

54602732 : สาขาวิชาการประกอบการ

เมธิยา กอสนาน : ทองคำรางวัลแห่งชีวิต : พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อทองของลูกค้ายร้านทองเตี้ยเฮงหลี ตำบลท่าตุม อำเภอศรีมหาโพธิ์ จังหวัดปราจีนบุรี เพื่อเป็นการให้รางวัลแก่ตนเอง. อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ : ผศ. ดร. พิทักษ์ ศิริวงศ์. 80 หน้า.

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาการให้ความหมายของการให้รางวัลแก่ตนเองของลูกค้ายร้านทองเตี้ยเฮงหลี ตำบลท่าตุม อำเภอศรีมหาโพธิ์ จังหวัดปราจีนบุรี 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อทองในการให้รางวัลแก่ตนเองของลูกค้ายร้านทองเตี้ยเฮงหลี ตำบลท่าตุม อำเภอศรีมหาโพธิ์ จังหวัดปราจีนบุรี

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้วิจัยแบบการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) จำนวน 2 กลุ่ม โดยมีผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มละ 6-10 คน กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) ในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มวัยทำงานที่อายุระหว่าง 25 – 55 ปี ที่เข้ามาใช้บริการร้านทองเตี้ยเฮงหลี ตำบลท่าตุม อำเภอศรีมหาโพธิ์ จังหวัดปราจีนบุรี ในรูปแบบการซื้อทองรูปพรรณ โดยมีจุดประสงค์การซื้อเพื่อเป็นรางวัลให้แก่ตนเอง ข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้เป็นข้อมูลที่มาจากการลงพื้นที่ สัมภาษณ์ สทนากลุ่ม แลกเปลี่ยนทัศนคติและความคิดเห็น วิเคราะห์ข้อมูลโดยจัดหมวดหมู่ของข้อมูลตามประเด็นการวิจัย สรุปและตีความหมายของข้อมูล เนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ให้ข้อมูลได้ให้ความหมายของการให้รางวัลแก่ตนเองไว้ คือ เป็นการให้กำลังใจแก่ตนเอง เป็นแรงจูงใจและแรงบันดาลใจให้แก่ตนเอง เป็นการตอบแทนตนเอง เป็นการกำหนดเป้าหมายหรือจุดมุ่งหมายที่ชัดเจนให้แก่ตนเอง พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อทองและกระบวนการให้รางวัลแก่ตนเองนั้น มีรูปแบบที่แตกต่างกันไปของแต่ละบุคคล สรุปคือรูปแบบดังกล่าวนั้น เป็นไปในทิศทางเดียวกัน โดยผ่านขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจซื้อและพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อทองของผู้บริโภคทั้ง 5 ขั้นตอน ดังนี้ 1) การรับรู้ถึงความต้องการ 2) การค้นหาข้อมูล 3) การประเมินผลทางเลือก 4) การตัดสินใจซื้อ 5) พฤติกรรมภายหลังการซื้อ สาเหตุที่ผู้ให้ข้อมูลเลือกซื้อทองร้านค้าทองรายย่อยเตี้ยเฮงหลี เพื่อเป็นการให้รางวัลแก่ตนเองนั้น เหตุผลที่สำคัญคือผู้ขายหรือเจ้าของร้านบริการดี พุดจาสุภาพไพเราะ เอาใจใส่ลูกค้า ราคาต่อรองได้ คิดค่ากำเหน็จไม่แพง มีสินค้าให้เลือกเยอะ มีของแถม และน้ำหนักรองเต็มไม่หลอกหลวงผู้บริโภค

สาขาวิชาการประกอบการ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ลายมือชื่อนักศึกษา.....

ปีการศึกษา 2555

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์.....

54602732 : MAJOR : ENTREPRENEURSHIP

METIYA KORSANAN : GOLDEN LIFE REWARD: BEHAVIORS OF DECISION MAKING ON GOLD PURCHASE OF THE TIA HENG LEE GOLD SHOP'S CUSTOMERS, TA-TOOM SUB-DISTRICT, SRI MAHA PO DISTRICT, PRACHINBURI PROVINCE FOR SELF-REWARDING. THESIS ADVISOR : ASST. PROF. PHITAK SIRIWONG, Ph.D., 80 pp.

The purposes of this research were to 1) study the given meaning about self-rewarding through the customers of Tia Heng Lee Gold Shop, Ta-Toom Sub-district, Sri Maha Po District, Prachinburi Province. 2) Study the behavior of decision making of gold purchase for self-rewarding of the Tia Heng Lee Gold Shop's customers, Ta-Toom Sub-district, Sri Maha Po District, Prachinburi Province.

This research was about the qualitative research carried out by focus group discussion method. The group was divided into 2 groups with 6-10 informants per each group. The key informants in this research was the working age group age between 25 – 55 years old who came to use the service of Tia Heng Lee Gold Shop, Ta-Toom Sub-district, Sri Maha Po District, Prachinburi Province in the form of gold ornament. The objective of purchase was for the self-rewarding. The qualitative information got was from the site survey, observation, focus group discussion, attitudes and comments exchange. The data was analyzed by organizing the categories according to the points of research, conclusion, and interpretation of contents meanings.

The research results revealed that the informants gave the meaning of giving self-reward that was about giving moral support through oneself. It was the motivation and inspiration through oneself. This was about the compensation for oneself, determination of goals or the clear objectives to oneself. There were different behaviors of decision making on gold purchase and the self-rewarding process in each person. In conclusion, the form was carried out in the same direction by passing through the 5 stages of purchase decision making process and the behaviors of decision making on gold purchase as follows: 1) need perception, 2) information searching, 3) evaluation of alternative results, 4) purchase decision making, 5) after purchase behaviors. The causes that the informants decided to buy the gold of Tia Heng Lee Gold Shop to give self-rewarding was that because the sellers or shopkeeper offered the good service, sweet and polite speeches, customer caring, bargained prices, cheap goldsmith's charge, numerous products, premium, and full weight of gold, and without consumer cheat.



Program of Entrepreneurship

Graduate School, Silpakorn University

Student's signature.....

Academic Year 2012

Thesis Advisor's signature

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี โดยการได้รับความกรุณาช่วยเหลือและความอนุเคราะห์จากบุคคลเหล่านี้

ขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่กรุณาสละเวลาอันมีค่าให้คำปรึกษา คำแนะนำและข้อคิดเห็นต่างๆ อันเป็นประโยชน์อย่างยิ่ง รวมถึงให้ความดูแลเอาใจใส่ติดตามผลงานอย่างใกล้ชิด

ขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประสพชัย พสุนนท์ ประธานกรรมการ อาจารย์ ดร. สุวิชา วรวิเชียรวงษ์ กรรมการ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์ กรรมการ ในการสอบวิทยานิพนธ์ครั้งนี้ ที่ได้สละเวลากรุณาให้คำปรึกษา แนะนำ ตรวจสอบและแก้ไขข้อบกพร่อง เพื่อให้การศึกษาวิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยดี

ขอขอบพระคุณ ผู้ให้ข้อมูลหลักทุกท่าน ตลอดจนผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการทำวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้ ทั้งผู้ที่เอ่ยนามและผู้ที่ไม่ได้เอ่ยนามที่ได้ให้ความอนุเคราะห์และความร่วมมือในการสนทนากลุ่ม เพื่อให้ได้ข้อมูลที่รายละเอียดอันเป็นประโยชน์แก่งานวิจัย ทำให้การเก็บข้อมูลการทำวิทยานิพนธ์สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ตามเป้าหมายที่ได้วางไว้

สุดท้ายผู้วิจัยใคร่กราบขอบพระคุณ บิดา มารดา และบุคคลในครอบครัว รวมถึงเพื่อนที่เป็นกำลังใจคอยให้คำแนะนำและสนับสนุนผู้วิจัยตั้งแต่เริ่มต้น จนวิจัยฉบับนี้สำเร็จด้วยดี

