

## บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาถึงพฤติกรรมการซื้อ เครื่องประดับเทียมของสตรี ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ รวมทั้งปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ตลอดจนศึกษาปัญหา จาก การใช้ เครื่องประดับเทียมของสตรี อันจะเป็นแนวทางในการนำความคิด และ ผลที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ไปปรับปรุง พัฒนาผลิตภัณฑ์ และ กำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อสร้างความพอใจ ให้แก่ลูกค้าอย่างเหมาะสม

การวิจัยครั้งนี้ ได้เลือกประชากรตัวอย่างจากสตรี ที่ทำงานในหน่วยงานต่าง ๆ ใน เขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ ราชการ รัฐวิสาหกิจ หน่วยงานเอกชน และธุรกิจส่วนตัว รวม 240 ตัวอย่าง โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม ขณะเดียวกันยังได้ทำ การสัมภาษณ์ผู้ผลิต และผู้ขายเครื่องประดับเทียมบางรายในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อให้ได้ภาพรวม ของพฤติกรรมการซื้อ เครื่องประดับเทียมของสตรีมากยิ่งขึ้น

ผลการวิจัยพบว่า สตรีส่วนใหญ่ชอบที่จะ ซื้อ เครื่องประดับเทียม ตามห้างสรรพสินค้า มากกว่าแหล่งอื่น โดยมีความสวยงามของผลิตภัณฑ์เป็นเหตุจูงใจ ให้เกิดการตัดสินใจซื้อ สำหรับ จำนวนเงินที่ใช้ในการซื้อ แต่ละครั้ง อยู่ระหว่าง 200-400 บาท รูปแบบที่ได้รับความนิยมมากที่สุด ได้แก่ ต่างหู นอกจากนี้ยังพบว่า ความหลากหลายในรูปแบบ เป็นปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อีก ประการหนึ่งที่สตรีให้ความสำคัญ โดยมีราคาเป็นปัจจัยรอง ทางด้านปัญหา พบว่า การก่อให้ เกิด ผลข้างเคียงทางร่างกาย เช่น การเกิดอาการแพ้ เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นมากที่สุด

ส่วนความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการซื้อของสตรี กับตัวแปรต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องนั้น ปรากฏว่า ตัวแปรด้านอายุ และอาชีพ มีความสัมพันธ์กับรูปแบบของ เครื่องประดับเทียมที่สตรีเลือก ใช้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01 ส่วนรายได้มีความสัมพันธ์กับ จำนวนเงินโดยเฉลี่ยใน การจ่ายซื้อแต่ละครั้งอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01 เช่นกัน สำหรับอายุนั้น ยังคงพบว่า มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการซื้ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01

สำหรับข้อเสนอแนะที่ได้รับจากการวิจัย เกี่ยวกับส่วนผสมทางการตลาด ซึ่งสามารถ นำมาพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด ปรากฏว่า

ผลิตภัณฑ์ ควรหาการพัฒนา รูปแบบให้มีความสวยงามมากยิ่งขึ้น โดยมีรูปแบบให้เลือก อย่างมากมาย ในขณะที่เดียวกัน ควรหาการปรับปรุงด้านคุณภาพ โดยใช้วัสดุ ที่ทนทานให้เกิดผลข้าง เคียงทางร่างกาย

ค

คำนวณราคานั้นพบว่า ราคาของ เครื่องประดับเทียม ไม่ควรกำหนดราคาสูงเกินไป แต่ควรกำหนดค่าให้เหมาะสมกับคุณภาพ และต่ำกว่าราคาของ เครื่องประดับซึ่ง เป็นของแท้

ทางค่านช่องทางทางการจัดจำหน่าย นอกจากการวางจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ตามห้างสรรพสินค้าแล้ว ควรขยายช่องทางไปสู่ วิธีการขายโดยตรง และการขายทางไปรษณีย์ เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกแก่ผู้ซื้อมากยิ่งขึ้น

คำนวณการส่งเสริมการตลาด แม้ว่า การโฆษณาผ่านสื่อวิทยุสาร จะเป็นวิธีการเข้าถึงผู้ซื้อมากที่สุดก็ตาม แต่วิธีการจัดแสดงสินค้า ณ จุดขายตามห้างสรรพสินค้า ก็เป็นปัจจัยจูงใจที่ช่วยส่งเสริมการขายที่ควรคำนึงถึง เช่นกัน

PAYAP UNIVERSITY