

บกคดย่อ

213677

การวิจัยเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยทางการตลาดในการเลือกซื้อสินค้าหัดด้วยจากผู้คนชาวจังหวัดพะเยามีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าหัดด้วยจากผู้คนชาวจังหวัดพะเยาและศึกษาปัจจัยทางการตลาดในการเลือกซื้อสินค้าหัดด้วยจากผู้คนชาวจังหวัดพะเยา ในการวิจัยครั้งนี้ได้ทำการเลือกตัวอย่างประชากรแบบเจาะจง จากกลุ่มประชากรตัวอย่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 384 ราย โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม

ผลการศึกษาระบุว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 26-45 ปี มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดภาคเหนือตอนบน ในการศึกษาระดับปริญญาตรี อาร์พรับราชการ รายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท พฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าหัดด้วยจากผู้คนชาวจังหวัดพะเยา ผู้บริโภครู้จักสินค้าหัดด้วยจากผู้คนชาวจังหวัดพะเยาตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ในจังหวัดพะเยา สินค้าที่รู้จักและเคยใช้มากที่สุดคือ กระเบื้องหัดด้วยจากผู้คนชาวบุคคลที่มีผลต่อการเลือกซื้อคือตัวเอง และเหตุผลสำคัญของการเลือกใช้สินค้าของผู้บริโภคคือความสวยงาม ส่วนเหตุผลสำคัญในการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคเพื่อจะอุดหนุนและส่งเสริมงานหัดด้วยกลุ่มแม่บ้าน ราคาสินค้าที่ผู้บริโภคเลือกซื้อแต่ละชิ้นราคา 100-200 บาท ไม่มีร้านประจำ และเคยซื้อจากร้านขายสินค้าหัดด้วยจากผู้คนชาวจังหวัดพะเยา ระดับมากได้แก่ ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าหัดด้วยจากผู้คนชาวจังหวัดพะเยา ระดับมากได้แก่ ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ส่วนปัจจัยทางด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยทางด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีระดับปานกลาง

สำหรับข้อเสนอแนะเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หัดด้วยจากผู้คนชาวจังหวัดพะเยา ผู้บริโภคเสนอแนะให้กับกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตควรมีการพัฒนาสินค้าของกลุ่มนี้ ให้มีเอกลักษณ์นิ่ง ลอกเดียนแบบจากกลุ่มอื่นๆ และเสนอให้หน่วยงานต่างๆ ของรัฐควรช่วยสนับสนุนและส่งเสริมทางด้านการตลาดให้กับกลุ่มแม่บ้านมากกว่านี้

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 Aumpur muang phayao province in collecting data.

The research found that most consumer are female age between 26-45 years old, living the nortern part of Thailand with bachelor degree, all of them are government offices 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 handbacks.

Consumers chose to buy the water hyacinth handmade products by making decision them selves based on the products beauty. Most of them choose to by the handback, pricing between 100-200 bath. 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.