

ชื่อเรื่อง พฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์เสื้อกของลูก้าจากกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านแพง
อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม

ผู้วิจัย นางราตรี บาระพรม

ปริญญา บธ.ม.

กรรมการที่ปรึกษา รศ. ดร. วงศ์พัฒนา ศรีประเสริฐ
รศ. เสาวลักษณ์ นิกรพิทยา

กรรมการที่ปรึกษาหลัก
กรรมการที่ปรึกษาร่วม

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม 2553

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) พฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์เสื้อกของลูก้า 2) ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทั่วไปกับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์เสื้อกของลูก้า จากกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านแพง อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากลูก้าที่ซื้อหรือเคยซื้อผลิตภัณฑ์เสื้อกจากกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านแพง อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม ในช่วง 1 เดือน จำนวน 200 คน เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามชนิดปลายปิดแบบตัวเลือก ซึ่งมีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.94 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้สถิติทดสอบความสัมพันธ์ไค-กำลังสอง

ผลการวิจัยพบว่า ลูก้าที่ซื้อหรือเคยซื้อผลิตภัณฑ์เสื้อกจากกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านแพง อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 60.00 มีอายุระหว่าง 26-35 ปีมากที่สุด จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 43.50 มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษา จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 77.00 โดยมีอาชีพว่างงาน/แม่บ้าน จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 29.00 และมีรายได้ส่วนตัวต่อเดือนระหว่าง 5,001-10,000 บาท จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 49.00

พฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์เสื้อกของลูก้าจากกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านแพง อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม ส่วนใหญ่มีเหตุผลที่เลือกซื้อเสื้อกเพราะว่าคุณภาพ จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 37.50 ประเภทของเสื้อกที่เลือกซื้อ คือ เสื้อปุนอนแบบ

ธรรมชาติ จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 37.00 ลวดลายเสื้อกที่เลือกซื้อ คือ ลายมัดหมี่ จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 55.50 สีของเสื้อกที่เลือกซื้อ คือ สีแดงเลือดหมู จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 39.00 มีจุดประสงค์ในการเลือกซื้อเสื้อกเพื่อนำไปจำหน่ายต่อ จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 49.00 และผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อเสื้อกมากที่สุด คือ ญาติ จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 39.00 ลูกค้ำมักซื้อเสื้อกปีละ 1 ครั้ง จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 47.00 โดยต้องการให้กลุ่มเสื้อกจัดจำหน่าย ณ ร้านค้าชุมชนจำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 26.00 สำหรับแหล่งที่ทำให้รู้จักเสื้อกของกลุ่ม ก็คือ บุคคลที่รู้จักเป็นผู้แนะนำ จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 40.50

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ พบว่า ลูกค้ำที่ซื้อหรือเคยซื้อผลิตภัณฑ์เสื้อก ที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์เสื้อก จากกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านแพง อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม โดยรวมแตกต่างกันทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีความสัมพันธ์โดยรวมแตกต่างกันทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 9 ด้าน ได้แก่ เหตุผลที่เลือกซื้อเสื้อก ประเภทของเสื้อกที่เลือกซื้อ ลวดลายเสื้อกที่เลือกซื้อ สีของเสื้อกที่เลือกซื้อ จุดประสงค์ในการเลือกซื้อเสื้อก ผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อเสื้อก ความถี่ในการซื้อเสื้อก สถานที่ที่ต้องการให้กลุ่มเสื้อกจัดจำหน่ายและแหล่งที่ทำให้รู้จักเสื้อกของกลุ่ม

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

TITLE : The buying behavior of customers on sueakok products from Phaeng farm house wife group, Kosumpisai District, Mahasarakham Province.

AUTHOR : Mrs. Ratre Baraprom **DEGREE** : M.B.A.

ADVISOR : Assoc. Prof. Dr. Wongpattana Sriprasert Chairperson
Assoc. Prof. Sauwaluck Nikornpittaya Committee

RAJABHAT MAHA SARAKHAM UNIVERSITY 2010

ABSTRACT

The objectives of this research were to study the buying behavior of customers on sueakok products from Phaeng farm house wife group, Kosumpisai District, Mahasarakham Province and to study relationships between the buying behavior of customers on sueakok products with those customers' personal characteristics 200 of the present and previous target customers in the target area as the representative of population. Questionnaires were used in the study and analyzed by using statistical program of Multiple Choices, the reliability scale was at 0.94. The data was collected and analyzed by using descriptive statistics such as percentage, mean, standard deviation. The hypotheses were tested by χ^2 test for independent

The results of the research were as follows :

The majority of those respondents were female amount 120 persons (60.00 %), old between 26-35 year most amount 87 persons (43.50 %), holding less than high school amount 154 persons (77.00 %), have unemployed occupation/housekeeper amount 58 persons (29.00 %), and have individual income between 5,001-10,000 baht/month amount 98 persons (49.00 %).

The buying behavior of customers on sueakok products from Phaeng farm house wife group, Kosumpisai District, Mahasarakham Province as follows : the reason that

choose to buy sueakok products because quality amount 75 persons (37.50 %), type of sueakok products was normal sueakok amount 74 persons (37.00 %), sueakok products design was Thai silk amount 111 persons (55.50 %), color of sueakok products was red amount 78 persons (39.00 %), the purpose in the filtration purchases sueakok products was sell amount 98 persons (49.00%), who influential in the making decision buys sueakok products was relative amount 78 persons (39.00 %), frequency in sueakok products buying 1 year/time amount 94 persons (47.00 %) the place where want to distribution sueakok products was community amount 52 persons (26.00 %), and place where know sueakok products group was person is the advisor amount 81 persons (40.50 %).

There were statistical significant relations at .05 level between the buying behavior of customers on sueakok products with those customers' personal characteristics comprised age, gender, educational level and monthly income. When each aspect was individually considered, it was statistical significant relations at .05 level in the aspect of the reason that choose to buy sueakok products, type of sueakok products, sueakok products design, color of sueakok products, the purpose in the filtrative purchases on sueakok products, who influential in making decision buys sueakok products, frequency in sueakok products buying, the place where want to give sueakok products, and place know sueakok products group.