

บทที่ 4

ผลการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์กระเป๋าค่าใหม่แพรวบ้าน โพน อำเภอคำม่วง จังหวัดกาฬสินธุ์ เป็นการศึกษาเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์กระเป๋าค่าใหม่แพรวบ้าน โพน อำเภอคำม่วง จังหวัดกาฬสินธุ์ และเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์กระเป๋าค่าใหม่แพรวบ้าน โพน อำเภอคำม่วง จังหวัดกาฬสินธุ์ ที่ได้พัฒนาขึ้น จำนวน 200 คน โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม จากนั้นนำข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติ และนำเสนอผลการวิเคราะห์ในรูปแบบตารางประกอบการบรรยาย โดยแบ่งเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 สถานภาพส่วนบุคคลของกลุ่มผู้บริโภค วิเคราะห์ข้อมูลโดยแจกแจงความถี่และหาค่าร้อยละ (ดูตาราง 1-2)

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ที่ได้พัฒนาขึ้นในด้านรูปแบบ ประโยชน์ใช้สอย และราคา วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (ดูตาราง 3-8)

ตอนที่ 3 เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภคในด้านรูปแบบ ประโยชน์ใช้สอย และราคา โดยจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ โดยการทดสอบค่าที่ (t test) แบบ independent และวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (one-way ANOVA) หากพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จะทำการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe' (ดูตาราง 9-25)

ตอนที่ 1 สถานภาพส่วนบุคคลของกลุ่มผู้บริโภค

ผลการวิเคราะห์สถานภาพส่วนบุคคลของกลุ่มผู้บริโภคผลิตภัณฑ์กระเป๋ากลับจากผ้าไหมแพรวา บ้านโพน อำเภอคำม่วง จังหวัดกาฬสินธุ์ จำนวน 200 คน ผู้วิจัยได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาทั้งสิ้น 200 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100 สามารถจำแนกสถานภาพของกลุ่มผู้บริโภค โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ตาราง 1

จำนวนและร้อยละของกลุ่มผู้บริโภคผลิตภัณฑ์กระเป๋ากลับจากผ้าไหมแพรวา บ้านโพน อำเภอคำม่วง จังหวัดกาฬสินธุ์ จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล (n = 200)

สถานภาพส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	55	27.5
หญิง	145	72.5
อายุ		
น้อยกว่า 30 ปี	58	29.0
31-45 ปี	79	39.5
46 ปีขึ้นไป	63	31.5
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	100	50.0
ปริญญาตรี	54	27.0
สูงกว่าปริญญาตรี	46	23.0
อาชีพ		
นักเรียน นักศึกษา	14	7.0
พนักงานบริษัทเอกชน	10	5.0
รับราชการและรัฐวิสาหกิจ	69	34.5
ธุรกิจส่วนตัวและอื่น ๆ	107	53.5



ตาราง 1 (ต่อ)

สถานภาพส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รายได้เฉลี่ยปัจจุบันต่อเดือน		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	23	11.5
10,001-20,000 บาท	31	15.5
20,001-30,000 บาท	29	14.5
30,001 บาทขึ้นไป	117	58.5

จากตาราง 1 พบว่า กลุ่มผู้บริโภครผลิตภัณฑ์กระเป๋าผ้าไหมแพรวาบ้านโพนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 145 คน (ร้อยละ 72.5) ที่เหลือเป็นเพศชาย จำนวน 55 คน (ร้อยละ 27.5) มีอายุอยู่ระหว่าง 31-45 ปีมากที่สุด จำนวน 79 คน (ร้อยละ 39.5) รองลงมา มีอายุ 46 ปีขึ้นไป จำนวน 63 คน (ร้อยละ 31.5) และอายุน้อยกว่า 20 ปี จำนวน 58 คน (ร้อยละ 29.0) ตามลำดับ ระดับการศึกษามีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 100 คน (ร้อยละ 50.0) รองลงมาปริญญาตรี จำนวน 54 คน (ร้อยละ 27.0) สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 46 คน (ร้อยละ 23.0) อาชีพของผู้บริโภคส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจส่วนตัวและอื่น ๆ จำนวน 107 คน (ร้อยละ 53.5) รองลงมา รับราชการและรัฐวิสาหกิจ จำนวน 69 คน (ร้อยละ 34.5) นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 14 คน (ร้อยละ 7) รายได้ต่อเดือนของผู้บริโภคส่วนใหญ่ 30,000 บาทขึ้นไป จำนวน 117 คน (ร้อยละ 58.5) รองลงมา รายได้ 10,001-20,000 บาท จำนวน 31 คน (ร้อยละ 15.5) รายได้ 20,001-30,000 บาท จำนวน 29 คน (ร้อยละ 14.5) รายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 23 คน (ร้อยละ 11.5)

ตาราง 2

จำนวนและร้อยละของผู้บริโภคจำแนกตามเหตุผลใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมไทย

(n = 200)

เหตุผลใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมไทย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ความสวยงามของเนื้อผ้า	160	80.0
สีสันทันและลวดลายสวยงาม	164	82.0
คุณภาพการทอ	113	56.5
ประโยชน์การใช้สอย	116	58.0
ราคาที่เหมาะสม	126	63.0
ส่งเสริมอาชีพแก่คนในชุมชน	149	74.5
อื่น ๆ โปรรระบุ	22	11.0

จากตาราง 2 พบว่า กลุ่มผู้บริโภคพิจารณาเหตุผลใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมไทย ส่วนใหญ่ด้านสีสันทันและลวดลายสวยงามจำนวน 164 คน (ร้อยละ 82) ความสวยงามของเนื้อผ้า จำนวน 160 คน (ร้อยละ 80) ส่งเสริมอาชีพแก่คนในชุมชน จำนวน 149 คน (ร้อยละ 74.5) ราคาที่เหมาะสม จำนวน 126 คน (ร้อยละ 63) ประโยชน์การใช้สอย จำนวน 116 คน (ร้อยละ 58) คุณภาพการทอจำนวน 113 คน (ร้อยละ 56.5) และเหตุผลใจอื่น ๆ จำนวน 22 คน (ร้อยละ 11)

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์กระเป๋ามาจากผ้าไหมแพรวา
บ้านโพน อำเภอคำม่วง จังหวัดกาฬสินธุ์ ในด้านรูปแบบ
ประโยชน์ใช้สอย และราคา

ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อด้านแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋ามาจากผ้าไหมแพรวาบ้านโพน อำเภอคำม่วง จังหวัดกาฬสินธุ์ จำนวน 3 ขนาด คือ

1. กระเป๋านขนาดเล็ก
2. กระเป๋ากลาง
3. กระเป๋านขนาดใหญ่

ซึ่งกระเป๋าทั้ง 3 ขนาด ผลิต 3 รูปทรง คือ ทรงกลม ทรงสี่เหลี่ยม และ ทรงอิสระ รวมกระเป๋าทั้งหมดจำนวน 9 ใบ

กลุ่มผู้บริโภคจำนวน 200 คน ผู้วิจัยได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาทั้งสิ้น 200 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100 ผลปรากฏมีรายละเอียด ดังนี้

ตาราง 3

ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์กระดาษชำระเปียกผ้าไหมแพรวาบ้านโปง อำเภอกำม่วง จังหวัดกาฬสินธุ์ ขนาดเล็กโดยภาพรวมทั้ง 3 ด้าน

(n = 200)

ประเด็นพิจารณา	ทรงกลม			ทรงสี่เหลี่ยม			ทรงอิสระ		
	\bar{X}	SD	ระดับ	\bar{X}	SD	ระดับ	\bar{X}	SD	ระดับ
1. ด้านรูปแบบ	3.77	.59	มาก	3.96	.54	มาก	4.12	.49	มาก
2. ประโยชน์ใช้สอย	4.06	.51	มาก	4.03	.58	มาก	4.13	.54	มาก
3. ด้านราคา	4.10	.63	มาก	4.18	.60	มาก	4.16	.54	มาก
รวม	3.98	.47	มาก	4.06	.46	มาก	4.14	.45	มาก

จากตาราง 3 พบว่า กลุ่มผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์กระเป๋านาขนาดเล็ก จากผ้าไหมแพรวาบ้านโพน อำเภอคำม่วง จังหวัดกาฬสินธุ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุดทั้ง 3 รูปทรง โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ รูปทรงอิสระ ($\bar{X} = 4.14$) รูปทรงสี่เหลี่ยม ($\bar{X} = 4.06$) และรูปทรงกลม ($\bar{X} = 3.98$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านรูปแบบมีความพึงพอใจระดับมากที่สุดทั้ง 3 รูปทรง คือ รูปทรงอิสระ ($\bar{X} = 4.12$) รูปทรงสี่เหลี่ยม ($\bar{X} = 3.96$) และรูปทรงกลม ($\bar{X} = 3.77$) ด้านประโยชน์ใช้สอยมีความพึงพอใจระดับมากที่สุดทั้ง 3 รูปทรง คือ รูปทรงอิสระ ($\bar{X} = 4.13$) รูปทรงกลม ($\bar{X} = 4.06$) และรูปทรงสี่เหลี่ยม ($\bar{X} = 4.03$) และด้านราคามีความพึงพอใจระดับมากที่สุดทั้ง 3 รูปทรง คือ รูปทรงสี่เหลี่ยม ($\bar{X} = 4.18$) รูปทรงอิสระ ($\bar{X} = 4.16$) และรูปทรงกลม ($\bar{X} = 4.10$)

ตาราง 4

ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อกระป๋องขนาดเล็ก รูปทรงกลม ทรงสี่เหลี่ยม และทรงอิสระ ในด้านรูปแบบประโยชน์ใช้สอย และราคาเป็นรายข้อ (n = 200)

	ทรงกลม		ทรงสี่เหลี่ยม		ทรงอิสระ	
	\bar{X}	SD	ระดับ ความพึงพอใจ	\bar{X}	SD	ระดับ ความพึงพอใจ
ประเด็นพิจารณา						
ด้านรูปแบบ						
รูปแบบกระป๋องสวยงาม อยู่ในความนิยมเสมอ	3.55	.80	มาก	3.70	.91	มาก
ดีต้น โดยรวมเหมาะสมกับรูปแบบกระป๋อง	3.91	.84	มาก	3.93	.77	มาก
ลดลายมีขนาดสัดส่วนเหมาะสมกับรูปแบบกระป๋อง	3.83	.79	มาก	4.09	.73	มาก
การจัดวางตำแหน่งลดลายสมดุลเหมาะสมกับรูปแบบกระป๋อง	3.77	.86	มาก	4.01	.67	มาก
รูปแบบกระป๋องเหมาะสมที่จะนำไปผลิตเพื่อจำหน่าย	3.80	1.01	มาก	4.10	.85	มาก
รวม	3.77	.59	มาก	3.96	.54	มาก
ด้านประโยชน์ใช้สอย						
กระป๋องเปิด-ปิด สะดวก	4.07	.70	มาก	4.01	.85	มาก
ลดลายและดีต้นโดยรวมใช้งานได้หลายโอกาส	4.00	.61	มาก	4.11	.64	มาก
คุณภาพดี แข็งแรง ทนทานสอดคล้องกับการใช้งานของกระป๋อง	3.88	.72	มาก	3.91	.86	มาก
น้ำหนักพอดี สะดวกสบายและใช้งานได้ง่าย	4.35	.57	มาก	4.11	.75	มาก
สามารถใช้ร่วมกับเครื่องแต่งกายอื่น ๆ ได้อย่างกลมกลืน	4.01	.77	มาก	4.04	.73	มาก
รวม	4.06	.51	มาก	4.03	.58	มาก

ตาราง 4 (ต่อ)

ประเด็นพิจารณา	ทรงกลม		ทรงสี่เหลี่ยม		ทรงอิสระ	
	\bar{X}	SD	ระดับ ความพึงพอใจ	\bar{X}	SD	ระดับ ความพึงพอใจ
ด้านราคา						
ราคาเหมาะสมตามคุณค่าของผ้าไหมแพรวา	4.04	.69	มาก	4.14	.73	มาก
ราคาเหมาะสมกับวัตถุดิบที่นำมาใช้ในการผลิต	4.17	.71	มาก	4.16	.66	มาก
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพและความประณีตสวยงาม	4.01	.69	มาก	4.08	.69	มาก
ราคาเหมาะสมกับขนาดและโอกาสการใช้งาน	4.11	.74	มาก	4.20	.67	มาก
ราคาเหมาะสมกับกลุ่มผู้บริโภคชาวไทย	4.17	.88	มาก	4.33	.73	มาก
รวม	4.10	.63	มาก	4.18	.60	มาก

จากตาราง 4 พบว่า กลุ่มผู้บริโภคผลิตภัณฑ์กระเป๋าจากผ้าไหมแพรวา บ้านโพน อำเภอกำแพง จังหวัดกาฬสินธุ์ ขนาดเล็ก 3 รูปทรง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุดทั้ง 3 ด้าน เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า

ด้านรูปแบบ ผู้บริโภคมีความพึงพอใจโดยภาพรวมมากที่สุด 3 รูปทรง คือ รูปทรงอิสระ ($\bar{X} = 4.12$) รองลงมารูปทรงสี่เหลี่ยม ($\bar{X} = 3.96$) และรูปทรงกลม ($\bar{X} = 3.77$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า รูปทรงอิสระมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การจัดวางตำแหน่งลวดลายสมดุลเหมาะสมกับรูปแบบกระเป๋า ($\bar{X} = 4.17$) รูปทรงสี่เหลี่ยม มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ รูปแบบกระเป๋าเหมาะสมที่จะนำไปผลิตเพื่อจำหน่าย ($\bar{X} = 4.10$) รูปทรงกลมมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ สีสันทันโดยรวมเหมาะสมกับรูปแบบกระเป๋า ($\bar{X} = 3.91$)

ด้านประโยชน์ใช้สอย ผู้บริโภคมีความพึงพอใจโดยภาพรวมมากที่สุด 3 รูปทรง คือ รูปทรงอิสระ ($\bar{X} = 4.13$) รองลงมารูปทรงกลม ($\bar{X} = 4.06$) และรูปทรงสี่เหลี่ยม ($\bar{X} = 4.03$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า รูปทรงอิสระมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ กระเป๋าปิด-เปิด สะดวก ($\bar{X} = 4.39$) รูปทรงกลมมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ น้ำหนักพอดี สะดวกสบายและใช้งานได้ง่าย ($\bar{X} = 4.35$) รูปทรงสี่เหลี่ยมมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ลวดลายและสีสันทันโดยรวมใช้งานได้หลายโอกาส และน้ำหนักพอดี สะดวกสบายและใช้งานได้ง่าย ($\bar{X} = 4.11$)

ด้านราคา ผู้บริโภคมีความพึงพอใจโดยภาพรวมมากที่สุด 3 รูปทรง คือ รูปทรงสี่เหลี่ยม ($\bar{X} = 4.18$) รองลงมารูปทรงอิสระ ($\bar{X} = 4.16$) และรูปทรงกลม ($\bar{X} = 4.10$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า รูปทรงสี่เหลี่ยมและรูปทรงอิสระมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ราคาเหมาะสมกับกลุ่มผู้บริโภคผ้าไหม ($\bar{X} = 4.33, 4.37$) และรูปทรงกลม มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ราคาเหมาะสมกับวัตถุดิบที่นำมาใช้ในการผลิตและราคาเหมาะสมกับกลุ่มผู้บริโภคผ้าไหม ($\bar{X} = 4.17$)

ตาราง 5

ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์กระเป๋ากันน้ำจากผ้าไหมแพรวที่บ้านโพธิ์ อำเภอกำม่วง จังหวัดกาฬสินธุ์ ขนาดกลาง โดยภาพรวมทั้ง 3 ด้าน

(n = 200)

ประเด็นพิจารณา	ทรงกลม			ทรงสี่เหลี่ยม			ทรงอิสระ		
	\bar{X}	SD	ระดับความพึงพอใจ	\bar{X}	SD	ระดับความพึงพอใจ	\bar{X}	SD	ระดับความพึงพอใจ
1. ด้านรูปแบบ	3.91	.67	มาก	4.08	.71	มาก	4.31	.52	มาก
2. ประโยชน์ใช้สอย	3.92	.61	มาก	4.08	.52	มาก	4.16	.50	มาก
3. ด้านราคา	4.01	.58	มาก	4.01	.53	มาก	4.13	.51	มาก
รวม	3.95	.53	มาก	4.06	.53	มาก	4.20	.44	มาก

จากตาราง 5 พบว่า กลุ่มผู้บริโภคมีความพึงพอใจผลิตภัณฑ์กระเป่าจากผ้าไหมแพรวบ้านโพน อำเภอคำม่วง จังหวัดกาฬสินธุ์ ขนาดกลาง โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุดทั้ง 3 รูปทรง โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยดังนี้ รูปทรงอิสระ ($\bar{X} = 4.20$) รูปทรงสี่เหลี่ยม ($\bar{X} = 4.06$) และรูปทรงกลม ($\bar{X} = 3.95$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านรูปแบบมีความพึงพอใจระดับมากที่สุดทั้ง 3 รูปทรง คือ รูปทรงอิสระ ($\bar{X} = 4.31$) รูปทรงสี่เหลี่ยม ($\bar{X} = 4.08$) และรูปทรงกลม ($\bar{X} = 3.91$) ด้านประโยชน์ใช้สอยมีความพึงพอใจระดับมากที่สุดทั้ง 3 รูปทรง คือ รูปทรงอิสระ ($\bar{X} = 4.16$) รูปทรงสี่เหลี่ยม ($\bar{X} = 4.08$) และรูปทรงกลม ($\bar{X} = 3.92$) และด้านราคามีความพึงพอใจระดับมากที่สุดทั้ง 3 รูปทรงคือ รูปทรงอิสระ ($\bar{X} = 4.13$) รูปทรงสี่เหลี่ยมและรูปทรงกลม ($\bar{X} = 4.01$)

ตาราง 6

ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อกระเป๋ายอดนิยมกลางรูปทรงกลม ทรงสี่เหลี่ยม และทรงอิสระ ในด้านรูปแบบประโยชน์ใช้สอย และราคาเป็นรายชื่อ (n = 200)

ประเด็นพิจารณา	ทรงกลม		ทรงสี่เหลี่ยม		ทรงอิสระ	
	\bar{X}	SD	ระดับความพึงพอใจ	\bar{X}	SD	ระดับความพึงพอใจ
ด้านรูปแบบ						
รูปแบบกระเป๋าสวยงาม อยู่ในความนิยมเสมอ	3.61	.97	มาก	4.04	.69	มาก
สีสันโดยรวมเหมาะสมกับรูปแบบกระเป๋าควadrat	4.09	.86	มาก	4.07	.89	มาก
ลวดลายมีขนาดตัดสัดส่วนเหมาะสมกับรูปแบบกระเป๋าควadrat	4.03	.78	มาก	4.05	.76	มาก
การจัดวางตำแหน่งลวดลายสมดุลเหมาะสมกับรูปแบบกระเป๋าควadrat	4.07	.76	มาก	4.21	.76	มาก
รูปแบบกระเป๋าควadratที่เหมาะสมนำไปผลิตเพื่อจำหน่าย	3.73	.97	มาก	4.03	1.01	มาก
รวม	3.91	.67	มาก	4.08	.71	มาก
ด้านประโยชน์ใช้สอย						
กระเป๋ายอดนิยม-ปิด สะดวก	4.00	.74	มาก	4.11	.70	มาก
ลวดลายและสีสันโดยรวมใช้งานได้ดีหลายโอกาส	3.93	.73	มาก	4.08	.61	มาก
คุณภาพดี แข็งแรง ทนทานสอดคล้องกับการใช้งานของกระเป๋าควadrat	3.80	.73	มาก	3.98	.73	มาก
น้ำหนักพอดี สะดวกสบาย และใช้งานได้ง่าย	4.09	.70	มาก	4.33	.63	มาก
สามารถใช้ร่วมกับเครื่องแต่งกายอื่น ๆ ได้อย่างกลมกลืน	3.81	.79	มาก	3.92	.75	มาก
รวม	3.92	.61	มาก	4.08	.52	มาก

ตาราง 6 (ต่อ)

ประเด็นพิจารณา	ทรงกลม		ทรงสี่เหลี่ยม		ทรงอิสระ	
	\bar{X}	SD	ระดับความพึงพอใจ	\bar{X}	SD	ระดับความพึงพอใจ
ด้านราคา						
ราคาเหมาะสมตามคุณภาพของผ้าไหมแพรวา	3.99	.79	มาก	3.88	.77	มาก
ราคาเหมาะสมกับวัตถุดิบที่นำมาใช้ในการผลิต	4.08	.68	มาก	4.07	.66	มาก
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ และความประณีตสวยงาม	3.96	.68	มาก	3.91	.60	มาก
ราคาเหมาะสมกับขนาดและโอกาสการใช้งาน	3.90	.67	มาก	4.02	.63	มาก
ราคาเหมาะสมกับกลุ่มผู้บริโภคชาวไทย	4.14	.74	มาก	4.18	.81	มาก
รวม	4.01	.58	มาก	4.01	.53	มาก

จากตาราง 6 พบว่า กลุ่มผู้บริโภคผลิตภัณฑ์กระเป๋ากลับจากผ้าไหมแพรวาบ้านโป่ง อำเภอดำม่วง จังหวัดกาฬสินธุ์ ขนาดกลาง 3 รูปทรง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุดทั้ง 3 ด้าน เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า

ด้านรูปแบบ ผู้บริโภคมีความพึงพอใจโดยภาพรวมมากที่สุด 3 รูปทรง คือ รูปทรงอิสระ ($\bar{X} = 4.31$) รองลงมารูปทรงสี่เหลี่ยม ($\bar{X} = 4.08$) และรูปทรงกลม ($\bar{X} = 3.91$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า รูปทรงอิสระมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ รูปแบบกระเป๋าสอดที่นำไปผลิตเพื่อจำหน่าย ($\bar{X} = 4.40$) รูปทรงสี่เหลี่ยมมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การจัดวางตำแหน่งลวดลายสมมูลเหมาะกับรูปแบบกระเป๋าสอด ($\bar{X} = 4.21$) และรูปทรงกลมมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ สีเส้นโดยรวมเหมาะสมกับรูปแบบกระเป๋าสอด ($\bar{X} = 4.09$)

ด้านประโยชน์ใช้สอย ผู้บริโภคมีความพึงพอใจโดยภาพรวมมากที่สุด 3 รูปทรง คือ รูปทรงอิสระ ($\bar{X} = 4.16$) รองลงมาเป็นรูปทรงสี่เหลี่ยม ($\bar{X} = 4.08$) และรูปทรงกลม ($\bar{X} = 3.92$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า รูปทรงอิสระ รูปทรงสี่เหลี่ยม และรูปทรงกลมมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ น้ำหนักพอดี สะดวกสบายและใช้งานได้ง่าย ($\bar{X} = 4.23, 4.33$ และ 4.11 ตามลำดับ)

ด้านราคา ผู้บริโภคมีความพึงพอใจโดยภาพรวมมากที่สุด 3 รูปทรง คือ รูปทรงอิสระ ($\bar{X} = 4.13$) รองลงมาเป็นรูปทรงอิสระและรูปทรงกลม ($\bar{X} = 4.01$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า รูปทรงอิสระ รูปทรงสี่เหลี่ยม และรูปทรงกลม มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ราคาเหมาะสมกับกลุ่มผู้บริโภคผ้าไหม ($\bar{X} = 4.35, 4.37$ และ 4.14 ตามลำดับ)

ตาราง 7

ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์กระป๋องจากผ้าไหมแพรวาวบ้านโปง อำเภอดำม่วง จังหวัดกาฬสินธุ์ ขนาดใหญ่ โดยภาพรวมทั้ง 3 ด้าน (n = 200)

ประเด็นพิจารณา	ทรงกลม			ทรงสี่เหลี่ยม			ทรงอิสระ		
	\bar{X}	SD	ระดับ ความพึงพอใจ	\bar{X}	SD	ระดับ ความพึงพอใจ	\bar{X}	SD	ระดับ ความพึงพอใจ
1. ด้านรูปแบบ	3.93	.65	มาก	4.21	.66	มาก	4.26	.47	มาก
2. ประโยชน์ใช้สอย	3.91	.50	มาก	4.09	.52	มาก	4.16	.44	มาก
3. ด้านราคา	4.04	.60	มาก	4.13	.57	มาก	4.16	.52	มาก
รวม	3.96	.52	มาก	4.14	.51	มาก	4.20	.42	มาก



จากตาราง 7 พบว่า กลุ่มผู้บริโภคมีความพึงพอใจผลิตภัณฑ์กระเป๋านาฬิกาใหญ่ จากผ้าไหมแพรวาบ้านโปง อำเภอกำแพง จังหวัดกาฬสินธุ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด 3 รูปทรง โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยดังนี้ รูปทรงอิสระ ($\bar{X} = 4.20$) รูปทรงสี่เหลี่ยม ($\bar{X} = 4.14$) และรูปทรงกลม ($\bar{X} = 3.96$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านรูปแบบมีความพึงพอใจระดับมากที่สุด 3 รูปทรง คือ รูปทรงอิสระ ($\bar{X} = 4.26$) รูปทรงสี่เหลี่ยม ($\bar{X} = 4.21$) และรูปทรงกลม ($\bar{X} = 3.93$) ด้านประโยชน์ใช้สอยมีความพึงพอใจระดับมากที่สุด 3 รูปทรง คือ รูปทรงอิสระ ($\bar{X} = 4.16$) รูปทรงสี่เหลี่ยม ($\bar{X} = 4.09$) และรูปทรงกลม ($\bar{X} = 3.91$) และด้านประโยชน์ใช้สอยมีความพึงพอใจระดับมากที่สุด 3 รูปทรง คือ รูปทรงอิสระ ($\bar{X} = 4.16$) รูปทรงสี่เหลี่ยม ($\bar{X} = 4.13$) และรูปทรงกลม ($\bar{X} = 4.04$)

ตาราง 8

ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อกระเป๋ายอดนิยมใหญ่/รูปทรงกลม ทรงสี่เหลี่ยม และทรงอิฐระ ในด้านรูปแบบประโยชน์ใช้สอย และราคาเป็นรายชื่อ (n = 200)

ประเด็นพิจารณา	ทรงกลม			ทรงสี่เหลี่ยม			ทรงอิฐระ		
	\bar{X}	SD	ระดับความพึงพอใจ	\bar{X}	SD	ระดับความพึงพอใจ	\bar{X}	SD	ระดับความพึงพอใจ
ด้านรูปแบบ									
รูปแบบกระเป๋าสวยงาม อยู่ในความนิยมเสมอ	3.67	.90	มาก	4.17	.66	มาก	4.21	.66	มาก
สีทันโดยรวมเหมาะสมกับรูปแบบกระเป๋า	4.04	.83	มาก	4.22	.81	มาก	4.30	.59	มาก
ควอลายมีขนาดสัดส่วนเหมาะสมกับรูปแบบกระเป๋า	4.06	.77	มาก	4.18	.73	มาก	4.28	.66	มาก
การจัดวางตำแหน่งควอลายสมดุลเหมาะกับรูปแบบกระเป๋า	4.11	.79	มาก	4.30	.70	มาก	4.34	.61	มาก
รูปแบบกระเป๋ายอดนิยมเหมาะสมที่จะนำไปผลิตเพื่อจำหน่าย	3.80	.80	มาก	4.17	.99	มาก	4.20	.58	มาก
รวม	3.93	.65	มาก	4.21	.66	มาก	4.26	.47	มาก
ด้านประโยชน์ใช้สอย									
กระเป๋าปิด-เปิด สะดวก	3.98	.73	มาก	4.26	.57	มาก	4.39	.62	มาก
ควอลายและสีทัน โดยรวมใช้งานได้หลายโอกาส	3.91	.60	มาก	4.10	.63	มาก	4.10	.38	มาก
คุณภาพดี แข็งแรง ทนทานสอดคล้องกับการใช้งานของกระเป๋า	3.86	.72	มาก	3.98	.68	มาก	4.13	.58	มาก
น้ำหนักพอดี สะดวกสบาย และใช้งานได้ง่าย	4.04	.73	มาก	4.19	.72	มาก	4.17	.65	มาก
สามารถเข้าร่วมกับเครื่องแต่งกายอื่นๆ ได้อย่างกลมกลืน	3.85	.80	มาก	3.95	.79	มาก	4.05	.74	มาก
รวม	3.91	.50	มาก	4.09	.52	มาก	4.16	.44	มาก

ตาราง 8 (ต่อ)

ประเด็นพิจารณา	ทรงกลม		ทรงสี่เหลี่ยม		ทรงอิสระ	
	\bar{X}	SD	ระดับ ความพึงพอใจ	\bar{X}	SD	ระดับ ความพึงพอใจ
ด้านราคา						
ราคาเหมาะสมตามคุณค่าของผ้าไหมแพรวา	4.17	.74	มาก	4.25	.71	มาก
ราคาเหมาะสมกับวิถีชีวิตที่นำมาใช้ในการผลิต	4.14	.64	มาก	4.11	.62	มาก
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ และความประณีตสวยงาม	3.96	.73	มาก	4.12	.65	มาก
ราคาเหมาะสมกับขนาดและโอกาสการใช้งาน	4.02	.69	มาก	4.18	.62	มาก
ราคาเหมาะสมกับกลุ่มผู้บริโภคชาวไทย	3.95	.79	มาก	4.00	.71	มาก
รวม	4.04	.60	มาก	4.13	.57	มาก

จากตาราง 8 พบว่า กลุ่มผู้บริโภคผลิตภัณฑ์กระเป๋ามาจากผ้าไหมแพรวาบ้านโพน อำเภอกำม่วง จังหวัดกาฬสินธุ์ ขนาดใหญ่ 3 รูปทรง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุดทั้ง 3 ด้าน เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า

ด้านรูปแบบ ผู้บริโภคมีความพึงพอใจโดยภาพรวมมากที่สุด 3 รูปทรง คือ รูปทรงอิสระ ($\bar{X} = 4.26$) รองลงมารูปทรงสี่เหลี่ยม ($\bar{X} = 4.21$) และรูปทรงกลม ($\bar{X} = 3.93$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า รูปทรงอิสระ รูปทรงสี่เหลี่ยม และรูปทรงกลม มีความพึงพอใจในระดับมากเหมือนกัน โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การจัดวางตำแหน่งลวดลายสมดุล เหมาะกับรูปแบบกระเป๋า ($\bar{X} = 4.34, 4.30$ และ 4.11 ตามลำดับ)

ด้านประโยชน์ใช้สอย ผู้บริโภคมีความพึงพอใจโดยภาพรวมมากที่สุด 3 รูปทรง คือ รูปทรงอิสระ ($\bar{X} = 4.16$) รองลงมารูปทรงสี่เหลี่ยม ($\bar{X} = 4.09$) และรูปทรงกลม ($\bar{X} = 3.91$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า รูปทรงอิสระและรูปทรงสี่เหลี่ยมมีความพึงพอใจในระดับมากเหมือนกัน โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ กระเป๋าเปิด-ปิด สะดวก ($\bar{X} = 4.39$ และ 4.26) รูปทรงกลมมีความพึงพอใจในระดับมาก ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ น้ำหนักพอดี สะดวกสบายและใช้งานได้ง่าย ($\bar{X} = 4.04$)

ด้านราคา ผู้บริโภคมีความพึงพอใจโดยภาพรวมมากที่สุด 3 รูปทรง คือ รูปทรงอิสระ ($\bar{X} = 4.16$) รองลงมารูปทรงสี่เหลี่ยม ($\bar{X} = 4.13$) และรูปทรงกลม ($\bar{X} = 4.04$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า รูปทรงอิสระมีความพึงพอใจในระดับมาก ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ราคาเหมาะสมกับกลุ่มผู้บริโภคผ้าไหมไทย ($\bar{X} = 4.25$) รูปทรงสี่เหลี่ยมและรูปทรงกลม มีความพึงพอใจในระดับมากเหมือนกัน โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ราคาเหมาะสมตามคุณค่าของผ้าไหมแพรวา ($\bar{X} = 4.25$ และ 4.17)

ตอนที่ 3 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์กระเป๋
จากผ้าไหมแพรวาบ้านโพน อำเภอคำม่วง จังหวัดกาฬสินธุ์
ในด้านรูปแบบ ประโยชน์ใช้สอย และราคา
โดยจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา
อาชีพ และรายได้

ตาราง 9

การเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ที่กระเป๋ากผ้าไหมแพรวา บ้านโพน อำเภอคำม่วง จังหวัดกาฬสินธุ์ในค่านรูปแบบ
ประโยชน์ใช้สอยและราคา จำแนกตามเพศของกลุ่มผู้บริโภค (n = 200)

ประเด็นพิจารณา	ชาย (n = 45)		หญิง (n = 155)		ระดับความพึงพอใจ	t	p
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD			
กระเป๋างานขนาดเล็ก							
รูปแบบ	3.76	.42	4.02	.44	มาก	-3.765*	.000
ประโยชน์ใช้สอย	3.98	.39	4.11	.50	มาก	-1.829	.069
ราคา	3.77	.46	4.29	.49	มาก	-6.813*	.000
รวม	3.84	.34	4.14	.41	มาก	-4.953*	.000
กระเป๋างานคกลาง							
รูปแบบ	3.86	.49	4.19	.56	มาก	-3.864*	.000
ประโยชน์ใช้สอย	3.95	.37	4.10	.52	มาก	-1.918	.057
ราคา	3.86	.50	4.13	.46	มาก	-3.636*	.000
รวม	3.89	.41	4.14	.46	มาก	-3.542*	.000
กระเป๋างานขนาดใหญ่							
รูปแบบ	3.92	.51	4.22	.49	มาก	-3.871*	.000
ประโยชน์ใช้สอย	4.06	.34	4.60	.48	มาก	0.64	.949
ราคา	3.92	.45	4.18	.54	มาก	-3.135*	.002
รวม	3.97	.37	4.15	.46	มาก	-2.665*	.008

*p < .05

จากตาราง 9 แสดงให้เห็นการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์
กระเป๋ากผ้าไหมแพรวาบ้านโพน อำเภอคำม่วง จังหวัดกาฬสินธุ์ พบว่า ผู้บริโภคเพศชาย
กับเพศหญิงมีความพึงพอใจแตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า
ด้านรูปแบบและด้านราคา มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ
.05 ส่วนด้านประโยชน์ใช้สอยแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 10

ค่าเฉลี่ยและความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์กระป๋องจากฟ้าไหมแพรวาบ้านโปน อำเภอคำม่วง จังหวัดกาฬสินธุ์ ในด้านรูปแบบ
 ประโยชน์ใช้สอย และราคา จำแนกตามกลุ่มอายุของผู้บริโภค
 (n = 200)

ประเด็นพิจารณา	< 30 ปี (n = 58)		31-45 ปี (n = 79)		> 46 ปี (n = 63)		F	p
	X	ระดับ	X	ระดับ	X	ระดับ		
กระป๋องขนาดเล็ก								
รูปแบบ	3.86	มาก	3.89	มาก	4.07	มาก	4.842*	.000
ประโยชน์ใช้สอย	3.83	มาก	3.95	มาก	4.35	มาก	29.639*	.000
ราคา	3.96	มาก	4.10	มาก	4.32	มาก	8.829*	.000
รวม	3.89	มาก	3.97	มาก	4.25	มาก	11.868*	.000
กระป๋องขนาดกลาง								
รูปแบบ	3.75	มาก	3.99	มาก	4.46	มาก	42.362*	.000
ประโยชน์ใช้สอย	3.86	มาก	3.94	มาก	4.29	มาก	18.598*	.000
ราคา	3.81	มาก	3.93	มาก	4.33	มาก	28.233*	.000
รวม	3.87	มาก	3.89	มาก	4.36	มาก	35.785*	.000
กระป๋องขนาดใหญ่								
รูปแบบ	3.92	มาก	3.40	มาก	4.41	มาก	22.703*	.000
ประโยชน์ใช้สอย	3.86	มาก	3.98	มาก	4.27	มาก	18.411*	.000
ราคา	3.88	มาก	3.92	มาก	4.44	มาก	31.952*	.000
รวม	3.91	มาก	3.94	มาก	4.37	มาก	30.521*	.000

*p < .05

จากตาราง 10 พบว่า ผู้บริโภคทุกกลุ่มอายุมีความพึงพอใจต่อกระเป๋าขนาดเล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่ ในด้านรูปแบบประโยชน์ใช้สอย และราคา โดยภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก

โดยผู้บริโภคที่มีกลุ่มอายุต่างกันมีความพึงพอใจต่อกระเป๋าทุกขนาด และทุกด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อพบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงทำการเปรียบเทียบเป็นรายคู่โดยวิธีของ Scheffe'

ตาราง 11

การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อกระเป๋าขนาดเล็ก ในภาพรวม ด้านรูปแบบ ประโยชน์ใช้สอย และราคา จำแนกตามกลุ่มอายุของผู้บริโภค (n = 200)

ประเด็น พิจารณา	อายุ	\bar{X}	(1)	(2)	(3)
ผลรวมกระเป๋า ขนาดเล็ก	(1) < 30 ปี	3.89	-	*	
	(2) 31-45 ปี	3.97		-	*
	(3) > 46 ปี	4.25			-
รูปแบบ	(1) < 30 ปี	3.86	-		
	(2) 31-45 ปี	3.89		-	*
	(3) > 46 ปี	4.07			-
ประโยชน์ ใช้สอย	(1) < 30 ปี	3.83	-	*	
	(2) 31-45 ปี	3.95		-	*
	(3) > 46 ปี	4.35			-
ราคา	(1) < 30 ปี	3.96	-	*	
	(2) 31-45 ปี	4.10		-	*
	(3) > 46 ปี	4.32			-

จากตาราง 11 แสดงถึงผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อกระเป๋าขนาดเล็กโดยรวม ด้านประโยชน์ใช้สอย และราคา พบว่า กลุ่มอายุมากกว่า 46 ปี มีความพึงพอใจมากกว่ากลุ่มอายุ 31-45 ปี และกลุ่มอายุ 31-45 ปีมีความพึงพอใจมากกว่ากลุ่มอายุไม่เกิน 30 ปี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณาทางด้านรูป พบว่า ในด้านรูปแบบกลุ่มอายุมากกว่า 46 ปี มีความพึงพอใจมากกว่ากลุ่มอายุ 31-45 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 12

การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อกระเป๋าขนาดกลาง ในภาพรวม ด้านรูปแบบ ประโยชน์ใช้สอย และราคา จำแนกตามกลุ่มอายุของผู้บริโภค (n = 200)

ประเด็น พิจารณา	อายุ	\bar{X}	(1)	(2)	(3)
ผลรวมกระเป๋า ขนาดกลาง	(1) < 30 ปี	3.89		*	
	(2) 31-45 ปี	4.36			*
	(3) > 46 ปี	3.87			
รูปแบบ	(1) < 30 ปี	3.99		*	*
	(2) 31-45 ปี	4.46			*
	(3) > 46 ปี	3.75			
ประโยชน์ ใช้สอย	(1) < 30 ปี	3.86		*	
	(2) 31-45 ปี	4.29			*
	(3) > 46 ปี	3.94			
ราคา	(1) < 30 ปี	3.81		*	
	(2) 31-45 ปี	4.33			*
	(3) > 46 ปี	3.93			

จากตาราง 12 แสดงถึงผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อกระเป๋านาขนาดกลางโดยรวม พบว่า กลุ่มอายุ 31-45 ปี มีความพึงพอใจมากกว่ากลุ่มอายุไม่เกิน 30 ปี และกลุ่มอายุมากกว่า 46 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านรูปแบบของกลุ่มอายุ 31-45 ปี มีความพึงพอใจมากกว่ากลุ่มอายุอื่น และกลุ่มอายุไม่เกิน 30 ปี มีความพึงพอใจมากกว่ากลุ่มอายุมากกว่า 46 ปี ในด้านประโยชน์ใช้สอย และราคา กลุ่มอายุ 31-45 ปี มีความพึงพอใจมากกว่ากลุ่มอายุมากกว่า 46 ปี และกลุ่มอายุไม่เกิน 30 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 13

การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อกระเป๋านาขนาดใหญ่ ในภาพรวม ด้านรูปแบบ ประโยชน์ใช้สอย และราคา จำแนกตามกลุ่มอายุของผู้บริโภค (n = 200)

ประเด็น พิจารณา	อายุ	\bar{X}	(1)	(2)	(3)
ผลรวมกระเป๋านา ขนาดใหญ่	(1) < 30 ปี	3.91		*	
	(2) 31-45 ปี	4.37			*
	(3) > 46 ปี	3.94			
รูปแบบ	(1) < 30 ปี	4.00		*	
	(2) 31-45 ปี	4.41			*
	(3) > 46 ปี	3.92			
ประโยชน์ ใช้สอย	(1) < 30 ปี	3.86		*	
	(2) 31-45 ปี	4.27			*
	(3) > 46 ปี	3.98			
ราคา	(1) < 30 ปี	3.88		*	
	(2) 31-45 ปี	4.44			*
	(3) > 46 ปี	3.92			

จากตาราง 13 แสดงถึงผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อกระเป๋าค้นหาขนาดใหญ่โดยรวม พบว่า กลุ่มอายุ 31-45 ปี มีความพึงพอใจมากกว่ากลุ่มอายุมากกว่า 46 ปี และกลุ่มอายุไม่เกิน 30 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านรูปแบบ ด้านประโยชน์ใช้สอยและราคา กลุ่มอายุ 31-45 ปี มีความพึงพอใจมากกว่ากลุ่มอายุไม่เกิน 30 ปี และกลุ่มอายุมากกว่า 46 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 14

ค่าเฉลี่ยและความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์กระเป๋าจากผ้าไหมแพรวาบ้านโพน อำเภอคำม่วง จังหวัดกาฬสินธุ์ ในด้านรูปแบบ
ประโยชน์ใช้สอย และราคา จำแนกตามการศึกษาของผู้บริโภค (n = 200)

ประเด็นพิจารณา	ต่ำกว่าปริญญาตรี (n = 58)		ปริญญาตรี (n = 79)		สูงกว่าปริญญาตรี (n = 63)		F	P
	\bar{X}	ระดับ	\bar{X}	ระดับ	\bar{X}	ระดับ		
กระเป๋ายอดนิยมเล็ก								
รูปแบบ	4.07	มาก	3.94	มาก	3.70	มาก	11.968*	.000
ประโยชน์ใช้สอย	4.24	มาก	3.98	มาก	3.83	มาก	14.560*	.000
ราคา	4.38	มาก	3.83	มาก	4.01	มาก	26.171*	.000
รวม	4.23	มาก	3.92	มาก	3.84	มาก	21.700*	.000
กระเป๋ายอดนิยมกลาง								
รูปแบบ	4.32	มาก	4.00	มาก	3.71	มาก	24.886*	.000
ประโยชน์ใช้สอย	4.16	มาก	4.05	มาก	3.83	มาก	7.920*	.000
ราคา	4.24	มาก	3.91	มาก	3.80	มาก	19.126*	.000
รวม	4.23	มาก	3.99	มาก	3.78	มาก	20.740*	.000
กระเป๋ายอดนิยมใหญ่								
รูปแบบ	4.32	มาก	4.11	มาก	3.76	มาก	23.639*	.000
ประโยชน์ใช้สอย	4.18	มาก	4.01	มาก	3.85	มาก	9.859*	.000
ราคา	4.37	มาก	3.87	มาก	3.82	มาก	31.942*	.000
รวม	4.29	มาก	4.00	มาก	3.81	มาก	25.162*	.000

*p < .05

จากตาราง 14 พบว่า ผู้บริโภครทุกระดับการศึกษามีความพึงพอใจต่อกระเป๋าขนาดเล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากเหมือนกันทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านรูปแบบ ประโยชน์ใช้สอย และราคา

กระเป๋าขนาดเล็ก พบว่า ผู้บริโภครทุกระดับการศึกษามีความพึงพอใจระดับมากเหมือนกันทุกด้าน เมื่อพิจารณาโดยรวม ผู้บริโภครที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ($\bar{X} = 4.23$) มีความพึงพอใจสูงกว่าผู้บริโภครที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ($\bar{X} = 3.92$) และระดับการศึกษาสูงกว่า ปริญญาตรี ($\bar{X} = 3.84$) ตามลำดับ

กระเป๋าขนาดกลาง พบว่า ผู้บริโภครทุกระดับการศึกษามีความพึงพอใจระดับมากเหมือนกันทุกด้าน เมื่อพิจารณาโดยรวม ผู้บริโภครที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ($\bar{X} = 4.23$) มีความพึงพอใจสูงกว่าผู้บริโภครที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ($\bar{X} = 3.99$) และระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ($\bar{X} = 3.78$) ตามลำดับ

กระเป๋าขนาดใหญ่ พบว่า ผู้บริโภครทุกระดับการศึกษามีความพึงพอใจระดับมากเหมือนกันทุกด้าน เมื่อพิจารณาโดยรวม ผู้บริโภครที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ($\bar{X} = 4.29$) มีความพึงพอใจสูงกว่าผู้บริโภครที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ($\bar{X} = 4.00$) และระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ($\bar{X} = 3.81$) ตามลำดับ

จากตารางดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภครที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจต่อกระเป๋าขนาดเล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่ แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาด้านรูปแบบ ประโยชน์ใช้สอย และราคา ปรากฏว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงทำการเปรียบเทียบเป็นรายคู่โดยวิธีของ Scheffe'

ตาราง 15

การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อกระเป๋าขนาดเล็ก ในภาพรวม
ด้านรูปแบบ ประโยชน์ใช้สอย และราคา จำแนกตามระดับการศึกษาของกลุ่มผู้บริโภค

(n = 200)

กระเป๋า	ระดับการศึกษา	\bar{X}	(1)	(2)	(3)
ผลรวมกระเป๋า ขนาดเล็ก	(1) ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.23		*	*
	(2) ปริญญาตรี	3.92			
	(3) สูงกว่าปริญญาตรี	3.84			
รูปแบบ	(1) ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.07			*
	(2) ปริญญาตรี	3.94			*
	(3) สูงกว่าปริญญาตรี	3.70			
ประโยชน์ ใช้สอย	(1) ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.24		*	*
	(2) ปริญญาตรี	3.98			
	(3) สูงกว่าปริญญาตรี	3.83			
ราคา	(1) ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.38		*	*
	(2) ปริญญาตรี	4.01			
	(3) สูงกว่าปริญญาตรี	3.83			

จากตาราง 15 แสดงถึงผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อกระเป๋าขนาดเล็กโดยรวม ด้านประโยชน์ใช้สอย และราคา พบว่า ผู้ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และด้านรูปแบบผู้ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี และผู้ที่มีการศึกษาปริญญาตรี มีความพึงพอใจมากกว่าระดับสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05



ตาราง 16

การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อกระเป๋านาขนาดกลาง ในภาพรวม ด้านรูปแบบ ประโยชน์ใช้สอย และราคา จำแนกตามระดับการศึกษาของกลุ่มผู้บริโภค

(n = 200)

กระเป๋านา	ระดับการศึกษา	\bar{X}	(1)	(2)	(3)
ผลรวมกระเป๋านาขนาดกลาง	(1) ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.23		*	*
	(2) ปริญญาตรี	3.99			*
	(3) สูงกว่าปริญญาตรี	3.78			
รูปแบบ	(1) ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.23		*	*
	(2) ปริญญาตรี	4.00			*
	(3) สูงกว่าปริญญาตรี	3.71			
ประโยชน์ใช้สอย	(1) ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.16			*
	(2) ปริญญาตรี	4.05			
	(3) สูงกว่าปริญญาตรี	3.83			
ราคา	(1) ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.24		*	*
	(2) ปริญญาตรี	3.91			
	(3) สูงกว่าปริญญาตรี	3.80			

จากตาราง 16 แสดงถึงผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อกระเป๋านาขนาดกลาง โดยรวม และด้านรูปแบบ พบว่า ผู้ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมีความพึงพอใจมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี และผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมีความพึงพอใจมากกว่าผู้มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ด้านประโยชน์ใช้สอยผู้บริโภคที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรีมีความพึงพอใจมากกว่าผู้มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี ด้านราคาผู้บริโภคที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจมากกว่าผู้มีการศึกษาปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 17

การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อกระเป๋านาฬิกาขนาดใหญ่ ในภาพรวม
ด้านรูปแบบ ประโยชน์ใช้สอย และราคา จำแนกตามระดับการศึกษาของกลุ่มผู้บริโภค

(n = 200)

กระเป๋านาฬิกา	ระดับการศึกษา	\bar{X}	(1)	(2)	(3)
ผลรวมกระเป๋านาฬิกาขนาดใหญ่	(1) ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.29		*	*
	(2) ปริญญาตรี	4.00			
	(3) สูงกว่าปริญญาตรี	3.81			
รูปแบบ	(1) ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.32		*	*
	(2) ปริญญาตรี	4.11			*
	(3) สูงกว่าปริญญาตรี	3.76			
ประโยชน์ใช้สอย	(1) ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.18			*
	(2) ปริญญาตรี	4.01			
	(3) สูงกว่าปริญญาตรี	3.85			
ราคา	(1) ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.37		*	*
	(2) ปริญญาตรี	3.87			
	(3) สูงกว่าปริญญาตรี	3.82			

จากตาราง 17 แสดงถึงผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อกระเป๋านาฬิกาขนาดใหญ่โดยรวม และด้านรูปแบบ พบว่า ผู้บริโภคที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจมากกว่าผู้มีการศึกษาปริญญาตรี และผู้ที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ด้านประโยชน์ใช้สอยผู้ที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรีมีความพึงพอใจมากกว่าผู้มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี ด้านราคาผู้ที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจมากกว่าผู้มีการศึกษาปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 18
ค่าเฉลี่ยและความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์กระเป๋าจากผ้าไหมแพรวาบ้านโพน อำเภอคำม่วง จังหวัดกาฬสินธุ์ ในด้านรูปแบบ
ประโยชน์ใช้สอย และราคา จำแนกตามอาชีพของผู้บริโภค
(n = 200)

ประเด็นพิจารณา	นักเรียน/นักศึกษา (n = 14)		พนักงานบริษัทเอกชน (n = 10)		รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ (n = 69)		ธุรกิจส่วนตัวและอื่น ๆ (n = 107)		F	p
	\bar{X}	ระดับ	\bar{X}	ระดับ	\bar{X}	ระดับ	\bar{X}	ระดับ		
กระเป๋ายอดนิยมเล็ก										
รูปแบบ	3.80	มาก	4.13	มาก	3.83	มาก	4.03	มาก	3.723*	.012
ประโยชน์ใช้สอย	3.79	มาก	4.27	มาก	3.92	มาก	4.19	มาก	7.373*	.000
ราคา	3.77	มาก	4.37	มาก	3.82	มาก	4.39	มาก	26.611*	.000
รวม	3.79	มาก	4.26	มาก	3.86	มาก	4.20	มาก	15.386*	.000
กระเป๋ายอดนิยมกลาง										
รูปแบบ	3.61	มาก	3.85	มาก	3.97	มาก	4.26	มาก	9.726*	.000
ประโยชน์ใช้สอย	3.64	มาก	4.50	มาก	3.81	มาก	4.22	มาก	20.636*	.000
ราคา	3.69	มาก	4.38	มาก	3.89	มาก	4.18	มาก	10.659*	.000
รวม	3.65	มาก	4.24	มาก	3.89	มาก	4.22	มาก	14.381*	.000
กระเป๋ายอดนิยมใหญ่										
รูปแบบ	3.70	มาก	4.42	มาก	3.95	มาก	4.28	มาก	12.084*	.000
ประโยชน์ใช้สอย	3.64	มาก	4.28	มาก	3.92	มาก	4.18	มาก	11.130*	.000
ราคา	3.64	มาก	4.20	มาก	3.88	มาก	4.31	มาก	15.827*	.000
รวม	3.66	มาก	4.30	มาก	3.92	มาก	4.26	มาก	16.388*	.000

*p < .05

จากตาราง 18 พบว่า ผู้บริโภคทุกอาชีพมีความพึงพอใจต่อกระเป๋านาฬิกาเล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากเหมือนกันทั้ง 3 คือ ด้านรูปแบบ ประโยชน์ใช้สอย และราคา

กระเป๋านาฬิกาเล็ก เมื่อพิจารณาโดยรวม พบว่า ผู้บริโภคทุกอาชีพมีความพึงพอใจ ระดับมากเหมือนกันทุกด้าน โดยผู้มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ($\bar{X} = 4.26$) มีความพึงพอใจ มากกว่าผู้มีอาชีพธุรกิจส่วนตัวและอื่น ๆ ($\bar{X} = 4.20$) รับราชการ/วิสาหกิจ ($\bar{X} = 3.86$) และนักเรียน/นักศึกษา ($\bar{X} = 3.79$) ตามลำดับ

กระเป๋านาฬิกากลาง เมื่อพิจารณาโดยรวม พบว่า ผู้บริโภคทุกอาชีพมีความพึงพอใจ ระดับมากเหมือนกันทุกด้าน โดยผู้มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ($\bar{X} = 4.24$) มีความพึงพอใจ มากกว่าผู้มีอาชีพธุรกิจส่วนตัวและอื่น ๆ ($\bar{X} = 4.22$) รับราชการ/วิสาหกิจ ($\bar{X} = 3.89$) และนักเรียน/นักศึกษา ($\bar{X} = 3.65$) ตามลำดับ

กระเป๋านาฬิกาใหญ่ เมื่อพิจารณาโดยรวม พบว่า ผู้บริโภคทุกอาชีพมีความพึงพอใจ ระดับมากเหมือนกันทุกด้าน โดยผู้มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ($\bar{X} = 4.30$) มีความพึงพอใจ มากกว่าผู้มีอาชีพธุรกิจส่วนตัวและอื่น ๆ ($\bar{X} = 4.26$) รับราชการ/วิสาหกิจ ($\bar{X} = 3.92$) และนักเรียน/นักศึกษา ($\bar{X} = 3.66$) ตามลำดับ

จากตารางดังกล่าว แสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจต่อ กระเป๋านาฬิกาเล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่ แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาด้านรูปแบบ ประโยชน์ใช้สอย และราคา ปรากฏว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงทำการเปรียบเทียบเป็นรายคู่โดยวิธีของ Scheffe'

ตาราง 19

การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อกระเป๋าขนาดเล็ก ในภาพรวม
ด้านรูปแบบ ประโยชน์ใช้สอย และราคา จำแนกตามอาชีพของกลุ่มผู้บริโภค ($n = 200$)

กระเป๋า	อาชีพ	\bar{X}	(1)	(2)	(3)	(4)
ผลโดยรวม กระเป๋า ขนาดเล็ก	(1) นักเรียน/นักศึกษา	4.11		*		*
	(2) พนักงานบริษัทเอกชน	3.96			*	
	(3) รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	3.92				*
	(4) ธุรกิจส่วนตัวและอื่น ๆ	4.13				
รูปแบบ	(1) นักเรียน/นักศึกษา	3.77				
	(2) พนักงานบริษัทเอกชน	3.98				
	(3) รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	3.71				
	(4) ธุรกิจส่วนตัวและอื่น ๆ	4.04				
ประโยชน์ ใช้สอย	(1) นักเรียน/นักศึกษา	4.33				*
	(2) พนักงานบริษัทเอกชน	3.80				
	(3) รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	4.05				*
	(4) ธุรกิจส่วนตัวและอื่น ๆ	4.10				
ราคา	(1) นักเรียน/นักศึกษา	4.24		*		*
	(2) พนักงานบริษัทเอกชน	3.79			*	
	(3) รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	3.99				*
	(4) ธุรกิจส่วนตัวและอื่น ๆ	4.26				

จากตาราง 19 แสดงถึงผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อกระเป๋าขนาดเล็กโดยรวม พบว่า ผู้ที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัวและอื่น ๆ มีความพึงพอใจมากกว่านักเรียน/นักศึกษา และรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ และผู้ที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมีความพึงพอใจมากกว่าผู้ที่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านประโยชน์ใช้สอยนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจมากกว่าผู้ที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัวและอื่น ๆ และผู้ที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัวและอื่น ๆ มีความพึงพอใจมากกว่าผู้ที่มีอาชีพรับราชการ/

รัฐวิสาหกิจ ด้านราคาผู้ที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัวและอื่น ๆ มีความพึงพอใจมากกว่านักเรียน/นักศึกษา และรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ส่วนนักเรียน/นักศึกษามีความพึงพอใจมากกว่าผู้ที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ส่วนผู้ที่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจมีความพึงพอใจมากกว่าพนักงานบริษัทเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 20

การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อกระเป๋านาขนาดกลาง ในภาพรวม ด้านรูปแบบ ประโยชน์ใช้สอย และราคา จำแนกตามอาชีพของกลุ่มผู้บริโภค (n = 200)

กระเป๋านา	อาชีพ	\bar{X}	(1)	(2)	(3)	(4)
ผลโดยรวม กระเป๋านา ขนาดกลาง	(1) นักเรียน/นักศึกษา	3.65		*		*
	(2) พนักงานบริษัทเอกชน	4.24				
	(3) รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	3.89				*
	(4) ธุรกิจส่วนตัวและอื่น ๆ	4.22				
รูปแบบ	(1) นักเรียน/นักศึกษา	3.61				*
	(2) พนักงานบริษัทเอกชน	3.85				
	(3) รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	3.97				*
	(4) ธุรกิจส่วนตัวและอื่น ๆ	4.26				
ประโยชน์ ใช้สอย	(1) นักเรียน/นักศึกษา	3.64		*		*
	(2) พนักงานบริษัทเอกชน	4.50			*	
	(3) รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	3.81				*
	(4) ธุรกิจส่วนตัวและอื่น ๆ	4.22				
ราคา	(1) นักเรียน/นักศึกษา	3.69		*		*
	(2) พนักงานบริษัทเอกชน	4.38			*	
	(3) รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	3.89				*
	(4) ธุรกิจส่วนตัวและอื่น ๆ	4.18				

จากตาราง 20 แสดงถึงผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อกระเป๋าคขนาดกลาง โดยรวม พบว่า ผู้ที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัวและอื่น ๆ มีความพึงพอใจมากกว่า ผู้ที่มีอาชีพราชการ/รัฐวิสาหกิจและนักเรียน/นักศึกษา ส่วนผู้ที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจมากกว่านักเรียน/นักศึกษา เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านรูปแบบ ผู้ที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัวมีความพึงพอใจมากกว่าผู้ที่มีอาชีพราชการ/รัฐวิสาหกิจ และนักเรียน/นักศึกษา ด้านประโยชน์ใช้สอยและราคา ผู้ที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัวมีความพึงพอใจมากกว่าผู้ที่มีอาชีพราชการ/รัฐวิสาหกิจ และนักเรียน/นักศึกษา และผู้ที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมีความพึงพอใจมากกว่าผู้ที่มีอาชีพราชการ/รัฐวิสาหกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 21

การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อกระเป๋าคขนาดใหญ่ ในภาพรวม ด้านรูปแบบ ประโยชน์ใช้สอย และราคา จำแนกตามอาชีพของกลุ่มผู้บริโภค ($n = 200$)

กระเป๋าค	อาชีพ	\bar{X}	(1)	(2)	(3)	(4)
ผลโดยรวม กระเป๋าค ขนาดใหญ่	(1) นักเรียน/นักศึกษา	3.66		*		*
	(2) พนักงานบริษัทเอกชน	4.30				
	(3) ราชการ/รัฐวิสาหกิจ	3.92				*
	(4) ธุรกิจส่วนตัวและอื่น ๆ	4.26				
รูปแบบ	(1) นักเรียน/นักศึกษา	3.70		*		*
	(2) พนักงานบริษัทเอกชน	4.42			*	
	(3) ราชการ/รัฐวิสาหกิจ	3.95				*
	(4) ธุรกิจส่วนตัวและอื่น ๆ	4.28				
ประโยชน์ ใช้สอย	(1) นักเรียน/นักศึกษา	3.64		*		*
	(2) พนักงานบริษัทเอกชน	4.28				
	(3) ราชการ/รัฐวิสาหกิจ	3.92				*
	(4) ธุรกิจส่วนตัวและอื่น ๆ	4.18				

ตาราง 21 (ต่อ)

กระเป๋	อาชีพ	\bar{X}	(1)	(2)	(3)	(4)
ราคา	(1) นักเรียน/นักศึกษา	3.64				*
	(2) พนักงานบริษัทเอกชน	4.20				
	(3) รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	3.88				*
	(4) ธุรกิจส่วนตัวและอื่น ๆ	4.31				

จากตาราง 21 แสดงถึงผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อกระเป๋ขนาดใหญ่โดยรวม และด้านประโยชน์ใช้สอย พบว่า ผู้ที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัวและอื่น ๆ มีความพึงพอใจมากกว่าผู้ที่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ และนักเรียน/นักศึกษา ด้านรูปแบบผู้ที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีความพึงพอใจมากกว่าผู้ที่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ และนักเรียน/นักศึกษา ส่วนผู้ที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมีความพึงพอใจมากกว่ารับราชการ/รัฐวิสาหกิจ และนักเรียน/นักศึกษา ด้านราคาผู้บริโภคที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีความพึงพอใจมากกว่ารับราชการ/รัฐวิสาหกิจ และนักเรียน/นักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 22

ค่าเฉลี่ยและความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์กระป๋องจากฟ้าใหม่แพรวาบ้านโพม อำเภอคำม่วง จังหวัดกาฬสินธุ์ ในด้านรูปแบบ
 ประโยชน์ใช้สอย และราคา จำแนกตามรายได้ของผู้บริโภค (n = 200)

ประเด็นพิจารณา	ต่ำกว่า 10,000 บ. (n = 23)		10,001-20,000 บ. (n = 31)		20,001-30,000 บ. (n = 29)		มากกว่า 30,000 บ. (n = 117)		F	P
	\bar{X}	ระดับ	\bar{X}	ระดับ	\bar{X}	ระดับ	\bar{X}	ระดับ		
กระป๋องขนาดเล็ก										
รูปแบบ	3.77	มาก	3.98	มาก	3.71	มาก	4.04	มาก	5.951*	.001
ประโยชน์ใช้สอย	4.33	มาก	3.80	มาก	4.05	มาก	4.10	มาก	6.293*	.000
ราคา	4.24	มาก	3.79	มาก	3.99	มาก	4.26	มาก	8.252*	.000
รวม	4.11	มาก	3.86	มาก	3.92	มาก	4.13	มาก	5.356*	.001
กระป๋องขนาดกลาง										
รูปแบบ	4.21	มาก	4.07	มาก	3.62	มาก	4.20	มาก	10.000*	.000
ประโยชน์ใช้สอย	4.10	มาก	3.64	มาก	4.14	มาก	4.14	มาก	9.934*	.000
ราคา	4.08	มาก	4.05	มาก	4.06	มาก	4.05	มาก	.027	.994
รวม	4.13	มาก	3.92	มาก	3.94	มาก	4.13	มาก	2.751*	.044
กระป๋องขนาดใหญ่										
รูปแบบ	4.32	มาก	4.01	มาก	3.92	มาก	4.18	มาก	3.791*	.011
ประโยชน์ใช้สอย	4.26	มาก	3.78	มาก	4.05	มาก	4.09	มาก	6.592*	.000
ราคา	4.25	มาก	3.98	มาก	4.01	มาก	4.14	มาก	1.619	.186
รวม	4.28	มาก	3.92	มาก	3.99	มาก	4.14	มาก	3.828*	.011

*p < .05

จากตาราง 22 พบว่า ผู้บริโภคทุกระดับรายได้มีความพึงพอใจต่อกระเป๋าขนาดเล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากเหมือนกันทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านรูปแบบ ประโยชน์ใช้สอย และราคา

กระเป๋าขนาดเล็ก เมื่อพิจารณาโดยรวม พบว่า ผู้บริโภคทุกระดับรายได้มีความพึงพอใจ ระดับมากเหมือนกันทุกด้าน คือ ผู้บริโภคที่มีระดับรายได้มากกว่า 30,000 บ. ($\bar{X} = 4.13$) มีความพึงพอใจสูงกว่าผู้ที่มีระดับรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ($\bar{X} = 4.11$) รายได้ 20,001-30,000 บาท ($\bar{X} = 3.92$) และรายได้ 10,000-20,000 บาท ($\bar{X} = 3.86$) ตามลำดับ

กระเป๋าขนาดกลาง เมื่อพิจารณาโดยรวม พบว่า ผู้บริโภคทุกระดับรายได้ มีความพึงพอใจระดับมากเหมือนกันทุกด้าน คือ ผู้บริโภคที่มีระดับรายได้มากกว่า 30,000 บาท ($\bar{X} = 4.13$) และผู้ที่มีระดับรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ($\bar{X} = 4.13$) มีความพึงพอใจสูงกว่า ผู้ที่มีระดับรายได้ 20,001-30,000 บาท ($\bar{X} = 3.94$) และรายได้ 10,000-20,000 บาท ($\bar{X} = 3.92$) ตามลำดับ

กระเป๋าขนาดใหญ่ เมื่อพิจารณาโดยรวม พบว่า ผู้บริโภคทุกระดับรายได้ มีความพึงพอใจระดับมากเหมือนกันทุกด้าน คือ ผู้บริโภคที่มีระดับรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ($\bar{X} = 4.28$) ความพึงพอใจสูงกว่าผู้ที่มีระดับรายได้มากกว่า 30,000 บาท ($\bar{X} = 4.14$) รายได้ 20,001-30,000 บาท ($\bar{X} = 3.99$) และรายได้ 10,000-20,000 บาท ($\bar{X} = 3.92$) ตามลำดับ

จากตารางดังกล่าว แสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่างกันมีความพึงพอใจ ต่อกระเป๋าขนาดเล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่ แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาด้านรูปแบบ ประโยชน์ใช้สอย และราคา ปรากฏว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงทำการเปรียบเทียบเป็นรายคู่โดยวิธีของ Scheffe'

ตาราง 23

การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อกระเป๋านขนาดเล็ก ในภาพรวม
ด้านรูปแบบ ประโยชน์ใช้สอย และราคา จำแนกตามรายได้ของกลุ่มผู้บริโภค ($n = 200$)

กระเป๋าน	รายได้	\bar{X}	(1)	(2)	(3)	(4)
ผลโดยรวม กระเป๋าน ขนาดเล็ก	(1) ต่ำกว่า 10,000 บาท	4.11				
	(2) 10,001-20,000 บาท	3.86				*
	(3) 20,001-30,000 บาท	3.92				
	(4) มากกว่า 30,000 บาท	4.13				
รูปแบบ	(1) ต่ำกว่า 10,000 บาท	3.77				
	(2) 10,001-20,000 บาท	3.98				
	(3) 20,001-30,000 บาท	3.71				*
	(4) มากกว่า 30,000 บาท	4.04				
ประโยชน์ ใช้สอย	(1) ต่ำกว่า 10,000 บาท	4.33		*		
	(2) 10,001-20,000 บาท	3.80				*
	(3) 20,001-30,000 บาท	4.05				
	(4) มากกว่า 30,000 บาท	4.10				
ราคา	(1) ต่ำกว่า 10,000 บาท	4.24		*		
	(2) 10,001-20,000 บาท	3.79				*
	(3) 20,001-30,000 บาท	3.99				
	(4) มากกว่า 30,000 บาท	4.26				

จากตาราง 23 แสดงถึงผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อกระเป๋านขนาดเล็ก โดยรวมพบว่า ผู้ที่มีระดับรายได้มากกว่า 30,000 บาท มีความพึงพอใจมากกว่าผู้ที่มีระดับรายได้ 10,001-20,000 บาท เมื่อพิจารณารายด้าน ด้านรูปแบบผู้ที่มีระดับรายได้มากกว่า 30,000 บาท มีความพึงพอใจมากกว่าผู้ที่มีระดับรายได้ 20,001-30,000 บาท ในด้านประโยชน์ใช้สอย และราคาผู้ที่มีระดับรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีความพึงพอใจมากกว่าผู้ที่มีระดับรายได้ 10,001-20,000 บาท และระดับรายได้มากกว่า 30,000 บาท มีความพึงพอใจมากกว่าผู้ที่มีระดับรายได้ 10,001-20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 24

การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อกระเป๋าขนาดกลาง ในภาพรวม ด้านรูปแบบ ประโยชน์ใช้สอย และราคา จำแนกตามรายได้ของกลุ่มผู้บริโภค ($n = 200$)

กระเป๋า	รายได้	\bar{X}	(1)	(2)	(3)	(4)
ผลโดยรวม กระเป๋า ขนาด กลาง	(1) ต่ำกว่า 10,000 บาท	4.13				
	(2) 10,001-20,000 บาท	3.92				
	(3) 20,001-30,000 บาท	3.94				
	(4) มากกว่า 30,000 บาท	4.13				
รูปแบบ	(1) ต่ำกว่า 10,000 บาท	4.21			*	
	(2) 10,001-20,000 บาท	4.07			*	
	(3) 20,001-30,000 บาท	3.62				*
	(4) มากกว่า 30,000 บาท	4.20				
ประโยชน์ ใช้สอย	(1) ต่ำกว่า 10,000 บาท	4.10		*		
	(2) 10,001-20,000 บาท	3.64			*	
	(3) 20,001-30,000 บาท	4.14				*
	(4) มากกว่า 30,000 บาท	4.14				
ราคา	(1) ต่ำกว่า 10,000 บาท	4.08				
	(2) 10,001-20,000 บาท	4.05				
	(3) 20,001-30,000 บาท	4.06				
	(4) มากกว่า 30,000 บาท	4.05				

จากตารางที่ 24 แสดงถึงผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อกระเป๋าขนาดกลาง ด้านรูปแบบผู้ที่มียกระดับรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท และผู้ที่มียกระดับรายได้ 10,001-20,000 บาท มีความพึงพอใจมากกว่าผู้ที่มียกระดับรายได้ 20,001-30,000 บาท และผู้ที่มียกระดับรายได้มากกว่า 30,000 บาท มีความพึงพอใจมากกว่าผู้ที่มียกระดับรายได้ 20,001-30,000 บาท ด้านประโยชน์ใช้สอยผู้ที่มียกระดับรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีความพึงพอใจมากกว่าผู้ที่มียกระดับรายได้ 10,001-20,000 บาท และผู้ที่มียกระดับรายได้มากกว่า 30,000 บาท และผู้ที่มียกระดับรายได้ 20,001-30,000 บาท มีความพึงพอใจมากกว่าผู้ที่มียกระดับรายได้ 10,001-20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 25

การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อกระเป๋านขนาดใหญ่ ในภาพรวม ด้านรูปแบบ ประโยชน์ใช้สอย และราคา จำแนกตามรายได้ของกลุ่มผู้บริโภค ($n = 200$)

กระเป๋าน	รายได้	\bar{X}	(1)	(2)	(3)	(4)
ผลโดยรวม กระเป๋าน ขนาดใหญ่	(1) ต่ำกว่า 10,000 บาท	4.28		*		
	(2) 10,001-20,000 บาท	3.92				
	(3) 20,001-30,000 บาท	3.99				
	(4) มากกว่า 30,000 บาท	4.14				
รูปแบบ	(1) ต่ำกว่า 10,000 บาท	4.32			*	
	(2) 10,001-20,000 บาท	4.01				
	(3) 20,001-30,000 บาท	3.92				
	(4) มากกว่า 30,000 บาท	4.18				
ประโยชน์ ใช้สอย	(1) ต่ำกว่า 10,000 บาท	4.26		*		
	(2) 10,001-20,000 บาท	3.78				*
	(3) 20,001-30,000 บาท	4.05				
	(4) มากกว่า 30,000 บาท	4.09				
ราคา	(1) ต่ำกว่า 10,000 บาท	4.25				
	(2) 10,001-20,000 บาท	3.98				
	(3) 20,001-30,000 บาท	4.01				
	(4) มากกว่า 30,000 บาท	4.14				

จากตาราง 25 แสดงถึงผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อกระเป๋านขนาดใหญ่ โดยรวมพบว่า ผู้ที่มีระดับรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีความพึงพอใจมากกว่าผู้ที่มีระดับรายได้ 10,001-20,000 บาท เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านรูปแบบผู้ที่มีระดับรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีความพึงพอใจมากกว่า 20,001-30,000 บาท ด้านประโยชน์ใช้สอยผู้ที่มีระดับรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีความพึงพอใจมากกว่าผู้ที่มีระดับรายได้ 10,001-20,000 บาท และผู้บริโภคที่มีระดับรายได้ 30,000 บาท ขึ้นไป มีความพึงพอใจสูงกว่าผู้ที่มีระดับรายได้ 10,001-20,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05