

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอของจังหวัดน่าน

Factors Affecting the Choice of Buying Woven Product in Nan Province

ยาวิกา ยานะ¹ และ กัญญ์สุดา นิมนุสรณ์กุล²
Yawika Yana¹ and Kunsuda Nimanussornkul²

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อและปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอของจังหวัดน่าน ทำการเก็บข้อมูลแบบสุ่มบังเอิญ ใช้แบบสอบถาม จำนวน 330 ราย และทำการจำแนกกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อที่มีภูมิลำเนาในจังหวัดน่าน จำนวน 234 ราย และกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อที่มีภูมิลำเนาต่างจังหวัด จำนวน 96 ราย ทำการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ความถี่ ร้อยละ การหาความสัมพันธ์แบบ Chi-square และการจัดลำดับแบบ Likert Scale

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่ซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอของจังหวัดน่าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อที่มีภูมิลำเนาในจังหวัดน่าน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีช่วงอายุ 21 – 30 ปี มีสถานภาพโสด จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 5,000 – 9,999 บาท ส่วนกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อที่มีภูมิลำเนาต่างจังหวัด ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีช่วงอายุ 21 – 30 ปี มีสถานภาพสมรส จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 20,000 บาท

พฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอของจังหวัดน่าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อที่มีภูมิลำเนาในจังหวัดน่าน ส่วนใหญ่จะเลือกซื้อเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย จำนวน 1 – 2 ชิ้นต่อครั้ง มีค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้งประมาณ 500 – 999 บาท มีเหตุผลในการเลือกซื้อเพื่อนำไปใช้เอง มีความถี่ในการซื้อน้อยกว่า 5 ครั้งต่อปี ทราบแหล่งข้อมูลในการซื้อจากการบอกแบบปากต่อปาก และตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอด้วยตนเอง ส่วนกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อที่มีภูมิลำเนาต่างจังหวัด ส่วนใหญ่จะเลือกซื้อผ้าเป็นผืน จำนวน 1 – 2 ชิ้นต่อครั้ง มีค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้งประมาณ 1,000 – 1,499 บาท มีเหตุผลในการเลือกซื้อเพื่อนำไปใช้เอง มีความถี่ในการซื้อน้อยกว่า 5 ครั้งต่อปี ทราบแหล่งข้อมูลในการซื้อจากอินเทอร์เน็ตหรือสิ่งตีพิมพ์ และตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอด้วยตนเอง

การวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกับข้อมูลพฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอ และการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอ พบว่า กลุ่มผู้ซื้อที่มีภูมิลำเนาแตกต่างกันจะมีความสัมพันธ์กับชนิดของผลิตภัณฑ์ผ้าทอที่ซื้อ ค่าใช้จ่ายในการซื้อ เหตุผลในการเลือกซื้อ ความถี่ในการซื้อ แหล่งข้อมูลในการซื้อ การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี การมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และการมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ กลุ่มผู้ซื้อที่มีเพศแตกต่างกันจะมีความสัมพันธ์กับจำนวนผลิตภัณฑ์ผ้าทอ เหตุผลในการเลือกซื้อ และแหล่งข้อมูลในการซื้อ กลุ่มผู้ซื้อที่มีอายุแตกต่างกันจะมีความสัมพันธ์กับชนิดของผลิตภัณฑ์ผ้าทอที่ซื้อ จำนวนผลิตภัณฑ์ผ้าทอ ค่าใช้จ่ายในการซื้อ เหตุผลในการเลือกซื้อ แหล่งข้อมูลในการซื้อ ราคาที่มีความเหมาะสม และการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และกลุ่มผู้ซื้อที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันจะมีความสัมพันธ์กับชนิดของผลิตภัณฑ์ผ้าทอที่ซื้อ จำนวนผลิตภัณฑ์ผ้าทอ ค่าใช้จ่ายในการซื้อ เหตุผลในการเลือกซื้อ ความถี่ในการซื้อ แหล่งข้อมูลในการซื้อ และการให้บริการรวดเร็ว

ผลการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอของจังหวัดน่าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อได้ให้ระดับความมีอิทธิพลในระดับมากกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านสถานที่และคุณภาพการบริการ และให้ระดับความมีอิทธิพลระดับปานกลางกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อที่มีภูมิลำเนาในจังหวัดน่านให้ความสำคัญอันดับที่ 1 คือปัจจัยด้านสถานที่และคุณภาพการบริการ อันดับที่ 2 คือปัจจัยด้านบุคลากร และอันดับ ที่ 3 คือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อที่มีภูมิลำเนาต่างจังหวัดให้ความสำคัญอันดับที่ 1 คือปัจจัยด้านบุคลากร อันดับที่ 2 คือปัจจัยด้านสถานที่และคุณภาพการบริการ และอันดับที่ 3 คือปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

คำสำคัญ : ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อ, การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอ, ผลิตภัณฑ์ผ้าทอ, จังหวัดน่าน, พฤติกรรมการเลือกซื้อ

ABSTRACT

The objective of this paper is to study the buying behavior and factors affecting the choice of buying woven product in Nan province. The data for this study was collected by accidental random sampling of 330 buyers, classified into two groups including 234 buyers in Nan province and 96 buyers in other provinces of Thailand. The analysis was conducted based on descriptive statistics, including frequency and percentage, Chi-square and Likert Scale.

The study found that personal buyers are residents of Nan province, that most buyers are female, aged 21 to 30 years old, are single, have a Bachelor's degree, are Government Officers or work in State Enterprises and earn an average of 5,000 to 9,999 baht per month. Buyers from other provinces are mostly female, aged 21 to 30 years old, married, have a Bachelor's degree, Government Officers or work in State Enterprises and earn an average monthly income of more than 20,000 baht.

The behavior of buying woven product in Nan was indicated that most of the sample buyers who are residents in Nan province choose to buy 1-2 pieces of clothes at one time for their own use by spending between 500 to 999 baht per purchase, and the buying frequency are less than five times a year. The sample buyers in this group know the buying source by word of mouth and they made the decisions for buying by themselves. The buyers from other provinces choose to buy 1-2 pieces of woven sheet for their own use by spending between 1,000 to 1,499 baht per purchase, and the buying frequencies are less than five times a year. They know the source of information through the internet or published media and they made the decisions for buying by themselves.

According to the analysis on the relationship between general information of buyers and their behavior of buying woven products and the analysis on the relationship between general information of buyers and factors affecting the choice of buying woven products, they were found that the sample buyers from different provinces show the relationships between

themselves and factors such as types of woven products, purchase expenses, buying reasons, purchase frequency, buying information sources, interpersonal skill of sellers, sellers' knowledge about their products, and their eagerness to serve. The sample buyers with different genders are related to the number of woven products, reasons for buying, and buying information sources. The sample buyers with different ages are related to types of woven products, the number of woven products, purchase expenses, reasons for buying, buying information sources, reasonable prices, as well as sellers' interpersonal skill, and the sample buyers who have different incomes are related to types of woven products, the number of woven products, purchase expenses, reasons for buying, purchase frequency, buying information sources and quick service.

The study result of factors affecting the choice of buying woven product in Nan province was revealed that the sample buyers rate the influence as a high level of following factors; products, prices, personnel, service process, location and quality service, and they rate the influence as a moderate level of following factors; product distribution and marketing promotion.

The sample buyers who are residents in Nan Province emphasized firstly on the location and quality of services, secondly on personnel, and thirdly on the products, and the sample buyers from other provinces of the Thailand emphasized firstly on personnel, secondly on location as well as service quality, and thirdly on service process.

Key word : factors affecting the choice of buying, the choice of buying woven product, woven product, Nan province, the behavior of buying

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ผ้าเป็นวัสดุที่ผลิตได้จากเส้นใยธรรมชาติ หรือเส้นใยสังเคราะห์ โดยผ่านกระบวนการทอการถัก หรือวิธีอื่นๆ ทำให้มีลักษณะเป็นแผ่นแบน (ศูนย์เทคโนโลยีโลหะและวัสดุแห่งชาติ, 2559) ผ้าเป็นวัสดุที่ใช้สำหรับทำเครื่องนุ่งห่ม จึงเป็นปัจจัยพื้นฐานที่ใช้ในการดำรงชีวิต งานทอผ้าเป็นงานศิลปหัตถกรรมที่เรียนรู้สืบทอดกันภายในครอบครัว ในอดีตงานทอผ้าเป็นงานเฉพาะของผู้หญิงที่จะทำในยามว่าง ทุกครัวเรือนจะทำการทอผ้าเพื่อไว้ใช้เองในครัวเรือน และยังมี การทอผ้าไว้สำหรับเป็นของขวัญมอบให้ผู้อื่นในเทศกาลและงานมงคลต่างๆ เช่น งานแต่งงาน งานบวช ทำบุญขึ้นบ้านใหม่ เทศกาลสงกรานต์ รวมถึงการทอผ้าถวายวัด ในงานบุญทอดผ้าป่า ทอดผ้ากฐิน เป็นต้น (สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน, 2559) การทอผ้าจึงนับได้ว่าเป็นหัตถกรรมพื้นบ้านที่เกิดจากภูมิปัญญาชาวบ้าน เทคนิคการทอ ลวดลายบนผืนผ้า สัญลักษณ์ต่างๆ บ่งบอกถึงเอกลักษณ์และวัฒนธรรมความเป็นอยู่ของแต่ละท้องถิ่น (มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2544)

จากการจัดทำยุทธศาสตร์ และแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรายสาขา ทำให้ทราบว่าในภาคอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มมีสัดส่วนมูลค่าเพิ่มต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศคิดเป็นร้อยละ 2.2 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมทั้งประเทศ และมีสัดส่วนมูลค่าเพิ่มเป็นอันดับที่ 4 รองจากอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม อุตสาหกรรมเครื่องจักรสำนักงาน และอุตสาหกรรมยานยนต์ ตามลำดับ

และในระหว่างปี พ.ศ. 2550 – 2554 มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 3 ซึ่งมีมูลค่าการส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มเฉลี่ย 150,000 ล้านบาทต่อปี ซึ่งถือว่าอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มมีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจไทยเป็นอย่างมาก (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2556)

จากข้อมูลอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มในปัจจุบันมีการผลิตที่ลดลง รวมทั้งสัดส่วนอุตสาหกรรม การผลิตต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ และสัดส่วนอุตสาหกรรมการผลิตจังหวัดน่านต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด ทั้งสองกลุ่มข้อมูลก็มีสัดส่วนการผลิตที่ลดลง จึงควรที่จะได้รับ การส่งเสริมและสนับสนุนให้ ก้าวหน้าไปพร้อมกับอุตสาหกรรมผลิตอื่นๆ ซึ่งการส่งเสริมอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม จะช่วยลด การว่างงาน เพิ่มการจ้างงาน ก่อให้เกิดรายได้ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2556) จะ เห็นว่าถ้ามีการส่งเสริมการทำงานของชนกลุ่มเล็กๆ ก็จะก่อให้เกิดการทำงาน เกิดการผลิต สร้างรายได้ สร้าง ความมั่นคงทางอาชีพ และทางการเงินให้กับผู้ผลิต

ในปัจจุบันจังหวัดน่านมีการส่งเสริมอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม เพื่อสร้างรายได้ให้กับครัวเรือน แหล่งชุมชน ซึ่งพื้นฐานทางเศรษฐกิจของจังหวัดน่านนั้น มีการทอผ้าเพื่อไว้ใช้ภายในครัวเรือน จึงได้มีการ ส่งเสริมและสนับสนุนการทอผ้าเพื่อสร้างรายได้ให้กับครัวเรือน ชุมชน และภาคอุตสาหกรรมขนาดย่อม และ จากการส่งเสริมและสนับสนุนการทอผ้า ทำให้ผ้าทอของจังหวัดน่านเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั้งในประเทศ และต่างประเทศ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเห็นว่า การทอผ้าพื้นเมือง ควรที่จะได้รับการส่งเสริม เพื่อสร้างรายได้กับ ครัวเรือน และชุมชนขนาดเล็ก จึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงพฤติกรรม การซื้อและปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อ ผลิตภัณฑ์ผ้าทอของจังหวัดน่าน เพื่อเป็นแนวทางในการผลิตผ้าทอให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งจะ ทำให้ผู้ผลิตมีรายได้เพิ่มขึ้น และทำการส่งเสริมการผลิตผ้าทอ ให้เป็นรากฐานทางเศรษฐกิจ

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

- 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอของจังหวัดน่าน
- 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอของจังหวัดน่าน

วิธีการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการเก็บแบบสอบถาม ประกอบด้วย 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ กลุ่มของผู้ซื้อ (จังหวัดน่าน/ต่างจังหวัด) เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ผ้าทอที่ซื้อ จำนวนผลิตภัณฑ์ผ้าทอ ที่ซื้อ (ชิ้น) ค่าใช้จ่ายในการซื้อ เหตุผลในการเลือกซื้อ ความถี่ในการซื้อ (ครั้งต่อปี) แหล่งข้อมูลในการซื้อ บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ เช่น คุณภาพของผลิตภัณฑ์ รูปแบบสวยงาม วัตถุประสงค์ที่ใช้ ผู้ผลิต วิธีการผลิต ด้านราคา เช่น มีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน ราคามีความเหมาะสม ด้านการจัดจำหน่าย เช่น มีบริการจัดส่งสินค้า ด้านการส่งเสริมการตลาด มีส่วนลดราคา การโฆษณา ผ่านสื่อต่างๆ การรับชำระด้วยบัตรเครดิต มีการปรับเปลี่ยนสินค้า ด้านบุคลากร เช่น มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มี

ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการให้บริการ เช่น ให้บริการรวดเร็ว มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ ด้านสถานที่และคุณภาพการบริการ เช่น ความสะดวกในการเดินทาง สถานที่จอดรถเพียงพอ การจัดตกแต่งร้านค้าสวยงาม ความสะอาดของร้านค้า

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูล จะแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และข้อมูลพฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอ ทำการวิเคราะห์เชิงพรรณนา ความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)

ส่วนที่ 2 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามกับข้อมูลพฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอ โดยใช้การทดสอบความเป็นอิสระ (Chi-Square test for independence) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอ ทำการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอในด้านต่างๆ โดยกำหนดหลักเกณฑ์การให้คะแนนความสำคัญตามเทคนิคการวัดทัศนคติตามแนวคิดของลิเคิร์ต (Likert Scale) แบ่งระดับความสำคัญออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ระดับความสำคัญมากที่สุด	ให้คะแนนเท่ากับ 5 คะแนน
ระดับความสำคัญมาก	ให้คะแนนเท่ากับ 4 คะแนน
ระดับความสำคัญปานกลาง	ให้คะแนนเท่ากับ 3 คะแนน
ระดับความสำคัญน้อย	ให้คะแนนเท่ากับ 2 คะแนน
ระดับความสำคัญน้อยที่สุด	ให้คะแนนเท่ากับ 1 คะแนน

การแปลความหมายของคะแนนใช้ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก (Weight Mean Score) ของคะแนนความสำคัญเป็นเกณฑ์ในการแปลผล โดยกำหนดช่วงค่าเฉลี่ยของคะแนนความสำคัญในแต่ละระดับความสำคัญ ดังนี้

ช่วงคะแนนค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00	หมายถึง ระดับความสำคัญมากที่สุด
ช่วงคะแนนค่าเฉลี่ย 3.51 – 4.50	หมายถึง ระดับความสำคัญมาก
ช่วงคะแนนค่าเฉลี่ย 2.51 – 3.50	หมายถึง ระดับความสำคัญปานกลาง
ช่วงคะแนนค่าเฉลี่ย 1.51 – 2.50	หมายถึง ระดับความสำคัญน้อย
ช่วงคะแนนค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.50	หมายถึง ระดับความสำคัญน้อยที่สุด

ผลการศึกษา

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสุ่มบังเอิญ โดยใช้แบบสอบถาม จำนวน 330 ราย และทำการจำแนกตัวอย่างผู้ซื้อออกเป็น 2 กลุ่ม พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อที่มีภูมิลำเนาในจังหวัดน่านมีจำนวน 234 ราย และกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อที่มีภูมิลำเนาต่างจังหวัด จำนวน 96 ราย

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อที่มีภูมิลำเนาในจังหวัดน่าน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 21 – 30 ปี มีสถานภาพโสด จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 5,000 – 9,999 บาท ส่วนกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อที่มีภูมิลำเนาต่างจังหวัด ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 21 – 30 ปี มีสถานภาพสมรส จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจและมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 20,000 บาท

พฤติกรรมกรรมการเลือกซื้อของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อที่มีภูมิลำเนาในจังหวัดน่าน ส่วนใหญ่เลือกซื้อเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย จำนวน 1 – 2 ชิ้นต่อครั้ง มีค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้งประมาณ 500 – 999 บาท มีเหตุผลในการเลือกซื้อเพื่อนำไปใช้เอง มีความถี่ในการซื้อน้อยกว่า 5 ครั้งต่อปี ทราบแหล่งข้อมูลในการซื้อจากการบอกแบบปากต่อปาก และตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอด้วยตนเอง ส่วนกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อที่มีภูมิลำเนาต่างจังหวัด ส่วนใหญ่จะเลือกซื้อผ้าเป็นผืน จำนวน 1 – 2 ชิ้นต่อครั้ง มีค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้งประมาณ 1,000 – 1,499 บาท มีเหตุผลในการเลือกซื้อเพื่อนำไปใช้เอง มีความถี่ในการซื้อน้อยกว่า 5 ครั้งต่อปี ทราบแหล่งข้อมูลในการซื้อจากอินเทอร์เน็ตหรือสิ่งตีพิมพ์ และตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอด้วยตนเอง

การวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อ กับข้อมูลพฤติกรรมกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอ และการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อ กับปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอ ได้ผลการศึกษาดังนี้

กลุ่มผู้ซื้อที่มีภูมิลำเนาแตกต่างกันจะมีความสัมพันธ์กับชนิดของผลิตภัณฑ์ผ้าทอที่ซื้อ ค่าใช้จ่ายในการซื้อ เหตุผลในการเลือกซื้อ ความถี่ในการซื้อ แหล่งข้อมูลในการซื้อ การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี การมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และการมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ เช่น ภูมิลำเนาแตกต่างกันทำให้ชนิดของผลิตภัณฑ์ผ้าทอที่ซื้อต่างกัน ถ้าเป็นคนน่านมักซื้อเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย แต่ถ้าเป็นคนต่างจังหวัดมักซื้อผ้าเป็นผืน และภูมิลำเนาแตกต่างกันทำให้ค่าใช้จ่ายในการซื้อต่างกัน ถ้าเป็นคนน่านจะมีค่าใช้จ่ายประมาณ 500 – 999 บาท แต่ถ้าเป็นคนต่างจังหวัดจะมีค่าใช้จ่ายประมาณ 1,000 – 1,499 บาท เป็นต้น

กลุ่มผู้ซื้อที่มีเพศแตกต่างกันจะมีความสัมพันธ์กับจำนวนผลิตภัณฑ์ผ้าทอ เหตุผลในการเลือกซื้อ และแหล่งข้อมูลในการซื้อ เช่น เพศแตกต่างกันทำให้จำนวนผลิตภัณฑ์ผ้าทอที่ซื้อต่างกัน เพศหญิงมักซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอมากกว่าเพศชาย และเพศแตกต่างกันจะใช้เหตุผลในการเลือกซื้อต่างกัน เพศหญิงส่วนใหญ่ซื้อเพื่อนำไปใช้เอง แต่ถ้าเป็นเพศชายจะซื้อเพื่อนำไปใช้เองและเพื่อเป็นของขวัญหรือของฝาก เป็นต้น

กลุ่มผู้ซื้อที่มีอายุแตกต่างกันจะมีความสัมพันธ์กับชนิดของผลิตภัณฑ์ผ้าทอที่ซื้อ จำนวนผลิตภัณฑ์ผ้าทอ ค่าใช้จ่ายในการซื้อ เหตุผลในการเลือกซื้อ แหล่งข้อมูลในการซื้อ ราคาที่เหมาะสม และการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี เช่น อายุแตกต่างกันทำให้ชนิดของผลิตภัณฑ์ผ้าทอที่ซื้อต่างกัน ผู้ซื้อที่อายุ 11 – 30 ปี ส่วนใหญ่จะซื้อเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย แต่ถ้าเป็นผู้ซื้ออายุ 31 ปี ขึ้นไป ก็จะซื้อทั้งเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายและผ้าเป็นผืน และอายุแตกต่างกันทำให้ค่าใช้จ่ายในการซื้อต่างกัน ผู้ซื้อที่อายุ 21 – 40 จะมีค่าใช้จ่ายประมาณ 500 – 999 บาท ส่วนผู้ซื้อที่มีอายุ 41 ปี ขึ้นไป จะมีค่าใช้จ่ายประมาณ 1,000 – 1,499 บาท เป็นต้น

กลุ่มผู้ซื้อที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันจะมีความสัมพันธ์กับชนิดของผลิตภัณฑ์ผ้าทอที่ซื้อ จำนวนผลิตภัณฑ์ผ้าทอ ค่าใช้จ่ายในการซื้อ เหตุผลในการเลือกซื้อ ความถี่ในการซื้อ แหล่งข้อมูลในการซื้อ และการให้บริการรวดเร็ว เช่น รายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันทำให้ชนิดของผลิตภัณฑ์ผ้าทอที่ซื้อต่างกัน ผู้ซื้อที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 20,000 บาท จะซื้อเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย แต่ถ้าเป็นผู้ซื้อที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนตั้งแต่ 20,000 บาท ขึ้นไป จะซื้อผ้าเป็นผืน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันทำให้ค่าใช้จ่ายในการซื้อต่างกัน ผู้ซื้อที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 5,000 บาท จะมีค่าใช้จ่ายน้อยกว่า 500 บาท ผู้ซื้อที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 – 14,999 บาท จะมีค่าใช้จ่ายประมาณ 500 – 999 บาท ผู้ซื้อที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 – 19,000 บาท จะมีค่าใช้จ่ายประมาณ 1,000 – 1,499 บาท และผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 20,000 บาท จะมีค่าใช้จ่ายมากกว่า 1,500 บาท เป็นต้น

จากการศึกษา กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อได้ให้ระดับความมีอิทธิพลในระดับมากกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านสถานที่และคุณภาพการบริการ และให้ระดับความมีอิทธิพลระดับปานกลางกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ถ้าจำแนกตามกลุ่มผู้ซื้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อที่มีภูมิลำเนาในจังหวัดน่านให้ความสำคัญอันดับที่ 1 คือปัจจัยด้านสถานที่และคุณภาพการบริการ อันดับที่ 2 คือปัจจัยด้านบุคลากร และอันดับที่ 3 คือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ส่วนกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อที่มีภูมิลำเนาต่างจังหวัดให้ความสำคัญอันดับที่ 1 คือปัจจัยด้านบุคลากร อันดับที่ 2 คือปัจจัยด้านสถานที่และคุณภาพการบริการ และอันดับที่ 3 คือปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

การให้อันดับความสำคัญ และระดับความมีอิทธิพลของปัจจัยในแต่ละด้าน ได้ผลการศึกษาดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 อันดับความสำคัญ และระดับความมีอิทธิพลของปัจจัยด้านต่างๆ จำแนกตามกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อ

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อ	ภูมิลำเนาจังหวัดน่าน		ภูมิลำเนาต่างจังหวัด		รวม	
	คะแนนเฉลี่ย	อันดับ	คะแนนเฉลี่ย	อันดับ	คะแนนเฉลี่ย	ระดับอิทธิพล
ด้านผลิตภัณฑ์	3.870	3	3.387	7	3.890	มาก
ด้านราคา	3.536	5	3.604	4	3.556	มาก
ด้านการจัดจำหน่าย	3.475	6	3.563	5	3.488	ปานกลาง
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.419	7	3.466	6	3.433	ปานกลาง
ด้านบุคลากร	3.891	2	4.130	1	3.961	มาก
ด้านกระบวนการให้บริการ	3.776	4	3.922	3	3.818	มาก
ด้านสถานที่และคุณภาพการบริการ	3.987	1	4.026	2	3.998	มาก

สรุปและข้อเสนอแนะ

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อที่มีภูมิลำเนาในจังหวัดน่านมักจะซื้อเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย ราคา 500 – 999 บาท จากแหล่งข้อมูลแบบปากต่อปาก ดังนั้นถ้าลูกค้าเป็นคนจังหวัดน่าน ร้านค้าควรแนะนำสินค้าประเภทเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย ราคาประมาณ 500 – 999 บาท คุณภาพของผ้าเหมาะสมกับราคา มีการเชิญชวนให้ลูกค้ากลับมาซื้อซ้ำ และถ้าลูกค้าประทับใจในสินค้าและบริการให้ช่วยบอกต่อ ในเรื่องของการให้ความสำคัญ คนจังหวัดน่านจะให้ความสำคัญกับด้านสถานที่และคุณภาพการบริการมากที่สุด ในเรื่องของความสะดวก ดังนั้นจึงควรทำความสะอาดร้านค้าอย่างสม่ำเสมอ เพื่อเป็นการดึงดูดผู้ซื้อให้เข้ามาเยี่ยมชมสินค้า รองลงมาให้ความสำคัญกับด้านบุคลากร ในเรื่องของการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ดังนั้นผู้ขายจึงควรพูดจาไพเราะ อ่อนหวาน มีหน้าตายิ้มแย้ม เพื่อสร้างความประทับใจให้กับผู้ซื้อ และรองลงมาให้ความสำคัญกับด้านผลิตภัณฑ์ ในเรื่องของการรูปแบบสวยงาม ดังนั้นผู้ผลิตควรออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สวยงาม ทันสมัย สวมใส่ได้หลายโอกาส

กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อที่มีภูมิลำเนาต่างจังหวัดมักจะซื้อเสื้อผ้าเป็นผืน ราคา 1,000 – 1,499 บาท จากแหล่งข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตหรือสิ่งตีพิมพ์ ดังนั้นถ้าลูกค้าเป็นคนต่างจังหวัด ร้านค้าควรแนะนำสินค้าประเภทผ้าเป็นผืน ราคาประมาณ 1,000 – 1,499 บาท และการที่จะเพิ่มลูกค้าในกลุ่มนี้ได้ จะต้องมีการโฆษณาผ่าน

สื่อต่างๆ ให้มากขึ้น ในเรื่องการให้ความสำคัญ คนต่างจังหวัดให้ความสำคัญกับ ด้านบุคลากรมากที่สุด ในเรื่องของการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ดังนั้นผู้ชายจึงควรพูดจาไพเราะ อ่อนหวาน มีหน้าตายิ้มแย้ม ร่องลงมาให้ความสำคัญกับด้านสถานที่และคุณภาพการบริการ ในเรื่องของความสะอาดของร้านค้า ดังนั้นจึงควรทำความสะอาดร้านค้าอย่างสม่ำเสมอ เพื่อเป็นการดึงดูดผู้ซื้อให้เข้ามาเยี่ยมชมสินค้า และร่องลงมาให้ความสำคัญกับด้านกระบวนการให้บริการ ดังนั้นผู้ชายจะต้องมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ จะทำให้ผู้ซื้อเกิดความประทับใจและกลับมาซื้อซ้ำ

ข้อเสนอแนะ

ในการศึกษาครั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างที่นำมาศึกษามีจำนวน 330 ราย อาจจะไม่ครอบคลุมกลุ่มผู้ซื้อทั้งหมด เนื่องจากระยะเวลาในการเก็บข้อมูลมีจำกัด การศึกษาในครั้งต่อไปถ้ามีระยะเวลาในการเก็บข้อมูลนานกว่านี้ จะเพิ่มกลุ่มตัวอย่างให้มากขึ้น เพื่อให้ได้ตัวอย่างข้อมูลที่ใกล้เคียงกับความเป็นจริง

การศึกษาครั้งนี้ ทำการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทั่วไปกับพฤติกรรมการเลือกซื้อและทำการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทั่วไปกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอของจังหวัดน่าน ในการศึกษาครั้งต่อไปอาจใช้การวิเคราะห์แบบอื่นๆ ด้วย เช่น การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติก เป็นต้น เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องและแม่นยำมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะนำไปเป็นประโยชน์กับผู้ผลิตผู้ประกอบการ และบุคคลอื่นๆ ที่สนใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ผ้าทอ

เอกสารอ้างอิง

- เกษมณี ยานะโส. (2553). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าฝ้ายทอมือของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่.** (การค้นคว้าแบบอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).
- ข่าวประชาสัมพันธ์พื้นที่พิเศษ. (2557). **อพท.น่านผนึกสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอเพิ่มศักยภาพชุมชนผลิตผ้าฝ้ายและผลิตภัณฑ์** **ปั่นรายได้จากการท่องเที่ยว.** สืบค้นเมื่อ 31 สิงหาคม 2559, จาก <http://www.dasta.or.th/dastaarea6/th/auto-generate-from-title/item/226>
- คณินิจ อินวิน. (2554). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมบ้านถวายของนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติ.** (การค้นคว้าแบบอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).
- ไชยกร เลิศศรีณพงษ์. (2552). **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่.** (การค้นคว้าแบบอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).
- ฐิติรัตน์ วัฒนาพันธ์. (2559, 12 กุมภาพันธ์). **จังหวัดน่าน เปิดงานมหกรรมเครื่องเงินและผ้าทอเมืองน่าน ครั้งที่ 3 เทศกาลดอกชมพูภูคาบานผ้าทอน่าน 2 สู่อาเซียน ปี 2559.** สืบค้นเมื่อ 1 กันยายน 2559, จาก <http://region3.prd.go.th/ct/news/viewnews.php?ID=160212215753>
- มหาวิทยาลัยศิลปากร. (2544). **ผ้าพื้นเมือง การสำรวจผู้ผลิตทั่วประเทศ โครงการพัฒนาผ้าภาคพื้นเมืองในทุกจังหวัด.** กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ยุธ ใทยวรรณ. (2554). **สถิติสำหรับการวิจัย (Statistics for Research).** กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือราชภัฏพระนคร.

- รัฐบาลไทย. (2559). **จังหวัดน่านหนุนพัฒนาผ้าทอเมืองน่านสู่อุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์**. สืบค้นเมื่อ 1 กันยายน 2559, จาก <http://www.thaigov.go.th/index.php/th/news-ministry/2012-08-15-09-45-02/item/104647>
- วันทนี ภูมิภัทราคม, ทับทิม วงศ์ประยูร, ดวงตา สราญรมย์ และ วรุณี เขาวนัสสุขุม. (2544). **เศรษฐศาสตร์ทั่วไป**. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: บริษัท แม็ทปอยท์ จำกัด.
- วิกานดา ศรีกอก. (2549). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปผ้าฝ้ายทอมือของหมู่บ้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวบ้านดอนหลวง อำเภอป่าซาง จังหวัดลำพูน**. (การค้นคว้าแบบอิสระ เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).
- วิเชียร วงศ์นิชชากุล, ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว และโชติรส กมลสวัสดิ์. (2550). พิมพ์ครั้งที่ 11. **หลักการตลาด**. กรุงเทพฯ: บริษัทฐานบัณฑิต จำกัด.
- สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน. ใน **โครงการสารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน เล่มที่ 21**. (2559). **ศิลปะการทอผ้าไทย**. สืบค้นเมื่อ 22 สิงหาคม 2559, จาก <http://kanchanapisek.or.th/kp6/sub/book/book.php?book=21&chap=3&page=t21-3-infodetail01.html>
- สูตรการหาขนาดกลุ่มตัวอย่าง**. (2559). สืบค้นเมื่อ 7 ตุลาคม 2559, จาก www.edu.ru.ac.th/images/edu_files/formulation_example.pdf
- ศูนย์เทคโนโลยีโลหะและวัสดุแห่งชาติ. (2559). **ผ้า (Fabrics)**. สืบค้นเมื่อ 13 สิงหาคม 2559, จาก <http://www2.mtec.or.th/th/research/textile/fabrics.html>
- สุจิตรา กุลประสิทธิ์. (2550). **เศรษฐศาสตร์จุลภาค**. กรุงเทพฯ: ออฟเซ็ท.
- สุปรีย์ ผุดผ่องพรรณ. (2553). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าหม้อห้อมในตำบลทุ่งไ้ย้ง อำเภอเมือง จังหวัดแพร่**. (การค้นคว้าแบบอิสระ เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2556, 4 ตุลาคม). **ยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรายสาขา**. สืบค้นเมื่อ 26 สิงหาคม 2559, จาก <http://www.sme.go.th/Lists/EditorInput/DispF.aspx?List=15dca7fb-bf2e-464e-97e5-440321040570&ID=2095>
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2559). **ผลิตภัณฑ์ภาคและจังหวัด**. สืบค้นเมื่อ 26 สิงหาคม 2559, จาก http://www.nesdb.go.th/main.php?filename=gross_regional
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2559). **ภาวะเศรษฐกิจในประเทศรายไตรมาส**. สืบค้นเมื่อ 26 สิงหาคม 2559, จาก http://www.nesdb.go.th/main.php?filename=qgdp_page
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2559, 15 สิงหาคม). **เอกสารแถลงข่าว**. สืบค้นเมื่อ 26 สิงหาคม 2559, จาก http://www.nesdb.go.th/main.php?filename=QGDP_report