

## บทที่ 4

### การวิเคราะห์ผล

การศึกษาเรื่องทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าประเภทของฝากของที่ระลึกจาก  
จังหวัดราชบุรี นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล โดยแบ่งการวิเคราะห์และแปลความหมายออกเป็น  
ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ตั้งแต่ตารางที่ 4.1 ถึงตารางที่ 4.7 โดยเป็นข้อมูลเกี่ยวกับ

1.1 เพศ

1.2 อายุ

1.3 ระดับการศึกษา

1.4 อาชีพ

1.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1.6 ภูมิภาค

1.7 ความถี่ที่เคยมาเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยว

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจในสินค้าของฝากของที่ระลึก จากจังหวัดราชบุรี

ตั้งแต่ตารางที่ 4.8 ถึงตารางที่ 4.13 โดยเป็นข้อมูลเกี่ยวกับ

2.1 ความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์สินค้า

2.2 ความรู้ความเข้าใจในแหล่งจำหน่ายสินค้า

2.3 แหล่งข้อมูล

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อสินค้าประเภทของฝากของที่ระลึกจากจังหวัดราชบุรี

ตั้งแต่ตารางที่ 4.14 ถึงตารางที่ 4.18

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับแนวโน้มพฤติกรรมการซื้อขายสินค้าประเภทของฝากของที่ระลึกจากจังหวัด  
ราชบุรี

ตั้งแต่ตารางที่ 4.19 ถึงตารางที่ 4.28

ส่วนที่ 5 เปรียบเทียบความคิดเห็นระหว่างชาวราชบุรีกับนักท่องเที่ยว

ตั้งแต่ตารางที่ 4.29 ถึงตารางที่ 4.34

ส่วนที่ 6 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับสินค้าประเภทของฝากของที่ระลึกจากจังหวัดราชบุรี

ตั้งแต่ตารางที่ 4.35 ถึงตารางที่ 4.39

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวนคน	ร้อยละ	ลำดับที่
ชาย	150	37.50	2
หญิง	250	62.50	1
รวม	400	100.00	

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 62.50 และเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 37.50

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวนคน	ร้อยละ	ลำดับที่
15-25 ปี	51	12.75	4
26-35 ปี	106	26.50	2
36-45 ปี	120	30.00	1
46-55 ปี	93	23.25	3
มากกว่า 55 ปี	30	7.50	5
รวม	400	100.00	

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุระหว่าง 36-45 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 30.00 รองลงมาคือ ผู้มีอายุ 26-35 ปี คิดเป็นร้อยละ 26.50 อายุ 46-55 ปี คิดเป็นร้อยละ 23.25 อายุ 15-25 ปี คิดเป็นร้อยละ 12.75 และอายุมากกว่า 55 ปี คิดเป็นร้อยละ 7.50

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวนคน	ร้อยละ	ลำดับที่
ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า	23	5.75	4
มัธยมศึกษาตอนต้น	8	2.00	5
มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	39	9.75	3
อนุปริญญา / ปวศ.	39	9.75	3
ปริญญาตรี หรือเทียบเท่า	232	58.00	1
สูงกว่า ปริญญาตรี	59	14.75	2
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>	

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี หรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 58.00 สูงกว่า ปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 14.75 มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. และ อนุปริญญา / ปวศ. คิดเป็นร้อยละ 9.75 ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า คิดเป็นร้อยละ 5.75 มัธยมศึกษาตอนต้น คิดเป็นร้อยละ 2.00

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวนคน	ร้อยละ	ลำดับที่
ข้าราชการ หรือรัฐวิสาหกิจ	233	58.25	1
พนักงานบริษัทเอกชน	68	17.00	2
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	27	6.75	3
แม่บ้าน / พ่อบ้าน	21	5.25	5
เกษตรกร	22	5.50	4
นักเรียน / นักศึกษา	9	2.25	7
อื่นๆ	20	5.00	6
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>	

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพข้าราชการ หรือรัฐวิสาหกิจ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 58.25 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 17.00 อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 6.75 อาชีพเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 5.50 อาชีพแม่บ้าน / พ่อบ้าน คิดเป็นร้อยละ 5.25 อาชีพนักเรียน / นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 2.25 และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 5.00

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวนคน	ร้อยละ	ลำดับที่
ไม่เกิน 10,000 บาท	105	26.25	2
10,001-20,000 บาท	98	24.50	3
20,001-30,000 บาท	106	26.50	1
30,001-40,000 บาท	50	12.50	4
40,001-50,000 บาท	16	4.00	6
มากกว่า 50,000 บาท	25	6.25	5
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>	

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 26.50 รองลงมาคือผู้มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 26.25 ผู้มีรายได้ 10,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 24.50 ผู้มีรายได้ 30,001-40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 12.50 ผู้มีรายได้มากกว่า 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 6.25 และผู้ที่ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 40,001-50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 4.00

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม ภูมิภาค

ภูมิภาค	จำนวนคน	ร้อยละ	ลำดับที่
ประชาชนชาวราชบุรี	200	50.00	1
นักท่องเที่ยวจาก กรุงเทพฯ	84	21.00	3
นักท่องเที่ยวจาก ภาคกลาง	101	25.25	2
นักท่องเที่ยวจาก ภาคเหนือ	6	1.50	4
นักท่องเที่ยวจาก ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	3	0.75	5
นักท่องเที่ยวจาก ภาคใต้	6	1.50	4
รวม	400	100.00	

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถจำแนกตามภูมิภาค ประกอบด้วย ประชาชนชาวราชบุรี คิดเป็นร้อยละ 50.00 เป็นนักท่องเที่ยวจาก ภาคกลาง คิดเป็นร้อยละ 25.25 เป็นนักท่องเที่ยวจาก กรุงเทพฯ คิดเป็นร้อยละ 21.00 เป็นนักท่องเที่ยวจาก ภาคเหนือ และนักท่องเที่ยวจาก ภาคใต้ คิดเป็นร้อยละ 1.50 และเป็นนักท่องเที่ยวจาก ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ คิดเป็นร้อยละ 0.75

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางมา  
จังหวัดราชบุรี

นักท่องเที่ยวเดินทางมาจังหวัด			
ราชบุรี	จำนวนคน	ร้อยละ	ลำดับที่
ครั้งนี้ครั้งแรก	21	10.50	3
2-3 ครั้ง	64	32.00	2
4 ครั้งขึ้นไป	115	57.50	1
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100.00</b>	

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่ มีผู้ที่เคยเดินทางมาจังหวัดราชบุรี 4 ครั้งขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 57.50 รองลงมาเป็นนักท่องเที่ยวที่เคยมาจังหวัดราชบุรี 2-3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 32.00 และเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจังหวัดราชบุรีครั้งนี้ครั้งแรก คิดเป็นร้อยละ 10.50

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจในสินค้าของฝากของที่ระลึก จากจังหวัดราชบุรี

2.1 ความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์สินค้า

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามความรู้จักคุ้นเคยสินค้าประเภท  
บริโภค

สินค้าประเภทบริโภค	ระดับความรู้จักคุ้นเคย				รวม จำนวน (ร้อยละ)
	ไม่รู้จัก	รู้จัก ไม่ เคยซื้อ	เคยซื้อ 1 ครั้ง	เคยซื้อ มากกว่า 1 ครั้ง	
น้ำปลาหวานคุณแฉั่ว อำเภอเมือง	249 (62.25)	105 (26.25)	21 (5.25)	25 (6.25)	400 (100.00)
คิมเค็กมะพร้าว	114 (28.50)	104 (26.00)	44 (11.00)	138 (34.50)	400 (100.00)
ผลไม้ผักสดตลาดศรีเมือง	55 (13.75)	77 (19.25)	27 (6.75)	241 (60.25)	400 (100.00)
น้ำพริกกุ้งเสียบตราแพแก้ว	257 (64.25)	76 (19.00)	34 (8.50)	33 (8.25)	400 (100.00)
ไชโป้วหวานแม่กิมฮวย, แม่ทองสุข, ตราชฎา	103 (25.75)	83 (20.75)	44 (11.00)	170 (42.50)	400 (100.00)
นมตราหนองโพ	7 (1.75)	34 (8.50)	22 (5.50)	337 (84.25)	400 (100.00)
นมพาสเจอร์ไรส์ ซอนด์้า	214 (53.50)	104 (26.00)	26 (6.50)	56 (14.00)	400 (100.00)



ตารางที่ 4.8 (ต่อ) แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามความรู้จักคุ้นเคย  
สินค้าประเภทบริโภค

สินค้าประเภทบริโภค	ระดับความรู้จักคุ้นเคย				รวม จำนวน (ร้อยละ)
	ไม่รู้จัก	รู้จัก ไม่ เคยซื้อ	เคยซื้อ 1 ครั้ง	เคยซื้อ มากกว่า 1 ครั้ง	
ข้าวโพดแปดแถว โพรธาราม	104 (26.00)	74 (18.50)	36 (9.00)	186 (46.50)	400 (100.00)
กุนเชียงหมู บางแพ	185 (46.25)	118 (29.50)	27 (6.75)	70 (17.50)	400 (100.00)
น้ำตาลมะพร้าววัดเพลง	128 (32.00)	127 (31.75)	40 (10.00)	105 (26.25)	400 (100.00)
ท็อฟฟี่ถั่วกรอบวัดเพลง	142 (35.50)	101 (25.25)	36 (9.00)	121 (30.25)	400 (100.00)
องุ่นหวานดำเนินสะดวก	58 (14.50)	81 (20.25)	52 (13.00)	209 (52.25)	400 (100.00)
อื่นๆ ได้แก่ กุนเชียงปลา น้ำพริกคุณ เงิน อุเขาแรง ก๋วยเตี๋ยวเบรกแตก	- -	- -	- -	19 (100.00)	19* (100.00)

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 19 ราย ได้ระบุชื่อสินค้าอื่นๆ นอกเหนือจากที่มีตัวเลือกในแบบสอบถาม

จากตารางที่ 4.8 พบว่า สินค้าประเภทบริโภค ที่ผู้ตอบแบบสอบถาม ไม่รู้จักคิด  
เป็นร้อยละมากที่สุด เรียงตามลำดับคือ น้ำพริกกุ้งเสียบตราแพแก้ว (64.25) น้ำปลาหวานคุณแฉ่ว  
อำเภอเมือง (62.25) นมพาสเจอร์ไรส์ ซอนด์ (53.50) กุนเชียงหมู บางแพ (46.25) ท็อฟฟี่ถั่วกรอบ  
วัดเพลง (35.50) น้ำตาลมะพร้าววัดเพลง (32.00) ต้มแก้กมะพร้าว (28.50) ข้าวโพดแปดแถว  
โพรธาราม (26.00) ไข่ป๊อหวานแม่กิมฮวย, แม่ทองสุข, ตราชฎา (25.75) องุ่นหวานดำเนินสะดวก  
(14.50) ผลไม้ฝักสดตลาดศรีเมือง (13.75) และนมตราหนองโพ (1.75)

สินค้าประเภทบริโภค ที่ผู้ตอบแบบสอบถาม รู้จัก แต่ไม่เคยซื้อ คิดเป็นร้อยละมากที่สุด เรียงตามลำดับคือ น้ำตาลมะพร้าววัดเพลง (31.75) กุนเชียงหมู บางแพ (29.50) น้ำปลาทูหวานคุณแก้ว อำเภอเมือง (26.25) ต้มเค็กมะพร้าว (26.00) นมพาสเจอร์ไรส์ ซอนด์ต้า (26.00) ท็อฟฟี่ถั่วกรอบวัดเพลง (25.25) ไซโป๊วหวานแม่กิมฮวย, แม่ทองสุข, ตราชญา (20.75) อนุรักษ์หวานดำเนินสะดวก (20.25) ผลไม้ฝักสดตลาดศรีเมือง (19.25) น้ำพริกกุ้งเสียบตราแพแก้ว (19.00) ข้าวโพดแปดแถว โพธาราม (18.50) และนมตราหนองโพ (8.50)

สินค้าประเภทบริโภค ที่ผู้ตอบแบบสอบถาม เคยซื้อ 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละมากที่สุด เรียงตามลำดับคือ อนุรักษ์หวานดำเนินสะดวก (13.00) ไซโป๊วหวานแม่กิมฮวย, แม่ทองสุข, ตราชญา (11.00) ต้มเค็กมะพร้าว (11.00) น้ำตาลมะพร้าววัดเพลง (10.00) ข้าวโพดแปดแถว โพธาราม (9.00) ท็อฟฟี่ถั่วกรอบวัดเพลง (9.00) น้ำพริกกุ้งเสียบตราแพแก้ว (8.50) กุนเชียงหมู บางแพ (6.75) ผลไม้ฝักสดตลาดศรีเมือง (6.75) นมพาสเจอร์ไรส์ ซอนด์ต้า (6.50) นมตราหนองโพ (5.50) และน้ำปลาทูหวานคุณแก้ว อำเภอเมือง (5.25)

สินค้าประเภทบริโภค ที่ผู้ตอบแบบสอบถาม เคยซื้อมากกว่า 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละมากที่สุด เรียงตามลำดับคือ นมตราหนองโพ (84.25) ผลไม้ฝักสดตลาดศรีเมือง (60.25) อนุรักษ์หวานดำเนินสะดวก (52.25) ข้าวโพดแปดแถว โพธาราม (46.50) ไซโป๊วหวานแม่กิมฮวย, แม่ทองสุข, ตราชญา (42.50) ต้มเค็กมะพร้าว (34.50) ท็อฟฟี่ถั่วกรอบวัดเพลง (30.25) น้ำตาลมะพร้าววัดเพลง (26.25) กุนเชียงหมู บางแพ (17.50) นมพาสเจอร์ไรส์ ซอนด์ต้า (14.00) น้ำพริกกุ้งเสียบตราแพแก้ว (8.25) น้ำปลาทูหวานคุณแก้ว อำเภอเมือง (6.25)

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามรู้จักคุ้นเคยสินค้าประเภทใช้สอย

สินค้าประเภทใช้สอย	ระดับความรู้จัก คุ้นเคย				รวม จำนวน (ร้อยละ)
	ไม่รู้จัก	รู้จัก ไม่ เคยซื้อ	เคยซื้อ 1 ครั้ง	เคยซื้อ มากกว่า 1 ครั้ง	
ผ้าซิ่น ผ้าโสร่ง ผ้าขาวม้า (เสื้อ-ผ้าทอบ้านไร่)	100 (25.00)	146 (36.50)	46 (11.50)	108 (27.00)	400 (100.00)
ผ้าจก ผ้าพื้นเมือง ผ้าปลอกบัว, ผ้าปลอก คอนแร่, วัสดุรางบัว	91 (22.75)	157 (39.25)	48 (12.00)	104 (26.00)	400 (100.00)
ผ้าพื้นตลาดบ้านโป่ง	144 (36.00)	131 (32.75)	38 (9.50)	87 (21.75)	400 (100.00)
ผลิตภัณฑ์หวายพลาสติก	167 (41.75)	164 (41.00)	38 (9.50)	31 (7.75)	400 (100.00)
อื่น ๆ ได้แก่ เชียงมะขาม ดินขุยไม้ ลูกประคบ กระจกฝ้าแก้วลายแดง	-	4 (40.00)	2 (20.00)	4 (40.00)	10* (100.00)

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 10 ราย ได้ระบุชื่อสินค้าอื่นๆ นอกเหนือจากที่มีตัวเลือกในแบบสอบถาม

จากตารางที่ 4.9 พบว่า สินค้าประเภทใช้สอย ที่ผู้ตอบแบบสอบถาม ไม่รู้จักคิดเป็น ร้อยละมากที่สุด เรียงตามลำดับคือ ผลิตภัณฑ์หวายพลาสติก (41.75) ผ้าพื้นตลาดบ้านโป่ง (36.00) ผ้าซิ่น ผ้าโสร่ง ผ้าขาวม้า (เสื้อ-ผ้าทอบ้านไร่) (25.00) ผ้าจก ผ้าพื้นเมือง ผ้าปลอกบัว, ผ้าปลอกคอนแร่, วัสดุรางบัว (22.75)

สินค้าประเภทใช้สอย ที่ผู้ตอบแบบสอบถาม รู้จัก ไม่เคยซื้อ คิดเป็นร้อยละ มากที่สุด เรียงตามลำดับคือ ผลิตภัณฑ์หวายพลาสติก (41.00) ผ้าจก ผ้าพื้นเมือง ผ้าปลอกบัว, ผ้าปลอกคอนแร่, วัสดุรางบัว (39.25) ผ้าซิ่น ผ้าโสร่ง ผ้าขาวม้า (เสื้อ-ผ้าทอบ้านไร่) (36.50) ผ้าพื้นตลาดบ้านโป่ง (32.75)

สินค้าประเภทใช้สอย ที่ผู้ตอบแบบสอบถาม เคยซื้อ 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละมากที่สุด เรียงตามลำดับคือ ผ้าจก ผ้าพื้นเมือง ตำบลอุ้มบัว, ตำบลคอนแร่, วัดรางบัว (12.00) ผ้าจีน ผ้าโสร่ง ผ้าขาวม้า (เสื้อ-ผ้าทอบ้านไร่) (11.50) ผลิตภัณฑ์หวายพลาสติก (9.50) ผ้าผืนตลาดบ้านโป่ง (9.50)

สินค้าประเภทใช้สอย ที่ผู้ตอบแบบสอบถาม เคยซื้อมากกว่า 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละมากที่สุด เรียงตามลำดับคือ ผ้าจีน ผ้าโสร่ง ผ้าขาวม้า (เสื้อ-ผ้าทอบ้านไร่) (27.00) ผ้าจก ผ้าพื้นเมือง ตำบลอุ้มบัว, ตำบลคอนแร่, วัดรางบัว (26.00) ผ้าผืนตลาดบ้านโป่ง (21.75) ผลิตภัณฑ์หวายพลาสติก (7.75)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามรู้จักคุ้นเคยสินค้าประเภท  
ตกแต่ง

สินค้าประเภทตกแต่ง	ระดับความรู้จักคุ้นเคย				รวม จำนวน (ร้อยละ)
	ไม่รู้จัก	รู้จัก ไม่ เคยซื้อ	เคยซื้อ 1 ครั้ง	เคยซื้อ มากกว่า 1 ครั้ง	
เครื่องปั่นดินเผาโรงงาน รัตนโกสินทร์, ถ้ำฮงใต้, รุ่งศิลป์	44 (11.00)	129 (32.25)	48 (12.00)	179 (44.75)	400 (100.00)
ดอกไม้ประดิษฐ์	125 (31.25)	188 (47.00)	40 (10.00)	47 (11.75)	400 (100.00)
ผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาบ้านสิงห์	51 (12.75)	97 (24.25)	39 (9.75)	213 (53.25)	400 (100.00)
เครื่องประดับจากถาวรวัลย์ไม้	140 (35.00)	193 (48.25)	28 (7.00)	39 (9.75)	400 (100.00)
ผลิตภัณฑ์จากไม้ตาล	121 (30.25)	192 (48.00)	38 (9.50)	49 (12.25)	400 (100.00)
อื่นๆ ได้แก่ ตุ๊กตาดินเผา กระถาง ต้นไม้ ขอบตะโกตัด	-	1 (25.00)	1 (25.00)	2 (50.00)	4* (100.00)

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 4 ราย ได้ระบุชื่อสินค้าอื่นๆ นอกเหนือจากที่มีตัวเลือกในแบบสอบถาม

จากตารางที่ 4.10 พบว่า สินค้าประเภทตกแต่ง ที่ผู้ตอบแบบสอบถาม ไม่รู้จักคิด  
เป็นร้อยละมากที่สุด เรียงตามลำดับคือ เครื่องประดับจากถาวรวัลย์ไม้ (35.00) ดอกไม้ประดิษฐ์  
(31.25) ผลิตภัณฑ์จากไม้ตาล (30.25) ผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาบ้านสิงห์ (12.75) เครื่องปั่นดินเผาโรงงาน  
รัตนโกสินทร์, ถ้ำฮงใต้, รุ่งศิลป์ (11.00)

สินค้าประเภทตกแต่ง ที่ผู้ตอบแบบสอบถาม รู้จัก ไม่เคยซื้อ คิดเป็นร้อยละ มากที่สุด เรียงตามลำดับคือ เครื่องประดับจากเถาวัลย์ไม้ (48.25) ผลิตภัณฑ์จากไม้ตาล (48.00) ดอกไม้ประดิษฐ์ (47.00) เครื่องปั้นดินเผาโรงงานรัตนโกสินทร์, ถ้ำองไถ่, รุ่งศิลป์ (32.25) ผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาบ้านสิงห์ (24.25)

สินค้าประเภทตกแต่ง ที่ผู้ตอบแบบสอบถาม เคยซื้อ 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ มากที่สุด เรียงตามลำดับคือ เครื่องปั้นดินเผาโรงงานรัตนโกสินทร์, ถ้ำองไถ่, รุ่งศิลป์ (12.00) ดอกไม้ประดิษฐ์ (10.00) ผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาบ้านสิงห์ (9.75) ผลิตภัณฑ์จากไม้ตาล (9.50) เครื่องประดับจากเถาวัลย์ไม้ (7.00)

สินค้าประเภทตกแต่ง ที่ผู้ตอบแบบสอบถาม เคยซื้อ มากกว่า 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ มากที่สุด เรียงตามลำดับคือ ผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาบ้านสิงห์ (53.25) เครื่องปั้นดินเผาโรงงานรัตนโกสินทร์, ถ้ำองไถ่, รุ่งศิลป์ (44.75) ผลิตภัณฑ์จากไม้ตาล (12.25) ดอกไม้ประดิษฐ์ (11.75) เครื่องประดับจากเถาวัลย์ไม้ (9.75)

ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามรู้จักคุ้นเคยสินค้าประเภทวัตถุศิลปะ

สินค้าประเภทวัตถุศิลปะ	ระดับความรู้จักคุ้นเคย				รวม จำนวน (ร้อยละ)
	ไม่รู้จัก	รู้จัก ไม่เคยซื้อ	เคยซื้อ 1 ครั้ง	เคยซื้อ มากกว่า 1 ครั้ง	
เครื่องทองเหลือง บ้านเขาลอย	208 (52.00)	147 (36.75)	23 (5.75)	22 (5.50)	400 (100.00)
หัวโขนจำลอง	197 (49.25)	189 (47.25)	12 (3.00)	2 (0.50)	400 (100.00)
หนังโคแกะสลัก	206 (51.50)	174 (43.50)	11 (2.75)	9 (2.25)	400 (100.00)
เครื่องเบญจรงค์	89 (22.25)	211 (52.75)	40 (10.00)	60 (15.00)	400 (100.00)
อื่นๆ เครื่องลายคราม	-	3 (100.00)	-	-	3* (100.00)

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 3 ราย ได้ระบุชื่อสินค้าอื่นๆ นอกเหนือจากที่มีตัวเลือกในแบบสอบถาม

จากตารางที่ 4.11 พบว่า สินค้าประเภทวัตถุศิลปะ ที่ผู้ตอบแบบสอบถาม ไม่รู้จัก คิดเป็นร้อยละมากที่สุด เรียงตามลำดับคือ เครื่องทองเหลือง บ้านเขาลอย (52.00) หนังโคแกะสลัก (51.50) หัวโขนจำลอง (49.25) เครื่องเบญจรงค์ (22.25)

สินค้าประเภทวัตถุศิลปะ ที่ผู้ตอบแบบสอบถาม รู้จัก ไม่เคยซื้อ คิดเป็นร้อยละมากที่สุด เรียงตามลำดับคือ เครื่องเบญจรงค์ (52.75) หัวโขนจำลอง (47.25) หนังโคแกะสลัก (43.50) เครื่องทองเหลือง บ้านเขาลอย (36.75)

สินค้าประเภทวัตถุศิลปะ ที่ผู้ตอบแบบสอบถาม เคยซื้อ 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละมากที่สุด เรียงตามลำดับคือ เครื่องเบญจรงค์ (10.00) เครื่องทองเหลือง บ้านเขาลอย (5.75) หัวโขนจำลอง (3.00) และหนังโคแกะสลัก (2.75)



สินค้าประเภทวัตถุดิบที่ผู้ตอบแบบสอบถาม เคยซื้อมากกว่า 1 ครั้ง คิดเป็น ร้อยละมากที่สุด เรียงตามลำดับคือเครื่องเบญจรงค์ (15.00) เครื่องทองเหลือง บ้านเขาลอย (5.50) หนังสือโคกะสลัก (2.25) หัวโขนจำลอง (0.50)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved



## 2.2 ความรู้ความเข้าใจในแหล่งจำหน่ายสินค้า

ตารางที่ 4.12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามรู้จักคุ้นเคยแหล่งจำหน่ายสินค้า

แหล่งจำหน่ายสินค้า	ระดับความรู้จักคุ้นเคย				รวม จำนวน (ร้อยละ)
	ไม่รู้จัก	รู้จัก ไม่ เคยซื้อ	เคยซื้อ 1 ครั้ง	เคยซื้อ มากกว่า 1 ครั้ง	
โรงงานเครื่องปั้นดินเผารัตนโกสินทร์, เก้าอง ใต้, โรจน์ศิลป์	64 (16.00)	133 (33.25)	47 (11.75)	156 (39.00)	400 (100.00)
โรงงานไซโป้วตราแม่กิมฮวย,แม่ทองสุข, ตรา ชฎา	109 (27.25)	98 (24.50)	27 (6.75)	166 (41.50)	400 (100.00)
ศูนย์จำหน่ายผ้าจกอุบลบัว, คอนแรว,รางบัว	114 (28.50)	141 (35.25)	39 (9.75)	106 (26.50)	400 (100.00)
ร้านจำหน่ายตุ๊กตาบ้านสิงห์, โอปอ, นกนุ้ย, วุฒิ เลเซอร์	67 (16.75)	94 (23.50)	45 (11.25)	194 (48.50)	400 (100.00)
กลุ่มผลิตเครื่องเบญจรงค์ กรับใหญ่	244 (61.00)	132 (33.00)	18 (4.50)	6 (1.50)	400 (100.00)
หมู่บ้านเขาลอยเครื่องทองเหลือง	228 (57.00)	131 (32.75)	25 (6.25)	16 (4.00)	400 (100.00)
สหกรณ์ผู้ผลิตไม้ตาล แคะทราย	228 (57.00)	134 (33.50)	22 (5.50)	16 (4.00)	400 (100.00)
ร้านทิพย์มณฑา ท่ามะขาม	186 (46.50)	107 (26.75)	26 (6.50)	81 (20.25)	400 (100.00)
โอท็อป ซ้อบ ท่ามะขาม	216 (54.00)	138 (34.50)	26 (6.50)	20 (5.00)	400 (100.00)

ตารางที่ 4.12 (ต่อ) แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามรู้จักคุ้นเคยแหล่งจำหน่ายสินค้า

แหล่งจำหน่ายสินค้า	ระดับความรู้จักคุ้นเคย				รวม จำนวน (ร้อยละ)
	ไม่รู้จัก	รู้จัก ไม่ เคยซื้อ	เคยซื้อ 1 ครั้ง	เคยซื้อ มากกว่า 1 ครั้ง	
ร้านค้าปลีก บริเวณวัดเขาช่องพราน	168 (42.00)	139 (34.75)	45 (11.25)	48 (12.00)	400 (100.00)
ร้านค้าปลีก ตลาดน้ำดำเนินสะดวก	66 (16.50)	121 (30.25)	67 (16.75)	146 (36.50)	400 (100.00)
ร้านค้าปลีก บริเวณถ้ำเขาบิน	125 (31.25)	140 (35.00)	47 (11.75)	88 (22.00)	400 (100.00)
ตลาดผ้าบ้านโป่ง	131 (32.75)	112 (28.00)	39 (9.75)	118 (29.50)	400 (100.00)
ตลาดผักผลไม้ศรีเมือง	57 (14.25)	84 (21.00)	23 (5.75)	236 (59.00)	400 (100.00)
พิพิธภัณฑ์หุ่นขี้ผึ้งสยาม	95 (23.75)	180 (45.00)	72 (18.00)	53 (13.25)	400 (100.00)
อื่นๆ	- -	2 (0.50)	1 (0.25)	- -	3* (100.00)

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 3 ราย ได้ระบุชื่อสินค้าอื่นๆ นอกเหนือจากที่มีตัวเลือกในแบบสอบถาม

จากตารางที่ 4.12 พบว่า แหล่งจำหน่ายสินค้า ที่ผู้ตอบแบบสอบถาม ไม่รู้จัก คิดเป็นร้อยละมากที่สุด เรียงตามลำดับคือ กลุ่มผลิตเครื่องเบญจรงค์ กระจับใหญ่ (61.00) สหกรณ์ผู้ผลิตไม้ตาล แคนทราย (57.00) หมู่บ้านเขาลอยเครื่องทองเหลือง (57.00) ไอ้ท้อป ซ็อบ ท่ามะขาม (54.00) ร้านทิพย์มณฑา ท่ามะขาม (46.50) ร้านค้าปลีก บริเวณวัดเขาช่องพราน (42.00) ตลาดผ้าบ้านโป่ง

(32.75) ร้านค้าปลีก บริเวณถ้ำเขabin (31.25) ศูนย์จำหน่ายผ้าจากภูบัว, คอนแรว,รางบัว (28.50) โรงงานไซโป้วตราแม่กิมฮวย,แม่ทองสุข, ตราชฎา (27.25) พิพิธภัณฑท์หุ่่นจีฝั้งสยาม (23.75) ร้านจำหน่ายตุ๊กตาบ้านสิงห์, โอปอ, นกนุ้ย, วุฒิเลเซอร์ (16.75) ร้านค้าปลีก ตลาดน้ำดำเนินสะดวก (16.50) โรงงานเครื่องปั้นดินเผารัตนโกสินทร์, เจ้าสงไถ่, โรจนศิลป์ (16.00) และตลาดผักผลไม้ศรีเมือง (14.25)

แหล่งจำหน่ายสินค้า ที่ผู้ตอบแบบสอบถาม รู้จัก ไม่เคยซื้อ คิดเป็นร้อยละมากที่สุดเรียงตามลำดับคือ พิพิธภัณฑท์หุ่่นจีฝั้งสยาม (45.00) ศูนย์จำหน่ายผ้าจากภูบัว, คอนแรว,รางบัว (35.25) ร้านค้าปลีก บริเวณถ้ำเขabin (35.00) ร้านค้าปลีก บริเวณวัดเขาช่องพราน (34.75) ไอทีอป ซ็อบ ท่ามะขาม (34.50) สหกรณ์ผู้ผลิตไม้ตาล แศทราย (33.50) โรงงานเครื่องปั้นดินเผารัตนโกสินทร์, เจ้าสงไถ่, โรจนศิลป์ (33.25) กลุ่มผลิตเครื่องเบญจรงค์ กระจับใหญ่ (33.00) หมู่บ้านเขาลอยเครื่องทองเหลือง (32.75) ร้านค้าปลีก ตลาดน้ำดำเนินสะดวก (30.25) ตลาดผ้าบ้านโป่ง (28.00) ร้านทิพย์มณฑา ท่ามะขาม (26.75) โรงงานไซโป้วตราแม่กิมฮวย,แม่ทองสุข, ตราชฎา (24.50) ร้านจำหน่ายตุ๊กตาบ้านสิงห์, โอปอ, นกนุ้ย, วุฒิเลเซอร์ (23.50) ตลาดผักผลไม้ศรีเมือง (21.00)

แหล่งจำหน่ายสินค้า ที่ผู้ตอบแบบสอบถาม เคยซื้อ 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละมากที่สุดเรียงตามลำดับคือ พิพิธภัณฑท์หุ่่นจีฝั้งสยาม (18.00) ร้านค้าปลีก ตลาดน้ำดำเนินสะดวก (16.75) ร้านค้าปลีก บริเวณถ้ำเขabin (11.75) โรงงานเครื่องปั้นดินเผารัตนโกสินทร์, เจ้าสงไถ่, โรจนศิลป์ (11.75) ร้านค้าปลีก บริเวณวัดเขาช่องพราน (11.25) ร้านจำหน่ายตุ๊กตาบ้านสิงห์, โอปอ, นกนุ้ย, วุฒิเลเซอร์ (11.25) ตลาดผ้าบ้านโป่ง (9.75) ศูนย์จำหน่ายผ้าจากภูบัว, คอนแรว,รางบัว (9.75) โรงงานไซโป้วตราแม่กิมฮวย,แม่ทองสุข, ตราชฎา (6.75) ร้านทิพย์มณฑา ท่ามะขาม (6.50) ไอทีอป ซ็อบ ท่ามะขาม (6.50) หมู่บ้านเขาลอยเครื่องทองเหลือง (6.25) ตลาดผักผลไม้ศรีเมือง (5.75) สหกรณ์ผู้ผลิตไม้ตาล แศทราย (5.50) กลุ่มผลิตเครื่องเบญจรงค์ กระจับใหญ่ (4.50)

แหล่งจำหน่ายสินค้า ที่ผู้ตอบแบบสอบถาม เคยซื้อ 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละมากที่สุดเรียงตามลำดับคือ ตลาดผักผลไม้ศรีเมือง (59.00) ร้านจำหน่ายตุ๊กตาบ้านสิงห์, โอปอ, นกนุ้ย, วุฒิเลเซอร์ (48.50) โรงงานไซโป้วตราแม่กิมฮวย,แม่ทองสุข, ตราชฎา (41.50) โรงงานเครื่องปั้นดินเผารัตนโกสินทร์, เจ้าสงไถ่, โรจนศิลป์ (39.00) ร้านค้าปลีก ตลาดน้ำดำเนินสะดวก (36.50) ตลาดผ้าบ้านโป่ง (29.50) ศูนย์จำหน่ายผ้าจากภูบัว, คอนแรว,รางบัว (26.50) ร้านค้าปลีก บริเวณถ้ำเขabin (22.00) ร้านทิพย์มณฑา ท่ามะขาม (20.25) พิพิธภัณฑท์หุ่่นจีฝั้งสยาม (13.25) ร้านค้าปลีก บริเวณวัดเขาช่องพราน (12.00) ไอทีอป ซ็อบ ท่ามะขาม (5.00) สหกรณ์ผู้ผลิตไม้ตาล แศทราย (4.00) หมู่บ้านเขาลอยเครื่องทองเหลือง (4.00) และกลุ่มผลิตเครื่องเบญจรงค์ กระจับใหญ่ (1.50)

### 2.3 แหล่งข้อมูล

ตารางที่ 4.13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าของฝากของที่ระลึกจากแต่ละแหล่งข้อมูล

แหล่งข้อมูล	จำนวนคน	ร้อยละ	ลำดับที่
สื่อวิทยุ / โทรทัศน์	152	38.00	3
สื่อสิ่งพิมพ์	111	27.75	5
ป้ายหน้าร้านและป้ายตามเส้นทางผ่าน	288	72.00	1
ญาติ หรือเพื่อน	287	71.75	2
ฉลากที่ตัวผลิตภัณฑ์สินค้า	143	35.75	4
อื่นๆ ได้แก่ ผู้ขาย ตลาดนัด	14	3.50	6

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามรวม 400 คน เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรับรู้ข้อมูลสินค้าประเภทของฝากของที่ระลึกจากจังหวัดราชบุรี ใกล้เคียงกันระหว่าง ป้ายหน้าร้านและป้ายตามเส้นทางผ่าน กับ ญาติหรือเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 72.00 และร้อยละ 71.75 จากสื่อวิทยุ / โทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 38.00 จากฉลากที่ตัวผลิตภัณฑ์สินค้า คิดเป็นร้อยละ 35.75 จากสื่อสิ่งพิมพ์ ร้อยละ 27.75 และจากแหล่งอื่นๆ ร้อยละ 3.50

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อสินค้าประเภทของฝากของที่ระลึกจากจังหวัดราชบุรี

3.1 ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อสินค้าประเภทของฝากของที่ระลึกจากจังหวัดราชบุรี

ตารางที่ 4.14 แสดงจำนวนและร้อยละของความคิดเห็นด้านผลิตภัณฑ์ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อสินค้าประเภทของฝากของที่ระลึกจากจังหวัดราชบุรี

ความคิดเห็นด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความคิดเห็น					รวมจำนวน (ร้อยละ)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	เป็นกลาง	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง			
สินค้าประเภทสินค้าบริโภคมี่คุณภาพดี	0 (0.00)	5 (1.25)	65 (16.25)	244 (61.00)	86 (21.50)	400 (100.00)	4.03 เห็นด้วย	4
สินค้าประเภทสินค้าบริโภคมี่ความเป็นเอกลักษณ์	37 (9.25)	149 (37.25)	129 (32.25)	77 (19.25)	8 (2.00)	400 (100.00)	2.68 เป็นกลาง	9
สินค้าประเภทสินค้าบริโภคมี่ให้เลือกซื้อ มาก	28 (7.00)	152 (38.00)	124 (31.00)	93 (23.25)	3 (0.75)	400 (100.00)	2.73 เป็นกลาง	8
เครื่องปั้นดินเผายังคงเป็นสินค้าที่มีชื่อเสียง	1 (0.25)	6 (1.50)	49 (12.25)	175 (43.75)	169 (42.25)	400 (100.00)	4.26 เห็นด้วย	1
สินค้าผ้าจากผ้าพื้นเมืองมีความเป็นเอกลักษณ์	0 (0.00)	8 (2.00)	90 (22.50)	173 (43.25)	129 (32.25)	400 (100.00)	4.06 เห็นด้วย	3
ผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาเป็นสินค้าที่น่าสนใจ	1 (0.25)	1 (0.25)	83 (20.75)	195 (48.75)	120 (30.00)	400 (100.00)	4.08 เห็นด้วย	2

ตารางที่ 4.14 (ต่อ) แสดงจำนวนและร้อยละของความคิดเห็นด้านผลิตภัณฑ์ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อสินค้าประเภทของฝากของที่ระลึกจากจังหวัดราชบุรี

ความคิดเห็นด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความคิดเห็น					รวมจำนวน (ร้อยละ)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	เป็นกลาง	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง			
สินค้าของฝากของที่ระลึกจากราชบุรีเป็นสิ่งที่ท่านชื่นชอบ	0 (0.00)	1 (0.25)	128 (32.00)	201 (50.25)	70 (17.50)	400 (100.00)	3.85 เห็นด้วย	6
สินค้าของฝากของที่ระลึกจากราชบุรีได้รับการยอมรับอย่างแพร่หลาย	14 (3.50)	113 (28.25)	114 (28.50)	126 (31.50)	33 (8.25)	400 (100.00)	3.13 เป็นกลาง	7
สินค้าของฝากของที่ระลึกจากราชบุรีเป็นสินค้าที่มีประโยชน์	2 (0.50)	2 (0.50)	99 (24.75)	230 (57.50)	67 (16.75)	400 (100.00)	3.90 เห็นด้วย	5
ค่าเฉลี่ยรวม							3.64	
							เห็นด้วย	

หมายเหตุ ในแบบสอบถาม ได้ใช้ข้อความ แสดงความคิดเห็นทั้งด้านบวกและด้านลบเพื่อเพิ่มความถูกต้อง (Validity) ของข้อมูล แต่ในการวิเคราะห์ ได้มีการกลับหน่วยการวัด และรายงานผลเฉพาะข้อมูลด้านบวก  
ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 1.50-2.49 ไม่เห็นด้วย 2.50-3.49 เป็นกลาง 3.50-4.49 เห็นด้วย 4.50-5.00 เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ความคิดเห็น โดยรวมด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วย (3.64) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นระดับเห็นด้วยคือ เครื่องปั้นดินเผายังคงเป็นสินค้าที่มีชื่อเสียง (4.26) ผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาเป็นสินค้าที่น่าสนใจ (4.08) สินค้าผ้าจากผ้าพื้นเมืองมีความเป็นเอกลักษณ์ (4.06) สินค้าประเภทสินค้าปริโภคมีคุณภาพดี (4.03) สินค้าของฝากของที่ระลึกจากราชบุรีเป็นสินค้าที่มีประโยชน์ (3.90) สินค้าของฝากของที่



ระลึกจากราชนูรีเป็นสิ่งที่ท่าน ชื่นชอบ (3.85) ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นระดับเป็นกลางคือ สินค้าของฝากของที่ระลึกจากราชนูรีได้รับการยอมรับอย่างแพร่หลาย (3.13) สินค้าประเภทสินค้าบริโภคมีให้เลือกซื้อ มาก (2.73) สินค้าประเภทสินค้าบริโภคมีความเป็นเอกลักษณ์ (2.68)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.15 แสดงจำนวนและร้อยละของความคิดเห็นด้านราคาผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อสินค้าประเภทของฝากของที่ระลึกจากจังหวัดราชบุรี

ความคิดเห็นด้าน ราคา	ระดับความคิดเห็น					รวม จำนวน (ร้อยละ)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย	เป็น กลาง	เห็น ด้วย	เห็น ด้วย อย่างยิ่ง			
สินค้าประเภท สินค้าบริโภคราคา ไม่ต่างจากที่อื่น	3 (0.75)	31 (7.75)	95 (23.75)	232 (58.00)	39 (9.75)	400 (100.00)	3.68 เห็นด้วย	1
เครื่องปั้นดินเผา เป็นสินค้ามีราคา ถูก	9 (2.25)	74 (18.50)	131 (32.75)	147 (36.75)	39 (9.75)	400 (100.00)	3.33 เป็น กลาง	2
สินค้าผ้าจากผ้า พื้นเมืองมีราคาถูก	73 (18.25)	163 (40.75)	135 (33.75)	27 (6.75)	2 (0.50)	400 (100.00)	2.25 ไม่เห็น ด้วย	3
ค่าเฉลี่ยรวม							3.10	เป็นกลาง

หมายเหตุ ในแบบสอบถาม ได้ใช้ข้อความ แสดงความคิดเห็นทั้งด้านบวกและด้านลบเพื่อเพิ่มความถูกต้อง (Validity) ของข้อมูล แต่ในการวิเคราะห์ ได้มีการกลับหน่วยการวัด และรายงานผลเฉพาะข้อมูลด้านบวก  
ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 1.50-2.49 ไม่เห็นด้วย 2.50-3.49 เป็นกลาง 3.50-4.49 เห็นด้วย 4.50-5.00 เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ความคิดเห็น โดยรวมด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเป็นกลาง (3.10) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นระดับเห็นด้วย คือ สินค้าประเภทสินค้าบริโภคราคาไม่ต่างจากที่อื่น (3.68) ระดับเป็นกลางคือ เครื่องปั้นดินเผาเป็นสินค้ามีราคาถูก(3.33) และระดับ ไม่เห็นด้วยคือ สินค้าผ้าจากผ้าพื้นเมืองมีราคาถูก (2.25)



ตารางที่ 4.16 แสดงจำนวนและร้อยละของความคิดเห็นด้านการจัดจำหน่ายผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อสินค้าประเภทของฝากของที่ระลึกจากจังหวัดราชบุรี

ความคิดเห็นด้านการจัดจำหน่าย	ระดับความคิดเห็น					รวมจำนวน (ร้อยละ)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	เป็นกลาง	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง			
การซื้อสินค้าจากแหล่งผลิตทำได้ง่าย	39 (9.75)	166 (41.50)	128 (32.00)	62 (15.50)	5 (1.25)	400 (100.00)	2.57 เป็นกลาง	2
สินค้ามีขายในร้านค้าทั่วไป	5 (1.25)	87 (21.75)	132 (33.00)	145 (36.25)	31 (7.75)	400 (100.00)	3.27 เป็นกลาง	1
จำนวนร้านจำหน่ายสินค้ามีมาก	38 (9.50)	195 (48.75)	118 (29.50)	47 (11.75)	2 (0.50)	400 (100.00)	2.45 ไม่เห็นด้วย	3
ค่าเฉลี่ยรวม							2.76	เป็นกลาง

หมายเหตุ ในแบบสอบถาม ได้ใช้ข้อความ แสดงความคิดเห็นทั้งด้านบวกและด้านลบเพื่อเพิ่มความถูกต้อง (Validity) ของข้อมูล แต่ในการวิเคราะห์ ได้มีการกลับหน่วยการวัด และรายงานผลเฉพาะข้อมูลด้านบวก  
ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 1.50-2.49 ไม่เห็นด้วย 2.50-3.49 เป็นกลาง 3.50-4.49 เห็นด้วย 4.50-5.00 เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ความคิดเห็นโดยรวมด้านการจัดจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเป็นกลาง (2.76) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นระดับเป็นกลางคือ สินค้ามีขายในร้านค้าทั่วไป (3.27) การซื้อสินค้าจากแหล่งผลิตทำได้ง่าย (2.57) และระดับไม่เห็นด้วยคือ จำนวนร้านจำหน่ายสินค้ามีมาก (2.45)

ตารางที่ 4.17 แสดงจำนวนและร้อยละของความคิดเห็นด้านส่งเสริมการตลาด  
ที่มีต่อสินค้าประเภทของฝากของที่ระลึกจากจังหวัดราชบุรี

ความคิดเห็นด้านการ ส่งเสริมการตลาด	ระดับความคิดเห็น					รวม จำนวน (ร้อยละ)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย	เป็น กลาง	เห็น ด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง			
ป้ายประชาสัมพันธ์ ร้านจำหน่ายสินค้ามี ให้พบเห็นอย่าง แพร่หลาย	8 (2.00)	131 (32.75)	97 (24.25)	131 (32.75)	33 (8.25)	400 (100.00)	3.12 เป็น กลาง	2
สินค้ามีการ ประชาสัมพันธ์จาก หน่วยงานภาครัฐ	84 (21.00)	200 (50.00)	88 (22.00)	24 (6.00)	4 (1.00)	400 (100.00)	2.16 ไม่เห็น ด้วย	3
สินค้า มีการโฆษณา ผ่านทางสื่อต่างๆมาก	83 (20.75)	215 (53.75)	77 (19.25)	22 (5.50)	3 (0.75)	400 (100.00)	2.12 ไม่เห็น ด้วย	4
มีสินค้าของฝากของที่ ระลึกจากราชบุรีร่วม ในงานแสดงสินค้าให้ เห็นบ่อยครั้ง	2 (0.50)	57 (14.25)	103 (25.75)	173 (43.25)	65 (16.25)	400 (100.00)	3.61 เห็นด้วย	1
ค่าเฉลี่ยรวม							2.75 เป็นกลาง	

หมายเหตุ ในแบบสอบถาม ได้ใช้ข้อความ แสดงความคิดเห็นทั้งด้านบวกและด้านลบเพื่อเพิ่มความถูกต้อง  
(Validity) ของข้อมูล แต่ในการวิเคราะห์ ได้มีการกลับหน่วยการวัด และรายงานผลเฉพาะข้อมูลด้านบวก  
ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 1.50-2.49 ไม่เห็นด้วย 2.50-3.49 เป็นกลาง 3.50-4.49 เห็นด้วย  
4.50-5.00 เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ความคิดเห็นโดยรวมด้านการส่งเสริมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเป็นกลาง (2.75) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยคือ มีสินค้าของฝากของที่ระลึกจากราชบุรีร่วมในงานแสดงสินค้าให้เห็นบ่อยครั้ง (3.61) มีระดับความคิดเห็นระดับเป็นกลางคือ ป้ายประชาสัมพันธ์ร้านจำหน่ายสินค้ามีให้พบเห็นอย่างแพร่หลาย (3.12) มีความคิดเห็นระดับไม่เห็นด้วยคือ สินค้ามีการประชาสัมพันธ์จากหน่วยงานภาครัฐ (2.61) และ สินค้า มีการโฆษณาผ่านทางสื่อต่างๆ มาก (2.12)

ตารางที่ 4.18 แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมส่วนประสมการตลาด

ความคิดเห็นโดยรวม ส่วนประสมการตลาด	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ค่าเฉลี่ยรวมด้านผลิตภัณฑ์	3.64 เห็นด้วย
ค่าเฉลี่ยรวมด้านราคา	3.10 เป็นกลาง
ค่าเฉลี่ยด้านการจัดจำหน่าย	2.76 เป็นกลาง
ค่าเฉลี่ยด้านการส่งเสริมการตลาด	2.75 เป็นกลาง
เฉลี่ยรวม	3.06 เป็นกลาง

จากตารางที่ 4.18 พบว่า ความคิดเห็นโดยรวมส่วนประสมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเป็นกลาง (3.06) ค่าเฉลี่ยรวมด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับเห็นด้วย (3.64) ค่าเฉลี่ยรวมด้านราคาอยู่ในระดับเป็นกลาง (3.10) ค่าเฉลี่ยด้านการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับเป็นกลาง (2.76) ค่าเฉลี่ยด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับเป็นกลาง (2.75)

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับแนวโน้มพฤติกรรมกรซื้อสินค้าประเภทของฝากของที่ระลึกจากจังหวัด  
ราชบุรี

ตารางที่ 4.19 แสดงจำนวนและร้อยละของแนวโน้มโอกาสของผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือก  
ซื้อสินค้าฯ

โอกาสในการเลือกซื้อสินค้าฯ	จำนวนคน	ร้อยละ	ลำดับที่
ซื้อใช้เอง	276	69.00	2
ตั้งใจซื้อเป็นของฝาก	302	75.50	1
เดินทางและแวะซื้อ	208	52.00	3
เพื่อนฝากซื้อ	124	31.00	4
โอกาสอื่นๆ	19	4.75	5

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามรวม 400 คน เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีแนวโน้มตั้งใจซื้อเป็น  
ของฝาก คิดเป็นร้อยละ 75 รองลงมาเป็นการซื้อใช้เอง คิดเป็นร้อยละ 69.00 เดินทางและแวะซื้อ  
คิดเป็นร้อยละ 52.00 เพื่อนฝากซื้อ คิดเป็นร้อยละ 31.00 และ โอกาสอื่นๆ ร้อยละ 4.75

ตารางที่ 4.20 แสดงจำนวน และร้อยละของความถี่ในการซื้อสินค้าของผู้ตอบแบบสอบถาม

ความถี่ในการซื้อ	จำนวนคน	ร้อยละ	ลำดับที่
น้อยกว่า 1 ครั้ง/เดือน	207	51.75	1
1-2 ครั้ง/เดือน	135	33.75	2
3-4 ครั้ง/เดือน	18	4.50	5
มากกว่า 5 ครั้ง/เดือน	19	4.75	4
อื่นๆ	21	5.25	3
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>	

จากตารางที่ 4.20 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความถี่ในการซื้อสินค้าประเภทของฝากของที่ระลึกจากจังหวัดราชบุรีส่วนใหญ่ น้อยกว่า 1 ครั้ง/เดือน คิดเป็นร้อยละ 51.75 รองลงมาคือ 1-2 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 33.75 อื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 5.25 มากกว่า 5 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 4.75 และ 3-4 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 4.50

ตารางที่ 4.21 แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนเงินที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ในการซื้อสินค้าประเภทของฝากของที่ระลึกจากจังหวัดราชบุรี

จำนวนเงินที่ใช้ซื้อในแต่ละครั้ง	จำนวนคน	ร้อยละ	ลำดับที่
ไม่เกิน 500 บาท	179	44.75	1
501 – 1,000 บาท	162	40.50	2
1,001 – 1,500 บาท	37	9.25	3
มากกว่า 1,500 บาท	22	5.50	4
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>	

จากตารางที่ 4.21 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามใช้จ่ายเงินในการซื้อสินค้าประเภทของฝากของที่ระลึกจากจังหวัดราชบุรีครั้งละไม่เกิน 500 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.75 รองลงมาซื้อสินค้าครั้งละ 501 – 1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 40.50 ซื้อสินค้าครั้งละ 1,001-1,500 บาท คิดเป็นร้อยละ 9.25 และซื้อสินค้าครั้งละมากกว่า 1,500 บาท คิดเป็นร้อยละ 5.50

ตารางที่ 4.22 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจ

ผู้มีอิทธิพล	จำนวนคน	ร้อยละ	ลำดับที่
ตัดสินใจด้วยตนเอง	296	74.00	1
เพื่อนๆ	19	4.75	4
ครอบครัว	60	15.00	2
ผู้ชาย	1	0.25	5
ผู้รับ	23	5.75	3
อื่นๆ	1	0.25	5
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>	

จากตารางที่ 4.22 พบว่าผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าประเภทของฝากของที่ระลึกจากจังหวัดราชบุรี ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ ตัดสินใจด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 74.00 รองลงมาคือ ครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 15.00 ผู้รับคิดเป็นร้อยละ 5.75 เพื่อนๆ คิดเป็นร้อยละ 4.75 ผู้ชายและอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 0.25

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

ตารางที่ 4.23 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามที่จะเลือกซื้อประเภทของสินค้าของฝากของที่ระลึกจากจังหวัดราชบุรี ในอนาคต

สินค้าที่จะเลือกซื้อในอนาคต	จำนวนคน	ร้อยละ	ลำดับที่
สินค้าของฝากของที่ระลึกประเภทสินค้าบริโภค	325	81.25	1
สินค้าของฝากของที่ระลึกประเภทใช้สอย	181	45.25	2
สินค้าของฝากของที่ระลึกประเภทตกแต่ง	141	35.25	3
สินค้าของฝากของที่ระลึกประเภทวัตถุทางศิลปะ	77	19.25	4
สินค้าอื่นๆ	6	1.50	5

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามรวม 400 คน เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4.23 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความสนใจที่จะเลือกซื้อสินค้าของฝากของที่ระลึกประเภทสินค้าบริโภค คิดเป็นร้อยละ 81.25 รองลงมาคือ สินค้าของฝากของที่ระลึกประเภทใช้สอย คิดเป็นร้อยละ 45.25 สินค้าประเภทตกแต่ง คิดเป็นร้อยละ 35.25 สินค้าประเภทวัตถุทางศิลปะ คิดเป็นร้อยละ 19.25 และสินค้าอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 1.50

ตารางที่ 4.24 แสดงจำนวนและร้อยละของเหตุผลในการซื้อสินค้าประเภทของฝากของที่ระลึกจากจังหวัดราชบุรีของผู้ตอบแบบสอบถาม

เหตุผลในการเลือกซื้อสินค้า	จำนวนคน	ร้อยละ	ลำดับที่
รูปแบบของสินค้า	207	51.75	3
สีสันทนของสินค้า	56	14.00	5
สินค้ามีราคาถูก	141	35.25	4
ซื้อตามความนิยม	48	12.00	6
คุณภาพของสินค้า	248	62.00	1
เป็นสินค้าพื้นเมือง	218	54.50	2
อื่นๆ	7	1.75	7

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามรวม 400 คน เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ



จากตารางที่ 4.24 พบว่าเหตุผลที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ในการเลือกซื้อสินค้าส่วนใหญ่คือ คุณภาพของสินค้า คิดเป็นร้อยละ 62.00 เป็นสินค้าพื้นเมือง คิดเป็นร้อยละ 54.50 รูปแบบของสินค้าคิดเป็นร้อยละ 51.75 สินค้ามีราคาถูก คิดเป็นร้อยละ 35.25 สีสันทนของสินค้า คิดเป็นร้อยละ 14.00 ซื้อตามความนิยม คิดเป็นร้อยละ 12.00 และอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 1.75



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved



ตารางที่ 4.25 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกแหล่งสินค้าประเภทของฝากของที่ระลึกจากจังหวัดราชบุรี

แหล่งที่ซื้อของฝากของที่ระลึก	จำนวนคน	ร้อยละ	ลำดับที่
แหล่งผลิต	240	60.00	1
ร้านตัวแทนจำหน่ายสินค้า	196	49.00	2
ร้านขายสินค้าประเภทของฝากของที่ระลึกบริเวณสถานที่ท่องเที่ยว	191	47.75	3
ร้านขายสินค้าประเภทของฝากของที่ระลึกตามเส้นทางที่เดินทางผ่าน	153	38.25	5
ร้านอาหารตามเส้นทางผ่านที่จำหน่ายสินค้าประเภทของฝากของที่ระลึก	109	27.25	6
ห้างสรรพสินค้าในตัวจังหวัด	60	15.00	7
งานแสดงสินค้าประเภทของฝากของที่ระลึก	181	45.25	4
อื่นๆ	4	1.0	8

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามรวม 400 คน เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4.25 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อสินค้าจากแหล่งผลิตมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 60.00 ร้านตัวแทนจำหน่ายสินค้า คิดเป็นร้อยละ 49.00 ร้านขายสินค้าประเภทของฝากของที่ระลึกบริเวณสถานที่ท่องเที่ยวคิดเป็นร้อยละ 47.75 งานแสดงสินค้าประเภทของฝากของที่ระลึก คิดเป็นร้อยละ 45.25 ร้านขายสินค้าประเภทของฝากของที่ระลึกตามเส้นทางที่เดินทางผ่าน คิดเป็นร้อยละ 38.25 ร้านอาหารตามเส้นทางผ่านที่จำหน่ายสินค้าประเภทของฝากของที่ระลึก คิดเป็นร้อยละ 27.25 ห้างสรรพสินค้าในตัวจังหวัด คิดเป็นร้อยละ 15.00 และเลือกซื้อสินค้าประเภทของฝากของที่ระลึกจากจังหวัดราชบุรีจากแหล่ง อื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 1.00

ตารางที่ 4.26 แสดงจำนวนและร้อยละของผลิตภัณฑ์สินค้าของฝากของที่ระลึกจากจังหวัดราชบุรี  
ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีแนวโน้มจะเลือกซื้อ

ผลิตภัณฑ์สินค้า	จำนวนคน	ร้อยละ	ลำดับที่
เครื่องปั้นดินเผา	106	26.50	2
ผ้าจก ผ้าพื้นพื้นเมืองราชบุรี	40	10.00	4
ผลิตภัณฑ์อาหาร	109	27.25	1
ผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาและเครื่องนอน	73	18.25	3
ผักและผลไม้	37	9.25	5
ผลิตภัณฑ์จากไม้ต่างๆ	8	2.00	7
ผลิตภัณฑ์ศิลปะ	21	5.25	6
อื่นๆ	6	1.50	8
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>	

จากตารางที่ 4.26 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีแนวโน้มในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์  
อาหารมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 27.25 รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา คิดเป็นร้อยละ  
26.50 ผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาและเครื่องนอน คิดเป็นร้อยละ 18.50 ผ้าจก ผ้าพื้นเมืองราชบุรี คิดเป็นร้อยละ  
10.00 ผักและผลไม้ คิดเป็นร้อยละ 9.25 ผลิตภัณฑ์ศิลปะ คิดเป็นร้อยละ 5.25 ผลิตภัณฑ์จากไม้  
ต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 2.00 และผลิตภัณฑ์สินค้าของฝากประเภทของฝากของที่ระลึกจากจังหวัด  
ราชบุรี อื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 1.50

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University

All rights reserved

ตารางที่ 4.27 แสดงจำนวนและร้อยละ ของปัจจัยที่สำคัญที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าประเภทของฝากของที่ระลึกจากจังหวัดราชบุรี

ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจ	จำนวนคน	ร้อยละ	ลำดับที่
ตัวผลิตภัณฑ์สินค้า	254	63.50	1
ราคาสินค้า	102	25.50	2
การจัดจำหน่าย	30	7.50	3
การส่งเสริมการตลาด	14	3.50	4
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>	

จากตารางที่ 4.27 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านตัวผลิตภัณฑ์สินค้า คิดเป็นร้อยละ 63.50 ปัจจัยด้านราคาสินค้า คิดเป็นร้อยละ 25.50 ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย คิดเป็นร้อยละ 7.50 และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด คิดเป็นร้อยละ 3.50

ตารางที่ 4.28 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีแนวโน้มความนิยมต่อสินค้าประเภทของฝากของที่ระลึกจากจังหวัดราชบุรี

ความนิยม	จำนวนคน	ร้อยละ	ลำดับที่
เป็นที่นิยมเพิ่มขึ้น	229	57.25	1
ลดลง	29	7.25	3
ไม่เปลี่ยนแปลง	142	35.50	2
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>	

จากตารางที่ 4.28 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความนิยมในสินค้าของฝากของที่ระลึกจากจังหวัดราชบุรีเพิ่มขึ้น คิดเป็นร้อยละ 57.25 มีความนิยมไม่เปลี่ยนแปลง คิดเป็นร้อยละ 35.50 และมีความนิยมลดลง คิดเป็นร้อยละ 7.25

## ส่วนที่ 5 เปรียบเทียบความคิดเห็นระหว่างชาวราชบุรีกับนักท่องเที่ยว

### 5.1 เปรียบเทียบแหล่งข้อมูลในการการรับรู้ข่าวสาร

ตารางที่ 4.29 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเปรียบเทียบแหล่งข้อมูลที่ได้รับเกี่ยวกับสินค้าของฝากของที่ระลึกจากแต่ละแหล่งข้อมูล

แหล่งข้อมูล	ชาวราชบุรี			นักท่องเที่ยว		
	จำนวน คน	ร้อยละ	ลำดับที่	จำนวน คน	ร้อยละ	ลำดับที่
สื่อวิทยุ / โทรทัศน์	92	46.00	4	60	30.00	3
สื่อสิ่งพิมพ์	69	34.50	5	42	21.00	5
ป้ายหน้าร้านและป้ายตาม เส้นทางผ่าน	165	82.50	1	123	61.50	2
ญาติ หรือเพื่อน	151	75.50	2	136	68.00	1
ตลาดที่ตัวผลิตภัณฑ์ สินค้า	98	49.00	3	45	22.50	4
อื่นๆ	4	2.00	6	10	5.00	6

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม ชาวราชบุรี 200 คน นักท่องเที่ยว 200 คนเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4.29 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามชาวราชบุรี รับรู้ข้อมูลสินค้าประเภทของฝากของที่ระลึกจากจังหวัดราชบุรี จากป้ายหน้าร้านและป้ายตามเส้นทางผ่านมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 82.50 จากญาติหรือเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 75.50 จากตลาดที่ตัวผลิตภัณฑ์สินค้า คิดเป็นร้อยละ 49.00 จากสื่อวิทยุ / โทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 46.00 จากสื่อสิ่งพิมพ์ ร้อยละ 34.50 และจากแหล่งอื่นๆ ร้อยละ 2.00

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวรับรู้ข้อมูลสินค้าประเภทของฝากของที่ระลึกจากจังหวัดราชบุรี จากญาติหรือเพื่อนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 68.00 จากป้ายหน้าร้านและป้ายตามเส้นทางผ่าน คิดเป็นร้อยละ 61.50 จากสื่อวิทยุ / โทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 30.00 จากตลาดที่ตัวผลิตภัณฑ์สินค้า คิดเป็นร้อยละ 22.50 จากสื่อสิ่งพิมพ์ ร้อยละ 21.00 และจากแหล่งอื่นๆ ร้อยละ 5.00

## 5.2 เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม ชาวราชบุรี นักท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.30 แสดงการเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามด้านผลิตภัณฑ์

ความคิดเห็นด้านผลิตภัณฑ์	ชาวราชบุรี		นักท่องเที่ยว	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
สินค้าบริโภคมีคุณภาพดี	4.12 เห็นด้วย	4	3.94 เห็นด้วย	2
สินค้าบริโภคมีความเป็นเอกลักษณ์	2.75 เป็นกลาง	9	2.60 เป็นกลาง	9
สินค้าบริโภคมีให้เลือกซื้อ มาก	2.76 เป็นกลาง	8	2.70 เป็นกลาง	8
เครื่องปั้นดินเผายังคงเป็นสินค้าที่มีชื่อเสียง	4.43 เห็นด้วย	1	4.10 เห็นด้วย	1
ผ้าจกผ้าพื้นเมืองมีความเป็นเอกลักษณ์	4.33 เห็นด้วย	2	3.79 เห็นด้วย	4
ตุ๊กตาเป็นสินค้าที่น่าสนใจ	4.22 เห็นด้วย	3	3.94 เห็นด้วย	3
สินค้าของฝากของที่ระลึกจากราชบุรีเป็น สิ่งที่ท่าน ชื่นชอบ	3.97 เห็นด้วย	6	3.74 เห็นด้วย	6

ตารางที่ 4.30 (ต่อ) แสดงการเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามด้านผลิตภัณฑ์

ความคิดเห็นด้านผลิตภัณฑ์	ชาวราชบุรี		นักท่องเที่ยว	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
สินค้าของฝากของที่ระลึกจากราชบุรีได้รับการยอมรับอย่างแพร่หลาย	3.13 เป็นกลาง	7	3.13 เป็นกลาง	7
สินค้าของฝากของที่ระลึกจากราชบุรีเป็นสินค้าที่มีประโยชน์	4.00 เห็นด้วย	5	3.79 เห็นด้วย	5
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.75</b> เห็นด้วย		<b>3.53</b> เห็นด้วย	

หมายเหตุ ในแบบสอบถาม ได้ใช้ข้อความ แสดงความคิดเห็นทั้งด้านบวกและด้านลบเพื่อเพิ่มความถูกต้อง (Validity) ของข้อมูล แต่ในการวิเคราะห์ ได้มีการกลับหน่วยการวัด และรายงานผลเฉพาะข้อมูลด้านบวก  
ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 1.50-2.49 ไม่เห็นด้วย 2.50-3.49 เป็นกลาง 3.50-4.49 เห็นด้วย  
4.50-5.00 เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตารางที่ 4.30 พบว่าความคิดเห็นโดยรวมด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถามชาวราชบุรีมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วย (3.75) พบว่า ชาวราชบุรีมีระดับความคิดเห็นระดับเห็นด้วยคือ เครื่องปั้นดินเผายังคงเป็นสินค้าที่มีชื่อเสียง (4.43) สินค้าผ้าจากผ้าพื้นเมืองมีความเป็นเอกลักษณ์ (4.33) ผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาเป็นสินค้าที่น่าสนใจ (4.22) สินค้าประเภทสินค้าบริโภคมีคุณภาพดี (4.12) สินค้าของฝากของที่ระลึกจากราชบุรีเป็นสินค้าที่มีประโยชน์ (4.00) สินค้าของฝากของที่ระลึกจากราชบุรีเป็นสิ่งที่ท่าน ชื่นชอบ (3.97) ชาวราชบุรีมีระดับความคิดเห็นระดับเป็นกลางคือ สินค้าของฝากของที่ระลึกจากราชบุรีได้รับการยอมรับอย่างแพร่หลาย (3.13) สินค้าประเภทสินค้าบริโภคมีให้เลือกซื้อ มาก (2.76) สินค้าประเภทสินค้าบริโภคมีความเป็นเอกลักษณ์ (2.75)

พบว่าความคิดเห็นโดยรวมด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วย (3.53) พบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็นระดับเห็นด้วยคือ เครื่องปั้นดินเผายังคงเป็นสินค้าที่มีชื่อเสียง (4.10) สินค้าประเภทสินค้าบริโภคมีคุณภาพดี (3.94) ผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาเป็นสินค้าที่น่าสนใจ (3.94) สินค้าผ้าจากผ้าพื้นเมืองมีความเป็น

เอกลักษณ์ (3.79)สินค้าของฝากของที่ระลึกจากราชบุรีเป็นสินค้าที่มีประโยชน์ (3.79) สินค้าของฝากของที่ระลึกจากราชบุรีเป็นสิ่งที่ทำน ชื่นชอบ (3.74) นักท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็นระดับเป็นกลางคือ สินค้าของฝากของที่ระลึกจากราชบุรีได้รับการยอมรับอย่างแพร่หลาย (3.13) สินค้าประเภทสินค้าบริโภคมีให้เลือกซื้อ มาก (2.70) สินค้าประเภทสินค้าบริโภคมีความเป็นเอกลักษณ์ (2.60)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright© by Chiang Mai University  
 All rights reserved



ตารางที่ 4.31 แสดงการเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามด้านราคา

ความคิดเห็นด้านราคา	ชาวราชบุรี		นักท่องเที่ยว	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
สินค้าบริโภคราคาไม่ต่างจากที่อื่น	3.74 เห็นด้วย	1	3.63 เห็นด้วย	1
เครื่องปั้นดินเผาเป็นสินค้ามีราคาถูก	3.28 เป็นกลาง	2	3.39 เป็นกลาง	2
ผ้าจากผ้าพื้นเมืองมีราคาถูก	2.21 ไม่เห็นด้วย	3	2.40 ไม่เห็นด้วย	3
ค่าเฉลี่ยรวม	3.08 เป็นกลาง		3.14 เป็นกลาง	

หมายเหตุ ในแบบสอบถาม ได้ใช้ข้อความ แสดงความคิดเห็นทั้งด้านบวกและด้านลบเพื่อเพิ่มความถูกต้อง (Validity) ของข้อมูล แต่ในการวิเคราะห์ ได้มีการกลับหน่วยการวัด และรายงานผลเฉพาะข้อมูลด้านบวก  
 ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 1.50-2.49 ไม่เห็นด้วย 2.50-3.49 เป็นกลาง 3.50-4.49 เห็นด้วย  
 4.50-5.00 เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตารางที่ 4.31 พบว่า ความคิดเห็นโดยรวมด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถาม ชาวราชบุรีมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเป็นกลาง (3.08) พบว่า ชาวราชบุรีมีระดับความคิดเห็นระดับเห็นด้วยคือ สินค้าประเภทสินค้าบริโภคราคาไม่ต่างจากที่อื่น(3.74) ระดับเป็นกลางคือ เครื่องปั้นดินเผาเป็นสินค้ามีราคาถูก(3.28) และระดับไม่เห็นด้วยคือ สินค้าผ้าจากผ้าพื้นเมืองมีราคาถูก(2.21)

พบว่า ความคิดเห็นโดยรวมด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเป็นกลาง (3.14) พบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็นระดับเห็นด้วยคือ สินค้าประเภทสินค้าบริโภคราคาไม่ต่างจากที่อื่น(3.64) ระดับเป็นกลางคือ เครื่องปั้นดินเผาเป็นสินค้ามีราคาถูก(3.39) และระดับไม่เห็นด้วยคือ สินค้าผ้าจากผ้าพื้นเมืองมีราคาถูก(2.40)



ตารางที่ 4.32 แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามด้านการจัดจำหน่ายจำแนกตามชาว  
ราชบุรี

ความคิดเห็นด้าน การจัดจำหน่าย	ชาวราชบุรี		นักท่องเที่ยว	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
ซื้อสินค้าจากแหล่งผลิตทำได้ง่าย	2.64 เป็นกลาง	2	2.51 เป็นกลาง	3
สินค้า มีขายในร้านค้าทั่วไป	3.29 เป็นกลาง	1	3.26 เป็นกลาง	1
จำนวนร้านจำหน่ายสินค้านี้มีมาก	2.36 ไม่เห็นด้วย	3	2.54 เป็นกลาง	2
ค่าเฉลี่ยรวม	2.76 เป็นกลาง		2.77 เป็นกลาง	

หมายเหตุ ในแบบสอบถาม ได้ใช้ข้อความ แสดงความคิดเห็นทั้งด้านบวกและด้านลบเพื่อเพิ่มความถูกต้อง (Validity) ของข้อมูล แต่ในการวิเคราะห์ ได้มีการกลับหน่วยการวัด และรายงานผลเฉพาะข้อมูลด้านบวก  
ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 1.50-2.49 ไม่เห็นด้วย 2.50-3.49 เป็นกลาง 3.50-4.49 เห็นด้วย  
4.50-5.00 เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตารางที่ 4.32 พบว่า ความคิดเห็น โดยรวมด้านการจัดจำหน่ายของผู้ตอบแบบ  
สอบถามชาวราชบุรีมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเป็นกลาง (2.76) พบว่า ชาวราชบุรีมีระดับความคิดเห็น  
ระดับเป็นกลางคือ สินค้า มีขายในร้านค้าทั่วไป (3.29) การซื้อสินค้าจากแหล่งผลิตทำได้ง่าย  
(2.64) และระดับไม่เห็นด้วยคือ จำนวนร้านจำหน่ายสินค้านี้มีมาก (2.36)

พบว่าความคิดเห็น โดยรวมด้านการจัดจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็น  
นักท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเป็นกลาง (2.77) พบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็นระดับ  
เป็นกลางคือ สินค้า มีขายในร้านค้าทั่วไป (3.26) จำนวนร้านจำหน่ายสินค้านี้มีมาก (2.54) และ  
การซื้อสินค้าจากแหล่งผลิตทำได้ง่าย (2.51)

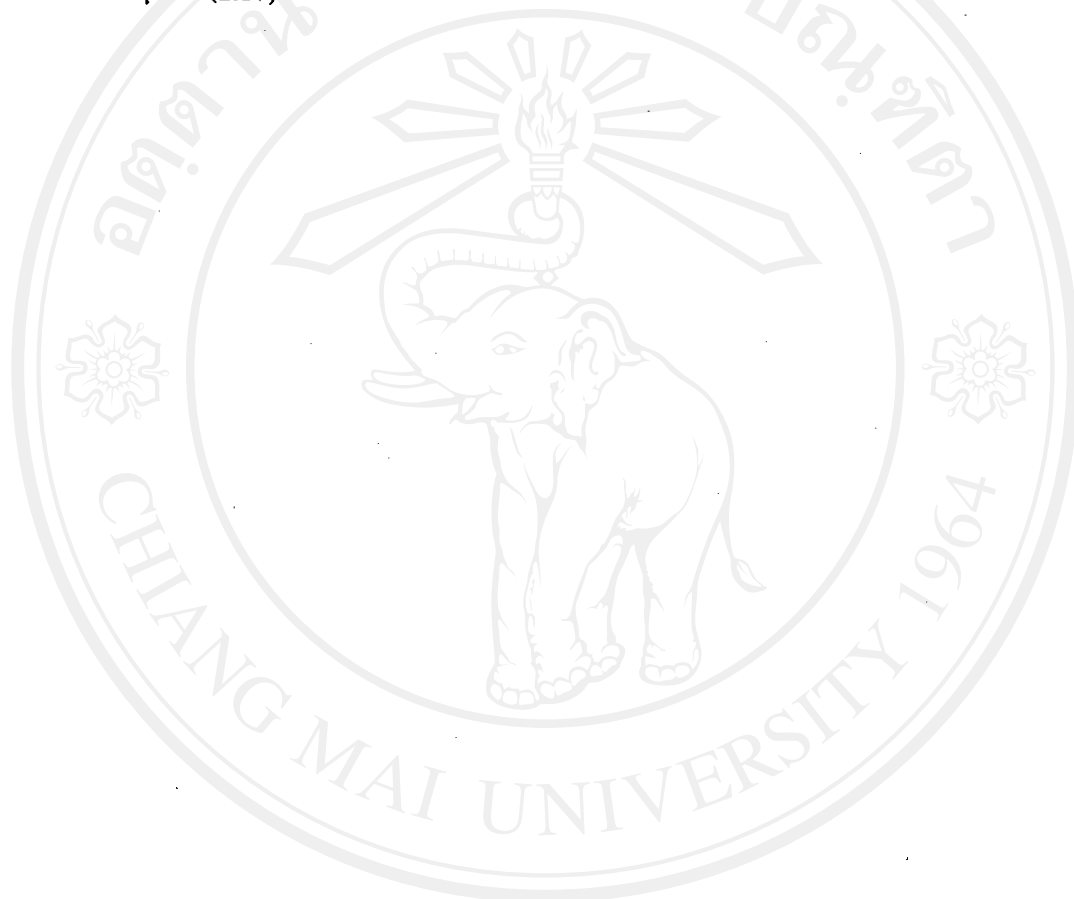
ตารางที่ 4.33 แสดงการเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามด้านการส่งเสริมการตลาด

ความคิดเห็นด้านการส่งเสริมการตลาด	ชาวราชบุรี		นักท่องเที่ยว	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
ป้ายประชาสัมพันธ์พบเห็นแพร่หลาย	3.10 เป็นกลาง	2	3.15 เป็นกลาง	2
มีการประชาสัมพันธ์จากหน่วยงานภาครัฐ	2.10 ไม่เห็นด้วย	3	2.22 ไม่เห็นด้วย	4
โฆษณาผ่านทางสื่อต่างๆมาก	2.06 ไม่เห็นด้วย	4	2.17 ไม่เห็นด้วย	3
ร่วมในงานแสดงสินค้าให้เห็นบ่อยครั้ง	3.73 เห็นด้วย	1	3.48 เป็นกลาง	1
ค่าเฉลี่ยรวม	2.75 เป็นกลาง		2.76 เป็นกลาง	

หมายเหตุ ในแบบสอบถาม ได้ใช้ข้อความ แสดงความคิดเห็นทั้งด้านบวกและด้านลบเพื่อเพิ่มความถูกต้อง (Validity) ของข้อมูล แต่ในการวิเคราะห์ ได้มีการกลับหน่วยการวัด และรายงานผลเฉพาะข้อมูลด้านบวก  
 ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 1.50-2.49 ไม่เห็นด้วย 2.50-3.49 เป็นกลาง 3.50-4.49 เห็นด้วย 4.50-5.00 เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตารางที่ 4.33 พบว่า ความคิดเห็น โดยรวมด้านการส่งเสริมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถามชาวราชบุรีมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเป็นกลาง (2.75) พบว่า ชาวราชบุรีมีระดับความคิดเห็นระดับเห็นด้วยคือ มีสินค้าของฝากของที่ระลึกจากราชบุรีร่วมในงานแสดงสินค้าให้เห็นบ่อยครั้ง (3.73) มีระดับความคิดเห็นระดับเป็นกลางคือ ป้ายประชาสัมพันธ์ร้านจำหน่ายสินค้ามีให้พบเห็นอย่างแพร่หลาย (3.10) มีความคิดเห็นระดับไม่เห็นด้วยคือ สินค้ามีการประชาสัมพันธ์จากหน่วยงานภาครัฐ (2.10) และ สินค้ามีการโฆษณาผ่านทางสื่อต่างๆมาก (2.06)

พบว่า ความคิดเห็นโดยรวมด้านการส่งเสริมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถาม  
ที่เป็นนักท่องเที่ยวนี้อาจอยู่ในระดับปานกลาง (2.76) พบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็น  
ระดับปานกลาง คือ มีสินค้าของฝากของที่ระลึกจากราชนูรีร่วมในงานแสดงสินค้าให้เห็นบ่อยครั้ง  
(3.48) ป้ายประชาสัมพันธ์ร้านจำหน่ายสินค้ามีให้เห็นอย่างแพร่หลาย (3.15) มีความคิดเห็น  
ระดับไม่เห็นด้วยคือ สินค้ามีการประชาสัมพันธ์จากหน่วยงานภาครัฐ (2.22) และสินค้า มีการ  
โฆษณาผ่านทางสื่อต่างๆมาก (2.17)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.34 แสดงการเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมส่วนประสมการตลาด

ความคิดเห็นโดยรวม ส่วนประสมการตลาด	ชาวราชบุรี	นักท่องเที่ยว
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ค่าเฉลี่ยรวมด้านผลิตภัณฑ์	3.75 เห็นด้วย	3.53 เห็นด้วย
ค่าเฉลี่ยรวมด้านราคา	3.08 เป็นกลาง	3.14 เป็นกลาง
ค่าเฉลี่ยด้านการจัดจำหน่าย	2.76 เป็นกลาง	2.77 เป็นกลาง
ค่าเฉลี่ยด้านการส่งเสริมการตลาด	2.75 เป็นกลาง	2.76 เป็นกลาง
เฉลี่ยรวม	3.09 เป็นกลาง	3.05 เป็นกลาง

จากตารางที่ 4.34 พบว่า ความคิดเห็นโดยรวมส่วนประสมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถามชาวราชบุรีมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเป็นกลาง (3.09) ค่าเฉลี่ยรวมด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับเห็นด้วย (3.75) ค่าเฉลี่ยรวมด้านราคาอยู่ในระดับเป็นกลาง (3.08) ค่าเฉลี่ยด้านการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับเป็นกลาง (2.76) ค่าเฉลี่ยด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับเป็นกลาง (2.75)

พบว่า ความคิดเห็นโดยรวมส่วนประสมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเป็นกลาง (3.05) ค่าเฉลี่ยรวมด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับเห็นด้วย (3.53) ค่าเฉลี่ยรวมด้านราคาอยู่ในระดับเป็นกลาง (3.14) ค่าเฉลี่ยด้านการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับเป็นกลาง (2.77) ค่าเฉลี่ยด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับเป็นกลาง (2.76)

## ส่วนที่ 6 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับสินค้าประเภทของฝากของที่ระลึกจากจังหวัดราชบุรี

จากคำถามปลายเปิดมีผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ข้อเสนอแนะจำนวน 176 รายให้คำแนะนำมากกว่า 1 ด้าน

ตารางที่ 4.35 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับสินค้าประเภทของฝากของที่ระลึกจากจังหวัดราชบุรี

ข้อเสนอแนะ	จำนวนคน	ร้อยละ	ลำดับที่
ด้านผลิตภัณฑ์	108	61.36	1
ด้านราคา	62	35.23	3
ด้านการจัดจำหน่าย	35	19.89	4
ด้านการส่งเสริมการตลาด	78	44.32	2
อื่นๆ	17	9.66	5

หมายเหตุ : เป็นคำถามปลายเปิดและมีการแนะนำได้มากกว่า 1 ด้าน จากผู้ให้ข้อเสนอแนะจำนวน 176 ราย

จากตารางที่ 4.35 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีข้อเสนอแนะด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 61.36 ให้ข้อเสนอแนะด้านราคาส่งเสริมการตลาด คิดเป็นร้อยละ 44.32 มีข้อเสนอแนะด้านราคา คิดเป็นร้อยละ 35.23 มีข้อเสนอแนะด้านจัดจำหน่าย คิดเป็นร้อยละ 19.89 มีข้อเสนอแนะอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 9.66

ตารางที่ 4.36 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ข้อเสนอแนะด้านผลิตภัณฑ์

ข้อเสนอแนะ	จำนวนคน	ร้อยละ	ลำดับที่
คุณภาพของสินค้าต้องได้มาตรฐานและปลอดภัย	46	42.59	1
ควรมีการบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม สะอาด ทันสมัย เหมาะเป็นของฝาก	22	20.37	2
ควรมีความเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัด	20	18.52	3
ควรมีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายรูปแบบ	10	9.26	4
ควรมีความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์จากแหล่งอื่น	6	5.55	5
ควรเน้นจุดเด่นในตัวสินค้ามากขึ้น	4	3.70	6

หมายเหตุ : เป็นคำถามปลายเปิดและมีการแนะนำได้มากกว่า 1 คำ คำนวนร้อยละจากผู้ตอบแบบสอบถาม 108 ราย

จากตารางที่ 4.36 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีข้อเสนอแนะด้านผลิตภัณฑ์ ในเรื่องคุณภาพของสินค้าต้องได้มาตรฐานและปลอดภัย มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.59 รองลงมาคือ ควรมีการบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม สะอาด ทันสมัย เหมาะเป็นของฝาก คิดเป็นร้อยละ 20.37 ควรมีความเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัด คิดเป็นร้อยละ 18.52 ควรมีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายรูปแบบ คิดเป็นร้อยละ 9.26 ควรมีความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์จากแหล่งอื่น คิดเป็นร้อยละ 5.55 ควรเน้นจุดเด่นในตัวสินค้ามากขึ้น 3.70

All rights reserved

ตารางที่ 4.37 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ข้อเสนอแนะด้านราคา

ข้อเสนอแนะ	จำนวนคน	ร้อยละ	ลำดับที่
สินค้าบางอย่างราคาค่อนข้างแพง ควรมีราคาที่ถูกลง	49	79.03	1
ควรมีราคาที่เหมาะสม	13	20.07	2

หมายเหตุ : เป็นคำถามปลายเปิดและมีการแนะนำได้มากกว่า 1 ด้าน จำนวนร้อยละจากผู้ตอบแบบสอบถาม 62 ราย

จากตารางที่ 4.37 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีข้อเสนอแนะด้านราคาในเรื่อง  
สินค้าบางอย่างราคาค่อนข้างแพง ควรมีราคาที่ถูกลง คิดเป็นร้อยละ 79.03  
ควรมีราคาที่เหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 20.03



ตารางที่ 4.38 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้เสนอแนะด้านการจัดจำหน่าย

ข้อเสนอแนะ	จำนวนคน	ร้อยละ	ลำดับที่
ควรมีแหล่งจำหน่ายให้มากขึ้นกระจายตามแหล่งท่องเที่ยว	25	71.42	1
ควรมีสุนัขรวมที่สามารถหาซื้อได้สะดวก อยู่ในเส้นทางหลัก	6	17.14	2
ควรมีร้านค้าตัวแทนจำหน่ายที่เห็นเด่นชัด	4	11.44	3

หมายเหตุ : เป็นคำถามปลายเปิดและมีการแนะนำได้มากกว่า 1 ด้าน คำนวณร้อยละจากผู้ตอบแบบสอบถาม 35 ราย

จากตารางที่ 4.38 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ มีข้อเสนอแนะด้านการจัดจำหน่าย ในเรื่อง ควรมีแหล่งจำหน่ายให้มากขึ้นกระจายตามแหล่งท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 71.42 รองลงมาคือ ควรมีสุนัขรวมที่สามารถหาซื้อได้สะดวก อยู่ในเส้นทางหลัก คิดเป็นร้อยละ 17.14 และ ควรมีร้านค้าตัวแทนจำหน่ายที่เห็นเด่นชัด คิดเป็นร้อยละ 11.44

ตารางที่ 4.39 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้เสนอแนะด้านการส่งเสริมการตลาด

ข้อเสนอแนะ	จำนวนคน	ร้อยละ	ลำดับที่
ควรมีโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น	52	66.67	1
ควรรนำสินค้าออกแสดงตามสถานที่ต่างๆที่มีการจัดแสดงสินค้า	10	12.82	2
การจัดวางสินค้าของราชบุรีให้แยกให้ชัดเจนออกจากแหล่งอื่น	8	10.25	3
ควรรหาสินค้าราคาถูกและมีคุณภาพมาจำหน่ายให้บ่อยๆ	5	6.41	4
ป้ายโฆษณาสินค้าภายในจังหวัดมีน้อย	3	3.85	5

หมายเหตุ : เป็นคำถามปลายเปิดและมีการแนะนำได้มากกว่า 1 ด้าน คำนวณร้อยละจากผู้ตอบแบบสอบถาม 78 ราย

จากตารางที่ 4.39 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีข้อเสนอแนะด้านการส่งเสริมการตลาดในเรื่อง ควรมีโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น คิดเป็นร้อยละ 66.67 รองลงมาคือ ควรรนำสินค้าออกแสดงตามสถานที่ต่างๆ ที่มีการจัดแสดงสินค้า คิดเป็นร้อยละ 12.82 การจัดวางสินค้าของราชบุรีให้แยกให้ชัดเจนออกจากแหล่งอื่น คิดเป็นร้อยละ 10.25 ควรรหาสินค้าราคาถูกและมีคุณภาพมาจำหน่ายให้บ่อยๆ คิดเป็นร้อยละ 6.41 และป้ายโฆษณาสินค้าภายในจังหวัดมีน้อย คิดเป็นร้อยละ 3.85