

ชื่อเรื่องการค้นคว้าอิสระ

พฤติกรรมการเลือกซื้อทองรูปพรรณของกลุ่มชาติพันธุ์

ชื่อผู้เขียน

กิตติ ลิ้มปกาญจน์รัตน์

หลักสูตร

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บริหารธุรกิจ)

อาจารย์ที่ปรึกษา

ดร. ชัชชญา ยอดสุวรรณ

### บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าอิสระในครั้งนี้มุ่งศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกซื้อทองรูปพรรณของกลุ่มชาติพันธุ์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อที่จะศึกษาถึงพฤติกรรมการเลือกซื้อทองรูปพรรณของกลุ่มชาติพันธุ์ที่อาศัยอยู่ในจังหวัดเชียงราย ซึ่งจะทำให้ทราบถึงพฤติกรรมการเลือกซื้อทองรูปพรรณของกลุ่มชาติพันธุ์และเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการร้านค้าทองรูปพรรณในการนำไปประยุกต์ใช้เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อของผู้ซื้อได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาจากการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก จำนวน 400 คน จากประชากรที่ไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน การศึกษานี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละและค่าไคสแควร์

ผลการศึกษาเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเป็นชาวอาข่า/อีก้อ เป็นเพศชายที่มีอายุอยู่ระหว่าง 31 ถึง 40 ปี การศึกษาอยู่ในระดับประถมศึกษา สถานภาพสมรส ประกอบอาชีพเป็นเกษตรกรและมีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 9,000 บาท

ผลการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกซื้อทองรูปพรรณ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกซื้อทองรูปพรรณประเภทสร้อยคอ โดยจะทำการเลือกซื้อทองรูปพรรณที่มีลักษณะลวดลายเป็นห่วง มีรูปแบบเป็นแบบตัน ตัวผิวสัมผัสของทองรูปพรรณที่มีผิวขรุขระ สาก โดยสีสันของทองรูปพรรณเป็นสีทองคำบริสุทธิ ทางด้านเปอร์เซ็นต์ความบริสุทธิ์ของทองรูปพรรณอยู่ที่ 96.5%/23K และน้ำหนักของทองรูปพรรณอยู่ที่ 1 บาท อีกทั้งวัตถุประสงค์ในการซื้อทองรูปพรรณ

ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เพื่อเป็นของขวัญมอบให้แก่คนรู้จักหรือคนรัก โดยตัดสินใจเลือกซื้อด้วยตนเอง ซื้อทองรูปพรรณในช่วงวันหยุดนักขัตฤกษ์/ช่วงวันหยุดเทศกาล สถานที่ซื้อทองรูปพรรณอยู่ใกล้ตลาด แหล่งข้อมูลที่ได้รับก่อนตัดสินใจซื้อจากร้านขายทองรูปพรรณ โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่มีร้านประจำ อีกทั้งก่อนทำการตัดสินใจซื้อยังมีการเปรียบเทียบร้านที่จำหน่ายก่อน ความถี่ในการซื้อทองรูปพรรณ 1 ครั้งต่อปี การตัดสินใจซื้อใช้ระยะเวลาอยู่ระหว่าง 30 นาที ถึง 1 ชั่วโมง โดยผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดชำระค่าทองรูปพรรณเป็นเงินสดและมีความพึงพอใจมากหลังการซื้อทองรูปพรรณ อีกทั้งยังมีปัจจัยในเรื่อง รูปแบบของทองรูปพรรณ ผิวสัมผัสของทองรูปพรรณ วัตถุประสงค์ของการซื้อและช่วงเวลาในการตัดสินใจซื้อ มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อทองรูปพรรณของกลุ่มชาติพันธุ์

**คำสำคัญ:** พฤติกรรมการเลือกซื้อ/ทองรูปพรรณ/กลุ่มชาติพันธุ์

<b>Independent Study Title</b>	Gold Jewellery Purchasing Behaviors of Ethnic Group
<b>Author</b>	Kitti Limpakarnjanarat
<b>Degree</b>	Master of Business Administration (Business Administration)
<b>Advisor</b>	Chachaya Yodsuwan, Ph. D.

## **ABSTRACT**

The purpose of this study was to survey the behaviors of ethnic groups in Chiang Rai province in terms of purchasing the gold jewelry. The result of this research was indicated their purchasing habits. It was also pointed to the gold jewelry traders how to respond effectively for their clients' needs. The 400 people of an unknown number of population selected by convenience sampling were used in this case. The tool used for data analyses were the questionnaires and the statistics i.e. frequency, percentage and chi-square.

According to the finding of their overall personalities, most of them were Arka tribe, male, married, 31 to 40 years. Their education background were at the elementary level. Their occupations were farmers and the monthly income is approximately less than 9,000 baht.

Furthermore, the research's finding of the purchasing gold-jewelry behaviors revealed that the majority of respondents decided to purchase the necklaces. The features generally were loop-like pattern, clog style, rough texture, and deep golden color. In terms of gold's qualities, they preferred to choose the 96.5 percentage (23K) and the weight is at 1 baht (15.2 gram). Moreover, their motivations to pay for these gold jewelry was to be a present for the acquaintances or the lovers. They also chose by themselves during the holidays or their vacations. The best location purchasing the precious items was the markets nearby. Besides, many buyers here were the irregular customers who already had some background information of the wished

objects. They, for instance, had compared the prices between the former shops and the present one before purchasing. The decision making for a customer is between 30 minutes to an hour; however, their purchasing frequency was only a time per year. Their payment method for the products was merely paid by cash. After possessed the products, they were very satisfied. Last but not least, the other factors that influence on the Chiang Rai ethnic groups' decisions are gold features, gold patterns, purchasing purposes, and the right time.

**Keywords:** Purchasing Behaviors/Gold Jewelry/Ethnic Group

