

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อผ้าฝ้ายปั่นมือย้อมสี : กรณีศึกษา กลุ่มผ้าฝ้ายปั่นมือย้อมสีธรรมชาติ
ตบแก้วมา บ้านนาเดา อำเภอเสริมงาม จังหวัดลำปาง

Factors Affecting The Selection of Dyed Hand-Spun Cotton : A Case Study of
Naturally Dyed Hand-Spun Cotton Group Toobkaewma NaDao Village,
SermNgam District, Lampang Province

ณัฐพงษ์ ศรีใจวงศ์^{1*} กรวิก พรนิมิต² และ รุ่งทรัพย์ ราชฤทธิ์นิยม³
Nattapong Srijaiwong^{1*}, Korawik Pornnimit² and Rungsap Ratniyom³

*Corresponding author, e-mail: mibcm@hotmail.com

Received: May 3rd, 2022; Revised: March 17th, 2023; Accepted: March 23rd, 2023

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อผ้าฝ้ายปั่นมือย้อมสี: กรณีศึกษา กลุ่มผ้าฝ้ายปั่นมือย้อมสีธรรมชาติ ตบแก้วมา บ้านนาเดา อำเภอเสริมงาม จังหวัดลำปาง มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (5Ps) ซื้อผ้าฝ้ายปั่นมือย้อมสีธรรมชาติ โดยกลุ่มตัวอย่าง คือ บุคคลที่ตัดสินใจเลือกซื้อผ้าฝ้ายปั่นมือย้อมสีธรรมชาติตบแก้วมา บ้านนาเดา อำเภอเสริมงาม จังหวัดลำปาง ทั้งนี้ ผู้วิจัยใช้การนับสถิติของผู้เลือกซื้อผ้าฝ้ายปั่นมือย้อมสีธรรมชาติ ตบแก้วมา บ้านนาเดา อำเภอเสริมงาม จังหวัดลำปาง ตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์-พฤษภาคม 2565 จำนวน 100 คน โดยใช้แบบสอบถาม และสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ คือ ผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของผ้าฝ้ายปั่นมือย้อมสีธรรมชาติ ตบแก้วมา บ้านนาเดา อำเภอเสริมงาม จังหวัดลำปาง การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ และวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ ผลการวิจัยพบว่า ด้านบุคคล มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{x} =4.95) รองลงมาด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ย (\bar{x} =4.91) ด้านราคา มีค่าเฉลี่ย (\bar{x} =4.85) ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย (\bar{x} =4.70) และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย (\bar{x} =4.69) ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อ มีความสัมพันธ์ทิศทางเดียวกัน แสดงให้เห็นว่าปัจจัยทางการตลาดมีผลต่อการเลือกซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และอิทธิพลปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อ พบว่า ปัจจัยทางการตลาดมีผลต่อการเลือกซื้อผ้าฝ้ายปั่นมือย้อมสีธรรมชาติ ตบแก้วมา บ้านนาเดา อำเภอเสริมงาม จังหวัดลำปาง ในทุก ๆ ด้านอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัยจะเห็นได้ว่าด้านช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับน้อยที่สุดกว่าด้านอื่น ดังนั้น จึงเป็นปัจจัยอันดับแรก

¹ อาจารย์ประจำ คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยี วิทยาลัยอินเตอร์เทคลำปาง

Lecturer, Faculty of Business Administration and Technology, Lampang Inter-Tech College.

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยี วิทยาลัยอินเตอร์เทคลำปาง

Assistant Professor, Faculty of Business Administration and Technology, Lampang Inter-Tech College.

³ อาจารย์ประจำ คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยี วิทยาลัยอินเตอร์เทคลำปาง

Lecturer, Faculty of Business Administration and Technology, Lampang Inter-Tech College.

ที่ต้องได้รับการพัฒนา โดยช่องทางการจัดจำหน่ายนั้น ผู้ประกอบการควรมีการจำหน่ายสินค้าทางออนไลน์ให้มากยิ่งขึ้น และมีการอัปเดตสินค้า รูปแบบ ข้อมูลของผลิตภัณฑ์ในช่องทางออนไลน์อยู่ตลอดเวลา

คำสำคัญ: กลยุทธ์ทางการตลาด ผ้าฝ้ายทอมือ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

Abstract

This research; factors affecting the purchase of hand-spun-dyed cotton: a case study of natural-dyed hand-spun cotton group, Tubkaewma, Ban Na Dao, Serm Ngam District, Lampang Province had aims to study the marketing mix (5Ps) of purchasing hand-dyed cotton natural color. The sample group was people who decided to buy natural dyed hand-spun cotton from Tubkaewma Ban Na Dao, Serm Ngam District, Lampang Province. The researcher using a statistical count of people who buy fabrics From February to May 2022 and the sample size were 100 people by using questionnaires and interviewed an entrepreneur who owns natural-dyed hand-spun cotton, Tubkaewma, Ban Na Dao, Serm Ngam District, Lampang Province. Data analysis using statistics, percentage, mean, standard deviation. Multiple Correlation Analysis and analysis of Multiple regression. The results found that on the personal side, the average was at the highest level (\bar{x} =4.95), followed by In terms of products (\bar{x} =4.91), price (\bar{x} =4.85), promotion (\bar{x} =4.70), and place (\bar{x} =4.69). The correlation coefficient of marketing factors affecting purchasing are related in the same direction it shows that marketing factors affected purchasing decisions statistically significant at 0.01 level. And the influence of marketing factors was found that the marketing factors had a significant effected on the purchase of natural dyed hand-spun cotton from Tubkaewma Ban Na Dao, Serm Ngam District, Lampang Province in all aspects at a significant level at 0.05 level. Recommendations from this research indicated that the distribution channel is at the lowest level than other areas so it is the first factor that needs to be developed. However, the distribution channel, entrepreneurs should sell products online more and more and updates all of products, styles, and product information in online channels all the time.

Keywords: Marketing strategy, Hand woven cotton, Marketing mix factor

บทนำ

ผ้า เป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ของการดำรงชีวิตของมนุษย์ นอกจาก อาหาร ที่อยู่อาศัย และยารักษาโรค การทอผ้าของไทย มีมาแต่โบราณ ดังปรากฏในจดหมายเหตุและพงศาวดารครั้งสมัยสุโขทัย อโยธยา และกรุงรัตนโกสินทร์ ซึ่งมีการทอผ้าตามกลุ่มชนต่าง ๆ ของไทย เช่น ข่า กระเส้ กระเลิง ส่วย ฯลฯ ผ้าทอในประเทศไทย แสดงถึงศิลปะภูมิปัญญาของชุมชน สามารถแบ่งประเภทของผ้าทอได้เป็นสองประเภท ตามวัตถุประสงค์ในการทอ และกรรมวิธีในการทอ คือ ผ้าทอที่แบ่งตามวัตถุประสงค์ที่ใช้ ได้แก่ ฝ้ายและไหม ฝ้าย เป็นพืชเศรษฐกิจที่ปลูกทั่วไปในทุกภาคของประเทศ

ไทย มีลักษณะเป็นพืชเขตร้อน ชอบดินปนทราย และอากาศโปร่ง ไม่ชอบที่ร่ม เส้นใยของฝ้ายจะดูดความชื้นได้ง่าย และเมื่อดูดความชื้นแล้วจะระเหยเป็นไอ ดังนั้น เมื่อสวมใส่เสื้อผ้าที่ทำด้วยผ้าฝ้ายจะมีความรู้สึกเย็นสบาย สำหรับเส้นใยไหมได้จากตัวไหม ซึ่งส่วนใหญ่นิยมเลี้ยงไหมกันในภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคกลาง ตัวไหมมีลักษณะคล้ายหนอน เมื่อแก่ตัวจะชักใยหุ้มตัวของมันเอง เรียกว่า รังไหม รังไหมนี้จะนำมาสาวเป็น เส้นไหม แล้วจึงนำไปฟอกด้วยการต้มด้วยด่างและนำมาทอเพื่อให้ได้ เส้นใยไหม หลังจากนั้นจึงนำมาย้อมสีและนำไปทอเป็นผืนผ้าตามที่ต้องการ เส้นไหมมีคุณสมบัติ ลื่น มัน และยืดหยุ่นได้ ผ้าทอที่แบ่งตามกรรมวิธีในการทอ ซึ่งมีชื่อเรียกต่างกันไปออกไปตามลวดลายที่เกิดจากการทอบนผืนผ้า เช่น ผ้ามัดหมี่ ผ้าจก ผ้าขิด ผ้าแพรวา ผ้ายกดอก ผ้าทอทับโอกาสที่ใช้ผ้าพื้น ทอโดยการใช้น้ำไหมเส้นพุ่งและไหมยืนสีเดียวกัน เช่น ไหมพุ่งเป็นสีเขียว ไหมเส้นยืนเป็นสีทองใช้เป็นผ้าถุงหรือในโอกาสอื่น ๆ ผ้าสบไผ่ มีลักษณะคล้ายผ้าขาวม้าใช้พาดบ่าในงานบวช งานบุญ และงานรื่นเริงต่าง ๆ ผ้าโสร่งเป็นผ้าถุงสำหรับผู้ชายใช้นุ่งอยู่กับบ้าน หรือใส่ไปในงานพิธีต่างๆ และเป็นผ้าไหว้พ่อ-แม่ของเจ้าบ่าวเจ้าสาว ผ้าถุง ใช้นุ่งอยู่กับบ้าน ใช้ในงานพิธี ใช้เป็นผ้าไหว้ในงานแต่งงาน ได้แก่ ผ้าพื้น ผ้าเก็บ ใช้สำหรับพาดบ่า ไปวัด หรืองานพิธีต่างๆ (สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน, 2563)

ปัจจุบันถึงแม้ว่ายังไม่มีหลักฐานที่แน่ชัดบ่งบอกถึงต้นกำเนิดของการทอผ้า แต่ก็สามารถเทียบเคียงกับหลักฐานอื่น ๆ ซึ่งมีความคล้ายคลึงกันโดย มีเหตุผลหลายอย่างสนับสนุนแนวคิดที่ว่า การทอผ้ามีวิวัฒนาการมาจากการทำเชือก ทอเสื่อ และการจักสาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งลายเชือกทาบที่ปรากฏ ร่องรอยให้เห็นบนภาชนะดินเผาซึ่งพบเป็นจำนวนมากตามแหล่งโบราณคดี ก่อนประวัติศาสตร์สมัยหินใหม่ เรื่อยมาจนถึงแหล่งโบราณคดีสมัยประวัติศาสตร์ ด้วยเหตุนี้เอง จึงกล่าวได้ว่าการทอผ้าเป็นงานหัตถกรรมที่เก่าแก่ที่สุดในโลกงานหนึ่ง หลักของการทอผ้าก็คือการทำให้เส้นด้ายสองกลุ่มขั้ดกัน โดยทั้งสองพวกตั้งฉากกัน เส้นด้ายกลุ่มหนึ่งเรียกว่า ด้ายยืนและอีกกลุ่มหนึ่งเรียกว่า ด้ายพุ่ง ลักษณะของการขั้ดกันของด้ายพุ่งและด้ายยืน จะขั้ดกันแบบธรรมดาที่เรียกว่าลายขั้ดหรืออาจจะเพิ่มเทคนิคพิเศษเพื่อให้ผ้ามีลวดลาย สีเส้นที่สวยงามแปลกตา (สำนักงานหม่อมไหมเฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ, 2563) การทอผ้าในภาคเหนือแถบล้านนาไทย (จังหวัดเชียงราย พะเยาลำพูน ลำปาง แพร่ น่าน เชียงใหม่ และแม่ฮ่องสอน) โดยเฉพาะในกลุ่มชาวไทยโยนก หรือไทยยวน และชาวไทยลื้อ ซึ่งเป็นกลุ่มชนดั้งเดิมของล้านนาไทย มีความเชื่อเรื่องการตั้งถิ่นฐาน ในสภาพแวดล้อมที่เป็นภูเขา และมีทางน้ำไหล ผู้หญิงไทยยวน และไทยลื้อในปัจจุบันนี้ ยังรักษาวินัยธรรมการทอผ้า ในรูปแบบ และลวดลายที่สืบทอดกันมา โดยเฉพาะการทอ ขันตีนจก ผ้าขิด และผ้าที่ใช้เทคนิค "เกาะ" เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีชนกลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆ ที่ไม่ใช่กลุ่มที่พูดภาษาตระกูลไท อาศัยอยู่ในแถบภาคเหนือบริเวณล้านนาไทย เช่น ลื้อ ลัวะ กะเหรี่ยง ไทยใหญ่ มอญ และไทยภูเขาเผ่าต่าง ๆ เช่น แม้ว มูเซอ อีเก้อ เย้า ลีซอ เป็นต้น ชนกลุ่มน้อย เหล่านี้ ต่างก็มีวัฒนธรรมการทอผ้าซึ่งส่วนใหญ่ เป็นผ้าฝ้าย และตกแต่งเป็นลวดลายสัญลักษณ์ที่แสดงเอกลักษณ์เผ่าพันธุ์ของกลุ่มชนของตนเอง ทั้งสิ้น การทอผ้าไหมยกดอก และการทอขันไหม ต่อตีนจก ยกดินเงินดินทองนั้น รู้จักกันในหมู่เจ้านายชั้นสูงในภาคเหนือ ซึ่งได้ฝึกอบรมให้หญิงชาวบ้านตามหมู่บ้านหลายแห่ง เช่น ในจังหวัดเชียงใหม่ และลำพูน รู้จักทอ จนทำกันเป็นอุตสาหกรรมในหมู่บ้านหลายแห่งจนถึงทุกวันนี้ เป็นที่น่าสังเกตว่าผ้าที่ทอโดยกลุ่มชนต่างๆ ในภาคเหนือนี้ ต่างกลุ่มต่างก็มีเอกลักษณ์ของตนเอง จนผู้ที่คุ้นเคย ก็สามารถจะแยกออก และชี้ให้เห็นความแตกต่างจากกันได้ (สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน, 2563)

“ตูปแก้วมา” ศูนย์เรียนรู้ผ้าทอมือ อ.เสริมงาม กลุ่มผ้าฝ้ายปั่นมือย้อมสีธรรมชาติ บ้านนาเดา อำเภอเสริมงาม จังหวัดลำปาง นางจันทร์คำ แก้วมา ผู้นำกลุ่มผ้าฝ้ายปั่นมือย้อมสีธรรมชาติ บ้านนาเดา กล่าวว่า กลุ่มผ้าฝ้ายทอมือ

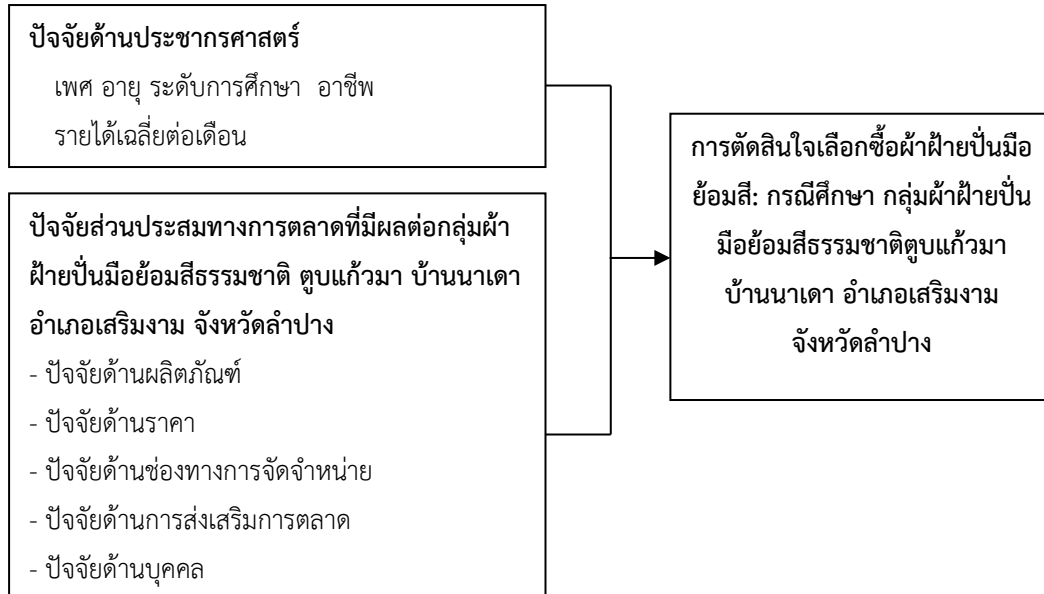
บ้านนาเดาได้รวมตัวกันจัดตั้งเป็นกลุ่มขึ้นเมื่อปี 2526 ในช่วงนั้นเป็นการรวมกลุ่มกันเพื่อหารายได้เสริมในการเลี้ยงชีพ ซึ่งโดยลำพังการทำไร่ทำนาไม่สามารถสร้างรายได้เพียงพอ โดยในระยะแรกการทำงานของกลุ่มไม่ประสบความสำเร็จ กระทั่งเมื่อปี 2536 ทางอุตสาหกรรมจังหวัดลำปางได้เข้ามาสนับสนุนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และลวดลายให้ตรงกับความต้องการของตลาด โดยมีการออกแบบลายผ้า “สร้อยดอกหมาก” “ลายดอกพริกไทย” ซึ่งถือเป็นเอกลักษณ์ของกลุ่ม หลังจากนั้นจึงเริ่มมีหน่วยงานต่าง ๆ เข้ามาสนับสนุนมากขึ้น จนปี 2545 ทางกลุ่มผ้าฝ้ายทอมือบ้านนาเดาได้เข้าร่วมในโครงการ “ฝ้ายแกมไหม” โดยนายธนศักดิ์ เมฆขจร เป็นผู้ประสานงานและให้คำปรึกษาในการบริหารจัดการ จนสามารถพัฒนามาเป็นศูนย์การเรียนรู้การผลิตเส้นใยครบวงจร ใช้นิยามว่า “ตูปแก้วมา” แหล่งเรียนรู้ในกระบวนการผลิตเส้นใยธรรมชาติแบบครบวงจร เริ่มตั้งแต่กระบวนการปลูกฝ้าย ประกอบด้วย การปลูกฝ้ายพื้นเมือง พันธุ์แก่นแป พันธุ์ขี้แมว พันธุ์น้อยและพันธุ์ตุน โดยมีการปลูกไว้ในบริเวณบ้านและแยกปลูกในแปลง โดยผู้สนใจสามารถเข้ามาร่วมเรียนรู้ได้อย่างง่าย ๆ ตั้งแต่รูปร่างของต้นฝ้ายแต่ละชนิด การเตรียมพื้นที่เพาะปลูก จนถึงเทคนิคการเก็บเกี่ยวผลผลิต ศูนย์การเรียนรู้การผลิตเส้นใยครบวงจรบ้านนาเดามีจุดเด่นอยู่ที่ การบริหารจัดการที่เริ่มต้นจากฐานของครอบครัวและขยายความร่วมมือไปยังสมาชิกในชุมชนใกล้เคียงจนเกิดเป็นเครือข่ายที่มีสมาชิกส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุในชุมชน ซึ่งช่วยสร้างโอกาสให้ผู้เฒ่าผู้แก่ได้ใช้ภูมิปัญญาและทักษะต่าง ๆ ในการทอผ้า จักรพงษ์ คำบุญเรือง “ตูปแก้วมา” ศูนย์เรียนรู้ผ้าทอมือ อ.เสริมงาม 19 ม.ค. 60 (กลุ่มผ้าฝ้ายปั่นมีย้อมสีธรรมชาติ, 2560)

ผู้วิจัยเล็งเห็นถึงความสำคัญของกลุ่มผ้าฝ้ายปั่นมีย้อมสีธรรมชาติ ตูปแก้วมา บ้านนาเดา อำเภอเสริมงาม จังหวัดลำปาง ต้องการที่จะศึกษาเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดของผู้บริโภคในจังหวัดลำปาง เพื่อให้ทราบถึงส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (5Ps) ชื่อผ้าฝ้ายปั่นมีย้อมสีธรรมชาติ

กรอบแนวคิดในการวิจัย



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ คือ บุคคลที่ตัดสินใจเลือกซื้อผ้าฝ้ายปั่นมือย้อมสีธรรมชาติ ตูบแก้วมา บ้านนาเดา อำเภอเสริมงาม จังหวัดลำปาง โดยผู้วิจัยใช้การนับสถิติของผู้เลือกซื้อผ้าฝ้ายปั่นมือย้อมสีธรรมชาติ ตูบแก้วมา บ้านนาเดา อำเภอเสริมงาม จังหวัดลำปาง ตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์-พฤษภาคม 2565 โดยได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 100 คน และการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของผ้าฝ้ายปั่นมือย้อมสีธรรมชาติ ตูบแก้วมา บ้านนาเดา อำเภอเสริมงาม จังหวัดลำปาง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและคุณภาพของเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (questionnaire) และแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (semi-structured selection interview) ซึ่งสร้างตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดที่กำหนดขึ้น ดังนี้

1. แบบสอบถามของบุคคลที่ตัดสินใจเลือกซื้อผ้าฝ้ายปั่นมือย้อมสีธรรมชาติ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป โดยครอบคลุมข้อมูลเกี่ยวกับ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาประกอบธุรกิจ

ตอนที่ 2 ปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อกลุ่มผ้าฝ้ายปั่นมือย้อมสีธรรมชาติ ตูบแก้วมา บ้านนาเดา อำเภอเสริม ซึ่งแบบสอบถามในส่วนนี้เป็นคำถามที่ให้คำตอบแบบมาตราส่วนปริมาณค่า (rating scale) โดยในแต่ละข้อคำถามจะมีคำตอบที่ให้เลือก 5 ระดับ (Likert, 1967: 90-95) คือ 5 ระดับความคิดเห็นมากที่สุด 4 ระดับความคิดเห็นมาก 3 ระดับความคิดเห็นปานกลาง 2 ระดับความคิดเห็นน้อย 1 ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะอื่นๆ

2. แบบสัมภาษณ์กับกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป โดยครอบคลุมข้อมูลเกี่ยวกับ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาประกอบธุรกิจ

ตอนที่ 2 ปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อกลุ่มผ้าฝ้ายปั่นมือย้อมสีธรรมชาติ ตูบแก้วมา บ้านนาเดา อำเภอเสริมงาม จังหวัดลำปาง

ตอนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะอื่นๆ

การดำเนินการหาคุณภาพของเครื่องมือนั้น ดำเนินการโดยการทดสอบหาความเชื่อมั่น (reliability) ของแบบสอบถาม จำนวน 30 ชุด ด้วยวิธีการหาความสอดคล้องภายใน (internal consistency method) โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์ อัลฟาของคอน บราท (Cronbach's alpha Coefficient) ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ซึ่งสามารถวิเคราะห์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม เท่ากับ .938 (ซึ่งมีค่ามากกว่า .70) ดังนั้นแสดงว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่น และเชื่อถือได้

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย

ดำเนินการจัดทำแบบสอบถามโดยมีจำนวนเท่ากับจำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยลงพื้นที่ ผ้าฝ้ายปั่นมือย้อมสีธรรมชาติ ตูบแก้วมา บ้านนาเดา อำเภอเสริมงาม จังหวัดลำปาง โดยผู้วิจัยใช้การนับสถิติของผู้เลือกซื้อผ้าฝ้ายปั่นมือย้อมสีธรรมชาติ ตูบแก้วมา บ้านนาเดา อำเภอเสริมงาม จังหวัดลำปาง ตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ - พฤษภาคม 2565 โดยได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 100 คน และรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้รับมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ และดำเนินการเก็บแบบสัมภาษณ์กับผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของผ้าฝ้ายปั่นมือย้อมสีธรรมชาติ ตูบแก้วมา บ้านนาเดา อำเภอเสริมงาม จังหวัดลำปาง

การวิเคราะห์ข้อมูล

การอธิบายลักษณะทั่วไปของประชากรจะใช้สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistic) การแจกแจงความถี่ (frequency) ค่าร้อยละ (percentage) ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อผ้าฝ้ายปั่นมือย้อมสีธรรมชาติ ตูบแก้วมา บ้านนาเดา อำเภอเสริมงาม จังหวัดลำปาง นำมาวิเคราะห์หาสถิติพื้นฐานหา ค่าเฉลี่ย (arithmetic mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) และการทดสอบสมมติฐานการวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ และวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุของปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อผ้าฝ้ายปั่นมือย้อมสีธรรมชาติ ตูบแก้วมา บ้านนาเดา อำเภอเสริมงาม จังหวัดลำปาง

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์เกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 100 คน

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 85.0 อายุส่วนใหญ่ อายุระหว่าง 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 47.0 สถานภาพผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 68.0 อาชีพส่วนใหญ่ ข้าราชการ คิดเป็นร้อยละ 64.0 รายได้ที่ได้รับต่อเดือนส่วนใหญ่ รายได้ 20,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 45

ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อผ้าฝ้ายปั่นมือย้อมสีธรรมชาติ ตูบแก้วมา บ้านนาเดา อำเภอเสริมงาม จังหวัดลำปาง

ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อผ้าฝ้ายปั่นมือย้อมสีธรรมชาติ ตูบแก้วมา บ้านนาเดา อำเภอเสริมงาม จังหวัดลำปาง ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อผ้าฝ้ายปั่นมือย้อมสีธรรมชาติ
 ตูบแก้วมา บ้านนาเดา อำเภอเสริมงาม จังหวัดลำปาง โดยรวม

ปัจจัยการตลาด	\bar{x}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.91	0.26	มากที่สุด
2. ด้านราคา	4.85	0.34	มากที่สุด
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.69	0.48	มากที่สุด
4. ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	4.70	0.57	มากที่สุด
5. ด้านบุคคล	4.95	0.20	มากที่สุด
รวมทุกด้าน	4.82	0.34	มากที่สุด

ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อผ้าฝ้ายปั่นมือย้อมสีธรรมชาติ ตูบแก้วมา บ้านนาเดา อำเภอเสริมงาม จังหวัดลำปาง ในตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อผ้าฝ้ายปั่นมือย้อมสีธรรมชาติ ตูบแก้วมา บ้านนาเดา อำเภอเสริมงาม จังหวัดลำปาง โดยภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.82$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านบุคคล ($\bar{x} = 4.95$) รองลงมา ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{x} = 4.91$) ด้านราคา ($\bar{x} = 4.85$) ด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{x} = 4.70$) และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{x} = 4.69$) ซึ่งสามารถอธิบายเป็นรายด้านได้ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.91$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ตราสินค้ามีชื่อเสียง,ตราสินค้ามีความน่าเชื่อถือ ($\bar{x} = 4.95$) รองลงมา สินค้าง่ายต่อการดูแลรักษา ($\bar{x} = 4.92$) สินค้ามีขนาดให้เลือกหลากหลาย,สินค้ามีรูปแบบให้เลือกหลากหลาย,สินค้ามีสีสัน และรูปลักษณะภายนอกที่สวยงาม,มีบอกข้อมูลสินค้าอย่างละเอียด ($\bar{x} = 4.90$) และสินค้ามีคุณภาพดี มีความทนทาน ($\bar{x} = 4.49$)

ด้านราคา อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.85$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ราคาสินค้ามีความเหมาะสมกับคุณภาพ ($\bar{x} = 4.87$) รองลงมา ราคาสินค้ามีความเหมาะสมกับประโยชน์ใช้สอย และสินค้ามีการกำหนดราคาที่ชัดเจน ($\bar{x} = 4.85$)

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.69$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ การจัดส่งสินค้าตรงตามเวลาที่ระบุไว้ ($\bar{x} = 4.85$) รองลงมา การจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ ทำให้หาสินค้าได้ง่าย,มีสินค้าคงคลังพร้อมขายอยู่เสมอ ($\bar{x} = 4.80$) ท่าเล ที่ตั้งของร้านสะดวกต่อการเดินทาง ($\bar{x} = 4.73$) พื้นที่กว้างขวางสะดวกในการเลือกซื้อ ($\bar{x} = 4.65$) และลูกค้าสามารถสั่งซื้อหรือเลือกชมสินค้าทางออนไลน์ได้ ($\bar{x} = 4.32$)

ด้านการส่งเสริมทางการตลาด อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.70$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับ ค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ มีกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างสม่ำเสมอ เช่น การลด แลก แจก แถม มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์สินค้าให้เป็นที่รู้จักอย่างต่อเนื่อง ($\bar{x} = 4.75$) รองลงมา มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ สินค้าให้เป็นที่รู้จักผ่านช่องทางที่หลากหลาย,สื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ มีเพียงพอและเข้าถึงลูกค้า ($\bar{x} = 4.65$)

ด้านการบุคคล อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.95$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ พนักงานสามารถแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้เป็นอย่างดี, พนักงานมีการให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ($\bar{x} = 4.96$) รองลงมา พนักงานมีความรู้ในตัวสินค้า พนักงานสามารถแนะนำ อธิบายสินค้าได้ครบถ้วน พนักงานมีเพียงพอต่อการให้บริการ ($\bar{x} = 4.95$)

การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ และวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อผ้าฝ้ายปั่นมือย้อมสีธรรมชาติ ตูบแก้วมา บ้านนาเดา อำเภอเสริมงาม จังหวัดลำปาง

ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อผ้าฝ้ายปั่นมือย้อมสีธรรมชาติ ตูบแก้วมา บ้านนาเดา อำเภอเสริมงาม จังหวัดลำปาง ดังตารางที่ 2 และวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อผ้าฝ้ายปั่นมือย้อมสีธรรมชาติ ตูบแก้วมา บ้านนาเดา อำเภอเสริมงาม จังหวัดลำปาง ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อผ้าฝ้ายปั่นมือย้อมสีธรรมชาติ ตูบแก้วมา บ้านนาเดา อำเภอเสริมงาม จังหวัดลำปาง

ปัจจัย	Products	Price	Place	Promotion	People	Marketing factor
ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	4.91	4.85	4.69	4.70	4.95	4.82
ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	0.26	0.34	0.48	0.57	0.20	0.34
ด้านผลิตภัณฑ์						
ด้านราคา	.827**					
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	.774**	.894**				
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	.843**	.869**	.967**			
ด้านบุคคล	.795**	.562**	.553**	.673**		
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	.904**	.928**	.960**	.981**	.727**	

**Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อผ้าฝ้ายปั่นมือย้อมสีธรรมชาติ ตูบแก้วมา บ้านนาเดา อำเภอเสริมงาม จังหวัดลำปาง ในตารางที่ 2 พบว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อผ้าฝ้ายปั่นมือย้อมสีธรรมชาติ ตูบแก้วมา บ้านนาเดา อำเภอเสริมงาม จังหวัดลำปาง มีความสัมพันธ์กัน และมีความสัมพันธ์ทิศทางเดียวกัน โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง .553-.981 ซึ่งปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการเลือกซื้อผ้าฝ้ายปั่นมือย้อมสีธรรมชาติ ตูบแก้วมา บ้านนาเดา อำเภอเสริมงาม จังหวัดลำปาง ในทุกๆด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อผ้าฝ้ายปั่นมือย้อมสีธรรมชาติ ตูบแก้วมา บ้านนาเดา อำเภอเสริมงาม จังหวัดลำปาง

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	β	t	p-value
ค่าคงที่ (α)	.900	27.996	.000
ด้านผลิตภัณฑ์	.904	20.985	.000
ด้านราคา	.928	24.614	.000
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	.960	33.894	.000
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	.981	50.007	.000
ด้านบุคคล	.727	10.482	.000

$R^2 = .818$, Adjusted $R^2 = .816$, SE = 0.1369, F= 96.110, N = 99, Sig.=.000^p

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อผ้าฝ้ายปั่นมือย้อมสีธรรมชาติ ตูบแก้วมา บ้านนาเดา อำเภอเสริมงาม จังหวัดลำปาง ในตารางที่ 3 พบว่า อิทธิพลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อผ้าฝ้ายปั่นมือย้อมสีธรรมชาติ ตูบแก้วมา บ้านนาเดา อำเภอเสริมงาม จังหวัดลำปาง ผลการวิเคราะห์ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อผ้าฝ้ายปั่นมือย้อมสีธรรมชาติ ตูบแก้วมา บ้านนาเดา อำเภอเสริมงาม จังหวัดลำปาง ในทุกๆด้าน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 อธิบายค่าความแปรผันของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อผ้าฝ้ายปั่นมือย้อมสีธรรมชาติ ตูบแก้วมา บ้านนาเดา อำเภอเสริมงาม จังหวัดลำปาง ได้ร้อยละ 81.80 ($R^2 = .818$)

ส่วนที่ 2 ผลการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ

ผลของการสัมภาษณ์ แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดประกอบด้วย 5 ด้านคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด และด้านบุคคล การเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ

ด้านผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย 8 ปัจจัย คือ สินค้ามีคุณภาพดี มีความทนทาน สินค้ามีขนาดให้เลือกหลากหลาย สินค้ามีรูปแบบให้เลือกหลากหลาย สินค้ามีสีสันทัน และรูปลักษณะภายนอกที่สวยงาม สินค้าง่ายต่อการดูแลรักษา มีบอกข้อมูลสินค้าอย่างละเอียด ตราสินค้ามีชื่อเสียง และตราสินค้ามีความน่าเชื่อถือ ผลการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ พบว่า ผู้ประกอบการเห็นว่าสินค้ามีคุณภาพดี มีความทนทาน ผ้าฝ้ายปั่นมือย้อมสีธรรมชาติ รวมกระบวนการตั้งแต่ต้นน้ำยันปลายน้ำ ทอมีอย่างประณีต ใส่ใจทุกขั้นตอน โดยใช้ทักษะและความชำนาญการของคนในชุมชนบ้านนาเดา ซึ่งได้มีการถ่ายทอดภูมิปัญญาจากรุ่นสู่รุ่น จนได้รับการจัดตั้งเป็นศูนย์เรียนรู้ และมีการออกแบบลายผ้าที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ที่สำคัญผ้าฝ้ายได้มีการย้อมสีธรรมชาติ โดยไม่ใช้สารเคมี รับรองได้ว่าผ้าทอที่ได้ออกมาจะมีความสวยงาม และปลอดภัยไร้สารเคมีอย่างแน่นอน และสินค้ามีขนาดให้เลือกหลากหลาย ตามที่ลูกค้าต้องการ รูปแบบของสินค้ามีให้เลือกหลากหลายทั้งเสื้อผ้าพื้นเมือง ผ้าคลุมไหล่ ผ้าพันคอ ผ้าถุง ผ้าคลุมโต๊ะ และรูปลักษณะภายนอกที่สวยงาม โดยใช้สีธรรมชาติ มีการออกแบบลายผ้า “สร้อยดอกหมาก” “ลายดอกพริกไทย” อีกทั้งยังง่ายต่อการดูแลรักษา เนื่องจากผ้าฝ้ายนั้นง่ายและสะดวกต่อการทำความสะอาดเพื่อช่วยยืดอายุการใช้งาน

และมีข้อมูลทั้งใน Line เพจ ตูบแก้วมา และเว็บไซต์ Otop today Lampang อีกทั้งสินค้ามีชื่อเสียง เป็นที่รู้จักในระดับประเทศและกลุ่มผู้นิยมผ้าฝ้ายปั่นมือย้อมสีธรรมชาติ สินค้ามีความน่าเชื่อถือและมีลูกค้าประจำ

ด้านราคา ประกอบด้วย 3 ปัจจัย คือ ราคาสินค้ามีความเหมาะสมกับประโยชน์ใช้สอย ราคาสินค้ามีความเหมาะสมกับคุณภาพ และสินค้ามีการกำหนดราคาที่ชัดเจน ผลการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ พบว่าผู้ประกอบการเห็นว่าราคาสินค้ามีความเหมาะสมกับประโยชน์ใช้สอย คือ ราคาสามารถตอบสนองกับประโยชน์ตามที่ผู้บริโภคต้องการได้เป็นอย่างดี ราคาสินค้ามีความเหมาะสมกับคุณภาพ ราคาสินค้านั้นสูงกว่าที่อื่นและเหมาะสมกับคุณภาพ เมื่อเทียบกับผู้ประกอบการกลุ่มอื่น มีราคาที่ใกล้เคียงกัน มีการกำหนดราคาที่ชัดเจน มีการกำหนดราคาสินค้าแต่ละรูปแบบ ขนาดที่ชัดเจน ราคาขายเริ่มต้นอยู่ที่เมตรละ 350-1,500 บาท

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ประกอบด้วย 6 ปัจจัย คือ ลูกค้าสามารถสั่งซื้อหรือเลือกชมสินค้าทางออนไลน์ได้ ทำเล ที่ตั้งของร้านสะดวกต่อการเดินทาง พื้นที่กว้างขวางสะดวกในการเลือกซื้อ การจัดส่งสินค้าเป็นหมวดหมู่ ทำให้หาสินค้าได้ง่าย มีสินค้าคงคลังพร้อมขายอยู่เสมอ และการจัดส่งสินค้าตรงตามเวลาที่ระบุไว้ ผลการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ พบว่า ผู้ประกอบการเห็นว่าลูกค้าสามารถสั่งซื้อหรือเลือกชมสินค้าทางออนไลน์ได้ Line เพจ ตูบแก้วมา และเว็บไซต์ Otop today Lampang อีกทั้ง ทำเล ที่ตั้งของร้านสะดวกต่อการเดินทาง โดยมีวางจำหน่ายในเซ็นทรัลเชียงใหม่ แอร์พอร์ต และมีพื้นที่กว้างขวางสะดวกในการเลือกซื้อ โดยในเซ็นทรัลเชียงใหม่ แอร์พอร์ต มีพื้นที่ขายส่วนตัวไม่ปะปนกับสินค้าอื่น การจัดสินค้าเป็นหมวดหมู่ ทำให้หาสินค้าได้ง่าย มีการจัดรูปแบบการวางสินค้าที่ดี และมีสินค้าคงคลังพร้อมขายอยู่เสมอ เนื่องจากทางผู้ประกอบการผลิตไว้จำนวนมาก จึงมีสินค้าคงคลังตลอด รวมถึงการจัดส่งสินค้าตรงตามเวลาที่ระบุไว้ เนื่องจากปัจจุบัน มีธุรกิจขนส่ง จำนวนมากมายและที่ผลิตสินค้านั้นอยู่ใกล้แหล่งขนส่ง จึงสามารถจัดส่งสินค้าได้ตามเวลาที่กำหนด

ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ประกอบด้วย 4 ปัจจัย คือ มีกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างสม่ำเสมอ เช่น การลด แลก แจก แถม มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์สินค้าให้เป็นที่รู้จักอย่างต่อเนื่อง มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าให้เป็นที่รู้จักผ่านช่องทางที่หลากหลาย และสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ มีเพียงพอและเข้าถึงลูกค้า ผลการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ พบว่า ผู้ประกอบการเห็นว่ากิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างสม่ำเสมอ เช่น การลด แลก แจก แถม อยู่ตลอดเวลา มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์สินค้าให้เป็นที่รู้จักอย่างต่อเนื่องอยู่ตลอดเวลาผ่านช่องทางที่หลากหลาย เช่น ป้ายโฆษณาและสื่อออนไลน์

ด้านบุคคล ประกอบด้วย 5 ปัจจัย คือ พนักงานมีความรู้ในตัวสินค้า พนักงานสามารถแนะนำ อธิบายสินค้าได้ครบถ้วน พนักงานสามารถแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้เป็นอย่างดี พนักงานมีเพียงพอต่อการให้บริการ และพนักงานมีการให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ผลการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ พบว่า ผู้ประกอบการเห็นว่าพนักงานมีความรู้ในตัวสินค้า เนื่องจากมีประสบการณ์ในการทำธุรกิจว่าสี่สิบปี พนักงานสามารถแนะนำ อธิบายรายละเอียดของสินค้าได้ครบถ้วน เนื่องจากมีความรู้ในตัวสินค้าและพนักงานได้รับการอบรม พัฒนาอยู่ตลอดเวลา อีกทั้งยังสามารถแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้าได้เป็นอย่างดี มีพนักงานให้บริการได้ตลอดเวลา มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และผู้ประกอบการมีการคัดเลือกตัวพนักงานในการให้บริการ

สรุปและอภิปรายผล

จากสรุปผลของการวิเคราะห์จากแบบสอบถามแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดประกอบด้วย 5 ด้านคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด และด้านบุคคล โดยการเก็บ

แบบสอบถาม จำนวน 100 คน และผู้ประกอบการ พบว่า ในการเลือกซื้อของกลุ่มผ้าฝ้ายปั่นมือย้อมสีธรรมชาติโดยภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านบุคคล รองลงมา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ซึ่งสามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้

ด้านบุคคล จากการเก็บแบบสอบถามจากผู้ซื้อสินค้า พบว่า พนักงานสามารถแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้เป็นอย่างดีพนักงานมีการให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์ของผู้ประกอบการในเรื่องที่เห็นว่าพนักงานมีความรู้ในตัวสินค้าเนื่องจากมีประสบการณ์ในการทำธุรกิจกว่าสี่สิบปี พนักงานมีการให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ทางผู้ประกอบการมีการคัดเลือกตัวพนักงานในการให้บริการ สอดคล้องกับธัญธร ศรีวิเชียร (2561 : 68) ซึ่งชี้ให้เห็นว่า การให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นด้านการแต่งกายสะอาดเรียบร้อย การเจรจาต้องสุภาพอ่อนโยน และการให้บริการที่รวดเร็ว หรือผลประโยชน์อื่นๆ ที่ลูกค้าควรได้รับ พนักงานสามารถแนะนำ อธิบายรายละเอียดของสินค้าได้ครบถ้วน เนื่องจากมีความรู้ในตัวสินค้าและพนักงานได้รับการอบรม พัฒนาอยู่ตลอดเวลา พนักงานมีเพียงพอต่อการให้บริการ มีพนักงานให้บริการได้ตลอดเวลา และพนักงานสามารถแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้เป็นอย่างดี ซึ่งสอดคล้องกับธนานันท์ โทสัมพันธมงคล (2558 : 62) กล่าวว่า การที่พนักงานสามารถให้คำแนะนำเกี่ยวกับสินค้า และแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้าได้เป็นอย่างดี มีความกระตือรือร้น และเอาใจใส่ผู้มาใช้บริการ รวมถึงมีบริการหลังการขายที่มีความเหมาะสมและต่อเนื่อง ย่อมส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้า

ด้านผลิตภัณฑ์ จากการเก็บแบบสอบถามจากผู้ซื้อสินค้า พบว่า ตราสินค้ามีชื่อเสียง ตราสินค้ามีความน่าเชื่อถือ ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ เห็นว่าตราสินค้ามีชื่อเสียง,ตราสินค้ามีความน่าเชื่อถือ ซึ่งสอดคล้องกับวรพจน์ ศิริรัตน์ (2563 : 38) ความน่าเชื่อถือของตราสินค้าส่งผลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายผลิตภัณฑ์กล่องถ่ายรูปในเขตกรุงเทพมหานคร สินค้าง่ายต่อการดูแลรักษา , สินค้ามีขนาดให้เลือกหลากหลาย,สินค้ามีรูปแบบให้เลือกหลากหลาย,สินค้ามีสีสันทัน และรูปลักษณะภายนอกที่สวยงาม,มีบอกข้อมูลสินค้าอย่างละเอียด ซึ่งสอดคล้องกับปิยมาภรณ์ ช่วยชูหนู (2559 : 44) กล่าวว่า ร้านค้าที่มีการลงข้อมูลไว้อย่างละเอียด ทั้งข้อมูลผู้ขาย ข้อมูลสินค้า ข้อมูลการชำระเงิน จะทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้น และสินค้ามีคุณภาพดี มีความทนทาน ซึ่งสอดคล้องกับธนานันท์ โทสัมพันธมงคล (2558 : 62) กล่าวว่า เนื่องจากผู้บริโภคให้ความสำคัญกับคุณภาพ ความคงทน และวิธีการดูรักษา รวมถึงการมีกรบอกข้อมูลสินค้าอย่างชัดเจน จะช่วยให้สามารถเข้าใจในสินค้ามากยิ่งขึ้น

ด้านราคา จากการเก็บแบบสอบถามจากผู้ซื้อสินค้า พบว่า ราคาสินค้ามีความเหมาะสมกับคุณภาพมีความสอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ เห็นว่าราคาสินค้ามีความเหมาะสมกับคุณภาพ ราคาสินค้านั้นสูงกว่าที่อื่นและเหมาะสมกับคุณภาพ เมื่อเทียบกับผู้ประกอบการกลุ่มอื่น มีราคาที่ใกล้เคียงกัน ซึ่งสอดคล้องกับฐิติมา ผการัตน์สกุล และวิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ (2558 : 544) กล่าวว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เลือกใช้กลยุทธ์ด้านราคา ใช้การตั้งราคาให้เหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า โดยคำนึงถึงต้นทุนของสินค้า ราคาพอเหมาะกับผู้บริโภคที่เป็นวัยรุ่น ทำให้สามารถตัดสินใจซื้อได้ทันทีแต่ก็มีผู้ประกอบการบางรายเลือกใช้กลยุทธ์สินค้าราคาเดียว เพื่อให้ง่ายต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค ราคาสินค้ามีความเหมาะสมกับประโยชน์ใช้สอยคือ ราคาสามารถตอบสนองกับประโยชน์ตามที่ผู้บริโภคต้องการได้เป็นอย่างดี สินค้ามีการกำหนดราคาที่ชัดเจนแต่ละรูปแบบ ขนาดที่ชัดเจน ราคาขายเริ่มต้นอยู่ที่เมตรละ 350-1,500 บาท

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จากการเก็บแบบสอบถามจากผู้ซื้อสินค้า พบว่า การจัดส่งสินค้าตรงตามเวลาที่ระบุไว้ ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ เห็นว่าการจัดส่งสินค้าตรงตามเวลาที่ระบุไว้ เนื่องจากปัจจุบัน มีธุรกิจขนส่ง จำนวนมากมายและที่ผลิตสินค้านั้นอยู่ใกล้แหล่งขนส่ง จึงสามารถจัดส่งสินค้าได้ตามเวลาที่กำหนด ซึ่งสอดคล้องกับปิยามากรณ์ ช่วยชูหนู (2559 : 44) กล่าวว่า ผู้บริโภคยังต้องการการบริการที่ดีจากร้านค้า ไม่ว่าจะเป็นการจัดส่งสินค้าที่ตรงเวลา การมีความรับผิดชอบต่อบริโภค ให้สามารถเปลี่ยนหรือคืนสินค้าได้ หากได้รับสินค้าไม่ตรงตามที่ร้านค้าระบุไว้ หรือแม้แต่การรับประกันสินค้า กระบวนการให้บริการต่างๆ เหล่านี้ล้วนแต่เป็นสิ่งที่จะทำให้ผู้บริโภคประทับใจ และจะสามารถตัดสินใจซื้อสินค้าได้ง่ายขึ้น การจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ ทำให้หาสินค้าได้ง่าย, มีสินค้าคงคลังพร้อมขายอยู่เสมอ ทำเล ที่ตั้งของร้านสะดวกต่อการเดินทาง พื้นที่กว้างขวางสะดวกในการเลือกซื้อ โดยในเซ็นทรัลเชียงใหม่ แอร์พอร์ต มีพื้นที่ขายส่วนตัวไม่ปะปนกับสินค้าอื่น ลูกค้าสามารถสั่งซื้อหรือเลือกชมสินค้าทางออนไลน์ได้ Line เพจ ทุบแก้วมา และเว็บไซต์ Otop today Lampang ซึ่งสอดคล้องกับฐิติมา ผการัตน์สกุล และวีโรจน์ เจษฎาลักษณ์ (2558 : 544) กล่าวว่าช่องทางการจัดจำหน่ายที่สำคัญคือเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่มีประสิทธิภาพ กิจกรรมควรมีช่องทางให้ครอบคลุม เพื่อสร้างโอกาสในการขาย

ด้านการส่งเสริมการตลาด จากการเก็บแบบสอบถามจากผู้ซื้อสินค้า พบว่า มีกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างสม่ำเสมอ เช่น การลด แลก แจก แถม มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์สินค้าให้เป็นที่รู้จักอย่างต่อเนื่อง ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการเห็นว่า มีกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างสม่ำเสมอ เช่น การลด แลก แจก แถมอยู่ตลอดเวลา ซึ่งสอดคล้องกับภัทรานิชฐ์ ฉายสุวรรณศิริ (2559 : 56) การส่งเสริมการตลาดและความมีชื่อเสียงของแบรนด์ส่งผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าจากร้านค้าในเครือข่ายเฟซบุ๊กและอินสตาแกรม ซึ่งประกอบด้วยการส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ เช่น ให้ส่วนลด แจกของสมนาคุณพิเศษ จัดกิจกรรมทางการตลาดโดยการออกบูธกิจกรรมในสถานที่ต่าง ๆ อย่างสม่ำเสมอ, มีการ โฆษณา ประชาสัมพันธ์สินค้าให้เป็นที่รู้จักอย่างต่อเนื่องตลอดเวลา มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ สินค้าให้เป็นที่รู้จักผ่านช่องทางที่หลากหลายอยู่ตลอดเวลา สื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ มีเพียงพอและเข้าถึงลูกค้า

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

ข้อเสนอแนะจากลูกค้า

ด้านบุคคล ผู้ประกอบการหรือพนักงานขายมีประสบการณ์ มีความรู้ในเกี่ยวกับผ้าฝ้ายสามารถนำแนะนำสินค้าให้กับลูกค้าได้ดี อีกทั้งตัวผู้ประกอบการนั้นมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ให้บริการกับลูกค้าได้ดี เอาใจใส่ลูกค้าทุกคน และทางผู้ประกอบการมีบริการหลังการขายที่ดี

ด้านผลิตภัณฑ์ สินค้ามีคุณภาพดี มีความทนทาน มีชื่อเสียงไกลระดับประเทศ สินค้าที่มาจากกลุ่มนี้เมื่อลูกค้าได้เห็นก็มีความน่าเชื่อถือ อีกทั้งสินค้ามีให้เลือกหลากหลายมาร้านนี้ได้สินค้าครบ มีสีสัน รูปลักษณ์ภายนอกที่สวยงามที่ทันสมัยกว่ารายอื่น และเมื่อลูกค้าเลือกสินค้านั้นมีการลงข้อมูลไว้อย่างละเอียด

ด้านราคา ผู้ซื้อมีการตัดสินใจซื้อเพราะ ราคาสินค้านั้นความเหมาะสมกับคุณภาพ ถึงราคาสูงกว่ารายอื่นแต่เหมาะสมกับคุณภาพ และทางผู้ประกอบการก็ได้กำหนดราคาตามแต่ละรูปแบบสินค้าที่ชัดเจน

ด้านการส่งเสริมการตลาด กิจกรรมส่งเสริมการขายของกลุ่มนี้ยังมีน้อย อยากให้มีกิจกรรมแบบนี้ตลอดเพื่อให้ดึงดูดลูกค้ามากยิ่งขึ้น ยิ่งในช่วงภาวะเศรษฐกิจย่ำแย่การนำเงินมาซื้อสินค้าประเภทเสื้อผ้าน้อยมาก และการโฆษณา ประชาสัมพันธ์สินค้าในเพจนั้นควรมีการทำอย่างต่อเนื่อง และทำที่หลากหลายช่องทาง

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ประกอบการจัดส่งสินค้าให้กับลูกค้าตรงตามวันเวลาที่ได้กำหนดไว้ เมื่อลูกค้าเข้าไปเยี่ยมชมสินค้าที่ร้านนั้น พนักงานได้จัดวางสินค้าไว้เป็นหมวดหมู่ สามารถหาสินค้าได้ง่าย รวดเร็ว เมื่อซื้อหรือสั่งสินค้าที่ละหลายๆ ทางร้านก็มีสินค้าที่เพียงพอในการมอบสินค้าให้กับลูกค้า สถานที่จัดจำหน่ายก็สามารถเดินทางสะดวก ลูกค้าที่อยู่ไกลจากจุดจำหน่ายก็สามารถสั่งซื้อหรือเลือกชมสินค้าทางออนไลน์ได้ตลอดเวลา

ข้อเสนอแนะจากผู้ประกอบการ

ด้านบุคคล ควรได้รับการพัฒนาความรู้การจัดจำหน่ายสินค้าในสื่อออนไลน์ในแพลตฟอร์มใหม่ ๆ และการสร้างคอนเทนต์ที่หลากหลาย และมีการขาดแคลนบุคลากรในการผลิตสินค้าในช่วงฤดูการทำเกษตรกรรม และกิจกรรมตามประเพณีของชุมชน

ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการยังคงยึดมั่นที่จะยึดถือธรรมชาติ โดยไม่ใช้สารเคมี ทางผู้ประกอบการมีการออกแบบลายผ้าตามที่ลูกค้าต้องการเพื่อตอบสนองต่อความต้องการที่แท้จริง จึงสามารถรักษาลูกค้าเดิมๆไว้ได้ และรักษาคุณภาพของผ้าฝ้าย พัฒนาลวดลายของผ้าฝ้ายต่อไป และค้นหารูปแบบใหม่ ๆ เพื่อหาลูกค้าใหม่

ด้านราคา สินค้าของกลุ่มยังคงราคาเดิมเนื่องจากลูกค้าเป็นกลุ่มเดิมที่เชื่อมั่นในแบรนด์และคุณภาพของสินค้า แต่ยังมีกรณีลดราคาจำหน่ายสำหรับลูกค้าที่ซื้อครั้งละมาก ๆ

ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ผู้ประกอบการยังมีกิจกรรมส่งเสริมการขาย มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์สินค้าในสื่อออนไลน์มากยิ่งขึ้นเนื่องจากช่วงสถานการณ์โควิด 19 นั้นไม่มีลูกค้ามาที่ร้านหรือตามบูธจัดแสดงสินค้า

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ประกอบการเพิ่มช่องทางจำหน่ายที่หลากหลายเพื่อให้ลูกค้าชมสินค้าได้มากขึ้น ผู้ประกอบการต้องปรับเปลี่ยนกลยุทธ์เข้าไปหาลูกค้า โดยการออกบูธจัดแสดงสินค้า จากเดิมที่ลูกค้าเข้ามาเลือกสินค้าที่ร้านหรือในออนไลน์ และต้องมีการทำสินค้าคงคลังให้มากกว่าเดิมเนื่องจากการขาดบุคลากรในการผลิตสินค้า

ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

ควรจัดทำแผนปฏิบัติการในการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดให้เห็นเป็นรูปธรรม เพื่อเป็นแนวทางให้ทางกลุ่มผ้าฝ้ายป่านมือสามารถนำไปใช้งานได้ในอนาคต

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้ได้เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์จากผู้ประกอบการและผู้บริโภคที่อยู่ในภาคเหนือ แต่ก็ยังมีผู้ประกอบการและผู้บริโภคอีกจำนวนมากที่อยู่ในแต่ละภูมิภาค ซึ่งอาจจะมีการกลยุทธ์หรือความคิดเห็นที่แตกต่างกันออกไป โดยข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัย จึงควรมีการศึกษาในพื้นที่ภูมิภาคอื่น และมีการข้อมูลจากหน่วยงานหรือผู้ที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ได้รับทราบข้อมูลที่ครอบคลุม

เอกสารอ้างอิง

- กลุ่มผ้าฝ้ายปั่นมือย้อมสีธรรมชาติ. (2560). “ตูปแก้วมา”ศูนย์เรียนรู้ผ้าทอมือ อ.เสริมงาม. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 5 มกราคม 2565,จาก : <https://www.chiangmainews.co.th/page/archives/558523/>.
- ฐิติมา พการัตน์สกุล และวิโรจน์ เกษภูบาลักษณ์. (2558). กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจเสื้อผ้าแฟชั่นผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์. *วารสารวิชาการ Veridian E-Journal*, 8(3), 538-552.
- ธัญญธร ศรีวิเชียร. (2561). กลยุทธ์การตลาดบริการสำหรับธุรกิจร้านผ้าพื้นเมืองในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. *วารสารวิชาการแพรวกาฬสินธุ์*, 5(1), 60-74.
- ธนาพันธ์ โตสัมพันธ์มงคล. (2558). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแบรนด์ยูนิโคล่ (Uniqlo) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ปิยมาภรณ์ ช่วยชูหนู. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางสังคมออนไลน์. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ภัทรานิชฐ์ ฉายสุวรรณคีรี. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าจากร้านค้าในเครือข่ายเฟซบุ๊กและอินสตาแกรม. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วรพจน์ ศิริรัตน์. (2563). ความน่าเชื่อถือของตราสินค้า และการรับรู้เอกลักษณ์ผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายผลิตภัณฑ์กล้อง Leica ในเขตกรุงเทพมหานคร. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน. (2563). *การทอผ้าในภาคเหนือแถบล้านนาไทย*. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 4 มกราคม 2565, จาก : <https://www.saranukromthai.or.th/sub/book/book.php?book=15&chap=5&page=t15-5-detail.html>.
- สำนักงานหม่อนไหมเฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ. (2563). การทอผ้าไหม. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 4 มกราคม 2565, จาก : <https://www.museumthailand.com/th/museum/The-Queen-Sirikit-Sericulture-Center>.
- Likert, R. (1967). The method of constructing and attitude scale. In M. Fishbein (Ed.), *Readings in attitude theory and measurement*. (pp. 90-95). New York: Wiley & Sons.
- บุคลากรกรม
นายจักรพงษ์ คำบุญเรือง.(ผู้ให้สัมภาษณ์). ณัฐพงษ์ ศรีใจวงศ์ (ผู้สัมภาษณ์).ที่ ศูนย์เรียนรู้ผ้าทอมือ อ.เสริมงาม.
เมื่อวันที่ 19 มกราคม 2560.