่อน แต่มีการค้นหาข้อมูลจากนิตยสาร โทรทัศน์ เว็บไซต์ หนังสือแนะนำการท่องเที่ยวจังหวัดลำพูน

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผ้าทอยกดอก พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับมาก เมื่อวิเคราะห์รายละเอียดของแต่ละปัจจัยพบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญ

กับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด ในด้านความปรารถนาในการออกแบบลวดลาย สินค้ามีความเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่น มีการรับประกันคุณภาพสินค้าและการมีหลายเฉดสีให้เลือกใช้ ปัจจัยด้านราคาผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับมาก โดยให้ความสำคัญในเรื่องของราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพและมีสินค้าให้เลือกในหลายระดับราคา มีป้ายกำหนดราคาที่ชัดเจน ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้บริโภคให้ความสำคัญด้านสถานที่ผลิตโดยตรงมากที่สุด สถานที่จอดรถสะดวกสบาย อยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยว ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับมาก โดยเฉพาะการจัดแสดงมหกรรมผ้าทอมือ การออกบูชแนะนำตามงานแสดงสินค้า OTOP และการโฆษณาในสื่อต่างๆ นอกจากนี้ยังพบว่าการบริการแนะนำการเลือกซื้อผ้าเป็นปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมาก