

บทคัดย่อ

บทคัดย่อวิทยานิพนธ์ เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของความสมบูรณ์แห่งปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

พฤติกรรมการบริโภคทองรูปพรรณของประชาชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

โดย

นายพงศธร สีฟ้าหิระ

สิงหาคม 2541

ประธานกรรมการที่ปรึกษา:

ศาสตราจารย์พิเศษยรรยง สิทธิชัย

ภาควิชา/คณะ:

ภาควิชาบริหารธุรกิจและการตลาดการเกษตร

คณะธุรกิจการเกษตร

การศึกษาวิจัยเรื่องพฤติกรรมการบริโภคทองรูปพรรณของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการบริโภคทองรูปพรรณของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 2) เพื่อศึกษาถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคทองรูปพรรณของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ จากแบบสอบถาม จำนวน 400 ชุด โดยสอบถามถึงพฤติกรรมการบริโภคทองรูปพรรณของประชาชนที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป และมีภูมิลำเนาอยู่ภายในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยแบ่งออกเป็นกลุ่ม ๆ ด้วยการใช้อาณาเขตของตำบลเป็นเกณฑ์ในการแบ่ง ซึ่งสามารถแบ่งออกได้ 16 ตำบล สรุปผลการวิจัยได้ ดังนี้

1. ผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 30 ปีถึง 49 ปี มีสถานภาพโสด มีรายได้ระหว่าง 5,001 ถึง 10,000 บาท มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี และมีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน

2. วัตถุประสงค์ในการซื้อทองรูปพรรณ ส่วนใหญ่ซื้อเพื่อใช้เป็นเครื่องประดับ ในส่วนของความถี่ในการซื้อ ส่วนมากผู้บริโภคซื้อทองรูปพรรณนานกว่า 3 ปีต่อ 1 ครั้ง และ

ครั้งล่าสุดที่ซื้อคือมานานกว่า 1 ปีมาแล้ว ส่วนโอกาสในการซื้อส่วนใหญ่แล้วไม่แน่นอน คือมีเงินเมื่อไหร่ก็ซื้อ

3. ประเภทของทองรูปพรรณที่ผู้บริโภคซื้อมากที่สุดคือ สร้อยคอ ลักษณะการซื้อทองรูปพรรณส่วนใหญ่เป็นการซื้อชิ้นใหม่ สถานที่ซื้อคือ ร้านที่คุ้นเคยหรือซื้อเป็นประจำ ส่วนร้านที่ผู้บริโภคนิยมซื้อมากที่สุดคือร้านขายทองในบริเวณตลาดนครรัฐ ส่วนใหญ่ผู้บริโภคจะซื้อ 1 ชิ้นต่อการซื้อ 1 ครั้ง และมีน้ำหนัก 1 บาท (5.2 กรัม) ในส่วนของระยะเวลาที่ผู้บริโภคใช้เลือกซื้อแต่ละครั้ง ส่วนใหญ่จะให้เวลา 21 นาทีถึง 30 นาที วันเวลาที่ผู้บริโภคซื้อทองรูปพรรณส่วนใหญ่จะนิยมซื้อแล้วแต่สะดวกในด้านการส่งเสริมการขายที่ได้ผลมากที่สุด คือ การลดค่ากำเหน็จ องค์ประกอบที่ผู้บริโภคใช้ในการพิจารณาซื้อทองรูปพรรณนั้น ส่วนใหญ่จะใช้สวมนาฬิกาหรือแบบ ในการตัดสินใจซื้อแต่ละครั้ง ผู้บริโภคจะตัดสินใจด้วยตัวเอง

4. โดยเฉลี่ยแล้วผู้บริโภคมีปริมาณทองรูปพรรณหนัก 2 บาท และสวมใส่โดยเฉลี่ยแล้ว 1 บาท 75 สตางค์

5. ปัจจัยด้านเพศ มีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ในการซื้อทองรูปพรรณ โดยเพศหญิงซื้อเพื่อเป็นเครื่องประดับมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายซื้อเพื่อเป็นของขวัญมากกว่า

6. ปัจจัยด้านเพศ มีความสัมพันธ์กับประเภทของทองรูปพรรณที่ซื้อโดยเพศหญิงซื้อสร้อยข้อมือ หรือกำไลดัมหนู และจี้มากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายซื้อกรอบพระเครื่องมากกว่า

7. ปัจจัยด้านเพศ มีความสัมพันธ์กับลักษณะการซื้อทองรูปพรรณ โดยเพศหญิงซื้อในลักษณะของซองเก่าไปเปลี่ยนลวดลายมากกว่าเพศชาย

8. ปัจจัยด้านเพศ มีความสัมพันธ์กับสถานที่ที่ผู้บริโภคซื้อทองรูปพรรณ โดยเพศหญิงจะซื้อร้านที่คุ้นเคยหรือซื้อเป็นประจำมากกว่าเพศชาย

9. ปัจจัยด้านรายได้ มีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ในการซื้อทองรูปพรรณ โดยผู้ที่มีรายได้มากกว่า 15,000 บาทซื้อเพื่อเป็นของขวัญมากกว่า ในขณะที่ผู้ที่มีรายได้ระหว่าง 10,001 บาทถึง 15,000 บาท ซื้อเพื่อเก็งกำไรมากกว่า

10. ปัจจัยด้านรายได้ มีความสัมพันธ์กับประเภทของทองรูปพรรณที่ซื้อโดยผู้ที่มีรายได้ระหว่าง 10,001 บาทถึง 15,000 บาท ซื้อแหวนและกรอบพระมากกว่าในขณะที่ผู้ที่มีรายได้มากกว่า 15,000 บาท ซื้อสร้อยข้อมือมากกว่า

11. ปัจจัยด้านรายได้ มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการซื้อทองรูปพรรณ โดยที่ผู้มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท และมากกว่า 15,000 บาท ซื้อน้อยกว่า 3 ปีต่อครั้งมากกว่า ในขณะที่ผู้มีรายได้ระหว่าง 5,000 บาท ถึง 10,000 บาทซื้อ 1 ครั้งใน 1 ปีมากกว่า และผู้มีรายได้ระหว่าง 10,001 บาท ถึง 15,000 บาท ซื้อ 2 ครั้งใน 1 ปีมากกว่า

12. ปัจจัยด้านอาชีพ มีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ในการซื้อทองรูปพรรณ โดยที่พนักงานบริษัทเอกชนซื้อเพื่อเป็นเครื่องประดับมากกว่า ในขณะที่เจ้าของกิจการซื้อเพื่อเป็น ของขวัญมากกว่า

13. ปัจจัยด้านอาชีพ มีความสัมพันธ์กับประเภทของทองรูปพรรณที่ซื้อ โดยที่เจ้าของกิจการและค้าขายส่วนตัวซื้อสร้อยคอมากกว่า นอกจากนี้เจ้าของกิจการซื้อสร้อยข้อมือ หรือกาไล่มากกว่าอีกด้วย

14. ปัจจัยด้านอาชีพ มีความสัมพันธ์กับน้ำหนักทองรูปพรรณต่อการซื้อ 1 ครั้ง เคยที่ข้าราชการ พนักงานบริษัทเอกชน อาชีพค้าขายส่วนตัว และเจ้าของกิจการ ซื้อน้ำหนัก 1 บาทมากกว่า ในขณะที่พนักงานรัฐวิสาหกิจซื้อ 1 บาท และ 2 บาทมากกว่า และนักเรียนนักศึกษาซื้อ 50 สตางค์มากกว่า

15. ปัจจัยด้านอาชีพ มีความสัมพันธ์กับลักษณะการซื้อทองรูปพรรณ โดยที่พนักงานรัฐวิสาหกิจซื้อในลักษณะซื้อชิ้นใหม่มากกว่า

16. ปัจจัยด้านอาชีพ มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการซื้อทองรูปพรรณ โดยที่ข้าราชการกับนักเรียนนักศึกษาซื้อ 1 ครั้งใน 1 ปีมากกว่า ในขณะที่พนักงานบริษัทเอกชนกับอาชีพค้าขายส่วนตัวซื้อน้อยกว่า 3 ปีต่อครั้ง และพนักงานรัฐวิสาหกิจกับเจ้าของกิจการซื้อ 2 ครั้งใน 1 ปี