

หัวข้อการค้นคว้าแบบอิสระ บัณฑิตที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่ทำจากกะลามะพร้าว
ของผู้บริโภค ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ผู้เขียน นายปิติพงษ์ เมษสุวรรณ

ปริญญา วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ธุรกิจเกษตร)

คณะกรรมการที่ปรึกษา ศาสตราจารย์ เกียรติคุณ ดร.อารี วิบูลย์พงศ์ อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก
อาจารย์ ดร.นันทมน วีระกุล อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติต่อผลิตภัณฑ์ที่ทำจากกะลามะพร้าวประเภทของ
ตกแต่งบ้านและเครื่องประดับ และเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่
ทำจากกะลามะพร้าว โดยการเลือกตัวอย่างแบบบังเอิญ (accidental sampling) ในปี 2556 ตัวอย่างที่ใช้
ในการวิจัย แบ่งเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มประชากรในเชียงใหม่ กลุ่มนักท่องเที่ยวไทยที่มาจากจังหวัด
เชียงใหม่ และกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ รวมจำนวน 312 คน
โดยแบ่งเป็นจำนวนผู้ซื้อและไม่ซื้อจำนวนเท่าๆ กัน จากการสำรวจข้อมูล 4 แหล่ง คือ ตลาดไนท์
บาซาร์ และถนนคนเดิน 3แหล่งใน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้แบบสอบถาม และการ
วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) การทดสอบความเป็นอิสระของปัจจัย
ต่างๆกับการตัดสินใจซื้อด้วยสถิติไคสแควร์ (chi-square test)

ผลการสำรวจพบว่า ตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง อายุ 30-39 ปี ระดับ
การศึกษา ปริญญาตรี อาชีพ เป็นพนักงานบริษัทเอกชน และนักธุรกิจ มีรายได้เฉลี่ย 20,000 – 50,000
บาทต่อเดือน งานวิจัยพบว่า ผู้ที่ซื้อผลิตภัณฑ์ที่ทำจากกะลามะพร้าวชอบสินค้าประเภทของตกแต่ง
บ้าน โดยเฉพาะ โคมไฟและเครื่องประดับ ผู้ซื้อผลิตภัณฑ์กะลามะพร้าวชาวไทยชอบความเป็น
ธรรมชาติของกะลามะพร้าว รูปแบบร่วมสมัย และความสวยงาม ส่วนชาวต่างชาติให้ความสำคัญกับ
ความมีศิลปะ และเอกลักษณ์พื้นบ้าน ผู้ซื้อที่มีความชอบผลิตภัณฑ์กะลามะพร้าวระดับมากที่สุดเพียง
ร้อยละ 9.6 และระดับมากร้อยละ 40 นอกจากนี้ เห็นว่าสินค้าทดแทนได้คือผลิตภัณฑ์จากไม้

สามารถมาแทนได้ง่ายผู้ซื้อส่วนใหญ่ซื้อเพียงปีละ 1 ครั้งและสนใจที่จะซื้อจากร้านเมื่อได้เห็นสินค้า
ซื้อค้นพบนี้แสดงให้เห็นชัดเจนว่าการทำการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์กะลามะพร้าวต้องอาศัย
การกระตุ้นความสนใจของผู้ซื้อ และต้องการความหลากหลายเพื่อตอบสนองผู้ซื้อชาวไทย และ
ชาวต่างประเทศที่มีความชอบแตกต่างกัน ลูกค้าส่วนใหญ่ชอบให้มีการต่อรองราคาได้

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัยนี้ คือด้านผลิตภัณฑ์ ควรมีความหลากหลายและมีประติมากรรม
ผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ๆเสมอ แต่ยังคงไว้ซึ่งความมีเอกลักษณ์ที่ยังคงวัฒนธรรมพื้นเมืองในการผลิต
สร้างชิ้นงานให้เหมาะสมกับชิ้นงาน และการสร้างเรื่องราวของผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ควรจะตั้งกลยุทธ์
ด้านราคาใหม่ เพื่อสามารถดึงดูดผู้บริโภค ตั้งราคาผลิตภัณฑ์ให้มีราคาสูงพอสมควร เพื่อให้ลูกค้า
สามารถต่อรองราคาได้ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายควรมีการศึกษาช่องทางเพื่อนำผลิตภัณฑ์ออก
แสดงตามการจัดงานที่เกี่ยวกับการแสดงผลิตภัณฑ์หัตถกรรม เกษตรกรรม ต่างๆ ควรจัดทำแผนที่ตั้ง
ให้สะดวก สามารถให้เข้าถึงตัวผลิตภัณฑ์ได้ ผู้ประกอบการควรรวมกลุ่มและขอให้ส่วนราชการจัด
ให้มีการประกวดการแข่งขัน โดยอาจจัดให้มีการประกวดการแข่งขันออกแบบผลิตภัณฑ์จาก
กะลามะพร้าว เป็นต้น

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a detailed illustration of an elephant standing and facing left. The elephant is surrounded by a decorative border. The text "CHIANG MAI UNIVERSITY 1964" is written in a circular path around the elephant. The logo is rendered in a light gray color.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Study Title	Factors Affecting Consumers' Decision Making on Buying Product Made of Coconut Shell in Mueang District, Chiang Mai Province	
Author	Mr. Pitipong Metsuwan	
Degree	Master of Science (Agribusiness)	
Advisory Committee	Prof Emeritus Dr.Aree Wiboonpongse	Advisor
	Dr. Nuttamon Teerakul	Co-advisor

ABSTRACT

This independent study aimed at analyzing attitudes toward products made from the coconut shell; home decorations and accessories. Moreover, it aimed at analyzing factors affecting the decisions for buying products made from the coconut shell. Accidental sampling was used to choose the samples of the study which were divided into 3 groups; population of Chiang Mai, Thai tourists who visit Chiang Mai, and foreign tourists who visit Chiang Mai; total 312 people who buy and do not buy products were divided in equal numbers. Data were surveyed from 4 places which were night bazaar market, and 3 walking streets in Mueang district, Chiang Mai province. Tool used in the study was a questionnaire. Furthermore, data were analyzed by using descriptive statistics, and tested for independence between factors and buying decisions with chi-square test.

The results found that most of the questionnaire respondents were female aged 30-39 years, graduated from Bachelor's degree, private organization officers, and businessmen, with the salary of 20,000-50,000 baht. It was revealed that people who bought products made from the coconut shell liked types of home decorations product, especially lamp and accessories. Thai people bought products because they liked the naturalness of the coconut shell, their contemporary design, and beauty. In contrast, the foreigners gave importance to arts and local identity. The buyers, 9.6 percent, were at a highest level and 40 percent were at a high level of product liking. Moreover,

it was found that products made from wood can simply substitute the products from coconut shell. Most of the buyers bought the product 1 time a year and interested in buying it when they saw the products at the shop. Therefore, it can be seen clearly that the marketing for product made from coconut shell need to focus on motivating interests of the buyers. In addition, the varieties were needed in order to respond Thai customers and foreign customers whose tastes were different. Moreover, most of the customers prefer bargaining.

The recommendations for this study were; in terms of the product, products should be various and new types of products should be regularly designed, but maintaining the identity of local culture along with creating product story. In terms of the price, the new strategy should be promoted to attract the customers. The price should be high enough so that the customers can bargain. In terms of the channel for the distribution, the products should be presented in exhibitions about handicraft and agriculture. The location for placing products should also be prominent and easy to approach. The entrepreneurs should create the association and ask the administrative agencies for holding products from coconut shell design contests.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved