

## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

การศึกษาคความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของ ห้างหุ้นส่วนจำกัด บัวลย์ทองผ้าฝ้ายไทย จังหวัดลำพูน สามารถแบ่งผลการศึกษาออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและธุรกิจหรือกิจการของผู้ตอบแบบสอบถาม (ตารางที่ 1-7)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ (ตารางที่ 8-21)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด ของห้างหุ้นส่วนจำกัด บัวลย์ทองผ้าฝ้ายไทย อำเภอป่าซาง จังหวัดลำพูน (ตารางที่ 22-31)

ส่วนที่ 4 ข้อมูลความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด ของห้างหุ้นส่วนจำกัด บัวลย์ทองผ้าฝ้ายไทย อำเภอป่าซาง จังหวัดลำพูน จำแนกตามประเภทธุรกิจ (ตารางที่ 23-38)

ส่วนที่ 5 ปัญหาที่พบและข้อเสนอแนะในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือจากห้างหุ้นส่วนจำกัด บัวลย์ทองผ้าฝ้ายไทย อำเภอป่าซาง จังหวัดลำพูน (ตารางที่ 39-47)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและธุรกิจหรือกิจการของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	19	36.5
หญิง	33	63.5
รวม	52	100.0

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง ร้อยละ 63.5 เป็นเพศชาย ร้อยละ 36.5

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 30 ปี	6	11.5
31-40 ปี	14	26.9
41-50 ปี	24	46.2
51-60 ปี	7	13.5
มากกว่า 60 ปี	1	1.9
รวม	52	100.0

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 41-50 ปี ร้อยละ 46.2 รองลงมาคือ อายุ 31-40 ปี ร้อยละ 26.9 51-60 ปี ร้อยละ 13.5 ต่ำกว่า 30 ปี ร้อยละ 11.5 และมากกว่า 60 ปี ร้อยละ 1.9

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ระดับการศึกษาสูงสุด	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษาถึงมัธยมศึกษาตอนต้น	9	17.3
มัธยมศึกษาตอนปลาย, ปวช	11	21.2
อนุปริญญา, ปวส	5	9.6
ปริญญาตรี	26	50.0
สูงกว่าปริญญาตรี	1	1.9
<b>รวม</b>	<b>52</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ระดับการศึกษาสูงสุดคือ ปริญญาตรี ร้อยละ 50.0 รองลงมาคือ มัธยมศึกษาตอนปลาย, ปวช ร้อยละ 21.2 ประถมศึกษาถึงมัธยมศึกษาตอนต้น ร้อยละ 17.3 อนุปริญญา, ปวส ร้อยละ 9.6 และ สูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 1.9

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของธุรกิจ

ประเภทของธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
ผู้ผลิต	19	36.5
ผู้ค้าส่ง	31	59.6
ผู้ค้าปลีก	40	76.9

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 52 ราย

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประเภทของธุรกิจคือ ผู้ค้าปลีก ร้อยละ 76.9 รองลงมาคือ ผู้ค้าส่ง ร้อยละ 59.6 และผู้ผลิต ร้อยละ 36.5

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประสบการณ์ทำงานในธุรกิจผ้าฝ้ายทอมือ

ประสบการณ์ทำงานในธุรกิจผ้าฝ้ายทอมือ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 2 ปี	6	11.5
2-5 ปี	12	23.1
5-10 ปี	19	36.5
มากกว่า 10 ปี	15	28.8
<b>รวม</b>	<b>52</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุดมีประสบการณ์ทำงานในธุรกิจผ้าฝ้ายทอมือ คือ 5-10 ปี ร้อยละ 36.5 รองลงมาคือ มากกว่า 10 ปี ร้อยละ 28.8 2-5 ปี ร้อยละ 23.1 และน้อยกว่า 2 ปี 11.5

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยของธุรกิจหรือกิจการต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยของธุรกิจหรือกิจการต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 50,000 บาท	14	26.9
50,001-100,000 บาท	17	32.7
150,001-200,000 บาท	9	17.3
200,001-250,000 บาท	2	3.8
250,001-300,000 บาท	2	3.8
มากกว่า 300,000 บาท	8	15.4
<b>รวม</b>	<b>52</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุดรายได้เฉลี่ยของธุรกิจหรือกิจการ คือ 50,001-100,000 บาท ร้อยละ 32.7 รองลงมาคือ ไม่เกิน 50,000 บาท ร้อยละ 26.9 150,001-200,000 บาท ร้อยละ 17.3 มากกว่า 300,000 บาท ร้อยละ 15.4 และ 200,001-250,000 บาท 250,001-300,000 บาท เท่ากัน ร้อยละ 3.8

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตำแหน่งในกิจการ

ตำแหน่งในกิจการ	จำนวน	ร้อยละ
ผู้จัดการทั่วไป	12	23.2
เจ้าหน้าที่ฝ่ายการตลาด	3	5.8
หัวหน้าแผนกจัดซื้อ	1	1.9
เจ้าของกิจการ	36	69.1
<b>รวม</b>	<b>52</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตำแหน่งในกิจการคือ เจ้าของกิจการ ร้อยละ 69.1 รองลงมาคือ ผู้จัดการทั่วไป ร้อยละ 23.2 เจ้าหน้าที่ฝ่ายการตลาด ร้อยละ 5.8 และหัวหน้าแผนกจัดซื้อ ร้อยละ 1.9

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

## ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือที่กิจการเลือกซื้อ

ประเภทผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือที่กิจการเลือกซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
ผ้าฝืน	32	61.5
ของใช้ตกแต่งบ้าน	39	75.0
ของฝาก-ของที่ระลึก	18	34.6
เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย	3	5.8
อื่นๆ	1	1.9
<b>รวม</b>	<b>52</b>	<b>100.0</b>

หมายเหตุ: อื่น ได้แก่ กระเป๋า (1 คน)

จากตารางที่ 8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุดประเภทผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือที่กิจการเลือกซื้อคือ ของใช้ตกแต่งบ้าน ร้อยละ 75.0 รองลงมาคือ ผ้าฝืน ร้อยละ 61.5 ของฝาก-ของที่ระลึก ร้อยละ 34.6 เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย ร้อยละ 5.8 และอื่นๆ ร้อยละ 1.9

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์หลักของ  
กิจการในเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ

วัตถุประสงค์หลักของกิจการในเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้า ฝ้ายทอมือ	จำนวน	ร้อยละ
นำไปจำหน่ายต่อให้กับลูกค้าที่เป็นผู้ค้าส่ง	3	5.8
นำไปจำหน่ายต่อให้กับลูกค้าที่เป็นผู้ค้าปลีก	10	19.2
นำไปจำหน่ายต่อให้กับลูกค้าที่เป็นทั้งผู้ค้าส่งและ ปลีก	13	25.0
นำไปผลิตแล้วจำหน่ายต่อลูกค้าที่เป็นผู้ค้าส่ง	1	1.9
นำไปผลิตแล้วจำหน่ายต่อลูกค้าที่เป็นผู้ค้าปลีก	3	5.8
นำไปผลิตแล้วจำหน่ายต่อลูกค้าที่เป็นทั้งผู้ค้าส่งและ ปลีก	11	21.2
อื่นๆ	11	21.2
<b>รวม</b>	<b>52</b>	<b>100.0</b>

หมายเหตุ: อื่นได้แก่ จำหน่ายกับลูกค้าโดยตรง (11 คน)

จากตารางที่ 9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุดวัตถุประสงค์หลักของกิจการใน  
เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือคือ นำไปจำหน่ายต่อให้กับลูกค้าที่เป็นทั้งผู้ค้าส่งและปลีก ร้อยละ  
25.0 รองลงมาคือ นำไปผลิตแล้วจำหน่ายต่อลูกค้าที่เป็นทั้งผู้ค้าส่งและปลีก อื่นๆ เท่ากัน ร้อยละ  
21.2 นำไปจำหน่ายต่อให้กับลูกค้าที่เป็นผู้ค้าปลีก ร้อยละ 19.2 นำไปจำหน่ายต่อให้กับลูกค้าที่เป็น  
ผู้ค้าส่ง และนำไปผลิตแล้วจำหน่ายต่อลูกค้าที่เป็นผู้ค้าปลีก เท่ากัน ร้อยละ 5.8 และนำไปผลิตแล้ว  
จำหน่ายต่อลูกค้าที่เป็นผู้ค้าส่ง ร้อยละ 1.9

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เหตุผลที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ

เหตุผลที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ	จำนวน	ร้อยละ
ลายผ้าที่มีเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น	28	53.8
สีสันทันตรงกับความต้องการ	28	53.8
มีรูปแบบและดีไซน์ที่หลากหลาย น่าสนใจ	21	40.4
ฝีมือการตัดเย็บสินค้า	11	21.2
คุณภาพของเนื้อผ้าฝ้ายและผลิตภัณฑ์	32	61.5
เป็นหัตถกรรมท้องถิ่นที่ทำมือ	40	76.9
ราคาสมเหตุสมผล	26	50.0
การบริการของร้านค้า	10	19.2

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 52 ราย

จากตารางที่ 10 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุดเหตุผลที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ คือ เป็นหัตถกรรมท้องถิ่นที่ทำมือ ร้อยละ 76.9 รองลงมาคือ คุณภาพของเนื้อผ้าฝ้ายและผลิตภัณฑ์ ร้อยละ 61.5 ลายผ้าที่มีเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น และสีสันทันตรงกับความต้องการ เท่ากัน ร้อยละ 53.8 ราคาสมเหตุสมผล ร้อยละ 50.0 มีรูปแบบและดีไซน์ที่หลากหลาย น่าสนใจ ร้อยละ 40.4 ฝีมือการตัดเย็บสินค้า ร้อยละ 21.2 และการบริการของร้านค้า ร้อยละ 19.2



ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ความถี่ในการมาเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือต่อเดือน

ความถี่ในการมาเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
1 ครั้ง	21	40.4
2 ครั้ง	15	28.8
3 ครั้ง	4	7.7
4 ครั้ง	5	9.6
5 ครั้ง	3	5.8
6 ครั้ง	1	1.9
7 ครั้ง	1	1.9
8 ครั้ง	1	1.9
10 ครั้ง	1	1.9
<b>รวม</b>	<b>52</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 11 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุดความถี่ในการมาเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือต่อเดือนคือ 1 ครั้ง ร้อยละ 40.4 รองลงมาคือ 2 ครั้ง ร้อยละ 28.8 4 ครั้ง ร้อยละ 9.6 3 ครั้ง ร้อยละ 7.7 5 ครั้ง ร้อยละ 5.8 และ 6 ครั้ง 7 ครั้ง 8 ครั้ง และ 10 ครั้ง เท่ากัน ร้อยละ 1.9

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม งบประมาณที่ซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือต่อครั้ง/เดือน

งบประมาณที่ซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือต่อครั้ง/เดือน	จำนวน	ร้อยละ
3,000 บาท	1	1.9
5,000 บาท	4	7.7
8,000 บาท	1	1.9
10,000 บาท	16	30.8
20,000 บาท	12	23.1
25,000 บาท	1	1.9
30,000 บาท	5	9.6
40,000 บาท	3	5.8
50,000 บาท	4	7.7
100,000 บาท	2	3.8
200,000 บาท	1	1.9
300,000 บาท	2	3.8
<b>รวม</b>	<b>52</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุดงบประมาณที่ซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือต่อครั้ง/เดือนคือ 10,000 บาท ร้อยละ 30.8 รองลงมาคือ 20,000 บาท ร้อยละ 23.1 30,000 บาท ร้อยละ 9.6 5,000 บาท 50,000 บาท เท่ากัน ร้อยละ 7.7 40,000 บาท ร้อยละ 5.8 100,000 บาท และ 300,000 บาท เท่ากัน ร้อยละ 3.8 และ 3,000 บาท 8,000 บาท 25,000 บาท และ 200,000 บาท เท่ากัน ร้อยละ 1.9

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม แหล่งที่ซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือในจังหวัดลำพูน

แหล่งที่ซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือในจังหวัดลำพูน	จำนวน	ร้อยละ
ร้านค้าย่านข้าวมุง	2	3.8
ร้านค้าย่านวัดพระธาตุหริภุญชัย	1	1.9
ร้านค้าย่านศูนย์หัตถกรรมบ้านดอนหลวง	8	15.4
ร้านค้าย่านถนนคนเดินลำพูน	2	3.8
ร้านค้าหรือโรงทอบ้านดอนหลวง	22	42.3
ร้านค้าหรือโรงทอบ้านแม่แรง	7	13.5
ร้านค้าหรือโรงทอบ้านหนองเงือก	47	90.4
ร้านค้าหรือโรงทอบ้านสันก่อคู	8	15.4
ร้านค้าหรือโรงทอบ้านเหล่าพระเจ้าตา เขียว	6	11.5
กลุ่มผู้ผลิตชุมชนของหมู่บ้านอื่นๆ	4	7.7
แหล่งอื่นๆ	0	0.0

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 52 ราย

กลุ่มผู้ผลิตชุมชนของหมู่บ้านอื่นๆ ได้แก่ บ้านร่องช้าง (4 คน)

จากตารางที่ 13 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่แหล่งที่ซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือในจังหวัดลำพูนคือ ร้านค้าหรือโรงทอบ้านหนองเงือก ร้อยละ 90.4 รองลงมาคือ ร้านค้าหรือโรงทอบ้านดอนหลวง ร้อยละ 42.3 ร้านค้าย่านศูนย์หัตถกรรมบ้านดอนหลวง ร้านค้าหรือโรงทอบ้านสันก่อคู เท่ากัน ร้อยละ 15.4 ร้านค้าหรือโรงทอบ้านแม่แรง ร้อยละ 13.5 ร้านค้าหรือโรงทอบ้านเหล่าพระเจ้าตา เขียว ร้อยละ 11.5 กลุ่มผู้ผลิตชุมชนของหมู่บ้านอื่นๆ ร้อยละ 7.7 และร้านค้าย่านข้าวมุง ร้านค้าย่านถนนคนเดินลำพูน เท่ากัน ร้อยละ 3.8 และร้านค้าย่านวัดพระธาตุหริภุญชัย ร้อยละ 1.9

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่ซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือจากแหล่งจำหน่าย

เหตุผลที่ซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือจากแหล่งจำหน่าย	จำนวน	ร้อยละ
มีรูปแบบและดีไซน์ให้เลือกหลากหลาย	20	38.5
การคัดสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพ	27	51.9
ฝีมือการตัดเย็บสินค้า	17	32.7
คุณภาพของผลิตภัณฑ์	30	57.7
ราคาของผลิตภัณฑ์สมเหตุสมผล	31	59.6
การให้เครดิตในการชำระเงิน	25	48.1
สามารถผลิตสินค้าตามรูปแบบที่ต้องการได้	33	63.5
การบริการของร้านค้า	27	51.9
บุคลากรสามารถสื่อสารภาษาต่างๆ ได้	2	3.8
ไว้ใจและเชื่อใจเจ้าของร้านค้า	23	44.2

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 52 ราย

จากตารางที่ 14 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุดเหตุผลที่ซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือจากแหล่งจำหน่าย คือ สามารถผลิตสินค้าตามรูปแบบที่ต้องการได้ ร้อยละ 63.5 รองลงมาคือ ราคาของผลิตภัณฑ์สมเหตุสมผล ร้อยละ 59.6 คุณภาพของผลิตภัณฑ์ ร้อยละ 57.7 การคัดสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพ และการบริการของร้านค้า เท่ากัน ร้อยละ 51.9 การให้เครดิตในการชำระเงิน ร้อยละ 48.1 ไว้ใจและเชื่อใจเจ้าของร้านค้า ร้อยละ 44.2 มีรูปแบบและดีไซน์ให้เลือกหลากหลาย ร้อยละ 38.5 ฝีมือการตัดเย็บสินค้า ร้อยละ 32.7 และบุคลากรสามารถสื่อสารภาษาต่างๆ ได้ ร้อยละ 3.8

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือจากแหล่งต่างๆ ของกิจการ

การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือจากแหล่งต่างๆ ของกิจการ	จำนวน	ร้อยละ
ร้านประจำเพียง 1 ร้านเท่านั้น โดยไม่เปลี่ยนไปซื้อร้านอื่นเลย	9	17.3
ร้านประจำแต่อาจมีการเปรียบเทียบราคาและคุณภาพจากร้านอื่นในบางโอกาส	30	57.7
หลายๆ ร้านเพื่อเปรียบเทียบราคาและคุณภาพ	13	25.0
<b>รวม</b>	<b>52</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 15 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือจากแหล่งต่างๆ ของกิจการคือ ร้านประจำแต่อาจมีการเปรียบเทียบราคาและคุณภาพจากร้านอื่นในบางโอกาส ร้อยละ 57.7 รองลงมาคือ หลายๆ ร้านเพื่อเปรียบเทียบราคาและคุณภาพ ร้อยละ 25.0 และร้านประจำเพียง 1 ร้านเท่านั้น โดยไม่เปลี่ยนไปซื้อร้านอื่นเลย ร้อยละ 17.3

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรูปแบบการซื้อผลิตภัณฑ์  
ผ้าฝ้ายทอมือจากแหล่งต่างๆ

รูปแบบการซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือจากแหล่งต่างๆ	จำนวน	ร้อยละ
ซื้อผลิตภัณฑ์เดิมด้วยวิธีเดิม จากผู้ขายเดิม ไม่มีการเปลี่ยนแปลงในแง่ของชนิดรูปแบบและปริมาณ	13	25.0
ซื้อผลิตภัณฑ์เดิมที่มีการปรับคุณสมบัติบางประการ จากผู้ขายเดิม หรือเปลี่ยนไปซื้อจากผู้ขายรายใหม่	33	63.5
ซื้อผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่กิจการยังไม่เคยซื้อมาก่อน	6	11.5
<b>รวม</b>	<b>52</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 16 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รูปแบบการซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือจากแหล่งต่างๆ คือ ซื้อผลิตภัณฑ์เดิมที่มีการปรับคุณสมบัติบางประการจากผู้ขายเดิม หรือเปลี่ยนไปซื้อจากผู้ขายรายใหม่ ร้อยละ 63.5 รองลงมาคือ ซื้อผลิตภัณฑ์เดิมด้วยวิธีเดิม จากผู้ขายเดิม ไม่มีการเปลี่ยนแปลงในแง่ของชนิดรูปแบบและปริมาณ ร้อยละ 25.0 และซื้อผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่กิจการยังไม่เคยซื้อมาก่อน ร้อยละ 11.5

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้มีอิทธิพลต่อการเลือกร้านที่ซื้อ

ผู้มีอิทธิพลต่อการเลือกร้านที่ซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
เจ้าของกิจการหรือผู้ประกอบการ	11	21.2
เจ้าหน้าที่ฝ่ายจัดซื้อหรือผู้จัดการ	1	1.9
ลูกค้า	38	73.1
ผู้บริหารระดับสูง	2	3.8
<b>รวม</b>	<b>52</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 17 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ผู้มีอิทธิพลต่อการเลือกร้านที่ซื้อคือ ลูกค้า ร้อยละ 73.1 รองลงมาคือ เจ้าของกิจการหรือผู้ประกอบการ ร้อยละ 21.2 ผู้บริหารระดับสูง ร้อยละ 3.8 และเจ้าหน้าที่ฝ่ายจัดซื้อหรือผู้จัดการ ร้อยละ 1.9

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือจากแหล่งอื่นนอกจากของจังหวัดลำพูน

การซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือจากแหล่งอื่นนอกจากของจังหวัดลำพูน	จำนวน	ร้อยละ
น่าน	1	1.9
เชียงใหม่	20	38.5
ลำปาง	1	1.9
อุรุษยา	1	1.9
ขอนแก่น	1	1.9
แพร่	2	3.8
ไม่ซื้อจากแหล่งอื่น	26	50.0
<b>รวม</b>	<b>52</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 18 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นอกจากผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือของจังหวัดลำพูนแล้ว แหล่งอื่นที่ซื้อคือ จังหวัดเชียงใหม่ ร้อยละ 38.5 รองลงมาคือ จังหวัดแพร่ ร้อยละ 3.8 น่าน ลำปาง อุรุษยา ขอนแก่น ร้อยละ 1.9 และไม่ซื้อจากแหล่งอื่น ร้อยละ 50.0

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ลักษณะการรับสินค้าจากร้าน

ลักษณะการรับสินค้าจากร้าน	จำนวน	ร้อยละ
มารับเอง	24	48.1
ร้านค้านำไปส่งให้	28	53.8
บริษัทขนส่ง	18	34.6

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 52 ราย

บริษัทขนส่ง ได้แก่ นิมซีเส็ง 99 EXE (8 คน) Siam First (4 คน) นิมซีเส็ง (6 คน)

จากตารางที่ 19 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุดลักษณะการรับสินค้าจากร้านคือร้านค้านำไปส่งให้ ร้อยละ 53.8 รองลงมาคือ มารับเอง ร้อยละ 48.1 และบริษัทขนส่ง ร้อยละ 34.6



ตารางที่ 20 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแนวโน้มความนิยมสินค้าประเภทผ้าฝ้ายทอมือในตลาด

แนวโน้มความนิยมสินค้าประเภทผ้าฝ้ายทอมือในตลาด	จำนวน	ร้อยละ
ยังเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ	10	19.2
อยู่ตัว	26	50.0
เริ่มลดลง	16	30.8
<b>รวม</b>	<b>52</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 20 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มากที่สุดเห็นว่าแนวโน้มความนิยมสินค้าประเภทผ้าฝ้ายทอมือในตลาดคือ อยู่ตัว ร้อยละ 50.0 รองลงมาคือ เริ่มลดลง ร้อยละ 30.8 และยังเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ร้อยละ 19.2

ตารางที่ 21 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือควรทอแบบผสมวัสดุอื่นๆ เพื่อความแปลกใหม่เช่น Recycle Silk, Hemp

ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือควรทอแบบผสมวัสดุอื่นๆ เพื่อความแปลกใหม่เช่น Recycle Silk, Hemp	จำนวน	ร้อยละ
ควร	18	34.6
ไม่ควร	34	65.4
<b>รวม</b>	<b>52</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 21 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือควรทอแบบผสมวัสดุอื่นๆ เพื่อความแปลกใหม่เช่น Recycle Silk, Hemp คือ ไม่ควร ร้อยละ 65.4 และควร ร้อยละ 34.6

ส่วนที่ 3 ข้อมูลความพึงพอใจต่อสวนประสมทางการตลาด ของห้างหุ้นส่วนจำกัดบัวลัยทองผ้าฝ้าย  
ไทย อำเภอป่าซาง จังหวัดลำพูน

ตารางที่ 22 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม  
จำแนกตามด้านผลิตภัณฑ์

ด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	พอใจมาก	พอใจ	เฉยๆ	ไม่พอใจ	ไม่พอใจ มาก	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
มีรูปแบบของผลิตภัณฑ์ให้เลือก หลากหลาย	12 (23.1)	35 (67.3)	4 (7.7)	0 (0.0)	1 (1.9)	4.10 (พอใจ)
มีการออกแบบและพัฒนา ผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ อยู่ตลอดเวลา	8 (15.4)	29 (55.8)	15 (28.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.87 (พอใจ)
มีการพัฒนารูปแบบและพัฒนา รูปแบบ ลักษณะ สไตล์ของ ผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับ รสนิยมของลูกค้า	8 (15.4)	33 (63.5)	11 (21.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.94 (พอใจ)
ใช้วัสดุที่มีเอกลักษณ์ของ ท้องถิ่น เพื่อสร้างเอกลักษณ์ในตัว ผลิตภัณฑ์	16 (30.8)	36 (69.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.31 (พอใจ)
ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่เน้นสีสันทันที่ ดึงดูดความสนใจ ของลูกค้า	15 (28.8)	32 (61.5)	5 (9.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.19 (พอใจ)
ผลิตภัณฑ์แต่ละชิ้นจะมีลักษณะ ของสีที่ไม่ซ้ำ	5 (9.6)	40 (76.9)	7 (13.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.96 (พอใจ)
ความเป็นงานฝีมือ มีความ ประณีตในการผลิต	13 (25.0)	40 (76.9)	5 (9.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.15 (พอใจ)
การตัดเย็บที่มีคุณภาพ	7 (13.5)	40 (76.9)	5 (9.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.04 (พอใจ)
ผลิตสินค้าตรงตามคำสั่งซื้อและ รูปแบบที่ลูกค้าระบุ	21 (40.4)	29 (55.8)	2 (3.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.37 (พอใจ)
ผู้ผลิตมีโรงทอผ้าที่มีมาตรฐาน เป็นของตนเอง	23 (44.2)	29 (55.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.44 (พอใจ)

ตารางที่ 22 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม  
จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	พอใจมาก	พอใจ	เฉยๆ	ไม่พอใจ	ไม่พอใจ มาก	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ผลิตสินค้าเสร็จตามกำหนดเวลา ตามใบสั่งซื้อ	19 (36.5)	32 (61.5)	1 (1.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.35 (พอใจ)
การส่งมอบสินค้าในเวลา อันรวดเร็วและตรงต่อเวลา	24 (46.2)	26 (50.0)	1 (1.9)	1 (1.9)	0 (0.0)	4.38 (พอใจ)
มีการตรวจสอบคุณภาพสินค้า ก่อนส่ง	10 (19.2)	36 (69.2)	6 (11.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.08 (พอใจ)
มีบรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่งที่ ปลอดภัย	15 (28.8)	32 (61.5)	5 (9.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.19 (พอใจ)
ให้คำปรึกษา คำแนะนำสินค้าและ วิธีการดูแลรักษา	3 (5.8)	39 (75.0)	8 (15.4)	1 (1.9)	1 (1.9)	3.81 (พอใจ)
มีระบบการรับคืนหรือเปลี่ยน สินค้าเมื่อมีปัญหา	20 (38.5)	30 (57.7)	2 (3.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.35 (พอใจ)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>						<b>4.16 (พอใจ)</b>

จากตารางที่ 22 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมี  
ค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับพอใจ (ค่าเฉลี่ย 4.16 ) ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ  
พอใจเรียงลำดับคือ ผู้ผลิตมีโรงทอผ้าที่มีมาตรฐานเป็นของตนเอง (ค่าเฉลี่ย 4.44) รองลงมาคือ การ  
ส่งมอบสินค้าในเวลาอันรวดเร็วและตรงต่อเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.38) ผลิตสินค้าตรงตามคำสั่งซื้อและ  
รูปแบบที่ลูกค้าระบุ (ค่าเฉลี่ย 4.37) ผลิตสินค้าเสร็จตามกำหนดเวลาตามใบสั่งซื้อ และมีระบบการ  
รับคืนหรือเปลี่ยนสินค้าเมื่อมีปัญหา เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.35) ใช้วัสดุคิบบที่มีเอกลักษณ์ของท้องถิ่น เพื่อ  
สร้างเอกลักษณ์ในตัวผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.31) มีบรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่งที่ปลอดภัย และ  
ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่เน้นสีสันทัดใจของลูกค้ำ (ค่าเฉลี่ย 4.19) มีรูปแบบของผลิตภัณฑ์  
ให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.10) มีการตรวจสอบคุณภาพสินค้าก่อนส่ง (ค่าเฉลี่ย 4.08) การตัดเย็บ  
ที่มีคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.04) ผลิตภัณฑ์แต่ละชิ้นจะมีลักษณะของสีที่ไม่ซ้ำ (ค่าเฉลี่ย 3.96) มีการ  
พัฒนารูปแบบและพัฒนารูปแบบ ลักษณะ สไตล์ของผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับรสนิยมของลูกค้า

(ค่าเฉลี่ย 3.94) มีการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ อยู่ตลอดเวลา (ค่าเฉลี่ย 3.87) และให้คำปรึกษา คำแนะนำสินค้าและวิธีการดูแล รักษา (ค่าเฉลี่ย 3.81)

ตารางที่ 23 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านราคา

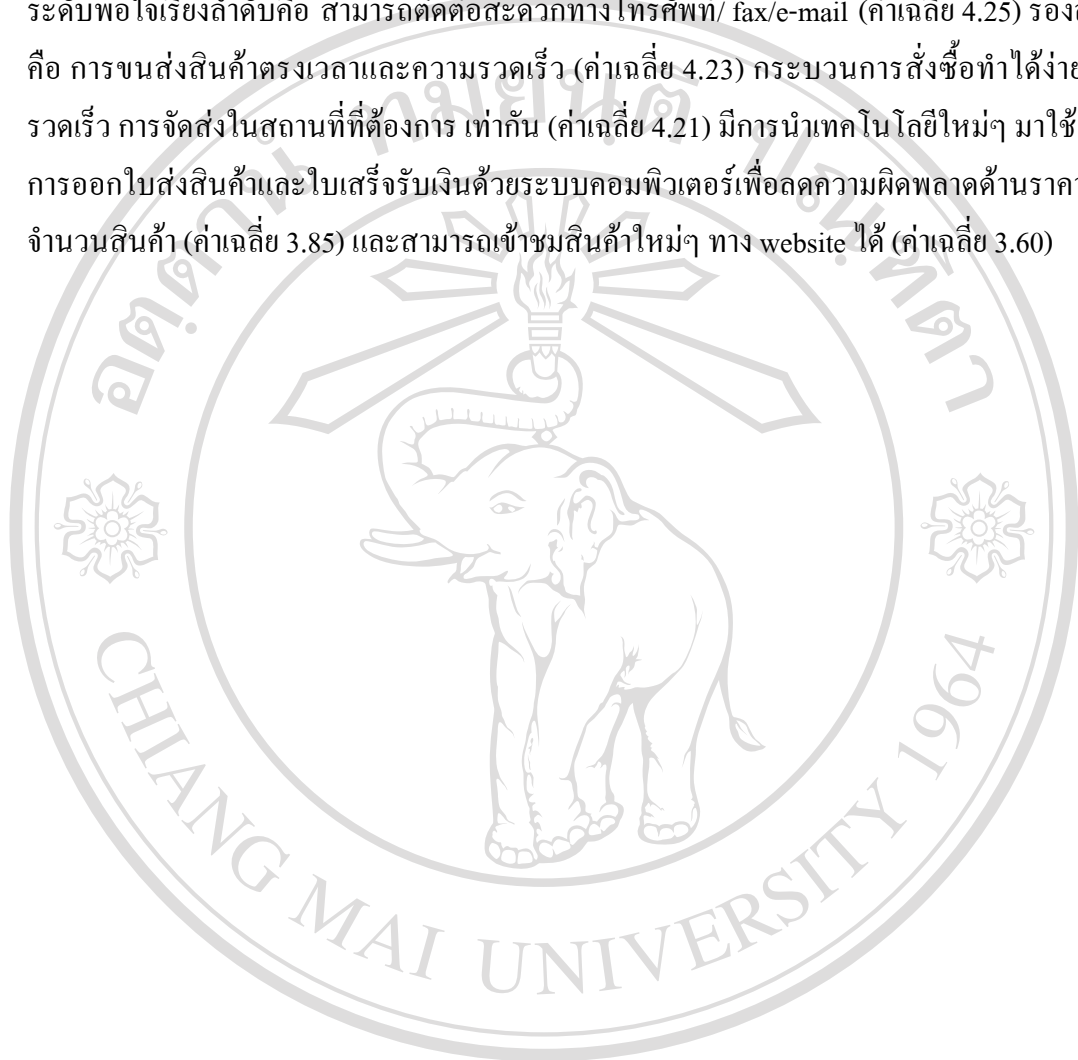
ปัจจัยด้านราคา	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	พอใจมาก	พอใจ	เฉยๆ	ไม่พอใจ	ไม่พอใจมาก	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
มีการกำหนดราคาที่เหมาะสม	14 (26.9)	35 (67.3)	3 (5.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.21 (พอใจ)
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า	17 (32.7)	33 (63.5)	1 (1.9)	1 (1.9)	0 (0.0)	4.27 (พอใจ)
การมีส่วนลดในกรณีซื้อด้วยเงินสด	17 (32.7)	26 (50.0)	16 (30.8)	2 (3.8)	0 (0.0)	3.77 (พอใจ)
การให้เครดิตในการชำระเงิน	21 (40.4)	24 (46.2)	6 (11.5)	0 (0.0)	1 (1.9)	4.23 (พอใจ)
ราคาสินค้าคงที่ตลอดเวลาแต่ถ้ามีการเปลี่ยนแปลงมีการแจ้งล่วงหน้า	9 (17.3)	39 (75.0)	3 (5.8)	1 (1.9)	0 (0.0)	4.08 (พอใจ)
ค่าเฉลี่ยรวม						4.11 (พอใจ)

จากตารางที่ 23 พบว่าปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับพอใจ (ค่าเฉลี่ย 4.11) ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพอใจเรียงลำดับคือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.27) รองลงมาคือ การให้เครดิตในการชำระเงิน (ค่าเฉลี่ย 4.23) มีการกำหนดราคาที่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.21) ราคาสินค้าคงที่ตลอดเวลาแต่ถ้ามีการเปลี่ยนแปลงมีการแจ้งล่วงหน้า (ค่าเฉลี่ย 4.08) และ การมีส่วนลดในกรณีซื้อด้วยเงินสด (ค่าเฉลี่ย 3.77)

ตารางที่ 24 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัจจัยด้านช่องทางการจัด จำหน่าย	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	พอใจมาก	พอใจ	เฉยๆ	ไม่พอใจ	ไม่พอใจ มาก	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
สถานที่ตั้งโรงทอผ้าสะดวกใน การไปเลือกซื้อ (กว้างขวาง สะอาด เรียบร้อยและมีที่จอดรถ)	15 (28.8)	29 (55.8)	8 (15.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.13 (พอใจ)
มีการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้ เช่น การออกใบส่งสินค้าและ ใบเสร็จรับเงินด้วยระบบ คอมพิวเตอร์เพื่อลดความ ผิดพลาดด้านราคาและ จำนวนสินค้า	6 (11.5)	32 (61.5)	14 (26.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.85 (พอใจ)
กระบวนการสั่งซื้อทำได้ง่ายและ รวดเร็ว	14 (26.9)	35 (67.3)	3 (5.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.21 (พอใจ)
สามารถติดต่อสะดวกทาง โทรศัพท์/fax/e-mail	14 (26.9)	37 (71.2)	1 (1.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.25 (พอใจ)
สามารถเข้าชมสินค้าใหม่ๆ ทาง website ได้	5 (9.6)	22 (42.3)	24 (46.2)	1 (1.9)	0 (0.0)	3.60 (พอใจ)
การจัดส่งในสถานที่ที่ต้องการ	14 (26.9)	35 (67.3)	3 (5.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.21 (พอใจ)
การขนส่งสินค้าตรงเวลาและ ความรวดเร็ว	15 (28.8)	34 (65.4)	3 (5.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.23 (พอใจ)
ค่าเฉลี่ยรวม						4.07 (พอใจ)

จากตารางที่ 24 พบว่าปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับพอใจ (ค่าเฉลี่ย 4.07) ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพอใจเรียงลำดับคือ สามารถติดต่อสะดวกทางโทรศัพท์/ fax/e-mail (ค่าเฉลี่ย 4.25) รองลงมาคือ การขนส่งสินค้าตรงเวลาและความรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.23) กระบวนการสั่งซื้อทำได้ง่ายและรวดเร็ว การจัดส่งในสถานที่ที่ต้องการ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.21) มีการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้ เช่น การออกไปส่งสินค้าและใบเสร็จรับเงินด้วยระบบคอมพิวเตอร์เพื่อลดความผิดพลาดด้านราคาและจำนวนสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.85) และสามารถเข้าชมสินค้าใหม่ๆ ทาง website ได้ (ค่าเฉลี่ย 3.60)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 25 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	พอใจมาก	พอใจ	เฉยๆ	ไม่พอใจ	ไม่พอใจ มาก	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
มีการจัดทำโบรชัวร์แนะนำสินค้า	2 (3.8)	18 (34.6)	26 (50.0)	4 (7.7)	2 (3.8)	3.27 (เฉยๆ)
มีการลงโฆษณาสินค้า/ร้านค้า ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต	3 (5.8)	14 (26.9)	29 (55.8)	2 (3.8)	4 (7.7)	3.19 (เฉยๆ)
มีการเข้าร่วมงาน Trade Fair ต่างๆ	6 (11.5)	19 (36.5)	26 (50.0)	0 (0.0)	1 (1.9)	3.56 (พอใจ)
ได้รับส่วนลดเมื่อซื้อในปริมาณ มากหรือซื้อเงินสด	5 (9.6)	27 (51.9)	16 (30.8)	1 (1.9)	3 (5.8)	3.58 (พอใจ)
การแนะนำสินค้าจากพนักงาน ขาย	6 (11.5)	34 (65.4)	8 (15.4)	1 (1.9)	3 (5.8)	3.75 (พอใจ)
ค่าเฉลี่ยรวม						3.47 (เฉยๆ)

จากตารางที่ 25 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับเฉยๆ (ค่าเฉลี่ย 3.47) ปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพอใจเรียงลำดับคือ การแนะนำสินค้าจากพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.75) รองลงมาคือ ได้รับส่วนลดเมื่อซื้อในปริมาณมากหรือซื้อเงินสด (ค่าเฉลี่ย 3.58) มีการเข้าร่วมงาน Trade Fair ต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.56) และมีความพึงพอใจอยู่ในระดับเฉยๆ คือ มีการจัดทำโบรชัวร์แนะนำสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.27) และมีการลงโฆษณาสินค้า/ร้านค้าผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.19)

ตารางที่ 26 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านบุคลากร

ปัจจัยด้านบุคลากร	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	พอใจมาก	พอใจ	เฉยๆ	ไม่พอใจ	ไม่พอใจมาก	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
มารยาทและมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน	12 (23.1)	38 (73.1)	2 (3.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.19 (พอใจ)
พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	10 (19.2)	40 (46.9)	2 (3.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.15 (พอใจ)
การตอบสนองและความเต็มใจของพนักงานในการให้บริการ	11 (21.2)	40 (76.9)	1 (1.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.19 (พอใจ)
พนักงานสามารถตอบข้อซักถามและให้ข้อมูล ในสิ่งที่ต้องการทราบ	6 (11.5)	41 (78.8)	5 (9.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.02 (พอใจ)
พนักงานขายคอยดูแลเอาใจใส่ลูกค้าอย่างต่อเนื่อง	10 (19.2)	37 (71.2)	5 (9.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.10 (พอใจ)
ความสามารถในการแก้ปัญหาของพนักงาน	4 (7.7)	38 (73.1)	10 (19.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.88 (พอใจ)
พนักงานมีความเสมอภาคในการให้บริการ	8 (15.4)	36 (69.2)	7 (13.5)	1 (1.9)	0 (0.0)	3.98 (พอใจ)
พนักงานมีบุคลิกภาพดีและแต่งกายเหมาะสม	6 (11.5)	38 (73.1)	8 (15.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.96 (พอใจ)
จำนวนพนักงานเพียงพอที่จะให้บริการ	8 (15.4)	35 (67.3)	8 (15.4)	0 (0.0)	1 (1.9)	3.94 (พอใจ)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>						<b>4.05 (พอใจ)</b>



จากตารางที่ 26 พบว่าปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับพอใจ (ค่าเฉลี่ย 4.05) ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพอใจเรียงลำดับคือ มารยาทและมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน การตอบสนองและความเต็มใจของพนักงานในการให้บริการ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.19) รองลงมาคือ พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.15) พนักงานขายคอยดูแลเอาใจใส่ลูกค้าอย่างต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ย 4.10) พนักงานสามารถตอบข้อซักถามและให้ข้อมูลในสิ่งที่ต้องการทราบ (ค่าเฉลี่ย 4.02) พนักงานมีความเสมอภาคในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.98) พนักงานมีบุคลิกภาพดีและแต่งกายเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.96) จำนวนพนักงานเพียงพอที่จะให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.94) และความสามารถในการแก้ปัญหาของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.88)

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a detailed illustration of an elephant standing and facing left. Above the elephant's head is a traditional Thai umbrella (parasol). The entire emblem is enclosed within a circular border. The text "CHIANG MAI UNIVERSITY 1964" is written in a serif font along the bottom inner edge of the circle. There are also decorative floral motifs on the left and right sides of the inner circle.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 27 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	พอใจมาก	พอใจ	เฉยๆ	ไม่พอใจ	ไม่พอใจมาก	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ป้ายหน้าร้านมองเห็นได้ชัดเจน	6 (11.5)	35 (67.3)	9 (17.3)	1 (1.9)	1 (1.9)	3.85 (พอใจ)
การจัดเก็บผลิตภัณฑ์ไว้เป็นหมวดหมู่	7 (13.5)	29 (55.8)	13 (25.0)	2 (3.8)	1 (1.9)	3.75 (พอใจ)
สถานประกอบการมีพื้นที่กว้าง ไม่แออัด	10 (19.2)	35 (67.3)	6 (11.5)	0 (0.0)	1 (1.9)	4.00 (พอใจ)
ความสะอาดของสถาน ประกอบการ	10 (19.2)	37 (71.2)	4 (7.7)	0 (0.0)	1 (1.9)	4.06 (พอใจ)
อากาศถ่ายเทและแสงสว่าง เพียงพอ	10 (19.2)	36 (69.2)	4 (7.7)	0 (0.0)	2 (3.8)	4.00 (พอใจ)
การจัดวางอุปกรณ์ เครื่องจักร เป็นหมวดหมู่และปลอดภัย	5 (9.6)	40 (76.9)	4 (7.7)	1 (1.9)	2 (3.8)	3.87 (พอใจ)
การจัดการน้ำเสียจากการข้อม	10 (19.2)	35 (67.3)	6 (11.5)	0 (0.0)	1 (1.9)	4.02 (พอใจ)
มีอุปกรณ์เพื่อป้องกันสารเคมีและ ฝุ่นละอองแก่พนักงานผลิต	9 (17.3)	31 (59.6)	8 (15.4)	1 (1.9)	3 (5.8)	3.81 (พอใจ)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>						<b>3.92 (พอใจ)</b>

จากตารางที่ 27 พบว่าปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับพอใจ (ค่าเฉลี่ย 3.92) ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพอใจเรียงลำดับคือ ความสะอาดของสถานประกอบการ (ค่าเฉลี่ย 4.06) รองลงมา การจัดการน้ำเสียจากการข้อม (ค่าเฉลี่ย 4.02) สถานประกอบการมีพื้นที่กว้าง ไม่แออัด อากาศถ่ายเทและแสงสว่างเพียงพอ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.00)การจัดวางอุปกรณ์ เครื่องจักร เป็นหมวดหมู่และปลอดภัย(ค่าเฉลี่ย 3.87)ป้ายหน้าร้านมองเห็นได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.85) มีอุปกรณ์เพื่อป้องกันสารเคมีและฝุ่นละอองแก่พนักงานผลิต (ค่าเฉลี่ย 3.81) และการจัดเก็บผลิตภัณฑ์ไว้เป็นหมวดหมู่ (ค่าเฉลี่ย 3.75)

ตารางที่ 28 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

ปัจจัยด้านกระบวนการ ให้บริการ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	พอใจมาก	พอใจ	เฉยๆ	ไม่พอใจ	ไม่พอใจ มาก	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ขั้นตอนการสั่งไม่ยุ่งยากซับซ้อน	19 (36.5)	31 (59.6)	1 (1.9)	0 (0.0)	1 (1.9)	4.29 (พอใจ)
มีการทำตัวอย่างให้ดูก่อนลงมือ ผลิต	14 (26.9)	30 (57.7)	6 (11.5)	0 (0.0)	2 (3.8)	4.04 (พอใจ)
ลูกค้าได้รับผลิตภัณฑ์อย่าง รวดเร็ว	13 (25.0)	35 (67.3)	3 (5.8)	0 (0.0)	1 (1.9)	4.13 (พอใจ)
เวลาที่ต้องรอในการได้รับสินค้า หลังการสั่งซื้อ	10 (19.2)	39 (75.0)	2 (3.8)	0 (0.0)	1 (1.9)	4.10 (พอใจ)
การจัดส่งได้ตามกำหนด	20 (38.5)	30 (57.7)	1 (1.9)	0 (0.0)	1 (1.9)	4.31 (พอใจ)
สามารถดัดแปลงรูปแบบ สี ขนาดได้ตามความต้องการของ ลูกค้า	21 (40.4)	28 (53.8)	1 (1.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.35 (พอใจ)
กระบวนการคิดเงินถูกต้อง	9 (17.3)	42 (80.8)	1 (1.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.15 (พอใจ)
กระบวนการเก็บเงินมีการยืดหยุ่น ได้	11 (21.2)	39 (75.0)	1 (1.9)	0 (0.0)	1 (1.9)	4.12 (พอใจ)
กระบวนการตรวจสอบคุณภาพ ไว้วางใจได้	10 (19.2)	37 (71.2)	4 (7.7)	0 (0.0)	1 (1.9)	4.06 (พอใจ)
กระบวนการขายทั้งหมดมีความ เข้าใจและตอบสนองความ ต้องการของลูกค้าได้ดี	5 (9.6)	44 (84.6)	1 (1.9)	0 (0.0)	2 (3.8)	3.96 (พอใจ)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>						<b>4.15 (พอใจ)</b>

จากตารางที่ 28 พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับพอใจ (ค่าเฉลี่ย 4.15) ปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพอใจเรียงลำดับคือ สามารถดัดแปลงรูปแบบ สี ขนาดได้ตามความต้องการของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.35) รองลงมา การจัดส่งได้ตามกำหนด (ค่าเฉลี่ย 4.31) ขั้นตอนการส่งไม่ยุ่งยากซับซ้อน (ค่าเฉลี่ย 4.29) กระบวนการคิดเงินถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.15) ลูกค้าได้รับผลิตภัณฑ์อย่างรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.13) กระบวนการเก็บเงินมีการยืดหยุ่นได้ (ค่าเฉลี่ย 4.12) เวลาที่ต้องรอในการได้รับสินค้าหลังการสั่งซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.10) กระบวนการตรวจสอบคุณภาพไว้ใจได้ (ค่าเฉลี่ย 4.06) มีการทำตัวอย่างให้ดูก่อนลงมือผลิต (ค่าเฉลี่ย 4.04) และกระบวนการขายทั้งหมดมีความเข้าใจและตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดี (ค่าเฉลี่ย 3.96)

ตารางที่ 29 แสดงค่าเฉลี่ยสรุประดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการห้างหุ้นส่วนจำกัดบัวลี้ทองผ้าฝ้าย

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ
ด้านผลิตภัณฑ์	4.16	พอใจ
ด้านราคา	4.11	พอใจ
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.07	พอใจ
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.47	เฉยๆ
ด้านบุคลากร	4.05	พอใจ
ด้านลักษณะทางกายภาพ	3.92	พอใจ
ด้านกระบวนการให้บริการ	4.15	พอใจ

จากตารางที่ 29 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของห้างหุ้นส่วนจำกัดบัวลี้ทองผ้าฝ้ายในระดับพอใจเรียงลำดับคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และมีความพึงพอใจในระดับเฉยๆ คือด้านการส่งเสริมการตลาด

ตารางที่ 30 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความพึงพอใจต่อห้างหุ้นส่วนจำกัดบัวลย์ทองผ้าฝ้ายในภาพรวม

ความพึงพอใจต่อห้างหุ้นส่วนจำกัดบัวลย์ทองผ้าฝ้าย ในภาพรวม	จำนวน	ร้อยละ
พอใจมาก	17	32.7
พอใจ	35	67.3
เฉยๆ	-	-
ไม่พอใจ	-	-
ไม่พอใจมาก	-	-
รวม	52	100.0

จากตารางที่ 30 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อห้างหุ้นส่วนจำกัดบัวลย์ทองผ้าฝ้ายในภาพรวมคือ พพอใจ ร้อยละ 67.3 และ พพอใจมาก ร้อยละ 32.7

ตารางที่ 31 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการใช้บริการห้างหุ้นส่วนจำกัดบัวลย์ทองผ้าฝ้ายไทยในอนาคต

การใช้บริการห้างหุ้นส่วนจำกัดบัวลย์ทองผ้าฝ้ายไทย ในอนาคต	จำนวน	ร้อยละ
กลับมาใช้บริการอีกแน่นอน	49	94.2
อาจจะกลับมาใช้บริการอีก	3	5.8
รวม	52	100.0

จากตารางที่ 31 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่การใช้บริการห้างหุ้นส่วนจำกัดบัวลย์ทองผ้าฝ้ายไทยในอนาคต คือ กลับมาใช้บริการอีกแน่นอน ร้อยละ 94.2 และอาจจะกลับมาใช้บริการอีก ร้อยละ 5.8

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจต่อสวนประสมทางการตลาด ของห้างหุ้นส่วนจำกัด  
บัวลายทองผ้าฝ้ายไทย อำเภอป่าซาง จังหวัดลำพูน จำแนกตามประเภทธุรกิจ

ตารางที่ 32 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้าน  
ผลิตภัณฑ์ จำแนกตามประเภทธุรกิจ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ประเภทธุรกิจ		
	ผู้ผลิต	ผู้ค้าส่ง	ผู้ค้าปลีก
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีรูปแบบของผลิตภัณฑ์ให้เลือกหลากหลาย	4.05 (พอใจ)	4.03 (พอใจ)	4.18 (พอใจ)
มีการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ อยู่ ตลอดเวลา	3.89 (พอใจ)	3.84 (พอใจ)	3.93 (พอใจ)
มีการพัฒนารูปแบบและพัฒนารูปแบบ ลักษณะ สไตล์ของผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับรสนิยมของลูกค้า	3.95 (พอใจ)	3.87 (พอใจ)	3.95 (พอใจ)
ใช้วัตถุดิบที่มีเอกลักษณ์ของท้องถิ่น เพื่อสร้าง เอกลักษณ์ในตัวผลิตภัณฑ์	4.42 (พอใจ)	4.32 (พอใจ)	4.30 (พอใจ)
ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่เน้นสีสันทันที่ดึงดูดความสนใจ ของ ลูกค้า	4.37 (พอใจ)	4.13 (พอใจ)	4.23 (พอใจ)
ผลิตภัณฑ์แต่ละชิ้นจะมีลักษณะของสีที่ไม่ซ้ำ	4.11 (พอใจ)	3.94 (พอใจ)	3.98 (พอใจ)
ความเป็นงานฝีมือ มีความประณีตในการผลิต	4.26 (พอใจ)	4.16 (พอใจ)	4.13 (พอใจ)
การตัดเย็บที่มีคุณภาพ	4.05 (พอใจ)	4.06 (พอใจ)	4.00 (พอใจ)
ผลิตสินค้าตรงตามคำสั่งซื้อและรูปแบบที่ลูกค้าระบุ	4.37 (พอใจ)	4.39 (พอใจ)	4.33 (พอใจ)
ผู้ผลิตมีโรงทอผ้าที่มีมาตรฐานเป็นของตนเอง	4.53 (พอใจมาก)	4.52 (พอใจมาก)	4.43 (พอใจ)

ตารางที่ 32 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามประเภทธุรกิจ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ประเภทธุรกิจ		
	ผู้ผลิต	ผู้ค้าส่ง	ผู้ค้าปลีก
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ผลิตสินค้าเสร็จตามกำหนดเวลาตามใบสั่งซื้อ	4.42 (พอใจ)	4.32 (พอใจ)	4.38 (พอใจ)
การส่งมอบสินค้าในเวลาอันรวดเร็วและตรงต่อเวลา	4.42 (พอใจ)	4.42 (พอใจ)	4.40 (พอใจ)
มีการตรวจสอบคุณภาพสินค้าก่อนส่ง	4.05 (พอใจ)	4.06 (พอใจ)	4.03 (พอใจ)
มีบรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่งที่ปลอดภัย	4.37 (พอใจ)	4.23 (พอใจ)	4.18 (พอใจ)
ให้คำปรึกษา คำแนะนำสินค้าและวิธีการดูแลรักษา	4.16 (พอใจ)	3.90 (พอใจ)	3.78 (พอใจ)
มีระบบการรับคืนหรือเปลี่ยนสินค้าเมื่อมีปัญหา	4.42 (พอใจ)	4.32 (พอใจ)	4.38 (พอใจ)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>4.24</b> (พอใจ)	<b>4.16</b> (พอใจ)	<b>4.16</b> (พอใจ)

จากตารางที่ 32 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกประเภทกิจการมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับพอใจ

ปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทกิจการเป็นผู้ผลิต มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับพอใจมากที่สุด ผู้ผลิตมีโรงทอผ้าที่มีมาตรฐานเป็นของตนเอง (ค่าเฉลี่ย 4.53) รองลงมา มีความพึงพอใจในระดับพอใจ คือ ใช้วัตถุดิบที่มีเอกลักษณ์ของท้องถิ่น เพื่อสร้างเอกลักษณ์ในตัวผลิตภัณฑ์ ผลิตสินค้าเสร็จตามกำหนดเวลาตามใบสั่งซื้อ การส่งมอบสินค้าในเวลาอันรวดเร็วและตรงต่อเวลา และมีระบบการรับคืนหรือเปลี่ยนสินค้าเมื่อมีปัญหา เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.42) และ

ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่เน้นสีสันทันทีดึงดูดความสนใจ ของลูกค้า ผลิตภัณฑ์ตรงตามคำสั่งซื้อและรูปแบบที่ลูกค้าระบุ และมีบรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่งที่ปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.37)

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทกิจการเป็นผู้ค้าส่ง มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับพอใจมากคือ ผู้ผลิตมีโรงทอผ้าที่มีมาตรฐานเป็นของตนเอง (ค่าเฉลี่ย 4.52) รองลงมามีความพึงพอใจในระดับพอใจ คือ การส่งมอบสินค้าในเวลาอันรวดเร็วและตรงต่อเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.42) และผลิตภัณฑ์ตรงตามคำสั่งซื้อและรูปแบบที่ลูกค้าระบุ (ค่าเฉลี่ย 4.39)

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทกิจการเป็นผู้ค้าปลีก มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับพอใจคือ ผู้ผลิตมีโรงทอผ้าที่มีมาตรฐานเป็นของตนเอง (ค่าเฉลี่ย 4.43) รองลงมาคือ การส่งมอบสินค้าในเวลาอันรวดเร็วและตรงต่อเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.40) และมีระบบการรับคืนหรือเปลี่ยนสินค้าเมื่อมีปัญหา (ค่าเฉลี่ย 4.38)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved



ตารางที่ 33 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา  
จำแนกตามประเภทธุรกิจ

ปัจจัยด้านราคา	ประเภทธุรกิจ		
	ผู้ผลิต	ผู้ค้าส่ง	ผู้ค้าปลีก
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีการกำหนดราคาที่แน่นอน	4.11 (พอใจ)	4.19 (พอใจ)	4.25 (พอใจ)
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า	4.32 (พอใจ)	4.23 (พอใจ)	4.28 (พอใจ)
การมีส่วนลดในกรณีซื้อด้วยเงินสด	3.84 (พอใจ)	3.74 (พอใจ)	3.78 (พอใจ)
การให้เครดิตในการชำระเงิน	4.21 (พอใจ)	4.23 (พอใจ)	4.25 (พอใจ)
ราคาสินค้าคงที่ตลอดเวลาแต่ถ้ามีการเปลี่ยนแปลงมีการ แจ้งล่วงหน้า	4.05 (พอใจ)	4.06 (พอใจ)	4.08 (พอใจ)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>4.11</b> (พอใจ)	<b>4.09</b> (พอใจ)	<b>4.13</b> (พอใจ)

จากตารางที่ 33 พบว่าปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามทุกประเภทกิจการมีความ  
พึงพอใจโดยรวมในระดับพอใจ

ปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทกิจการเป็นผู้ผลิต มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ย  
ในระดับพอใจคือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.32) รองลงมาคือ การให้เครดิต  
ในการชำระเงิน (ค่าเฉลี่ย 4.21) และ มีการกำหนดราคาที่แน่นอน (ค่าเฉลี่ย 4.11)

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทกิจการเป็นผู้ค้าส่ง มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับ  
พอใจคือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า และการให้เครดิตในการชำระเงิน (ค่าเฉลี่ย 4.23)  
รองลงมาคือ มีการกำหนดราคาที่แน่นอน (ค่าเฉลี่ย 4.19) และ ราคาสินค้าคงที่ตลอดเวลาแต่ถ้ามี  
การเปลี่ยนแปลงมีการแจ้งล่วงหน้า (ค่าเฉลี่ย 4.06)

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทกิจการเป็นผู้ค้าปลีก มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับ  
 พอใจคือราคาเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.28) รองลงมาคือ มีการกำหนดราคา  
 แน่นนอน และ การให้เครดิตในการชำระเงิน (ค่าเฉลี่ย 4.25) และราคาสินค้าคงที่ตลอดเวลาแต่ถ้ามี  
 การเปลี่ยนแปลงมีการแจ้งล่วงหน้า (ค่าเฉลี่ย 4.08)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright© by Chiang Mai University  
 All rights reserved

ตารางที่ 34 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายจำแนกตามประเภทธุรกิจ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ประเภทธุรกิจ		
	ผู้ผลิต	ผู้ค้าส่ง	ผู้ค้าปลีก
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
สถานที่ตั้งโรงทอผ้าสะดวกในการไปเลือกซื้อ กว้างขวาง สะอาด เรียบร้อยและมีที่จอดรถ	4.26 (พอใจ)	4.06 (พอใจ)	4.28 (พอใจ)
มีการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้ เช่น การออกใบส่ง สินค้าและใบเสร็จรับเงินด้วยระบบคอมพิวเตอร์เพื่อลด ความผิดพลาดด้านราคาและจำนวนสินค้า	3.95 (พอใจ)	3.81 (พอใจ)	3.90 (พอใจ)
กระบวนการสั่งซื้อทำได้ง่ายและรวดเร็ว	4.16 (พอใจ)	4.16 (พอใจ)	4.23 (พอใจ)
สามารถติดต่อสะดวกทางโทรศัพท์/fax/e-mail	4.16 (พอใจ)	4.19 (พอใจ)	4.25 (พอใจ)
สามารถเข้าชมสินค้าใหม่ๆ ทาง website ได้	3.74 (พอใจ)	3.65 (พอใจ)	3.55 (พอใจ)
การจัดส่งในสถานที่ที่ต้องการ	4.26 (พอใจ)	4.26 (พอใจ)	4.20 (พอใจ)
การขนส่งสินค้าตรงเวลาและความรวดเร็ว	4.21 (พอใจ)	4.23 (พอใจ)	4.23 (พอใจ)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>4.11</b> (พอใจ)	<b>4.05</b> (พอใจ)	<b>4.09</b> (พอใจ)

จากตารางที่ 34 พบว่าปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามทุกประเภทกิจการมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับพอใจ

ปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทกิจการเป็นผู้ผลิต มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับพอใจคือสถานที่ตั้งโรงทอผ้าสะดวกในการไปเลือกซื้อ (กว้างขวาง สะอาด เรียบร้อยและมีที่จอดรถ และการจัดส่งในสถานที่ที่ต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.26) รองลงมาคือ การขนส่งสินค้าตรง

เวลาและความรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.21) และกระบวนการสั่งซื้อทำได้ง่ายและรวดเร็ว และสามารถติดต่อสะดวกทางโทรศัพท์/fax/e-mail (ค่าเฉลี่ย 4.16)

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทกิจการเป็นผู้ค้าส่ง มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับพอใจคือการจัดส่งในสถานที่ที่ต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.26) รองลงมาคือ การขนส่งสินค้าตรงเวลาและความรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.23) และสามารถติดต่อสะดวกทางโทรศัพท์/fax/e-mail (ค่าเฉลี่ย 4.19)

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทกิจการเป็นผู้ค้าปลีก มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับพอใจคือ สถานที่ตั้งโรงทอผ้าสะดวกในการไปเลือกซื้อ (กว้างขวาง สะอาด เรียบร้อยและมีที่จอดรถ (ค่าเฉลี่ย 4.28) รองลงมาคือ สามารถติดต่อสะดวกทางโทรศัพท์/fax/e-mail (ค่าเฉลี่ย 4.25) และกระบวนการสั่งซื้อทำได้ง่ายและรวดเร็ว และการขนส่งสินค้าตรงเวลาและความรวดเร็ว เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.23)

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a detailed illustration of an elephant standing and facing left. The elephant is surrounded by a decorative border. Below the elephant, the text "CHIANG MAI UNIVERSITY 1964" is written in a semi-circle. On either side of the elephant, there are stylized floral or sun-like symbols.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 35 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามประเภทธุรกิจ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ประเภทธุรกิจ		
	ผู้ผลิต	ผู้ค้าส่ง	ผู้ค้าปลีก
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีการจัดทำโบรชัวร์แนะนำสินค้า	3.58 (พอใจ)	3.29 (เฉยๆ)	3.28 (เฉยๆ)
มีการลงโฆษณาสินค้า/ร้านค้าผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต	3.37 (เฉยๆ)	3.26 (เฉยๆ)	3.10 (เฉยๆ)
มีการเข้าร่วมงาน Trade Fair ต่างๆ	3.63 (พอใจ)	3.61 (พอใจ)	3.55 (พอใจ)
ได้รับส่วนลดเมื่อซื้อในปริมาณมากหรือซื้อเงินสด	3.89 (พอใจ)	3.68 (พอใจ)	3.55 (พอใจ)
การแนะนำสินค้าจากพนักงานขาย	3.74 (พอใจ)	3.87 (พอใจ)	3.83 (พอใจ)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.64</b> (พอใจ)	<b>3.54</b> (พอใจ)	<b>3.46</b> (เฉยๆ)

จากตารางที่ 35 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามทุกประเภทกิจการมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับพอใจ ปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทกิจการเป็นผู้ผลิต มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับพอใจคือได้รับส่วนลดเมื่อซื้อในปริมาณมากหรือซื้อเงินสด (ค่าเฉลี่ย 3.89) รองลงมาคือ การแนะนำสินค้าจากพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.74) และ มีการเข้าร่วมงาน Trade Fair ต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.63)

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทกิจการเป็นผู้ค้าส่ง มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับพอใจคือการแนะนำสินค้าจากพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.87) รองลงมาคือได้รับส่วนลดเมื่อซื้อในปริมาณมากหรือซื้อเงินสด (ค่าเฉลี่ย 3.68) และ มีการเข้าร่วมงาน Trade Fair ต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.61)

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทกิจการเป็นผู้ค้าปลีก มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับ  
 พอใจคือการแนะนำสินค้าจากพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.83) รองลงมาคือได้รับส่วนลดเมื่อซื้อใน  
 ปริมาณมากหรือซื้อเงินสด และ มีการเข้าร่วมงาน Trade Fair ต่างๆ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.55) และ มี  
 ความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับเฉยๆคือมีการจัดทำโบรชัวร์แนะนำสินค้า(ค่าเฉลี่ย 3.28)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright© by Chiang Mai University  
 All rights reserved

ตารางที่ 36 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามประเภทธุรกิจ

ปัจจัยด้านบุคลากร	ประเภทธุรกิจ		
	ผู้ผลิต	ผู้ค้าส่ง	ผู้ค้าปลีก
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มารยาทและมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน	4.21 (พอใจ)	4.19 (พอใจ)	4.23 (พอใจ)
พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	4.16 (พอใจ)	4.10 (พอใจ)	4.18 (พอใจ)
การตอบสนองและความเต็มใจของพนักงานในการให้บริการ	4.11 (พอใจ)	4.13 (พอใจ)	4.23 (พอใจ)
พนักงานสามารถตอบข้อซักถามและให้ข้อมูล ในสิ่งที่ต้องการทราบ	4.11 (พอใจ)	4.03 (พอใจ)	3.98 (พอใจ)
พนักงานขายคอยดูแลเอาใจใส่ลูกค้าอย่างต่อเนื่อง	4.11 (พอใจ)	4.13 (พอใจ)	4.03 (พอใจ)
ความสามารถในการแก้ปัญหาของพนักงาน	3.89 (พอใจ)	3.87 (พอใจ)	3.83 (พอใจ)
พนักงานมีความเสมอภาคในการให้บริการ	3.95 (พอใจ)	4.00 (พอใจ)	3.90 (พอใจ)
พนักงานมีบุคลิกภาพดีและแต่งกายเหมาะสม	4.00 (พอใจ)	3.97 (พอใจ)	3.93 (พอใจ)
จำนวนพนักงานเพียงพอที่จะให้บริการ	4.05 (พอใจ)	3.94 (พอใจ)	3.85 (พอใจ)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>4.06 (พอใจ)</b>	<b>4.04 (พอใจ)</b>	<b>4.01 (พอใจ)</b>

จากตารางที่ 36 พบว่าปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามทุกประเภทกิจการมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับพอใจ

ปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทกิจการเป็นผู้ผลิต มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับพอใจคือมารยาทและมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.21) รองลงมาคือ พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.16) และการตอบสนองและความเต็มใจของพนักงานในการให้บริการ พนักงานสามารถตอบข้อซักถามและให้ข้อมูล ในสิ่งที่ต้องการทราบ และพนักงานขายคอยดูแลเอาใจใส่ลูกค้าอย่างต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ย 4.11)

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทกิจการเป็นผู้ค้าส่ง มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับพอใจคือมารยาทและมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.19) รองลงมาคือ การตอบสนองและความเต็มใจของพนักงานในการให้บริการ และพนักงานขายคอยดูแลเอาใจใส่ลูกค้าอย่างต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ย 4.13) และพนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.10)

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทกิจการเป็นผู้ค้าปลีก มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับพอใจคือมารยาทและมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน และการตอบสนองและความเต็มใจของพนักงานในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.23) รองลงมาคือ พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.18) และพนักงานขายคอยดูแลเอาใจใส่ลูกค้าอย่างต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ย 4.03)



ตารางที่ 37 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามประเภทธุรกิจ

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	ประเภทธุรกิจ		
	ผู้ผลิต	ผู้ค้าส่ง	ผู้ค้าปลีก
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ป้ายหน้าร้านมองเห็นได้ชัดเจน	3.95 (พอใจ)	3.87 (พอใจ)	3.90 (พอใจ)
การจัดเก็บผลิตภัณฑ์ไว้เป็นหมวดหมู่	3.89 (พอใจ)	3.71 (พอใจ)	3.83 (พอใจ)
สถานประกอบการมีพื้นที่กว้าง ไม่แออัด	4.16 (พอใจ)	4.00 (พอใจ)	4.03 (พอใจ)
ความสะอาดของสถานประกอบการ	4.11 (พอใจ)	4.10 (พอใจ)	4.03 (พอใจ)
อากาศถ่ายเทและแสงสว่างเพียงพอ	4.11 (พอใจ)	3.97 (พอใจ)	3.95 (พอใจ)
การจัดวางอุปกรณ์ เครื่องจักร เป็นหมวดหมู่และปลอดภัย	4.05 (พอใจ)	3.81 (พอใจ)	3.83 (พอใจ)
การจัดการน้ำเสียจากการข้อม	4.11 (พอใจ)	4.06 (พอใจ)	3.98 (พอใจ)
มีอุปกรณ์เพื่อป้องกันสารเคมีและฝุ่นละอองแก่พนักงานผลิต	3.89 (พอใจ)	3.77 (พอใจ)	3.85 (พอใจ)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>4.03</b> (พอใจ)	<b>3.91</b> (พอใจ)	<b>3.92</b> (พอใจ)

จากตารางที่ 37 พบว่าปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกประเภท  
กิจกรรมมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับพอใจ

ปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทกิจการเป็นผู้ผลิต มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ย  
ในระดับพอใจคือสถานประกอบการมีพื้นที่กว้าง ไม่แออัด (ค่าเฉลี่ย 4.16) รองลงมาคือ ความ  
สะอาดของสถานประกอบการ อากาศถ่ายเทและแสงสว่างเพียงพอ และการจัดการน้ำเสียจากการ  
ข้อม เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.11) และ การจัดวางอุปกรณ์ เครื่องจักร เป็นหมวดหมู่และปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย  
4.05)

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทกิจการเป็นผู้ค้าส่ง มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับ  
พอใจคือความสะอาดของสถานประกอบการ (ค่าเฉลี่ย 4.10) รองลงมาคือ การจัดการน้ำเสียจาก  
การข้อม (ค่าเฉลี่ย 4.06) และ สถานประกอบการมีพื้นที่กว้าง ไม่แออัด (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทกิจการเป็นผู้ค้าปลีก มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับ  
พอใจคือสถานประกอบการมีพื้นที่กว้าง ไม่แออัด และความสะอาดของสถานประกอบการ(ค่าเฉลี่ย  
4.03) รองลงมาคือ การจัดการน้ำเสียจากการข้อม (ค่าเฉลี่ย 3.98) และอากาศถ่ายเทและแสงสว่าง  
เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.95)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 38 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามประเภทธุรกิจ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	ประเภทธุรกิจ		
	ผู้ผลิต	ผู้ค้าส่ง	ผู้ค้าปลีก
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ขั้นตอนการสั่งไม่ยุ่งยากซับซ้อน	4.42 (พอใจ)	4.19 (พอใจ)	4.35 (พอใจ)
มีการทำตัวอย่างให้ดูก่อนลงมือผลิต	4.32 (พอใจ)	4.03 (พอใจ)	4.08 (พอใจ)
ลูกค้าได้รับผลิตภัณฑ์อย่างรวดเร็ว	4.21 (พอใจ)	3.97 (พอใจ)	4.13 (พอใจ)
เวลาที่ต้องรอในการได้รับสินค้าหลังการสั่งซื้อ	4.11 (พอใจ)	3.97 (พอใจ)	4.08 (พอใจ)
การจัดส่งได้ตามกำหนด	4.47 (พอใจ)	4.26 (พอใจ)	4.35 (พอใจ)
สามารถดัดแปลงรูปแบบ สี ขนาดได้ตามความต้องการของลูกค้า	4.58 (พอใจมาก)	4.32 (พอใจ)	4.45 (พอใจ)
กระบวนการคิดเงินถูกต้อง	4.16 (พอใจ)	4.10 (พอใจ)	4.18 (พอใจ)
กระบวนการเก็บเงินมีการยืดหยุ่นได้	4.16 (พอใจ)	4.00 (พอใจ)	4.10 (พอใจ)
กระบวนการตรวจสอบคุณภาพไว้ใจได้	4.16 (พอใจ)	4.00 (พอใจ)	4.03 (พอใจ)
กระบวนการขายทั้งหมดมีความเข้าใจและตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดี	4.05 (พอใจ)	3.84 (พอใจ)	4.08 (พอใจ)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>4.26</b> (พอใจ)	<b>4.07</b> (พอใจ)	<b>4.18</b> (พอใจ)

จากตารางที่ 38 พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกประเภทกิจการมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับพอใจ

ปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทกิจการเป็นผู้ผลิต มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับพอใจมากคือสามารถดัดแปลงรูปแบบ สี ขนาด ได้ตามความต้องการของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.58) รองลงมามีความพึงพอใจในระดับพอใจ คือ การจัดส่งได้ตามกำหนด (ค่าเฉลี่ย 4.47) และ ขั้นตอนการสั่งไม่ยุ่งยากซับซ้อน (ค่าเฉลี่ย 4.42)

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทกิจการเป็นผู้ค้าส่ง มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับพอใจคือ สามารถดัดแปลงรูปแบบ สี ขนาด ได้ตามความต้องการของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.32) รองลงมาคือ การจัดส่งได้ตามกำหนด (ค่าเฉลี่ย 4.26) และ ขั้นตอนการสั่งไม่ยุ่งยากซับซ้อน (ค่าเฉลี่ย 4.19)

ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทกิจการเป็นผู้ค้าปลีก มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับพอใจคือ สามารถดัดแปลงรูปแบบ สี ขนาด ได้ตามความต้องการของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.45) รองลงมาคือ ขั้นตอนการสั่งไม่ยุ่งยากซับซ้อน และการจัดส่งได้ตามกำหนด เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.35) กระบวนการคิดเงินถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.18)

ส่วนที่ 5 ปัญหาที่พบและข้อเสนอแนะในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือจากห้างหุ้นส่วนจำกัด บัวลย์ทองผ้าฝ้ายไทย อำเภอป่าซาง จังหวัดลำพูน

1. ปัญหาที่พบในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือจากห้างหุ้นส่วนจำกัด บัวลย์ทองผ้าฝ้ายไทย อำเภอป่าซาง จังหวัดลำพูน

ตารางที่ 39 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการพบปัญหาในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือจากห้างหุ้นส่วนจำกัด บัวลย์ทองผ้าฝ้ายไทย

การพบปัญหาในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ จากห้างหุ้นส่วนจำกัด บัวลย์ทองผ้าฝ้ายไทย	จำนวน	ร้อยละ
พบ	39	78.0
ไม่พบ	13	22.0
รวม	52	100.0

จากตารางที่ 39 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ปัญหาในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือจากห้างหุ้นส่วนจำกัด บัวลย์ทองผ้าฝ้ายไทย ร้อยละ 78.0 ไม่พบปัญหา ร้อยละ 22.0

ตารางที่ 40-45 เป็นรายละเอียดของผู้ตอบแบบสอบถามที่ระบุว่าพบปัญหา โดยจำแนกตามด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ ซึ่งตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ตารางที่ 40 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านผลิตภัณฑ์

ด้านผลิตภัณฑ์	จำนวน	ร้อยละ
ขาดความหลากหลายของประเภทสินค้า	8	20.5
ขาดการพัฒนาหรือปรับปรุงรูปแบบสินค้าให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า	19	48.7
ผลิตภัณฑ์มีลักษณะคล้ายกันหรือมีลวดลายไม่แตกต่างกันมากนัก	21	53.8
ขาดการควบคุมคุณภาพผลิตภัณฑ์ให้มีมาตรฐาน เช่น ฝีมือการตัดเย็บ	5	12.8
วัตถุดิบที่ใช้ในการตัดเย็บไม่มีคุณภาพ (สีไม่สม่ำเสมอหรือสีตก)	5	12.8
ไม่สามารถผลิตสินค้าเหมือนกันจำนวนมากๆ ได้	2	5.1
ไม่มีผลิตภัณฑ์ที่ต้องการอยู่ในสต็อก	2	5.1
ไม่มีการส่ง / ทำตัวอย่างสินค้าให้ลูกค้าดู	1	2.6
สินค้าที่ผลิตมักไม่ได้เกณฑ์ตามใบสั่งซื้อ	1	2.6
ขาดการตรวจสอบคุณภาพสินค้าก่อนส่ง	3	7.7
ไม่มีตราสินค้าที่เป็นที่รู้จัก ขอมรับ ปลอดกัย	10	25.6
ขาดบรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่งที่ปลอดภัย	1	2.6
ไม่มีการให้คำอธิบายถึงวิธีใช้และการดูแลรักษา	7	17.9

จากตารางที่ 40 พบว่าปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุด ลำดับแรกคือ ผลิตภัณฑ์มีลักษณะคล้ายกันหรือมีลวดลายไม่แตกต่างกันมากนัก ร้อยละ 53.8 รองลงมาคือ ขาดการพัฒนาหรือปรับปรุงรูปแบบสินค้าให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า ร้อยละ 48.7 และไม่มีตราสินค้าที่เป็นที่รู้จัก ขอมรับ ปลอดกัย ร้อยละ 25.6

ตารางที่ 41 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านราคา

ด้านราคา	จำนวน	ร้อยละ
สินค้ามีราคาแพง	1	2.6
การตั้งราคาไม่เป็นมาตรฐานเดียวกัน	7	17.9

จากตารางที่ 41 พบว่าปัญหาด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุดลำดับแรก คือการตั้งราคาไม่เป็นมาตรฐานเดียวกัน ร้อยละ 17.9 และสินค้ามีราคาแพง ร้อยละ 2.6

ตารางที่ 42 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	จำนวน	ร้อยละ
จำนวนร้านค้าและสถานที่จำหน่ายมีน้อย ไม่สะดวก หาซื้อลำบาก	6	15.4
ปัญหาเรื่องการขนส่งและจัดส่งสินค้าไม่ตรงตาม กำหนด	0	-
การจัดวางและสินค้าในโรงทอผ้าไม่น่าสนใจ	12	30.8
ภายในโรงทอผ้าค้าจัดไว้เป็นสัดส่วนสำหรับบริการ ลูกค้าอย่างเหมาะสม	7	17.9

จากตารางที่ 42 พบว่าปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุดลำดับแรกคือ การจัดวางและสินค้าในโรงทอผ้าไม่น่าสนใจ ร้อยละ 30.8 รองลงมาคือ ภายในโรงทอผ้าค้าจัดไว้เป็นสัดส่วนสำหรับบริการลูกค้าอย่างเหมาะสม ร้อยละ 17.9 และ จำนวนร้านค้าและสถานที่จำหน่ายมีน้อย ไม่สะดวก หาซื้อลำบาก ร้อยละ 15.4

ตารางที่ 43 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านการส่งเสริมการตลาด	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีการจัดทำโบรชัวร์แนะนำสินค้า ผ่านสื่อต่างๆ	16	41.0
การบริการของพนักงานขายไม่ประทับใจ เช่น พนักงานไม่เอาใจใส่ดูแลลูกค้าอย่างต่อเนื่อง	1	2.6
ไม่มีระบบการรับคืนสินค้าเมื่อเกิดปัญหาหรือความเสียหาย	1	2.6
ไม่มีระบบการติดตามหรือสอบถามลูกค้าหลังการขาย	2	5.1
ไม่มีการส่งข่าวสารข้อมูลใหม่เกี่ยวกับร้านค้าและผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้า	12	30.8

จากตารางที่ 43 พบว่าปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุดลำดับแรกคือไม่มีการจัดทำโบรชัวร์แนะนำสินค้า ผ่านสื่อต่างๆ ร้อยละ 41.0 รองลงมาคือ ไม่มีการส่งข่าวสารข้อมูลใหม่เกี่ยวกับร้านค้าและผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้า ร้อยละ 30.8 และ ไม่มีระบบการติดตามหรือสอบถามลูกค้าหลังการขาย ร้อยละ 5.1



ตารางที่ 44 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านบุคลากร

ด้านบุคลากร	จำนวน	ร้อยละ
พนักงานไม่มีมารยาทและไม่มีมนุษยสัมพันธ์	-	-
พนักงานไม่มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	1	2.6
พนักงานไม่มีการตอบสนองและไม่เต็มใจในการให้บริการ	-	-
พนักงานขายไม่ค่อยดูแลเอาใจใส่ลูกค้าอย่างต่อเนื่อง	1	2.6
พนักงานไม่มีความสามารถในการแก้ปัญหา	1	2.6
พนักงานไม่มีความเสมอภาคในการให้บริการ	-	-
พนักงานไม่มีบุคลิกภาพดีและแต่งกายไม่เหมาะสม	-	-
จำนวนพนักงานไม่เพียงพอที่จะให้บริการ	5	12.8

จากตารางที่ 44 พบว่าปัญหาด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุดลำดับแรกคือจำนวนพนักงานไม่เพียงพอที่จะให้บริการ ร้อยละ 12.8 รองลงมาคือ พนักงานไม่มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ พนักงานขายไม่ค่อยดูแลเอาใจใส่ลูกค้าอย่างต่อเนื่อง และพนักงานไม่มีความสามารถในการแก้ปัญหา ร้อยละ 2.6 เท่ากัน

ตารางที่ 45 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาลักษณะทางกายภาพ

ด้านลักษณะทางกายภาพ	จำนวน	ร้อยละ
ป้ายหน้าร้านมองเห็นไม่ชัดเจน	7	17.9
การจัดเก็บผลิตภัณฑ์ไม่เป็นหมวดหมู่และไม่เหมาะสม	10	25.6
สถานประกอบการมีพื้นที่น้อยและแออัด	7	17.9
สถานประกอบการไม่สะอาด	2	5.1
อากาศไม่ถ่ายเทและแสงสว่างไม่เพียงพอ	5	12.8
การจัดวางอุปกรณ์ เครื่องจักร ไม่เป็นหมวดหมู่และไม่ปลอดภัย	-	-
ไม่มีการจัดการน้ำเสียจากการข้อม	-	-
ไม่มีอุปกรณ์เพื่อป้องกันสารเคมีและฝุ่นละอองแก่พนักงานผลิต	2	5.1

จากตารางที่ 45 พบว่าปัญหาด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุดลำดับแรกคือการจัดเก็บผลิตภัณฑ์ไม่เป็นหมวดหมู่และไม่เหมาะสม ร้อยละ 25.6 รองลงมาคือป้ายหน้าร้านมองเห็นไม่ชัดเจน และสถานประกอบการมีพื้นที่น้อยและแออัด ร้อยละ 17.9 และอากาศไม่ถ่ายเทและแสงสว่างไม่เพียงพอ ร้อยละ 12.8

ตารางที่ 46 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ

ด้านกระบวนการให้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
ขั้นตอนการส่งยุ่งยากซับซ้อน	1	2.6
ไม่มีการทำตัวอย่างให้ดูก่อนลงมือผลิต	4	10.3
ลูกค้าได้รับผลิตภัณฑ์ช้า	1	2.6
เวลาที่ต้องรอในการได้รับสินค้าหลังการสั่งซื้อยาวนาน	1	2.6
การจัดส่งสินค้าไม่เป็นไปตามกำหนดที่วางไว้	2	5.1

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่พบปัญหา จำนวน 39 ราย

จากตารางที่ 46 พบว่าปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุดลำดับแรกคือ ไม่มีการทำตัวอย่างให้ดูก่อนลงมือผลิต ร้อยละ 10.3 รองลงมาคือ การจัดส่งสินค้าไม่เป็นไปตามกำหนดที่วางไว้ ร้อยละ 5.1 และขั้นตอนการส่งยุ่งยากซับซ้อน ลูกค้าได้รับผลิตภัณฑ์ช้า และเวลาที่ต้องรอในการได้รับสินค้าหลังการสั่งซื้อยาวนาน ร้อยละ 2.6

ตารางที่ 47 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรูปแบบที่ควรผลิตเพื่อจำหน่ายในตลาด

รูปแบบที่ควรผลิตเพื่อจำหน่ายในตลาด	จำนวน	ร้อยละ
ผ้าฝ้าย	33	63.5
ของใช้ตกแต่งบ้าน	39	75.0
ของฝาก-ของที่ระลึก	33	63.5
เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย	22	42.3

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถาม 52 ราย

จากตารางที่ 47 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่ารูปแบบที่ควรผลิตเพื่อจำหน่ายในตลาดมากที่สุดคือ ของใช้ตกแต่งบ้าน ร้อยละ 75.0 รองลงมาคือ ผ้าฝ้าย และของฝาก-ของที่ระลึก เท่ากัน ร้อยละ 63.5 และ เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย ร้อยละ 42.3

#### ข้อเสนอแนะอื่นๆ

- รูปแบบควรมีความแตกต่างหลากหลายมากกว่านี้ (1 คน)
- สินค้าที่มีสีสันไม่ซีด ไม่ตกสี (1 คน)
- การที่มีลูกค้ามาเลือกซื้อสินค้ามากทำให้สินค้าอยู่กระจัดกระจายไม่เป็นที่ (1 คน)
- ควรมีป้ายบอกลูกค้าว่า “เมื่อเลือกซื้อสินค้าแล้วขึ้นไหนไม่เอาควรเก็บไว้ที่เดิม” เพื่อความเป็นระเบียบเรียบร้อยและประหยัดคนที่จะมาคอยเก็บตามที่หลัง และลูกค้ารายอื่นๆ จะได้เลือกซื้อของได้ง่ายและรวดเร็ว” (1 คน)
- คุณภาพดี ลวดลายที่เหมือนกันกับร้านอื่น ไม่ชัดเจนด้านเอกลักษณ์ (1 คน)
- การใช้สีแต่ละลวดลายซ้ำๆ กัน (1 Product มี 4-5 สี เหมือนกัน) (1 คน)
- คุณภาพในการทอ และคุณภาพสี มีการเพี้ยน (1 คน)
- ชื่อเงินสด ควรมีส่วนลดได้ถูกกว่าใช้บัตรเครดิต (1 คน)
- ตัวอย่างสินค้า (1 คน)
- การสำรวจความต้องการสินค้าก่อนผลิต (1 คน)
- ตรวจสอบตำหนิสินค้าก่อนจัดส่งให้ลูกค้า (1 คน)
- ตัวอย่างลายผ้าและสีของผ้าควรจัดส่งให้เมื่อมีลายใหม่ออกมา (1 คน)

- การรับคำสั่งซื้อควรตรวจทานเพื่อกันความผิดพลาด (1 คน)
- เน้นสินค้าให้มีคุณภาพมากที่สุดอย่าให้เสีย (1 คน)
- รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ต้องมีหลากหลายมากขึ้น (1 คน)
- ด้านราคาต้องมีระบบที่สมเหตุสมผลต่อสินค้า (1 คน)
- ไม่ออกแบบผลิตภัณฑ์ให้แก่ลูกค้า ต้องให้ลูกค้าหาแบบมาให้ถึงจะทำได้ (1 คน)
- การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ราคาที่ไม่ตายตัว แน่นนอน (1 คน)
- ราคาควรลดเมื่อซื้อของมาก การใช้ Technology มาช่วย
- ป้ายหน้าร้าน การจัดของ (1 คน)
- การประสานงานในโรงงานอาจเกิดการผิดพลาดได้ (1 คน)
- แบบซ้ำๆ กันในทุกๆ ร้านที่ เป็นผู้ผลิต และควรจัดหมวดหมู่ของสินค้าให้ถูกต้อง (1 คน)
- การโฆษณาร้านยังไม่ทั่วถึง (1 คน)
- รูปแบบเดิมไม่เปลี่ยน (1 คน)
- ไม่มีการจัดทำโบรชัวร์ ประชาสัมพันธ์ และสินค้าก็มักเป็นรูปแบบเก่า (1 คน)
- จัดร้านไม่น่าสนใจ (1 คน)
- พัฒนารูปแบบให้ทันสมัยกว่านี้ (1 คน)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright© by Chiang Mai University  
 All rights reserved