

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือ
ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

Factors Affecting Purchasing Decision on Handwoven Cotton Processing
Products in Muang District Chiang Rai Province

ภฤดา กาญจนพ่าย¹

Parueda Karnchanapayap

Received May 22, 2021 & Revise June 17, 2021 & Accepted June 30, 2021

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าฝ้ายทอมือของผู้บริโภค ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าฝ้ายทอมือของผู้บริโภค ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย 3.) เพื่อหาความสัมพันธ์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าฝ้ายทอมือของผู้บริโภค ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้บริโภคที่ซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าฝ้ายทอมือ จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ไค-สแควร์ (Chi-Square)

ผลการศึกษาพบว่า

ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าฝ้ายทอมือ โดยพิจารณาจากปัจจัยในภาพรวม พบว่าอยู่ในระดับมาก ปัจจัยทางด้านพฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าฝ้ายทอมือ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ที่ตัดสินใจซื้อประเภทเครื่องแต่งกาย, เหตุผลในการตัดสินใจซื้อไปใช้เอง, แหล่งข้อมูลเลือกเพื่อน, บุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อเลือกตัดสินใจเอง, ช่วงเวลาที่เลือกซื้อวันหยุดเสาร์-อาทิตย์, แหล่งที่เลือกซื้อเลือกงานแสดงสินค้าที่จัดขึ้นโดยหน่วยงานต่างๆ, เหตุผลที่เลือกซื้อจากแหล่งจำหน่ายเพราะผลิตภัณฑ์มีหลากหลายรูปแบบให้เลือก, ปริมาณในการซื้อแต่ละครั้งเลือกซื้อ 1-2 ชิ้นต่อครั้ง และจำนวนเงินในการซื้อแต่ละครั้งซื้อแต่ละครั้ง ไม่เกิน 800 บาท ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าฝ้ายทอมือ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05

คำสำคัญ : 1.ส่วนประสมทางการตลาด, 2.ผ้าทอมือ

¹ สถาบันวิทยาการจัดการแห่งแปซิฟิก Pacific Institute of Management Science

อาจารย์ประจำสถาบันวิทยาการจัดการแห่งแปซิฟิก Lecturer, Pacific Institute of Management Science

Email : karnchanapayapp@gmail.com

Abstract

This research aimed to study the factors of marketing mix affecting purchasing decision on handwoven cotton processing products in Muang District Chiang Rai Province, to study the consumers' purchasing behavior of handwoven cotton processing products in Muang District Chiang Rai Province, and to find out the relationship of the factors of marketing mix and the consumers' purchasing behavior of handwoven cotton processing products in Muang District Chiang Rai Province. The sample was 400 consumers who bought processing handwoven cotton products using questionnaires to collect data which the statistics used for data analysis were Percentage, Mean and Standard deviation, and Chi-Square analysis.

The results of the research have indicated that the factors of marketing mix affecting purchasing decision on handwoven cotton processing products in overall factor was high level, consider each factor were a high-level, namely product, price, distribution channel, and marketing promotion, respectively. The factor of consumers' purchasing behavior of handwoven cotton processing products in Muang District Chiang Rai Province as follows the products decide to bought was the apparel categories, the reason for making the decision was by the consumers themselves, information resources from friends, the individual involved in purchasing decisions was the consumer their own, the buying period on Saturday to Sunday, the expo which organized by various departments was shopping place which 1-2 pieces per time and the amount of each purchase does not exceed 1,000 baht. Furthermore, the relationship of the marketing mix factor and the consumers' purchasing behavior of handwoven cotton processing products in Muang District Chiang Rai Province was significantly different at a 0.05 confidence level.

Key words: 1.Marketing Mix, 2.Handwoven Cotton

1.บทนำ

กระแสนิยมไทย ภาพฝันที่ต้องผลักดันให้เป็นจริง หลายคนคงตั้งคำถามว่า หากประเทศไทยอยากส่งออกสินค้าวัฒนธรรมอย่างนั้นบ้าง ควรจะต้องทำอย่างไร ในยุค "ประเทศไทย 4.0" ยุทธศาสตร์ชาติตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560- 2579) ที่รัฐบาลได้ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมสนับสนุนและพัฒนามิติด้านวัฒนธรรม โดยการนำทรัพยากรทางวัฒนธรรมมาสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจนั้น คงไม่อาจสำเร็จเป็นผลได้ ถ้าขาดการปฏิรูปวัฒนธรรมและความร่วมมือร่วมใจ ของคนในชาติ ที่ต้องหันมานิยมความเป็นไทยและใช้สินค้าไทย สิ่งสำคัญที่สุดที่ทำให้ญี่ปุ่นและเกาหลีใต้พัฒนามาได้ไกลจนถึง ทุกวันนี้ คือความรักชาติ ความเป็นชาตินิยมอย่างสูงสุดสิ่งเหล่านี้ถือเป็น DNA สำคัญ ที่เราคงต้องปลูกฝังให้กับคนไทย ทุกคนเสียก่อน เพราะความเป็นประเทศบอกได้จากค่านิยมในประเทศ ประเทศไทยมีต้นทุนทางวัฒนธรรมที่สูงมาก เป็นเสมือน สินทรัพย์ที่ผ่านการสั่งสม จนเกิดเป็นมูลค่า การประยุกต์และบูรณาการทุนทางวัฒนธรรมมาใช้ ย่อมสามารถพัฒนา เศรษฐกิจไทยให้สดใสในอนาคตได้อย่างแน่นอน ทุนวัฒนธรรมทำให้เกิดมูลค่าเพิ่ม ทั้งยังเป็นจุดศูนย์กลางที่เชื่อมโยงกับทุน ประเภท

อื่นๆ ถือเป็นหัวใจที่สำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ คงไม่ไกลเกินเอื้อมที่เราหวังจะสร้างชาติด้วยวัฒนธรรม หากภาครัฐและเอกชนของไทยสามารถร่วมมือกันอย่างจริงจัง ในการสร้าง Brand Image ของประเทศ เฉก เช่นเดียวกับญี่ปุ่นและเกาหลีใต้ การสร้างกระแสนิยมไทย ต้องสร้างไปพร้อมกับ คุณภาพของสินค้าและบริการ ให้ควรค่าแก่การจดจำ เพื่อให้เกิดการซื้อซ้ำ และทำการบอกต่อ ถึงคุณค่าของสิ่งเหล่านั้น ซึ่งปัจจุบันมีชาวต่างชาติเป็นจำนวนมากที่ชื่นชมและชื่นชอบประเทศไทย ทั้งในเรื่องของวิถีวัฒนธรรม การท่องเที่ยว อาหาร การกิน รวมถึงวัฒนธรรมอาหารริมทางก็สามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศได้เช่นกัน (กรมส่งเสริมวัฒนธรรม, 2562)

ผ้าฝ้ายทอมือเป็นงานหัตถกรรมที่เกิดจากการสร้างสรรค์ของภูมิปัญญาพื้นบ้าน ที่ยังได้รับความนิยมจากชาวไทยและชาวต่างประเทศ เนื่องจากเป็นงานที่ผลิตขึ้นจากฝีมือมนุษย์มีความประณีตทุกขั้นตอน ตั้งแต่การย้อมด้วยสีธรรมชาติ การทอด้วยเส้นใยธรรมชาติที่สืบทอดกันมายาวนานตามวิธีการแบบโบราณ ซึ่งในปัจจุบัน ผ้าฝ้ายทอมือนอกจากจะใช้ตัดเย็บเสื้อผ้าเป็นเครื่องแต่งกายแล้ว ยังนำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ได้มากมายหลายชนิด เช่น กรอบรูปกระเป๋าใส่ของ กล่องแบบต่าง ๆ ผลิตภัณฑ์ตกแต่งบ้าน เฟอร์นิเจอร์ และ เครื่องนอน เป็นต้น นอกจากนี้การออกแบบลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์แสดงถึงวิถีชีวิตและวัฒนธรรมประจำท้องถิ่น จึงได้รับความนิยมจากชาวไทยและชาวต่างประเทศ ส่งผลต่อความนิยมของผู้บริโภคที่ชื่นชอบหัตถกรรมไทยได้ทุกยุคทุกสมัย และมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

เชียงราย เป็นจังหวัดที่อยู่เหนือสุดของประเทศไทย มีความหลากหลายทางด้านชาติพันธุ์ เช่น คนเมือง ชาวเขาเผ่ามูเซอ เย้า อาข่า ม้ง และกลุ่มชนไทลื้อ เป็นต้น เชียงรายนับได้ว่ามีกลุ่มชาติพันธุ์ที่สำคัญมากมายหลากหลายกลุ่มชาติพันธุ์ ที่มีถิ่นที่อยู่อาศัยดั้งเดิม ทั้งทางตอนใต้ของประเทศจีน และสองฟากฝั่งของแม่น้ำโขงตอนบน ทั้งฝั่งซ้ายและฝั่งขวา ซึ่งได้อพยพเข้ามาตั้งถิ่นฐานในประเทศไทยอยู่ตามหัวเมืองต่าง ๆ ในภาคเหนือตอนบน ดังเช่นเชียงราย และเนื่องด้วยความหลากหลายทางด้านกลุ่มชาติพันธุ์นั้น ทำให้ก่อเกิดอัตลักษณ์และศิลปะอันโดดเด่น ที่เป็นภูมิปัญญาซึ่งแสดงถึงวัฒนธรรม และการทอผ้าที่สืบทอดกันมาอย่างช้านาน และอยู่คู่กับวิถีชีวิตคนเชียงรายมาโดยตลอด คือ ผ้าฝ้ายทอมือ ซึ่งสตรีชาวลานนาในสมัยก่อนจะต้องทอผ้าเป็นทุกคนเพื่อทอไว้สำหรับใช้เองในครัวเรือน ชาวลานนาจึงมีวัฒนธรรมการแต่งกายที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัว สืบทอดจากบรรพบุรุษมาช้านาน และบ่งบอกถึงความเป็นชาติพันธุ์ได้อย่างชัดเจน โดยเฉพาะผ้าฝ้ายทอมือ ที่นิยมทอด้วยฝ้ายด้วยเส้นใยจากธรรมชาติ ซึ่งทำให้มีเอกลักษณ์ที่เฉพาะตัวที่มีลวดลายและใช้เทคนิคการทอตามที่สืบทอด ต่อกันมาตามแต่ละพื้นที่ ถูกใช้เป็นอัตลักษณ์เพื่อบ่งบอกความเป็นตัวตนและมีลวดลายเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว ผ้าฝ้ายทอมือ จึงนับได้ว่าเป็นงานศิลปหัตถกรรมที่ผลิตจากเส้นใยธรรมชาติ ด้วยฝีมือที่ละเอียด ประณีตงดงาม ทำให้ผ้าฝ้ายทอมือได้รับการยกย่อง และยอมรับให้เป็นผ้าแห่งวัฒนธรรมเครื่องนุ่งห่มคู่จังหวัดเชียงราย และอยู่คู่ล้านนาไทยมาโดยตลอด ดังจะเห็นได้จากความนิยมในการนำเอาผ้าฝ้ายทอมือ มาประยุกต์ใช้เป็นเครื่องแต่งกายของคนทุกระดับชั้นทั้งในชีวิตประจำวันและโอกาสพิเศษต่าง ๆ แต่ปัจจุบันได้กลายมาเป็นงานที่เสริมรายได้ให้กับหลายครอบครัวและชุมชนที่มีการทอผ้า ในปริมาณที่มากกว่า ความต้องการใช้เองภายในชุมชน ด้วยรูปแบบและสีสันได้รับการพัฒนาไปอย่างหลากหลาย รวมทั้งลวดลายและคุณภาพการทอ และมีการแปรรูปตัดเย็บผ้าฝ้ายทอมือเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง เช่น เสื้อ กระโปรง กางเกง ผ้าถุงสำเร็จ ผ้าพันคอ กระเป๋า รองเท้า และผลิตภัณฑ์อื่นๆ และเนื่องด้วยการพัฒนาที่หลากหลายรวมทั้งลวดลายและคุณภาพการทอทำให้ผ้าฝ้ายทอมือของจังหวัดเชียงรายนับได้ได้รับความนิยมกันอย่างแพร่หลายนับตั้งแต่ในอดีตจนถึงปัจจุบัน และนอกจากนี้จังหวัดเชียงรายยังเป็นแหล่งผลิตผ้าฝ้ายทอและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าฝ้ายทอมือที่สำคัญและผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือของจังหวัดเชียงรายนับยังได้รับการรับรองคุณภาพจากรัฐบาลให้เป็นสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ระดับ 5 ดาว ในกลุ่มประเภท

สินค้าหัตถกรรมผ้าฝ้ายทอมือที่สามารถสร้างรายได้ให้กับจังหวัดเป็นลำดับต้นๆ ของจังหวัดของผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ทั้งหมด โดยแสดงให้เห็นว่า สินค้าหัตถกรรมผ้าฝ้ายทอมือสามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชนและจังหวัดเชิงรายได้อย่างยิ่ง

การศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าฝ้ายทอมือของผู้บริโภค ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย รูปแบบและพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค เพื่อให้ผู้ผลิตผ้าฝ้ายและผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือได้นำไปเป็นแนวทางในการวางแผนการผลิต การตลาด การคัดเลือกรูปแบบผลิตภัณฑ์ การปรับปรุงรูปแบบคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้มีประสิทธิภาพและตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าฝ้ายทอมือของผู้บริโภค ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าฝ้ายทอมือของผู้บริโภค ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย
3. เพื่อหาความสัมพันธ์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าฝ้ายทอมือของผู้บริโภค ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

3. สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยทางการตลาดมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจของซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าฝ้ายทอมือของผู้บริโภค ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย
2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าฝ้ายทอมือของผู้บริโภค ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

4. ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรและหน่วยวิเคราะห์

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ที่เป็นผู้ให้ข้อมูล คือ กลุ่มผู้บริโภคที่ซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าฝ้ายทอมือของผู้บริโภค ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย จำนวน 400 คน

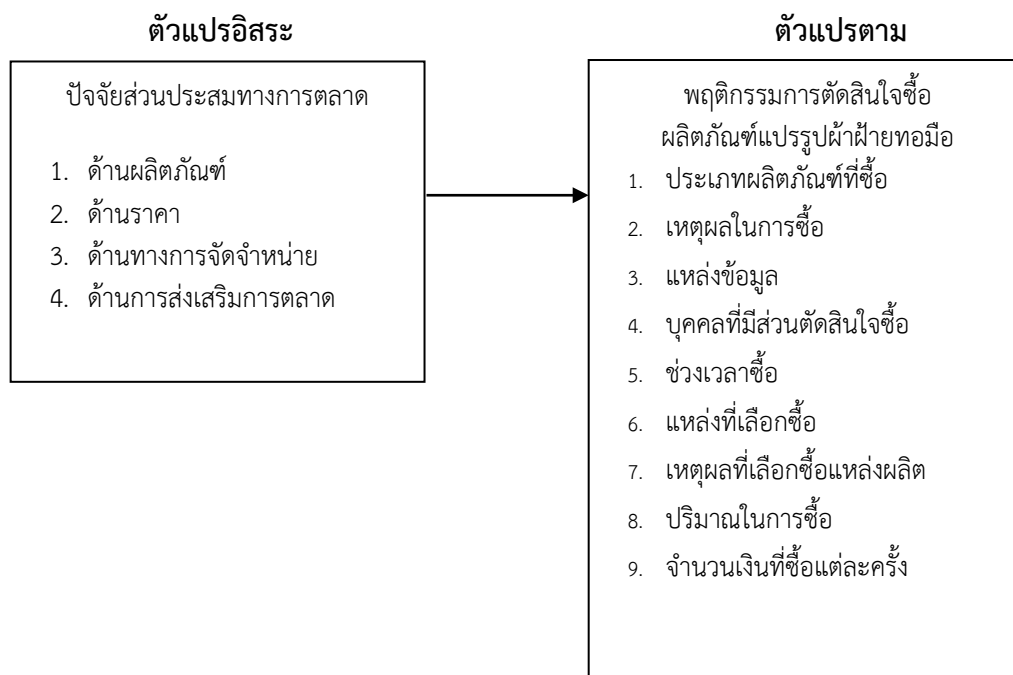
ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ กลุ่มผู้บริโภคที่ ผลิตผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าฝ้ายทอมือของผู้บริโภค ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงรายผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรคำนวณของคอคแรน (Cochran,1997) จำนวน 400 คน
 2. ขอบเขตด้านเนื้อหา
การศึกษานี้มุ่งเน้นศึกษา ปัจจัยทางการตลาดผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าฝ้ายทอมือของผู้บริโภค ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงรายคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด
 3. ขอบเขตด้านเวลาในการวิจัยระหว่างเดือนธันวาคม พ.ศ.2561 ถึงเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ.2563
- เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือในการวิจัย เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคล จำนวน 5 ข้อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าฝ้ายทอมือของผู้บริโภค ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงราย เป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) ประกอบด้วยข้อความ และแบบสอบถามปลายเปิด สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และการวิเคราะห์ไค-สแควร์ (Chi-Square) ซึ่งมีขั้นตอนการสร้างและการตรวจสอบเครื่องมือ โดยนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วเสนอให้ผู้เชี่ยวชาญ เพื่อพิจารณาความตรงของเนื้อหา (Content Validity) โดยหาค่าความสอดคล้องของข้อคำถามและวัตถุประสงค์ของการวิจัย IOC (Index of Item-Objective Congruence) ได้ค่าดัชนีความสอดคล้อง ≥ 0.50 ขึ้นไป และนำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (Try out) กับผู้บริโภคที่ซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าฝ้ายทอมือของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน โดยความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามทั้งฉบับ ด้วยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -coefficient) ของคอนบราช (Conbrach) ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.7 ขึ้นไป เฉลี่ยรวมได้ 0.80

5.กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการวิจัยครั้งนี้ ได้ศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าฝ้ายทอมือของผู้บริโภค ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย มาเป็นกรอบแนวคิด สรุปได้ดังภาพ



6.ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าฝ้ายทอมือในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย สรุปผลการวิจัย ดังนี้

1.ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าฝ้ายทอมือในเขตอำเภอเมือง จังหวัด เชียงราย สามารถสรุปดังตารางที่ 1 ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าฝ้ายทอมือในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ในภาพรวม

ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าฝ้ายทอมือ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับการตัดสินใจ
ด้านผลิตภัณฑ์	4.12	0.676	มาก
ด้านราคา	4.10	0.752	มาก
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.07	0.628	มาก
ด้านการส่งเสริมการขาย	4.06	0.709	มาก
ในภาพรวม	4.09	0.659	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าฝ้ายทอมือ โดยพิจารณาจากปัจจัยทางด้านการตลาด ด้านภาพรวมในแต่ละด้านโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากทุกด้าน ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.09 โดยให้ความสำคัญด้านภาพรวมในแต่ละด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 และด้านการส่งเสริมการขาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 สามารถสรุปเป็นรายด้าน ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าฝ้ายทอมือในเขตอำเภอเมือง จังหวัด เชียงราย อยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.10 โดยให้ความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับองค์ประกอบย่อย คือ ประโยชน์ในการใช้งาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 รองลงมา คุณภาพของผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 ความคงทนในการใช้งาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 การออกแบบของผลิตภัณฑ์ทันสมัย สวยงาม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 และผลิตภัณฑ์มีความหลากหลาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 ให้ความสำคัญเป็นลำดับสุดท้าย

ด้านราคาปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าฝ้ายทอมือ โดยพิจารณาจากปัจจัยทางด้านการตลาด ด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมากทุกองค์ประกอบย่อย ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.10 โดยให้ความสำคัญด้านราคาอยู่ในระดับองค์ประกอบย่อย คือ ราคามีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 รองลงมา สามารถต่อรองราคาได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 และมีป้ายแสดงราคาอย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ให้ความสำคัญเป็นลำดับสุดท้าย

ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าฝ้ายทอมือ โดยพิจารณาจากปัจจัยทางด้านการตลาด ด้านสถานที่จัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมากทุกองค์ประกอบย่อย ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.10 โดยให้ความสำคัญด้านสถานที่จัดจำหน่ายอยู่ในระดับองค์ประกอบย่อย คือ ความสะอาดของร้าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 รองลงมา บรรยากาศการจัดตกแต่งร้านที่สวยงาม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 ความสะดวกในการเดินทางมาซื้อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 ที่ตั้งของร้านใกล้แหล่งชุมชน หาง่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 และสถานที่จอดรถสะดวก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 ให้ความสำคัญเป็นลำดับสุดท้าย

ด้านส่งเสริมการตลาดปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าฝ้ายทอมือ โดยพิจารณาจากปัจจัยทางด้านการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมากทุกองค์ประกอบย่อย ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวม

เท่ากับ 4.06 โดยให้ความสำคัญด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับองค์ประกอบย่อย คือ มีพนักงานขายให้คำแนะนำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 รองลงมา มีของแถม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 การลดราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 และการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 ให้ความสำคัญเป็นลำดับสุดท้าย

1. ปัจจัยทางด้านพฤติกรรมที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าฝ้ายทอมือในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

ประเภทของผลิตภัณฑ์ที่ตัดสินใจซื้อ พบว่า ซื้อเครื่องแต่งกาย คิดเป็นร้อยละ 71.50 รองลงมา ปลอกหมอน คิดเป็นร้อยละ 49.50 ผ้าปูที่นอน คิดเป็นร้อยละ 47.50 ผ้าปูโต๊ะคิดเป็นร้อยละ 44.80 ผ้ามาว คิดเป็นร้อยละ 39.80 ผ้าคลุมเตียง คิดเป็นร้อยละ 38.50 ที่รองแก้ว คิดเป็นร้อยละ 33.50 กระเป๋า คิดเป็นร้อยละ 29.30 ซองใส่ปากกา คิดเป็นร้อยละ 15.00 และผู้ให้ข้อมูลส่วนน้อยที่เลือกประเภทของผลิตภัณฑ์ที่ตัดสินใจซื้อ ซองใส่โทรศัพท์มือถือ คิดเป็นร้อยละ 14.00

วัตถุประสงค์ในการซื้อ พบว่า ซื้อไปใช้เอง คิดเป็นร้อยละ 62.20 รองลงมา ซื้อเป็นของขวัญ/ของขวัญ คิดเป็นร้อยละ 19.70 ซื้อไปขายต่อ คิดเป็นร้อยละ 6.80 ซื้อเป็นของฝากในโอกาสต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 6.30 และผู้ให้ข้อมูลส่วนน้อยที่เลือกตอบ มีผู้ฝากซื้อ คิดเป็นร้อยละ 5.00

การทราบข้อมูลผลิตภัณฑ์ พบว่า เลือกเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 21.00 รองลงมา เลือกข้อมูลจากผู้ที่เคยใช้ คิดเป็นร้อยละ 10.70 พนักงานขาย และสื่ออินเทอร์เน็ตเว็บไซต์ มีค่าเฉลี่ยที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 10.50 สื่อวิทยุ/โทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 10.00 บุคคลในครอบครัว และจากการประชาสัมพันธ์ของผู้ผลิต มีค่าเฉลี่ยที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 9.00 จากการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานราชการ คิดเป็นร้อยละ 7.80 Facebook/Line คิดเป็นร้อยละ 7.50 และผู้ให้ข้อมูลส่วนน้อยที่เลือกตอบ สิ่งตีพิมพ์คิดเป็นร้อยละ 4.00

ช่วงเวลาที่เลือกซื้อของผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ พบว่า วันหยุดเสาร์-อาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 68.50 รองลงมา วันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) คิดเป็นร้อยละ 18.00 และผู้ให้ข้อมูลส่วนน้อยที่เลือกตอบวันหยุดนักขัตฤกษ์/เทศกาลต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 13.50 ตาม

แหล่งที่เลือกซื้อของผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ พบว่า เลือกลงงานแสดงสินค้าที่จัดขึ้นโดยหน่วยงานต่าง ๆ คิดเป็นร้อยละ 55.00 รองลงมา ถนนคนเดินภาคเจียงฮายลำปาง คิดเป็นร้อยละ 54.50 แหล่งผลิต คิดเป็นร้อยละ 47.80 จากร้านค้าทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 35.00 และผู้ให้ข้อมูลส่วนน้อยที่เลือกตอบศูนย์หัตถกรรม คิดเป็นร้อยละ 34.50 และไม่มีผู้ให้ข้อมูลเลือกตอบที่มีผู้มาเสนอขาย

บุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าฝ้ายทอมือของผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ พบว่า เลือกเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 46.20 รองลงมา ตัดสินใจเอง คิดเป็นร้อยละ 21.70 พนักงานขาย คิดเป็นร้อยละ 18.30 และผู้ให้ข้อมูลส่วนน้อยที่เลือกตอบบุคคลในครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 13.80

เหตุผลที่ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าฝ้ายทอมือของผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ พบว่า เลือกตอบเป็นการสนับสนุนสินค้าไทยคิดเป็นร้อยละ 70.30 รองลงมา ชื่นชอบในสินค้าหัตถกรรมไทย คิดเป็นร้อยละ 68.00 และผู้ให้ข้อมูลส่วนน้อยที่เลือกตอบ ชื่นชอบในรูปแบบของสินค้า คิดเป็นร้อยละ 64.80

ปริมาณในการซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าฝ้ายทอมือในแต่ละครั้ง ของผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ พบว่า เลือกซื้อ 1-2 ชิ้นต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 73.50 รองลงมา เลือกซื้อ 3-4 ชิ้นต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 13.80 เลือกซื้อ 5-6 ชิ้นต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 8.50 และผู้ให้ข้อมูลส่วนน้อยที่เลือกตอบเลือกซื้อ 7 ชิ้นขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 4.20

จำนวนเงินในการซื้อแต่ละครั้ง ของผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ พบว่า มีจำนวนเงินในการซื้อแต่ละครั้ง ไม่เกิน 800 บาท คิดเป็นร้อยละ 40.80 รองลงมา มีจำนวนเงินในการซื้อแต่ละครั้ง 801 -1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 34.00 มีจำนวนเงินในการซื้อแต่ละครั้ง 1,001 -2,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 11.30 มีจำนวนเงินในการซื้อแต่

ละครั้ง 2,001 -3,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 5.80 มีจำนวนเงินในการซื้อแต่ละครั้ง 3,001 -4,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 4.80 และผู้ให้ข้อมูลส่วนน้อยที่เลือกตอบมีจำนวนเงินในการซื้อแต่ละครั้ง 4,001 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 3.50 ตามลำดับ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าฝ้ายทอมือ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าฝ้ายทอมือ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

7.อภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าฝ้ายทอมือในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย มีข้อค้นพบ ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าฝ้ายทอมือ โดยพิจารณาจากปัจจัยทางด้านการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก อาจเป็นเพราะผู้บริโภคให้ความสำคัญของประโยชน์ในการใช้งาน รวมถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ความคงทนในการใช้งาน การออกแบบของผลิตภัณฑ์ทันสมัย สวยงาม และผลิตภัณฑ์มีความหลากหลาย สอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler (1994) กล่าวว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความสนใจ (attention) ความอยากได้ (acquisition) การใช้ (using)ผลิตภัณฑ์ที่มีองค์ประกอบหลายประการที่จะแสดงบทบาทในการถ่ายทอดความคิดหรือสื่อความหมายไปยังผู้บริโภค ในกรณีของผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือ ได้แก่ คุณภาพ วัตถุดิบที่นำมาใช้ผลิต การออกแบบบรรจุภัณฑ์ ซึ่งองค์ประกอบเหล่านี้ล้วนเป็นภาพรวมของผลิตภัณฑ์และปัจจัยเหล่านี้ย่อมต้องตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค โดยถ้าพิจารณาบทบาทของผลิตภัณฑ์ทางการสื่อสารที่สร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคแล้ว ความพึงพอใจ และสอดคล้องกับการวิจัยของ **รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร (2559)** ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือในเขตอำเภอเมือง เชียงใหม่: นัยยะเพื่อการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาด ตามความต้องการของผู้ซื้อพบว่า ส่วนประสมทางการตลาดให้ความสำคัญในด้านผลิตภัณฑ์ที่มีรูปแบบสวยงาม ด้านราคาเหมาะสมกับคุณภาพ

ด้านราคา ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าฝ้ายทอมือ โดยพิจารณาจากปัจจัยทางด้านการตลาด อยู่ในระดับมาก เป็นเพราะว่าผู้บริโภคเห็นว่าราคามีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ที่ซื้อ และสามารถต่อรองราคาได้ อีกทั้งมีป้ายแสดงราคาอย่างชัดเจน สอดคล้องกับการวิจัย **น้ำฝน คงสกุล และคณะ (2559)** ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้า OTOP ที่ผลิตโดยกลุ่มผ้าฝ้ายทอมือ ตำบลหนองหลวง อำเภอเมือง จังหวัดตาก พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลการเลือกซื้อสินค้า OTOP ที่ผลิตโดยกลุ่มผ้าฝ้ายทอมือ ตำบลหนองหลวง อำเภอเมือง จังหวัดตาก ด้านราคาอยู่ในระดับมาก และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ **สหัสวรรษ ปันทา (2552)** ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าฝ้ายทอมือ ในเขตอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าฝ้ายทอมือ มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ใน

ระดับมาก ดังนั้นผู้ประกอบการควรผลิตสินค้าผ้าฝ้ายทอมือให้มีคุณภาพเหมาะสมกับราคาก็จะส่งผลให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อและบอกต่อรวมถึงการกลับมาซื้อซ้ำ

ด้านสถานที่จัดจำหน่าย พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าฝ้ายทอมือในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย อยู่ในระดับมาก อาจเป็นเพราะว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญด้านสถานที่จัดจำหน่าย ความสะอาดของร้าน บรรยากาศการจัดตกแต่งร้านที่สวยงาม ความสะดวกในการเดินทางมาซื้อ ที่ตั้งของร้าน ใกล้แหล่งชุมชน ง่าย และสถานที่จอดรถสะดวก ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าฝ้ายทอมือในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย อยู่ในระดับมาก เป็นเพราะว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญของการจัดโปรโมชั่น สอดคล้องกับสุภัสรา บุญเรือง และคณะ (2559) ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาตลาดผ้าทอไทลื้อในเขตอำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา พบว่า ด้านการส่งเสริมการตลาด ควรจัดให้มี กิจกรรมส่งเสริมการตลาด เช่น การลดราคา ผู้ผลิตควร แสดงเครื่องหมายรางวัลที่ได้รับไว้ที่บริเวณจำหน่าย ผลิตภัณฑ์หรือติดไว้ที่ตัวผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ผู้บริโภคจะ ได้รู้จัก ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มอย่างแพร่หลายมากขึ้น และเป็นการสร้างความเชื่อมั่นในตัวผลิตภัณฑ์ให้แก่ผู้บริโภคได้ ดังนั้นผู้ประกอบการควรมีการจัดโปรโมชั่นทุกเทศกาล หรือประจำปี เพิ่มมากขึ้นเพื่อกระตุ้นการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

2. ปัจจัยทางด้านพฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าฝ้ายทอมือ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ที่ตัดสินใจซื้อประเภทเครื่องแต่งกาย, เหตุผลในการตัดสินใจซื้อไปใช้เอง, แหล่งข้อมูลเลือกเพื่อน, บุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อเลือกตัดสินใจเอง, ช่วงเวลาที่เลือกซื้อวันหยุดเสาร์-อาทิตย์, แหล่งที่เลือกซื้อเลือกงานแสดงสินค้าที่จัดขึ้นโดยหน่วยงานต่างๆ, เหตุผลที่เลือกซื้อจากแหล่งจำหน่ายเพราะผลิตภัณฑ์มีหลากหลายรูปแบบให้เลือก, ปริมาณในการซื้อแต่ละครั้งเลือกซื้อ 1-2 ชิ้นต่อครั้ง และจำนวนเงินในการซื้อแต่ละครั้งซื้อแต่ละครั้ง ไม่เกิน 800 บาท สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภัสรา บุญเรือง และคณะ (2559) ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาตลาดผ้าทอไทลื้อในเขตอำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา พบว่า พฤติกรรมผู้บริโภค ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะพิจารณาตัดสินใจเลือกซื้อผ้าทอจากชื่อเสียงของแหล่งผลิตที่มีมานาน นิยมเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอสีพื้นและผ้าทอจกกลาย เฉดสีเข้มลวดลายน้ำไหล ส่วนใหญ่นิยมซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อใช้เอง โดยผู้บริโภคจะทำการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ด้วยตนเองและไม่มีการนับจำนวนครั้งในการซื้อผลิตภัณฑ์ในแต่ละเดือน เหตุผลที่ตัดสินใจซื้อเนื่องจากผลิตภัณฑ์ทำจากผ้าฝ้าย สวมใส่สบาย มีคุณภาพ และทนทาน

3. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าฝ้ายทอมือ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าผู้บริโภคมีความละเอียดรอบคอบในการซื้อสินค้ามากขึ้น สอดคล้องกับ

8. ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1. ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้วิจัยเสนอให้ควรเน้นไปที่ประโยชน์ในการใช้งานของผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าฝ้ายทอมือเป็นหลัก อีกทั้งควรที่จะมีการรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้มีมาตรฐาน เพื่อให้ผู้บริโภคมั่นใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ และในผลิตภัณฑ์ควรที่จะมีความคงทนในการใช้งาน ผู้ผลิตควรที่จะมีการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ทันสมัย สวยงาม และมีรูปแบบที่หลากหลาย เพื่อที่จะครอบคลุมกับความต้องการของผู้บริโภคให้มากที่สุด

2. ด้านราคา ผู้วิจัยเสนอให้ผู้ผลิตให้ความสำคัญกับเรื่องของราคาที่มีความเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า ดังนั้นผู้ประกอบการควรตั้งราคาให้เหมาะสมกับคุณภาพสินค้ากับสถานะเศรษฐกิจ มีราคาที่สามารถต่อรองราคาได้ และมีป้ายแสดงราคาอย่างชัดเจน อีกทั้งผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะควรที่จะมีการเพิ่มช่องทางการชำระเงิน ให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า เช่น การโอนเงินผ่านธนาคาร บัตรเครดิต พร้อมเพย์ และคิวอาร์โค้ด (QR Code) สำหรับสแกนและชำระเงิน เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้มากยิ่งขึ้น

3. ด้านสถานที่จัดจำหน่าย ผู้วิจัยเสนอให้เน้นในเรื่องความสะดวกของร้าน บรรยากาศการจัดตกแต่งร้านที่สวยงาม ความสะดวกในการเดินทางมาซื้อ ที่ตั้งของร้านใกล้แหล่งชุมชนหาง่าย และสถานที่จอดรถสะดวก เป็นสำคัญ

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้วิจัยเสนอให้เน้นในเรื่องให้มีพนักงานขายให้คำแนะนำข้อมูลในตัวผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าฝ้ายทอมือ พร้อมกับเน้นให้พนักงานขายมีอัธยาศัยและบริการดีกับลูกค้า และเสนอให้มีการจัดของแถม การลดราคา และการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เพื่อสร้างแรงจูงใจในการซื้อให้กับผู้ซื้ออย่างสม่ำเสมอ เป็นสำคัญ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. คว้าศึกษาเรื่อง การพัฒนาการตลาดผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าฝ้ายทอมือในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

2. คว้าศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของกลุ่มผู้ผลิตผ้าฝ้ายทอมือ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

9.เอกสารอ้างอิง

กรมส่งเสริมวัฒนธรรม. (2562). วัฒนธรรม คุณค่าสู่มูลค่า. ระบบออนไลน์. แหล่งที่มา :

http://www.culture.go.th/culture_th/ewt_news.php?nid=3972&filename=index.

น้ำฝน คงสกุล และคณะ. (2559). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้า OTOP ที่ผลิตโดยกลุ่มผ้าฝ้ายทอมือ ตำบลหนองหลวง อำเภอเมือง จังหวัดตาก. ตาก: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนาตาก.

รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร. (2559). พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่: นัยยะเพื่อการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดตามความต้องการของผู้ซื้อ. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ภาคพายัพ เชียงใหม่.

สหสวรรค์ ปันทา. (2552). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าฝ้ายทอมือในอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่. ปริญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. สาขาวิชาบริหารธุรกิจ. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

สุภัสรา บุญเรือง และคณะ. (2559). แนวทางการพัฒนาตลาดผ้าทอไทลื้อในเขตอำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา. วารสารวิชาการสถาบันวิทยาการจัดการแห่งแปซิฟิก.2(2), 109-121

Kotler. 1994. Marketing management. 11th ed. New Jersey: Pearson Education.