

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษานี้ เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามถามนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเมือง เชียงใหม่ จำนวน 138 คน โดยนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ซึ่งแบ่งวิเคราะห์ออกเป็น

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่

- เพศ
- สถานภาพการสมรส
- อายุ
- ระดับการศึกษา
- อาชีพปัจจุบัน
- รายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยประมาณ
- ภูมิลำเนาในปัจจุบัน

ส่วนที่ 2 ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขา ได้แก่

ประเภทผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขาที่นักท่องเที่ยวรู้จัก

- ประเภทผ้าทอ
- ประเภทผ้าปัก
- ประเภทจักสาน
- ประเภทเครื่องเงิน

แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขา

- จากเพื่อนแนะนำ
- จากการโฆษณา
- ญาติ
- งานแสดงสินค้าต่างๆ
- การนำพาของบริษัท
- รู้ด้วยตนเอง

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขา ได้แก่

ประเภทผลิตภัณฑ์หัตถกรรมที่นักท่องเที่ยวชาวไทยซื้อ

- ประเภทผ้าทอ
- ประเภทผ้าปัก
- ประเภทจักสาน
- ประเภทเครื่องเงิน

ปริมาณในการซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขา

ความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขา

วัตถุประสงค์ในการซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขา

แหล่งที่ซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขา

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจต่อการซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขา ด้าน

ผลิตภัณฑ์ (Product)

ด้านราคา (Price)

สถานที่ที่จำหน่าย (Place)

การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม**ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ**

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	49	35.5
หญิง	89	64.5
รวม	138	100.0

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง จำนวน 89 ราย ร้อยละ 64.5 และเป็นเพศชาย จำนวน 49 ราย ร้อยละ 35.5

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	80	58.0
สมรสแล้ว	49	35.5
แยกกันอยู่	1	0.7
หย่าร้าง	4	2.9
หม้าย	4	2.9
รวม	138	100.0

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีสถานภาพเป็นโสด จำนวน 80 ราย ร้อยละ 58 สมรสแล้วจำนวน 49 ราย ร้อยละ 35.5 หย่าร้างและหม้ายจำนวน 4 ราย ร้อยละ 2.9 และแยกกันอยู่จำนวน 1 ราย ร้อยละ 0.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	25	18.1
20-30 ปี	46	33.3
31-40 ปี	43	31.2
41-50 ปี	19	13.8
มากกว่า 50 ปี	5	3.6
รวม	138	100.0

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุระหว่าง 20 - 30 ปี จำนวน 46 ราย ร้อยละ 33.3 อายุระหว่าง 31 - 40 ปีจำนวน 43 ราย ร้อยละ 31.2 อายุต่ำกว่า 20 ปีจำนวน 25 ราย ร้อยละ 18.1 อายุระหว่าง 41 - 50 ปี จำนวน 19 ราย ร้อยละ 13.8 และผู้อายุมากกว่า 50 ปี จำนวน 5 ราย ร้อยละ 3.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	8	5.8
มัธยมศึกษาหรือ ปวช	40	29.0
อนุปริญญาหรือ ปวส	11	8.0
ปริญญาตรี	67	48.6
สูงกว่าปริญญาตรี	12	8.6
รวม	138	100.0

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 67 ราย ร้อยละ 48.6 มัธยมศึกษา หรือ ปวช จำนวน 40 ราย ร้อยละ 29.0 สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 12 ราย ร้อยละ 8.7 อนุปริญญา หรือ ปวส จำนวน 11 ราย ร้อยละ 8 และระดับการศึกษาด้านต่ำกว่ามัธยมศึกษา จำนวน 8 ราย ร้อยละ 5.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

ระดับอาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	35	25.4
รับราชการ	25	18.1
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4	2.9
ธุรกิจส่วนตัว	50	36.2
พนักงานบริษัทเอกชน	24	17.4
รวม	138	100.0

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวจำนวน 50 ราย ร้อยละ 36.2 รองลงมาได้แก่นักเรียน/ นักศึกษาจำนวน 35 ราย ร้อยละ 25.4 รับราชการจำนวน 25 ราย ร้อยละ 18.1 พนักงานบริษัทเอกชนจำนวน 24 ราย ร้อยละ 17.4 และพนักงานรัฐวิสาหกิจจำนวน 4 ราย ร้อยละ 2.9 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	37	26.8
5,000 – 10,000 บาท	38	27.5
10,001 – 15,000 บาท	23	16.7
15,001 – 20,000 บาท	15	10.9
20,001 – 25,000 บาท	11	8.0
25,001 – บาทขึ้นไป	14	10.1
รวม	138	100.0

จากตารางที่ 6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้ระหว่าง 5,000 - 10,000 บาท จำนวน 38 ราย ร้อยละ 27.5 รายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท จำนวน 37 ราย ร้อยละ 26.8 รายได้ระหว่าง 10,001- 15,000 บาทจำนวน 23 ราย ร้อยละ 16.7 รายได้ระหว่าง 15,001-20,000 บาท จำนวน 15 ราย ร้อยละ 10.9 รายได้ระหว่าง 25,001 บาท ขึ้นไปจำนวน 14 ราย ร้อยละ 10.1 และ รายได้ระหว่าง 20,001 – 25,000 บาท จำนวน 11 ราย ร้อยละ 8 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามภูมิลำเนา

ภูมิลำเนาในปัจจุบัน	จำนวน	ร้อยละ
ภาคเหนือ	96	69.6
ภาคกลาง	26	18.8
ภาคใต้	3	2.2
ภาคตะวันออก	4	2.9
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	9	6.5
รวม	138	100.0

จากตารางที่ 7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีภูมิลำเนาอยู่ภาคเหนือ จำนวน 96 ราย ร้อยละ 69.6 ภาคกลางจำนวน 26 ราย ร้อยละ 18.8 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือจำนวน 9 ราย ร้อยละ 6.5 ภาคตะวันออกจำนวน 4 ราย ร้อยละ 2.9 และภาคใต้จำนวน 3 ราย ร้อยละ 2.2 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขา

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผลิตภัณฑ์หัตถกรรม ชาวเขาประเภทผ้าทอ ประเภทผ้าปัก ประจักษ์สถาน และเครื่องเงิน

ประเภท	รู้จัก	
	จำนวน	ร้อยละ
ประเภทผ้าทอ - ผ้าปูโต๊ะ	74	53.6
- ผ้าถุง	86	62.3
- ถุงย่าม	105	76.1
- เสื้อ	110	79.7
- กระเป๋าตุ๊กตา	10	7.2
ประเภทผ้าปัก - ผ้าถุง	67	48.6
- ถุงย่าม	79	57.2
- เสื้อ	96	69.6
- ผ้าคลุมเตียง	7	5.1
ประเภทจักสาน - ตะกร้า	101	73.2
- หมวก	81	58.7
- ก่อ	8	5.8
เครื่องเงิน - สร้อยคอ	104	75.4
- กำไล	112	81.2
- แหวน	9	6.5

ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 138 ราย

จากตารางที่ 8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนส่วนใหญ่รู้จักประเภทผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขา ประเภทผ้าทอได้แก่เสื้อ มากกว่าประเภทอื่น ประเภทผ้าปักได้แก่เสื้อ มากกว่าประเภทอื่น ประเภทจักสาน ได้แก่ตะกร้ามากกว่าประเภทอื่น และประเภทเครื่องเงินได้แก่สร้อยคอ มากกว่าประเภทอื่น

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งข้อมูลที่ได้รับทราบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขา

แหล่งข้อมูลที่ได้รับทราบ แหล่งผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขา	รู้จัก	
	จำนวน	ร้อยละ
จากเพื่อนแนะนำ	37	26.8
จากการโฆษณา	23	16.7
ญาติ	23	16.7
งานแสดงสินค้าต่างๆ	87	63.0
การนำพาของบริษัท	7	5.1
รู้ด้วยตนเอง	90	65.2
รวม	267	32.25

ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 138 ราย

จากตารางที่ 9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับทราบเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขา ด้วยวิธีรู้ด้วยตนเองมากกว่าแหล่งอื่น

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม ประเภทผลิตภัณฑ์
 หัตถกรรมชาวเขาที่รู้จักและเพศ

ประเภทผลิตภัณฑ์	เพศ	
	ชาย	หญิง
ประเภทผ้าทอ- ผ้าปูโต๊ะ	25 (33.8)	49 (66.2)
- ผ้าถุง	24 (27.9)	62 (72.1)
- ถุงขำม	38 (36.2)	67 (63.8)
- เสื้อ	41 (37.3)	69 (62.7)
- กระเป๋าสตีกดา	4 (40.0)	6 (60.0)
ประเภทผ้าปัก-ผ้าปูโต๊ะ	23 (32.4)	48 (67.6)
- ผ้าถุง	18 (26.9)	49 (73.1)
- ถุงขำม	27 (34.2)	52 (65.8)
- เสื้อ	36 (37.5)	60 (62.5)
- ผ้าคลุมเตียง	2 (28.6)	5 (71.4)
ประเภทจักสาน-ตะกร้า	37 (36.6)	64 (63.4)
- หมวก	28 (34.6)	53 (65.4)
- ก่อง	3 (37.5)	5 (62.5)
ประเภทเครื่องเงิน-สร้อยคอ	37 (35.6)	67 (64.4)
- กำไล	40 (35.7)	72 (64.3)
- แหวน	4 (44.4)	5 (55.6)

ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 138 ราย

จากตารางที่ 10 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จำแนกตามเพศ โดยทั้งเพศชาย และเพศหญิง รู้จักผลิตภัณฑ์ชาวเขา ประเภทผ้าทอได้แก่เสื้อ ประเภทผ้าปักได้แก่เสื้อ ประเภท จักสานได้แก่ตะกร้า และประเภทเครื่องเงิน ได้แก่กำไล มากกว่าชนิดอื่น

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Chiang Mai University

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์
 ทัศนคติของชาวเขาที่รู้จักและอายุ

ประเภทผลิตภัณฑ์	อายุ				
	ต่ำกว่า20ปี	20-30ปี	31-40ปี	41- 50ปี	มากกว่า50ปี
ประเภทผ้าทอ- ผ้าปูโต๊ะ	9 (12.2)	30 (40.5)	23 (31.1)	9 (12.2)	3 (4.1)
- ผ้าถุง	14 (16.3)	30 (34.9)	24 (27.9)	14 (16.3)	4 (4.7)
- ถุงข้อม	18 (17.1)	38 (36.2)	31 (29.5)	14 (13.3)	4 (3.8)
- เสื้อ	16 (14.5)	42 (38.2)	34 (30.9)	14 (12.7)	4 (3.6)
- กระเป๋าตุ๊กตา	1 (10.0)	5 (50.0)	3 (30.0)	1 (10.0)	0 (0.0)
ประเภทผ้าปัก-ผ้าปูโต๊ะ	13 (18.3)	27 (38.0)	19 (26.8)	10 (14.1)	2 (2.8)
- ผ้าถุง	12 (17.9)	27 (40.3)	16 (23.9)	10 (14.9)	2 (3.0)
- ถุงข้อม	14 (17.7)	28 (35.4)	24 (30.4)	11 (13.9)	2 (2.5)
- เสื้อ	17 (17.7)	36 (37.5)	27 (28.1)	14 (14.6)	2 (2.1)
- ผ้าคลุมเตียง	0 (0)	3 (42.9)	3 (42.9)	1 (14.3)	0 (0)
ประเภทจักสาน-ตะกร้า	17 (16.8)	36 (35.6)	30 (29.7)	14 (13.9)	4 (4.0)
- หมวก	14 (17.3)	33 (40.7)	23 (28.4)	9 (11.1)	2 (2.5)
- ก่อง	1 (12.5)	3 (37.5)	2 (25.0)	1 (12.5)	1 (12.5)
ประเภทเครื่องเงิน-สร้อยคอ	17 (16.3)	38 (36.5)	31 (29.8)	15 (14.4)	3 (2.9)
- กำไล	21 (18.8)	40 (35.7)	33 (29.5)	14 (12.5)	4 (3.6)
- แหวน	1 (11.1)	4 (44.4)	3 (33.3)	0 (0)	1 (11.1)

ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 138 ราย

จากตารางที่ 11 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จำแนกตามอายุ โดยอายุต่ำกว่า 20 ปี ส่วนใหญ่รู้จักผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขา ประเภทผ้าทอได้แก่ถุงย่าม ประเภทผ้าปักได้แก่เสื่อ ประเภทจักสานได้แก่ตะกร้า และประเภทเครื่องเงินได้แก่กำไล มากกว่าชนิดอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20-30 ปี ส่วนใหญ่รู้จักผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขาประเภทผ้าทอได้แก่เสื่อประเภทผ้าปักได้แก่เสื่อ ประเภทจักสานได้แก่ตะกร้า และประเภทเครื่องเงินได้แก่กำไล มากกว่าชนิดอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31-40 ปี ส่วนใหญ่รู้จักผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขา ประเภทผ้าทอได้แก่เสื่อ ประเภทผ้าปักได้แก่เสื่อ ประเภทจักสานได้แก่ตะกร้า และประเภทเครื่องเงินได้แก่กำไล มากกว่าชนิดอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 41-50 ปี ส่วนใหญ่รู้จักผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขา ประเภทผ้าทอได้แก่เสื่อประเภทผ้าปักได้แก่ผ้าถุง ถุงย่าม และเสื่อ ประเภทจักสานได้แก่ตะกร้า และประเภทเครื่องเงินได้แก่สร้อยคอ มากกว่าชนิดอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ มากกว่า 50 ปี ส่วนใหญ่รู้จักผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขา ประเภทผ้าทอได้แก่ผ้าถุง ถุงย่าม และเสื่อ ประเภทผ้าปักได้แก่ผ้าปูโต๊ะ ผ้าถุง ถุงย่าม และเสื่อ ประเภทจักสานได้แก่ตะกร้า และประเภทเครื่องเงินได้แก่กำไลมากกว่าชนิดอื่น

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์
 หัตถกรรมชาวเขาที่รู้จักและอาชีพ

ประเภทผลิตภัณฑ์	อาชีพ				
	นักเรียน นักศึกษา	รับราชการ	พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	ธุรกิจส่วนตัว	พนักงานเอก ชน
ประเภทผ้าทอ- ผ้าปูโต๊ะ	12 (16.2)	13 (17.6)	2 (2.7)	31 (41.9)	16 (21.6)
- ผ้าถุง	20 (23.3)	14 (16.3)	3 (3.5)	33 (38.4)	16 (18.6)
- ถุงข่าม	27 (25.7)	21 (20.0)	2 (1.9)	38 (36.2)	17 (16.2)
- เสื้อ	27 (24.5)	17 (15.5)	3 (2.7)	41 (37.3)	22 (20.0)
- กระเป๋าตุ๊กตา	2 (20.0)	2 (20.0)	0 (0.0)	5 (50.0)	1 (10.0)
ประเภทผ้าปัก-ผ้าปูโต๊ะ	19 (26.8)	15 (21.1)	2 (2.8)	26 (36.6)	9 (12.7)
- ผ้าถุง	18 (26.9)	12 (17.9)	1 (1.5)	23 (34.3)	13 (19.4)
- ถุงข่าม	21 (26.6)	14 (17.7)	3 (3.8)	29 (36.7)	12 (15.2)
- เสื้อ	25 (26.0)	14 (14.6)	3 (3.1)	36 (37.5)	18 (18.8)
- ผ้าคลุมเตียง	1 (14.3)	0 (0)	0 (0)	4 (57.1)	2 (28.6)
ประเภทจักสาน-ตะกร้า	22 (21.8)	19 (18.8)	3 (3.0)	38 (37.6)	19 (18.8)
- หมวก	20 (24.7)	13 (16.0)	2 (2.5)	29 (35.8)	17 (21.0)
- กถ้อง	2 (25.0)	0 (0)	1 (12.5)	4 (50)	1 (12.5)
ประเภทเครื่องเงิน-สร้อยคอ	25 (24.0)	20 (19.2)	4 (3.8)	36 (34.6)	19 (18.3)
- กำไล	32 (28.6)	19 (17.0)	3 (2.7)	38 (33.9)	20 (17.9)
- แหวน	1 (11.1)	0 (0)	0 (0)	5 (55.6)	3 (33.3)

ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้ มากกว่า 1 ข้อ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 138 ราย

จากตารางที่ 12 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จำแนกตามอาชีพ โดยอาชีพนักเรียน นักศึกษา ส่วนใหญ่รู้จักผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขา ประเภทผ้าทอได้แก่ถุงย่าม และเสื้อ ประเภทผ้าปักได้แก่เสื้อ ประเภทจักสานได้แก่ตะกร้า และประเภทเครื่องเงินได้แก่กำไล มากกว่าชนิดอื่น

อาชีพรับราชการส่วนใหญ่รู้จักผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขา ประเภทผ้าทอได้แก่ถุงย่าม ประเภทผ้าปักได้แก่ผ้าปูโต๊ะ และเสื้อ ประเภทจักสานได้แก่ตะกร้า และประเภทเครื่องเงินได้แก่สร้อยคอ มากกว่าชนิดอื่น

อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ส่วนใหญ่รู้จักผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขา ประเภทผ้าทอได้แก่ผ้าถุงและเสื้อ ประเภทผ้าปักได้แก่ถุงย่าม และเสื้อ ประเภทจักสานได้แก่ตะกร้า และประเภทเครื่องเงินได้แก่สร้อยคอ มากกว่าชนิดอื่น

อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวส่วนใหญ่รู้จักผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขา ประเภทผ้าทอได้แก่เสื้อ ประเภทผ้าปักได้แก่เสื้อ ประเภทจักสานได้แก่ตะกร้า และประเภทเครื่องเงินได้แก่กำไล มากกว่าชนิดอื่น

อาชีพพนักงานเอกชนส่วนใหญ่รู้จักผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขา ประเภทผ้าทอได้แก่เสื้อ ประเภทผ้าปักได้แก่เสื้อ ประเภทจักสานได้แก่ตะกร้า และประเภทเครื่องเงินได้แก่กำไล มากกว่าชนิดอื่น

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์
หัตถกรรมชาวเขาที่รู้จักและรายได้

ประเภทผลิตภัณฑ์	รายได้					
	ต่ำกว่า5,000 บาท	5,000-10,000 บาท	10,001-15,000 บาท	15,001-20,000 บาท	20,001-25,000 บาท	มากกว่า 25,000 บาท
ประเภทผ้าทอ- ผ้าปูโต๊ะ	16 (21.6)	22 (29.7)	11 (14.9)	9 (12.2)	8 (10.8)	8 (10.8)
- ผ้าถุง	19 (22.1)	28 (32.6)	12 (14.0)	10 (11.6)	10 (11.6)	7 (8.1)
- ถุงขำม	25 (23.8)	32 (30.5)	16 (15.2)	12 (11.4)	9 (8.6)	11 (10.5)
- เสื้อ	28 (25.5)	33 (30.0)	16 (14.5)	12 (10.9)	10 (9.1)	11 (10.0)
- กระเป๋าตุ๊กตา	1 (10.0)	0 (0)	2 (20.0)	4 (40.0)	1 (10.0)	2 (20.0)
ประเภทผ้าปัก-ผ้าปูโต๊ะ	16 (22.5)	24 (33.8)	9 (12.7)	8 (11.3)	6 (8.5)	8 (11.3)
- ผ้าถุง	18 (26.9)	19 (28.4)	10 (14.9)	8 (11.9)	5 (7.5)	7 (10.4)
- ถุงขำม	20 (25.3)	25 (31.6)	12 (15.2)	9 (11.4)	6 (7.6)	7 (8.6)
- เสื้อ	25 (26.0)	29 (30.2)	14 (14.6)	10 (10.4)	8 (8.3)	10 (10.4)
- ผ้าคลุมเตียง	1 (14.3)	0 (0)	0 (0)	2 (28.6)	1 (14.3)	3 (42.9)
ประเภทจักสาน-ตะกร้า	22 (21.8)	30 (29.7)	17 (16.8)	13 (12.9)	9 (8.9)	10 (9.9)
- หมวก	21 (25.9)	23 (28.4)	13 (16.0)	9 (11.1)	7 (8.6)	8 (9.9)
- กล้อง	2 (25.0)	0 (0.0)	1 (12.5)	2 (25.0)	2 (25.0)	1 (12.5)
ประเภทเครื่องเงิน-สร้อยคอ	26 (25.0)	30 (28.8)	17 (16.3)	12 (11.5)	9 (8.7)	10 (9.6)
- กำไล	28 (25.0)	32 (28.6)	17 (15.2)	11 (9.8)	10 (8.9)	14 (12.5)
- แหวน	0 (0.0)	1 (11.1)	2 (22.2)	3 (33.3)	2 (22.2)	1 (11.1)

ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้ มากกว่า 1 ข้อ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 138 ราย

จากตารางที่ 13 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ โดยตามรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ส่วนใหญ่รู้จักผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขา ประเภทผ้าทอ ได้แก่เสื่อ ประเภทผ้าปัก ได้แก่เสื่อ ประเภทจักสาน ได้แก่ตะกร้า ประเภทเครื่องเงิน ได้แก่กำไล มากกว่าชนิดอื่นๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 5,000 –10,000 บาท ส่วนใหญ่รู้จักผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขา ประเภทผ้าทอ ได้แก่เสื่อ ประเภทผ้าปัก ได้แก่เสื่อ ประเภทจักสาน ได้แก่ตะกร้า ประเภทเครื่องเงิน ได้แก่กำไล มากกว่าชนิดอื่นๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-15,000 บาท ส่วนใหญ่รู้จักผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขา ประเภทผ้าทอ ได้แก่ถุงย่ามและเสื่อ ประเภทผ้าปัก ได้แก่เสื่อ ประเภทจักสาน ได้แก่ตะกร้า ประเภทเครื่องเงิน ได้แก่สร้อยคอและกำไล มากกว่าชนิดอื่นๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 15,001-20,000 บาท ส่วนใหญ่รู้จักผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขา ประเภทผ้าทอ ได้แก่ถุงย่าม และเสื่อ ประเภทผ้าปัก ได้แก่เสื่อ ประเภทจักสาน ได้แก่ตะกร้า ประเภทเครื่องเงิน ได้แก่สร้อยคอ มากกว่าชนิดอื่นๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001-25,000 บาท ส่วนใหญ่รู้จักผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขา ประเภทผ้าทอ ได้แก่เสื่อ ประเภทผ้าปัก ได้แก่เสื่อ ประเภทจักสาน ได้แก่ตะกร้า ประเภทเครื่องเงิน ได้แก่กำไล มากกว่าชนิดอื่นๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้มากกว่า 25,000 บาท ส่วนใหญ่รู้จักผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขา ประเภทผ้าทอ ได้แก่ถุงย่าม และเสื่อ ประเภทผ้าปัก ได้แก่เสื่อ ประเภทจักสาน ได้แก่ตะกร้า ประเภทเครื่องเงิน ได้แก่กำไล มากกว่าชนิดอื่นๆ

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งข้อมูลที่ได้รับทราบแหล่งผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขาและเพศ

แหล่งข้อมูลที่ได้รับทราบ แหล่งผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขา	เพศ	
	ชาย	หญิง
จากเพื่อนแนะนำ	14 (37.8)	23 (62.2)
จากการโฆษณา	9 (39.1)	14 (60.9)
จากญาติ	7 (30.4)	16 (69.6)
จากงานแสดงสินค้าต่างๆ	26 (29.9)	61 (70.1)
จากการนำพาของบริษัทท่องเที่ยว	1 (14.3)	6 (85.7)
รู้ด้วยตนเอง	30 (61.2)	60 (67.4)

ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 138 ราย

จากตารางที่ 14 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งข้อมูลที่ได้รับทราบเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขาและเพศ โดยเพศชายส่วนใหญ่ได้รับทราบด้วยตนเอง มากกว่าแหล่งอื่น สำหรับเพศหญิง ได้รับทราบจากงานแสดงสินค้าต่างๆ มากกว่าแหล่งอื่น

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อมูลที่ได้รับทราบแหล่ง
ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขาและอายุ

แหล่งข้อมูลที่ได้รับทราบ แหล่งผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขา	อายุ				
	ต่ำกว่า 20 ปี	20-30 ปี	31-40 ปี	41- 50 ปี	มากกว่า 50 ปี
จากเพื่อนแนะนำ	8 (21.6)	17 (45.5)	8 (21.6)	4 (10.8)	0 (0.0)
จากการโฆษณา	4 (17.4)	10 (43.5)	5 (21.7)	3 (13.0)	1 (4.3)
จากญาติ	4 (17.4)	10 (43.5)	7 (30.4)	2 (8.7)	0 (0.0)
จากงานแสดงสินค้าต่างๆ	20 (23.0)	29 (33.3)	23 (26.4)	13 (14.9)	2 (2.3)
จากการนำพาของบริษัทท่องเที่ยว	2 (28.6)	1 (14.3)	2 (28.6)	1 (14.3)	1 (14.3)
รู้ด้วยตนเอง	9 (10.0)	39 (43.3)	25 (27.8)	12 (13.3)	5 (5.6)

ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 138 ราย

จากตารางที่ 15 ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามข้อมูลที่ได้รับทราบเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์
หัตถกรรมชาวเขาและอายุ โดยส่วนใหญ่อายุต่ำกว่า 20 ปีและอายุ 41-50 ปี ส่วนใหญ่รับทราบจาก
งานแสดงสินค้าต่างๆ มากกว่าแหล่งอื่น อายุ 20-30 ปี อายุ 31-40 ปี และมากกว่า 50 ปี ส่วนใหญ่
รับทราบด้วยตนเอง มากกว่าแหล่งอายุอื่น

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อมูลที่ทราบแหล่ง
ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขาและอาชีพ

แหล่งข้อมูลที่รับทราบ แหล่งผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขา	อาชีพ				
	นักศึกษา	รับราชการ	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	ธุรกิจส่วนตัว	พนักงาน เอกชน
จากเพื่อนแนะนำ	11 (29.7)	9 (24.3)	1 (2.7)	11 (29.7)	5 (13.5)
จากการโฆษณา	6 (26.1)	3 (13.0)	1 (4.3)	8 (34.8)	5 (21.7)
จากญาติ	7 (30.4)	2 (8.7)	0 (0.0)	11 (47.8)	3 (13.0)
จากงานแสดงสินค้าต่างๆ	25 (28.7)	14 (16.1)	3 (3.4)	27 (31.0)	18 (20.7)
จากการนำพาของบริษัทท่องเที่ยว	1 (14.3)	2 (28.6)	0 (0.0)	1 (14.3)	3 (42.9)
รู้ด้วยตัวเอง	20 (22.2)	17 (18.9)	3 (3.3)	31 (34.4)	19 (21.1)

ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 138 ราย

จากตารางที่ 16 ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งข้อมูลที่รับทราบเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขาและอาชีพ โดยอาชีพนักเรียนนักศึกษารับทราบจากงานแสดงสินค้าต่างๆ มากกว่าที่อื่น อาชีพรับราชการ รับทราบด้วยวิธีรู้ด้วยตนเอง อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ รับทราบจากงานแสดงสินค้าและรู้ด้วยตนเอง อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวและพนักงานเอกชน รับทราบด้วยวิธีรู้ด้วยตนเอง

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อมูลที่ทราบแหล่ง
ผลิตภัณฑ์ชาวเขาและรายได้

แหล่งข้อมูลที่ได้รับทราบ แหล่งผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขา	รายได้					
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000- 10,000 บาท	10,001- 15,000 บาท	15,001- 20,000 บาท	20,001- 25,000 บาท	มากกว่า 25,000 บาท
จากเพื่อนแนะนำ	10 (27.0)	12 (32.4)	7 (18.9)	3 (8.1)	4 (10.8)	1 (2.7)
จากการโฆษณา	7 (30.4)	5 (21.7)	6 (26.1)	0 (0.0)	3 (13.0)	2 (8.7)
จากญาติ	8 (34.8)	7 (30.4)	2 (8.9)	1 (4.3)	1 (4.3)	4 (17.4)
จากงานแสดงสินค้าต่างๆ	29 (33.3)	23 (26.4)	12 (13.8)	7 (8.0)	7 (8.0)	9 (10.3)
จากการนำพาของบริษัทท่องเที่ยว	1 (14.3)	1 (14.3)	3 (42.9)	0 (0.0)	1 (14.3)	1 (14.3)
รู้ด้วยตนเอง	20 (22.2)	27 (30.0)	12 (13.3)	14 (15.6)	7 (7.8)	10 (11.1)

จากตารางที่ 17 ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งข้อมูลที่ได้รับทราบเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์
หัตถกรรมชาวเขาและรายได้ โดยส่วนใหญ่รายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท รับทราบจากงานแสดงสินค้า
มากกว่าแหล่งอื่น รายได้ 5,000-10,000 บาท รายได้ 15,001 – 20,000 บาท รายได้ มากกว่า 25,000
บาท รับทราบด้วยตนเอง มากกว่าแหล่งอื่น รายได้ 10,001-15,000 บาท และรายได้ 20,001-25,000
บาท รับทราบจากงานแสดงสินค้าต่างๆ และ รับทราบด้วยตนเอง มากกว่าแหล่งอื่น

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ที่ลดกรรมราคา

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการซื้อผลิตภัณฑ์ที่ลดกรรมราคา ประเภทผ้าทอ ประเภทผ้าปัก ประเภทจักสานและเครื่องเงิน

ประเภทผ้าทอ	ซื้อ	
	จำนวน	ร้อยละ
ประเภทผ้าทอ - ผ้าปูโต๊ะ	36	26.1
- ผ้าถุง	49	35.5
- ถุงย่าม	58	42.0
- เสื่อ	80	58.0
- กระเป๋าตุ๊กตา	6	4.3
ประเภทผ้าปัก - ผ้าปูโต๊ะ	40	29.0
- ผ้าถุง	30	21.7
- ถุงย่าม	41	29.7
- เสื่อ	59	42.8
- ผ้าคลุมเตียง	6	4.3
ประเภทจักสาน - ตะกร้า	62	44.9
- หมวก	45	32.9
- ก่อ	6	4.3
ประเภทเครื่องเงิน- สร้อยคอ	62	44.9
- กำไล	71	51.4
- แหวน	7	5.1

ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 138 ราย

จากตารางที่ 18 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อผลิตภัณฑ์ที่ลดกรรมราคา ประเภทผ้าทอ ได้แก่เสื่อมากกว่าประเภทอื่น ประเภทผ้าปัก ได้แก่เสื่อมากกว่าประเภทอื่น ประเภทเครื่องจักสาน ได้แก่ตะกร้ามากกว่าประเภทอื่น และประเภทเครื่องเงิน ได้แก่กำไลมากกว่าประเภทอื่น

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนเงินซื้อผลิตภัณฑ์
หัตถกรรมชาวเขาค้อครั้ง

จำนวนเงินซื้อต่อครั้ง	รวม	
	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1,000 บาท	80	57.9
1,001 – 2,000 บาท	38	27.6
2,001 – 3,000 บาท	6	4.3
3,001 – 4,000 บาท	3	2.2
4,001 – 5,000 บาท	4	2.9
มากกว่า 5,000 บาท	7	5.1
รวม	138	100.0

จากตารางที่ 19 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขาค้อครั้ง เป็นเงินน้อยกว่า 1,000 บาท ร้อยละ 57.97 ซื้อเป็นเงิน 1,001-2,000 บาท ร้อยละ 27.54 ซื้อเป็นเงินมากกว่า 5,000 บาท ร้อยละ 5.1 ซื้อเป็นเงิน 2,001-3,000 บาท ร้อยละ 4.3 ซื้อเป็นเงิน 4,001-5,000 บาท ร้อยละ 2.9 และซื้อเป็นเงิน 3,001-4,000 บาท จำนวน 7 ราย ร้อยละ 2.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 20 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการซื้อผลิตภัณฑ์
หัตถกรรมชาวเขา

การซื้อ	รวม	
	จำนวน	ร้อยละ
ครั้งแรก	11	7.97
ไม่ใช่ครั้งแรก	127	92.03
รวม	138	100.0

จากตารางที่ 20 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามตามการซื้อสินค้าผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขา
ซื้อไม่ใช่เป็นครั้งแรก ร้อยละ 92.03 มากกว่าซื้อเป็นครั้งแรก ร้อยละ 7.97

ตารางที่ 21 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขา

ความถี่ในการซื้อ	รวม	
	จำนวน	ร้อยละ
ครั้งเดียว	7	5.1
สองครั้ง	7	5.1
สามครั้ง	7	5.1
มากกว่าสามครั้ง	32	23.2
บ่อยๆ	30	21.7
ไม่แน่	55	39.8
รวม	138	100.0

จากตารางที่ 21 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขา ส่วนใหญ่ซื้อไม่แน่นอน ร้อยละ 39.8 ซื้อมากกว่า 3 ครั้ง ร้อยละ 23.2 ซื้อบ่อยๆ ร้อยละ 21.7 และซื้อครั้งเดียว สองครั้ง และสามครั้ง ร้อยละ 5.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 22 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลในการซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขา

วัตถุประสงค์ในการซื้อ	รวม	
	จำนวน	ร้อยละ
ไปขาย	22	12.0
ไปใช้เอง	96	52.2
ซื้อไปเป็นของฝาก	66	35.8
รวม	184	100.0

ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 138 ราย

จากตารางที่ 22 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลในการซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขา ส่วนใหญ่ซื้อไปเพื่อใช้เอง ร้อยละ 52.2 ไปเป็นของฝาก 35.8 ซื้อไปขาย ร้อยละ 12.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 23 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งที่ซื้อผลิตภัณฑ์
หัตถกรรมชาวเขา

แหล่งที่ซื้อผลิตภัณฑ์	รวม	
	จำนวน	ร้อยละ
ร้านในตลาดวโรรส	62	25.4
ซื้อโดยตรงจากชาวเขา	52	21.3
ร้านหัตถกรรมชาวเขา	32	13.1
ไนท์บาซาร์	58	23.8
งานแสดงสินค้าหัตถกรรม	40	16.4
รวม	244	100.0

ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 138 ราย

จากตารางที่ 23 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งที่ซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขา ส่วนใหญ่ ที่ตลาดวโรรส ร้อยละ 25.4 จากไนท์บาซาร์ ร้อยละ 23.8 โดยตรงจากชาวเขา 21.3 งานแสดง สินค้าหัตถกรรม 16.4 และร้านหัตถกรรมชาวเขา ร้อยละ 13.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 24 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์
หัตถกรรมชาวเขาที่ซื้อและเพศ

ประเภทผลิตภัณฑ์	เพศ	
	ชาย	หญิง
ประเภทผ้าทอ- ผ้าปูโต๊ะ	14 (38.9)	22 (61.1)
- ผ้าถุง	9 (18.4)	40 (81.6)
- ถุงขำม	21 (36.2)	37 (63.8)
- เตื่อ	28 (35.0)	52 (65.0)
- กระเป๋าตุ๊กตา	5 (83.3)	1 (16.7)
ประเภทผ้าปัก-ผ้าปูโต๊ะ	13 (32.5)	27 (67.5)
- ผ้าถุง	5 (16.7)	25 (83.5)
- ถุงขำม	16 (39.0)	25 (61.0)
- เตื่อ	23 (39.0)	36 (61.0)
- ผ้าคลุมเตียง	2 (33.3)	4 (66.7)
ประเภทจักสาน-ตะกร้า	25 (40.3)	37 (59.7)
- หมวก	16 (35.6)	29 (64.4)
- กล้อง	1 (16.7)	5 (83.3)
ประเภทเครื่องเงิน-สร้อยคอ	21 (33.9)	41 (66.1)
- กำไล	22 (31.0)	49 (69.0)
- แหวน	1 (14.3)	6 (85.7)

ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 138 ราย

จากตารางที่ 24 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามซื้อสินค้าผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขา
จำแนกตามเพศ โดยทั้งเพศหญิงและเพศชายส่วนใหญ่ ซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขาประเภทผ้าทอ
ได้แก่ เสื้อ ประเภทผ้าปักได้แก่เสื้อ ประเภทจักสานได้แก่ตะกร้า และประเภทเครื่องเงินได้แก่กำไล
มากกว่าชนิดอื่น

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Chiang Mai University

ตารางที่ 25 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผลิตภัณฑ์หัตถกรรม
ชาวเขาที่ซื้อและอายุ

ประเภทผลิตภัณฑ์	อายุ				
	ต่ำกว่า20ปี	20-30ปี	31-40ปี	41- 51ปี	มากกว่า50ปี
ประเภทผ้าทอ- ผ้าปูโต๊ะ	4 (11.1)	11 (30.6)	15 (41.7)	4 (11.1)	2 (5.6)
- ผ้าถุง	8 (16.3)	18 (36.7)	12 (24.5)	8 (16.3)	3 (6.1)
- ถุงขำม	10 (17.2)	22 (37.9)	18 (31.0)	5 (8.6)	3 (5.2)
- เสื้อ	9 (11.3)	33 (41.3)	23 (28.8)	14 (17.5)	1 (1.3)
- กระเป๋าตุ๊กตา	0 (0.0)	3 (50.0)	1 (16.7)	2 (33.3)	0 (0.0)
ประเภทผ้าปัก-ผ้าปูโต๊ะ	8 (20.0)	13 (32.5)	13 (32.5)	6 (15.0)	0 (0.0)
- ผ้าถุง	3 (10.0)	12 (40.0)	8 (26.7)	5 (16.7)	2 (6.7)
- ถุงขำม	6 (14.6)	17 (41.5)	12 (29.3)	4 (21.1)	2 (4.9)
- เสื้อ	7 (11.9)	23 (39.0)	18 (30.5)	9 (15.3)	2 (3.4)
- ผ้าคลุมเตียง	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (33.3)	4 (66.7)	0 (0.0)
ประเภทจักสาน-ตะกร้า	15 (24.2)	16 (25.8)	20 (32.3)	9 (14.5)	2 (3.2)
- หมวก	9 (20.0)	16 (35.6)	12 (26.7)	5 (11.1)	3 (6.7)
- ก่อ่ง	2 (33.3)	2 (33.3)	0 (0.0)	1 (16.7)	1 (16.7)
ประเภทเครื่องเงิน-สร้อยคอ	8 (12.9)	25 (40.3)	19 (30.6)	7 (11.3)	3 (4.8)
- กำไล	14 (19.7)	26 (36.6)	23 (32.4)	6 (8.5)	2 (2.8)
- แหวน	1 (14.3)	2 (28.6)	2 (28.6)	1 (14.3)	1 (14.3)

ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 138 ราย

จากตารางที่ 25 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามซื้อสินค้าผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขาจำแนกตามอายุ โดยอายุต่ำกว่า 20 ปี ส่วนใหญ่ซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขา ประเภทผ้าทอได้แก่ถุงย่าม ประเภทผ้าปักได้แก่ผ้าปูโต๊ะ ประเภทจักสานได้แก่ตะกร้า และประเภทเครื่องเงินได้แก่กำไล มากกว่าชนิดอื่น ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20 -30 ปี ส่วนใหญ่ซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขา ประเภทผ้าทอได้แก่เสื่อ ประเภทผ้าปักได้แก่เสื่อ ประเภทจักสานได้แก่ตะกร้า และหมวก และประเภทเครื่องเงินได้แก่กำไล มากกว่าชนิดอื่น ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31-40 ปี ส่วนใหญ่ซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขา ประเภทผ้าทอได้แก่ถุงย่าม ประเภทผ้าปักได้แก่ผ้าปูโต๊ะ ประเภทจักสานได้แก่ตะกร้า และประเภทเครื่องเงินได้แก่กำไล มากกว่าชนิดอื่น ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 41-51 ปี ส่วนใหญ่ซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขา ประเภทผ้าทอได้แก่เสื่อ ประเภทผ้าปักได้แก่เสื่อ จักสาน ได้แก่ตะกร้า และประเภทเครื่องเงินได้แก่สร้อยคอ ผู้ตอบแบบสอบถามอายุมากกว่า 50 ปี ส่วนใหญ่ซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขา ประเภทผ้าทอได้แก่ผ้าถุง ถุงย่าม ประเภทผ้าปักได้แก่ผ้าถุง ถุงย่ามและเสื่อ ประเภทจักสานได้แก่หมวก ประเภทเครื่องเงินได้แก่สร้อยคอ

ตารางที่ 26 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์
 หัตถกรรมชาวเขาที่ซื้อและอาชีพ

ประเภทผลิตภัณฑ์	อาชีพ				
	นักศึกษา	รับราชการ	พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	ธุรกิจส่วนตัว	พนักงานเอกชน
ประเภทผ้าทอ- ผ้าปูโต๊ะ	4 (11.1)	3 (8.3)	1 (2.8)	20 (55.6)	8 (22.2)
- ผ้าถุง	12 (24.5)	5 (10.2)	1 (2.0)	20 (40.8)	11 (22.4)
- ถุงย่าม	18 (31.0)	14 (24.1)	2 (3.4)	16 (27.6)	8 (13.8)
- เสื้อ	15 (18.8)	13 (16.3)	3 (3.8)	31 (38.8)	18 (22.5)
- กระเป๋าตุ๊กตา	0 (0.0)	2 (33.3)	0 (0.0)	2 (33.3)	2 (33.3)
ประเภทผ้าปัก-ผ้าปูโต๊ะ	10 (25.0)	6 (15.0)	1 (2.5)	17 (42.5)	6 (15.0)
- ผ้าถุง	6 (20.0)	5 (16.7)	0 (0.0)	15 (50.0)	4 (13.3)
- ถุงย่าม	12 (29.3)	8 (19.5)	0 (0.0)	16 (39.0)	5 (12.2)
- เสื้อ	11 (18.6)	10 (16.9)	3 (5.1)	24 (40.7)	11 (18.6)
- ผ้าคลุมเตียง	0 (0.0)	2 (33.3)	1 (16.7)	2 (33.3)	1 (16.7)
ประเภทจักสาน-ตะกร้า	15 (24.2)	7 (11.3)	1 (1.6)	26 (41.9)	13 (21.0)
- หมวก	11 (24.4)	9 (20.0)	1 (2.2)	14 (31.1)	10 (22.2)
- กติง	2 (33.3)	0 (0.0)	1 (16.7)	2 (33.3)	1 (16.7)
ประเภทเครื่องเงิน-สร้อยคอ	13 (21.0)	9 (14.5)	2 (3.2)	26 (41.9)	12 (19.4)
- กำไล	23 (32.4)	15 (21.1)	2 (2.8)	23 (32.4)	8 (11.3)
- แหวน	1 (14.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	4 (57.1)	2 (28.6)

ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 138 ราย

จากตารางที่ 26 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามซื้อสินค้าผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขา จำแนกตามอาชีพ โดยอาชีพนักเรียน นักศึกษา ส่วนใหญ่ซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขาประเภท ผ้าทอได้แก่ถุงย่าม ประเภทผ้าปักได้แก่เสื่อ ประเภทจักสานได้แก่ตะกร้า และประเภทเครื่องเงินได้แก่กำไล มากกว่าชนิดอื่น อาชีพรับราชการ ส่วนใหญ่ซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขาประเภทผ้าทอได้แก่ ถุงย่าม ประเภทผ้าปักได้แก่เสื่อ ประเภทจักสานได้แก่หมวก และประเภทเครื่องเงินได้แก่กำไล มากกว่าชนิดอื่น อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ส่วนใหญ่ซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขาประเภท ผ้าทอได้แก่เสื่อ ประเภทผ้าปักได้แก่เสื่อ ประเภทจักสานได้แก่ตะกร้า หมวก กล้อง และประเภทเครื่องเงินได้แก่สร้อยคอและกำไล มากกว่าชนิดอื่น อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว ส่วนใหญ่ซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขาประเภทผ้าทอได้แก่เสื่อ ประเภทผ้าปักได้แก่ผ้าเสื่อ ประเภทจักสานได้แก่ตะกร้า และประเภทเครื่องเงินได้แก่สร้อยคอ มากกว่าชนิดอื่น และอาชีพพนักงานเอกชน ส่วนใหญ่ซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขาประเภทผ้าทอได้แก่เสื่อ ประเภทผ้าปักได้แก่ผ้าปูโต๊ะ ประเภทจักสานได้แก่ตะกร้า และประเภทเครื่องเงินได้แก่สร้อยคอ มากกว่าชนิดอื่น

ตารางที่ 27 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผลิตภัณฑ์ที่ลดกรรมราคา
ที่ซื้อและรายได้

ประเภทผลิตภัณฑ์	รายได้					
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000- 10,000 บาท	10,001- 15,000 บาท	15,001- 20,000 บาท	20,001- 25,000 บาท	มากกว่า 25,000 บาท
ประเภทผ้าทอ- ผ้าปูโต๊ะ	5 (13.9)	11 (30.6)	5 (13.9)	4 (11.1)	5 (45.5)	6 (42.9)
- ผ้าถุง	16 (32.7)	14 (28.6)	6 (12.2)	5 (10.2)	5 (10.2)	3 (6.1)
- ถุงขำม	17 (29.3)	17 (29.3)	10 (17.2)	5 (8.6)	5 (8.6)	4 (6.9)
- เสื้อ	19 (23.8)	23 (28.8)	15 (18.8)	8 (10.0)	6 (7.5)	9 (11.3)
- กระเป๋าคาด	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (33.3)	2 (33.3)	1 (16.7)	1 (16.7)
ประเภทผ้าปัก-ผ้าปูโต๊ะ	10 (25.0)	13 (32.5)	6 (15.0)	3 (7.5)	2 (5.0)	6 (15.0)
- ผ้าถุง	8 (26.7)	8 (26.7)	4 (13.3)	6 (20.2)	1 (3.3)	3 (10.0)
- ถุงขำม	10 (24.4)	13 (31.7)	4 (9.8)	7 (17.1)	4 (9.8)	3 (7.3)
- เสื้อ	12 (20.3)	22 (37.3)	9 (15.3)	6 (10.2)	3 (5.1)	7 (11.9)
- ผ้าคลุมเตียง	2 (33.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (16.7)	3 (50.0)
ประเภทจักสาน-ตะกร้า	18 (29.0)	16 (25.8)	9 (14.5)	5 (8.1)	6 (9.7)	8 (12.9)
- หมวก	16 (35.6)	10 (22.2)	8 (17.8)	5 (11.1)	4 (8.9)	2 (4.4)
- ถ้อง	3 (50.0)	0 (0.0)	1 (16.7)	1 (16.7)	1 (16.7)	0 (0.0)
ประเภทเครื่องเงิน-สร้อยคอ	17 (27.4)	16 (25.8)	9 (14.5)	7 (11.3)	6 (9.7)	7 (11.3)
- กำไล	21 (29.6)	20 (28.2)	10 (14.1)	6 (8.5)	7 (9.9)	7 (9.9)
- แหวน	1 (14.3)	1 (14.3)	1 (14.3)	1 (14.3)	1 (14.3)	2 (28.6)

ผู้ตอบแบบสอบถามเหลือตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 138 ราย

จากตารางที่ 27 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามซื้อสินค้าผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขา จำนวนตามรายได้ โดยผู้มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ส่วนใหญ่ซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขา ประเภทผ้าทอได้แก่เสื่อ ประเภทผ้าปักได้แก่เสื่อ ประเภทจักสานได้แก่ตะกร้า และประเภทเครื่องเงินได้แก่กำไล มากกว่าชนิดอื่น รายได้ 5,000-10,000 บาท ส่วนใหญ่ซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขาประเภทผ้าทอได้แก่เสื่อ ประเภทผ้าปักได้แก่เสื่อ ประเภทจักสานได้แก่ตะกร้า และประเภทเครื่องเงินได้แก่กำไล มากกว่าชนิดอื่น รายได้ 10,001-15,000 บาท ส่วนใหญ่ซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขาประเภท ผ้าทอได้แก่เสื่อ ประเภทผ้าปักได้แก่เสื่อ ประเภทจักสานได้แก่ตะกร้า และประเภทเครื่องเงินได้แก่กำไล มากกว่าชนิดอื่น รายได้ 15,001-20,000 บาท ส่วนใหญ่ซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขาประเภทผ้าทอได้แก่เสื่อ ประเภทผ้าปักได้แก่ถุงย่าม ประเภทจักสานได้แก่ตะกร้า หมวก และประเภทเครื่องเงินได้แก่กำไล มากกว่าชนิดอื่น รายได้ 20,001-25,000 บาท ส่วนใหญ่ซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขาประเภทผ้าทอได้แก่เสื่อ ประเภทผ้าปักได้แก่ถุงย่าม ประเภทจักสานได้แก่ตะกร้า ประเภทเครื่องเงินได้แก่กำไล มากกว่าชนิดอื่น

ตารางที่ 28 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปริมาณการซื้อ
ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขา และเพศ

ปริมาณการซื้อ	เพศ	
	ชาย	หญิง
น้อยกว่า 1,000 บาท	27 (33.8)	53 (66.3)
1,001 –2,000 บาท	15 (39.5)	23 (60.5)
2,001 –3,000 บาท	1 (16.7)	5 (83.5)
3,001 –4,000 บาท	0 (0)	3 (100)
4,001 –5,000 บาท	2 (50)	2 (50)
มากกว่า 5,000 บาท	4 (57.1)	3 (42.9)

จากตารางที่ 28 ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปริมาณในการซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรม
ชาวเขา และเพศ ส่วนใหญ่ทั้งเพศชายและเพศหญิง ปริมาณการซื้อน้อยกว่า 1,000 บาท มากกว่า
ปริมาณอื่น

ตารางที่ 29 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปริมาณการซื้อ
ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขา และอายุ

ปริมาณการซื้อ	อายุ				
	ต่ำกว่า 20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	มากกว่า 50 ปี
น้อยกว่า 1,000 บาท	18 (22.5)	31 (38.8)	21 (26.3)	8 (10.0)	2 (2.5)
1,001 – 2,000 บาท	5 (13.2)	10 (26.3)	13 (34.2)	7 (18.4)	3 (7.9)
2,001 – 3,000 บาท	0 (0)	1 (16.7)	4 (66.6)	1 (16.7)	0 (0)
3,001 – 4,000 บาท	0 (0)	1 (33.3)	1 (33.3)	1 (33.3)	0 (0)
4,001 – 5,000 บาท	1 (25.0)	1 (25.0)	1 (25.0)	1 (25.0)	0 (0)
มากกว่า 5,000 บาท	1 (14.3)	2 (28.6)	3 (42.9)	1 (14.3)	0 (0)

จากตารางที่ 29 ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปริมาณการในซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขา และอายุ ทุกกลุ่มอายุส่วนใหญ่พบว่าปริมาณการซื้อน้อยกว่า 1,000 บาท มากกว่าปริมาณอื่น ยกเว้นอายุมากกว่า 50 ปี ปริมาณในการซื้ออยู่ระหว่าง 1,001-2,000 บาท มากกว่าปริมาณอื่น

ตารางที่ 30 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปริมาณการซื้อผลิตภัณฑ์ให้ตัดกรรมชาวเขา และอาชีพ

ปริมาณการซื้อ	อาชีพ				
	นักเรียน นักศึกษา	รับราชการ	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	ธุรกิจส่วนตัว	พนักงาน เอกชน
น้อยกว่า 1,000 บาท	27 (33.8)	14 (17.5)	4 (5.0)	21 (26.3)	14 (17.5)
1,001 – 2,000 บาท	6 (15.8)	9 (23.7)	0 (0)	15 (39.5)	8 (21.1)
2,001 – 3,000 บาท	0 (0)	1 (16.7)	0 (0)	5 (83.3)	0 (0)
3,001 – 4,000 บาท	0 (0)	0 (0)	0 (0)	2 (66.7)	1 (33.3)
4,001 – 5,000 บาท	1 (25.0)	0 (0)	0 (0)	2 (50)	1 (25.0)
มากกว่า 5,000 บาท	1 (14.3)	1 (14.3)	0 (0)	5 (71.4)	0 (0)

จากตารางที่ 30 ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปริมาณการซื้อผลิตภัณฑ์ให้ตัดกรรมชาวเขา และอาชีพ ทุกกลุ่มอาชีพ ส่วนใหญ่พบว่าปริมาณการซื้อน้อยกว่า 1,000 บาท มากกว่าปริมาณอื่น

ตารางที่ 31 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปริมาณการซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขา และรายได้

ปริมาณการซื้อ	รายได้					
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000- 10,000 บาท	10,001- 15,000 บาท	15,001- 20,000 บาท	20,001- 25,000 บาท	มากกว่า 25,000 บาท
น้อยกว่า 1,000 บาท	30 (37.5)	24 (30.0)	11 (13.8)	7 (8.8)	3 (3.8)	5 (6.3)
1,001 –2,000 บาท	4 (10.5)	8 (21.1)	9 (23.7)	6 (15.8)	7 (18.4)	4 (10.5)
2,001 –3,000 บาท	1 (16.7)	3 (50.0)	2 (33.3)	0 (0)	0 (0)	0 (0)
3,001 –4,000 บาท	0 (0)	1 (33.3)	1 (33.3)	1 (33.3)	0 (0)	0 (0)
4,001 –5,000 บาท	1 (25.0)	2 (50.0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	1 (25.0)
มากกว่า 5,000 บาท	1 (14.3)	0 (0)	0 (0)	1 (14.3)	1 (14.3)	4 (57.1)

จากตารางที่ 31 ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปริมาณการซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขา และรายได้ ทุกกลุ่มรายได้ ส่วนใหญ่พบว่าปริมาณการซื้อผลิตภัณฑ์ชาวเขาที่น้อยกว่า 1,000 บาท มากกว่าปริมาณอื่น

ตารางที่ 32 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามในการซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขา และเพศ

ในการซื้อ	เพศ	
	ชาย	หญิง
ครั้งแรก	3 (27.3)	8 (72.7)
ไม่ใช่ครั้งแรก	46 (36.2)	81 (63.8)

จากตารางที่ 32 ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขา และเพศ ส่วนใหญ่พบว่าทั้งเพศชายและเพศหญิง ในการซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขาไม่ใช่เป็นการซื้อครั้งแรก มากกว่าซื้อเป็นครั้งแรก

ตารางที่ 33 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามครั้งในการซื้อผลิตภัณฑ์
หัตถกรรมชาวเขา และอายุ

ครั้งในการซื้อ	อายุ				
	ต่ำกว่า20ปี	20-30ปี	30-40ปี	41- 51ปี	มากกว่า50ปี
ครั้งแรก	7 (63.6)	2 (18.2)	0 (0.0)	2 (18.2)	0 (0.0)
ไม่ใช่ครั้งแรก	18 (14.2)	44 (34.6)	43 (33.9)	17 (13.4)	5 (3.9)

จากตารางที่ 33 ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขา และอายุส่วนใหญ่พบว่าทุกกลุ่มอายุ ในการซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขาไม่ใช่เป็นการซื้อครั้งแรก มากกว่าซื้อเป็นครั้งแรก

ตารางที่ 34 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามครั้งในการซื้อผลิตภัณฑ์
หัตถกรรมชาวเขา และอาชีพ

ครั้งในการซื้อ	อาชีพ				
	นักเรียน นักศึกษา	รับราชการ	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	ธุรกิจส่วนตัว	พนักงาน เอกชน
ครั้งแรก	9 (81.8)	1 (9.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (9.1)
ไม่ใช่ครั้งแรก	26 (20.5)	24 (18.9)	4 (3.1)	50 (39.4)	23 (18.1)

จากตารางที่ 34 ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขาและตามอาชีพ ส่วนใหญ่พบว่าทุกกลุ่มอาชีพ ในการซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขาไม่ใช่เป็นการซื้อครั้งแรกมากกว่าซื้อเป็นครั้งแรก

ตารางที่ 35 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามครั้งในการซื้อผลิตภัณฑ์
หัตถกรรมชาวเขา และรายได้

ครั้งในการซื้อ	รายได้					
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000- 10,000 บาท	10,001- 15,000 บาท	15,001- 20,000 บาท	20,001- 25,000 บาท	มากกว่า 25,000 บาท
ครั้งแรก	6 (54.5)	3 (27.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (18.2)	0 (0.0)
ไม่ใช่ครั้งแรก	31 (24.4)	35 (27.6)	15 (18.1)	15 (11.8)	9 (7.1)	14 (11.0)

จากตารางที่ 35 ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขา และ
รายได้ ส่วนใหญ่พบว่าทุกกลุ่มรายได้ ในการซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขาไม่ใช่เป็นการซื้อครั้ง
แรก มากกว่าซื้อเป็นครั้งแรก

ตารางที่ 36 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขา และเพศ

ความถี่ในการซื้อ	เพศ	
	ชาย	หญิง
ครั้งเดียว	2 (28.6)	5 (71.4)
สองครั้ง	2 (28.6)	5 (71.4)
สามครั้ง	2 (28.6)	5 (71.4)
มากกว่าสามครั้ง	18 (56.3)	14 (43.8)
บ่อยๆ	7 (23.3)	23 (76.7)
ไม่แน่	18 (32.7)	37 (67.3)

จากตารางที่ 36 ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขา ต่างกันตามเพศ โดยเพศชายความถี่ในการซื้อส่วนใหญ่ซื้อมากกว่าสามครั้งและซื้อไม่แน่นอน มากกว่าอย่างอื่น สำหรับเพศหญิงความถี่ในการซื้อส่วนใหญ่ซื้อไม่แน่นอน มากกว่าอย่างอื่น

ตารางที่ 37 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขา และอายุ

ความถี่ในการซื้อ	อายุ				
	ต่ำกว่า 20 ปี	20-30 ปี	30-40 ปี	41- 51 ปี	มากกว่า 50 ปี
ครั้งเดียว	5 (71.4)	1 (14.3)	0 (0.0)	1 (14.3)	0 (0.0)
สองครั้ง	1 (14.3)	1 (14.3)	4 (57.1)	1 (14.3)	0 (0.0)
สามครั้ง	0 (0.0)	2 (28.6)	1 (14.3)	2 (28.6)	2 (28.6)
มากกว่าสามครั้ง	6 (18.8)	12 (37.5)	9 (28.1)	4 (12.5)	1 (3.1)
บ่อยๆ	3 (10.0)	13 (43.3)	10 (33.3)	3 (10.0)	1 (3.3)
ไม่แน่	10 (18.2)	17 (30.9)	19 (34.5)	8 (14.5)	1 (1.8)

จากตารางที่ 37 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขา ต่างกันตามอายุ โดยทุกกลุ่มอายุ ความถี่ในการซื้อส่วนใหญ่ซื้อไม่แน่นอนมากกว่าอย่างอื่น ยกเว้นอายุมากกว่า 50 ปี ความถี่ในการซื้อส่วนใหญ่ซื้อสามครั้ง มากกว่าอย่างอื่น

ตารางที่ 38 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขา และอาชีพ

ความถี่ในการซื้อ	อาชีพ				
	นักเรียน นักศึกษา	รับราชการ	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	ธุรกิจส่วนตัว	พนักงาน เอกชน
ครั้งเดียว	6 (28.6)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	1 (14.3)
สองครั้ง	2 (14.3)	3 (42.9)	0 (0)	2 (28.6)	0 (0)
สามครั้ง	1 (21.9)	3 (42.9)	0 (0)	2 (28.6)	1 (14.3)
มากกว่าสามครั้ง	7 (20.0)	8 (25.0)	3 (9.4)	10 (31.3)	4 (12.5)
บ่อยๆ	6 (20.0)	1 (3.3)	0 (0)	18 (60.0)	5 (16.7)
ไม่แน่	10 (18.2)	1 (1.8)	18 (32.7)	13 (23.6)	0 (0)

จากตารางที่ 38 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขาต่างกันตามอาชีพ โดยอาชีพนักเรียน นักศึกษา และพนักงานรัฐวิสาหกิจ ความถี่ในการซื้อส่วนใหญ่ซื้อไม่แน่นอน มากกว่าอย่างอื่น อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว และพนักงานเอกชน ความถี่ในการซื้อส่วนใหญ่ซื้อบ่อยๆ มากกว่าอย่างอื่น และอาชีพรับราชการ ความถี่ในการซื้อส่วนใหญ่ซื้อมากกว่าสามครั้ง มากกว่าอย่างอื่น

ตารางที่ 39 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขา และรายได้

ความถี่ในการซื้อ	รายได้					
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000-10,000 บาท	10,001-15,000 บาท	15,001-20,000 บาท	20,001-25,000 บาท	มากกว่า 25,000 บาท
ครั้งเดียว	4 (57.1)	2 (28.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (14.3)	0 (0.0)
สองครั้ง	2 (28.6)	1 (14.3)	2 (28.6)	2 (28.6)	0 (0.0)	0 (0.0)
สามครั้ง	1 (14.3)	0 (0.0)	2 (28.6)	2 (28.6)	1 (14.3)	1 (14.3)
มากกว่าสามครั้ง	11 (34.4)	8 (25.0)	5 (15.6)	5 (15.6)	4 (12.5)	2 (6.3)
บ่อยๆ	6 (20.0)	13 (43.3)	2 (6.7)	2 (6.7)	2 (6.7)	5 (16.7)
ไม่แน่	13 (23.6)	14 (25.5)	12 (21.8)	12 (21.7)	7 (12.7)	6 (10.9)

จากตารางที่ 39 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขาไม่ต่างกันตามรายได้ โดยทุกกลุ่มรายได้ความถี่ในการซื้อส่วนใหญ่ซื้อไม่แน่นอนมากกว่ากลุ่มอื่น

ตารางที่ 40 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์การซื้อ
ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขา และเพศ

วัตถุประสงค์การซื้อ ผลิตภัณฑ์	เพศ	
	ชาย	หญิง
ไปขาย	7 (31.8)	15 (68.2)
ไปใช้เอง	3 (32.3)	65 (67.7)
ซื้อไปเป็นของฝาก	21 (31.8)	4 (68.2)

จากตารางที่ 40 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์ของการซื้อ
ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขาต่างกันตามเพศ โดยเพศชายส่วนใหญ่ซื้อไปเป็นของฝาก มากกว่า
วัตถุประสงค์อื่น สำหรับเพศหญิงส่วนใหญ่ซื้อไปใช้เอง มากกว่าวัตถุประสงค์อื่น

ตารางที่ 41 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์การซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขาและอายุ

วัตถุประสงค์การซื้อ ผลิตภัณฑ์	อายุ				
	ต่ำกว่า 20 ปี	20-30 ปี	30-40 ปี	41- 51 ปี	มากกว่า 50ปี
ไปขาย	5 (22.7)	6 (27.3)	6 (27.3)	4 (8.2)	1 (4.5)
ไปใช้เอง	12 (12.5)	37 (38.5)	31 (32.3)	12 (12.5)	4 (4.2)
ซื้อ ไปเป็นของฝาก	10 (15.2)	20 (30.3)	21 (31.8)	12 (18.2)	3 (4.5)

จากตารางที่ 41 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวัตถุประสงค์การซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขาต่างกันตามอายุ โดยทุกกลุ่มอายุส่วนใหญ่ซื้อไปใช้เอง มากกว่าวัตถุประสงค์อื่น ยกเว้น กลุ่มอายุ 41-51 ปี ซื้อไปใช้เองและซื้อไปเป็นของฝากมากกว่าวัตถุประสงค์อื่น

ตารางที่ 42 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์การซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขาและอาชีพ

วัตถุประสงค์การซื้อ ผลิตภัณฑ์	อาชีพ				
	นักเรียน นักศึกษา	รับราชการ	พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	ธุรกิจ ส่วนตัว	พนักงาน เอกชน
ไปขาย	4 (18.2)	2 (9.1)	0 (0.0)	14 (63.6)	2 (9.1)
ไปใช้เอง	22 (22.9)	16 (16.7)	3 (3.1)	36 (37.5)	19 (19.8)
ซื้อไปเป็นของฝาก	16 (24.2)	17 (25.8)	3 (4.5)	19 (28.8)	11 (16.7)

จากตารางที่ 42 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวัตถุประสงค์การซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขาค้างกันตามอาชีพ โดยทุกกลุ่มอายุส่วนใหญ่ซื้อไปใช้เอง มากกว่าวัตถุประสงค์อื่น สำหรับอาชีพรับราชการและอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ส่วนใหญ่ซื้อไปเป็นของฝากมากกว่าวัตถุประสงค์อื่น

ตารางที่ 43 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์การซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขาและรายได้

วัตถุประสงค์การซื้อผลิตภัณฑ์	รายได้					
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000- 10,000 บาท	10,001- 15,000 บาท	15,001- 20,000 บาท	20,001- 25,000 บาท	มากกว่า 25,000 บาท
ไปขาย	8 (36.4)	4 (18.2)	2 (9.1)	4 (18.2)	1 (4.5)	3 (13.6)
ไปใช้เอง	24 (25.0)	30 (31.3)	16 (16.7)	10 (10.4)	6 (6.3)	10 (10.4)
ซื้อไปเป็นของฝาก	14 (21.2)	16 (24.2)	14 (21.2)	7 (10.6)	9 (13.6)	6 (9.1)

จากตารางที่ 43 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวัตถุประสงค์การซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขาต่างกันตามรายได้ โดยทุกกลุ่มรายได้ส่วนซื้อไปใช้เอง มากกว่าวัตถุประสงค์อื่น ยกเว้นผู้ที่มีรายได้ 20,001 - 25,000 บาท ส่วนใหญ่ซื้อไปเป็นของฝาก มากกว่าวัตถุประสงค์อื่น

ตารางที่ 44 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งซื้อผลิตภัณฑ์
หัตถกรรมชาวเขา และเพศ

แหล่งซื้อผลิตภัณฑ์	เพศ	
	ชาย	หญิง
ร้านในตลาดควโรรส	18 (29.0)	44 (71.0)
ซื้อโดยตรงจากชาวเขา	17 (32.1)	3 (67.9)
ร้านหัตถกรรมชาวเขา	8 (25.0)	24 (75.0)
ไนท์บาซ่า	24 (41.4)	34 (58.6)
งานแสดงสินค้าหัตถกรรม	13 (32.5)	27 (67.5)

จากตารางที่ 44 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขา ต่างกันตามเพศ โดยเพศชายส่วนใหญ่ซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขาจากไนท์บาซ่ามากกว่าแหล่งอื่น สำหรับเพศหญิงส่วนใหญ่ซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขาจากตลาดควโรรสมากกว่าแหล่งอื่น

ตารางที่ 45 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรม
ชาวเขา และอายุ

แหล่งซื้อผลิตภัณฑ์	อายุ				
	ต่ำกว่า 20 ปี	20-30 ปี	30-40 ปี	41- 51 ปี	มากกว่า 50 ปี
ร้านในตลาดควโรรส	8 (12.9)	27 (43.5)	18 (29.0)	6 (9.7)	3 (4.8)
ซื้อโดยตรงจากชาวเขา	8 (15.1)	19 (35.8)	16 (30.2)	8 (15.1)	2 (3.8)
ร้านหัตถกรรมชาวเขา	2 (6.3)	10 (31.3)	14 (43.8)	4 (12.5)	2 (6.3)
ไนท์บาซ่า	9 (15.5)	17 (29.3)	19 (32.8)	11 (19.0)	2 (3.4)
งานแสดงสินค้าหัตถกรรม	7 (17.5)	16 (40.0)	10 (25.0)	7 (17.5)	0 (0.0)

จากตารางที่ 45 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรม
ชาวเขา ต่างกันตามอายุโดย อายุต่ำกว่า 20 ปี อายุ 30-40 ปี อายุ 41-51 ปี ส่วนใหญ่ซื้อผลิตภัณฑ์
หัตถกรรมชาวเขาจากไนท์บาซ่า มากกว่าแหล่งอื่น สำหรับอายุ 20 -30 ปี และอายุมากกว่า 50 ปี
ส่วนใหญ่ซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขาจากตลาดควโรรส มากกว่าแหล่งอื่น

ตารางที่ 46 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรม
ชาวเขา และอาชีพ

แหล่งซื้อผลิตภัณฑ์	อาชีพ				
	นักเรียน นักศึกษา	รับราชการ	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	ธุรกิจ ส่วนตัว	พนักงาน เอกชน
ร้านในตลาดควโรรส	16 (25.8)	10 (16.1)	1 (1.6)	20 (32.3)	15 (24.2)
ซื้อโดยตรงจากชาวเขา	14 (26.4)	11 (20.8)	1 (1.9)	19 (38.8)	8 (15.1)
ร้านหัตถกรรมชาวเขา	5 (15.6)	8 (25.0)	2 (6.3)	13 (40.6)	4 (12.5)
ไนท์บาซาร์	15 (25.9)	10 (17.2)	2 (3.4)	22 (37.9)	9 (15.5)
งานแสดงสินค้าหัตถกรรม	10 (25.0)	8 (20.0)	2 (5.0)	11 (27.5)	9 (22.5)

จากตารางที่ 46 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขา ต่างกันตามอาชีพ โดยอาชีพนักเรียน นักศึกษาและพนักงานเอกชน ส่วนใหญ่ซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขาจากตลาดควโรรส มากกว่าแหล่งอื่น อาชีพรับราชการส่วนใหญ่ซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขาซื้อโดยตรงจากชาวเขา มากกว่าแหล่งอื่น อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ส่วนใหญ่ซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขาซื้อจากร้านหัตถกรรมชาวเขา ไนต์บาซาร์ และงานแสดงสินค้าหัตถกรรม และอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว ส่วนใหญ่ซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขาจากไนท์บาซาร์ มากกว่าแหล่งอื่น

ตารางที่ 47 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรม
ชาวเขา และรายได้

แหล่งซื้อผลิตภัณฑ์	รายได้					
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000- 10,000 บาท	10,001- 15,000 บาท	15,001- 20,000 บาท	20,001- 25,000 บาท	มากกว่า 25,000 บาท
ร้านในตลาดวโรรส	15 (24.2)	19 (30.6)	11 (17.7)	8 (12.9)	5 (8.1)	4 (6.5)
ซื้อโดยตรงจากชาวเขา	13 (24.5)	16 (30.2)	7 (13.2)	6 (11.3)	7 (13.2)	4 (7.5)
ร้านหัตถกรรมชาวเขา	6 (18.8)	8 (25.0)	8 (25.0)	2 (6.3)	4 (12.5)	4 (12.5)
ไนท์บาซ่า	12 (20.7)	14 (24.1)	7 (12.1)	11 (19.0)	6 (10.3)	8 (13.8)
งานแสดงสินค้าหัตถกรรม	11 (27.5)	12 (30.0)	5 (12.5)	5 (12.5)	3 (7.5)	4 (10.0)

จากตารางที่ 47 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขา ต่างกันตามรายได้โดยรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท รายได้ 5,000 – 10,000 บาท รายได้ 10,001–15,000 บาท ส่วนใหญ่ซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขาที่ตลาดวโรรส มากกว่าแหล่งอื่น รายได้ 15,001 – 20,000 บาท รายได้ 20,001 – 25,000 บาท และรายได้มากกว่า 25,000 บาท ซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขาจากไนท์บาซ่า

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจต่อการซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขา

ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกคำตอบได้มากกว่า 1 ข้อ และจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 138 ราย

ตารางที่ 48 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความพึงพอใจ ต่อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมและปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ความพอใจต่อผลิตภัณฑ์		พอใจมากที่สุด	พอใจมาก	พอใจ	พอใจน้อย	พอใจน้อยที่สุด	ไม่พอใจ	ค่าเฉลี่ย	การแปลผล	ลำดับ
ด้านรูปแบบ	จำนวน	10	45	72	4	0	7	3.29	พอใจ	4
	ร้อยละ	7.2	32.6	52.2	2.9	0	5.1			
ด้านฝีมือ	จำนวน	14	44	67	8	0	5	3.36	พอใจ	3
	ร้อยละ	10.1	31.9	48.6	5.8	0	3.6			
ด้านความละเอียด	จำนวน	11	39	67	13	1	7	3.18	พอใจ	5
	ร้อยละ	8.0	28.4	48.5	9.4	0.7	5.1			
ด้านความแปลก	จำนวน	18	40	65	9	2	4	3.37	พอใจ	2
	ร้อยละ	13.0	29.0	47.1	6.5	1.5	2.9			
ด้านเอกลักษณ์	จำนวน	28	57	41	7	0	5	3.66	พอใจมาก	1
	ร้อยละ	20.3	41.3	29.7	5.1	0	3.6			
ด้านคุณภาพ	จำนวน	2	36	75	19	1	5	3.03	พอใจ	7
	ร้อยละ	1.4	26.1	54.4	13.8	0.7	3.6			
ด้านขนาด	จำนวน	4	27	85	14	2	6	2.99	พอใจ	8
	ร้อยละ	4.3	1.4	10.2	61.6	19.6	2.9			
ด้านสีสันทัน	จำนวน	14	35	61	19	2	7	3.13	พอใจ	6
	ร้อยละ	10.1	25.4	44.2	13.8	1.4	5.1			
ด้านการบรรจุหีบห่อ	จำนวน	3	9	64	42	7	13	2.42	พอใจน้อย	9
	ร้อยละ	2.2	6.5	46.4	30.4	5.1	9.4			
รวม	จำนวน	104	332	597	135	18	59	3.16	พอใจ	
	ร้อยละ	8.38	26.74	48.07	10.87	1.21	4.73			

จากตารางที่ 48 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์
หัตถกรรมชาวเขาในปัจจุบันย้อยค่าผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพอใจมากได้แก่ ด้านเอกลักษณ์
สำหรับปัจจัยอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพอใจ ได้แก่ ด้านความแปลก ด้านฝีมือ ด้านรูปแบบ ด้าน
ความละเอียด ด้านสีสัน ด้านคุณภาพ และด้านขนาด ยกเว้นการบรรจุหีบห่อที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ
พอใจน้อย

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Chiang Mai University

ตารางที่ 49 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความพึงพอใจ
ต่อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขาและปัจจัยด้านราคา

ความพอใจในด้านราคา		พอใจมากที่สุด	พอใจมาก	พอใจ	พอใจน้อย	พอใจน้อยที่สุด	ไม่พอใจ	ค่าเฉลี่ย	การแปลผล	ลำดับ
ราคาของผลิตภัณฑ์	จำนวน	6	23	82	17	2	8	2.92	พอใจ	1
	ร้อยละ	4.3	16.7	59.5	12.3	1.4	5.8			
การมีส่วนลดเงินสด	จำนวน	6	21	69	29	6	7	2.79	พอใจ	2
	ร้อยละ	4.3	15.2	50.0	21.0	4.4	5.1			
การใช้บัตรเครดิต ในการซื้อ	จำนวน	3	16	49	27	12	31	2.12	พอใจน้อย	5
	ร้อยละ	2.2	11.6	35.5	19.6	8.7	22.4			
การต่อรองราคา	จำนวน	7	24	60	28	8	11	2.72	พอใจ	3
	ร้อยละ	5.1	17.4	43.5	20.3	5.7	8.0			
การคิดป้ายบอกราคา	จำนวน	12	15	51	34	10	16	2.54	พอใจ	4
	ร้อยละ	8.7	10.9	37.0	24.6	7.2	11.6			
รวม	จำนวน	34	99	311	135	38	73	2.62	พอใจ	
	ร้อยละ	4.93	14.35	45.08	19.57	5.51	10.56			

จากตารางที่ 49 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจต่อราคาผลิตภัณฑ์
หัตถกรรมชาวเขา ในปัจจัยย่อยด้านราคาทุกปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพอใจได้แก่ ราคาของ
ผลิตภัณฑ์ การมีส่วนลดเงินสด การต่อรองราคา และการคิดป้ายบอกราคา ยกเว้นการใช้บัตร
เครดิตในการซื้อที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพอใจน้อย

ตารางที่ 50 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความพึงพอใจ
ต่อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขาและปัจจัยด้านสถานที่จำหน่าย

ความพอใจในสถานที่จำหน่าย		พอใจมากที่สุด	พอใจมาก	พอใจ	พอใจน้อย	พอใจน้อยที่สุด	ไม่พอใจ	ค่าเฉลี่ย	การแปลผล	ลำดับ
ทำเลที่ตั้งของร้าน	จำนวน	10	23	77	17	2	9	2.96	พอใจ	2
	ร้อยละ	7.2	16.7	55.8	12.3	1.4	6.6			
บรรยากาศ ความสว่างของร้าน	จำนวน	8	21	79	24	1	5	2.97	พอใจ	1
	ร้อยละ	5.8	15.2	57.2	17.4	0.7	3.7			
การจัดร้าน การตกแต่งร้าน	จำนวน	10	27	70	20	2	9	2.97	พอใจ	1
	ร้อยละ	7.2	19.6	50.7	14.5	1.4	6.6			
สถานที่จอดรถ	จำนวน	4	12	48	41	17	16	2.25	พอใจน้อย	4
	ร้อยละ	2.9	8.7	34.8	29.7	12.3	11.6			
การคมนาคม และการเดินทาง	จำนวน	6	17	65	32	13	5	2.68	พอใจ	3
	ร้อยละ	4.3	12.3	47.1	23.2	9.4	3.7			
รวม	จำนวน	38	100	339	134	35	44	2.77	พอใจ	
	ร้อยละ	5.5	14.5	49.1	19.4	5.1	6.4			

จากตารางที่ 50 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจต่อสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขา ในปัจจัยย่อยด้านสถานที่จำหน่ายทุกปัจจัยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพอใจได้แก่ บรรยากาศ ความสว่างของร้าน การจัดร้าน การตกแต่งร้าน ทำเลที่ตั้งของร้าน และการคมนาคมและการเดินทาง ยกเว้นสถานที่จอดรถที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพอใจน้อย

ตารางที่ 51 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความพึงพอใจ
ต่อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขาและปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ความพอใจต่อการส่งเสริมการตลาด		พอใจมากที่สุด	พอใจมาก	พอใจ	พอใจน้อย	พอใจน้อยที่สุด	ไม่พอใจ	ค่าเฉลี่ย	การแปลผล	ลำดับ
การโฆษณา	จำนวน	5	21	57	30	10	15	2.54	พอใจ	4
	ร้อยละ	3.6	15.2	41.3	21.7	7.2	10.9			
การส่งเสริมการขายด้านการลดราคา	จำนวน	6	26	57	29	12	8	2.71	พอใจ	2
	ร้อยละ	4.3	18.8	41.3	21	8.7	5.8			
การมีของแถม	จำนวน	7	23	39	34	18	17	2.39	พอใจน้อย	6
	ร้อยละ	5.1	16.7	28.3	24.6	13	12.3			
การมีชื่อเสียงของร้าน	จำนวน	5	22	55	28	14	14	2.52	พอใจ	5
	ร้อยละ	3.6	15.9	39.9	20.3	10.1	10.1			
การประชาสัมพันธ์	จำนวน	3	21	63	24	18	9	2.57	พอใจ	3
	ร้อยละ	2.2	15.2	45.7	17.4	13	6.5			
การบริการการขายของพนักงาน	จำนวน	3	29	63	26	10	7	2.77	พอใจ	1
	ร้อยละ	2.2	21.0	45.7	18.8	7.2	5.1			
การมีเอกสารแผ่นพับความรู้แจกฟรี	จำนวน	8	12	54	33	14	17	2.39	พอใจน้อย	6
	ร้อยละ	5.8	8.7	39.1	23.9	10.1	12.4			
รวม	จำนวน	37	154	388	204	96	87	2.56	พอใจ	
	ร้อยละ	3.9	16.0	40.1	21.1	9.9	9.0			

จากตารางที่ 51 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการตลาดของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขา ในปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดทุกปัจจัย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพอใจได้แก่ การบริการการขายของพนักงาน การส่งเสริมการขายด้านการลดราคา การประชาสัมพันธ์ การโฆษณา และการมีชื่อเสียงของร้าน ยกเว้นการมีของแถมและการมีเอกสารแผ่นพับข่าวสารแจกฟรีที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพอใจน้อย

ตารางที่ 52 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความพึงพอใจปัจจัย
ด้านผลิตภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขาและเพศ

ความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์	เพศ	
	ชาย	หญิง
ด้านรูปแบบ	3.32 (พอใจ)	3.26 (พอใจ)
ด้านฝีมือ	3.32 (พอใจ)	3.37 (พอใจ)
ด้านความละเอียด	3.02 (พอใจ)	3.26 (พอใจ)
ด้านความแปลก	3.40 (พอใจ)	3.34 (พอใจ)
ด้านเอกลักษณ์	3.57 (พอใจ)	3.70 (พอใจ)
ด้านคุณภาพ	2.83 (พอใจ)	3.13 (พอใจ)
ด้านขนาด	2.97 (พอใจ)	3.00 (พอใจ)
ด้านสีสันทัน	3.14 (พอใจ)	3.13 (พอใจ)
ด้านการบรรจุหีบห่อ	2.51 (พอใจ)	2.37 (พอใจน้อย)
รวม	3.12 (พอใจ)	3.51 (พอใจมาก)

จากตารางที่ 52 พบว่าความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถามไม่ต่างกัน
ตามเพศพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิง ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญด้านเอกลักษณ์
มากกว่าด้านอื่น

ตาราง 53 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความพึงพอใจปัจจัยด้าน
ราคาของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขาและเพศ

ความพึงพอใจในด้านราคา	เพศ	
	ชาย	หญิง
ราคาของผลิตภัณฑ์	2.97 (พอใจ)	2.89 (พอใจ)
การมีส่วนลดเงินสด	2.84 (พอใจ)	2.76 (พอใจ)
การใช้บัตรเครดิตในการซื้อ	2.16 (พอใจ)	2.09 (พอใจ)
การต่อรองราคา	2.79 (พอใจ)	2.67 (พอใจ)
การคิดป้ายบอกราคา	2.55 (พอใจ)	2.54 (พอใจ)
รวม	2.66 (พอใจ)	2.59 (พอใจ)

จากตารางที่ 53 พบว่าความพึงพอใจด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามไม่ต่างกันตามเพศ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงส่วนใหญ่ให้ความสำคัญด้านราคาของผลิตภัณฑ์มากกว่าด้านอื่น

ตาราง 54 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความพึงพอใจปัจจัยด้านสถานที่จำหน่ายของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขาและเพศ

ความพึงพอใจสถานที่จำหน่าย	เพศ	
	ชาย	หญิง
ทำเลที่ตั้งของร้าน	3.02 (พอใจ)	2.93 (พอใจ)
บรรยากาศ ความสว่างของร้าน	3.0 (พอใจ)	2.95 (พอใจ)
การจัดการ การตกแต่งร้าน	3.24 (พอใจ)	2.82 (พอใจ)
สถานที่จอดรถ	2.36 (พอใจ)	2.19 (พอใจ)
การคมนาคมและการเดินทาง	2.79 (พอใจ)	2.61 (พอใจ)
รวม	2.88 (พอใจ)	2.70 (พอใจ)

จากตารางที่ 54 พบว่าความพึงพอใจด้านสถานที่จำหน่าย ของผู้ตอบแบบสอบถามต่างกันตามเพศ พบว่าเพศชายให้ความสำคัญด้านการจัดการ การตกแต่งร้าน มากกว่าด้านอื่น เพศหญิงให้ความสำคัญด้านบรรยากาศ ความสว่างของร้านมากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 55 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความพึงพอใจปัจจัย
ด้านการส่งเสริมการตลาดของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขาและเพศ

ความพอใจต่อการส่งเสริมการตลาด	เพศ	
	ชาย	หญิง
การโฆษณา	2.65 (พอใจ)	2.47 (พอใจน้อย)
การส่งเสริมการด้านการลดราคา	2.79 (พอใจ)	2.67 (พอใจ)
การมีช่องแถม	2.53 (พอใจ)	2.31 (พอใจน้อย)
การมีชื่อเสียงของร้าน	2.63 (พอใจ)	2.46 (พอใจน้อย)
การประชาสัมพันธ์	2.73 (พอใจ)	2.47 (พอใจน้อย)
การบริการการขายของพนักงาน	2.91 (พอใจ)	2.68 (พอใจ)
การมีเอกสารแผ่นพับ ความรู้แจกฟรี	2.51 (พอใจ)	2.32 (พอใจน้อย)
รวม	2.68 (พอใจ)	2.48 (พอใจน้อย)

จากตารางที่ 55 พบว่าความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถาม
ไม่ต่างกัน ตามเพศพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิง ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญด้าน
การบริการขายของพนักงานมากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 56 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความพึงพอใจปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขาและอายุ

ความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์	อายุ				
	ต่ำกว่า 20 ปี	20-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	มากกว่า 50 ปี
ด้านรูปแบบ	3.36 (พอใจ)	3.41 (พอใจ)	3.25 (พอใจ)	3.05 (พอใจ)	3.0 (พอใจ)
ด้านฝีมือ	3.6 (พอใจ)	3.30 (พอใจ)	3.30 (พอใจ)	3.31 (พอใจ)	3.2 (พอใจ)
ความต้านละเอียด	3.28 (พอใจ)	3.32 (พอใจ)	2.95 (พอใจ)	3.26 (พอใจ)	3.0 (พอใจ)
ด้านความแปลก	3.72 (พอใจมาก)	3.5 (พอใจมาก)	3.16 (พอใจ)	3.21 (พอใจ)	2.8 (พอใจ)
ด้านเอกลักษณ์	3.36 (พอใจ)	3.82 (พอใจมาก)	3.74 (พอใจมาก)	3.63 (พอใจมาก)	3.0 (พอใจ)
ด้านคุณภาพ	3.2 (พอใจ)	3.17 (พอใจ)	2.81 (พอใจ)	3.0 (พอใจ)	2.8 (พอใจ)
ด้านขนาด	3.08 (พอใจ)	3.17 (พอใจ)	2.79 (พอใจ)	2.78 (พอใจ)	3.40 (พอใจ)
ด้านสีสัน	3.4 (พอใจ)	3.17 (พอใจ)	2.97 (พอใจ)	3.05 (พอใจ)	3.2 (พอใจ)
ด้านการบรรจุหีบห่อ	2.68 (พอใจ)	2.45 (พอใจ น้อย)	2.27 (พอใจ น้อย)	2.31 (พอใจ น้อย)	2.4 (พอใจน้อย)
รวม	3.30 (พอใจ)	3.26 (พอใจ)	3.03 (พอใจ)	3.07 (พอใจ)	2.98 (พอใจ)

จากตารางที่ 56 พบว่าความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ จำแนกตามอายุ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญด้านความแปลก มากกว่าด้านอื่น ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20-30 ปี ,อายุ 31-40 ปี, อายุ 41-50 ปี ให้ความสำคัญด้าน เอกลักษณ์มากกว่าด้านอื่น และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 50 ปี ให้ความสำคัญด้านขนาด มากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 57 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความพึงพอใจปัจจัยด้าน
ราคาของผลิตภัณฑ์ที่ลดกรรมราคาเขาและอายุ

ความพอใจในด้านราคา	อายุ				
	ต่ำกว่า 20 ปี	20-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	มากกว่า 50 ปี
ราคาของผลิตภัณฑ์	2.48 (พอใจน้อย)	1.91 (พอใจน้อย)	2.09 (พอใจน้อย)	2.36 (พอใจน้อย)	1.6 (พอใจน้อย)
การมีส่วนลดเงินสด	3.16 (พอใจ)	2.80 (พอใจ)	2.44 (พอใจน้อย)	3.10 (พอใจ)	2.6 (พอใจ)
การใช้บัตรเครดิตในการซื้อ	3.24 (พอใจ)	2.95 (พอใจ)	2.72 (พอใจ)	2.89 (พอใจ)	3.0 (พอใจ)
การต่อรองราคา	2.92 (พอใจ)	2.71 (พอใจ)	2.69 (พอใจ)	2.47 (พอใจ)	2.8 (พอใจ)
การคิดป้ายบอกราคา	3.04 (พอใจ)	2.6 (พอใจ)	2.16 (พอใจน้อย)	2.52 (พอใจ)	2.8 (พอใจ)
รวม	2.97 (พอใจ)	2.59 (พอใจ)	2.41 (พอใจน้อย)	2.67 (พอใจ)	2.56 (พอใจ)

จากตารางที่ 57 พบว่าความพึงพอใจด้านราคา ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่
จำแนกตามอายุ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี อายุ 20-30 ปี อายุ 31-40 ปี และ
มากกว่า 50 ปี ให้ความสำคัญด้านการใช้บัตรเครดิตในการซื้อ ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 41- 50 ปี
ให้ความสำคัญด้านการมีส่วนลดเงินสด มากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 58 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความพึงพอใจปัจจัยด้าน
สถานที่จำหน่ายของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขาและอายุ

ความพึงพอใจในสถานที่จำหน่าย	อายุ				
	ต่ำกว่า 20 ปี	20-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	มากกว่า 50 ปี
ทำเลที่ตั้งของร้าน	3.36 (พอใจ)	3.02 (พอใจ)	2.83 (พอใจ)	2.52 (พอใจ)	2.8 (พอใจ)
บรรยากาศ ความสว่างของร้าน	3.28 (พอใจ)	3.06 (พอใจ)	2.74 (พอใจ)	2.94 (พอใจ)	2.6 (พอใจ)
การจัด การตกแต่งร้าน	3.20 (พอใจ)	2.97 (พอใจ)	2.86 (พอใจ)	2.89 (พอใจ)	3.0 (พอใจ)
สถานที่จอดรถ	2.88 (พอใจ)	2.28 (พอใจ)	1.9 (พอใจน้อย)	2.2 (พอใจ)	2.0 (พอใจ)
การคมนาคมและการเดินทาง	2.68 (พอใจ)	2.82 (พอใจ)	2.44 (พอใจ)	2.78 (พอใจ)	3.0 (พอใจ)
รวม	3.08 (พอใจ)	2.83 (พอใจ)	2.55 (พอใจ)	2.67 (พอใจ)	2.68 (พอใจ)

จากตารางที่ 58 พบว่าความพึงพอใจด้านสถานที่จำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จำแนกตามอายุ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ ต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญด้านทำเลที่ตั้งของร้านมากกว่าด้านอื่น ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20-30 ปี และอายุ 41-50 ปี ให้ความสำคัญด้านบรรยากาศ ความสว่างของร้านมากกว่าด้านอื่น ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญด้านการจัดการตกแต่งร้านมากกว่าด้านอื่น และอายุมากกว่า 50 ปี ให้ความสำคัญด้านการจัด การตกแต่งร้าน และการคมนาคมและการเดินทางมากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 59 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความพึงพอใจปัจจัยด้าน
การส่งเสริมการขายของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขาและอายุ

ความพอใจต่อการ ส่งเสริมการตลาด	อายุ				
	ต่ำกว่า 20 ปี	20-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	มากกว่า 50 ปี
การโฆษณา	2.6 (พอใจ)	2.58 (พอใจ)	2.53 (พอใจ)	2.36 (พอใจน้อย)	2.4 (พอใจน้อย)
การส่งเสริมการขายด้วยการ ลดราคา	2.8 (พอใจ)	2.67 (พอใจ)	2.62 (พอใจ)	2.94 (พอใจ)	2.6 (พอใจ)
การมีของแถม	2.72 (พอใจ)	2.21 (พอใจน้อย)	2.30 (พอใจน้อย)	2.52 (พอใจ)	2.6 (พอใจ)
การมีชื่อเสียงของร้าน	2.68 (พอใจ)	2.39 (พอใจน้อย)	2.58 (พอใจ)	2.52 (พอใจ)	2.4 (พอใจน้อย)
การประชาสัมพันธ์	2.76 (พอใจ)	2.50 (พอใจ)	2.58 (พอใจ)	2.47 (พอใจน้อย)	2.4 (พอใจน้อย)
การบริการการขายของ พนักงาน	2.88 (พอใจ)	2.76 (พอใจ)	2.76 (พอใจ)	2.63 (พอใจ)	2.8 (พอใจ)
การมีเอกสารแผ่นพับ ความรู้ แจกฟรี	2.72 (พอใจ)	2.32 (พอใจน้อย)	2.34 (พอใจน้อย)	2.36 (พอใจน้อย)	1.8 (พอใจน้อย)
รวม	2.73 (พอใจ)	2.49 (พอใจน้อย)	2.53 (พอใจ)	2.54 (พอใจ)	2.43 (พอใจ)

จากตาราง 59 พบว่าความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด ของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่จำแนกตามอายุ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี อายุ 20-30 ปี อายุ 31-40 ปี และอายุมากกว่า 50 ปี ให้ความสำคัญด้านการบริการของพนักงาน มากกว่าด้านอื่น ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41-50 ปี ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญด้านการส่งเสริมการตลาด การส่งเสริมการขายด้วยการลดราคา

ตารางที่ 60 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความพึงพอใจปัจจัย
ด้านผลิตภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขาและอาชีพ

ความพึงพอใจต่อ ผลิตภัณฑ์	อาชีพ				
	นักเรียน นักศึกษา	รับราชการ	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	ธุรกิจ ส่วนตัว	พนักงานเอก ชน
ด้านรูปแบบ	3.28 พอใจ	3.32 พอใจ	3.25 พอใจ	3.08 พอใจ	3.70 พอใจมาก
ด้านฝีมือ	3.48 พอใจ	3.28 พอใจ	3.75 พอใจมาก	3.2 พอใจ	3.5 พอใจมาก
ความด้านละเอียด	3.22 พอใจ	3.0 พอใจ	4.25 พอใจมาก	3.04 พอใจ	3.41 พอใจ
ด้านความแปลก	3.6 พอใจมาก	3.12 พอใจ	3.5 พอใจมาก	3.20 พอใจ	3.62 พอใจมาก
ด้านเอกลักษณ์	3.51 พอใจมาก	3.92 พอใจมาก	4.25 พอใจมาก	3.42 พอใจ	4.0 พอใจมาก
ด้านคุณภาพ	3.11 พอใจ	2.84 พอใจ	3.5 พอใจมาก	2.92 พอใจ	3.25 พอใจ
ด้านขนาด	3.14 พอใจ	3.04 พอใจ	3.25 พอใจ	2.74 พอใจ	3.2 พอใจ
ด้านสีสันทัน	3.42 พอใจ	3.24 พอใจ	3.75 พอใจมาก	2.88 พอใจ	3.04 พอใจ
ด้านการบรรจุหีบห่อ	2.8 พอใจ	2.48 พอใจ	2.25 พอใจ	2.18 พอใจ	2.33 พอใจ
รวม	3.28 พอใจ	3.14 พอใจ	3.53 พอใจมาก	2.96 พอใจ	3.34 พอใจ

จากตารางที่ 60 พบว่าความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่
จำแนกตามอาชีพ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน นักศึกษา ให้ความสำคัญด้านความ
แปลกมากกว่าด้านอื่น ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรับราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ประกอบธุรกิจ
ส่วนตัว พนักงานเอกชน ให้ความสำคัญด้านเอกลักษณ์ มากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 61 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความพึงพอใจปัจจัย
ด้านราคาของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขาและอาชีพร

ความพึงพอใจในด้านราคา	อาชีพ				
	นักเรียน นักศึกษา	รับราชการ	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	ธุรกิจส่วนตัว	พนักงาน เอกชน
ราคาของผลิตภัณฑ์	3.02 (พอใจ)	2.88 (พอใจ)	3.0 (พอใจ)	2.66 (พอใจ)	3.37 (พอใจ)
การมีส่วนลดเงินสด	3.0 (พอใจ)	2.8 (พอใจ)	2.75 (พอใจ)	2.62 (พอใจ)	2.83 (พอใจมาก)
การใช้บัตรเครดิตในการซื้อ	2.34 (พอใจน้อย)	2.48 (พอใจน้อย)	2.25 (พอใจน้อย)	1.9 (พอใจน้อย)	1.83 (พอใจน้อย)
การต่อรองราคา	2.85 (พอใจ)	2.68 (พอใจ)	2.5 (พอใจ)	2.56 (พอใจ)	2.91 (พอใจมาก)
การตีคป้ายบอกราคา	2.88 (พอใจ)	2.28 (พอใจน้อย)	2.25 (พอใจน้อย)	2.46 (พอใจ)	2.54 (พอใจ)
รวม	3.28 (พอใจ)	3.14 (พอใจ)	3.53 (พอใจมาก)	2.44 (พอใจน้อย)	2.70 (พอใจ)

จากตารางที่ 61 พบว่าความพึงพอใจด้านราคา ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่
จำแนกตามอาชีพ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มอาชีพ ให้ความสำคัญด้านราคาของผลิตภัณฑ์
มากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 62 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความพึงพอใจปัจจัยด้านสถานที่จำหน่ายของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขาและอาชีพร

ความพึงพอใจใน สถานที่จำหน่าย	อาชีพ				
	นักเรียน นักศึกษา	รับราชการ	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	ธุรกิจส่วนตัว	พนักงานเอกชน
ทำเลที่ตั้งของร้าน	3.17 (พอใจ)	2.8 (พอใจ)	3.5 (พอใจมาก)	2.86 (พอใจ)	2.95 (พอใจ)
บรรยากาศ ความสว่างของร้าน	3.22 (พอใจ)	2.68 (พอใจ)	3.0 (พอใจ)	2.82 (พอใจ)	3.2 (พอใจ)
การจัด การตกแต่งร้าน	3.08 (พอใจ)	2.96 (พอใจ)	3.5 (พอใจมาก)	2.82 (พอใจ)	3.04 (พอใจ)
สถานที่จอดรถ	2.57 (พอใจ)	2.0 (พอใจน้อย)	2.5 (พอใจ)	2.06 (พอใจน้อย)	2.41 (พอใจน้อย)
การคมนาคมและการเดินทาง	2.62 (พอใจ)	2.68 (พอใจน้อย)	2.5 (พอใจน้อย)	2.7 (พอใจ)	2.75 (พอใจ)
รวม	2.93 (พอใจ)	2.62 (พอใจ)	3.00 (พอใจ)	2.65 (พอใจ)	2.85 (พอใจ)

จากตารางที่ 62 ความพึงพอใจด้านสถานที่จำหน่าย ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ จำแนกตามอาชีพ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ นักเรียน นักศึกษา และพนักงานเอกชน ให้ความสำคัญด้านบรรยากาศความสว่างของร้านมากกว่าด้านอื่น อาชีพรับราชการให้ความสำคัญด้านการจัดการตกแต่งร้านมากกว่าด้านอื่น อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจให้ความสำคัญด้านทำเลที่ตั้งของร้าน และการจัดการตกแต่งร้านมากกว่าด้านอื่น อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญด้านทำเลที่ตั้งของร้านมากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 63 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความพึงพอใจปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขาและอาชีฟ

ความพอใจต่อผลิตภัณฑ์	อาชีฟ				
	นักเรียนนักศึกษา	รับราชการ	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	ธุรกิจส่วนตัว	พนักงานเอกชน
การโฆษณา	2.54 (พอใจ)	2.4 (พอใจน้อย)	2.75 (พอใจ)	2.64 (พอใจ)	2.41 (พอใจน้อย)
การส่งเสริมการขายด้วยการลดราคา	2.77 (พอใจ)	2.52 (พอใจ)	2.25 (พอใจน้อย)	2.78 (พอใจ)	2.79 (พอใจ)
การมีของแถม	2.6 (พอใจ)	2.52 (พอใจ)	1.25 (พอใจน้อย)	2.26 (พอใจน้อย)	2.41 (พอใจน้อย)
การมีชื่อเสียงของร้าน	2.60 (พอใจ)	2.16 (พอใจน้อย)	2.00 (พอใจน้อย)	2.26 (พอใจน้อย)	2.70 (พอใจ)
การประชาสัมพันธ์	2.68 (พอใจ)	2.52 (พอใจ)	2.25 (พอใจน้อย)	2.44 (พอใจน้อย)	2.75 (พอใจ)
การบริการการขายของพนักงาน	(2.91) (พอใจ)	2.56 (พอใจ)	2.75 (พอใจ)	2.66 (พอใจ)	3.0 (พอใจ)
การมีเอกสารแผ่นพับความรู้แจกฟรี	(2.60) พอใจ	2.12 (พอใจน้อย)	2.0 (พอใจน้อย)	2.26 (พอใจน้อย)	2.70 (พอใจ)
รวม	(2.67) พอใจ	2.40 (พอใจน้อย)	2.18 (พอใจน้อย)	2.47 (พอใจน้อย)	2.68 (พอใจ)

จากตาราง 63 พบว่าความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการขายของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ จำแนกตามอาชีพพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน นักศึกษา อาชีฟรับราชการ ให้ความสำคัญด้านการบริการขายของพนักงานมากกว่าด้านอื่น อาชีฟพนักงานรัฐวิสาหกิจให้ความสำคัญด้านการโฆษณา และการบริการขายของพนักงานมากกว่าด้านอื่น อาชีฟประกอบธุรกิจส่วนตัวและพนักงานเอกชน ให้ความสำคัญด้าน การส่งเสริมการขายด้านการลดราคามากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 64 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความพึงพอใจปัจจัยด้าน
ผลิตภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขาและรายได้

ความพึงพอใจ ต่อผลิตภัณฑ์	รายได้					
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000- 10,000 บาท	10,001- 15,000 บาท	15,001- 20,000 บาท	20,001- 25,000 บาท	25,000 บาท ขึ้นไป
ด้านรูปแบบ	3.29 (พอใจ)	3.28 (พอใจ)	3.34 (พอใจ)	2.86 (พอใจ)	3.81 (พอใจ)	3.21 พอใจ
ด้านฝีมือ	3.54 (พอใจมาก)	3.18 (พอใจ)	3.34 (พอใจ)	3.0 (พอใจ)	3.9 (พอใจมาก)	3.28 (พอใจ)
ความด้าน ละเอียด	3.24 (พอใจ)	3.31 (พอใจ)	2.65 (พอใจ)	3.20 (พอใจ)	3.54 (พอใจมาก)	3.21 (พอใจ)
ด้านความ แปลก	3.43 (พอใจ)	3.52 (พอใจมาก)	3.13 (พอใจ)	2.93 (พอใจ)	3.63 (พอใจมาก)	3.42 (พอใจ)
ด้านเอกลักษณ์	3.45 (พอใจ)	3.76 (พอใจมาก)	3.65 (พอใจมาก)	3.53 (พอใจมาก)	4.0 (พอใจมาก)	3.78 (พอใจมาก)
ด้านคุณภาพ	3.18 (พอใจ)	3.02 (พอใจ)	2.82 (พอใจ)	2.66 (พอใจ)	3.54 (พอใจมาก)	2.92 (พอใจ)
ด้านขนาด	3.13 (พอใจ)	3.10 (พอใจ)	2.65 (พอใจ)	2.53 (พอใจ)	3.63 (พอใจมาก)	2.85 (พอใจ)
ด้านสีสันทัน	3.45 (พอใจ)	2.92 (พอใจ)	2.82 (พอใจ)	2.8 (พอใจ)	3.72 (พอใจมาก)	2.28 (พอใจ)
ด้านการบรรจุ หีบห่อ	2.45 (พอใจ)	2.65 พอใจ	2.13 (พอใจ)	1.93 (พอใจน้อย)	3.09 (พอใจ)	2.14 (พอใจ)น้อย
รวม	3.24 (พอใจ)	3.19 พอใจ	2.95 (พอใจ)	2.83 (พอใจ)	3.65 (พอใจมาก)	3.12 (พอใจ)

จากตารางที่ 64 ความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขาของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ จำแนกตามรายได้ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ ต่ำกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญ ด้าน ฝีมือมากกว่าด้านอื่น ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 5,000-10,000 บาท รายได้ 10,001-15,000 บาท รายได้ 15,001 -20,000 บาท รายได้ 20,001 – 25,000 บาท และรายได้ 25,000 บาท ขึ้นไป ให้ความสำคัญด้านเอกลักษณ์มากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 65 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความพึงพอใจปัจจัยด้าน
ราคาของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขาและรายได้

ความพึงพอใจใน ด้านราคา	รายได้					
	ต่ำกว่า5,000 บาท	5,000- 10,000 บาท	10,001- 15,000 บาท	15,001- 20,000 บาท	20,001- 25,000บาท	25,000บาท ขึ้นไป
ราคาของผลิตภัณฑ์	3.02 (พอใจ)	2.94 (พอใจ)	2.65 (พอใจ)	2.73 (พอใจ)	3.27 (พอใจ)	3.00 (พอใจ)
การมีส่วนลดเงินสด	2.86 (พอใจมาก)	2.68 (พอใจ)	2.73 (พอใจ)	2.73 (พอใจ)	3.45 (พอใจ)	2.50 (พอใจ)
การใช้บัตรเครดิต ในการซื้อ	2.18 (พอใจน้อย)	2.15 (พอใจ น้อย)	1.82 (พอใจ น้อย)	2.06 (พอใจ น้อย)	2.45 (พอใจ น้อย)	2.07 (พอใจ น้อย)
การต่อรองราคา	2.62 (พอใจ)	2.92 (พอใจมาก)	2.60 (พอใจ)	2.40 (พอใจ)	3.18 (พอใจ)	2.57 (พอใจ)
การคิดป้ายบอกราคา	2.67 (พอใจ)	2.84 (พอใจมาก)	1.95 (พอใจ น้อย)	2.46 (พอใจ)	3.36 (พอใจ)	1.78 (พอใจ น้อย)
รวม	2.67 (พอใจ)	2.71 (พอใจ)	2.35 (พอใจ)	2.48 (พอใจ)	3.14 (พอใจ)	2.38 (พอใจ)

จากตารางที่ 65 ความพึงพอใจด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่จำแนกตาม
รายได้พบว่า รายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท รายได้ 5,000 –10,000 บาท รายได้ 10,000-15,000 บาท และ
รายได้ 25,000 บาท ให้ความสำคัญด้านราคาของผลิตภัณฑ์มากกว่าด้านอื่น ผู้ตอบแบบสอบถาม
รายได้ 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญด้านราคาของผลิตภัณฑ์ การมีส่วนลดเงินสดมากกว่า
ด้านอื่น ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้ 20,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญด้านการมีส่วนลดเงินสด
มากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 66 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความพึงพอใจปัจจัยด้าน
การจำหน่ายของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขาและรายได้

ความพึงพอใจใน สถานที่จำหน่าย	รายได้					
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000- 10,000 บาท	10,001- 15,000 บาท	15,001- 20,000 บาท	20,001- 25,000 บาท	25,000 บาท ขึ้นไป
ทำเลที่ตั้งของร้าน	3.10 (พอใจ)	3.05 (พอใจ)	2.43 (พอใจ)	2.53 (พอใจ)	3.72 (พอใจ)	3.07 (พอใจ)
บรรยากาศ ความ สว่างของร้าน	3.10 (พอใจ)	3.02 (พอใจ)	2.47 (พอใจ)	2.46 (พอใจ)	3.72 (พอใจมาก)	3.21 (พอใจ)
การจัดร้าน การตกแต่งร้าน	3.05 (พอใจ)	2.92 (พอใจ)	2.60 (พอใจ)	2.4 (พอใจ)	3.81 (พอใจมาก)	3.42 (พอใจ)
สถานที่จอดรถ	2.29 (พอใจ)	2.5 (พอใจ)	1.6 (พอใจน้อย)	1.53 (พอใจน้อย)	3.18 (พอใจ)	2.57 (พอใจ)
การคมนาคมและ การเดินทาง	2.70 (พอใจ)	2.76 (พอใจ)	2.34 (พอใจ)	2.53 (พอใจ)	3.36 (พอใจ)	2.57 (พอใจ)
รวม	2.85 (พอใจ)	2.85 (พอใจ)	2.25 (พอใจน้อย)	2.29 (พอใจน้อย)	3.56 (พอใจมาก)	2.92 (พอใจ)

จากตารางที่ 66 ความพึงพอใจด้านสถานที่จำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่
จำแนกตามรายได้ พบว่า รายได้ต่ำกว่า 5,000 บาทให้ความสำคัญด้านทำเลที่ตั้งของร้านและ
บรรยากาศ ความสว่างของร้านมากกว่าด้านอื่น รายได้ 5,000-10,000 บาท ให้ความสำคัญด้านทำเล
ที่ตั้งของร้านมากกว่าด้านอื่น รายได้ 10,0001-15,000 บาท รายได้ 20,001-25,000 บาท และรายได้
มากกว่า 25,000 ขึ้นไป ให้ความสำคัญด้านการจัดร้าน การตกแต่งร้านมากกว่าด้านอื่น รายได้
15,001 - 20,000 บาท ให้ความสำคัญด้านทำเลที่ตั้งของร้านและการคมนาคมและการเดินทาง
มากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 67 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความพึงพอใจปัจจัยด้าน การส่งเสริมการตลาดของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขาและรายได้

ความพอใจต่อการส่งเสริมการตลาด	รายได้					
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000-10,000 บาท	10,001-15,000 บาท	15,001-20,000 บาท	20,001-25,000 บาท	25,000 บาท ขึ้นไป
การโฆษณา	2.45 (พอใจน้อย)	3.28 (พอใจ)	3.34 (พอใจ)	2.86 (พอใจ)	3.81 (พอใจ)	3.21 (พอใจ)
การส่งเสริมการขายด้วยการลดราคา	2.54 (พอใจ)	3.18 (พอใจ)	3.34 (พอใจ)	3.0 (พอใจ)	3.90 (พอใจมาก)	3.28 (พอใจ)
การมีของแถม	2.35 (พอใจน้อย)	3.31 (พอใจ)	2.65 (พอใจ)	3.20 (พอใจ)	3.54 (พอใจมาก)	3.21 (พอใจ)
การมีชื่อเสียงของร้าน	2.59 (พอใจ)	3.52 (พอใจมาก)	3.13 (พอใจ)	2.93 (พอใจ)	3.63 (พอใจมาก)	3.42 (พอใจ)
การประชาสัมพันธ์	2.56 (พอใจ)	3.76 (พอใจมาก)	3.65 (พอใจมาก)	3.53 (พอใจมาก)	4.0 (พอใจมาก)	3.78 (พอใจมาก)
การบริการการขายของพนักงาน	2.72 (พอใจ)	3.02 (พอใจ)	2.82 (พอใจ)	2.66 (พอใจ)	3.54 (พอใจมาก)	2.92 (พอใจ)
การมีเอกสารแผ่นพับ ความรู้แจกฟรี	2.59 (พอใจ)	3.10 (พอใจ)	2.65 (พอใจ)	2.53 (พอใจ)	3.63 (พอใจมาก)	2.85 (พอใจ)
รวม	2.55 (พอใจ)	2.92 (พอใจ)	2.82 (พอใจ)	2.8 (พอใจ)	3.72 (พอใจมาก)	2.28 (พอใจ)

จากตาราง 67 พบว่าความพึงพอใจด้านส่งเสริมการตลาด ของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่จำแนกตามรายได้ พบว่า รายได้ต่ำกว่า 5,000 ให้ความสำคัญด้านการบริการการขายของพนักงานมากกว่าด้านอื่น รายได้ 5,000-10,000 บาท รายได้ 10,001-15,000 บาท รายได้ 15,001-20,000 บาท รายได้ 20,001-25,000 บาท และรายได้ 25,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญด้านการประชาสัมพันธ์มากกว่าด้านอื่น

ปัญหาที่พบเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขา

ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ และจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 138 ราย

ตารางที่ 68 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขา

ด้านผลิตภัณฑ์	มีปัญหา		ลำดับ
	จำนวน	ร้อยละ	
มีให้เลือกน้อย	69	50.0	1
รูปแบบไม่น่าสนใจ	24	17.4	7
ฝีมือไม่ละเอียด	33	23.9	5
สีสันทึบไม่สะอาด	23	16.7	8
การบรรจุหีบห่อไม่สวยงาม	45	32.6	3
คุณภาพไม่ดี	26	18.8	6
ขนาดไม่คงที่	38	27.5	4
สีตก	67	48.6	2
รวม	325	29.44	

จากตารางที่ 68 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม พบปัญหามากด้านผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขาเป็นลำดับแรกได้แก่ มีให้เลือกน้อย รองลงมาสีตก การบรรจุหีบห่อไม่สวยงาม ด้านขนาดไม่คงที่ ฝีมือไม่ละเอียด คุณภาพไม่ดี รูปแบบไม่น่าสนใจ และสีสันทึบไม่สะอาด ตามลำดับ

ตารางที่ 69 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัญหาด้านราคาของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขา

ด้านราคา	มีปัญหา		ลำดับ
	จำนวน	ร้อยละ	
ราคาไม่คงที่	89	64.5	1
ราคาสูงเกินไป	44	31.9	3
ไม่มีการติดป้ายราคา	72	52.2	2
ต้องรอราคาไม่ได้	19	13.8	4
ไม่ได้ใช้บัตรเครดิต	16	11.6	5
รวม	240	34.78	

จากตารางที่ 69 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม พบปัญหามากด้านราคาของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขาเป็นลำดับแรกได้แก่ราคาไม่คงที่ รองลงมาไม่มีการติดป้ายราคา ราคาสูงเกินไป ต้องรอราคาไม่ได้ และไม่ได้ใช้บัตรเครดิต ตามลำดับ

ตารางที่ 70 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัญหาด้าน
สถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขา

ด้านสถานที่	มีปัญหา		ลำดับ
	จำนวน	ร้อยละ	
ทำเลหายาก	52	37.7	2
บรรยากาศไม่ดี	33	23.9	4
การจัดร้านไม่ดี	34	24.6	3
ไม่มีที่จอดรถ	68	49.3	1
ร้านไม่สะอาด	18	13.0	5
รวม	205	29.71	

จากตารางที่ 70 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม พบปัญหามากด้านสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์
หัตถกรรมชาวเขาเป็นลำดับแรกได้แก่ ไม่มีที่จอดรถ รองลงมาทำเลหายาก การจัดร้านไม่ดี
บรรยากาศไม่ดี และร้านไม่สะอาด ตามลำดับ

ตารางที่ 71 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขา

ด้านส่งเสริมการตลาด	มีปัญหา		ลำดับ
	จำนวน	ร้อยละ	
ไม่มีการโฆษณา	69	50.0	1
การบริการของพนักงานไม่ดี	18	13.0	5
ไม่มีป้ายร้านค้าชัดเจน	69	50.0	1
ไม่บอกแหล่งที่มา	52	37.7	2
ผู้ขายสื่อสารไม่เข้าใจ	34	24.6	4
ไม่มีการเผยแพร่	43	31.2	3
ไม่มีการเข้าร่วมแสดงสินค้า	7	5.1	6
รวม	292	30.23	

จากตารางที่ 71 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม พบปัญหามากด้านการส่งเสริมการตลาดของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชาวเขา ได้แก่ไม่มีการโฆษณา ไม่มีป้ายร้านค้าชัดเจน รองลงมาไม่บอกแหล่งที่มา ไม่มีการเผยแพร่ ผู้ขายสื่อสารไม่เข้าใจ การบริการของพนักงานไม่ดี และไม่มีการเข้าร่วมการแสดงสินค้าตามลำดับ