

บทคัดย่อ

168859

ชื่อภาคนิพนธ์ : ทศนคติต่อการซื้อทองของลูกค้ำร้านทองในอำเภอแม่สาย
จังหวัดเชียงราย หลังจากรัฐบาลประกาศควบคุมคุณภาพทองรูปพรรณ
ชื่อผู้เขียน : ยุรพันธ์ เจนพิทักษ์พงศ์
ชื่อปริญญา : ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (พัฒนาสังคม)
ปีการศึกษา : 2548

การศึกษาทศนคติต่อการซื้อทองของลูกค้ำร้านทองในเขตอำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย มีวัตถุประสงค์ 2 ประการ คือ 1) เพื่อศึกษาถึงทศนคติต่อการซื้อทองของลูกค้ำร้านทองในอำเภอแม่สายหลังจากรัฐบาลประกาศควบคุมคุณภาพทองรูปพรรณ และ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับทศนคติต่อการซื้อทองของลูกค้ำร้านทองในอำเภอแม่สาย กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาคั้งนี้ เป็นลูกค้ำร้านทองที่อาศัยอยู่ในอำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย จำนวน 200 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคือ แบบสอบถาม ซึ่งแบ่งออก 3 ส่วนคือ 1) แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป (ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ การงาน สถานภาพสมรส รายได้ต่อเดือน ความรู้เรื่อง พบ. ความนิยมใส่ทอง) 2) แบบวัดทศนคติต่อการซื้อทองซึ่งครอบคลุมทั้ง 3 ด้าน ของทศนคติ (ได้แก่ด้านความพร้อมในการซื้อทอง ด้านความรู้สึที่ดีในการซื้อทองและด้านความเชื่อเชิงประเมินค่าในด้านดีต่อการซื้อทอง) และ 3) คำถามปลายเปิดให้ผู้ตอบได้แสดงความคิดเห็นต่อร้านขายทอง ในอุดมคติ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อบรรยายข้อมูลการทดสอบค่าที (t-test) และการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson' s Correlation) ตามลักษณะของตัวแปรอิสระ เพื่อการทดสอบสมมติฐาน

ผลการศึกษารูปได้คั้งนี้

1. ด้านข้อมูลทั่วไปของลูกค้ำร้านทองในเขตอำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงรายในกลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 คน ส่วนใหญ่ร้อยละ 72 เป็นเพศหญิง ร้อยละ 49.0 มีอายุไม่เกิน 30 ปี ร้อยละ 25 มีสถานภาพโสดร้อยละ 54 มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 34.5 มีรายได้ต่อเดือน 5,000-10,000 บาท ร้อยละ 41.5 ทราบถึงการควบคุมคุณภาพของรัฐบาล ร้อยละ 63.5 มีความนิยมใส่ทองร้อยละ 35.5 ประเมินว่าชอบใส่ทองมาก

2. ลูกค้าร้านทองในอำเภอแม่สายมีทัศนคติที่ดีต่อการซื้อทองรูปพรรณอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งภาพรวมในแต่ละองค์ประกอบของทัศนคติ คือ 1) องค์ประกอบด้านความรู้สึก 2) องค์ประกอบด้านความพร้อมในการซื้อทอง และ 3) องค์ประกอบด้านความเชื่อเชิงประเมินค่า

3. ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการซื้อทองรูปพรรณ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือ เพศ อาชีพ รายได้ และความรู้เรื่องการควบคุมคุณภาพทอง กล่าวคือลูกค้าเพศหญิงมีทัศนคติที่ดีต่อการซื้อทองมากกว่าลูกค้าเพศชาย ลูกค้าที่มีอาชีพเกษตรกร รับจ้าง และแม่บ้านมีทัศนคติที่ดีต่อการซื้อทองมากกว่าธุรกิจส่วนตัว ข้าราชการ และนักเรียน นักศึกษา ลูกค้าที่มีรายได้ต่ำและลูกค้าที่มีความรู้ฯ น้อย มีทัศนคติที่ดีต่อการซื้อทองมากกว่า ลูกค้าที่มีรายได้สูง และลูกค้าที่มีความรู้ฯ มาก

4. การตอบคำถามปลายเปิดของลูกค้าร้านทองเกี่ยวกับร้านทองในอุดมคติส่วนมากอยาก ให้ร้านทองขายทองรูปพรรณในราคาสมเหตุสมผลและมีลวดลายหลากหลายให้เลือกซื้อ

ผลการศึกษาทำให้ผู้ศึกษามีแนวทางเสนอแนะสำหรับร้านค้าทองรูปพรรณในการพัฒนาการบริการดังนี้ คือ 1) ขายทองรูปพรรณในราคาที่สมเหตุสมผลและมีลวดลายหลากหลายให้เลือก 2) ผู้ขายทองรูปพรรณควรให้บริการที่ประทับใจเป็นต้นว่า ให้ความรู้ คำแนะนำเกี่ยวกับ พรบ.กฎหมายควบคุมคุณภาพของทองคำรูปพรรณแก่ลูกค้า และมีของแถมถูกใจลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าประจำกลับมาซื้อที่ร้านอีก

ABSTRACT

168859

Title of Thesis : Attitude of Customers in Measai District, Chiangrai Province
toward Purchases of Gold after the Government Announced the
Gold Quality Control

Researcher : Ms. Yuraphan Jenphithakphong

Title of Degree : Master of Arts (Social Development)

Academic Year : 2005

The main objectives of the study about the purchase of gold of the customers in Measai District, Chiangrai Province comprise of twofold which are 1) to study the attitude of customers toward the purchases of gold after the government has announced the gold quality control; 2) to study the factors which related to the gold-purchasing attitude of customers in Measai District, Chiangrai Province. The sample were 200 customers living in Measai District. The questionnaire was use for data collection. It was composed of three sections as follows which were 1) general information section; gender, education level, profession, status, income per month, knowledge of Act of gold wearing. 2) A scale of attitude toward gold purchasing covered in three dimensions of attitude, which are the readiness to purchase dimension, the satisfaction in purchase dimension, and the positive belief in purchase dimension. 3) The open-ended questions in which the respondents were able to give the suggestions about the ideal gold smith shop. The statistical methods which were used in the study were means, standard deviation for data explanation, t-test, and Pearson's Correlation for hypothesis testing.

1. The general information of customers of gold smith shop in Measai District, Chiangrai Province. The majority of samples were female for about 72.0% with less than 30 years of age (49.0%). About 25.0% of samples were single. About 54.0% owned their personal business. About 34.5% of samples earned the income approximately 5000-10000 Baht per month. About 41.5% of samples knew about the announcement of government about the Act of gold quality control.

2. The customers of gold smith shop in Measai District had the positive attitude toward gold purchasing at a medium level in overall of attitude which 1) the affective component 2) the readiness of purchase of gold component and 3) the evaluating belief component.

3. The factors that were the statistically significant with the purchase of gold are gender, profession, income, and knowledge of Act. That is the female customers had more positive attitude toward the purchase of gold than male customers. In addition, the farmers, employees, and maids had more positive attitude to the purchase of gold than customers who own the personal business, government officers, and students. Also higher income and higher-knowledge customers had more positive attitude than their counterparts.

4. The open-ended questions about the ideal gold smith shop, about 30.14% of customers would like the gold smith shops sell their products in reasonable and fair prices. The next suggestion to ideal gold smith shop is that the gold smith shops should have variety of gold patterns for customers to select.

From the result of the study, the researcher would have the suggestions to encourage the service of the gold smith shops as follows: 1) to sell the gold in reasonable prices and have variety of gold patterns for customers to select; 2) the gold smith seller should give the impressive service, for example, to give the detail of Act of the gold quality control to customers, and to provide the impressive free gift to customers. This is to remark the service for the customers to re-visit in the future.