

บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่อง “ความคิดเห็นของลูกค้าชาวญี่ปุ่นต่อส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือของผู้ผลิตในจังหวัดเชียงใหม่” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นของลูกค้าชาวญี่ปุ่นต่อส่วนประสมทางการตลาด ผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือของผู้ผลิตในจังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการศึกษาร่วมกับผู้ตอบแบบสอบถาม 2 ประเภทด้วยกัน คือ กลุ่มผู้ซื้อที่เป็นผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีกชาวญี่ปุ่น จำนวน 50 คน และกลุ่มผู้ซื้อที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น จำนวน 150 คน รวมทั้งสิ้นจำนวน 200 คน ดังตารางที่ 1 ซึ่งเป็นไปตามกระบวนการคัดเลือกตัวอย่างที่ได้อธิบายไว้ในบทที่ 3

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของกลุ่มตัวอย่าง

ประเภทผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
ผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีกชาวญี่ปุ่น	50	25.0
นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น	150	75.0
รวม	200	100.0

ผลการศึกษาครั้งนี้ได้สรุปผลจากการศึกษาโดยแยกออกเป็น 2 ตอนใหญ่ๆ ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีกชาวญี่ปุ่น

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีกชาวญี่ปุ่น ได้แก่ เพศ อายุ ลักษณะของธุรกิจ ระยะเวลาในการดำเนินกิจการ ตำแหน่งหน้าที่ในกิจการ ดังแสดงในตารางที่ 2 - 6

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือของจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ ประเภทของผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือที่เลือกซื้อ วัตถุประสงค์ของการซื้อ คุณสมบัติของผ้าฝ้ายทอมือที่ทำให้ตัดสินใจซื้อ ความถี่ในการซื้อ งบประมาณที่ซื้อ (เดือน/ครั้ง) แหล่งที่ซื้อ เหตุผลที่เลือกซื้อจากแหล่งจำหน่ายนั้นๆ รูปแบบการซื้อ การขนส่งสินค้ากลับประเทศ แนวโน้มความนิยมในสินค้าผ้าฝ้ายทอมือ ความคิดเห็นเกี่ยวกับการทอแบบผสมวัสดุอื่น ดังแสดงในตารางที่ 7 - 21

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด รวมถึงปัจจัยอื่นๆ ของผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือของจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ดังแสดงในตารางที่ 22 - 25

ส่วนที่ 4 ปัญหาที่พบและข้อเสนอแนะในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือของจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ปัญหาสำคัญที่ควรปรับปรุงแก้ไข และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับรูปแบบที่ควรผลิตเพื่อจำหน่ายในประเทศญี่ปุ่น ดังแสดงในตารางที่ 26 – 36

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวนครั้งในการเดินทางมาเชียงใหม่ และผู้ร่วมเดินทาง ดังแสดงในตารางที่ 37 - 43

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือของจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ วัตถุประสงค์ของการซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ ปัจจัยที่ทำให้ตัดสินใจซื้อ การนำกลับผลิตภัณฑ์หลังการซื้อ งบประมาณ และการรู้จักแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ ดังแสดงในตารางที่ 44 - 49

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด รวมถึงปัจจัยอื่นๆ ของผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือของจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ดังแสดงในตารางที่ 50 - 53

ส่วนที่ 4 ปัญหาที่พบและข้อเสนอแนะในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือของจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ปัญหาสำคัญที่ควรปรับปรุงแก้ไข และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับรูปแบบที่ควรผลิตเพื่อจำหน่ายในประเทศญี่ปุ่น ดังแสดงในตารางที่ 54 - 61

การวิเคราะห์ข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีกชาวญี่ปุ่น

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีกชาวญี่ปุ่น

เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น ได้แก่ เพศ อายุ ลักษณะของธุรกิจ ระยะเวลาในการดำเนินกิจการ ตำแหน่งหน้าที่ในกิจการ ซึ่งผลจากการศึกษามีดังนี้

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีก จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	23	46.0
หญิง	27	54.0
รวม	50	100.0

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีกชาวญี่ปุ่นเป็นเพศหญิง จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 54.0 และเป็นเพศชาย จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 46.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีก จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 30 ปี	5	10.0
31-40 ปี	17	34.0
41-50 ปี	17	34.0
51-60 ปี	10	20.0
มากกว่า 60 ปี	1	2.0
รวม	50	100.0

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีกชาวญี่ปุ่นมีอายุ 31-40 ปี และอายุ 41-50 ปี เป็นจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 34.0 รองลงมาคือ มีอายุ 51-60 ปี คิดเป็นร้อยละ 20.0 และมีอายุ ไม่เกิน 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 10.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีก จำแนกตามลักษณะธุรกิจ

ลักษณะธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
ธุรกิจนำเข้า-ส่งออก	15	30.0
ธุรกิจขายปลีก	32	64.0
ธุรกิจขายส่ง	15	30.0
ธุรกิจประเภท E-Commerce	5	10.0
ธุรกิจประเภทอื่น	3	6.0

หมายเหตุ - เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 50 คน

- ธุรกิจประเภทอื่น ผู้ตอบแบบสอบถามไม่ได้ระบุว่าเป็นธุรกิจประเภทใด

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีกชาวญี่ปุ่นทำธุรกิจประเภทขายปลีก คิดเป็นร้อยละ 64.0 รองลงมา คือ ทำธุรกิจนำเข้า-ส่งออก และธุรกิจขายส่ง คิดเป็นร้อยละ 30.0 และทำธุรกิจประเภท E-Commerce คิดเป็นร้อยละ 6.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีก จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินกิจการ

ระยะเวลาในการดำเนินกิจการ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 2 ปี	3	6.0
2-5 ปี	6	12.0
5-10 ปี	18	36.0
มากกว่า 10 ปี	23	46.0
รวม	50	100.0

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีกชาวญี่ปุ่นดำเนินกิจการเป็นระยะเวลา มากกว่า 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 46.0 รองลงมา คือ ดำเนินกิจการเป็นระยะเวลา 5-10 ปี คิดเป็นร้อยละ 36.0 และดำเนินกิจการเป็นระยะเวลา 2-5 ปี คิดเป็นร้อยละ 12.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีก จำแนกตามตำแหน่งหน้าที่ในกิจการ

ตำแหน่งหน้าที่	จำนวน	ร้อยละ
เจ้าของกิจการหรือผู้ประกอบการ	32	64.0
เจ้าหน้าที่ฝ่ายจัดซื้อ	13	26.0
ผู้บริหารระดับสูง	3	6.0
เจ้าหน้าที่ฝ่ายการตลาด	1	2.0
อื่นๆ	1	2.0
รวม	50	100.0

หมายเหตุ ตำแหน่งหน้าที่ในกิจการอื่นๆ ไม่ได้ระบุว่าเป็นตำแหน่งหน้าที่ใด

จากตารางที่ 6 พบว่า ผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีกชาวญี่ปุ่นส่วนใหญ่มีตำแหน่งเป็นเจ้าของกิจการหรือผู้ประกอบการ คิดเป็นร้อยละ 64.0 รองลงมา คือ มีตำแหน่งเป็นเจ้าหน้าที่ฝ่ายจัดซื้อ คิดเป็นร้อยละ 26.0 และมีตำแหน่งเป็นผู้บริหารระดับสูง คิดเป็นร้อยละ 6.0 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือของจังหวัดเชียงใหม่ของผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีกชาวญี่ปุ่น

เป็นข้อมูลเกี่ยวกับการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือของจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ ประเภทของผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือที่เลือกซื้อ วัตถุประสงค์ของการซื้อ คุณสมบัติของผ้าฝ้ายทอมือที่ทำให้ตัดสินใจซื้อ ความถี่ในการซื้อ งบประมาณที่ซื้อ (เดือน/ครั้ง) แหล่งที่ซื้อ เหตุผลที่เลือกซื้อจากแหล่งจำหน่ายนั้นๆ รูปแบบการซื้อ การขนส่งสินค้ากลับประเทศ แนวโน้มความนิยมในสินค้าผ้าฝ้ายทอมือ ความคิดเห็นเกี่ยวกับการทอแบบผสมวัสดุอื่น ซึ่งผลจากการศึกษาวิจัยมีดังต่อไปนี้

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีก จำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์ที่เลือกซื้อ

ประเภทผลิตภัณฑ์ที่เลือกซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
เสื้อผ้า	42	84.0
เครื่องแต่งกายอื่นๆ	22	44.0
ผ้าผืน	19	38.0
ของใช้ตกแต่งบ้าน	10	20.0
ของฝาก-ของที่ระลึก	3	6.0
อื่นๆ	1	2.0

หมายเหตุ - เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 50 คน

- ประเภทผลิตภัณฑ์อื่นๆ ผู้ตอบไม่ได้ระบุว่าเป็นผลิตภัณฑ์ประเภทใด

ตารางที่ 7 พบว่า ผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีกชาวญี่ปุ่นเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ประเภทต่าง ๆ เรียงตามลำดับคือ ผลิตภัณฑ์ประเภทเสื้อผ้า คิดเป็นร้อยละ 84.0 รองลงมา คือ เลือกซื้อประเภทเครื่องแต่งกายอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 44.0 และเลือกซื้อผ้าผืน คิดเป็นร้อยละ 38.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีก จำแนกตามวัตถุประสงค์ของการที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ

วัตถุประสงค์	จำนวน	ร้อยละ
นำไปจำหน่ายต่อให้กับลูกค้าที่เป็นผู้ค้าปลีก	28	56.0
วัตถุประสงค์อื่น ได้แก่ นำไปขายที่ร้าน เป็นของขวัญให้ลูกค้า และตัดเสื้อ	12	24.0
นำไปจำหน่ายต่อให้กับลูกค้าที่เป็นผู้ค้าปลีกและปลีก	8	16.0
นำไปจำหน่ายต่อให้กับลูกค้าที่เป็นผู้ค้าส่ง	2	4.0
นำไปจำหน่ายต่อให้กับลูกค้าที่สั่งซื้อสินค้าผ่านทาง E-Commerce	0	0.0
รวม	50	100.0

จากตารางที่ 8 พบว่า ผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีกชาวญี่ปุ่นส่วนใหญ่ซื้อเพื่อนำไปจำหน่ายต่อให้กับลูกค้าที่เป็นผู้ค้าปลีก คิดเป็นร้อยละ 56.0 รองลงมา คือ ซื้อเพื่อวัตถุประสงค์อื่น ได้แก่ นำไปขายที่ร้าน เป็นของขวัญให้ลูกค้า และตัดเสื้อ คิดเป็นร้อยละ 24.0 และซื้อเพื่อนำไปจำหน่ายต่อให้กับลูกค้าที่เป็นผู้ค้าปลีกและปลีก คิดเป็นร้อยละ 18.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ เป็นผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีก จำแนกตาม คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือที่เลือกซื้อ

คุณสมบัติ	จำนวน	ร้อยละ
ลายผ้าที่มีเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น	27	54.0
สีสันทันเป็นธรรมชาติไม่เป็นอันตรายต่อผู้ใช้	23	46.0
คุณภาพของเนื้อผ้าฝ้ายและผลิตภัณฑ์	16	32.0
มีรูปแบบและดีไซน์ที่หลากหลาย น่าสนใจ	14	28.0
เป็นหัตถกรรมท้องถิ่นที่ทำมือ	14	28.0
ฝีมือการตัดเย็บสินค้า	13	26.0
ราคาสมเหตุสมผล	8	16.0
การบริการของร้านค้า	6	12.0
คุณสมบัติอื่นๆ ได้แก่ เนื้อผ้า วิธีเย็บ รูปแบบไม่เหมือนโรงงาน	6	12.0

หมายเหตุ เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 50 คน

จากตารางที่ 9 พบว่า ผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีกชาวจังหวัดบุรีรัมย์พิจารณาคูณสมบัติของผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือที่เลือกซื้อ เรียงตามลำดับคือ ลายผ้าที่มีเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น คิดเป็นร้อยละ 54.0 รองลงมาคือ พิจารณาจาก สีสันทันเป็นธรรมชาติไม่เป็นอันตรายต่อผู้ใช้ คิดเป็นร้อยละ 46.0 และ พิจารณาจาก คุณภาพของเนื้อผ้าฝ้ายและผลิตภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 32.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีก จำแนกตาม ความถี่ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ (เดือน/ครั้ง)

ความถี่	จำนวน	ร้อยละ
1 - 3 เดือน/ครั้ง	21	43.7
4 - 6 เดือน/ครั้ง	20	41.7
7 - 12 เดือน/ครั้ง	7	14.6
รวม	48	100.0

หมายเหตุ ไม่ระบุ จำนวน 2 คน

จากตารางที่ 10 พบว่า ผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีกชาวญี่ปุ่นซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ 1 - 3 เดือน/ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 43.7 รองลงมาคือ ซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ 4 - 6 เดือน/ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 41.7 และซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ 7 - 12 เดือน/ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 14.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ เป็นผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีก จำแนกตามงบประมาณในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือต่อครั้ง (100 เยน เท่ากับ 28 บาท)

งบประมาณ	จำนวน	ร้อยละ
11,000 เยน	1	2.2
15,000 เยน	1	2.2
35,000 เยน	1	2.2
50,000 เยน	1	2.2
80,000 เยน	1	2.2
100,000 เยน	10	21.7
130,000 เยน	1	2.2
200,000 เยน	2	4.3
250,000 เยน	1	2.2
280,000 เยน	1	2.2
300,000 เยน	5	10.9
400,000 เยน	1	2.2
500,000 เยน	3	6.5
600,000 เยน	1	2.2
800,000 เยน	2	4.3
900,000 เยน	1	2.2
1,000,000 เยน	7	15.2
1,500,000 เยน	1	2.2
2,000,000 เยน	3	6.5
3,000,000 เยน	1	2.2
5,000,000 เยน	1	2.2
รวม	46	100.0

หมายเหตุ - ไม่ระบุ จำนวน 4 คน

- อัตราแลกเปลี่ยนโดยประมาณ 100 เยนเท่ากับ 28 บาท

จากตารางที่ 11 พบว่า ผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีกชาวญี่ปุ่นซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือต่อครั้งด้วยงบประมาณ 100,000 เยน (ประมาณ 28,000 บาท) คิดเป็นร้อยละ 21.7 รองลงมา คือ ซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือต่อครั้งด้วยงบประมาณ 1,000,000 เยน (ประมาณ 280,000 บาท) คิดเป็นร้อยละ 15.2 และซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือต่อครั้งด้วยงบประมาณ 300,000 เยน (ประมาณ 84,000 บาท) คิดเป็นร้อยละ 10.9 ตามลำดับ

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีก จำแนกตามแหล่งที่ซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือในจังหวัดเชียงใหม่

แหล่งที่ซื้อผลิตภัณฑ์	จำนวน	ร้อยละ
ร้านค้าย่านถนนท่าแพ	29	58.0
ร้านค้าย่านตลาดวโรรส	20	40.0
ร้านค้าย่านสันกำแพง	20	40.0
ร้านค้าย่านไนท์บาร์ชัวร์	16	32.0
ร้านค้าย่านถนนลอยเคราะห์	11	22.0
ร้านค้าย่านถนนคนเดิน	7	14.0
อำเภอจอมทอง	3	6.0
แหล่งอื่นๆ ได้แก่ โรงงาน	2	4.0

หมายเหตุ เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 50 คน

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีกชาวญี่ปุ่นซื้อจากแหล่งจำหน่าย เรียงตามลำดับคือ ร้านค้าย่านถนนท่าแพ คิดเป็นร้อยละ 58.0 รองลงมา คือ ซื้อจากร้านค้าย่านตลาดวโรรส และร้านค้าย่านสันกำแพง คิดเป็นร้อยละ 40.0 และซื้อจากร้านค้าย่านไนท์บาร์ชัวร์ คิดเป็นร้อยละ 32.0

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีก จำแนกตามเหตุผลที่ซื้อจากแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือในจังหวัดเชียงใหม่

เหตุผลที่ซื้อจากแหล่งจำหน่าย	จำนวน	ร้อยละ
มีรูปแบบและดีไซน์ให้เลือกหลากหลาย	28	56.0
ฝีมือการตัดเย็บสินค้า	19	38.0
ราคาของผลิตภัณฑ์สมเหตุสมผล	19	38.0
ไว้วางใจและเชื่อใจเจ้าของร้านค้า	19	38.0
การคัดสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพ	18	36.0
สามารถผลิตสินค้าตามรูปแบบที่ต้องการได้	16	32.0
คุณภาพของผลิตภัณฑ์	12	24.0
การบริการของร้านค้า	10	20.0
การให้เครดิตในการชำระเงิน	7	14.0
เหตุผลอื่นๆ ได้แก่ ฝีมือดีขึ้น ใกล้เคียงที่ปัก และสามารถสั่งผลิตได้	5	10.0
บุคลากรสามารถสื่อสารภาษาญี่ปุ่นได้	1	2.0

หมายเหตุ เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 50 คน

จากตารางที่ 13 พบว่า ผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีกชาวญี่ปุ่นซื้อจากแหล่งจำหน่ายด้วยเหตุผลเรียงตามลำดับ คือ มีรูปแบบและดีไซน์ให้เลือกหลากหลาย คิดเป็นร้อยละ 56.0 รองลงมาคือ ซื้อเพราะฝีมือการตัดเย็บสินค้า ราคาของผลิตภัณฑ์สมเหตุสมผล และไว้วางใจและเชื่อใจเจ้าของร้านค้า คิดเป็นร้อยละ 38.0 เท่ากัน และซื้อเพราะการคัดสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพ คิดเป็นร้อยละ 36.0

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีก จำแนกตามวิธีการซื้อจากแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือในจังหวัดเชียงใหม่

วิธีการซื้อจากแหล่งจำหน่าย	จำนวน	ร้อยละ
ร้านประจำ แต่อาจมีการเปรียบเทียบราคาและคุณภาพจากร้านอื่นในบางโอกาส	35	70.0
หลายๆ ร้านเพื่อเปรียบเทียบราคาและคุณภาพ	12	24.0
ร้านประจำเพียง 1 ร้าน โดยไม่เปลี่ยนไปซื้อร้านอื่นเลย	3	6.0
รวม	50	100.0

จากตารางที่ 14 พบว่า ผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีกชาวญี่ปุ่นส่วนใหญ่ซื้อจากร้านประจำ แต่อาจมีการเปรียบเทียบราคาและคุณภาพจากร้านอื่นในบางโอกาส คิดเป็นร้อยละ 70.0 รองลงมา คือซื้อจากหลายๆ ร้านเพื่อเปรียบเทียบราคาและคุณภาพ คิดเป็นร้อยละ 24.0 และซื้อจากร้านประจำเพียง 1 ร้าน โดยไม่เปลี่ยนไปซื้อร้านอื่นเลย คิดเป็นร้อยละ 6.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีก จำแนกตามรูปแบบการซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ

รูปแบบการซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
ซื้อผลิตภัณฑ์เดิมด้วยวิธีเดิมจากผู้ขายเดิม ไม่มีการเปลี่ยนแปลงในแง่ของชนิด รูปแบบ และปริมาณ	5	10.4
ซื้อผลิตภัณฑ์เดิมที่มีการปรับคุณสมบัติบางประการจากผู้ขายเดิม หรือเปลี่ยนไปซื้อจากผู้ขายรายใหม่	33	68.8
ซื้อผลิตภัณฑ์ใหม่ ที่กิจการยังไม่เคยซื้อมาก่อน	10	20.8
รวม	48	100.0

หมายเหตุ ไม่ระบุ จำนวน 2 คน

จากตารางที่ 15 พบว่า ผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีกชาวญี่ปุ่นส่วนใหญ่ซื้อผลิตภัณฑ์เดิมที่มีการปรับคุณสมบัติบางประการจากผู้ขายเดิม หรือเปลี่ยนไปซื้อจากผู้ขายรายใหม่ คิดเป็นร้อยละ 68.8 รองลงมา คือ ซื้อผลิตภัณฑ์ใหม่ ที่กิจการยังไม่เคยซื้อมาก่อน คิดเป็นร้อยละ 20.8 และซื้อผลิตภัณฑ์เดิมด้วยวิธีเดิมจากผู้ขายเดิม ไม่มีการเปลี่ยนแปลงในแง่ของชนิด รูปแบบ และปริมาณ คิดเป็นร้อยละ 10.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีก จำแนกตามการซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือจากแหล่งอื่นนอกเหนือจากจังหวัดเชียงใหม่

แหล่งอื่นนอกเหนือจากจังหวัดเชียงใหม่	จำนวน	ร้อยละ
ประเทศอื่น	20	40.0
ในประเทศไทย จังหวัดอื่น	16	32.0
ไม่ซื้อ	14	28.0
รวม	50	100.0

จากตารางที่ 16 พบว่า ผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีกชาวญี่ปุ่นซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือจากประเทศอื่น คิดเป็นร้อยละ 40.0 รองลงมา คือ ซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือในประเทศไทย จากจังหวัดอื่น คิดเป็นร้อยละ 32.0 และไม่ซื้อ คิดเป็นร้อยละ 28.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีก จำแนกตามการซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือจากจังหวัดอื่นนอกเหนือจากจังหวัดเชียงใหม่

จังหวัด	จำนวน	ร้อยละ
กรุงเทพมหานคร	7	70.0
จังหวัดเชียงราย	1	10.0
จังหวัดลำปาง	1	10.0
จังหวัดอุดรธานี	1	10.0
รวม	10	100.0

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือจากจังหวัดอื่นนอกเหนือจากจังหวัดเชียงใหม่ มีจำนวน 16 คน แต่ระบุชื่อจังหวัดมาเพียง 10 คน

จากตารางที่ 17 พบว่า ผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีกชาวญี่ปุ่นส่วนใหญ่ซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือจากกรุงเทพมหานคร คิดเป็นร้อยละ 70.0 และซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือจากจังหวัดเชียงราย จังหวัดลำปาง และจังหวัดอุดรธานี ในจำนวนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 10.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีก จำแนกตามการซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือจากประเทศอื่นนอกเหนือจากจังหวัดเชียงใหม่

ประเทศ	จำนวน	ร้อยละ
ประเทศอินโดนีเซีย	10	50.0
ประเทศอินเดีย	9	40.0
ประเทศเนปาล	7	35.0
ประเทศจีน	6	30.0
ประเทศเวียดนาม	3	15.0
ประเทศลาว	2	10.0
ประเทศญี่ปุ่น	1	5.0
ประเทศบังคลาเทศ	1	5.0
ประเทศพม่า	1	5.0

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือจากประเทศอื่นนอกเหนือจากจังหวัดเชียงใหม่ มีจำนวน 20 คน แต่ละคนเลือกซื้อผ้าฝ้ายทอมือจากประเทศอื่นมากกว่า 1 ประเทศ

จากตารางที่ 18 พบว่า ผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีกชาวญี่ปุ่นซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือจากประเทศอื่น เรียงลำดับดังนี้ ซื้อมากที่สุดจากประเทศอินโดนีเซีย คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมา คือ ซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือจากประเทศอินเดีย คิดเป็นร้อยละ 40.0 และซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือจากประเทศเนปาล คิดเป็นร้อยละ 35.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีก จำแนกตามการขนส่งสินค้ากลับไปจำหน่าย

การขนส่งสินค้ากลับ	จำนวน	ร้อยละ
ตัวแทนขนส่ง (UPS., FedEx, DHL)	35	70.0
หิ้วกลับเอง	9	18.0
ส่งทางไปรษณีย์	4	8.0
อื่นๆ	2	4.0
รวม	50	100.0

จากตารางที่ 19 พบว่า ผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีกชาวญี่ปุ่นส่วนใหญ่ใช้บริการตัวแทนขนส่ง (UPS., FedEx, DHL) คิดเป็นร้อยละ 70.0 รองลงมา คือ หิ้วกลับเอง คิดเป็นร้อยละ 18.0 และส่งทางไปรษณีย์ คิดเป็นร้อยละ 8.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 20 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีก จำแนกตามแนวโน้มความนิยมสินค้าผ้าฝ้ายทอมือในประเทศญี่ปุ่น

แนวโน้มความนิยมสินค้าผ้าฝ้ายทอมือในประเทศญี่ปุ่น	จำนวน	ร้อยละ
เริ่มลดลง	29	58.0
อยู่ตัว	15	30.0
ยังเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ	6	12.0
รวม	50	100.0

จากตารางที่ 20 พบว่า ผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีกชาวญี่ปุ่นส่วนใหญ่แนวโน้มความนิยมสินค้าผ้าฝ้ายทอมือในประเทศญี่ปุ่นเริ่มลดลง คิดเป็นร้อยละ 58.0 รองลงมา คือ แนวโน้มความนิยมสินค้าผ้าฝ้ายทอมือในประเทศญี่ปุ่นอยู่ตัว คิดเป็นร้อยละ 30.0 และแนวโน้มความนิยมสินค้าผ้าฝ้ายทอมือในประเทศญี่ปุ่นยังเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ คิดเป็นร้อยละ 12.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 21 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีก จำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับการทอแบบผสมวัสดุอื่นๆ ลงในผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือเพื่อความแปลกใหม่

ความคิดเห็น	จำนวน	ร้อยละ
ควร	33	66.0
ไม่ควร	17	34.0
รวม	50	100.0

จากตารางที่ 21 พบว่า ผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีกชาวญี่ปุ่นส่วนใหญ่เห็นว่า ควรทอแบบผสมวัสดุอื่นๆ ลงในผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ คิดเป็นร้อยละ 66.0 และเห็นว่าไม่ควรทอแบบผสมวัสดุอื่นๆ ลงในผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ คิดเป็นร้อยละ 34.0 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด รวมถึงปัจจัยอื่นๆ ของผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือของจังหวัดเชียงใหม่ ของผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีกชาวญี่ปุ่น

เป็นการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด รวมถึงปัจจัยอื่นๆ ของผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือของจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งผลจากการศึกษาวิจัยมีดังต่อไปนี้

ตารางที่ 22 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีก จำแนกตามระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ของผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	S.D.	แปลผล
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	เฉยๆ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง			
มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ให้เลือกหลากหลาย	4 8.0%	16 32.0%	25 50.0%	5 10.0%	0 0.0%	3.38	.780	เฉยๆ
มีการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ อยู่ตลอดเวลา	1 2.0%	9 18.0%	26 52.0%	14 28.0%	0 0.0%	2.94	.740	เฉยๆ
มีการพัฒนารูปแบบ ลักษณะ สไตล์ของผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับรสนิยมของคนญี่ปุ่น	3 6.0%	18 36.0%	20 40.0%	9 18.0%	0 0.0%	3.30	.839	เฉยๆ
ใช้วัสดุคืบที่มีเอกลักษณ์ของท้องถิ่นเพื่อเอกลักษณ์ในตัวผลิตภัณฑ์	4 8.0%	20 40.0%	20 40.0%	16 12.0%	0 0.0%	3.44	.812	เฉยๆ
ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่เน้นสีสันทึที่เป็นธรรมชาติ ไม่เป็นอันตรายกับผู้ผู้ใช้	4 8.2%	13 26.5%	15 30.6%	15 30.6%	2 4.1%	3.04	1.040	เฉยๆ
ผลิตภัณฑ์แต่ละชิ้นจะมีลักษณะของสีที่ไม่ซ้ำกัน	5 10.4%	16 33.3%	17 35.4%	10 20.8%	0 0.0%	3.33	.930	เฉยๆ
ความเป็นงานฝีมือ มีความประณีตในการผลิต	4 8.0%	14 28.0%	25 50.0%	7 14.0%	0 0.0%	3.30	.814	เฉยๆ
การตัดเย็บมีคุณภาพ	1 2.0%	18 36.0%	22 44.0%	8 16.0%	1 2.0%	3.20	.808	เฉยๆ
ผลิตภัณฑ์ตรงตามคำสั่งซื้อและรูปแบบที่ลูกค้าระบุ	3 6.0%	11 22.0%	27 54.0%	8 16.0%	1 2.0%	3.14	.833	เฉยๆ
รับผลิตสินค้าภายใต้ตราหือของลูกค้านี้	13 27.7%	19 40.4%	11 23.4%	4 8.5%	0 0.0%	3.87	.924	เห็นด้วย
ผู้ผลิตควรมีตราสินค้าเป็นของตนเอง	7 14.6%	9 18.8%	18 37.5%	12 25.0%	2 4.2%	3.15	1.091	เฉยๆ
ผลิตสินค้าเสร็จตามกำหนดเวลาตามใบสั่งซื้อ	2 4.0%	8 16.0%	26 52.0%	10 20.0%	4 8.0%	2.88	.918	เฉยๆ
การส่งมอบสินค้าในเวลาอันรวดเร็วและตรงต่อเวลา	2 4.0%	11 22.0%	21 42.0%	14 28.0%	2 4.0%	2.94	.913	เฉยๆ
มีการตรวจสอบคุณภาพสินค้าอย่างละเอียดก่อนส่ง	2 4.0%	8 16.0%	27 54.0%	12 24.0%	1 2.0%	2.96	.807	เฉยๆ

ตารางที่ 22 (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	S.D.	แปลผล
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	เฉยๆ	ไม่ เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง			
มีบรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่งที่ปลอดภัย	4 8.0%	20 40.0%	17 34.0%	9 18.0%	0 0.0%	3.38	.878	เฉยๆ
ให้คำปรึกษาคำแนะนำ นำสินค้าและวิธีการดูแลรักษา	0 0.0%	2 4.1%	24 49.0%	19 38.8%	4 8.2%	2.49	.711	ไม่เห็นด้วย
มีระบบการรับคืนหรือเปลี่ยนสินค้าเมื่อมีปัญหา	5 10.0%	10 20.0%	29 58.0%	2 4.0%	4 8.0%	3.20	.969	เฉยๆ
ค่าเฉลี่ยรวม						3.17	.299	เฉยๆ

จากตารางที่ 22 พบว่า ผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีกชาวญี่ปุ่นมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับเห็นด้วยเฉยๆ โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 3.17

ผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีกชาวญี่ปุ่นมีระดับความคิดเห็นกับปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับเห็นด้วย ในด้านการรับผลิตสินค้าภายใต้ตราหือของลูกค้ารับผลิตสินค้าภายใต้ตราหือของลูกค้า

ผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีกชาวญี่ปุ่นมีระดับความคิดเห็นในระดับเฉยๆ ในด้านการใช้วัตถุดิบที่มีเอกลักษณ์ของท้องถิ่น เพื่อสร้างเอกลักษณ์ในตัวผลิตภัณฑ์ การมีรูปแบบของผลิตภัณฑ์ให้เลือกหลากหลาย มีบรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่งที่ปลอดภัย ผลิตภัณฑ์แต่ละชิ้นจะมีลักษณะของสีที่ไม่ซ้ำกัน มีการพัฒนารูปแบบ ลักษณะ สไตล์ของผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับรสนิยมของคนญี่ปุ่น ความเป็นงานฝีมือ มีความประณีตในการผลิต มีระบบการรับคืนหรือเปลี่ยนสินค้าเมื่อมีปัญหา การตัดเย็บมีคุณภาพ ผู้ผลิตควรมีตราสินค้าเป็นของตนเอง ผลิตภัณฑ์ตรงตามคำสั่งซื้อและรูปแบบที่ลูกค้าระบุ ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่เน้นสีสันทที่เป็นธรรมชาติ ไม่เป็นอันตรายกับผู้ใช้ มีการตรวจสอบคุณภาพสินค้าอย่างละเอียดก่อนส่ง การส่งมอบสินค้าในเวลาอันรวดเร็วและตรงต่อเวลา มีการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ อยู่ตลอดเวลา ผลิตสินค้าเสร็จตามกำหนดเวลาตามใบสั่งซื้อ และการให้คำปรึกษาคำแนะนำ นำสินค้าและวิธีการดูแลรักษา ตามลำดับค่าเฉลี่ย

ตารางที่ 23 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีก จำแนกตามระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านราคา ของผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	S.D.	แปลผล
	เห็นด้วยอย่างซึ้ง	เห็นด้วย	เฉยๆ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างซึ้ง			
มีการกำหนดราคาที่ไม่แน่นอน แตกต่างกันมาก	3 6.0%	12 24.0%	18 36.0%	16 32.0%	1 2.0%	3.00	.948	เฉยๆ
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า	2 4.0%	14 28.0%	28 56.0%	6 12.0%	0 0.0%	3.24	.716	เฉยๆ
การมีส่วนลดเงินสดค่าสินค้า	1 2.0%	6 12.2%	21 42.9%	17 34.7%	4 8.2%	2.65	.879	เฉยๆ
การให้ระยะเวลาในการชำระเงิน (เครดิต)	3 6.1%	8 16.3%	33 67.3%	4 8.2%	1 2.0%	3.16	.746	เฉยๆ
การแจ้งค่าสินค้าอย่างชัดเจน	5 10.0%	14 28.0%	22 44.0%	5 10.0%	8 8.0%	3.22	1.036	เฉยๆ
ค่าเฉลี่ยรวม						3.05	.245	เฉยๆ

จากตารางที่ 23 ผลจากการศึกษาเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือทางปัจจัยด้านราคา พบว่า ผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีกชาวญี่ปุ่นมีความคิดเห็นระดับเห็นด้วยเฉยๆ โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 3.05

ผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีกชาวญี่ปุ่นมีระดับความคิดเห็นกับปัจจัยย่อยด้านราคาในระดับเห็นด้วยเฉยๆ ในด้านราคาเหมาะสมกับคุณภาพ การแจ้งค่าสินค้าอย่างชัดเจน การให้ระยะเวลาในการชำระเงิน (เครดิต) มีการกำหนดราคาที่ไม่แน่นอน แตกต่างกันมาก และการมีส่วนลดเงินสดค่าสินค้า

ตารางที่ 24 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีก จำแนกตามระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	S.D.	แปลผล
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	เฉยๆ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง			
สถานที่ตั้งร้านค้าสะดวกในการเลือกซื้อ (กว้างขวาง สะอาด เรียบร้อยและมีที่จอดรถ)	4 8.0%	14 28.0%	26 52.0%	4 8.0%	2 4.0%	3.28	.882	เฉยๆ
การตกแต่งร้านค้า โชว์สินค้าดึงดูดให้น่าสนใจ	1 2.0%	11 22.0%	19 38.0%	17 34.0%	2 4.0%	2.84	.889	เฉยๆ
การจัดแต่งร้านมีสไตล์เป็นของตัวเอง	1 2.0%	8 16.0%	22 44.0%	18 36.0%	2 2.0%	2.80	.808	เฉยๆ
การจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่หาง่าย	2 4.0%	5 10.0%	28 56.0%	12 24.0%	3 6.0%	2.82	.850	เฉยๆ
ร้านค้าสะอาด และพื้นที่กว้างขวาง	0 0.0%	5 10.0%	30 60.0%	14 28.0%	1 2.0%	2.78	.648	เฉยๆ
บรรยากาศภายในร้านเป็นแบบไทยๆ	3 6.0%	9 18.0%	29 58.0%	8 16.0%	1 2.0%	3.10	.814	เฉยๆ
ภายในร้านมีที่นั่งสำหรับบริการลูกค้าอย่างเพียงพอและเหมาะสม	1 2.0%	6 12.0%	31 62.0%	11 22.0%	1 2.0%	2.90	.707	เฉยๆ
สามารถติดต่อสะดวกทางโทรศัพท์/fax/e-mail	9 18.0%	11 22.0%	25 50.0%	5 10.0%	0 0.0%	3.48	.909	เฉยๆ
สามารถเข้าชมสินค้าใหม่ๆทาง website ได้	0 0.0%	3 6.1%	16 32.7%	25 51.0%	5 10.2%	2.35	.751	ไม่เห็นด้วย
ใช้ระบบการสั่งซื้อและสามารถโอนเงินทางอินเทอร์เน็ต	0 0.0%	8 16.3%	14 28.6%	21 42.9%	6 12.2%	2.49	.916	ไม่เห็นด้วย
มีการบริหารจัดการระบบการจัดส่งสินค้าที่ดี	4 8.0%	10 20.0%	27 54.0%	9 18.0%	0 0.0%	3.18	.825	เฉยๆ
ค่าเฉลี่ยรวม						2.91	.332	เฉยๆ

จากตารางที่ 24 ผลจากการศึกษาเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือทางปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีกชาวญี่ปุ่นมีความคิดเห็นระดับเห็นด้วยเฉยๆ โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 2.91

ผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีกชาวญี่ปุ่นมีระดับความคิดเห็นกับปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับเห็นด้วยเฉยๆ ในด้านสามารถติดต่อสะดวกทางโทรศัพท์/fax/e-mail ด้านสถานที่ตั้งร้านค้าสะดวกในการเลือกซื้อ (กว้างขวาง สะอาด เรียบร้อยและมีที่จอดรถ) การบริหารจัดการระบบการจัดส่งสินค้าที่ดี บรรยากาศภายในร้านเป็นแบบไทยๆ ภายในร้านค้ามีที่สำหรับบริการลูกค้าอย่างเพียงพอและเหมาะสม การตกแต่งร้านค้า โฆษณาสินค้าดึงดูดที่น่าสนใจ การจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่หาง่าย การจัดแต่งร้านมีสไตล์เป็นของตัวเอง และร้านค้าสะอาด และพื้นที่กว้างขวาง ตามลำดับค่าเฉลี่ย

ผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีกชาวญี่ปุ่นมีระดับความคิดเห็นกับปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับไม่เห็นด้วย ในด้านการใช้ระบบการสั่งซื้อและสามารถโอนเงินทางอินเทอร์เน็ต และสามารถเข้าชมสินค้าใหม่ๆ ทาง website ได้ ตามลำดับค่าเฉลี่ย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 25 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีก จำแนกตามระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	S.D.	แปลผล
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	เฉยๆ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง			
มีการจัดทำโบรชัวร์แนะนำสินค้า และร้านค้าผ่านสื่อต่างๆ	0 0.0%	10 20.0%	24 48.0%	13 26.0%	3 6.0%	2.82	.825	เฉยๆ
มีการลงโฆษณาสินค้า/ร้านค้าผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต	0 0.0%	14 28.0%	18 36.0%	12 24.0%	6 12.0%	2.80	.990	เฉยๆ
มีการเข้าร่วมงาน Trade Fair ต่างๆ	1 2.0%	16 32.0%	17 34.0%	11 22.0%	5 10.0%	2.94	1.018	เฉยๆ
ได้รับส่วนลดเมื่อซื้อในปริมาณมาก	5 10.0%	16 32.0%	24 48.0%	4 8.0%	1 2.0%	3.40	.857	เฉยๆ
การต้อนรับของพนักงานในร้านเป็นกันเอง	8 16.0%	18 36.0%	22 44.0%	2 4.0%	0 0.0%	3.64	.802	เห็นด้วย
พนักงานขายไม่สามารถสื่อสารภาษาญี่ปุ่นได้	1 2.0%	17 34.7%	23 46.9%	7 14.3%	1 2.0%	3.20	.790	เฉยๆ
พนักงานขายคอยดูแลเอาใจใส่ลูกค้าอย่างต่อเนื่อง	5 10.2%	14 28.6%	22 44.9%	8 16.3%	0 0.0%	3.33	.875	เฉยๆ
ค่าเฉลี่ยรวม						3.22	.309	เฉยๆ

จากตารางที่ 25 ผลจากการศึกษาเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือทางปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีกชาวญี่ปุ่นมีความคิดเห็นระดับเห็นด้วยเฉยๆ โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 3.22

ผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีกชาวญี่ปุ่นมีระดับความคิดเห็นกับปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับเห็นด้วย ในด้านการต้อนรับของพนักงานในร้านเป็นกันเอง

ผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีกชาวญี่ปุ่นมีระดับความคิดเห็นกับปัจจัยย่อยในระดับเห็นด้วยเฉยๆ ในด้านการได้รับส่วนลดเมื่อซื้อในปริมาณมาก ด้านพนักงานขายคอยดูแลเอาใจใส่ลูกค้าอย่างต่อเนื่อง พนักงานขายไม่สามารถสื่อสารภาษาญี่ปุ่นได้ มีการเข้าร่วมงาน Trade Fair ต่างๆ มีการจัดทำโบรชัวร์แนะนำสินค้า และร้านค้าผ่านสื่อต่างๆ และมีการลงโฆษณาสินค้า/ร้านค้าผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต ตามลำดับค่าเฉลี่ย

**ส่วนที่ 4 ปัญหาที่พบและข้อเสนอแนะในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือของ
จังหวัดเชียงใหม่ ของผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีกชาวญี่ปุ่น**

ทำการศึกษาเกี่ยวกับปัญหาที่พบและข้อเสนอแนะในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือของจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ปัญหาสำคัญที่ควรปรับปรุงแก้ไข และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับรูปแบบที่ควรผลิตเพื่อจำหน่ายในประเทศญี่ปุ่น ผลจากการศึกษามีดังต่อไปนี้

ตารางที่ 26 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีก จำแนกตามปัญหาในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือจากผู้ผลิตในจังหวัดเชียงใหม่

ปัญหาในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ	จำนวน	ร้อยละ
พบปัญหา	31	62.0
ไม่พบปัญหา	19	38.0
รวม	50	100.0

จากตารางที่ 26 พบว่า ผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีกชาวญี่ปุ่นส่วนใหญ่ พบปัญหาในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือจากผู้ผลิตในจังหวัดเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 62.0 และไม่พบปัญหาในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือจากผู้ผลิตในจังหวัดเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 38.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 27 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีก จำแนกตามปัญหาที่พบในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือจากผู้ผลิตในจังหวัดเชียงใหม่ ด้านผลิตภัณฑ์

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	จำนวน	ร้อยละ
วัตถุดิบที่ใช้ในการตัดเย็บไม่มีคุณภาพ (สีไม่สม่ำเสมอหรือสีตก)	20	64.5
ขาดการควบคุมคุณภาพผลิตภัณฑ์ให้มีมาตรฐาน เช่น ฝีมือการตัดเย็บ	19	61.3
สินค้าที่ผลิตมักไม่ได้เกณฑ์ตามใบสั่งซื้อ	18	58.1
ขาดการตรวจสอบคุณภาพสินค้าก่อนส่ง	16	51.6
ขาดการพัฒนาหรือปรับปรุงรูปแบบสินค้าให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า	14	45.2
ผลิตภัณฑ์มีลักษณะคล้ายกันหรือมีลวดลายไม่แตกต่างกันมากนัก	12	38.7
ไม่มีผลิตภัณฑ์ที่ต้องการอยู่ในสต็อก	12	38.7
ขาดความหลากหลายของประเภทสินค้า	11	35.5
ไม่มีการส่ง/ทำตัวอย่างสินค้าให้ลูกค้าดู	10	32.3
ไม่สามารถผลิตสินค้าเหมือนๆ กันจำนวนมากๆ ได้	8	25.8
ไม่มีการให้คำอธิบายถึงวิธีใช้และการดูแลรักษา	7	22.6
ไม่มีตราสินค้าที่เป็นที่รู้จัก ขอมรับ	6	19.4
ขาดบรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่งที่ปลอดภัย	5	16.1

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 31 คน

จากตารางที่ 27 ผลการศึกษาเกี่ยวกับปัญหาที่พบในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือจากผู้ผลิตในจังหวัดเชียงใหม่ ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีกชาวญี่ปุ่นพบปัญหาเกี่ยวกับวัตถุดิบที่ใช้ในการตัดเย็บไม่มีคุณภาพ (สีไม่สม่ำเสมอหรือสีตก) คิดเป็นร้อยละ 64.5 รองลงมา คือ ขาดการควบคุมคุณภาพผลิตภัณฑ์ให้มีมาตรฐาน เช่น ฝีมือการตัดเย็บ คิดเป็นร้อยละ 61.3 และปัญหาเกี่ยวกับปัญหาเกี่ยวกับสินค้าที่ผลิตมักไม่ได้เกณฑ์ตามใบสั่งซื้อ คิดเป็นร้อยละ 58.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 28 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีก จำแนกตามปัญหาที่พบในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ จากผู้ผลิตในจังหวัดเชียงใหม่ ด้านราคา

ปัญหาด้านราคา (Price)	จำนวน	ร้อยละ
การตั้งราคาไม่เป็นมาตรฐานเดียวกัน	15	48.4
สินค้ามีราคาแพง	12	38.7

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 31 คน

จากตารางที่ 28 ผลการศึกษาเกี่ยวกับปัญหาที่พบในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ จากผู้ผลิตในจังหวัดเชียงใหม่ ด้านราคา พบว่า ผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีกชาวญี่ปุ่นมีปัญหาเกี่ยวกับการตั้งราคาไม่เป็นมาตรฐานเดียวกัน คิดเป็นร้อยละ 48.4 และปัญหาเกี่ยวกับสินค้ามีราคาแพง คิดเป็นร้อยละ 38.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 29 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีก จำแนกตามปัญหาที่พบในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ จากผู้ผลิตในจังหวัดเชียงใหม่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	จำนวน	ร้อยละ
ปัญหาเรื่องการขนส่งและจัดส่งสินค้าไม่ตรงตามกำหนด	17	54.8
จำนวนแหล่งจำหน่ายมีน้อย ไม่สะดวก หาซื้อลำบาก	9	29.0
การจัดตกแต่งและแสดงสินค้าในร้านไม่น่าสนใจ	6	19.4
ภายในร้านค้าจัดไว้เป็นสัดส่วนสำหรับบริการลูกค้าอย่างเหมาะสม	6	19.4

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 31 คน

จากตารางที่ 29 ผลการศึกษาเกี่ยวกับปัญหาที่พบในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ จากผู้ผลิตในจังหวัดเชียงใหม่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่าผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีกชาวญี่ปุ่นส่วนใหญ่มีปัญหาเกี่ยวกับปัญหาเรื่องการขนส่งและจัดส่งสินค้าไม่ตรงตามกำหนด คิดเป็นร้อยละ 54.8 รองลงมา คือ ปัญหาเกี่ยวกับจำนวนแหล่งจำหน่ายมีน้อย ไม่สะดวก หาซื้อลำบาก คิดเป็นร้อยละ 29.0 และปัญหาเกี่ยวกับการจัดตกแต่งและแสดงสินค้าในร้านไม่น่าสนใจ และภายในร้านค้าจัดไว้เป็นสัดส่วนสำหรับบริการลูกค้าอย่างเหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 19.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 30 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีก จำแนกตามปัญหาที่พบในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือจากผู้ผลิตในจังหวัดเชียงใหม่ ด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	จำนวน	ร้อยละ
อุปสรรคด้านภาษา เช่น พนักงานไม่สามารถสื่อสารภาษาญี่ปุ่นได้	14	45.2
ไม่มีการส่งข่าวสารข้อมูลใหม่เกี่ยวกับร้านค้าและผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้า	10	32.3
ไม่มีระบบการติดตามหรือสอบถามลูกค้าหลังการขาย	8	25.8
ไม่มีระบบการรับคืนสินค้าเมื่อเกิดปัญหาหรือความเสียหาย	6	19.4
การบริการของพนักงานขายไม่น่าประทับใจ เช่น พนักงานขายไม่เอาใจใส่ดูแลลูกค้าอย่างต่อเนื่อง	5	16.1
ปัญหาอื่น	3	9.7

หมายเหตุ - ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 31 คน

- ปัญหาอื่นๆ ผู้ตอบแบบสอบถามไม่ได้ระบุว่าเป็นปัญหาเกี่ยวกับอะไร

จากตารางที่ 30 ผลการศึกษาเกี่ยวกับปัญหาที่พบในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือจากผู้ผลิตในจังหวัดเชียงใหม่ ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีกชาวญี่ปุ่นมีปัญหาเกี่ยวกับอุปสรรคด้านภาษา เช่น พนักงานไม่สามารถสื่อสารภาษาญี่ปุ่นได้ คิดเป็นร้อยละ 45.2 รองลงมา คือ ปัญหาเกี่ยวกับไม่มีการส่งข่าวสารข้อมูลใหม่เกี่ยวกับร้านค้าและผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้า คิดเป็นร้อยละ 32.3 และปัญหาเกี่ยวกับไม่มีระบบการติดตามหรือสอบถามลูกค้าหลังการขาย คิดเป็นร้อยละ 25.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 31 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีก จำแนกตามการเสนอปัญหาที่แก้ไขปรับปรุงมากที่สุด

การเสนอปัญหา	จำนวน	ร้อยละ
เสนอปัญหา	22	44.0
ไม่เสนอปัญหา	28	56.0
รวม	50	100.0

จากตารางที่ 31 พบว่ามี ผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีกชาวญี่ปุ่นที่ให้อาเสนอปัญหาเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ ของผู้ผลิตในจังหวัดเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 44.0

ตารางที่ 32 แสดงจำนวนของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีก จำแนกตามปัญหาที่ผู้ผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือในจังหวัดเชียงใหม่ ควรแก้ไขปรับปรุงมากที่สุดในความคิดเห็นของผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีกชาวญี่ปุ่น

ปัญหาที่ควรแก้ไขปรับปรุงมากที่สุด	จำนวน
คุณภาพของวัตถุดิบ และสีย้อม เช่น เส้นใย เนื้อผ้า เส้นไหม สีตก สีซีด	9
การออกแบบ ควรมีการออกแบบใหม่ๆ และมีผลิตภัณฑ์ใหม่	8
การตรงต่อเวลา	6
วิธีการทอ เพิ่มลายใหม่ และความหลากหลายของเนื้อผ้า	5
ราคาแพง	3
ควรมีรูปแบบเหมาะกับคนญี่ปุ่น	2
คุณภาพของสินค้า	2
พนักงานต้องมั่นใจในการขาย	2
วิธีการทอ ต้องการให้ทอด้วยมือตลอด	1
ต้องให้มีน้ำหนักเบากว่านี้	1

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 22 คน

จากตารางที่ 32 ผลการศึกษาเกี่ยวกับปัญหาที่ผู้ผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือในจังหวัดเชียงใหม่ ควรแก้ไขปรับปรุงมากที่สุดในความคิดเห็นของผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีกชาวญี่ปุ่น พบว่าคุณภาพของวัตถุดิบ และสีย้อม เช่น เส้นใย เนื้อผ้า เส้นไหม สีตก สีซีด จำนวน 9 คน ปรับปรุงการออกแบบ ควรมีการออกแบบใหม่ๆ และมีผลิตภัณฑ์ใหม่ จำนวน 8 คน และควรปรับปรุงเรื่องการตรงต่อเวลา จำนวน 6 คน ตามลำดับ

ตารางที่ 33 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีก จำแนกตามรูปแบบที่ควรผลิตเพื่อจำหน่ายในตลาดญี่ปุ่น

รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ควรผลิต	จำนวน	ร้อยละ
เสื้อผ้า	41	82.0
เครื่องแต่งกายอื่นๆ เช่น ผ้าพันคอ	26	52.0
ผ้าผืน	23	46.0
ของใช้ตกแต่งบ้าน	10	20.0
ของฝาก-ของที่ระลึก	8	16.0
รูปแบบอื่นๆ ที่ควรผลิตเพื่อจำหน่ายในตลาดญี่ปุ่น	1	2.0

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 50 คน

จากตารางที่ 33 พบว่า รูปแบบที่ควรผลิตเพื่อจำหน่ายในตลาดญี่ปุ่นตามความคิดเห็นของผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีกชาวญี่ปุ่นเห็น เรียงลำดับดังนี้ ควรผลิตผลิตภัณฑ์ประเภทเสื้อผ้า คิดเป็นร้อยละ 82.0 รองลงมา คือ ควรผลิตผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องแต่งกายอื่นๆ เช่น ผ้าพันคอ คิดเป็นร้อยละ 52.0 และควรผลิตผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าผืน คิดเป็นร้อยละ 46.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 34 แสดงจำนวนของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีก จำแนกตามการเสนอแนะ

การเสนอแนะ	จำนวน	ร้อยละ
เสนอแนะ	13	26.0
ไม่เสนอแนะ	37	74.0
รวม	50	100.0

จากตารางที่ 34 พบว่า มีผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีกชาวญี่ปุ่นที่ให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือของผู้ผลิตในจังหวัดเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 26.0 โดยมีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

ข้อเสนอแนะด้านผลิตภัณฑ์ มีจำนวน 10 ประเด็น ดังนี้

- ต้องการเวลานัดส่งที่แน่นอน คนญี่ปุ่นไม่ชอบผิคนัด ควรผสมเนื้อผ้าที่หลากหลาย (3 ราย)
- อยากให้มีการออกแบบรูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เพราะร้านค้าที่ญี่ปุ่นมีสินค้าที่เหมือนกันๆ ในหลายร้าน (2 ราย)
- ควรปรับปรุงคุณภาพสีที่ใช้ย้อมผ้าฝ้ายทอมือให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น เลือกสีที่มีความปลอดภัย และสีไม่ตก (2 ราย)
- ลองใช้ส่วนผสมของวัตถุดิบที่มาจากธรรมชาติบ้าง เช่น ไม้ไผ่ และเพิ่มเจดสีให้มากขึ้น (2 ราย)
- สินค้าเหมือนกันทุกร้าน ต้องมีรูปแบบเป็นของตัวเอง คุณภาพบางครั้งเหมือนกันแต่ราคาไม่เหมือนกัน (1 ราย)
- ควรพัฒนาสินค้า ใช้วัสดุที่ดีในการผลิต อยากได้สินค้าที่มีคุณภาพมากกว่าราคาประหยัด (1 ราย)
- ควรมีผลิตผลิตภัณฑ์ประเภทของใช้เบ็ดเตล็ด (1 ราย)
- ผู้ผลิตรีบผลิตจนทำให้คุณภาพแย่ลง และใช้ฝ้ายจากพม่ามากไปทำให้คุณภาพไม่ดี (1 ราย)
- สินค้าที่นำเข้าญี่ปุ่นต้องมีป้ายแสดงวัสดุ(วัตถุดิบ) และการผลิตที่ชัดเจนตามมาตรฐานสากล (1 ราย)

- อยากให้ใช้เครื่องทอผ้าแบบวิถีชีวิตดั้งเดิมบ้าง ให้รักษาวัฒนธรรมการทอผ้าด้วยมือเอาไว้ตลอดไป (1 ราย)

ข้อเสนอแนะด้านราคา มีจำนวน 2 ประเด็น ดังนี้

- คุณภาพดีพอแล้ว แต่ราคาที่เชียงใหม่แตกต่างจากกรุงเทพฯ มากเกินไป ควรมีราคาที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน ในผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกัน (1 ราย)

- ร้านค้าที่ขายดีมักจะปรับราคาขึ้นมาก และเร็วเกินไป (1 ราย)

ข้อเสนอแนะด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีจำนวน 1 ประเด็น ดังนี้

- ควรมองหาช่องทางเพื่อเปิดตลาดกับประเทศที่ขึ้นชอปลินค้าประเภทนี้ โดยพัฒนารูปแบบให้สอดคล้องกันของประเทศนั้นๆ ด้วย (1 ราย)

ข้อเสนอแนะด้านการส่งเสริมการตลาด มีจำนวน 1 ประเด็น ดังนี้

- ควรมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ให้มากขึ้น และโรงงานแต่ละแห่งควรมีรูปแบบเป็นของตัวเอง (2 ราย)

การวิเคราะห์ข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น

เป็นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวนครั้งในการเดินทางมาเชียงใหม่ และผู้ร่วมเดินทาง ผลจากการศึกษาสรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 35 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยว จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	89	59.3
หญิง	61	40.7
รวม	150	100.0

จากตารางที่ 35 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 59.3 และเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 40.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 36 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยว จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 20 ปี	3	2.0
21-30 ปี	41	27.3
31-40 ปี	34	22.7
41-50 ปี	14	9.3
50 ปีขึ้นไป	58	38.7
รวม	150	100.0

จากตารางที่ 36 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นมีอายุ 50 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 38.7 รองลงมาคือ มีอายุ 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 27.3 และมีอายุ 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 22.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 37 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
มัธยมศึกษาตอนต้น	4	2.7
มัธยมศึกษาตอนปลาย	38	25.5
อนุปริญญา ประกาศนียบัตรหรือเทียบเท่า	25	16.8
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	46	30.9
สูงกว่าปริญญาตรี	35	23.5
อื่นๆ	1	0.7
รวม	149	100.0

หมายเหตุ ไม่ระบุ จำนวน 1 คน

จากตารางที่ 37 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นมีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 30.9 รองลงมาคือ ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย คิดเป็นร้อยละ 25.5 และระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 23.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 38 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	47	31.3
พนักงานบริษัท	34	22.7
ผู้เกษียณอายุ	27	18.0
นักเรียน/นักศึกษา	15	10.0
แม่บ้าน	13	8.7
อื่นๆ ได้แก่ อาจารย์ นักวาดรูป กู้ก ดิไซเนอร์ ที่ปรึกษา เกษกร และไม่ได้ทำงาน	11	7.3
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	3	2.0
รวม	150	100.0

จากตารางที่ 38 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย คิดเป็นร้อยละ 31.3 รองลงมาคือ เป็นพนักงานบริษัท คิดเป็นร้อยละ 22.7 และผู้เกษียณอายุ คิดเป็นร้อยละ 18.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 39 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยง จำแนกตาม รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (100 เยน เท่ากับ 28 บาท)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 100,000 เยน	24	16.1
100,001-200,000 เยน	39	26.2
200,001-300,000 เยน	36	24.2
300,001-400,000 เยน	26	17.4
400,001-500,000 เยน	10	6.7
500,001 เยน ขึ้นไป	14	9.4
รวม	149	100.0

หมายเหตุ - ไม่ระบุ จำนวน 1 คน,

- อัตราแลกเปลี่ยนโดยประมาณ 100 เยนเท่ากับ 28 บาท

จากตารางที่ 39 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 100,001-200,000 เยน (ประมาณ 28,000-56,000 บาท) คิดเป็นร้อยละ 26.2 รองลงมาคือ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 200,001-300,000 เยน (ประมาณ 56,001-84,000 บาท) คิดเป็นร้อยละ 24.2 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 300,001-400,000 เยน (ประมาณ 84,001-112,000 บาท) คิดเป็นร้อยละ 17.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 40 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยว จำแนกตามจำนวนครั้งของการเดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่

จำนวนครั้งของการเดินทาง	จำนวน	ร้อยละ
มากกว่า 4 ครั้ง	68	45.6
ครั้งแรก	36	24.2
1-2 ครั้ง	25	16.8
3-4 ครั้ง	20	13.4
รวม	149	100.0

หมายเหตุ ไม่ระบุจำนวน 1 คน

จากตารางที่ 40 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นเดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่มากกว่า 4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 45.6 รองลงมาคือ เดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่ครั้งแรก คิดเป็นร้อยละ 24.2 และเดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่ 1-2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 16.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 41 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยว จำแนกตามผู้ร่วมเดินทาง

ผู้ร่วมเดินทาง	จำนวน	ร้อยละ
มาคนเดียว	66	45.8
มากับเพื่อน	40	27.8
มากับครอบครัว	32	22.2
บริษัททัวร์	3	2.1
อื่นๆ ได้แก่ ซอบ และราคาถูก	3	2.1
รวม	144	100.0

หมายเหตุ ไม่ระบุจำนวน 6 คน

จากตารางที่ 41 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นเดินทางมามากคนเดียว คิดเป็นร้อยละ 45.8 รองลงมาคือ เดินทางมากับเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 27.8 และเดินทางมากับครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 22.2 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือของจังหวัดเชียงใหม่

ข้อมูลเกี่ยวกับการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือของจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ วัตถุประสงค์ของการซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ ปัจจัยที่ทำให้ตัดสินใจซื้อ การนำผลิตภัณฑ์กลับงบประมาณ และการรู้จักแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ ผลจากการศึกษาสรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 42 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น จำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์ที่เลือกซื้อ

ประเภทผลิตภัณฑ์ที่เลือกซื้อ	รวม	
	จำนวน	ร้อยละ
เสื้อผ้า	98	26.9
ของฝาก-ของที่ระลึก	79	21.6
เครื่องแต่งกายอื่นๆ	69	18.9
ของใช้-ของแต่งบ้าน	69	18.9
ผ้าผืน	50	13.7

หมายเหตุ เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 150 คน

ตารางที่ 42 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ประเภทต่าง ๆ เรียงตามลำดับคือ ประเภทผลิตภัณฑ์ประเภทเสื้อผ้า คิดเป็นร้อยละ 26.9 รองลงมา คือ เลือกซื้อประเภทของฝาก-ของที่ระลึก คิดเป็นร้อยละ 21.6 และเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องแต่งกายอื่นๆ และประเภทของใช้-ของแต่งบ้าน ในจำนวนที่เท่าๆ กัน คิดเป็นร้อยละ 18.9 ตามลำดับ

ตารางที่ 43 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยว จำแนกตามวัตถุประสงค์ของการซื้อผลิตภัณฑ์นั้นๆ

วัตถุประสงค์ของการซื้อ	ผลิตภัณฑ์ที่เลือกซื้อ									
	ผ้าฝ้าย		เสื้อผ้า		เครื่องแต่งกายอื่นๆ		ของใช้-ของแต่งบ้าน		ของฝาก-ของที่ระลึก	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ใช้เอง	21	42.0	71	72.4	22	31.9	29	42.0	15	19.0
เป็นของที่ระลึกของสะสม	6	12.0	5	5.1	3	4.3	10	14.5	11	13.9
เป็นของขวัญของฝาก	9	18.0	9	9.2	32	46.4	20	29.0	46	58.2
อื่นๆ	14	28.0	13	13.3	12	17.4	10	14.5	7	8.9
รวม	50	100.0	98	100.0	69	100.0	69	100.0	79	100.0

หมายเหตุ - เลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

- คำนวณร้อยละจากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อผลิตภัณฑ์แต่ละประเภท

จากตารางที่ 43 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ประเภทเสื้อผ้ามากที่สุด จำนวน 98 คน รองลงมาคือ ประเภทของฝาก-ของที่ระลึก จำนวน 79 คน และประเภทเครื่องแต่งกายอื่นๆ และของใช้-ของตกแต่งบ้าน ในจำนวนที่เท่าๆ กัน จำนวน 69 คน ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวยุโรปมีวัตถุประสงค์ของการซื้อผลิตภัณฑ์แต่ละประเภทดังต่อไปนี้

ผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าฝ้าย พบว่า ซื้อเพื่อใช้เองมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.0 รองลงมาคือ ซื้อเพื่อวัตถุประสงค์อื่น คิดเป็นร้อยละ 9.3 และซื้อเพื่อเป็นของขวัญของฝาก คิดเป็นร้อยละ 6.0 ตามลำดับ

ผลิตภัณฑ์ประเภทเสื้อผ้า พบว่า ซื้อเพื่อใช้เองมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 72.4 รองลงมาคือ ซื้อเพื่อวัตถุประสงค์อื่น คิดเป็นร้อยละ 9.2 และซื้อเพื่อเป็นของขวัญของฝาก คิดเป็นร้อยละ 9.2 ตามลำดับ

ผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องแต่งกายอื่นๆ พบว่า ซื้อเพื่อเป็นของขวัญของฝากมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.4 รองลงมาคือ ซื้อเพื่อใช้เอง คิดเป็นร้อยละ 31.9 และซื้อเพื่อวัตถุประสงค์อื่น คิดเป็นร้อยละ 17.4 ตามลำดับ

ผลิตภัณฑ์ประเภทของใช้ของตกแต่งบ้าน พบว่า ซื้อเพื่อใช้เองมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.0 รองลงมาคือ ซื้อเพื่อเป็นของขวัญของฝาก คิดเป็นร้อยละ 29.0 ซื้อเพื่อเป็นของที่ระลึกของสะสม และซื้อเพื่อวัตถุประสงค์อื่น ในอัตราส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 14.5 ตามลำดับ

ผลิตภัณฑ์ประเภทของฝากของที่ระลึก พบว่า ชื้อเพื่อเป็นของขวัญของฝากมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 58.2 รองลงมาคือ ชื้อเพื่อใช้เอง คิดเป็นร้อยละ 19.0 และซื้อเพื่อเป็นของที่ระลึกของสะสม คิดเป็นร้อยละ 13.9 ตามลำดับ

สรุปวัตถุประสงค์ของการซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือเพื่อใช้เองมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.3 รองลงมา คือ เป็นของขวัญของฝาก คิดเป็นร้อยละ 31.8 และซื้อเพื่อวัตถุประสงค์อื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 15.3 ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 44 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยว จำแนกตามปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายผ้าฝ้ายทอมือ

ปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
เอกลักษณ์ความเป็นไทย	70	46.7
ความเป็นงานฝีมือ	68	45.3
เป็นหัตถกรรมท้องถิ่นที่ทำมือ	65	43.3
มีรูปแบบและดีไซน์ที่หลากหลายน่าสนใจ	64	42.7
สีสันทันเป็นธรรมชาติไม่เป็นอันตรายต่อผู้ใช้	47	31.3
ราคาสมเหตุสมผล	38	25.3
เรื่องราว (ความทรงจำ)	37	24.7
ได้รับคำแนะนำจากเพื่อน หรือคนรู้จัก	18	12.0
สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้	15	10.0
มีพนักงานขายแนะนำดี	11	7.3
ได้รับคำแนะนำจากไกด์	7	4.7
การจัดแสดงสินค้า	5	3.3
บรรจุภัณฑ์	4	2.7
มีเครื่องหมายรับรองคุณภาพ	3	2.0
อื่นๆ ได้แก่ ความชอบ และราคาถูก	3	2.0
มีตราสินค้าที่เป็นที่รู้จัก	2	1.3
มีคำอธิบายวิธีการดูแลรักษา	1	0.7

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ จากจำนวนผู้ตอบ 150 คน

จากตารางที่ 44 พบว่า ปัจจัยสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายผ้าฝ้ายทอมือเรียงตามลำดับ คือ เอกลักษณ์ความเป็นไทย คิดเป็นร้อยละ 46.7 รองลงมาคือ ความเป็นงานฝีมือ คิดเป็นร้อยละ 45.3 และซื้อเพราะเป็นหัตถกรรมท้องถิ่นที่ทำมือ คิดเป็นร้อยละ 43.3

ตารางที่ 45 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยว จำแนกตามวิธีการนำสินค้ากลับประเทศ

วิธีการนำสินค้ากลับประเทศ	จำนวน	ร้อยละ
นำกลับเอง	126	84.0
จ้างบริษัทจัดการให้ เช่น บริษัท Shipping	14	9.3
ร้านค้าจัดส่งสินค้าให้ฟรี	4	2.7
ส่งทางไปรษณีย์	4	2.7
จ่ายค่าส่งให้ทางร้านจัดส่งให้	1	0.7
อื่นๆ	1	0.7
รวม	150	100.0

หมายเหตุ วิธีการนำสินค้ากลับประเทศโดยวิธีอื่นๆ ผู้ตอบแบบสอบถามไม่ได้ระบุวิธีการ

จากตารางที่ 45 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นส่วนใหญ่ นำสินค้ากลับประเทศโดยนำกลับเอง คิดเป็นร้อยละ 84.0 รองลงมาคือ นำสินค้ากลับประเทศโดยจ้างบริษัทจัดการให้ เช่น บริษัท Shipping คิดเป็นร้อยละ 9.3 และนำสินค้ากลับประเทศโดยร้านค้าจัดส่งสินค้าให้ฟรี และส่งทางไปรษณีย์ ในอัตราส่วนที่เท่ากันคือ คิดเป็นร้อยละ 2.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 46 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยว จำแนกตามงบประมาณในการซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือในแต่ละครั้ง (100 เยนเท่ากับ 28 บาท)

งบประมาณในการซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 5,000 เยน	82	54.7
5,001-20,000 เยน	34	22.7
20,001-30,000 เยน	11	7.3
30,001-40,000 เยน	4	2.7
40,001 เยน ขึ้นไป	19	12.7
รวม	150	100.0

หมายเหตุ อัตราแลกเปลี่ยนโดยประมาณ 100 เยนเท่ากับ 28 บาท

จากตารางที่ 46 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นส่วนใหญ่มีงบประมาณในการซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือแต่ละครั้ง ไม่เกิน 5,000 เยน (ประมาณ 1,400 บาท) คิดเป็นร้อยละ 54.7 รองลงมาคือ มีงบประมาณในการซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือแต่ละครั้ง 5,001-20,000 เยน (ประมาณ 1,401-5,600 บาท) คิดเป็นร้อยละ 22.7 และมีงบประมาณในการซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือแต่ละครั้ง 40,001 เยน ขึ้นไป (ประมาณ 11,201 บาทขึ้นไป) คิดเป็นร้อยละ 12.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 47 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยว จำแนกตามการรู้จักแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ

การรู้จักแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ	จำนวน	ร้อยละ
ผ่านไปพบเอง	81	55.1
ได้รับคำแนะนำจากเพื่อน หรือคนรู้จัก	29	19.7
โฆษณาใน Free Magazine/Free Map	11	7.5
พบเห็นจากโบรชัวร์/ใบปลิว	10	6.8
จากหนังสือพิมพ์/นิตยสาร	6	4.1
จากบริษัทนำเที่ยว	4	2.7
Internet/Website	4	2.7
อื่นๆ เช่น ถนนคนเดิน และหนังสือแนะนำเที่ยว	2	1.4
รวม	147	100.0

หมายเหตุ ไม่ระบุ จำนวน 3 คน

จากตารางที่ 47 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นส่วนใหญ่รู้จักแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือโดยผ่านไปพบเอง คิดเป็นร้อยละ 55.1 รองลงมาคือ รู้จักแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือโดยได้รับคำแนะนำจากเพื่อน หรือคนรู้จัก คิดเป็นร้อยละ 19.7 และรู้จักแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือโดยโฆษณาใน Free Magazine/Free Map คิดเป็นร้อยละ 7.5 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด รวมถึงปัจจัยอื่นๆ ของผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือของจังหวัดเชียงใหม่ ของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น

เป็นการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด รวมถึงปัจจัยอื่นๆ ของผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือของจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ผลจากการศึกษาสรุปได้ดังนี้

All rights reserved

ตารางที่ 48 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยว
จำแนกตามระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ผลิตในจังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	S.D.	แปลผล
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	เฉยๆ	ไม่ เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง			
ร้านค้ามีผลิตภัณฑ์ให้เลือก หลากหลายรูปแบบ	18 12.0%	62 41.3%	53 35.3%	15 10.0%	2 1.3%	3.53	.880	เห็นด้วย
ดีไซน์ผลิตภัณฑ์ในร้านค้า แปลกใหม่และทันสมัย	10 6.7%	28 18.7%	62 41.3%	46 30.7%	4 2.7%	2.96	.933	เฉยๆ
ผู้ผลิตไม่มีการพัฒนาคุณภาพและ รูปแบบผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับ รสนิยมของลูกค้า	9 6.0%	37 24.7%	52 34.7%	37 24.7%	15 10.0%	2.92	1.065	เฉยๆ
ใช้วัตถุดิบที่มีเอกลักษณ์ของ ท้องถิ่นเพื่อสร้างเอกลักษณ์ใน ตัวผลิตภัณฑ์	20 13.5%	61 41.2%	57 38.5%	10 6.8%	0 0.0%	3.61	.804	เห็นด้วย
การซื้อสินค้าส่วนใหญ่เป็นสินค้า ที่มาจากธรรมชาติ ไม่เป็น อันตรายกับผู้ใช้	25 16.7%	43 28.7%	63 42.0%	17 11.3%	2 1.3%	3.48	.946	เฉยๆ
ผลิตภัณฑ์แต่ละชิ้นมีเรื่องราว (ความทรงจำ)	20 13.3%	40 26.7%	66 44.0%	24 16.0%	0 0.0%	3.37	.909	เฉยๆ
ผลิตภัณฑ์แต่ละชิ้นจะมี ลักษณะของสีที่ไม่ซ้ำกัน	21 14.0%	38 25.3%	67 44.7%	21 14.0%	3 2.0%	3.35	.956	เฉยๆ
ความเป็นงานฝีมือ มีความ ประณีตในการผลิต	22 14.7%	44 29.3%	55 36.7%	25 16.7%	4 2.7%	3.37	1.013	เฉยๆ
การตัดเย็บมีคุณภาพ	10 6.7%	30 20.0%	55 36.7%	42 28.0%	13 8.7%	2.88	1.042	เฉยๆ
ไม่รับสั่งทำสินค้าตามแบบที่ ต้องการ	2 1.3%	17 11.4%	72 48.3%	53 35.6%	5 3.4%	2.72	.763	เฉยๆ
ตราสินค้าไม่เป็นที่รู้จัก/ไม่มี ชื่อเสียง	11 7.5%	33 22.4%	64 43.5%	33 22.4%	6 4.1%	3.07	.956	เฉยๆ
ไม่มีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม มี เอกลักษณ์	6 4.0%	31 20.7%	56 37.3%	53 35.3%	4 2.7%	2.88	.904	เฉยๆ
ร้านค้ามีเครื่องหมายรับรอง คุณภาพสินค้า	2 1.3%	12 8.0%	53 35.3%	70 46.7%	13 8.7%	2.47	.816	ไม่ เห็นด้วย

ตารางที่ 48 (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	S.D.	แปลผล
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	เฉยๆ	ไม่ เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง			
มีข้อความอธิบายถึงวิธีใช้และ การเก็บรักษา	5 3.3%	15 10.0%	44 29.3%	73 48.7%	13 8.7%	2.51	.910	เฉยๆ
มีระบบการรับคืนหรือเปลี่ยน สินค้าเมื่อมีปัญหา	8 5.4%	18 12.1%	56 37.6%	54 36.2%	13 8.7%	2.69	.979	เฉยๆ
ค่าเฉลี่ยรวม						3.05	.375	เฉยๆ

จากตารางที่ 48 ผลจากการศึกษาเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือทางปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยเฉยๆ โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 3.05

นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น มีระดับความคิดเห็นกับปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับเห็นด้วย ในด้านการใช้วัตถุดิบที่มีเอกลักษณ์ของท้องถิ่นเพื่อสร้างเอกลักษณ์ในตัวผลิตภัณฑ์ รองลงมาปัจจัยย่อยด้านมีผลิตภัณฑ์ให้เลือกหลากหลายรูปแบบ

นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น มีระดับความคิดเห็นกับปัจจัยย่อยในระดับเห็นด้วยเฉยๆ ในด้านการขอมสืส่วนใหญ่เป็นสืสันที่มาจากธรรมชาติไม่เป็นอันตรายต่อกับผู้ใช้ ความเป็นงานฝีมือ มีความประณีตในการผลิต ผลิตภัณฑ์แต่ละชิ้นมีเรื่องราว (ความทรงจำ) ผลิตภัณฑ์แต่ละชิ้นจะมีลักษณะของสืที่ไม่ซ้ำกัน ตราสินค้าไม่เป็นที่รู้จัก/ไม่มีชื่อเสียง ดีไซน์ผลิตภัณฑ์ในร้านค้าแปลกใหม่และทันสมัยผู้ผลิตไม่มีการพัฒนาคุณภาพและรูปแบบผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับรสนิยมของลูกค้า การตัดเย็บมีคุณภาพ ตราสินค้าไม่เป็นที่รู้จัก/ไม่มีชื่อเสียง การไม่มีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม มีเอกลักษณ์ ไม่รับสั่งทำสินค้าตามแบบที่ต้องการ มีระบบการรับคืนหรือเปลี่ยนสินค้าเมื่อมีปัญหา และการมีข้อความอธิบายถึงวิธีใช้และการเก็บรักษา ตามลำดับค่าเฉลี่ย

นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น มีระดับความคิดเห็นกับปัจจัยย่อยในระดับไม่เห็นด้วย ในด้านร้านค้ามีเครื่องหมายรับรองคุณภาพสินค้า

ตารางที่ 49 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยว
จำแนกตามระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านราคา ของผู้ผลิตในจังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	S.D.	แปลผล
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	เฉยๆ	ไม่ เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง			
ราคาใกล้เคียงกับผลิตภัณฑ์ ชนิดเดียวกัน	9 6.0%	25 16.7%	90 60.0%	15 12.0%	8 5.3	3.06	.861	เฉยๆ
สามารถต่อรองราคาได้	11 7.4%	61 40.9%	59 39.6%	15 10.1%	3 2.0	3.42	.847	เฉยๆ
ได้รับเงื่อนไขการชำระเงินที่ หลากหลาย	5 3.4%	29 19.6%	69 46.6%	43 29.1%	2 1.4	2.95	.823	เฉยๆ
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของ สินค้า	14 9.3%	44 29.3%	68 45.3%	20 13.3%	4 2.7	3.29	.909	เฉยๆ
มีป้ายแสดงราคาชัดเจน ทำให้ ราคาสินค้ามีมาตรฐาน	7 4.7%	25 16.8%	56 37.6%	54 36.2%	7 4.7	2.81	.935	เฉยๆ
ค่าเฉลี่ยรวม						3.11	.248	เฉยๆ

จากตารางที่ 49 ผลจากการศึกษาเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ
ทางปัจจัยด้านราคา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยเฉยๆ โดยมี
ค่าเฉลี่ยรวม 3.11

นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น มีระดับความคิดเห็นกับปัจจัยย่อยด้านราคาในระดับเห็นด้วย
เฉยๆ ในด้านสามารถต่อรองราคาได้ ด้านราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ด้านราคาใกล้เคียงกับ
ผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกัน การได้รับเงื่อนไขการชำระเงินที่หลากหลาย และมีป้ายแสดงราคาชัดเจน
ทำให้ราคาสินค้ามีมาตรฐาน ตามลำดับค่าเฉลี่ย

ตารางที่ 50 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยว
จำแนกตามระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ของผู้ผลิตในจังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	S.D.	แปลผล
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	เฉยๆ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง			
หาซื้อได้ง่าย อยู่ในแหล่งท่องเที่ยว	14 9.3%	50 33.3%	62 41.3%	19 12.7%	5 3.3	3.33	.930	เฉยๆ
สถานที่ซื้อสะดวกต่อการเดินทางและจอดรถ	9 6.0%	15 10.1%	69 46.3%	50 33.6%	6 4.0	2.81	.898	เฉยๆ
ร้านค้าสะอาด และพื้นที่กว้างขวาง	10 6.7%	25 16.7%	80 53.3%	30 20.0%	5 3.3	3.03	.878	เฉยๆ
บรรยากาศภายในร้านค้าเป็นแบบไทยๆ	16 10.7%	49 32.7%	71 47.3%	14 9.3%	0 0.0%	3.45	.807	เฉยๆ
การจัดตกแต่งหน้าร้านค้าดึงดูดน่าสนใจ	15 10.0%	37 24.7%	65 43.3%	32 21.3%	1 0.7%	3.22	.919	เฉยๆ
การจัดแต่งร้านมีสไตล์เป็นของตัวเอง	17 11.3%	31 20.7%	72 48.0%	28 18.7%	2 1.3%	3.22	.926	เฉยๆ
การจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่หาง่าย	12 8.0%	29 19.3%	65 43.3%	40 26.7%	4 2.7%	3.03	.944	เฉยๆ
สามารถสั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ต	6 4.1%	16 10.8%	49 33.1%	66 44.6%	11 7.4%	2.59	.925	เฉยๆ
ค่าเฉลี่ยรวม						3.09	.282	เฉยๆ

จากตารางที่ 50 ผลจากการศึกษาเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือทางปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยเฉยๆ โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 3.09

นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น มีระดับความคิดเห็นกับปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับเห็นด้วยเฉยๆ ในด้านบรรยากาศภายในร้านค้าเป็นแบบไทยๆ ด้านหาซื้อได้ง่าย อยู่ในแหล่งท่องเที่ยว ปัจจัยด้านการจัดแต่งร้านมีสไตล์เป็นของตัวเอง การจัดตกแต่งหน้าร้านค้าดึงดูดน่าสนใจ การจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่หาง่าย ร้านค้าสะอาด และพื้นที่กว้างขวาง ด้านสถานที่ซื้อสะดวกต่อการเดินทางและจอดรถ และสามารถสั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ต ตามลำดับค่าเฉลี่ย

ตารางที่ 51 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยว
จำแนกตามระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ของผู้ผลิตในจังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	S.D.	แปลผล
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	เฉยๆ	ไม่ เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง			
มีการจัดทำโบรชัวร์แนะนำ สินค้าและร้านค้าผ่านสื่อต่างๆ	19 12.7%	44 29.3%	68 45.3%	18 12.0%	1 0.7%	3.41	.884	เฉยๆ
ได้รับส่วนลดเมื่อซื้อในปริมาณ มาก	21 14.0%	78 52.0%	41 27.3%	10 6.7%	0 0.0%	3.73	.783	เห็นด้วย
มีการจัดรายการพิเศษในช่วง ต่างๆ เช่น การ Sale สินค้าช่วง ฤดูกาลต่างๆ	19 12.8%	59 39.6%	47 31.5%	24 16.1%	0 0.0%	3.49	.913	เฉยๆ
มีตัวอย่างสินค้าให้ดู/ทดลอง	20 13.3%	51 34.0%	53 35.3%	25 16.7%	1 0.7%	3.43	.944	เฉยๆ
ความรวดเร็วในการบริการของ พนักงานขาย	14 9.4%	41 27.5%	61 40.9%	29 19.5%	4 2.7%	3.21	.956	เฉยๆ
พนักงานขายไม่สามารถ สื่อสารภาษาของท่านได้	14 9.3%	49 32.7%	55 36.7%	27 18.0%	5 3.3%	3.27	.974	เฉยๆ
การต้อนรับของพนักงานใน ร้านเป็นกันเอง	14 9.3%	44 29.3%	66 44.0%	21 14.0%	5 3.3%	3.27	.933	เฉยๆ
พนักงานขายสามารถอธิบาย และให้คำแนะนำเกี่ยวกับสินค้า ได้	16 10.7%	38 25.3%	69 46.0%	21 14.0%	6 4.0%	3.25	.962	เฉยๆ
พนักงานขายแต่งกายสุภาพ	11 7.3%	50 33.3%	63 42.0%	24 16.0%	2 1.3%	3.29	.871	เฉยๆ
มีบริการจัดส่งสินค้าที่ซื้อถึงที่ พักในประเทศไทย	12 8.0%	33 22.0%	60 40.0%	41 27.3%	4 2.7%	3.05	.961	เฉยๆ
ค่าเฉลี่ยรวม						3.34	.185	เฉยๆ

จากตารางที่ 51 ผลจากการศึกษาเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ
ทางปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยเฉยๆ โดย
มีค่าเฉลี่ยรวม 3.34

นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น มีระดับความคิดเห็นกับปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
ในระดับเห็นด้วย ในด้านได้รับส่วนลดเมื่อซื้อในปริมาณมาก

นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น มีระดับความคิดเห็นกับปัจจัยย่อยด้านช่องทางการส่งเสริมการตลาดในระดับเห็นด้วยเฉยๆ ในด้านการจัดรายการพิเศษในช่วงต่างๆ เช่น การ Sale สินค้าช่วงฤดูกาลต่างๆ ปัจจัยย่อยด้านการมีตัวอย่างสินค้าให้ดู/ทดลอง มีการจัดทำโบรชัวร์แนะนำสินค้า และร้านค้าผ่านสื่อต่างๆ ปัจจัยด้านพนักงานขายแต่งกายสุภาพ พนักงานขายไม่สามารถสื่อสารภาษาของท่านได้ การต้อนรับของพนักงานในร้านเป็นกันเอง พนักงานขายสามารถอธิบายและให้คำแนะนำเกี่ยวกับสินค้าได้ ความรวดเร็วในการบริการของพนักงานขาย และการมีบริการจัดส่งสินค้าที่ซื้อถึงที่พักในประเทศไทย ตามลำดับค่าเฉลี่ย



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 4 ปัญหาที่พบและข้อเสนอแนะในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือของจังหวัดเชียงใหม่ ของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น

จากการศึกษาเกี่ยวกับปัญหาที่พบและข้อเสนอแนะในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือของจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ปัญหาสำคัญที่ควรปรับปรุงแก้ไข และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับรูปแบบที่ควรผลิตเพื่อจำหน่ายในประเทศญี่ปุ่น ผลจากการศึกษามีดังต่อไปนี้

ตารางที่ 52 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวที่เป็นนักท่องเที่ยว จำแนกตามปัญหาในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือจากผู้ผลิตในจังหวัดเชียงใหม่

ปัญหาในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ	จำนวน	ร้อยละ
พบปัญหา	54	36.0
ไม่พบปัญหา	96	64.0
รวม	150	100.0

จากตารางที่ 52 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นส่วนใหญ่ไม่พบปัญหาในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือจากผู้ผลิตในจังหวัดเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 64.0 และพบปัญหาในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือจากผู้ผลิตในจังหวัดเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 36.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 53 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว จำแนกตามปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่พบในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือจากผู้ผลิตในจังหวัดเชียงใหม่

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	จำนวน	ร้อยละ
ขาดการควบคุมคุณภาพผลิตภัณฑ์ให้มีมาตรฐาน เช่น ฝีมือการตัดเย็บ	30	55.6
วัตถุดิบที่ใช้ในการตัดเย็บไม่มีคุณภาพ (สีไม่สม่ำเสมอหรือสีตก)	27	50.0
ผลิตภัณฑ์มีลักษณะคล้ายกันหรือมีลวดลายไม่แตกต่างกันมากนัก	24	44.4
ขาดความหลากหลายของประเภทสินค้า	20	10.6
ขาดการพัฒนาหรือปรับปรุงรูปแบบสินค้าให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า	19	35.2
ไม่มีคำอธิบายวิธีการดูแลรักษา	17	31.5
ไม่มีตัวอย่างสินค้า หรือไม่สามารถลองสินค้าได้	16	30.2
ขาดเรื่องราวเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์	13	24.1
บรรจุภัณฑ์ไม่เหมาะสม	12	22.2
ไม่มีตราสินค้าที่เป็นที่รู้จัก ขอมรับ	10	18.5

หมายเหตุ เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ จากจำนวนผู้ตอบ 54 คน

จากตารางที่ 53 พบว่า ปัญหาในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นในด้านผลิตภัณฑ์ ส่วนใหญ่พบปัญหาเกี่ยวกับขาดการควบคุมคุณภาพผลิตภัณฑ์ให้มีมาตรฐาน เช่น ฝีมือการตัดเย็บ คิดเป็นร้อยละ 55.6 รองลงมา มีปัญหาเกี่ยวกับวัตถุดิบที่ใช้ในการตัดเย็บไม่มีคุณภาพ (สีไม่สม่ำเสมอหรือสีตก) คิดเป็นร้อยละ 50.0 และมีปัญหาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์มีลักษณะคล้ายกันหรือมีลวดลายไม่แตกต่างกันมากนัก คิดเป็นร้อยละ 44.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 54 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว จำแนกตาม ปัญหาด้านราคาที่พบในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ จากผู้ผลิตในจังหวัดเชียงใหม่

ปัญหาด้านราคา	จำนวน	ร้อยละ
ราคาไม่แน่นอน แตกต่างกันมาก	40	74.1
ไม่มีป้ายแสดงราคาของสินค้า	28	51.9
ราคาแพง	8	14.8

หมายเหตุ เลือกลงได้มากกว่า 1 คำตอบ จากจำนวนผู้ตอบ 54 คน

จากตารางที่ 54 พบว่า ปัญหาในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ จากผู้ผลิตใน จังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวจีนในด้านราคา นักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนใหญ่พบปัญหา เกี่ยวกับราคาไม่แน่นอน แตกต่างกันมาก คิดเป็นร้อยละ 52.6 รองลงมาคือ มีปัญหาเกี่ยวกับไม่มี ป้ายแสดงราคาของสินค้า คิดเป็นร้อยละ 36.8 และมีปัญหาเกี่ยวกับราคาแพง คิดเป็นร้อยละ 10.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 55 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยว จำแนกตามปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่พบในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ จากผู้ผลิตในจังหวัดเชียงใหม่

ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	จำนวน	ร้อยละ
การจัดวางสินค้าภายในร้านไม่เป็นหมวดหมู่ ยากในการเลือกซื้อ	17	31.5
จำนวนแหล่งจำหน่ายมีน้อย ไม่สะดวก หาซื้อลำบาก	16	29.6
การจัดตกแต่งและแสดงสินค้าในร้านไม่น่าสนใจ	13	24.1
ปัญหาเรื่องการขนส่งและจัดส่งสินค้า เช่น ไม่สามารถนำสินค้ากลับประเทศได้	10	18.5
บรรยากาศภายในร้านไม่เป็นกันเอง อึดอัด	6	11.1

หมายเหตุ เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ จากจำนวนผู้ตอบ 54 คน

จากตารางที่ 55 พบว่า ปัญหาในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ จากผู้ผลิตในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นส่วนใหญ่พบปัญหาเกี่ยวกับการจัดวางสินค้าภายในร้านไม่เป็นหมวดหมู่ ยากในการเลือกซื้อ คิดเป็นร้อยละ 31.5 รองลงมาคือ มีปัญหาเกี่ยวกับจำนวนแหล่งจำหน่ายมีน้อย ไม่สะดวก หาซื้อลำบาก คิดเป็นร้อยละ 29.6 และมีปัญหาเกี่ยวกับการจัดตกแต่งและแสดงสินค้าในร้านไม่น่าสนใจ คิดเป็นร้อยละ 24.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 56 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยว จำแนกตามปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดที่พบในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ จากผู้ผลิตในจังหวัดเชียงใหม่

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	จำนวน	ร้อยละ
อุปสรรคด้านภาษา เช่น พนักงานไม่สามารถสื่อสารภาษาญี่ปุ่นได้	36	66.7
ขาดการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้รู้จักร้านค้าอย่างทั่วถึง	24	44.4
การบริการของพนักงานขายไม่น่าประทับใจ เช่น พนักงานขายมารยาทไม่ดี หรือบริการช้า	15	27.8
ปัญหาอื่นๆ	1	1.9

หมายเหตุ - เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ จากจำนวนผู้ตอบ 54 คน

- ปัญหาอื่นๆ ผู้ตอบแบบสอบถามไม่ได้ระบุปัญหา

จากตารางที่ 56 พบว่า ปัญหาในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ จากผู้ผลิตในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นในด้านการส่งเสริมการตลาด นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นส่วนใหญ่พบปัญหาเกี่ยวกับอุปสรรคด้านภาษา เช่น พนักงานไม่สามารถสื่อสารภาษาญี่ปุ่นได้ คิดเป็นร้อยละ 66.7 รองลงมา คือ มีปัญหาเกี่ยวกับขาดการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้รู้จักร้านค้าอย่างทั่วถึง คิดเป็นร้อยละ 44.4 และมีปัญหาเกี่ยวกับการบริการของพนักงานขายไม่น่าประทับใจ เช่น พนักงานขายมารยาทไม่ดี หรือบริการช้า คิดเป็นร้อยละ 27.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 57 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวที่สนใจปรับปรุงมากที่สุด

การเสนอปัญหา	จำนวน	ร้อยละ
เสนอปัญหา	38	16.0
ไม่เสนอปัญหา	112	84.0
รวม	150	100.0

จากตารางที่ 57 พบว่า มีนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่ให้ออกเสนอปัญหาเกี่ยวกับส่วน
 ประสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือของผู้ผลิตในจังหวัดเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ
 16.0

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

ตารางที่ 58 แสดงจำนวนของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวที่ผู้ผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือในจังหวัดเชียงใหม่ ควรแก้ไขปรับปรุงมากที่สุดในการคิดเห็นของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว

ปัญหาที่ควรแก้ไขปรับปรุงมากที่สุด	จำนวน
คุณภาพผลิตภัณฑ์	11
การออกแบบผลิตภัณฑ์	6
วิธีการเย็บที่ไม่มีคุณภาพ	6
พนักงานควรพูดภาษาญี่ปุ่นได้ หรือมีพนักงานชายเป็นชาวญี่ปุ่น	4
คุณภาพของสีย้อมที่ใช้ เพราะสีตก	3
ควรมีการอธิบายถึงขั้นตอนการผลิต สถานที่ผลิต และวิธีใช้	2
การโฆษณาเรื่องความปลอดภัย	2
ควรปรับปรุงการออกแบบหรือเปลี่ยนรูปแบบ เพราะรูปแบบคล้ายกันเยอะ	2
ควรทำโฆษณาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ให้มากขึ้น	2
ราคาไม่มีมาตรฐาน	2
ผู้ขายขาดความรู้เรื่องสินค้า	1
ควรออกแบบให้เหมาะกับขนาด รูปร่างของชาวญี่ปุ่น	1

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 38 คน

จากตารางที่ 58 พบว่า ปัญหาที่นักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวเห็นว่าควรปรับปรุงมากที่สุด คือคุณภาพผลิตภัณฑ์ จำนวน 11 คน ควรปรับปรุงการออกแบบผลิตภัณฑ์ จำนวน 6 คน และควรปรับปรุงวิธีการเย็บที่ไม่มีคุณภาพ จำนวน 6 คน ตามลำดับ

ตารางที่ 59 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยว จำแนกตามรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ควรผลิตเพื่อจำหน่ายในตลาดญี่ปุ่น

รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ควรผลิต	จำนวน	ร้อยละ
เสื้อผ้า	88	58.7
เครื่องแต่งกายอื่นๆ เช่น ผ้าพันคอ	77	51.3
ของใช้ตกแต่งบ้าน	73	49.0
ของฝาก-ของที่ระลึก	63	42.0
ผ้าผืน	40	26.7
รูปแบบอื่นๆ ที่ควรผลิตเพื่อจำหน่ายในตลาดญี่ปุ่น	3	2.0

หมายเหตุ - ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ จากจำนวนผู้ตอบ 150 คน

จากตารางที่ 59 พบว่า รูปแบบที่ควรผลิตเพื่อจำหน่ายในตลาดญี่ปุ่นตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น เรียงลำดับดังนี้ ควรผลิตผลิตภัณฑ์ประเภทเสื้อผ้า คิดเป็นร้อยละ 58.7 รองลงมา คือ ควรผลิตประเภทเครื่องแต่งกายอื่นๆ เช่น ผ้าพันคอ คิดเป็นร้อยละ 51.3 และควรผลิตของใช้ตกแต่งบ้าน คิดเป็นร้อยละ 49.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 60 แสดงจำนวนของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น จำแนกตามการเสนอแนะ

การเสนอแนะ	จำนวน	ร้อยละ
เสนอแนะ	15	10.0
ไม่เสนอแนะ	135	90.0
รวม	150	100.0

จากตารางที่ 60 พบว่ามี นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่ให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ ของผู้ผลิตในจังหวัดเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 10.0 โดยมีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

ข้อเสนอแนะด้านผลิตภัณฑ์ มีจำนวน 5 ประเด็น ดังนี้

- รูปแบบผลิตภัณฑ์ควรมีการออกแบบให้หลากหลาย แปลกใหม่ ทันสมัย หรือมีการผสมผสานความทันสมัย และความคลาสสิกเข้าด้วยกัน (6 ราย)
- ควรมีการจัดการเรื่องควบคุมคุณภาพให้มีมาตรฐานเดียวกัน ตามจากของเลียนแบบ (5 ราย)
- อยากให้ผลิตภัณฑ์ประเภทของประดับเครื่องแต่งกาย เช่น แหวน สร้อยแขน รองเท้าหลากสี เป็นต้น (2 ราย)
- สีเส้นของผลิตภัณฑ์น่าจะมีหลากหลายทั้งสีสดใส และสีเรียบๆ ไม่ฉูดฉาด (2 ราย)
- ควรมีป้ายบอกรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ให้ชัดเจน เช่น วัตถุประสงค์ที่ใช้ ย้อมสีอะไร และแหล่งผลิตที่ไหน เป็นต้น (2 ราย)

ข้อเสนอแนะด้านราคา มีจำนวน 1 ประเด็น ดังนี้

- ทำให้สินค้ามีราคาไม่แพงมากแต่คุณภาพดี (2 ราย)

ข้อเสนอแนะด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีจำนวน 2 ประเด็น ดังนี้

- พนักงานขายควรติดต่อสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษหรือภาษาญี่ปุ่นได้ (2 ราย)
- ควรเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าผ่านทางอินเทอร์เน็ต (1 ราย)

ข้อเสนอแนะด้านการส่งเสริมการตลาด มีจำนวน 4 ประเด็น ดังนี้

- ควรมีการสำรวจความต้องการของผู้บริโภคบ้าง เพื่อเข้าใจผู้บริโภคมากขึ้น (2 ราย)
- ควรจะมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ถึงเรื่องวิธีการผลิต ความปลอดภัยในคนญี่ปุ่นที่ประเทศญี่ปุ่นและมาเที่ยวเมืองไทยได้รับรู้ (1 ราย)
- การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่ได้อย่างหนึ่งที่จะทำให้ผ้าฝ้ายทอมือเป็นที่รู้จักของชาวต่างชาติ คือคนไทยควรจะใช้หรือใส่ผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือด้วย (1 ราย)
- ควรจะมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ถึงเรื่องวิธีการผลิต ความปลอดภัยในคนญี่ปุ่นที่ประเทศญี่ปุ่นและมาเที่ยวเมืองไทยได้รับรู้ (1 ราย)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved