

การศึกษานี้มี 3 วัตถุประสงค์ : 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าฝ้ายทอมือของหมู่บ้านอุตสาหกรรมบ้านคอนหลวง 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าฝ้ายทอมือของหมู่บ้านอุตสาหกรรมบ้านคอนหลวง และ 3) เพื่อศึกษาความพึงพอใจและความคิดเห็นของผู้ซื้อที่มีต่อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าฝ้ายทอมือของหมู่บ้านอุตสาหกรรมบ้านคอนหลวง

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาเป็นข้อมูลปฐมภูมิได้มาจากการสัมภาษณ์จากกลุ่มผู้ซื้อจำนวน 300 ราย ซึ่งเลือกมาโดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Random Sampling) โดยแยกเป็นกลุ่มผู้ซื้อที่มาจากภาคเหนือ จำนวน 156 ราย และกลุ่มผู้ซื้อที่มาจากภาคอื่นๆ จำนวน 144 ราย ใช้สถิติเชิงพรรณนา ความถี่ ร้อยละ การทดสอบแบบ Chi-square และการจัดอันดับแบบ Likert Scale ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษานี้พบว่า ผู้ซื้อส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคเหนือ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุใน 3 กลุ่มเท่ากัน คือ อายุต่ำกว่า 30 ปี อายุระหว่าง 31-40 ปี และอายุระหว่าง 41-50 ปี มีสถานภาพสมรส จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 5,001 ถึง 10,000 บาท

กลุ่มตัวอย่างที่มาซื้อส่วนใหญ่จะเลือกซื้อสินค้าประเภทเครื่องแต่งกาย เช่น เสื้อผ้า หมวก และผ้าพันคอ และมีวัตถุประสงค์เพื่อซื้อไปใช้เอง มีค่าใช้จ่ายในการซื้อในแต่ละครั้งประมาณ 201 – 500 บาท และมีความถี่ในการซื้อน้อยกว่า 5 ครั้งต่อปี ช่วงเวลาที่มาซื้อส่วนใหญ่เป็นช่วงวันหยุดนักขัตฤกษ์และเทศกาลต่างๆ แหล่งข้อมูลที่ได้จะเป็นการบอกแบบปากต่อปาก ผู้ซื้อส่วนใหญ่จะตัดสินใจซื้อด้วยตนเอง และถ้ามีโอกาสมาที่บ้านคอนหลวงอีกก็จะซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าฝ้ายทอมือ ของหมู่บ้านอุตสาหกรรมเพื่อการท่องเที่ยวบ้านคอนหลวง อำเภอป่าซาง จังหวัดลำพูนอีก

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าฝ้ายทอมือเป็นลำดับแรกของผู้ซื้อทั้งสองกลุ่มคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในด้านคุณภาพของสินค้าที่ดี มีรูปแบบที่ทันสมัย และแปลกใหม่ รองลงมาคือ ปัจจัยด้านราคา ผู้ซื้อเห็นว่าราคาต้องเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า และปัจจัยด้านการบริการ คือ ผู้ขายต้องมีอัธยาศัยที่ดี และมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สามารถอธิบาย แนะนำลูกค้าได้

ผู้ซื้อมีความพึงพอใจมากในด้านการบริการ โดยเฉพาะความมีอัธยาศัยที่ดีของผู้ขาย และผู้ขายมีความรู้ในผลิตภัณฑ์สามารถอธิบายและแนะนำลูกค้าได้ รองลงมาคือรูปแบบของผลิตภัณฑ์ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ และราคาของสินค้าที่มีความเหมาะสมกับคุณภาพ ผู้ซื้อต้องการให้มีการปรับปรุงในเรื่องการออกแบบสินค้าให้มีความหลากหลาย และความคงทนของสินค้า รวมถึงสถานที่จัดจำหน่ายและสถานที่จอดรถควรมีความกว้างขวาง และสะดวกสบายมากกว่านี้

ABSTRACT

177617

This study has three objective : 1) to examine consumers' behavior in buying products made from hand woven cotton of Ban Don Luang handicraft village, 2) to understand the factors influencing such consumers' decision making, and 3) to assess the associated consumers' satisfaction and feedback.

Primary data for this study were compiled by questionnaire interview of 300 samples of buyers of Ban Don Luang cotton products, identified by Accidental Random Sampling technique, covering 156 buyers from northern region and 144 buyers from other parts of the country. Analyses were made on the bases of descriptive statistics including frequency and percentage, chi-square test, and Likert Scale.

The study found that most of the buyers were characterized as resident of the North, female, representing equally in three age groups of under 30, 31-40 years old , and 41-50 years old. Most were married, completed undergraduate education , and had 5001-10,000 bath average monthly income.

Most samples under study chose to buy such apparel as clothings, hat, and scarf, for there own use, spending about 201-500 bath per purchase, buying less than five times in a year, and coming to do buying mostly on holidays. Their source of information was by words or mouth-to-mouth . They made the buying choice themselves and would come back again, if there were opportunities, to buy products made from hand woven cotton of Ban Don Luang handicraft village for tourism in Pasang District of Lumphun Province.

The most influential factor for both groups of consumers under study in making purchase decision was similarly the same which was the product - good quality and modern design, followed by price – reasonable for the quality, and then service sale clerks having good hospitality and knowledge about the products to give explanation to customers.

In terms of consumers' satisfactors, the buyers under study expressed they were most impressed with the service factor especially the nice character of sale persons, followed by the factors of product designs, product quality, and then the suitability between product price and quality.