

บทคัดย่อ

213677

การวิจัยเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยทางการตลาดในการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมจากผลิตภัณฑ์ของจังหวัดพะเยามีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมจากผลิตภัณฑ์ของจังหวัดพะเยาและศึกษาปัจจัยทางการตลาดในการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมจากผลิตภัณฑ์ของจังหวัดพะเยา ในการวิจัยครั้งนี้ได้ทำการเลือกตัวอย่างประชากรแบบเจาะจง จากกลุ่มประชากรตัวอย่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 384 ราย โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม

ผลการศึกษาครั้งนี้พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 26-45 ปี มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดภาคเหนือตอนบน จบการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพรับราชการ รายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท พฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมจากผลิตภัณฑ์ของจังหวัดพะเยา ผู้บริโภค รู้จักสินค้าหัตถกรรมจากผลิตภัณฑ์ของจังหวัดพะเยาตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ในจังหวัดพะเยา สินค้าที่รู้จักและเคยใช้มากที่สุดคือ กระเป๋าจากผลิตภัณฑ์ บุคคลที่มีผลต่อการเลือกซื้อคือตัวเอง และเหตุผลสำคัญของการเลือกใช้สินค้าของผู้บริโภคคือความสวยงาม ส่วนเหตุผลสำคัญในการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคเพราะอยากช่วยอุดหนุนและส่งเสริมงานหัตถกรรมของกลุ่มแม่บ้าน ราคาสินค้าที่ผู้บริโภคเลือกซื้อแต่ละชิ้นราคา 100-200 บาท ไม่มีร้านประจำ และเคยซื้อจากร้านขายสินค้าหัตถกรรมของกลุ่มผู้ผลิต เหตุผลสำคัญคือ ราคาสินค้าที่เหมาะสม ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมจากผลิตภัณฑ์ของจังหวัดพะเยา ระดับมากได้แก่ ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ส่วนปัจจัยทางด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยทางด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีระดับปานกลาง

สำหรับข้อเสนอแนะเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากผลิตภัณฑ์ของจังหวัดพะเยา ผู้บริโภคเสนอแนะให้กลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตควรมีการพัฒนาสินค้าของกลุ่มฯ ให้มีเอกลักษณ์มิใช่ลอกเลียนแบบมาจากกลุ่มอื่นๆ และเสนอให้หน่วยงานต่างๆ ของรัฐควรช่วยสนับสนุนและส่งเสริมทางการตลาดให้กับกลุ่มแม่บ้านมากกว่านี้

ABSTRACT

213677

Consumer behavior and marketing factors affecting the selection in purchasing handicraft product from water hyacinth of phayao province. Aims at studying consumers' buying behavior and factors affecting the selection in purchasing handicraft product from water hyacinth of phayao province.

This research employed randomly 384 samples by purposive sampling from Thai tourists in Aumphur Muang Phayao province in collecting data.

The research found that most consumers are female age between 26-45 years old, living in the northern part of Thailand with bachelor degree, all of them are government employees with their income below 5,000 baht. All of the consumers know about the products from tourism places in Phayao province. The most familiar products for them is water hyacinth handbags.

Consumers chose to buy the water hyacinth handmade products by making decision themselves based on the products beauty. Most of them choose to buy the handbag, pricing between 100-200 baht. Their buying concern most about helping handmade products from housewives groups. However, pricing of the products was also important factor in buying decision. Most factors influencing the consumers' behavior were product, price, while distribution channel and promotion was moderate important.

The research recommended that to meet consumers need, the producers should have more product development, product identity and did not copy product from another groups. Moreover, the government officer should have more supporting for developing products and channel of distribution.