

## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

การศึกษานี้ เป็นการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีวัตถุประสงค์ในการศึกษา 4 ประการ คือ วัตถุประสงค์ข้อที่หนึ่ง เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือ วัตถุประสงค์ข้อที่สอง เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือ วัตถุประสงค์ข้อที่สาม เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือ และวัตถุประสงค์ข้อที่สี่ เพื่อให้ทราบถึงข้อเสนอแนะของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือ โดยผลการศึกษาที่ได้นำเสนอเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือ

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือ

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือ

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือ

#### 4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือ

การศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ทราบถึงลักษณะของผู้บริโภคที่มาเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ การสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภูมิฐานะ ผลการศึกษามีดังนี้

##### 4.1.1 เพศของกลุ่มตัวอย่าง

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือ จำนวน 300 ราย พบว่ากลุ่มผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย คือมีจำนวน 218 คน คิดเป็นร้อยละ 72.67 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

แต่เมื่อแยกพิจารณาตามสถานที่จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือ ปรากฏว่า

กลุ่มผู้บริโภคที่เลือกมาจับจ่ายใช้สอยที่ ถนนคนเดินวันอาทิตย์ และไนท์บาร์ซ่า ถนนช้างคลาน พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ดังแสดงในตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ		สถานที่จัดจำหน่าย		รวม
		ถนนคนเดินวันอาทิตย์	ไนท์บาร์ซ่า ถนนช้างคลาน	
ชาย	จำนวน	34	48	82
	ร้อยละ	22.67	32.00	27.33
หญิง	จำนวน	116	102	218
	ร้อยละ	77.33	68.00	72.67
รวม	จำนวน	150	150	300
	ร้อยละ	100.00	100.00	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

#### 4.1.2 อายุของกลุ่มตัวอย่าง

จากการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือ จำนวน 300 ราย พบว่ากลุ่มผู้บริโภคส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20-35 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 63.67 รองลงมาคือ มีอายุระหว่าง 36-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 21.67 ตามลำดับ

แต่เมื่อแยกพิจารณาตามสถานที่จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือ ปรากฏว่า

กลุ่มผู้บริโภคที่เลือกมาจับจ่ายใช้สอยที่ ถนนคนเดินวันอาทิตย์ และไนท์บาร์ซ่า ถนนช้างคลาน พบว่าส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20-35 ปี รองลงมาคือ มีอายุระหว่าง 36-50 ปี ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ		สถานที่จัดจำหน่าย		รวม
		ถนนคนเดินวันอาทิตย์	ไนท์บาร์ซ่า ถนนช้างคลาน	
น้อยกว่า 20 ปี	จำนวน	17	19	36
	ร้อยละ	11.33	12.67	12.00
20-35 ปี	จำนวน	109	82	191
	ร้อยละ	72.67	54.67	63.67
36-50 ปี	จำนวน	18	47	65
	ร้อยละ	12.00	31.33	21.67
มากกว่า 50 ปี	จำนวน	6	2	8
	ร้อยละ	4.00	1.33	2.66
รวม	จำนวน	150	150	300
	ร้อยละ	100.00	100.00	100.00

ที่มา : จากการสำรวจ

#### 4.1.3 สถานภาพสมรสของกลุ่มตัวอย่าง

จากการศึกษาจากการศึกษากลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือ จำนวน 300 ราย พบว่ากลุ่มผู้บริโภคส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด คือ มีจำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 71.33 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

แต่เมื่อแยกพิจารณาตามสถานที่จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือ ปรากฏว่ากลุ่มผู้บริโภคที่เลือกมาจับจ่ายใช้สอยที่ ถนนคนเดินวันอาทิตย์ และไนท์บาร์ซ่า ถนนช้างคลาน พบว่าส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด ดังแสดงในตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพสมรส		สถานที่จัดจำหน่าย		รวม
		ถนนคนเดินวันอาทิตย์	ไนท์บาร์ซ่า ถนนช้างคลาน	
โสด	จำนวน	116	98	214
	ร้อยละ	77.33	65.33	71.33
สมรส	จำนวน	34	52	86
	ร้อยละ	22.67	34.67	28.67
รวม	จำนวน	150	150	300
	ร้อยละ	100.00	100.00	100.00

ที่มา : จากการสำรวจ

#### 4.1.4 ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือ จำนวน 300 ราย พบว่ากลุ่มผู้บริโภคส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรีมากที่สุด มีจำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 69.34 รองลงมาคือ ระดับ ปวช / ปวส และระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ตามลำดับ

แต่เมื่อแยกพิจารณาตามสถานที่จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือ ปรากฏว่า

กลุ่มผู้บริโภคที่เลือกมาจับจ่ายใช้สอยที่ ถนนคนเดินวันอาทิตย์ และไนท์บาร์ซ่า ถนนช้างคลาน ส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี รองลงมาคือ ระดับ ปวช / ปวส และระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 4.4

ตาราง 4.4 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา		สถานที่จัดจำหน่าย		รวม
		ถนนคนเดินวันอาทิตย์	ไนท์บาร์ซ่า ถนนช้างคลาน	
ประถมศึกษา	จำนวน	2	0	2
	ร้อยละ	1.33	0.00	0.66
มัธยมศึกษา	จำนวน	7	6	13
	ร้อยละ	4.67	4.00	4.33
ปวช / ปวส	จำนวน	19	23	42
	ร้อยละ	12.67	15.33	14.00
อนุปริญญา	จำนวน	1	0	1
	ร้อยละ	0.67	0.00	0.33
ปริญญาตรี	จำนวน	107	101	208
	ร้อยละ	71.33	67.33	69.34
สูงกว่าปริญญา	จำนวน	14	20	34
	ร้อยละ	9.33	13.34	11.34
รวม	จำนวน	150	150	300
	ร้อยละ	100.00	100.00	100.00

ที่มา : จากการสำรวจ

#### 4.1.5 อาชีพของกลุ่มตัวอย่าง

จากการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภครผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือ จำนวน 300 ราย พบว่ากลุ่มผู้บริโภคส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด คือมีจำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 28 รองลงมาคือ นักเรียน / นักศึกษา และรับราชการ ตามลำดับ

แต่เมื่อแยกพิจารณาตามสถานที่จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือ ปรากฏว่า

กลุ่มผู้บริโภคที่เลือกมาจับจ่ายใช้สอยที่ ถนนคนเดินวันอาทิตย์ ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 31.33 รองลงมาคือ นักเรียน / นักศึกษา และรับราชการ ตามลำดับ ส่วนกลุ่มผู้บริโภคที่เลือกมาจับจ่ายใช้สอยที่ ไนท์บาร์ซ่า ถนนช้างคลาน ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 24.67 รองลงมาคือ รับราชการ และนักเรียน / นักศึกษา ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 4.5

ตาราง 4.5 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ		สถานที่จัดจำหน่าย		รวม
		ถนนคนเดินวันอาทิตย์	ไนท์บาร์ซ่า ถนนช้างคลาน	
นักเรียน / นักศึกษา	จำนวน	32	25	57
	ร้อยละ	21.33	16.67	19.00
รับราชการ	จำนวน	24	31	55
	ร้อยละ	16.00	20.67	18.34
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	จำนวน	12	19	31
	ร้อยละ	8.00	12.66	10.33
พนักงานบริษัทเอกชน	จำนวน	47	37	84
	ร้อยละ	31.33	24.67	28.00
ธุรกิจส่วนตัว	จำนวน	22	15	37
	ร้อยละ	14.67	10.00	12.33
รับจ้าง	จำนวน	13	23	36
	ร้อยละ	8.67	15.33	12.00
รวม	จำนวน	150	150	300
	ร้อยละ	100.00	100.00	100.00

ที่มา : จากการสำรวจ

#### 4.1.6 ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างผู้บริโภครวม 300 ราย พบว่ากลุ่มผู้บริโภคส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท มีจำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 48 รองลงมาคือ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท ตามลำดับ

แต่เมื่อแยกพิจารณาตามสถานที่จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือ ปรากฏว่ากลุ่มผู้บริโภคที่เลือกมาจับจ่ายใช้สอยที่ ถนนคนเดินวันอาทิตย์ พบว่าส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท รองลงมาคือ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท ตามลำดับ ส่วนกลุ่มผู้บริโภคที่เลือกมาจับจ่ายใช้สอยที่ ในที่บาร์ซ่า ถนนช้างคลาน พบว่าส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท รองลงมาคือ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 4.6

ตาราง 4.6 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		สถานที่จัดจำหน่าย		รวม
		ถนนคนเดินวันอาทิตย์	ในที่บาร์ซ่า ถนนช้างคลาน	
น้อยกว่า 10,000 บาท	จำนวน	69	75	144
	ร้อยละ	46.00	50.00	48.00
10,001 - 20,000 บาท	จำนวน	37	26	63
	ร้อยละ	24.67	17.33	21.00
20,001 - 30,000 บาท	จำนวน	26	32	58
	ร้อยละ	17.33	21.33	19.34
30,001 - 40,000 บาท	จำนวน	15	13	28
	ร้อยละ	10.00	8.67	9.33
40,001 - 50,000 บาท	จำนวน	3	1	4
	ร้อยละ	2.00	0.67	1.33
50,000 บาทขึ้นไป	จำนวน	0	3	3
	ร้อยละ	0.00	2.00	1.00
รวม	จำนวน	150	150	300
	ร้อยละ	100.00	100.00	100.00

ที่มา : จากการสำรวจ

#### 4.1.7 ภูมิสำเนาของกลุ่มตัวอย่าง

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างผู้บริโภครผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือ จำนวน 300 ราย พบว่ากลุ่มผู้บริโภครส่วนใหญ่เป็นชาวไทยที่อาศัยอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ มีจำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 58.33 รองลงมาคือ ชาวไทยที่มาจากภาคอื่นๆ และชาวไทยที่มาจากภาคเหนือ ตามลำดับ

แต่เมื่อแยกพิจารณาตามสถานที่จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือ ปรากฏว่ากลุ่มผู้บริโภครที่เลือกมาจับจ่ายใช้สอยที่ ถนนคนเดินวันอาทิตย์ และไนท์บาร์ซ่า ถนนช้างคลาน พบว่าส่วนใหญ่เป็นชาวไทยที่อาศัยอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ รองลงมาคือ ชาวไทยที่มาจากภาคอื่นๆ และชาวไทยที่มาจากภาคเหนือ ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 4.7

ตาราง 4.7 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามภูมิสำเนา

เขต		สถานที่จัดจำหน่าย		รวม
		ถนนคนเดิน วันอาทิตย์	ไนท์บาร์ซ่า ถนนช้างคลาน	
ชาวไทยที่อาศัยอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่	จำนวน	106	69	175
	ร้อยละ	70.67	46.00	58.33
ชาวไทยที่มาจากภาคเหนือ	จำนวน	16	38	54
	ร้อยละ	10.67	25.33	18.00
ชาวไทยที่มาจากภาคอื่นๆ	จำนวน	28	43	71
	ร้อยละ	18.66	28.67	23.67
รวม	จำนวน	150	150	300
	ร้อยละ	100.00	100.00	100.00

ที่มา : จากการสำรวจ



## 4.2 พฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือ

การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือ ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ที่เลือกซื้อ วัตถุประสงค์ในการซื้อ ความถี่ในการซื้อ การตัดสินใจซื้อ สาเหตุในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือจากสถานที่จัดจำหน่าย ผลการศึกษามีดังนี้

### 4.2.1 ผลิตภัณฑ์ที่เลือกซื้อ

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือ จำนวน 300 ราย พบว่ากลุ่มผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือในหมวดเครื่องประดับและของตกแต่ง มีจำนวน 217 คน คิดเป็นร้อยละ 72.33 จำนวนที่ซื้อมีทั้งสิ้น 320 ชิ้น และจำนวนเฉลี่ย คิดเป็น 1.47 ชิ้นต่อคน รองลงมาคือ หมวดเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย มีจำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 49.33 จำนวนที่ซื้อมีทั้งสิ้น 195 ชิ้น และจำนวนเฉลี่ย คิดเป็น 1.32 ชิ้นต่อคน ลำดับที่สาม หมวดผ้าฝ้าย มีจำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 11.67 จำนวนที่ซื้อมีทั้งสิ้น 41 ชิ้น และจำนวนเฉลี่ย คิดเป็น 1.64 ชิ้นต่อคน เนื่องมาจากหมวดเครื่องประดับและของตกแต่ง มีราคาถูกกว่าหมวดอื่นๆ ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกซื้อมากที่สุด ส่วนหมวดผ้าฝ้ายมีราคาแพง ทำให้ผู้บริโภคเลือกซื้อน้อยกว่าหมวดอื่นๆ ทำให้มีจำนวนชิ้นเฉลี่ยต่อคนสูงที่สุด

และจำนวนสูงสุดที่ผู้บริโภคเลือกซื้อแต่ละหมวด มีดังนี้ หมวดผ้าฝ้าย มีจำนวน 2 ชิ้น หมวดเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย มีจำนวน 3 ชิ้น และหมวดเครื่องประดับและของตกแต่ง มีจำนวน 9 ชิ้น ส่วนจำนวนชิ้นต่ำสุดที่ผู้บริโภคเลือกซื้อแต่ละหมวด มีดังนี้ หมวดผ้าฝ้าย มีจำนวน 1 ชิ้น หมวดเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย มีจำนวน 1 ชิ้น และหมวดเครื่องประดับและของตกแต่ง มีจำนวน 1 ชิ้น

แต่เมื่อแยกพิจารณาตามสถานที่จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือ ปรากฏว่ากลุ่มผู้บริโภคที่เลือกมาจับจ่ายใช้สอยที่ ถนนคนเดินวันอาทิตย์ และไนท์บาร์ซ่า ถนนช้างคลาน พบว่าส่วนใหญ่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือจากหมวดเครื่องประดับและของตกแต่งมากที่สุด รองลงมาคือ หมวดเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย และหมวดผ้าฝ้าย ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 4.8

ตาราง 4.8 จำนวนผลิตภัณฑ์ที่เลือกซื้อของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามหมวดผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือ

ผลิตภัณฑ์	สถานที่จัดจำหน่าย		รวม
	ถนนคนเดินวันอาทิตย์	ไนท์บาร์ซ่า ถนนช้างคลาน	
<b>หมวดผืนผ้า</b>			
- จำนวนผู้บริโภคที่เลือกซื้อ (คน)	17 (11.33)	18 (12.00)	35 (11.67)
- จำนวนที่เลือกซื้อ (ชิ้น)	22	19	41
- จำนวนชิ้นเฉลี่ย/คน	1.29	1.05	1.64
<b>หมวดเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย</b>			
- จำนวนผู้บริโภคที่เลือกซื้อ (คน)	76 (50.67)	72 (48.00)	148 (49.33)
- รวมจำนวนที่เลือกซื้อ (ชิ้น)	102	93	195
- จำนวนชิ้นเฉลี่ย/คน	1.34	1.29	1.32
<b>หมวดเครื่องประดับและของตกแต่ง</b>			
- จำนวนผู้บริโภคที่เลือกซื้อ (คน)	104 (69.33)	113 (75.33)	217 (72.33)
- รวมจำนวนที่เลือกซื้อ (ชิ้น)	162	158	320
- จำนวนชิ้นเฉลี่ย/คน	1.56	1.40	1.47
รวม จำนวนที่เลือกซื้อ (ชิ้น)	286	270	556

ที่มา : จากการสำรวจ

หมายเหตุ : 1. ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

2. ตัวเลขในวงเล็บแสดงค่าร้อยละ

#### 4.2.2 ค่าใช้จ่ายในการเลือกซื้อ

##### 1) ค่าใช้จ่ายแยกตามหมวดผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือ

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือ จำนวน 300 ราย พบว่า หมวดผืนผ้า มีค่าใช้จ่ายสูงสุดเฉลี่ย 1,180.80 บาทต่อคน รองลงมาคือ หมวดเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย และหมวดเครื่องประดับและของตกแต่ง ตามลำดับ เนื่องมาจากราคาดังกล่าวในหมวดผืนผ้ามีราคาแพงกว่าหมวดอื่นๆ ส่งผลมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนสูงที่สุด

และค่าใช้จ่ายต่อชิ้นสูงสุดของแต่ละหมวด มีดังนี้ หมวดผืนผ้า เป็นมูลค่า 1,200 บาท หมวดเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย เป็นมูลค่า 320 บาท และหมวดเครื่องประดับและของตกแต่ง เป็นมูลค่า 270 บาท ส่วนค่าใช้จ่ายต่อชิ้นต่ำสุดแต่ละหมวด มีดังนี้ หมวดผืนผ้า เป็นมูลค่า 550 บาท หมวดเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย เป็นมูลค่า 150 บาท และหมวดเครื่องประดับและของตกแต่ง เป็นมูลค่า 35 บาท

แต่เมื่อแยกพิจารณาตามสถานที่จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือ ปรากฏว่า กลุ่มผู้บริโภคที่เลือกมาจับจ่ายใช้สอยที่ ถนนคนเดินวันอาทิตย์ และไนท์บาร์ซ่า ถนนช้างคลาน พบว่าหมวดผืนผ้ามีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนสูงที่สุด รองลงมาคือ หมวดเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย และหมวดเครื่องประดับและของตกแต่ง ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 4.9

ตาราง 4.9 ค่าใช้จ่ายในการเลือกซื้อของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามหมวดผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือ

ผลิตภัณฑ์	สถานที่จัดจำหน่าย		รวม
	ถนนคนเดินวันอาทิตย์	ไนท์บาร์ซ่า ถนนช้างคลาน	
<b>หมวดผืนผ้า</b>			
- รวมค่าใช้จ่าย (บาท)	16,560	12,960	29,520
- ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย/คน	974.12	720.00	1,180.80
<b>หมวดเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย</b>			
- รวมค่าใช้จ่าย (บาท)	22,460	19,590	42,050
- ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย/คน	295.52	272.08	284.12
<b>หมวดเครื่องประดับและของตกแต่ง</b>			
- รวมค่าใช้จ่าย (บาท)	15,890	13,710	29,600
- ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย/คน	152.79	121.32	136.40
รวม ค่าใช้จ่าย (บาท)	54,910	46,260	101,170

ที่มา : จากการสำรวจ

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

## 2) ค่าใช้จ่ายในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือของกลุ่มตัวอย่าง

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างผู้บริโภครวม 300 ราย พบว่า กลุ่มผู้บริโภครวมมีค่าใช้จ่ายในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือทุกหมวดเฉลี่ย 337.23 บาทต่อคน และร้อยละ 66.33 มีค่าใช้จ่ายในการเลือกซื้อต่อครั้งน้อยกว่า 300 บาท เนื่องมาจากกลุ่มผู้บริโภครวมส่วนใหญ่มีอาชีพนักเรียน / นักศึกษา และอยู่ในวัยเริ่มต้นทำงาน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่สูงมาก และผลิตภัณฑ์ที่เลือกซื้อส่วนใหญ่อยู่ในหมวดเครื่องประดับและของตกแต่ง ซึ่งมีราคาถูก ส่งผลทำให้มีค่าใช้จ่ายในการเลือกซื้อต่อครั้งน้อยกว่า 300 บาทมากที่สุด

แต่เมื่อแยกพิจารณาตามสถานที่จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือ ปรากฏว่า กลุ่มผู้บริโภครวมที่เลือกมาจับจ่ายใช้สอยที่ ถนนคนเดินวันอาทิตย์ และไนท์บาร์ซ่า ถนนช้างคลาน พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีค่าใช้จ่ายในการเลือกซื้อต่อครั้งน้อยกว่า 300 บาทมากที่สุด รองลงมา คือ มีค่าใช้จ่ายในการเลือกซื้อต่อครั้งระหว่าง 301 – 600 บาท ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 4.10

ตาราง 4.10 ค่าใช้จ่ายของกลุ่มตัวอย่างในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือ

ค่าใช้จ่ายในการเลือกซื้อ ผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือ	สถานที่จัดจำหน่าย		รวม
	ถนนคนเดินวันอาทิตย์	ไนท์บาร์ซ่า ถนนช้างคลาน	
น้อยกว่า 300	98 (65.33)	101 (67.33)	199 (66.33)
301 - 600 บาท	28 (18.67)	23 (15.33)	51 (17.00)
601 - 900 บาท	8 (5.33)	13 (8.67)	21 (7.00)
901 - 1,200 บาท	10 (6.67)	4 (2.67)	14 (4.67)
มากกว่า 1,200 บาท	6 (4.00)	9 (6.00)	15 (5.00)
รวม	150 (100.00)	150 (100.00)	300 (100.00)

ที่มา : จากการสำรวจ

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บแสดงค่าร้อยละ

### 4.2.3 วัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อ

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือ จำนวน 300 ราย พบว่ากลุ่มผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือรวมทั้ง 3 หมวด เพื่อนำไปใช้เองเป็นจำนวน 274 คน คิดเป็นร้อยละ 91.33 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด รองลงมาคือซื้อไปเป็นของฝาก เป็นจำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 37.67 ตามลำดับ เนื่องมาจากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นชาวไทยที่อาศัยอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยจากภาคอื่นๆ มีไม่มาก ส่งผลให้ซื้อไปเป็นของฝากน้อยกว่าซื้อเพื่อนำไปใช้เอง

แต่เมื่อแยกพิจารณาตามสถานที่จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือ ปรากฏว่ากลุ่มผู้บริโภคที่เลือกมาจับจ่ายใช้สอยที่ ถนนคนเดินวันอาทิตย์ และไนท์บาร์ซ่า ถนนช้างคลาน พบว่าส่วนใหญ่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือรวมทั้ง 3 หมวด เพื่อนำไปใช้เอง รองลงมาคือซื้อไปเป็นของฝาก ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 4.11

ตาราง 4.11 วัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือ

วัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อ		สถานที่จัดจำหน่าย						รวม
		ถนนคนเดินวันอาทิตย์			ไนท์บาร์ซ่า ถนนช้างคลาน			
		หมวด ผืนผ้า	หมวด เสื้อผ้าและ เครื่องแต่งกาย	หมวด เครื่องประดับ และของตกแต่ง	หมวด ผืนผ้า	หมวด เสื้อผ้าและ เครื่องแต่งกาย	หมวด เครื่องประดับ และของตกแต่ง	
ซื้อไปใช้ เอง	จำนวน	13	61	70	12	46	72	274
	ร้อยละ	8.67	40.67	46.67	8.00	30.67	48.00	91.33
ซื้อเป็น ของฝาก	จำนวน	4	15	31	6	24	33	113
	ร้อยละ	2.67	10.00	20.67	4.00	16.00	22.00	37.67
ซื้อไปขาย ต่อ	จำนวน	0	0	3	0	2	8	13
	ร้อยละ	0.00	0.00	2.00	0.00	1.33	5.33	4.33

ที่มา : จากการสำรวจ

หมายเหตุ : 1. ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

2. ค่าร้อยละของจำนวนตัวอย่างในแต่ละกลุ่ม

#### 4.2.4 ความถี่ในการซื้อ

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างผู้บริโภครวม 300 ราย พบว่า ส่วนใหญ่กลุ่มผู้บริโภครวมที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือรวมทั้ง 3 หมวด มีความถี่ในการซื้อ 2 - 3 เดือนครั้ง เป็นจำนวน 271 คน คิดเป็นร้อยละ 90.33 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด รองลงมาคือ ซื้อเดือนละครั้ง เป็นจำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 26.67 ตามลำดับ เนื่องมาจาก ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อย เพราะยังอยู่ในวัยเรียนและวัยเริ่มต้นทำงาน และสินค้าส่วนใหญ่ยังไม่มีแบบใหม่ๆ มาให้เลือกซื้อส่งผลให้ความถี่ในการซื้อต่อเดือนมีไม่มาก

แต่เมื่อแยกพิจารณาตามสถานที่จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือ ปรากฏว่า กลุ่มผู้บริโภครวมที่เลือกมาจับจ่ายใช้สอยที่ ถนนคนเดินวันอาทิตย์ และไนท์บาร์ซ่า ถนนช้างคลาน พบว่ากลุ่มผู้บริโภครวมส่วนใหญ่ที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือรวมทั้ง 3 หมวด มีความถี่ในการซื้อ 2 - 3 เดือนครั้ง รองลงมาคือ ซื้อเดือนละครั้ง ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 4.12

ตาราง 4.12 ความถี่ในการซื้อของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือ

ความถี่ในการซื้อ		สถานที่จัดจำหน่าย						รวม
		ถนนคนเดินวันอาทิตย์			ไนท์บาร์ซ่า ถนนช้างคลาน			
		หมวด ผืนผ้า	หมวด เสื้อผ้าและ เครื่องแต่งกาย	หมวด เครื่องประดับ และของตกแต่ง	หมวด ผืนผ้า	หมวด เสื้อผ้าและ เครื่องแต่งกาย	หมวด เครื่องประดับ และของตกแต่ง	
ซื้อเป็น ครั้งแรก	จำนวน	3	15	5	7	5	14	49
	ร้อยละ	2.00	10.00	3.33	6.67	3.33	46.67	16.33
ซื้อเดือน ละครั้ง	จำนวน	5	8	31	3	6	27	80
	ร้อยละ	3.33	5.33	20.67	2.00	4.00	18.00	26.67
ซื้อ 2-3 เดือน ครั้ง	จำนวน	9	53	68	8	61	72	271
	ร้อยละ	6.00	35.33	45.33	5.33	40.67	48.00	90.33

ที่มา : จากการสำรวจ

หมายเหตุ : 1. ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

2. ค่าร้อยละของจำนวนตัวอย่างในแต่ละกลุ่ม

#### 4.2.5 บุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือ จำนวน 300 ราย พบว่ากลุ่มผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือรวมทั้ง 3 หมวด เป็นการตัดสินใจเอง จำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 75 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด รองลงมา คือ เพื่อน และบุคคลอื่นๆ เช่น ไกด์นำเที่ยว ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่ากลุ่มผู้บริโภคมีความชื่นชอบในผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือเป็นพิเศษ และส่วนใหญ่อยู่วัยเริ่มต้นทำงานจนถึงในวัยทำงาน มีรายได้เป็นของตัวเอง ทำให้สามารถตัดสินใจซื้อเองได้

แต่เมื่อแยกพิจารณาตามสถานที่จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือ ปรากฏว่ากลุ่มผู้บริโภคที่เลือกมาจับจ่ายใช้สอยผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือรวมทั้ง 3 หมวด ที่ถนนคนเดิน วันอาทิตย์ พบว่าส่วนใหญ่เป็นการตัดสินใจเอง รองลงมาคือ เพื่อน ตามลำดับ ในขณะที่ไนท์บาร์ซ่า ถนนช้างคลาน พบว่าส่วนใหญ่เป็นการตัดสินใจเอง รองลงมาคือ บุคคลอื่นๆ เช่น ไกด์นำเที่ยว ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 4.13

ตาราง 4.13 บุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือ

การตัดสินใจ		สถานที่จัดจำหน่าย						รวม
		ถนนคนเดินวันอาทิตย์			ไนท์บาร์ซ่า ถนนช้างคลาน			
		หมวด ผ้าฝืน	หมวด เสื่อผ้าและ เครื่องแต่งกาย	หมวด เครื่องประดับ และของตกแต่ง	หมวด ผ้าฝืน	หมวด เสื่อผ้าและ เครื่องแต่งกาย	หมวด เครื่องประดับ และของตกแต่ง	
ตัดสินใจเอง	จำนวน	10	54	49	11	43	58	225
	ร้อยละ	6.67	36.00	32.67	7.33	28.67	38.67	75.00
บุคคลใน ครอบครัว	จำนวน	2	5	12	1	8	6	34
	ร้อยละ	1.33	3.33	8.00	0.67	5.33	4.00	11.33
เพื่อน	จำนวน	3	12	26	1	6	18	66
	ร้อยละ	2.00	8.00	17.66	0.67	4.00	12.00	22.00
คนขาย	จำนวน	1	3	15	2	3	9	33
	ร้อยละ	0.67	2.00	10.00	1.33	2.00	6.00	11.00
บุคคลอื่นๆ เช่น ไกด์นำเที่ยว	จำนวน	1	2	2	3	12	22	42
	ร้อยละ	0.67	1.33	1.33	2.00	8.00	14.67	14.00

ที่มา : จากการสำรวจ

- หมายเหตุ : 1. ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ  
2. ค่าร้อยละของจำนวนตัวอย่างในแต่ละกลุ่ม

#### 4.2.6 สาเหตุในการตัดสินใจเลือกซื้อ

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือ จำนวน 300 ราย พบว่า สาเหตุส่วนใหญ่ในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือของกลุ่มตัวอย่าง ซื้อเพราะมีสินค้าที่หลากหลาย จำนวน 99 ราย คิดเป็นร้อยละ 33 รองลงมาคือ ซื้อโดยบังเอิญ จำนวน 61 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.33 ตามลำดับ

แต่เมื่อแยกพิจารณาตามสถานที่จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือ ปรากฏว่า กลุ่มผู้บริโภคที่เลือกมาจับจ่ายใช้สอยที่ถนนคนเดินวันวันอาทิตย์ พบว่าสาเหตุส่วนใหญ่ในการตัดสินใจเลือกซื้อเพราะมีสินค้าที่หลากหลาย รองลงมาคือ ซื้อโดยบังเอิญ ตามลำดับ ในขณะที่กลุ่มผู้บริโภคที่ไนท์บาร์ซ่า ถนนช้างคลาน พบว่าสาเหตุส่วนใหญ่ในการตัดสินใจเลือกซื้อเพราะมีสินค้าที่หลากหลาย รองลงมาคือ ทุกครั้งที่มาจังหวัดเชียงใหม่ ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคส่วนหนึ่งเป็นชาวไทยที่มาจากภาคอื่นๆ เดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่ และพักที่ไนท์บาร์ซ่า ถนนช้างคลาน ทำให้เลือกที่จะจับจ่ายใช้สอยใกล้สถานที่พัก ดังแสดงในตารางที่ 4.14

ตาราง 4.14 สาเหตุในการตัดสินใจเลือกซื้อของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานที่จัดจำหน่าย

สาเหตุในการตัดสินใจเลือกซื้อ		สถานที่จัดจำหน่าย		รวม
		ถนนคนเดินวันอาทิตย์	ไนท์บาร์ซ่า ถนนช้างคลาน	
ซื้อโดยบังเอิญ	จำนวน	32	29	61
	ร้อยละ	21.34	19.33	20.33
เป็นร้านค้าประจำ	จำนวน	30	15	45
	ร้อยละ	20.00	10.00	15.00
มีสินค้าที่หลากหลาย	จำนวน	48	51	99
	ร้อยละ	32.00	34.00	33.00
สินค้ามีคุณภาพ	จำนวน	20	16	36
	ร้อยละ	13.33	10.67	12.00
ทุกครั้งที่มาจังหวัดเชียงใหม่	จำนวน	20	39	59
	ร้อยละ	13.33	26.00	19.67
รวม	จำนวน	150	150	300
	ร้อยละ	100.00	100.00	100.00

ที่มา : จากการสำรวจ



#### 4.3 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือ

หัวข้อนี้ เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือในการศึกษารุ่นนี้ได้แบ่งปัจจัยออกเป็น 4 ด้าน คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย และปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

โดยแยกพิจารณาออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้ ส่วนแรก พิจารณา 3 ด้าน คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย และส่วนที่สอง พิจารณา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

##### 4.3.1 ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือ

การวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย ที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือของผู้บริโภค โดยจำแนกหมวดผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือ ออกเป็น 3 หมวด ได้แก่ หมวดผืนผ้า หมวดเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย และหมวดเครื่องประดับและของตกแต่ง ผลจากการศึกษามีดังนี้

### 1) หมวดฝืนผ้า

ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคมลพิษจากผ้าฝ้ายทอมือในสถานที่จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ ได้แก่ ถนนคนเดินวันอาทิตย์ และไนท์บาร์ซ่า ถนนช้างคลาน พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือในหมวดฝืนผ้า ในระดับมาก

แต่เมื่อแยกพิจารณาตัวแปรของปัจจัยด้านต่างๆ พบว่า

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผลการศึกษาพบว่าตัวแปรของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือในหมวดฝืนผ้า ของกลุ่มผู้บริโภครถถนนคนเดินวันอาทิตย์ให้ความสำคัญ เป็นอันดับแรกคือ รูปแบบและคุณภาพสินค้า รองลงมาคือ ประโยชน์ทางการใช้สอย ตามลำดับ ส่วนกลุ่มผู้บริโภครถไนท์บาร์ซ่า ถนนช้างคลาน ให้ความสำคัญ เป็นอันดับแรกคือ ประโยชน์ทางการใช้สอย รองลงมาคือ รูปแบบและคุณภาพสินค้า ตามลำดับ

ปัจจัยด้านราคา ผลการศึกษาพบว่าตัวแปรของปัจจัยด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือในหมวดฝืนผ้า ของกลุ่มผู้บริโภครถถนนคนเดินวันอาทิตย์ และที่ไนท์บาร์ซ่า ถนนช้างคลาน ให้ความสำคัญ เป็นอันดับแรกคือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ รองลงมาคือ สามารถต่อรองราคาได้ และราคาของสินค้าชนิดอื่นที่เกี่ยวข้อง ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย ผลการศึกษาพบว่าตัวแปรของปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือในหมวดฝืนผ้า ของกลุ่มผู้บริโภครถถนนคนเดินวันอาทิตย์ และที่ไนท์บาร์ซ่า ถนนช้างคลาน ให้ความสำคัญ เป็นอันดับแรกคือ พนักงานขายมีอัธยาศัยและบริการดี รองลงมาคือ พนักงานขายมีความรู้ในผลิตภัณฑ์ และการปรับเปลี่ยนสินค้าขึ้น ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 4.15

ตาราง 4.15 แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือในหมวดผืนผ้า

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ ผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือ (หมวดผืนผ้า)	สถานที่จัดจำหน่าย				รวม	
	ถนนคนเดิน วันอาทิตย์		ไนท์บาร์ซ่า ถนนช้างคลาน			
	คะแนน เฉลี่ย	อันดับ	คะแนน เฉลี่ย	อันดับ	คะแนน เฉลี่ย	ระดับ ความสำคัญ
<b>ด้านผลิตภัณฑ์</b>						
1. รูปแบบและคุณภาพสินค้า	2.88	1	2.89	2	2.89	มาก
2. ประโยชน์ทางการใช้สอย	2.82	2	2.94	1	2.88	มาก
3. ราคาสินค้า	2.24	4	2.06	4	2.15	ปานกลาง
4. มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย	2.53	3	2.72	3	2.63	มาก
คะแนนเฉลี่ยรวม	2.62	-	2.65	-	2.64	มาก
<b>ด้านราคา</b>						
5. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	2.76	1	2.83	1	2.80	มาก
6. ราคาของสินค้าชนิดอื่นที่เกี่ยวข้อง	2.47	3	2.33	3	2.40	ปานกลาง
7. สามารถต่อรองราคาได้	2.71	2	2.61	2	2.66	มาก
คะแนนเฉลี่ยรวม	2.65	-	2.59	-	2.62	มาก
<b>ด้านการส่งเสริมการขาย</b>						
8. พนักงานขายมีความรู้ในผลิตภัณฑ์	2.59	2	2.44	2	2.52	มาก
9. พนักงานขายมีธรรมาภิบาลและบริการที่ดี	2.65	1	2.67	1	2.66	มาก
10. ของแถม / ส่วนลด	2.41	3	2.28	3	2.35	ปานกลาง
11. การปรับเปลี่ยนสินค้าคืน	2.59	2	2.44	2	2.52	ปานกลาง
คะแนนเฉลี่ยรวม	2.56	-	2.46	-	2.51	มาก

ที่มา : จากการคำนวณ

หมายเหตุ : คูราละเอียดเพิ่มเติมตารางที่ 1 และ 5 ภาคผนวก ข

## 2) หมวดเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย

ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือในสถานที่จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ ได้แก่ ถนนคนเดินวันอาทิตย์ และไนท์บาร์ซ่า ถนนช้างคลาน พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยการส่งเสริมการขาย มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือในหมวดเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย ในระดับมาก

แต่เมื่อแยกพิจารณาตัวแปรของปัจจัยด้านต่างๆ พบว่า

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผลการศึกษาพบว่าตัวแปรของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือในหมวดเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย ของกลุ่มผู้บริโภคที่ถนนคนเดินวันอาทิตย์ และที่ไนท์บาร์ซ่า ถนนช้างคลาน ให้ความสำคัญ เป็นอันดับแรกคือ รูปแบบและคุณภาพสินค้า รองลงมาคือ ประโยชน์ทางการใช้สอย และมีสินค้าให้เลือกหลากหลายตามลำดับ

ปัจจัยด้านราคา ผลการศึกษาพบว่าตัวแปรของปัจจัยด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือในหมวดเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย ของกลุ่มผู้บริโภคที่ถนนคนเดินวันอาทิตย์ และที่ไนท์บาร์ซ่า ถนนช้างคลาน ให้ความสำคัญ เป็นอันดับแรกคือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ รองลงมาคือ สามารถต่อรองราคาได้ และราคาของสินค้าชนิดอื่นที่เกี่ยวข้อง ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย ผลการศึกษาพบว่าตัวแปรของปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือในหมวดเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายของกลุ่มผู้บริโภคที่ถนนคนเดินวันอาทิตย์ และที่ไนท์บาร์ซ่า ถนนช้างคลาน ให้ความสำคัญ เป็นอันดับแรกคือ พนักงานขายมีอัธยาศัยและบริการดี รองลงมาคือ พนักงานขายมีความรู้ในผลิตภัณฑ์ และการปรับเปลี่ยนสินค้าขึ้น ตามลำดับ ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 4.16

ตาราง 4.16 แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือในหมวดเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ ผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือ (หมวดเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย)	สถานที่จัดจำหน่าย				รวม	
	ถนนคนเดิน วันอาทิตย์		ไนท์บาร์ซ่า ถนนช้างคลาน			
	คะแนน เฉลี่ย	อันดับ	คะแนน เฉลี่ย	อันดับ	คะแนน เฉลี่ย	ระดับ ความสำคัญ
<b>ด้านผลิตภัณฑ์</b>						
1. รูปแบบและคุณภาพสินค้า	2.96	1	2.93	1	2.95	มาก
2. ประโยชน์ทางการใช้สอย	2.95	2	2.90	2	2.93	มาก
3. ราคาสินค้า	2.89	4	2.31	4	2.60	มาก
4. มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย	2.92	3	2.83	3	2.88	มาก
คะแนนเฉลี่ยรวม	2.93	-	2.74	-	2.84	มาก
<b>ด้านราคา</b>						
5. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	2.93	1	2.89	1	2.91	มาก
6. ราคาของสินค้าชนิดอื่นที่เกี่ยวข้อง	2.36	3	2.28	3	2.32	ปานกลาง
7. สามารถต่อรองราคาได้	2.74	2	2.85	2	2.80	มาก
คะแนนเฉลี่ยรวม	2.68	-	2.67	-	2.68	มาก
<b>ด้านการส่งเสริมการขาย</b>						
8. พนักงานขายมีความรู้ในผลิตภัณฑ์	2.83	2	2.86	2	2.85	มาก
9. พนักงานขายมีอัธยาศัยและบริการที่ดี	2.87	1	2.88	1	2.88	มาก
10. ของแถม / ส่วนลด	2.39	4	2.32	4	2.36	ปานกลาง
11. การรับประกันสินค้าคืน	2.79	3	2.63	3	2.71	มาก
คะแนนเฉลี่ยรวม	2.72	-	2.67	-	2.70	มาก

ที่มา : จากการคำนวณ

หมายเหตุ : ดูรายละเอียดเพิ่มเติมตารางที่ 2 และ 6 ภาคผนวก ข

### 3) หมวดเครื่องประดับและของตกแต่ง

ผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือในสถานที่จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ ได้แก่ ถนนคนเดินวันอาทิตย์ และไนท์บาร์ซ่า ถนนช้างคลาน พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยการส่งเสริมการขาย มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือในหมวดเครื่องประดับและของตกแต่ง ในระดับมาก

แต่เมื่อแยกพิจารณาตัวแปรของปัจจัยด้านต่างๆ พบว่า

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผลการศึกษาพบว่าตัวแปรของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือในหมวดเครื่องประดับและของตกแต่ง ของกลุ่มผู้บริโภคที่ถนนคนเดินวันอาทิตย์ และที่ไนท์บาร์ซ่า ถนนช้างคลาน ให้ความสำคัญ เป็นอันดับแรกคือ รูปแบบและคุณภาพสินค้า รองลงมาคือ ประโยชน์ทางการใช้สอย และมีสินค้าให้เลือกหลากหลาย ตามลำดับ

ปัจจัยด้านราคา ผลการศึกษาพบว่าตัวแปรของปัจจัยด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือในหมวดเครื่องประดับและของตกแต่ง ของกลุ่มผู้บริโภคที่ถนนคนเดิน วันอาทิตย์ และที่ไนท์บาร์ซ่า ถนนช้างคลาน ให้ความสำคัญ เป็นอันดับแรกคือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ รองลงมาคือ สามารถต่อรองราคาได้ และราคาของสินค้าชนิดอื่นที่เกี่ยวข้อง ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย ผลการศึกษาพบว่าตัวแปรของปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือในหมวดเครื่องประดับและของตกแต่ง ของกลุ่มผู้บริโภคที่ถนนคนเดินวันอาทิตย์ และที่ไนท์บาร์ซ่า ถนนช้างคลาน ให้ความสำคัญ เป็นอันดับแรกคือ พนักงานขายมีอัธยาศัยและบริการดี รองลงมาคือ พนักงานขายมีความรู้ในผลิตภัณฑ์ และการปรับเปลี่ยนสินค้าขึ้น ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 4.17

ตาราง 4.17 แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือในหมวดเครื่องประดับและของตกแต่ง

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ ผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือ (หมวดเครื่องประดับและของตกแต่ง)	สถานที่จัดจำหน่าย				รวม	
	ถนนคนเดิน วันอาทิตย์		ไนท์บาร์ซ่า ถนนช้างคลาน			
	คะแนน เฉลี่ย	อันดับ	คะแนน เฉลี่ย	อันดับ	คะแนน เฉลี่ย	ระดับ ความสำคัญ
<b>ด้านผลิตภัณฑ์</b>						
1. รูปแบบและคุณภาพสินค้า	2.88	2	2.81	2	2.85	มาก
2. ประโยชน์ทางด้านการใช้สอย	2.90	1	2.87	1	2.89	มาก
3. ราคาสินค้า	2.28	4	2.30	4	2.29	ปานกลาง
4. มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย	2.74	3	2.78	3	2.76	มาก
คะแนนเฉลี่ยรวม	2.70	-	2.69	-	2.70	มาก
<b>ด้านราคา</b>						
5. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	2.78	1	2.80	1	2.79	มาก
6. ราคาของสินค้าชนิดอื่นที่เกี่ยวข้อง	2.52	3	2.65	3	2.59	มาก
7. สามารถต่อรองราคาได้	2.70	2	2.73	2	2.72	มาก
คะแนนเฉลี่ยรวม	2.67	-	2.73	-	2.70	มาก
<b>ด้านการส่งเสริมการขาย</b>						
8. พนักงานขายมีความรู้ในผลิตภัณฑ์	2.66	2	2.72	2	2.69	มาก
9. พนักงานขายมีอัธยาศัยและบริการที่ดี	2.69	1	2.76	1	2.73	มาก
10. ของแถม / ส่วนลด	2.51	4	2.50	4	2.51	มาก
11. การรับประกันสินค้าคืน	2.60	3	2.68	3	2.64	มาก
คะแนนเฉลี่ยรวม	2.62	-	2.67	-	2.64	มาก

ที่มา : จากการคำนวณ

หมายเหตุ : ดูรายละเอียดเพิ่มเติมตารางที่ 3 และ 7 ภาคผนวก ข

#### 4.3.2 ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือ จำแนกตามสถานที่จัดจำหน่าย

ผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือในสถานที่จัดจำหน่าย ผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือ ได้แก่ ถนนคนเดินวันอาทิตย์ และไนท์บาร์ซ่า ถนนช้างคลาน พบว่าความสะดวกในการมาเลือกซื้อสินค้า ร้านค้าหาง่าย การจัดตกแต่งร้าน ความสะอาดของร้าน และอยู่ในแหล่งท่องเที่ยว มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือในระดับมาก ส่วนสถานที่จอร์จสะดวกสบาย มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือในระดับปานกลาง

แต่เมื่อแยกพิจารณาตามสถานที่จัดจำหน่าย

พบว่าสถานที่จัดจำหน่ายอยู่ในแหล่งท่องเที่ยว เป็นปัจจัยสำคัญที่สุดในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือของทั้ง 2 กลุ่ม ดังแสดงในตารางที่ 4.18

ตาราง 4.18 แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือ จำแนกตามสถานที่จัดจำหน่าย

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ ผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือ	สถานที่จัดจำหน่าย				รวม	
	ถนนคนเดิน วันอาทิตย์		ไนท์บาร์ซ่า ถนนช้างคลาน		คะแนน เฉลี่ย	ระดับ ความสำคัญ
	คะแนน เฉลี่ย	อันดับ	คะแนน เฉลี่ย	อันดับ		
ด้านการจัดจำหน่าย						
1. ความสะดวกในการมาเลือกซื้อสินค้า	2.95	2	2.86	2	2.91	มาก
2. ร้านค้าหาง่าย	2.53	5	2.74	3	2.64	มาก
3. การจัดตกแต่งร้าน	2.92	3	2.69	4	2.81	มาก
4. ความสะอาดของร้าน	2.87	4	2.65	5	2.76	มาก
5. มีที่จอดรถสะดวกสบาย	2.06	6	2.29	6	2.18	ปานกลาง
6. อยู่ในแหล่งท่องเที่ยว	2.97	1	2.92	1	2.95	มาก
คะแนนเฉลี่ยรวม	2.72	-	2.69	-	2.71	มาก

ที่มา : จากการคำนวณ

หมายเหตุ : ดูรายละเอียดเพิ่มเติมตารางที่ 4 ภาคผนวก ข



### 4.3.3 ภาพรวมอันดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือ จำแนกตามหมวดผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือ

การวิเคราะห์ภาพรวมอันดับความสำคัญของปัจจัยแต่ละด้าน ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย เพื่อศึกษาว่าปัจจัยแต่ละด้านมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือของผู้บริโภคอยู่ในอันดับใด โดยจำแนกตามหมวดผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือ ออกเป็น 3 หมวด ได้แก่ หมวดผืนผ้า หมวดเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย และหมวดเครื่องประดับและของตกแต่ง และแยกพิจารณาตามสถานที่จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ ได้แก่ ถนนคนเดินวันอาทิตย์ และไนท์บาร์ซ่า ถนนช่างกลาน ผลจากการศึกษามีดังนี้

#### 1) หมวดผืนผ้า

ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่เลือกมาจับจ่ายใช้สอยที่ถนนคนเดินวันอาทิตย์ พบว่าปัจจัยด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือ เป็นอันดับแรก รองลงมา คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย ตามลำดับ ส่วนกลุ่มผู้บริโภคที่ไนท์บาร์ซ่า ถนนช่างกลาน พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือเป็นอันดับแรก รองลงมา คือ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 4.19

#### 2) หมวดเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย

ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่เลือกมาจับจ่ายใช้สอยที่ถนนคนเดินวันอาทิตย์ พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือ เป็นอันดับแรก รองลงมา คือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย และปัจจัยด้านราคา ตามลำดับ ส่วนกลุ่มผู้บริโภคที่ไนท์บาร์ซ่า ถนนช่างกลาน พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือ เป็นอันดับแรก รองลงมา คือ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย เท่ากัน ดังแสดงในตารางที่ 4.19

#### 3) หมวดเครื่องประดับและของตกแต่ง

ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่เลือกมาจับจ่ายใช้สอยที่ถนนคนเดินวันอาทิตย์ พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือ เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย ตามลำดับ ส่วนกลุ่มผู้บริโภคที่ไนท์บาร์ซ่า ถนนช่างกลาน พบว่าปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้า

ฝ้ายทอมือเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 4.19

ตาราง 4.19 แสดงภาพรวมอันดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือ จำแนกตามผลิตภัณฑ์และสถานที่จัดจำหน่าย

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ ผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือ	สถานที่จัดจำหน่าย			
	ถนนคนเดินวันอาทิตย์		ไนท์บาร์ซ่า ถนนช้างคลาน	
	คะแนนเฉลี่ย	อันดับ	คะแนนเฉลี่ย	อันดับ
<b>(หมวดผืนผ้า)</b>				
ด้านผลิตภัณฑ์	2.62	2	2.65	1
ด้านราคา	2.65	1	2.59	2
ด้านการส่งเสริมการขาย	2.56	3	2.46	3
<b>(หมวดเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย)</b>				
ด้านผลิตภัณฑ์	2.93	1	2.74	1
ด้านราคา	2.68	3	2.67	2
ด้านการส่งเสริมการขาย	2.72	2	2.67	2
<b>(หมวดเครื่องประดับและของตกแต่ง)</b>				
ด้านผลิตภัณฑ์	2.70	1	2.69	2
ด้านราคา	2.67	2	2.70	1
ด้านการส่งเสริมการขาย	2.62	3	2.64	3

ที่มา : จากการคำนวณ

#### 4.4 ความพึงพอใจของผู้บริโภคในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือ

หัวข้อนี้ เป็นการวิเคราะห์ความพึงพอใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือของผู้บริโภคในด้านต่างๆ ในการศึกษาครั้งนี้ได้แบ่งออกเป็น 4 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการขาย และด้านการจัดจำหน่าย ผลการศึกษามีดังนี้

โดยแยกพิจารณาออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้ ส่วนแรก พิจารณา 3 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการขาย และส่วนที่สอง พิจารณา ด้านการจัดจำหน่าย ผลการศึกษามี ดังนี้

#### 4.4.1 ระดับความพึงพอใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือของผู้บริโภคในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการขาย

การวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านการส่งเสริม การขาย ที่มีต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือของผู้บริโภค โดยจำแนกตามหมวดผลิตภัณฑ์ จากผ้าฝ้ายทอมือออกเป็น 3 หมวดได้แก่ หมวดผืนผ้า หมวดเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย และหมวด เครื่องประดับและของตกแต่ง ผลจากการศึกษามีดังนี้

##### 1) หมวดผืนผ้า

ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือในหมวดผ้าผืน ใน สถานที่จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ ได้แก่ ถนนคนเดินวันอาทิตย์ และไนท์บาร์ซ่า ถนนช้าง คลาน พบว่าผู้บริโภคให้ความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการขาย ใน ระดับมาก

แต่เมื่อแยกพิจารณาความพึงพอใจของตัวแปรในด้านต่างๆ พบว่า

ด้านผลิตภัณฑ์ ผลการศึกษาพบว่าตัวแปรด้านผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มผู้บริโภคที่ถนนคนเดิน วันอาทิตย์ และที่ไนท์บาร์ซ่า ถนนช้างคลาน ให้ความพึงพอใจ รูปแบบและคุณภาพสินค้า เป็น อันดับแรก รองลงมาคือ ประโยชน์ทางการใช้สอย ตามลำดับ

ด้านราคา ผลการศึกษาพบว่าตัวแปรด้านราคาในกลุ่มผู้บริโภคถนนคนเดิน วันอาทิตย์ และที่ไนท์บาร์ซ่า ถนนช้างคลาน ให้ความพึงพอใจ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ สามารถต่อรองราคาได้ และราคาของสินค้าชนิดอื่นที่เกี่ยวข้อง ตามลำดับ

ด้านการส่งเสริมการขาย ผลการศึกษาพบว่าตัวแปรด้านการส่งเสริมการขายที่กลุ่ม ผู้บริโภคถนนคนเดิน วันอาทิตย์ ให้ความพึงพอใจ พนักงานขายมีอัธยาศัยและบริการดี เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ พนักงานขายมีความรู้ในผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ ส่วนกลุ่มผู้บริโภคที่ไนท์บาร์ซ่า ถนนช้างคลาน ให้ความพึงพอใจ พนักงานขายมีอัธยาศัยและบริการดี เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ พนักงานขายมีความรู้ในผลิตภัณฑ์ และการปรับเปลี่ยนสินค้าขึ้น ในอันดับที่เท่ากัน ดังแสดงใน ตารางที่ 4.20

ตาราง 4.20 แสดงระดับความพึงพอใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือของผู้บริโภคในหมวดผ้าฝ้าย

ความพึงพอใจในการเลือกซื้อ ผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือของผู้บริโภค (หมวดผ้าฝ้าย)	สถานที่จัดจำหน่าย				รวม	
	ถนนคนเดิน วันอาทิตย์		ไนท์บาร์ซ่า ถนนช้างคลาน			
	คะแนน เฉลี่ย	อันดับ	คะแนน เฉลี่ย	อันดับ	คะแนน เฉลี่ย	ระดับความ พึงพอใจ
<b>ด้านผลิตภัณฑ์</b>						
1. รูปแบบและคุณภาพสินค้า	2.88	2	2.78	2	2.83	มาก
2. ประโยชน์ทางด้านการใช้สอย	3.00	1	3.00	1	3.00	มาก
3. ราคาสินค้า	2.53	4	2.44	4	2.49	ปานกลาง
4. มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย	2.71	3	2.61	3	2.66	มาก
คะแนนเฉลี่ยรวม	2.78	-	2.71	-	2.74	มาก
<b>ด้านราคา</b>						
5. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	2.82	1	2.72	1	2.77	มาก
6. ราคาของสินค้าชนิดอื่นที่เกี่ยวข้อง	2.41	3	2.28	3	2.35	ปานกลาง
7. สามารถต่อรองราคาได้	2.76	2	2.56	2	2.66	มาก
คะแนนเฉลี่ยรวม	2.66	-	2.52	-	2.59	มาก
<b>ด้านการส่งเสริมการขาย</b>						
8. พนักงานขายมีความรู้ในผลิตภัณฑ์	2.59	2	2.50	2	2.55	มาก
9. พนักงานขายมีอัธยาศัยและบริการที่ดี	2.65	1	2.67	1	2.66	มาก
10. ของแถม / ส่วนลด	2.35	4	2.33	3	2.34	ปานกลาง
11. การรับเปลี่ยนสินค้าคืน	2.53	3	2.50	2	2.52	มาก
คะแนนเฉลี่ยรวม	2.53	-	2.50	-	2.52	มาก

ที่มา : จากการคำนวณ

หมายเหตุ : ดูรายละเอียดเพิ่มเติมตารางที่ 9 และ 13 ภาคผนวก ข

## 2) หมวดเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย

ผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือในหมวดเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย ในสถานที่จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ ได้แก่ ถนนคนเดินวันอาทิตย์ และไนท์บาร์ซ่า ถนนช้างคลาน พบว่าผู้บริโภคให้ความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และการส่งเสริมการขาย ในระดับมาก

แต่เมื่อแยกพิจารณาความพึงพอใจของตัวแปรในด้านต่างๆ พบว่า

ด้านผลิตภัณฑ์ ผลการศึกษาพบว่าตัวแปรด้านผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มผู้บริโภคที่ถนนคนเดินวันอาทิตย์ ให้ความพึงพอใจ รูปแบบและคุณภาพสินค้า และประโยชน์ทางการใช้สอย เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ราคาสินค้า ตามลำดับ ส่วนกลุ่มผู้บริโภคที่ไนท์บาร์ซ่า ถนนช้างคลาน ให้ความพึงพอใจ ประโยชน์ทางการใช้สอย เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ รูปแบบและคุณภาพสินค้า ตามลำดับ

ด้านราคา ผลการศึกษาพบว่าตัวแปรด้านราคาของกลุ่มผู้บริโภคที่ถนนคนเดิน วันอาทิตย์ ให้ความพึงพอใจ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ สามารถต่อรองราคาได้ตามลำดับ ส่วนกลุ่มผู้บริโภคที่ไนท์บาร์ซ่า ถนนช้างคลาน ให้ความพึงพอใจ สามารถต่อรองราคาได้ เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ตามลำดับ

ด้านการส่งเสริมการขาย ผลการศึกษาพบว่าตัวแปรด้านการส่งเสริมการขายที่กลุ่มผู้บริโภคที่ถนนคนเดิน วันอาทิตย์ และที่ไนท์บาร์ซ่า ถนนช้างคลาน ให้ความพึงพอใจ พนักงานขาย มีอธยาศัยและบริการดี เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ การรับเปลี่ยนสินค้าคืน ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 4.21

ตาราง 4.21 แสดงระดับความพึงพอใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือของผู้บริโภคในหมวดเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย

ความพึงพอใจในการเลือกซื้อ ผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือของผู้บริโภค (หมวดเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย)	สถานที่จัดจำหน่าย				รวม	
	ถนนคนเดิน วันอาทิตย์		ไนท์บาร์ซ่า ถนนช้างคลาน			
	คะแนน เฉลี่ย	อันดับ	คะแนน เฉลี่ย	อันดับ	คะแนน เฉลี่ย	ระดับความ พึงพอใจ
<b>ด้านผลิตภัณฑ์</b>						
1. รูปแบบและคุณภาพสินค้า	3.00	1	2.94	2	2.97	มาก
2. ประโยชน์ทางด้านการใช้สอย	3.00	1	3.00	1	3.00	มาก
3. ราคาสินค้า	2.93	2	2.40	4	2.67	มาก
4. มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย	2.88	3	2.85	3	2.87	มาก
คะแนนเฉลี่ยรวม	2.95	-	2.80	-	2.88	มาก
<b>ด้านราคา</b>						
5. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	2.96	1	2.79	2	2.88	มาก
6. ราคาของสินค้าชนิดอื่นที่เกี่ยวข้อง	2.59	3	2.64	3	2.62	มาก
7. สามารถต่อรองราคาได้	2.83	2	2.92	1	2.88	มาก
คะแนนเฉลี่ยรวม	2.79	-	2.78	-	2.79	มาก
<b>ด้านการส่งเสริมการขาย</b>						
8. พนักงานขายมีความรู้ในผลิตภัณฑ์	2.78	3	2.76	3	2.77	มาก
9. พนักงานขายมีธรรมาภิบาลและบริการที่ดี	2.91	1	2.93	1	2.92	มาก
10. ของแถม / ส่วนลด	2.30	4	2.22	4	2.26	ปานกลาง
11. การปรับเปลี่ยนสินค้าคืน	2.80	2	2.81	2	2.81	มาก
คะแนนเฉลี่ยรวม	2.70	-	2.68	-	2.69	มาก

ที่มา : จากการคำนวณ

หมายเหตุ : คูรายละเอียดเพิ่มเติมตารางที่ 10 และ 14 ภาคผนวก ข

### 3) หมวดเครื่องประดับและของตกแต่ง

ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภครวม 10 คน จากผ้าฝ้ายทอมือในหมวดเครื่องประดับ และของตกแต่ง ในสถานที่จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือ ได้แก่ ถนนคนเดินวันอาทิตย์ และไนท์บาร์ซ่า ถนนช้างคลาน พบว่าผู้บริโภคให้ความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการขาย ในระดับมาก

แต่เมื่อแยกพิจารณาความพึงพอใจของตัวแปรในด้านต่างๆ พบว่า

ด้านผลิตภัณฑ์ ผลการศึกษาพบว่าตัวแปรด้านผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มผู้บริโภคที่ถนนคนเดิน วันอาทิตย์ และที่ไนท์บาร์ซ่า ถนนช้างคลาน ให้ความพึงพอใจ ประโยชน์ทางการใช้สอย เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ รูปแบบและคุณภาพสินค้า ตามลำดับ

ด้านราคา ผลการศึกษาพบว่าตัวแปรด้านราคาของกลุ่มผู้บริโภคที่ถนนคนเดิน วันอาทิตย์ และที่ไนท์บาร์ซ่า ถนนช้างคลาน ให้ความพึงพอใจ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ สามารถต่อรองราคาได้ ตามลำดับ

ด้านการส่งเสริมการขาย ผลการศึกษาพบว่าตัวแปรด้านการส่งเสริมการขายที่กลุ่ม ผู้บริโภคที่ถนนคนเดิน วันอาทิตย์ ให้ความพึงพอใจ พนักงานขายมีอัธยาศัยและบริการดี เป็น อันดับแรก รองลงมาคือ พนักงานขายมีความรู้ในผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ ส่วนกลุ่มผู้บริโภค ไนต์บาร์ซ่า ถนนช้างคลาน ให้ความพึงพอใจ พนักงานขายมีอัธยาศัยและบริการดี เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ การรับเปลี่ยนสินค้าคืน ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 4.22

ตาราง 4.22 แสดงระดับความพึงพอใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือของผู้บริโภคในหมวดเครื่องประดับและของตกแต่ง

ความพึงพอใจในการเลือกซื้อ ผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือของผู้บริโภค (หมวดเครื่องประดับและของตกแต่ง)	สถานที่จัดจำหน่าย				รวม	
	ถนนคนเดิน วันอาทิตย์		ไนท์บาร์ซ่า ถนนช้างคลาน			
	คะแนน เฉลี่ย	อันดับ	คะแนน เฉลี่ย	อันดับ	คะแนน เฉลี่ย	ระดับความ พึงพอใจ
<b>ด้านผลิตภัณฑ์</b>						
1. รูปแบบและคุณภาพสินค้า	2.86	2	2.87	2	2.87	มาก
2. ประโยชน์ทางด้านการใช้สอย	2.91	1	2.94	1	2.93	มาก
3. ราคาสินค้า	2.32	4	2.10	4	2.21	ปานกลาง
4. มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย	2.81	3	2.81	3	2.81	มาก
คะแนนเฉลี่ยรวม	2.73	-	2.68	-	2.70	มาก
<b>ด้านราคา</b>						
5. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	2.69	1	2.73	1	2.71	มาก
6. ราคาของสินค้าชนิดอื่นที่เกี่ยวข้อง	2.63	3	2.40	3	2.52	มาก
7. สามารถต่อรองราคาได้	2.68	2	2.64	2	2.66	มาก
คะแนนเฉลี่ยรวม	2.67	-	2.59	-	2.63	มาก
<b>ด้านการส่งเสริมการขาย</b>						
8. พนักงานขายมีความรู้ในผลิตภัณฑ์	2.67	2	2.69	3	2.68	มาก
9. พนักงานขายมีธรรมาภิบาลและบริการที่ดี	2.79	1	2.78	1	2.79	มาก
10. ของแถม / ส่วนลด	2.31	4	2.28	4	2.30	ปานกลาง
11. การปรับเปลี่ยนสินค้าคืน	2.66	3	2.70	2	2.68	มาก
คะแนนเฉลี่ยรวม	2.61	-	2.61	-	2.61	มาก

ที่มา : จากการคำนวณ

หมายเหตุ : คูรายละเอียดเพิ่มเติมตารางที่ 11 และ 15 ภาคผนวก ข



#### 4.4.2 ระดับความพึงพอใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือของผู้บริโภคในด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามสถานที่จัดจำหน่าย

ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือในสถานที่ที่จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ ได้แก่ ถนนคนเดินวันอาทิตย์ และไนท์บาร์ซ่า ถนนช้างคลาน พบว่าผู้บริโภคให้ความพึงพอใจ ความสะดวกในการมาเลือกซื้อสินค้า ร้านค้าหาง่าย การจัดตกแต่งร้าน ความสะอาดของร้าน และอยู่ในแหล่งท่องเที่ยว ในระดับมาก ส่วนสถานที่จอร์ด สะดวกสบาย พบว่าผู้บริโภคให้พึงพอใจในระดับปานกลาง

แต่เมื่อแยกพิจารณาตามสถานที่จัดจำหน่าย

พบว่า กลุ่มผู้บริโภคทั้ง 2 กลุ่มให้ความพึงพอใจ กับการที่สถานที่จัดจำหน่ายอยู่ในแหล่งท่องเที่ยว เป็นอันดับแรก ดังแสดงในตารางที่ 4.23

ตาราง 4.23 แสดงระดับความพึงพอใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือของผู้บริโภคในด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามสถานที่จัดจำหน่าย

ความพึงพอใจในการเลือกซื้อ ผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือของผู้บริโภค	สถานที่จัดจำหน่าย				รวม	
	ถนนคนเดิน วันอาทิตย์		ไนท์บาร์ซ่า ถนนช้างคลาน			
	คะแนน เฉลี่ย	อันดับ	คะแนน เฉลี่ย	อันดับ	คะแนน เฉลี่ย	ระดับความ พึงพอใจ
ด้านการจัดจำหน่าย						
1. ความสะดวกในการมาเลือกซื้อสินค้า	2.83	4	2.95	3	2.89	มาก
2. ร้านค้าหาง่าย	2.77	5	2.89	4	2.83	มาก
3. การจัดตกแต่งร้าน	2.88	2	2.96	2	2.92	มาก
4. ความสะอาดของร้าน	2.85	3	2.88	5	2.87	มาก
5. มีที่จอร์ดสะดวกสบาย	1.31	6	2.40	6	1.86	ปานกลาง
6. อยู่ในแหล่งท่องเที่ยว	3.00	1	3.00	1	3.00	มาก
คะแนนเฉลี่ยรวม	2.61	-	2.85	-	2.73	มาก

ที่มา : จากการคำนวณ

หมายเหตุ : คูรายละเอียดเพิ่มเติมตาราง 16 ภาคผนวก ข

#### 4.4.3 ภาพรวมอันดับความพึงพอใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือของผู้บริโภค จำแนกตามหมวดผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือและสถานที่จัดจำหน่าย

การวิเคราะห์ภาพรวมอันดับความสำคัญในแต่ละด้าน ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการขาย เพื่อศึกษาว่าในแต่ละด้านผู้บริโภคความพึงพอใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมืออยู่ในอันดับใด โดยจำแนกตามหมวดผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือออกเป็น 3 หมวด ได้แก่ หมวดผืนผ้า หมวดเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย และหมวดเครื่องประดับและของตกแต่ง และแยกพิจารณาตามสถานที่จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ ได้แก่ ถนนคนเดิน วันอาทิตย์ และไนท์บาซาร์ ถนนช้างคลาน ผลจากการศึกษามีดังนี้

##### 1) หมวดผืนผ้า

ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่เลือกมาจับจ่ายใช้สอยที่ถนนคนเดิน วันอาทิตย์ และที่ไนท์บาซาร์ ถนนช้างคลาน พบว่าผู้บริโภค ให้ความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์ เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการขาย ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 4.24

##### 2) หมวดเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย

ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่เลือกมาจับจ่ายใช้สอยที่ถนนคนเดิน วันอาทิตย์ และที่ไนท์บาซาร์ ถนนช้างคลาน พบว่าผู้บริโภค ให้ความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์ เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการขาย ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 4.24

##### 3) หมวดเครื่องประดับและของตกแต่ง

ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือที่ที่ถนนคนเดิน วันอาทิตย์ พบว่าผู้บริโภค ให้ความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์ เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการขาย ตามลำดับ ส่วนกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่เลือกมาจับจ่ายใช้สอยที่ไนท์บาซาร์ ถนนช้างคลาน พบว่าผู้บริโภค ให้ความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์ เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ด้านการส่งเสริมการขาย และด้านราคา ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 4.24

ตาราง 4.24 อันดับความพึงพอใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือของผู้บริโภค จำแนกตามหมวดผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือและสถานที่จำหน่าย

ความพึงพอใจในการเลือกซื้อ ผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือ ของผู้บริโภค	สถานที่จัดจำหน่าย			
	ถนนคนเดินวันอาทิตย์		ไนท์บาร์ซ่า ถนนช้างคลาน	
	คะแนนเฉลี่ย	อันดับ	คะแนนเฉลี่ย	อันดับ
<b>(หมวดผืนผ้า)</b>				
ด้านผลิตภัณฑ์	2.78	1	2.71	1
ด้านราคา	2.66	2	2.59	2
ด้านการส่งเสริมการขาย	2.53	3	2.52	3
<b>(หมวดเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย)</b>				
ด้านผลิตภัณฑ์	2.95	1	2.80	1
ด้านราคา	2.79	2	2.78	2
ด้านการส่งเสริมการขาย	2.70	3	2.68	3
<b>(หมวดเครื่องประดับและของตกแต่ง)</b>				
ด้านผลิตภัณฑ์	2.73	1	2.68	1
ด้านราคา	2.67	2	2.59	3
ด้านการส่งเสริมการขาย	2.61	3	2.61	2

ที่มา : จากการคำนวณ

#### 4.5 ข้อเสนอแนะของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือ

ด้านผลิตภัณฑ์ คือ ผู้บริโภคมีความเห็นว่าควรออกแบบและวิจัยผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือให้มีความทันสมัยตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าวัยรุ่นและวัยทำงาน ผลิตภัณฑ์ควรมีมาตรฐานและคุณภาพที่ดี ใช้งานได้นาน และควรสร้างตราสินค้าให้เป็นที่รู้จักและเป็นที่ยอมรับมากยิ่งขึ้น

ด้านราคา คือ ผู้บริโภคเห็นว่าราคาควรเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า ไม่ควรตั้งราคาสูงเกินกว่าคุณภาพของผลิตภัณฑ์เพื่อให้ผู้บริโภคต่อรองราคา

ด้านการส่งเสริมการขาย คือ ผู้บริโภคเห็นว่าผู้ผลิตควรอบรมพนักงานขายให้มีความรู้เรื่องผลิตภัณฑ์และบริการมากขึ้นกว่าเดิม ควรมีโปรโมชั่น เช่น การลดแลกแจกแถม เพื่อจูงใจให้ผู้บริโภคกลับมาซื้อสินค้าอย่างสม่ำเสมอ และควรมีใบปลิวเพื่อโฆษณาสินค้าแจกให้ลูกค้า

ด้านการจัดจำหน่าย ผู้บริโภคเห็นว่าควรจัดสถานที่จ่อจรดให้มีความสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น และควรมีการจัดตกแต่งร้านที่ดูแปลกใหม่ไม่เหมือนใครเพื่อดึงใจลูกค้าให้เข้าไปเลือกซื้อสินค้า