

บทที่ 5

ผลการวิจัยและการอภิปรายผล

การดำเนินการวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาเพื่อพัฒนาระบบในการหาความต้องการของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือที่ผลิตในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ดังนั้นจึงทำการศึกษาพฤติกรรมและทัศนคติของผู้บริโภคทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มีต่อผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือ โดยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการตอบคำถามลงในระบบหาความต้องการแบบออนไลน์ จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้บริโภคชาวไทยจำนวน 150 คน ที่สามารถใช้งานอินเทอร์เน็ตได้ และเป็นชาวต่างประเทศจำนวน 150 คน ซึ่งเป็นข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เข้ามาเที่ยวประเทศไทยและชาวต่างประเทศที่อาศัยอยู่ในประเทศไทยและต่างประเทศ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการนำมาเปรียบเทียบกับลูกค้าที่เป็นชาวไทยด้านความต้องการในผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือว่ามีความเหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปเป็นแนวทางในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า จากการศึกษาครั้งนี้สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

5.1 ลูกค้าชาวไทย

5.1.1 ลักษณะโดยทั่วไปของลูกค้า

การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคชาวไทย จำแนกตาม เพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ และระดับตำแหน่งงาน ดังตารางที่ 5.1 – 5.7

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
1. ชาย	66	44.0
2. หญิง	84	56.0
รวม	150	100.0

ตารางที่ 5.1 ผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือ จำแนกตามเพศ

จากตาราง 5.1 พบว่าผู้เข้ามาตอบแบบสอบถามในระบบหาความต้องการแบบออนไลน์ เป็นเพศหญิงมากที่สุด จำนวน 84 ราย คิดเป็นร้อยละ 56.0 และเพศชายจำนวน 66 ราย คิดเป็นร้อยละ 44.0

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
1. ต่ำกว่า 25 ปี	16	10.7
2. 25 – 35 ปี	86	57.3
3. 36 – 45 ปี	42	28.0
4. 46 – 55 ปี	4	2.7
5. มากกว่า 56 ปี	2	1.3
รวม	150	100.0

ตารางที่ 5.2 ผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือ จำแนกตามอายุ

จากตาราง 5.2 พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 25 – 35 ปี มากที่สุด จำนวน 86 ราย คิดเป็นร้อยละ 57.3 รองลงมาคือ ช่วงอายุ 36 – 45 ปี มีจำนวน 42 ราย คิดเป็นร้อยละ 28 ถัดมาคือช่วงอายุต่ำกว่า 25 ปี จำนวน 16 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.7

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
1. ต่ำกว่า 10,000 บาท	16	10.7
2. 10,000 – 19,999 บาท	77	51.3
3. 20,000 – 29,999 บาท	20	13.3
4. 30,000 – 39,999 บาท	19	12.7
5. 40,000 – 49,999 บาท	9	6.0
6. 50,000 บาทขึ้นไป	9	6.0
รวม	150	100.0

ตารางที่ 5.3 ผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

จากตาราง 5.3 พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 10,000 – 19,999 บาท จำนวน 77 ราย คิดเป็นร้อยละ 51.3 รองลงมามีรายได้ระหว่าง 20,000 – 29,999 บาท จำนวน 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.3 ถัดมา มีรายได้ 30,000 – 39,999 บาท จำนวน 19 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.7 และมีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 16 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.7

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
1. มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	2	1.3
2. อนุปริญญา / ปวส.	-	-
3. ปริญญาตรี	33	22.0
4. สูงกว่าปริญญาตรี	115	76.7
รวม	150	100.0

ตารางที่ 5.4 ผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือ จำแนกตามระดับการศึกษา

จากตาราง 5.4 พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่จบการศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 115 ราย คิดเป็นร้อยละ 76.7 รองลงมาคือ จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี จำนวน 33 ราย คิดเป็นร้อยละ 22 ถัดมาจบการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือ ปวช. จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.3

สถานภาพสมรส	จำนวน	ร้อยละ
1. โสด	101	67.3
2. แต่งงาน	45	30.0
3. หย่าร้าง	4	2.7
4. แยกกันอยู่	-	-
รวม	150	100.0

ตารางที่ 5.5 ผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือ จำแนกตามสถานภาพสมรส

จากตาราง 5.5 พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 101 ราย คิดเป็นร้อยละ 67.3 รองลงมามีสถานภาพสมรส จำนวน 45 ราย คิดเป็นร้อยละ 30 ถัดมามีสถานภาพหย่าร้าง จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.7

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
1. แม่บ้าน	-	-
2. เกษตรกร	-	-
3. รับราชการ	80	53.3
4. รัฐวิสาหกิจ	19	12.7
5. บริษัทเอกชน	23	15.3
6. NGO	-	-
7. นักเรียน/นักศึกษา	7	4.7
8. ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว	21	14.0
รวม	150	100.0

ตารางที่ 5.6 ผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือ จำแนกตามอาชีพ

จากตาราง 5.6 พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่มีอาชีพรับราชการ จำนวน 80 ราย คิดเป็นร้อยละ 53.3 รองลงมาทำงานในบริษัทเอกชน จำนวน 23 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.3 ถัดมาประกอบอาชีพค้าขายหรือธุรกิจส่วนตัว จำนวน 21 ราย คิดเป็นร้อยละ 14 และทำงานในองค์กรรัฐวิสาหกิจ จำนวน 19 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.7

ระดับตำแหน่งงาน	จำนวน	ร้อยละ
1. ผู้บริหารระดับสูง	3	2.0
2. ผู้บริหารระดับกลาง	23	15.3
3. ผู้บริหารระดับต้น	25	16.7
4. ระดับปฏิบัติการ	92	61.3
รวม	150	100.0

ตารางที่ 5.7 ผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือ จำแนกตามระดับตำแหน่งงาน

จากตาราง 5.7 พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ปฏิบัติหน้าที่ในระดับปฏิบัติการ จำนวน 92 ราย คิดเป็นร้อยละ 61.3 รองลงมาปฏิบัติหน้าที่ในระดับผู้บริหารระดับต้น จำนวน 25 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.7 และปฏิบัติหน้าที่ในระดับผู้บริหารระดับกลาง จำนวน 23 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.3

5.1.2 ทศนคติที่มีต่อผ้าทอมือ

ตอนที่ 2 เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อผ้าทอมือ ประกอบด้วย ผลผลิตจากผ้าทอมือที่ผู้บริโภครู้จัก ประเภทของผ้าทอมือที่ผู้บริโภครู้จัก ประเภทของผ้าทอมือที่ผู้บริโภคชอบ ผ้าทอมือที่ผู้บริโภคชอบทำจากเส้นใยชนิดใด โทนสีของผ้าทอมือที่ผู้บริโภคชอบ สีของผ้าทอมือที่ผู้บริโภคชอบ ลักษณะของเนื้อผ้าทอมือที่ผู้บริโภคชอบ ลักษณะของแบบผ้าทอมือที่ผู้บริโภคชอบ ลวดลายของผ้าทอมือที่ผู้บริโภคชอบ ความคิดเห็นเกี่ยวกับการดูแลรักษาผ้าทอมือ การซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือ วัตถุประสงค์ของการซื้อผ้าทอมือ โอกาสในการใช้ผ้าทอมือ ความถี่ในการใช้ผ้าทอมือ สถานที่ที่เคยซื้อผ้าทอมือ จำนวนครั้งที่ซื้อผ้าทอมือ ปัจจัยด้านคุณสมบัติของผ้าทอมือที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ของผ้าทอมือที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ เหตุผลที่มีส่วนช่วยในการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือ สิ่งที่ต้องการจากผู้ขายในการซื้อคราวต่อไป และเหตุผลที่ไม่ซื้อผ้าทอมือ ดังแสดงในตาราง 5.8 - 5.30

ผลิตภัณฑ์จากผ้าทอมือ	จำนวน	ร้อยละ
1. ผ้าพื้นสำหรับตัดชุด	113	75.3
2. เสื้อผ้าสำเร็จรูป	88	58.7
3. ผ้าขาวม้า	87	58.0
4. ผ้าคลุมไหล่	97	64.7
5. ผ้าพันคอ	100	66.7
6. ผ้าคลุมโต๊ะ	80	53.3
7. ผ้าคลุมเตียง	13	8.7
8. กระเป๋า	74	49.3
9. ผ้าม่าน	67	44.7
10. ของตกแต่งบ้าน	31	20.7
11. รองเท้า	18	12.0
12. ไม่รู้จักเลย	-	-
จำนวนตัวอย่างทั้งหมด	150	100.0

ตารางที่ 5.8 ผลผลิตจากผ้าทอมือที่ผู้บริโภครู้จัก

จากตาราง 5.8 พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่รู้จักผลิตภัณฑ์จากผ้าทอมือ คือ ผ้าพื้นสำหรับตัดชุด จำนวน 113 ราย คิดเป็นร้อยละ 75.3 รองลงมาผู้รู้จักผลิตภัณฑ์จากผ้าทอมือที่เป็นผ้าพันคอจำนวน 100 ราย คิดเป็นร้อยละ 66.7 ถัดมาผู้รู้จักผลิตภัณฑ์จากผ้าทอมือที่เป็นผ้าคลุมไหล่ จำนวน 97 ราย

คิดเป็นร้อยละ 64.7 และรู้จักผลิตภัณฑ์จากผ้าทอมือที่เป็นเสื้อผ้าสำเร็จรูป จำนวน 88 ราย คิดเป็นร้อยละ 58.7

ประเภทผ้าทอมือ	จำนวน	ร้อยละ
1. ผ้าพื้น	139	92.7
2. ผ้ามัดหมี่	98	65.3
3. ผ้ายกดอก	67	44.7
4. ผ้าจิด	81	54.0
5. ผ้าจก	75	50.0
6. ไม่รู้จักเลย	2	1.3

*หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ตารางที่ 5.9 ประเภทผ้าทอมือที่ผู้บริโภครู้จัก

จากตาราง 5.9 พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่รู้จักผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือประเภท ผ้าพื้น จำนวน 139 ราย คิดเป็นร้อยละ 92.7 รองลงมารู้จักผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือประเภท ผ้ามัดหมี่ จำนวน 98 ราย คิดเป็นร้อยละ 65.3 ถัดมารู้จักผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือประเภท ผ้าจิด จำนวน 81 ราย คิดเป็นร้อยละ 54 และรู้จักผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือประเภท ผ้าจก จำนวน 75 ราย คิดเป็นร้อยละ 50

ประเภทผ้าทอมือ	จำนวน	ร้อยละ
1. ผ้าพื้น	135	90.0
2. ผ้ามัดหมี่	54	36.0
3. ผ้ายกดอก	37	24.7
4. ผ้าจิด	72	48.0
5. ผ้าจก	47	31.3
6. ไม่ชอบเลย	8	5.3

*หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ตารางที่ 5.10 ประเภทผ้าทอมือที่ผู้บริโภครชอบ

จากตาราง 5.10 พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ชอบผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือประเภท ผ้าพื้น จำนวน 135 ราย คิดเป็นร้อยละ 90 รองลงมาชอบผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือประเภท ผ้าจิด จำนวน 72 ราย คิดเป็นร้อยละ 48 ถัดมาชอบผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือประเภท ผ้ามัดหมี่ จำนวน 54 ราย คิดเป็นร้อยละ 36 และชอบผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือประเภท ผ้าจก จำนวน 47 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.3

ประเภทเส้นใย	จำนวน	ร้อยละ
1. ไหม	133	88.7
2. ฝ้าย	17	11.3
3. โยประคินธุ์	-	-
จำนวนตัวอย่างทั้งหมด	150	100.0

ตารางที่ 5.11 ผ้าทอมือที่ผู้บริโภคมอบทำจากเส้นใยชนิดใด

จากตาราง 5.11 พบว่าผู้บริโภคร้อยละส่วนใหญ่ชอบผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือที่ทำจากเส้นใยไหม จำนวน 133 ราย คิดเป็นร้อยละ 88.7 รองลงมาชอบผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือที่ทำจากเส้นใยฝ้าย จำนวน 17 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.3

โทนสีของผ้าทอมือ	จำนวน	ร้อยละ
1. สีสว่าง	21	14.0
2. สีหม่น	27	18.0
3. สีเข้ม	57	38.0
4. สีอ่อน	62	41.3
5. สีสดใส	25	16.7
6. สีโทนธรรมชาติ	69	46.0
7. สีฉูดฉาด	8	5.3

*หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ตารางที่ 5.12 โทนสีของผ้าทอมือที่ผู้บริโภคมอบ

จากตาราง 5.12 พบว่าผู้บริโภคร้อยละส่วนใหญ่ชอบโทนสีของผ้าทอมือ คือ สีโทนธรรมชาติ จำนวน 69 ราย คิดเป็นร้อยละ 46 รองลงมาชอบโทนสีอ่อน จำนวน 62 ราย คิดเป็นร้อยละ 41.3 ถัดมาชอบโทนสีเข้ม จำนวน 57 ราย คิดเป็นร้อยละ 38 และชอบโทนสีหม่น จำนวน 27 ราย คิดเป็นร้อยละ 18

สีของผ้าทอมือ	จำนวน	ร้อยละ
1. สีนํ้าเงิน	87	58.0
2. สีเขียว	72	48.0
3. สีฟ้า	69	46.0
4. สีเหลือง	51	34.0
5. สีชมพู	62	41.3
6. สีส้ม	44	29.3
7. สีแดง	24	16.0
8. สีม่วง	35	23.3
9. สีนํ้าตาล	22	14.7
10. สีดำ	16	10.7
11. สีเทา	20	13.3
12. สีเงิน	28	18.7

*หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ตารางที่ 5.13 สีของผ้าทอมือที่ผู้บริโภคมชอบ

จากตาราง 5.13 พบว่าผู้บริโภคร้อยละส่วนใหญ่ชอบสีของผ้าทอมือ คือ สีนํ้าเงิน จำนวน 87 ราย คิดเป็นร้อยละ 58 รองลงมาชอบสีเขียว จำนวน 72 ราย คิดเป็นร้อยละ 48 ถัดมาชอบสีฟ้า จำนวน 69 ราย คิดเป็นร้อยละ 46 และชอบสีชมพู จำนวน 62 ราย คิดเป็นร้อยละ 41.3

ลักษณะของเนื้อผ้าทอมือ	จำนวน	ร้อยละ
1. เนื้อหนา (ทอ 3 -4 เส้น)	58	38.7
2. เนื้อบาง (ทอ 1 -2 เส้น)	92	61.3
จำนวนตัวอย่างทั้งหมด	150	100.0

ตารางที่ 5.14 ลักษณะของเนื้อผ้าทอมือที่ผู้บริโภคมชอบ

จากตาราง 5.14 พบว่าผู้บริโภคร้อยละส่วนใหญ่ชอบลักษณะของเนื้อผ้าทอมือ คือ เนื้อบาง (ทอ 1 -2 เส้น) จำนวน 92 ราย คิดเป็นร้อยละ 61.3 รองลงมาชอบลักษณะของเนื้อผ้าหนา (ทอ 3 -4 เส้น) จำนวน 58 ราย คิดเป็นร้อยละ 38.7

ลักษณะของแบบผ้าทอมือ	จำนวน	ร้อยละ
1. เนื้อเรียบด้าน	18	12.0
2. เนื้อเรียบเป็นมันเงา	103	68.7
3. เนื้อขรุขระ	1	0.7
4. เนื้อละเอียดนุ่ม	28	18.7
จำนวนตัวอย่างทั้งหมด	150	100.0

ตารางที่ 5.15 ลักษณะของแบบผ้าทอมือที่ผู้บริโภครอบ

จากตาราง 5.15 พบว่าผู้บริโภครอบส่วนใหญ่ชอบลักษณะของแบบผ้าทอมือ คือ เนื้อเรียบเป็นมันเงา จำนวน 103 ราย คิดเป็นร้อยละ 68.7 รองลงมาชอบเนื้อละเอียดนุ่ม จำนวน 28 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.7 ถัดมาชอบเนื้อเรียบด้าน จำนวน 18 ราย คิดเป็นร้อยละ 12

ลวดลายของผ้าทอมือ	จำนวน	ร้อยละ
1. ลายไทยโบราณ	82	54.7
2. ลายไทยประยุกต์	48	32.0
3. ลายร่วมสมัย	50	33.3
4. ลายเรขาคณิต	44	29.3
5. ลายพืช	33	22.0
6. ลายสัตว์	26	17.3

*หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ตารางที่ 5.16 ลวดลายของผ้าทอมือที่ผู้บริโภครอบ

จากตาราง 5.16 พบว่าผู้บริโภครอบส่วนใหญ่ชอบลวดลายของผ้าทอมือ คือ ลายไทยโบราณ จำนวน 82 ราย คิดเป็นร้อยละ 54.7 รองลงมาชอบลายร่วมสมัย จำนวน 50 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.3 ถัดมาชอบลายไทยประยุกต์ จำนวน 48 ราย คิดเป็นร้อยละ 32 และลายเรขาคณิต จำนวน 44 ราย คิดเป็นร้อยละ 29.3

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการดูแลรักษา ผ้าทอมือ	จำนวน	ร้อยละ
1. ดูแลรักษาง่าย	5	3.3
2. ดูแลรักษายาก	83	55.3
3. รีดง่าย	8	5.3
4. รีดยาก	106	70.7
5. สิ้นเปลืองค่าใช้จ่ายเพราะต้องจ้างซักแห้ง	63	42.0

*หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ตารางที่ 5.17 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการดูแลรักษาผ้าทอมือ

จากตาราง 5.17 พบว่าผู้บริโภคร้อยละส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการดูแลรักษาผ้าทอมือ คือ รีดยาก จำนวน 106 ราย คิดเป็นร้อยละ 70.7 รองลงมาที่มีความคิดเห็นว่าคุณดูแลรักษายาก จำนวน 83 ราย คิดเป็นร้อยละ 55.3 ถัดมาที่มีความคิดเห็นว่าคุณสิ้นเปลืองค่าใช้จ่ายเพราะต้องจ้างซักแห้ง จำนวน 63 ราย คิดเป็นร้อยละ 42

การซื้อผ้าทอมือ	จำนวน	ร้อยละ
1. เคยซื้อ	96	64
2. ไม่เคยซื้อ	54	36
จำนวนตัวอย่างทั้งหมด	150	100.0

ตารางที่ 5.18 การซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือ

จากตาราง 5.18 พบว่าผู้บริโภเคยซื้อผ้าทอมือ จำนวน 96 ราย คิดเป็นร้อยละ 64 และไม่เคยซื้อผ้าทอมือ จำนวน 54 ราย คิดเป็นร้อยละ 36

วัตถุประสงค์ของการซื้อผ้าทอมือ	จำนวน	ร้อยละ
1. เป็นของฝากเนื่องในวันเกิด	38	25.3
2. เป็นของฝากเนื่องในโอกาสพิเศษ	70	46.7
3. นำไปใช้เอง	88	58.7
4. นำไปขายต่อ	30	20.0

*หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ตารางที่ 5.19 วัตถุประสงค์ของการซื้อผ้าทอมือ

จากตาราง 5.19 พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการซื้อผ้าทอมือเพื่อนำไปใช้เอง จำนวน 88 ราย คิดเป็นร้อยละ 58.7 รองลงมามีวัตถุประสงค์เพื่อนำไปเป็นของฝากเนื่องในโอกาสพิเศษ จำนวน 70 ราย คิดเป็นร้อยละ 46.7 ถัดมามีวัตถุประสงค์เพื่อนำไปเป็นของฝากเนื่องในวันเกิด จำนวน 38 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.3 และมีวัตถุประสงค์เพื่อนำไปขายต่อ จำนวน 30 ราย คิดเป็นร้อยละ 20

โอกาสในการใช้ผ้าทอมือ	จำนวน	ร้อยละ
1. ใช้หรือสวมใส่ในวันปกติ	10	6.7
2. ใช้หรือสวมใส่ในวันพิเศษสำคัญ	84	56.0
3. ใช้หรือสวมใส่ในโอกาสพิเศษ เช่น งานสังสรรค์	132	88.0
4. ใช้หรือสวมใส่ในวันที่มีการ รณรงค์ให้ใช้ผ้าทอมือพื้นเมือง	80	53.3

*หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ตารางที่ 5.20 โอกาสในการใช้ผ้าทอมือ

จากตาราง 5.20 พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ใช้หรือสวมใส่ผ้าทอมือในโอกาสพิเศษ เช่น งานสังสรรค์ จำนวน 132 ราย คิดเป็นร้อยละ 88 รองลงมาผู้บริโภคใช้หรือสวมใส่ผ้าทอมือในวันพิเศษสำคัญ จำนวน 84 ราย คิดเป็นร้อยละ 56 ถัดมาผู้บริโภคใช้หรือสวมใส่ในวันที่มีการรณรงค์ให้ใช้ผ้าทอมือพื้นเมือง จำนวน 80 ราย คิดเป็นร้อยละ 53.3 และผู้บริโภคใช้หรือสวมใส่ในวันปกติ จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.7

ความถี่ในการใช้ผ้าทอมือ	จำนวน	ร้อยละ
1. 1 ครั้ง	43	44.8
2. 2 ครั้ง	32	33.3
3. 3 ครั้ง	15	15.6
4. 4 ครั้ง	3	3.1
5. 5 ครั้ง	2	2.1
6. มากกว่า 5 ครั้ง	1	1.0
จำนวนตัวอย่างทั้งหมด	96	100.0

ตารางที่ 5.21 ความถี่ในการใช้ผ้าทอมือต่อเดือน

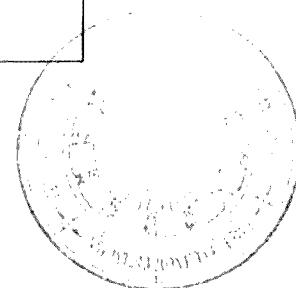
จากตาราง 5.21 พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้ผ้าทอมือ 1 ครั้งต่อเดือน จำนวน 43 ราย คิดเป็นร้อยละ 44.8 รองลงมาผู้บริโภคมีความถี่ในการใช้ผ้าทอมือ 2 ครั้งต่อเดือน จำนวน 32 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.3 ถัดมาผู้บริโภคมีความถี่ในการใช้ผ้าทอมือ 3 ครั้งต่อเดือน จำนวน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.6 และผู้บริโภคมีความถี่ในการใช้ผ้าทอมือ 4 ครั้งต่อเดือน จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.1

สถานที่ซื้อผ้าทอมือ	จำนวน	ร้อยละ
1. แหล่งผลิตโดยตรง	50	52.1
2. ร้านค้าของที่ระลึก	59	61.5
3. งานแสดงสินค้าหัตถกรรมต่างๆ	67	69.8
4. ห้างสรรพสินค้า	36	37.5
5. ร้านค้าชุมชน	53	55.2
6. ร้านจำหน่ายผ้าทอทั่วไป	28	29.2
7. ศูนย์สาธิตการผลิต	45	46.9
8. แหล่งท่องเที่ยว	37	38.5
9. สั่งซื้อจากกลุ่มผู้ผลิตทางโทรศัพท์	39	40.6
10. สั่งซื้อจากกลุ่มผู้ผลิตทางอินเทอร์เน็ต	32	33.3
11. สั่งซื้อจากกลุ่มผู้ผลิตทางแฟกซ์	15	15.6
12. สั่งซื้อจากกลุ่มผู้ผลิตทางจดหมาย	13	13.5

*หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ตารางที่ 5.22 สถานที่ที่เคยซื้อผ้าทอมือ

จากตาราง 5.22 พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ซื้อผ้าทอมือจากงานแสดงสินค้าหัตถกรรมต่างๆ จำนวน 67 ราย คิดเป็นร้อยละ 69.8 รองลงมาผู้บริโภคซื้อผ้าทอมือจากร้านค้าของที่ระลึก จำนวน 59 ราย คิดเป็นร้อยละ 61.5 ถัดมาผู้บริโภคซื้อผ้าทอมือจากร้านค้าชุมชน จำนวน 53 ราย คิดเป็นร้อยละ 55.2 และผู้บริโภคซื้อผ้าทอมือจากแหล่งผลิตโดยตรง จำนวน 50 ราย คิดเป็นร้อยละ 52.1



ความถี่ในการซื้อผ้าทอมือ	จำนวน	ร้อยละ
1. 1 ครั้ง	78	81.3
2. 2 ครั้ง	13	13.5
3. 3 ครั้ง	3	3.1
4. 4 ครั้ง	2	2.1
5. 5 ครั้ง	-	-
6. มากกว่า 5 ครั้ง	-	-
จำนวนตัวอย่างทั้งหมด	96	100.0

ตารางที่ 5.23 ความถี่ในการซื้อผ้าทอมือต่อปี

จากตาราง 5.23 พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความถี่ในการซื้อผ้าทอมือ 1 ครั้งต่อปี จำนวน 78 ราย คิดเป็นร้อยละ 81.3 รองลงมาผู้บริโภคมีความถี่ในการซื้อผ้าทอมือ 2 ครั้งต่อปี จำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.5 ถัดมาผู้บริโภคมีความถี่ในการซื้อผ้าทอมือ 3 ครั้งต่อปี จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.1 และผู้บริโภคมีความถี่ในการซื้อผ้าทอมือ 4 ครั้งต่อปี จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.1

ปัจจัยด้านคุณสมบัติ	จำนวน	ร้อยละ
1. เนื้อผ้าเรียบเนียนสม่ำเสมอ	27	28.1
2. มีสีสันทากหลาย	65	67.7
3. มีลวดลายหลากหลาย	68	70.8
4. มีลวดลายตรงตามความต้องการ	80	83.3
5. เนื้อผ้ามีความคงทน	73	76.0
6. น้ำหนักของผ้าทั้งตัว	28	29.2
7. สีของผ้าติดทนนานไม่ตกง่าย	70	72.9
8. ทำความสะอาดง่าย	41	42.7
9. เนื้อผ้าไม่มีรอยขูดขีดและขีด	25	26.0

*หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ตารางที่ 5.24 ปัจจัยด้านคุณสมบัติของผ้าทอมือที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ

จากตาราง 5.24 พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่พิจารณาปัจจัยด้านคุณสมบัติของผ้าทอมือ คือ มีลวดลายตรงตามความต้องการ จำนวน 80 ราย คิดเป็นร้อยละ 83.3 รองลงมาผู้บริโภคพิจารณาปัจจัยด้านเนื้อผ้ามีความคงทน จำนวน 73 ราย คิดเป็นร้อยละ 76.0 ถัดมาผู้บริโภคพิจารณาปัจจัยด้านสีของผ้าติดทนนานไม่ตกง่าย จำนวน 70 ราย คิดเป็นร้อยละ 72.9 และผู้บริโภคพิจารณาปัจจัยด้านมีลวดลายหลากหลาย จำนวน 68 ราย คิดเป็นร้อยละ 70.8

ปัจจัยด้านราคา	จำนวน	ร้อยละ
1. แตกต่างตามลักษณะของเนื้อผ้า	37	38.5
2. แตกต่างตามแหล่งซื้อ	27	28.1
3. แตกต่างตามคุณภาพและประเภทเส้นใย	86	89.6
4. แตกต่างตามลวดลายบนเนื้อผ้า	61	63.5
5. มีราคาเป็นมาตรฐานเหมือนราคาในท้องตลาดทั่วไป	28	29.5

*หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ตารางที่ 5.25 ปัจจัยด้านราคาของผ้าทอมือที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ

จากตาราง 5.25 พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่พิจารณาปัจจัยด้านราคาของผ้าทอมือว่ามีความแตกต่างตามคุณภาพและประเภทเส้นใย จำนวน 86 ราย คิดเป็นร้อยละ 89.6 รองลงมาผู้บริโภคพิจารณาว่าแตกต่างตามลวดลายบนเนื้อผ้า จำนวน 61 ราย คิดเป็นร้อยละ 63.5 ถัดมาผู้บริโภคพิจารณาว่าแตกต่างตามลักษณะของเนื้อผ้า จำนวน 37 ราย คิดเป็นร้อยละ 38.5 และผู้บริโภคพิจารณาว่าราคาเป็นมาตรฐานเหมือนราคาในท้องตลาดทั่วไป จำนวน 28 ราย คิดเป็นร้อยละ 29.5

ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์	จำนวน	ร้อยละ
1. คำแนะนำจากบุคคลใกล้ชิด	19	19.8
2. มีโอกาสไปชมการสาธิตการผลิต	35	36.5
3. มีโอกาสไปงานแสดงสินค้าหัตถกรรม	68	70.8
4. มีโอกาสเยี่ยมชมสถานที่การผลิตจริง	44	45.8
5. เห็นข้อมูลจากสื่อประเภททีวี	31	32.3
6. เห็นข้อมูลจากสื่อประกอบในนิตยสาร	16	16.7
7. เห็นข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต	45	46.9
8. การส่งเสริมและประชาสัมพันธ์จากหน่วยงานของรัฐบาล จังหวัด อำเภอ ตำบล	78	81.3

*หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ตารางที่ 5.26 ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ของผ้าทอมือที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ

จากตาราง 5.26 พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่พิจารณาปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ของผ้าทอมือที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ คือ การส่งเสริมและประชาสัมพันธ์จากหน่วยงานของรัฐบาล จังหวัด อำเภอ ตำบล จำนวน 78 ราย คิดเป็นร้อยละ 81.3 รองลงมาคือมีโอกาสไปงานแสดงสินค้าหัตถกรรม จำนวน 68 ราย คิดเป็นร้อยละ 70.8 ถัดมาผู้บริโภคเห็นข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต จำนวน

45 ราย คิดเป็นร้อยละ 46.9 และผู้บริโภคมิโอกาสเยี่ยมชมสถานที่การผลิตจริง จำนวน 44 ราย คิดเป็นร้อยละ 45.8

วิธีการเก็บรักษาผ้าทอมือ	จำนวน	ร้อยละ
1. พับเก็บไว้ในตู้	23	15.3
2. แขนงเก็บไว้ในตู้	98	65.3
3. บรรจุถุงพลาสติกและพับเก็บไว้	11	7.3
4. บรรจุถุงพลาสติกและแขวนเก็บไว้	18	12.0

*หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ตารางที่ 5.27 วิธีการเก็บรักษาผ้าทอมือ

จากตาราง 5.27 พบว่าผู้บริโภคร้อยละส่วนใหญ่มีวิธีการเก็บรักษาผ้าทอมือ คือ แขนงเก็บไว้ในตู้ จำนวน 98 ราย คิดเป็นร้อยละ 65.3 รองลงมาผู้บริโภคใช้วิธีพับเก็บไว้ในตู้ จำนวน 23 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.3 ถัดมาผู้บริโภคใช้วิธีบรรจุถุงพลาสติกและแขวนเก็บไว้ จำนวน 18 ราย คิดเป็นร้อยละ 12 และผู้บริโภคใช้วิธีบรรจุถุงพลาสติกและพับเก็บไว้ จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.3

เหตุผลที่มีส่วนช่วยในการตัดสินใจ	จำนวน	ร้อยละ
1. ความงดงามของลวดลายและสีสันของผ้าทอมือ	84	56.0
2. เป็นการอนุรักษ์มรดกและวัฒนธรรมไทย	67	44.7
3. เป็นการช่วยเหลือกลุ่มสตรีทอผ้าในชนบท	58	38.7
4. สนับสนุนนโยบายการนุ่งผ้าไทยของรัฐบาล	72	48.0
5. ได้รับคำแนะนำจากคนใกล้ชิด	8	5.3
6. มีโอกาสเข้าเยี่ยมชมขั้นตอนการผลิตผ้าทอมือ	30	20.0
7. มีการรับประกันคุณภาพของผ้าทอมือ	23	15.3
8. ความทนทานของเนื้อผ้า	36	24.0
9. ราคาสูงใจ	26	17.3
10. ต้องการทดลองใช้	24	16.0
11. ความน่าเชื่อถือของแหล่งผลิต	11	7.3
12. บรรจุภัณฑ์งดงาม	10	6.7
13. คนขายมีอัธยาศัยดีและพูดภาษาต่างประเทศได้	4	2.7
14. หาซื้อได้ง่าย	18	12.0
15. ลวดลายมีความร่วมสมัย	79	52.7

*หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ตารางที่ 5.28 เหตุผลที่มีส่วนช่วยในการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือ

จากตาราง 5.28 พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ใช้เหตุผลที่ช่วยในการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือ คือ ความงดงามของลวดลายและสีสันของผ้าทอมือ จำนวน 84 ราย คิดเป็นร้อยละ 56 รองลงมา คือ ลวดลายมีความร่วมสมัย จำนวน 79 ราย คิดเป็นร้อยละ 52.7 ถัดมา คือ การสนับสนุนนโยบายการนุ่งผ้าไทยของรัฐบาล จำนวน 72 ราย คิดเป็นร้อยละ 48 และเพื่อเป็นการอนุรักษ์มรดกและวัฒนธรรมไทย จำนวน 67 ราย คิดเป็นร้อยละ 44.7

สิ่งที่ต้องการจากผู้ขาย	จำนวน	ร้อยละ
1. การรับประกันคุณภาพสินค้า	25	16.7
2. คำแนะนำในการดูแลรักษา	33	22.0
3. มีบรรจุภัณฑ์ที่งดงาม	18	12.0
4. คำแนะนำในการเลือกซื้อ	45	30.0
5. มีวิธีการสั่งซื้อที่สะดวกมากขึ้น กว่าเดิม เช่น สั่งซื้อผ่านอินเทอร์เน็ต	43	28.7

*หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ตารางที่ 5.29 สิ่งที่ต้องการจากผู้ขายในการซื้อคราวต่อไป

จากตาราง 5.29 พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่มีสิ่งที่ต้องการจากผู้ขายในการซื้อคราวต่อไป คือ มีคำแนะนำในการเลือกซื้อ จำนวน 45 ราย คิดเป็นร้อยละ 30 รองลงมาผู้บริโภคต้องการให้มีวิธีการสั่งซื้อที่สะดวกมากขึ้นกว่าเดิม เช่น สั่งซื้อผ่านอินเทอร์เน็ต จำนวน 43 ราย คิดเป็นร้อยละ 28.7 ถัดมาผู้บริโภคต้องการคำแนะนำในการดูแลรักษา จำนวน 33 ราย คิดเป็นร้อยละ 22 และผู้บริโภคต้องการให้มีการรับประกันคุณภาพสินค้า จำนวน 25 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.7

เหตุผลที่ไม่ซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
1. ราคาแพง	15	10.0
2. มีความหยาบเกินไป	19	12.7
3. ดูแลรักษายาก	36	24.0
4. ทำความสะอาดยาก	48	32.0
5. หาซื้อยาก	12	8.0
6. หาโอกาสในการสวมใส่ยาก	30	20.0
7. ไม่มีสีสันดูใจ	6	4.0
8. ไม่มีลวดลายดูใจ	9	6.0
9. เป็นเสื้อผ้าผู้ใหญ่สวมใส่มากกว่าเด็ก	38	25.3

*หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ตารางที่ 5.30 เหตุผลที่ไม่ซื้อผ้าทอมือ

จากตาราง 5.30 พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่มีเหตุผลที่ไม่ซื้อผ้าทอมือ คือ ทำความสะอาดยาก จำนวน 48 ราย คิดเป็นร้อยละ 32 รองลงมาคือ เป็นเสื้อผ้าผู้ใหญ่ที่สวมใส่มากกว่าเด็ก จำนวน 38 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.3 ถัดมาคือ คุณลักษณะยาก จำนวน 36 ราย คิดเป็นร้อยละ 24 และผู้บริโภคคิดว่าผ้าทอมือหาโอกาสในการสวมใส่ยาก จำนวน 30 ราย คิดเป็นร้อยละ 20

5.1.3 พฤติกรรมการเลือกซื้อผ้าทอมือ

ตอนที่ 3 เป็นการวิเคราะห์พฤติกรรมการเลือกซื้อผ้าทอมือของผู้บริโภคที่มีความชอบลวดลายของผ้าทอมือแบบใด ซึ่งผลแสดงดังตารางที่ 5.31 - 5.36

ลวดลาย	จำนวน	ร้อยละ
1. ลายกำแพงเมืองจีน	24	16.0
2. ลายโคมห้ำ	83	55.3
3. ลายดอกผักแว่น	72	48.0
4. ลายประยูกต์	79	52.7
5. ลายสร้อยดอกหมาก	68	45.3
6. ลายหมี่ขี้	99	66.0
7. ลายหมี่ตานาง	33	22.0
8. ลายหมี่ข้อ	87	58.0
9. ลายหมี่ขาเป็ดผสม	63	42.0
10. ลายหมี่แซงคั่น	56	37.3

*หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ตารางที่ 5.31 ค่าร้อยละของลวดลายที่กลุ่มผู้บริโภคเลือกซื้อผ้าทอมือของกลุ่มทอผ้าบ้านกุศกร

อ. ตระการพืชผล จ. อุบลราชธานี

จากตารางที่ 5.31 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคเลือกซื้อลวดลาย ลายหมี่ขี้ ของกลุ่มทอผ้าบ้านกุศกร อ.ตระการพืชผล จ.อุบลราชธานี จำนวน 99 ราย คิดเป็นร้อยละ 66 รองลงมาคือ ลายหมี่ข้อจำนวน 87 ราย คิดเป็นร้อยละ 58 ถัดมาคือ ลายโคมห้ำ จำนวน 83 ราย คิดเป็นร้อยละ 55.3 และผู้บริโภคเลือกซื้อลวดลายประยูกต์ จำนวน 79 ราย คิดเป็นร้อยละ 52.7

ลวดลาย	จำนวน	ร้อยละ
1. ลายขาเป๋	86	57.3
2. ลายหมากจับ	92	61.3
3. ลายโคมไฟ	77	51.3
4. ลายนาคน้อยผสมดาวล้อมเดือน	39	26.0
5. ลายน้ำไหล	47	31.3
6. ลายน้ำไหลและแต่งลาย	51	34.0
7. ลายหมี่ซั่ว	74	49.3
8. ลายหมี่โคมเจ็ดและลายหมากจับ	69	46.0
9. ลายโคมเจ็ด	62	41.3
10. ลายโคมห้า	58	38.7

*หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ตารางที่ 5.32 ค่าร้อยละของลวดลายที่กลุ่มผู้บริโภคเลือกซื้อผ้าทอมือของกลุ่มทอผ้า

บ้านปะอว อ. เมือง จ. อุบลราชธานี

จากตารางที่ 5.32 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคเลือกซื้อลวดลาย ลายหมากจับ ของกลุ่มทอผ้า บ้านปะอว อ. เมือง จ. อุบลราชธานี จำนวน 92 ราย คิดเป็นร้อยละ 61.3 รองลงมาคือ ลายขาเป๋ จำนวน 86 ราย คิดเป็นร้อยละ 57.3 ถัดมาคือ ลายโคมไฟ จำนวน 77 ราย คิดเป็นร้อยละ 51.3 และ ผู้บริโภคเลือกซื้อลวดลาย ลายหมี่ซั่ว จำนวน 74 ราย คิดเป็นร้อยละ 49.3

ลวดลาย	จำนวน	ร้อยละ
1. ลายกาบบัวโบราณ	67	44.7
2. ลายดอกคาน	56	37.3
3. ลายวงดอกโคมห้า	73	48.7
4. ลายวงโคมห้า	88	58.7
5. ลายหมี่กล้วย	48	32.0
6. ลายเครื่องบินเล็ก	79	52.7
7. ลายโคมห้าขาเป๋	75	50.0
8. ลายตะขอกล้วย	81	54.0
9. ลายปลาตะเพียน	69	46.0
10. ลายมงกุฎ	91	60.7

ตารางที่ 5.33 ค่าร้อยละของลวดลายที่กลุ่มผู้บริโภคเลือกซื้อผ้าทอมือของกลุ่มทอผ้า

บ้านบอน อ. ลำโรง จ. อุบลราชธานี

จากตารางที่ 5.33 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคลือเลือกซื้อลวดลาย ลายมณฑุฑู ของกลุ่มทอผ้าบ้าน บอน อ. ตำโรง จ. อุบลราชธานี จำนวน 91 ราย คิดเป็นร้อยละ 60.7 รองลงมาคือ ลายวงโคมห้า จำนวน 88 ราย คิดเป็นร้อยละ 58.7 ถัดมาคือ ลายเครื่องบินเล็ก จำนวน 79 ราย คิดเป็นร้อยละ 52.7 และผู้บริโภคลือเลือกซื้อลวดลาย ลายโคมห้าขาเป็ย จำนวน 75 ราย คิดเป็นร้อยละ 50.0

ลวดลาย	จำนวน	ร้อยละ
1. ลายช้าง	62	41.3
2. ลายแมงป่องผสมลายไทย	79	52.7
3. ลายดอกแก้วผสมลายไทย	76	50.7
4. ลายสนสลัปปไม้ผสม บายศรี	98	65.3
5. ลายดอกแก้วคำพระ	87	58.0
6. ลายชนะเลิศโอทอปปี 50	112	74.7
7. ลายแสงอาทิตย์	66	44.0
8. ลายดอกพิกุลผสมใบไม้	85	56.7
9. ลายดาวกระจายผสมลูกตุ้ม	83	55.3
10. ลายดอกแก้วผสมเอื้อ	68	45.3

*หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

**ตารางที่ 5.34 ค่าร้อยละของลวดลายที่กลุ่มผู้บริโภคลือเลือกซื้อผ้าทอมือของกลุ่มทอผ้า
บ้านคำพระ จ. อำนาจเจริญ**

จากตารางที่ 5.34 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคลือเลือกซื้อลวดลาย ลายชนะเลิศโอทอปปี 50 ของ กลุ่มทอผ้าบ้านคำพระ จ. อำนาจเจริญ จำนวน 112 ราย คิดเป็นร้อยละ 74.7 รองลงมาคือ ลายสน สลัปปไม้ผสมบายศรี จำนวน 98 ราย คิดเป็นร้อยละ 65.3 ถัดมาคือ ลายดอกแก้วคำพระ จำนวน 87 ราย คิดเป็นร้อยละ 58.0 และผู้บริโภคลือเลือกซื้อลวดลาย ลายดอกพิกุลผสมใบไม้ จำนวน 85 ราย คิดเป็นร้อยละ 56.7

ลวดลาย	จำนวน	ร้อยละ
1. ลายกานบัวประยุกต์	92	61.3
2. ลายสร้อยดอกหมาก	119	79.3
3. ลายหมี่ซ้อ	95	63.3
4. ลายหมี่โคมห้ำ	98	65.3
5. ลายเมงปอ	84	56.0
6. ลายหมี่สีก	79	52.7
7. ลายตะขอกการบินไทย	64	42.7
8. ลายหัวใจ	57	38.0
9. ลายเชิงเทียนผสม	107	71.3
10. ลายเมงปอ	103	68.7

ตารางที่ 5.35 ค่าร้อยละของลวดลายที่กลุ่มผู้บริโภคเลือกซื้อผ้าทอมือของกลุ่มทอผ้าบ้าน

โนนสว่าง อ. กุดข้าวปุ้น จ. อุบลราชธานี

จากตารางที่ 5.35 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคเลือกซื้อลวดลาย ลายสร้อยดอกหมาก ของกลุ่มทอผ้าบ้านโนนสว่าง อ. กุดข้าวปุ้น จ. อุบลราชธานี จำนวน 119 ราย คิดเป็นร้อยละ 79.3 รองลงมาคือ ลายเชิงเทียนผสม จำนวน 107 ราย คิดเป็นร้อยละ 71.3 ถัดมาคือ ลายเมงปอ จำนวน 103 ราย คิดเป็นร้อยละ 68.7 และผู้บริโภคเลือกซื้อลวดลาย ลายหมี่โคมห้ำ จำนวน 98 ราย คิดเป็นร้อยละ 65.3

ลวดลาย	จำนวน	ร้อยละ
1. ลายหมากจับ	109	72.7
2. ลายหมี่ชั้นหมี่ซ้อ	82	54.7
3. ลายหมี่ซ้อ	101	67.3
4. ลายดอกแก้ว	88	58.7
5. ลายโซ่	31	20.7
6. ลายโคมห้ำ	96	64.0
7. ลายโคมเจ็ด	93	62.0
8. ลายหางกระรอก	76	50.7
9. ลายไหมกานบัวแดง	56	37.3
10. ลายเมงมูม	64	42.7

ตารางที่ 5.36 ค่าร้อยละของลวดลายที่กลุ่มผู้บริโภคเลือกซื้อผ้าทอมือของกลุ่มทอผ้าอำเภอ

เขื่องใน จ. อุบลราชธานี

จากตารางที่ 5.36 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคเลือกซื้อลวดลาย ลายหมากจับ ของกลุ่มทอผ้า อำเภอเชียงใน จ. อุบลราชธานี จำนวน 109 ราย คิดเป็นร้อยละ 72.7 รองลงมาคือ ลายหมี่ซ้อ จำนวน 101 ราย คิดเป็นร้อยละ 67.3 ถัดมาคือ ลายโคมห้า จำนวน 96 ราย คิดเป็นร้อยละ 64 และ ผู้บริโภคเลือกซื้อลวดลาย ลายโคมเจ็ด จำนวน 93 ราย คิดเป็นร้อยละ 62

5.1.4 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจที่มีผลต่อความชอบและพฤติกรรมการเลือกซื้อผ้าทอมือของผู้บริโภคชาวไทย

การวิเคราะห์จำแนกตาม เพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษา อาชีพ และระดับตำแหน่งงาน ที่มีผลต่อความชอบและพฤติกรรมการเลือกซื้อผ้าทอมือของผู้บริโภคชาวไทย ดังผลสรุปตามตารางที่ 5.37

ปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจ	ประเภทของผ้าทอมือที่ทอ*				ประเภทเส้นใยที่ทอ		สีที่ทอ*			ความหนาของเนื้อผ้า*	
	ผ้าพื้น	ผ้ามัดหมี่	ผ้าขิด		ไหม	ฝ้าย	สีเข้ม	สีอ่อน	สีโทนธรรมชาติ	เนื้อหา	เนื้อบาง
1. เพศ											
1.1 เพศชาย	57 (86.4)	18 (27.3)	29 (43.9)		51 (77.3)	11 (16.7)	41 (62.1)	14 (21.2)	28 (42.4)	21 (31.8)	33 (50.0)
1.2 เพศหญิง	78 (92.9)	36 (42.9)	43 (51.2)		82 (97.6)	6 (7.1)	16 (19.0)	48 (57.1)	41 (48.8)	37 (44.0)	59 (70.2)
2. อายุ											
2.1 ต่ำกว่า 36 ปี	97 (95.1)	23 (22.5)	53 (52.0)		88 (86.3)	14 (13.7)	29 (28.4)	44 (43.1)	42 (41.2)	42 (41.2)	60 (58.8)
2.2. 36 ปี ขึ้นไป	38 (79.2)	31 (64.6)	19 (39.6)		45 (93.8)	3 (6.3)	28 (58.3)	18 (37.5)	27 (56.3)	16 (33.3)	32 (66.7)
3. รายได้											
3.1 ต่ำกว่า 20,000 บาท	82 (88.2)	28 (30.1)	47 (50.5)		78 (83.9)	15 (16.1)	31 (33.3)	45 (48.4)	44 (47.3)	45 (48.4)	63 (67.7)
3.2 20,000 บาท ขึ้นไป	53 (93.0)	26 (45.6)	25 (43.9)		55 (96.5)	2 (3.5)	26 (45.6)	17 (29.8)	25 (43.9)	19 (33.3)	29 (50.9)
4. ระดับการศึกษา											
4.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี	2 (100.0)	2 (100.0)	2 (100.0)		1 (50.0)	1 (50.0)	0 (0.0)	1 (50.0)	1 (50.0)	1 (50.0)	1 (50.0)
4.2 ปริญญาตรี	31 (93.9)	20 (60.6)	28 (84.8)		29 (87.9)	10 (30.3)	21 (63.6)	28 (84.8)	31 (93.9)	19 (57.6)	32 (97.0)
4.3 สูงกว่าปริญญาตรี	102 (88.7)	32 (27.8)	42 (36.5)		103 (89.6)	6 (5.2)	36 (31.3)	33 (28.7)	37 (32.2)	38 (33.0)	59 (51.3)
5. สถานภาพสมรส											
5.1 โสด	96 (95.0)	22 (21.8)	48 (47.5)		91 (90.1)	14 (13.9)	22 (21.8)	41 (40.6)	36 (35.6)	27 (26.7)	53 (52.5)
5.2 สมรส	39 (86.7)	32 (71.1)	24 (53.3)		42 (93.3)	3 (6.7)	35 (77.8)	19 (42.2)	33 (73.3)	31 (68.9)	39 (86.7)

ปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจ	ประเภทของผ้าทอมือที่ชอบ*			ประเภทเส้นใยที่ชอบ		สีที่ชอบ*			ความหมายของเนื้อผ้า*	
	ผ้าพื้น	ผ้ามัดหมี่	ผ้าจิด	ไหม	ฝ้าย	สีเข้ม	สีอ่อน	สีโทนธรรมชาติ	เนื้อหนา	เนื้อบาง
6. อาชีพ										
6.1 ธุรกิจส่วนตัว	19 (90.5)	12 (57.1)	13 (61.9)	19 (90.5)	5 (23.8)	14 (66.7)	8 (38.1)	12 (57.1)	16 (76.2)	17 (81.0)
6.2 บริษัทเอกชน	22 (95.7)	9 (39.1)	10 (43.5)	20 (87.0)	8 (34.8)	11 (47.8)	15 (65.2)	14 (60.9)	11 (47.8)	21 (91.3)
6.3 ราชการ/รัฐวิสาหกิจ	92 (92.9)	33 (33.3)	49 (49.5)	94 (94.9)	4 (4.0)	32 (32.3)	39 (39.4)	43 (43.4)	31 (31.3)	54 (54.5)
7. ระดับตำแหน่งงาน										
7.1 ระดับปฏิบัติการ	87 (94.6)	19 (20.7)	49 (53.3)	86 (93.5)	9 (9.8)	21 (22.8)	38 (41.3)	37 (40.2)	20 (21.7)	55 (59.8)
7.2 ผู้บริหาร	42 (82.4)	31 (60.8)	22 (43.1)	47 (92.2)	6 (11.8)	33 (64.7)	21 (41.2)	32 (62.7)	35 (68.6)	37 (72.5)

*หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ตารางที่ 5.37 ปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจที่มีผลต่อความชอบและพฤติกรรมการเลือกซื้อผ้าทอมือของชาวไทย

ปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจ	ลักษณะของเนื้อหา			ผลลดาของผ้า*		
	เนื้อหาเรียบด้าน	เนื้อหาเรียบมันเงา	เนื้อหาเรียบด้นม	ลายไทยโบราณ	ลายไทยประยุกต์	ลายร่วมสมัย
1. เพศ						
1.1 เพศชาย	12 (18.2)	25 (37.9)	6 (9.1)	25 (37.9)	19 (28.8)	14 (21.2)
1.2 เพศหญิง	5 (6.0)	78 (92.9)	22 (26.2)	57 (67.9)	29 (34.5)	36 (42.9)
2. อายุ						
2.1 ต่ำกว่า 36 ปี	11 (10.8)	71 (69.6)	19 (18.6)	40 (39.2)	34 (33.3)	38 (37.3)
2.2. 36 ปี ขึ้นไป	7 (14.6)	32 (66.7)	9 (18.8)	42 (87.5)	14 (29.2)	12 (25.0)
3. รายได้						
3.1 ต่ำกว่า 20,000 บาท	10 (10.8)	79 (84.9)	21 (22.6)	35 (37.6)	38 (40.9)	41 (44.1)
3.2 20,000 บาท ขึ้นไป	8 (14.0)	24 (42.1)	7 (12.3)	47 (82.5)	10 (17.5)	9 (15.8)
4. ระดับการศึกษา						
4.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี	0 (0.0)	1 (50.0)	1 (50.0)	1 (50.0)	2 (100.0)	2 (100.0)
4.2 ปริญญาตรี	3 (9.1)	24 (72.7)	6 (18.2)	21 (63.6)	25 (75.8)	28 (84.8)
4.3 สูงกว่าปริญญาตรี	15 (13.0)	78 (67.8)	21 (18.3)	60 (52.2)	21 (18.3)	20 (17.4)

ปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจ	ลักษณะของเนื้อหา			ตลาดขายของผ้า*		
	เนื้อรีบบ้าน	เนื้อเรียบหน้า	เนื้อละเอียดนุ่ม	ลายไทยโบราณ	ลายไทยประยุกต์	ลายร่วมสมัย
5. สถานภาพสมรส						
5.1 โสด	7 (6.9)	81 (80.2)	16 (15.8)	44 (43.6)	33 (32.7)	36 (35.6)
5.2 สมรส	11 (24.4)	22 (48.9)	12 (26.7)	38 (84.4)	15 (33.3)	14 (31.1)
6. อาชีพ						
6.1 ธุรกิจส่วนตัว	8 (38.1)	13 (61.9)	8 (38.1)	18 (85.7)	8 (38.1)	13 (61.9)
6.2 บริษัทเอกชน	4 (17.4)	19 (82.6)	11 (47.8)	12 (52.2)	13 (56.5)	16 (69.6)
6.3 ราชการ/รัฐวิสาหกิจ	6 (6.1)	71 (71.7)	9 (9.1)	52 (52.5)	27 (27.3)	21 (21.2)
7. ระดับตำแหน่งงาน						
7.1 ระดับปฏิบัติการ	5 (5.4)	79 (85.9)	14 (15.2)	46 (50.0)	36 (39.1)	39 (42.4)
7.2 ผู้บริหาร	12 (23.5)	23 (45.1)	13 (25.5)	35 (68.6)	12 (23.5)	11 (21.6)

*หมายเหตุ : ตอบ ได้มากกว่า 1 ข้อ

ตารางที่ 5.37 ปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจที่มีผลต่อความชอบและพฤติกรรมการเลือกซื้อผ้าทอมือ (ต่อ)

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจที่มีผลต่อความชอบและพฤติกรรมการเลือกซื้อผ้าทอมือ

การวิเคราะห์ความชอบในลักษณะของผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือ จำแนกตาม เพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ และระดับตำแหน่งงาน ปรากฏผลตามตารางที่ 5.37

1. สรุปผลการวิจัยด้านความชอบในลักษณะของผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือ จำแนกตามเพศดังนี้ ผู้บริโภคที่เป็นเพศชายมีความชอบในลักษณะของผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือ คือ เป็นผ้าพื้น ประเภเสื้อไหม สีส้ม เนื้อบาง เรียบเป็นมันเงา และชอบลายไทยโบราณ ส่วนผู้บริโภคที่เป็นเพศหญิงมีความชอบในลักษณะของผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือ คือ เป็นผ้าพื้น ประเภเสื้อไหม สีอ่อน เนื้อบาง เรียบเป็นมันเงา และชอบลายไทยโบราณ

2. สรุปผลการวิจัยด้านความชอบในลักษณะของผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือ จำแนกตามอายุดังนี้ ผู้บริโภคที่มีอายุต่ำกว่า 36 ปี มีความชอบในลักษณะของผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือ คือ เป็นผ้าพื้น ประเภเสื้อไหม สีอ่อน เนื้อบาง เรียบเป็นมันเงา และชอบลายไทยโบราณ ส่วนผู้บริโภคที่มีอายุ 36 ปี ขึ้นไป มีความชอบในลักษณะของผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือ คือ เป็นผ้าพื้น ประเภเสื้อไหม สีส้ม เนื้อบาง เรียบเป็นมันเงา และชอบลายไทยโบราณ

3. สรุปผลการวิจัยด้านความชอบในลักษณะของผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือ จำแนกตามรายได้ดังนี้ ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาท มีความชอบในลักษณะของผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือ คือ เป็นผ้าพื้น ประเภเสื้อไหม สีอ่อน เนื้อบาง เรียบเป็นมันเงา และชอบลายร่วมสมัย ส่วนผู้บริโภคที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาทขึ้นไป มีความชอบในลักษณะของผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือ คือ เป็นผ้าพื้น ประเภเสื้อไหม สีส้ม เนื้อบาง เรียบเป็นมันเงา และชอบลายไทยโบราณ

4. สรุปผลการวิจัยด้านความชอบในลักษณะของผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือ จำแนกตามระดับการศึกษาดังนี้ ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรีและในระดับปริญญาตรี มีความชอบในลักษณะของผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือ คือ เป็นผ้าพื้น ประเภเสื้อไหม สีโทนธรรมชาติ เนื้อบาง เรียบเป็นมันเงา และชอบลายร่วมสมัย ส่วนผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีความชอบในลักษณะของผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือ คือ เป็นผ้าพื้น ประเภเสื้อไหม สีโทนธรรมชาติ เนื้อบาง เรียบเป็นมันเงา และชอบลายไทยโบราณ

5. สรุปผลการวิจัยด้านความชอบในลักษณะของผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือ จำแนกตามสถานภาพสมรสดังนี้ ผู้บริโภคที่มีสถานภาพโสด มีความชอบในลักษณะของผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือ คือ เป็น

ผ้าพื้น ประเภทเส้นใยไหม สีอ่อน เนื้อบาง เรียบเป็นมันเงา และชอบลายไทยโบราณ ส่วนผู้บริโภครที่มีสถานภาพสมรสแล้ว มีความชอบในลักษณะของผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือ คือ เป็นผ้าพื้น ประเภทเส้นใยไหม สีเข้ม เนื้อบาง เรียบเป็นมันเงา และชอบลายไทยโบราณ

6. สรุปผลการวิจัยด้านความชอบในลักษณะของผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือ จำแนกตามอาชีพดังนี้ ผู้บริโภคที่มีประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีความชอบในลักษณะของผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือ คือ เป็นผ้าพื้น ประเภทเส้นใยไหม สีเข้ม เนื้อบาง เรียบเป็นมันเงา และชอบลายไทยโบราณ ส่วนผู้บริโภคที่ทำงานในบริษัทเอกชน มีความชอบในลักษณะของผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือ คือ เป็นผ้าพื้น ประเภทเส้นใยไหม สีอ่อน เนื้อบาง เรียบเป็นมันเงา และชอบลายร่วมสมัย และผู้บริโภคที่ทำงานในองค์กรของรัฐบาล มีความชอบในลักษณะของผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือ คือ เป็นผ้าพื้น ประเภทเส้นใยไหม สีอ่อน เนื้อบาง เรียบเป็นมันเงา และชอบลายไทยโบราณ

7. สรุปผลการวิจัยด้านความชอบในลักษณะของผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือ จำแนกตามระดับตำแหน่งงานดังนี้ ผู้บริโภคที่ทำงานในระดับปฏิบัติการ มีความชอบในลักษณะของผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือ คือ เป็นผ้าพื้น ประเภทเส้นใยไหม สีอ่อน เนื้อบาง เรียบเป็นมันเงา และชอบลายไทยโบราณ ส่วนผู้บริโภคที่ทำงานในระดับบริหาร มีความชอบในลักษณะของผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือ คือ เป็นผ้าพื้น ประเภทเส้นใยไหม สีเข้ม เนื้อบาง เรียบเป็นมันเงา และชอบลายไทยโบราณ

5.2 ลูกค้ายาวต่างประเทศ

5.2.1 ลักษณะโดยทั่วไปของลูกค้า

การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคชาวต่างประเทศ จำแนกตามเพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ และระดับตำแหน่งงาน ดังตารางที่ 5.38 – 5.44

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
1. ชาย	87	58.0
2. หญิง	63	42.0
รวม	150	100.0

ตารางที่ 5.38 ผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือ จำแนกตามเพศ

จากตาราง 5.38 พบว่าผู้เข้ามาตอบแบบสอบถามในระบบหาความต้องการแบบออนไลน์ เป็นเพศชายมากที่สุด จำนวน 87 ราย คิดเป็นร้อยละ 58 และเพศหญิงจำนวน 63 ราย คิดเป็นร้อยละ 42

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
1. ต่ำกว่า 25 ปี	36	24.0
2. 25 – 35 ปี	49	32.7
3. 36 – 45 ปี	32	21.3
4. 46 – 55 ปี	18	12.0
5. มากกว่า 55 ปี	15	10.0
รวม	150	100.0

ตารางที่ 5.39 ผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือ จำแนกตามอายุ

จากตาราง 5.39 พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 25 – 35 ปี มากที่สุด จำนวน 49 ราย คิดเป็นร้อยละ 32.7 รองลงมาคือ ช่วงอายุต่ำกว่า 25 ปี มีจำนวน 36 ราย คิดเป็นร้อยละ 24 ถัดมาคือช่วงอายุ 36 – 45 ปี จำนวน 32 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.3

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
1. ต่ำกว่า 1,001 USD	98	65.3
2. 1,001 – 5,000 USD	40	26.7
3. 5,001 – 10,000 USD	6	4.0
4. 10,001 – 15,000 USD	4	2.7
5. 15,001 – 20,000 USD	1	0.7
6. 20,000 USD ขึ้นไป	1	0.7
รวม	150	100.0

ตารางที่ 5.40 ผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

จากตาราง 5.40 พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 1,000 USD จำนวน 98 ราย คิดเป็นร้อยละ 65.3 รองลงมามีรายได้ระหว่าง 1,001 – 5,000 USD จำนวน 40 ราย คิดเป็นร้อยละ

ละ 26.7 ถัดมา มีรายได้ 5,001 – 10,000 USD จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 4 และมีรายได้ 10,001 – 15,000 USD จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.7

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
1. มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	8	5.3
2. อนุปริญญา / ปวส.	40	26.7
3. ปริญญาตรี	82	54.7
4. สูงกว่าปริญญาตรี	20	13.3
รวม	150	100.0

ตารางที่ 5.41 ผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือ จำแนกตามระดับการศึกษา

จากตาราง 5.41 พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี จำนวน 82 ราย คิดเป็นร้อยละ 54.7 รองลงมาคือ จบการศึกษาในระดับอนุปริญญา / ปวส. จำนวน 40 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.7 ถัดมาจบการศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.3

สถานภาพสมรส	จำนวน	ร้อยละ
1. โสด	90	60.0
2. แต่งงาน	54	36.0
3. หย่าร้าง	1	0.7
4. แยกกันอยู่	5	3.3
รวม	150	100.0

ตารางที่ 5.42 ผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือ จำแนกตามสถานภาพสมรส

จากตาราง 5.42 พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 90 ราย คิดเป็นร้อยละ 60 รองลงมา มีสถานภาพสมรส จำนวน 54 ราย คิดเป็นร้อยละ 36 ถัดมา มีสถานภาพแยกกันอยู่ จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.3

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
1. แม่บ้าน	5	3.3
2. เกษตรกร	3	2.0
3. รัฐบาล	13	8.7
4. รัฐวิสาหกิจ	7	4.7
5. บริษัทเอกชน	30	20.0
6. NGO	1	0.7
7. นักเรียน/นักศึกษา	22	14.7
8. ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว	35	23.3
9. อื่นๆ	34	22.7
รวม	150	100.0

ตารางที่ 5.43 ผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือ จำแนกตามอาชีพ

จากตาราง 5.43 พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ประกอบอาชีพค้าขายหรือธุรกิจส่วนตัว จำนวน 35 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.3 รองลงมาประกอบอาชีพอื่นๆ เช่น อาชีพอิสระ จำนวน 34 ราย คิดเป็นร้อยละ 22.7 ถัดมาทำงานในบริษัทเอกชน จำนวน 30 ราย คิดเป็นร้อยละ 20 และเป็นนักเรียนหรือนักศึกษา จำนวน 22 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.7

ระดับตำแหน่งงาน	จำนวน	ร้อยละ
1. ผู้บริหารระดับสูง	2	1.3
2. ผู้บริหารระดับกลาง	7	4.7
3. ผู้บริหารระดับต้น	14	9.3
4. ระดับปฏิบัติการ	62	41.3
5. อื่นๆ	65	43.3
รวม	150	100.0

ตารางที่ 5.44 ผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือ จำแนกตามระดับตำแหน่งงาน

จากตาราง 5.44 พบว่าผู้บริโภคร้อยละส่วนใหญ่ไม่ได้ระบุระดับตำแหน่งงาน จำนวน 65 ราย คิดเป็นร้อยละ 43.3 รองลงมาปฏิบัติหน้าที่ในระดับปฏิบัติการ จำนวน 62 ราย คิดเป็นร้อยละ 41.3 และปฏิบัติหน้าที่ในระดับผู้บริหารระดับต้น จำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.3

5.2.2 ทักษะที่มีต่อผ้าทอมือ

ตอนที่ 2 เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลทัศนคติของผู้บริโภคชาวต่างประเทศที่มีต่อผ้าทอมือ ประกอบด้วย ผลผลิตจากผ้าทอมือที่ผู้บริโภครู้จัก ประเภทของผ้าทอมือที่ผู้บริโภครู้จัก ประเภทของผ้าทอมือที่ผู้บริโภคชอบ ผ้าทอมือที่ผู้บริโภคชอบทำจากเส้นใยชนิดใด โทนสีของผ้าทอมือที่ผู้บริโภคชอบ สีของผ้าทอมือที่ผู้บริโภคชอบ ลักษณะของเนื้อผ้าทอมือที่ผู้บริโภคชอบ ลักษณะของแบบผ้าทอมือที่ผู้บริโภคชอบ ลวดลายของผ้าทอมือที่ผู้บริโภคชอบ ความคิดเห็นเกี่ยวกับการดูแลรักษาผ้าทอมือ การซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือ วัตถุประสงค์ของการซื้อผ้าทอมือ โอกาสในการใช้ผ้าทอมือ ความถี่ในการใช้ผ้าทอมือ สถานที่ที่เคยซื้อผ้าทอมือ จำนวนครั้งที่ซื้อผ้าทอมือ ปัจจัยด้านคุณสมบัติของผ้าทอมือที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ของผ้าทอมือที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ เหตุผลที่มีส่วนช่วยในการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือ สิ่งที่ต้องการจากผู้ขายในการซื้อคราวต่อไป และเหตุผลที่ไม่ซื้อผ้าทอมือ ดังแสดงในตาราง 5.45 - 5.67

ผลิตภัณฑ์จากผ้าทอมือ	จำนวน	ร้อยละ
1. ผ้าพื้นสำหรับตัดชุด	68	45.3
2. เสื้อผ้าสำเร็จรูป	70	46.7
3. ผ้าขาวม้า	47	31.3
4. ผ้าคลุมไหล่	40	26.7
5. ผ้าพันคอ	54	36.0
6. ผ้าคลุมโต๊ะ	31	20.7
7. ผ้าคลุมเตียง	35	23.3
8. กระเป๋า	35	23.3
9. ผ้า màn	91	60.7
10. ของตกแต่งบ้าน	41	27.3
11. รองเท้า	19	12.7
12. ไม่รู้จักเลย	16	10.7

*หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ตารางที่ 5.45 ผลิตภัณฑ์จากผ้าทอมือที่ผู้บริโภครู้จัก

จากตาราง 5.45 พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่รู้จักผลิตภัณฑ์จากผ้าทอมือ ในรูปแบบของผ้าผืน จำนวน 91 ราย คิดเป็นร้อยละ 60.7 รองลงมารู้จักผลิตภัณฑ์จากผ้าทอมือที่เป็นเสื้อผ้าสำเร็จรูป จำนวน 70 ราย คิดเป็นร้อยละ 46.7 ถัดมารู้จักผลิตภัณฑ์จากผ้าทอมือที่เป็นผ้าพันสำหรับตัดชุด จำนวน 68 ราย คิดเป็นร้อยละ 45.3 และรู้จักผลิตภัณฑ์จากผ้าทอมือที่เป็นผ้าพันคอ จำนวน 54 ราย คิดเป็นร้อยละ 36

ประเภทผ้าทอมือ	จำนวน	ร้อยละ
1. ผ้าผืน	84	56.0
2. ผ้ามัดหมี่	19	12.7
3. ผ้ายกดอก	13	8.7
4. ผ้าซิด	32	21.3
5. ผ้าจก	18	12.0
6. ไม่รู้จักเลย	12	8.0

*หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ตารางที่ 5.46 ประเภทผ้าทอมือที่ผู้บริโภครู้จัก

จากตาราง 5.46 พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่รู้จักผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือประเภท ผ้าผืน จำนวน 84 ราย คิดเป็นร้อยละ 56 รองลงมารู้จักผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือประเภท ผ้าซิด จำนวน 32 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.3 ถัดมารู้จักผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือประเภท ผ้ามัดหมี่ จำนวน 19 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.7 และรู้จักผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือประเภท ผ้าจก จำนวน 18 ราย คิดเป็นร้อยละ 12

ประเภทผ้าทอมือ	จำนวน	ร้อยละ
1. ผ้าผืน	106	70.7
2. ผ้ามัดหมี่	54	36.0
3. ผ้ายกดอก	44	29.3
4. ผ้าซิด	65	43.3
5. ผ้าจก	17	11.3
6. ไม่ชอบเลย	14	9.3

*หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ตารางที่ 5.47 ประเภทผ้าทอมือที่ผู้บริโภคชอบ

จากตาราง 5.47 พบว่าผู้บริโภคร้อยละส่วนใหญ่ชอบผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือประเภท ผ้าพื้น จำนวน 106 ราย คิดเป็นร้อยละ 70.7 รองลงมาชอบผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือประเภท ผ้าจิด จำนวน 65 ราย คิดเป็นร้อยละ 43.3 ถัดมาชอบผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือประเภท ผ้ามัดหมี่ จำนวน 54 ราย คิดเป็นร้อยละ 36 และชอบผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือประเภท ผ้ายกดอก จำนวน 44 ราย คิดเป็นร้อยละ 29.3

ประเภทเส้นใย	จำนวน	ร้อยละ
1. ไหม	65	43.3
2. ผ้า	85	56.7
3. ไผ่ประดิษฐ์	-	-
4. อื่นๆ	-	-
จำนวนตัวอย่างทั้งหมด	150	100.0

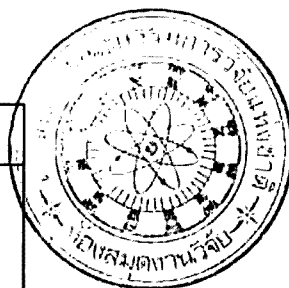
ตารางที่ 5.48 ผ้าทอมือที่ผู้บริโภคริชอบทำจากเส้นใยชนิดใด

จากตาราง 5.48 พบว่าผู้บริโภคร้อยละส่วนใหญ่ชอบผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือที่ทำจากเส้นใยผ้า จำนวน 85 ราย คิดเป็นร้อยละ 56.7 รองลงมาชอบผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือที่ทำจากเส้นใยไหม จำนวน 65 ราย คิดเป็นร้อยละ 43.3

โทนสีของผ้าทอมือ	จำนวน	ร้อยละ
1. สีสว่าง	20	13.3
2. สีหม่น	6	4.0
3. สีเข้ม	105	70.0
4. สีอ่อน	46	30.7
5. สีสดใส	45	30.0
6. สีโทนธรรมชาติ	78	52.0
7. สีฉูดฉาด	11	7.3

*หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ตารางที่ 5.49 โทนสีของผ้าทอมือที่ผู้บริโภคริชอบ



จากตาราง 5.49 พบว่าผู้บริโภคร้อยละส่วนใหญ่ชอบสีของผ้าทอมือ คือ สีโทนสีเข้ม จำนวน 105 ราย คิดเป็นร้อยละ 70 รองลงมาชอบสีโทนธรรมชาติ จำนวน 78 ราย คิดเป็นร้อยละ 52 ถัดมาชอบโทนสีอ่อน จำนวน 46 ราย คิดเป็นร้อยละ 30.7 และชอบโทนสีสดใส จำนวน 45 ราย คิดเป็นร้อยละ 30

สีของผ้าทอมือ	จำนวน	ร้อยละ
1. สีน้ำเงิน	91	60.7
2. สีเขียว	74	49.3
3. สีฟ้า	88	58.7
4. สีเหลือง	48	32.0
5. สีชมพู	65	43.3
6. สีส้ม	41	27.3
7. สีแดง	53	35.3
8. สีม่วง	69	46.0
9. สีน้ำตาล	33	22.0
10. สีดำ	21	14.0
11. สีเทา	20	13.3
12. สีเงิน	23	15.3

*หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ตารางที่ 5.50 สีของผ้าทอมือที่ผู้บริโภครอบ

จากตาราง 5.50 พบว่าผู้บริโภคร้อยละส่วนใหญ่ชอบสีของผ้าทอมือ คือ สีน้ำเงิน จำนวน 91 ราย คิดเป็นร้อยละ 60.7 รองลงมาชอบสีฟ้า จำนวน 88 ราย คิดเป็นร้อยละ 58.7 ถัดมาชอบสีเขียว จำนวน 74 ราย คิดเป็นร้อยละ 49.3 และชอบสีม่วง จำนวน 69 ราย คิดเป็นร้อยละ 46

ลักษณะของเนื้อผ้าทอมือ	จำนวน	ร้อยละ
1. เนื้อหนา (ทอ 3 -4 เส้น)	70	46.7
2. เนื้อบาง (ทอ 1 -2 เส้น)	80	53.3
จำนวนตัวอย่างทั้งหมด	150	100.0

ตารางที่ 5.51 ลักษณะของเนื้อผ้าทอมือที่ผู้บริโภครอบ

จากตาราง 5.51 พบว่าผู้บริโภครอบส่วนใหญ่ชอบลักษณะของเนื้อผ้าทอมือ คือ เนื้อบาง (ทอ 1 -2 เส้น) จำนวน 80 ราย คิดเป็นร้อยละ 53.3 รองลงมาชอบลักษณะของเนื้อผ้าหนา (ทอ 3 -4 เส้น) จำนวน 70 ราย คิดเป็นร้อยละ 46.7

ลักษณะของแบบผ้าทอมือ	จำนวน	ร้อยละ
1. เนื้อเรียบด้าน	4	2.7
2. เนื้อเรียบเป็นมันเงา	89	59.3
3. เนื้อขรุขระ	2	1.3
4. เนื้อละเอียดนุ่ม	55	36.7
จำนวนตัวอย่างทั้งหมด	150	100.0

ตารางที่ 5.52 ลักษณะของแบบผ้าทอมือที่ผู้บริโภครอบ

จากตาราง 5.52 พบว่าผู้บริโภครอบส่วนใหญ่ชอบลักษณะของแบบผ้าทอมือ คือ เนื้อเรียบเป็นมันเงา จำนวน 89 ราย คิดเป็นร้อยละ 59.3 รองลงมาชอบเนื้อละเอียดนุ่ม จำนวน 55 ราย คิดเป็นร้อยละ 36.7 ถัดมาชอบเนื้อเรียบด้าน จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.7

ลวดลายของผ้าทอมือ	จำนวน	ร้อยละ
1. ลายไทยโบราณ	114	76.0
2. ลายไทยประยุกต์	56	37.3
3. ลายร่วมสมัย	61	40.7
4. ลายเรขาคณิต	75	50.0
5. ลายพืช	18	12.0
6. ลายสัตว์	30	20.0

*หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ตารางที่ 5.53 ลวดลายของผ้าทอมือที่ผู้บริโภครอบ

จากตาราง 5.53 พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ชอบรสชาติของผ้าทอมือ คือ ลายไทยโบราณ จำนวน 114 ราย คิดเป็นร้อยละ 76 รองลงมาชอบลายเรขาคณิต จำนวน 75 ราย คิดเป็นร้อยละ 50 ถัดมาชอบลายร่วมสมัย จำนวน 61 ราย คิดเป็นร้อยละ 40.7 และลายไทยประยุกต์ จำนวน 56 ราย คิดเป็นร้อยละ 37.3

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการดูแลรักษา ผ้าทอมือ	จำนวน	ร้อยละ
1. ดูแลรักษาง่าย	10	6.7
2. ดูแลรักษายาก	115	76.7
3. รีดง่าย	8	5.3
4. รีดยาก	99	66.0
5. สิ้นเปลืองค่าใช้จ่ายเพราะ ต้องจ้างซักแห้ง	25	16.7

*หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ตารางที่ 5.54 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการดูแลรักษาผ้าทอมือ

จากตาราง 5.54 พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการดูแลรักษาผ้าทอมือ คือ ดูแลรักษายาก จำนวน 115 ราย คิดเป็นร้อยละ 76.7 รองลงมามีความคิดเห็นว่าผ้าทอมือรีดยาก จำนวน 99 ราย คิดเป็นร้อยละ 66 ถัดมามีความคิดเห็นว่าสิ้นเปลืองค่าใช้จ่ายเพราะต้องจ้างซักแห้ง จำนวน 25 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.7

การซื้อผ้าทอมือ	จำนวน	ร้อยละ
1. เคยซื้อ	89	59.3
2. ไม่เคยซื้อ	61	40.7
จำนวนตัวอย่างทั้งหมด	150	100.0

ตารางที่ 5.55 การซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือ

จากตาราง 5.55 พบว่าผู้บริโภคเคยซื้อผ้าทอมือ จำนวน 89 ราย คิดเป็นร้อยละ 59.3 และ ไม่เคยซื้อผ้าทอมือ จำนวน 61 ราย คิดเป็นร้อยละ 40.7

วัตถุประสงค์ของการซื้อผ้าทอมือ	จำนวน	ร้อยละ
1. เป็นของฝากเนื่องในวันเกิด	24	27.0
2. เป็นของฝากเนื่องในโอกาสพิเศษ	67	75.3
3. นำไปใช้เอง	65	73.0
4. นำไปขายต่อ	10	11.2

*หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ตารางที่ 5.56 วัตถุประสงค์ของการซื้อผ้าทอมือ

จากตาราง 5.56 พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการซื้อผ้าทอมือเพื่อนำไปเป็นของฝากเนื่องในโอกาสพิเศษ จำนวน 67 ราย คิดเป็นร้อยละ 75.3 รองลงมาซื้อวัตถุประสงค์เพื่อนำไปใช้เอง จำนวน 65 ราย คิดเป็นร้อยละ 73.0 ถัดมามีวัตถุประสงค์เพื่อนำไปเป็นของฝากเนื่องในวันเกิด จำนวน 24 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.0 และมีวัตถุประสงค์เพื่อนำไปขายต่อ จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.2

โอกาสในการใช้ผ้าทอมือ	จำนวน	ร้อยละ
1. ใช้หรือสวมใส่ในวันปกติ	8	9.0
2. ใช้หรือสวมใส่ในวันพิเศษสำคัญ	86	96.6
3. ใช้หรือสวมใส่ในโอกาสพิเศษ เช่น งานสังสรรค์	128	143.8
4. ใช้หรือสวมใส่ในวันที่มีการรณรงค์ให้ใช้ผ้าทอมือพื้นเมือง	-	-

*หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ตารางที่ 5.57 โอกาสในการใช้ผ้าทอมือ

จากตาราง 5.57 พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ใช้หรือสวมใส่ผ้าทอมือในโอกาสพิเศษ เช่น งานสังสรรค์ จำนวน 128 ราย คิดเป็นร้อยละ 143.8 รองลงมาผู้บริโภคใช้หรือสวมใส่ผ้าทอมือในวันพิเศษสำคัญ จำนวน 86 ราย คิดเป็นร้อยละ 96.6 และผู้บริโภคใช้หรือสวมใส่ในวันปกติ จำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.0

ความถี่ในการใช้ผ้าทอมือ	จำนวน	ร้อยละ
1. 1 ครั้ง	65	73.0
2. 2 ครั้ง	14	15.7
3. 3 ครั้ง	5	5.6
4. 4 ครั้ง	4	4.5
5. 5 ครั้ง	1	1.1
6. มากกว่า 5 ครั้ง	-	-

*หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ตารางที่ 5.58 ความถี่ในการใช้ผ้าทอมือต่อเดือน

จากตาราง 5.58 พบว่าผู้บริโภคร้อยละส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้ผ้าทอมือ 1 ครั้งต่อเดือน จำนวน 65 ราย คิดเป็นร้อยละ 73.0 รองลงมาผู้บริโภคร้อยละมีความถี่ในการใช้ผ้าทอมือ 2 ครั้งต่อเดือน จำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.7 ถัดมาผู้บริโภคร้อยละมีความถี่ในการใช้ผ้าทอมือ 3 ครั้งต่อเดือน จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.6 และผู้บริโภคร้อยละมีความถี่ในการใช้ผ้าทอมือ 4 ครั้งต่อเดือน จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.5

สถานที่ซื้อผ้าทอมือ	จำนวน	ร้อยละ
1. แหล่งผลิตโดยตรง	18	20.2
2. ร้านค้าของที่ระลึก	62	69.7
3. งานแสดงสินค้าหัตถกรรมต่างๆ	32	36.0
4. ห้างสรรพสินค้า	20	22.5
5. ร้านค้าชุมชน	23	25.8
6. ร้านจำหน่ายผ้าทอทั่วไป	17	19.1
7. ศูนย์สาธิตการผลิต	11	12.4
8. แหล่งท่องเที่ยว	51	57.3
9. สั่งซื้อจากกลุ่มผู้ผลิตทางโทรศัพท์	5	5.6
10. สั่งซื้อจากกลุ่มผู้ผลิตทางอินเทอร์เน็ต	12	13.5
11. สั่งซื้อจากกลุ่มผู้ผลิตทางแฟกซ์	2	2.2
12. สั่งซื้อจากกลุ่มผู้ผลิตทางจดหมาย	7	7.9

*หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ตารางที่ 5.59 สถานที่ที่เคยซื้อผ้าทอมือ

จากตาราง 5.59 พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ซื้อผ้าทอมือจากร้านค้าของที่ระลึก จำนวน 62 ราย คิดเป็นร้อยละ 69.7 รองลงมาผู้บริโภคซื้อผ้าทอมือจากแหล่งท่องเที่ยว จำนวน 51 ราย คิดเป็นร้อยละ 57.3 ถัดมาผู้บริโภคซื้อผ้าทอมือจากงานแสดงสินค้าหัตถกรรมต่างๆ จำนวน 32 ราย คิดเป็นร้อยละ 36 และผู้บริโภคซื้อผ้าทอมือจากร้านค้าชุมชน จำนวน 23 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.8

ความถี่ในการซื้อผ้าทอมือ	จำนวน	ร้อยละ
1. 1 ครั้ง	80	85.9
2. 2 ครั้ง	5	5.6
3. 3 ครั้ง	2	2.2
4. 4 ครั้ง	2	2.2
5. 5 ครั้ง	-	-
6. มากกว่า 5 ครั้ง	-	-
จำนวนตัวอย่างทั้งหมด	89	100.0

ตารางที่ 5.60 จำนวนครั้งที่ซื้อผ้าทอมือต่อปี

จากตาราง 5.60 พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความถี่ในการซื้อผ้าทอมือ 1 ครั้งต่อปี จำนวน 80 ราย คิดเป็นร้อยละ 85.9 รองลงมาผู้บริโภคมีความถี่ในการซื้อผ้าทอมือ 2 ครั้งต่อปี จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.6 ถัดมาผู้บริโภคมีความถี่ในการซื้อผ้าทอมือ 3 ครั้งต่อปี จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.2 และผู้บริโภคมีความถี่ในการซื้อผ้าทอมือ 4 ครั้งต่อปี จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.2

ปัจจัยด้านคุณสมบัติ	จำนวน	ร้อยละ
1. เนื้อผ้าเรียบเนียนสม่ำเสมอ	38	42.7
2. มีสีสันหลากหลาย	52	58.4
3. มีลวดลายหลากหลาย	64	71.9
4. มีลวดลายตรงตามความต้องการ	72	80.8
5. เนื้อผ้ามีความคงทน	48	53.9
6. น้ำหนักของผ้าทั้งตัว	9	10.1
7. สีของผ้าติดทนนานไม่ตกง่าย	22	24.7
8. ทำความสะอาดง่าย	18	20.2
9. เนื้อผ้าไม่มีรอยขูดขีดและขีด	45	50.6

*หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ตารางที่ 5.61 ปัจจัยด้านคุณสมบัติของผ้าทอมือที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ

จากตาราง 5.61 พบว่าผู้บริโภคร้อยละส่วนใหญ่พิจารณาปัจจัยด้านคุณสมบัติของผ้าทอมือ คือ มีลวดลายตรงตามความต้องการ จำนวน 72 ราย คิดเป็นร้อยละ 80.8 รองลงมาผู้บริโภคร้อยละพิจารณาปัจจัยด้านเนื้อผ้ามีลวดลายหลากหลาย จำนวน 64 ราย คิดเป็นร้อยละ 71.9 ถัดมาผู้บริโภคร้อยละพิจารณาปัจจัยด้านเนื้อผ้ามีสีสันทันหลากหลาย จำนวน 52 ราย คิดเป็นร้อยละ 58.4 และผู้บริโภคร้อยละพิจารณาปัจจัยด้านเนื้อผ้ามีความคงทนจำนวน 48 ราย คิดเป็นร้อยละ 53.9

ปัจจัยด้านราคา	จำนวน	ร้อยละ
1. แตกต่างตามลักษณะของเนื้อผ้า	31	34.8
2. แตกต่างตามแหล่งซื้อ	15	16.9
3. แตกต่างตามคุณภาพและประเภทเส้นใย	81	91.0
4. แตกต่างตามลวดลายบนเนื้อผ้า	43	48.3
5. มีราคาเป็นมาตรฐานเหมือนราคาในท้องตลาดทั่วไป	14	15.7

ตารางที่ 5.62 ปัจจัยด้านราคาของผ้าทอมือที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ

จากตาราง 5.62 พบว่าผู้บริโภคร้อยละส่วนใหญ่พิจารณาปัจจัยด้านราคาของผ้าทอมือว่ามีความแตกต่างตามคุณภาพและประเภทเส้นใย จำนวน 81 ราย คิดเป็นร้อยละ 91 รองลงมาผู้บริโภคร้อยละพิจารณาว่าแตกต่างตามลวดลายบนเนื้อผ้า จำนวน 43 ราย คิดเป็นร้อยละ 48.3 ถัดมาผู้บริโภคร้อยละพิจารณาว่าแตกต่างตามลักษณะของเนื้อผ้า จำนวน 31 ราย คิดเป็นร้อยละ 34.8 และผู้บริโภคร้อยละพิจารณาว่าราคาแตกต่างตามแหล่งซื้อ จำนวน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.9

ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์	จำนวน	ร้อยละ
1. คำแนะนำจากบุคคลใกล้ชิด	79	88.8
2. มีโอกาสไปชมการสาธิตการผลิต	21	23.6
3. มีโอกาสไปงานแสดงสินค้าหัตถกรรม	35	39.3
4. มีโอกาสเยี่ยมชมสถานที่การผลิตจริง	28	31.5
5. เห็นข้อมูลจากสื่อประเภททีวี	4	4.5
6. เห็นข้อมูลจากสื่อประกอบในนิตยสาร	7	7.9
7. เห็นข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต	3	3.4
8. การส่งเสริมและประชาสัมพันธ์จากหน่วยงานของรัฐบาล จังหวัด อำเภอ ตำบล	3	3.4

*หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ตารางที่ 5.63 ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ของผ้าทอมือที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ

จากตาราง 5.63 พบว่าผู้บริโภคร้อยละส่วนใหญ่พิจารณาปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ของผ้าทอมือที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ คือ คำแนะนำจากบุคคลใกล้ชิด จำนวน 79 ราย คิดเป็นร้อยละ 88.8

รองลงมาคือมีโอกาสไปงานแสดงสินค้าหัตถกรรม จำนวน 35 ราย คิดเป็นร้อยละ 39.3 ถัดมา ผู้บริโภคมีโอกาสเยี่ยมชมสถานที่การผลิตจริง จำนวน 28 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.5 และผู้บริโภคมีโอกาสไปชมการสาธิตการผลิต จำนวน 21 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.6

วิธีการเก็บรักษาผ้าทอมือ	จำนวน	ร้อยละ
1. พับเก็บไว้ในตู้	21	23.6
2. แขนงเก็บไว้ในตู้	52	58.4
3. บรรจุถุงพลาสติกและพับเก็บไว้	6	6.7
4. บรรจุถุงพลาสติกและแขวนเก็บไว้	10	11.2
จำนวนตัวอย่างทั้งหมด	89	100.0

ตารางที่ 5.64 วิธีการเก็บรักษาผ้าทอมือ

จากตาราง 5.64 พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่มีวิธีการเก็บรักษาผ้าทอมือ คือ แขนงเก็บไว้ในตู้ จำนวน 52 ราย คิดเป็นร้อยละ 58.4 รองลงมาผู้บริโภคใช้วิธีพับเก็บไว้ในตู้ จำนวน 21 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.6 ถัดมาผู้บริโภคใช้วิธีบรรจุถุงพลาสติกและแขวนเก็บไว้ จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.2 และผู้บริโภคใช้วิธีบรรจุถุงพลาสติกและพับเก็บไว้ จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.7

เหตุผลที่มีส่วนช่วยในการตัดสินใจ	จำนวน	ร้อยละ
1. ความงดงามของลวดลายและสีสันของผ้าทอมือ	73	82.0
2. เป็นการอนุรักษ์มรดกและวัฒนธรรมไทย	22	24.7
3. เป็นการช่วยเหลือกลุ่มสตรีทอผ้าในชนบท	31	34.8
4. สนับสนุนนโยบายการนุ่งผ้าไทยของรัฐบาล	26	29.2
5. ได้รับคำแนะนำจากคนใกล้ชิด	79	88.8
6. มีโอกาสเข้าเยี่ยมชมขั้นตอนการผลิตผ้าทอมือ	15	16.9
7. มีการรับประกันคุณภาพของผ้าทอมือ	18	20.2
8. ความทนทานของเนื้อผ้า	45	50.6
9. ราคาสูงใจ	19	21.3
10. ต้องการทดลองใช้	11	12.6
11. ความน่าเชื่อถือของแหล่งผลิต	6	6.7
12. บรรจุภัณฑ์งดงาม	5	5.6
13. คนขายมีอัธยาศัยดีและพูดภาษาต่างประเทศได้	23	25.8
14. หาซื้อได้ง่าย	2	2.2
15. ลวดลายมีความร่วมสมัย	54	60.7

ตารางที่ 5.65 เหตุผลที่มีส่วนช่วยในการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือ

จากตาราง 5.65 พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่มีเหตุผลที่ช่วยในการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือ คือ ได้รับคำแนะนำจากคนใกล้ชิด จำนวน 79 ราย คิดเป็นร้อยละ 88.8 รองลงมา คือ ความงดงามของลวดลายและสีสันของผ้าทอมือ จำนวน 73 ราย คิดเป็นร้อยละ 82.0 ถัดมา คือ มีลวดลายที่มีความร่วมสมัย จำนวน 54 ราย คิดเป็นร้อยละ 60.7 และมีความทนทานของเนื้อผ้า จำนวน 45 ราย คิดเป็นร้อยละ 50.6

สิ่งที่ต้องการจากผู้ขาย	จำนวน	ร้อยละ
1. การรับประกันคุณภาพสินค้า	66	74.2
2. คำแนะนำในการดูแลรักษา	37	41.6
3. มีบรรจุภัณฑ์ที่งดงาม	16	18.0
4. คำแนะนำในการเลือกซื้อ	65	73.0
5. มีวิธีการสั่งซื้อที่สะดวกมากขึ้นกว่าเดิม เช่น สั่งซื้อผ่านอินเทอร์เน็ต	32	36.0

*หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ตารางที่ 5.66 สิ่งที่ต้องการจากผู้ขายในการซื้อคราวต่อไป

จากตาราง 5.66 พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่มีสิ่งที่ต้องการจากผู้ขายในการซื้อคราวต่อไป คือ มีการรับประกันคุณภาพสินค้า จำนวน 66 ราย คิดเป็นร้อยละ 74.2 รองลงมาผู้บริโภคต้องการให้มีคำแนะนำในการเลือกซื้อ จำนวน 65 ราย คิดเป็นร้อยละ 73.0 ถัดมาผู้บริโภคต้องการคำแนะนำในการดูแลรักษา จำนวน 37 ราย คิดเป็นร้อยละ 41.6 และผู้บริโภคต้องการให้มีวิธีการสั่งซื้อที่สะดวกมากขึ้นกว่าเดิม เช่น สั่งซื้อผ่านอินเทอร์เน็ต จำนวน 32 ราย คิดเป็นร้อยละ 36.0

เหตุผลที่ไม่ซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
1. ราคาแพง	17	27.9
2. มีความหุรหราบเกินไป	9	14.8
3. ดูแลรักษายาก	34	55.7
4. ทำความสะอาดยาก	26	42.6
5. หาซื้อยาก	19	31.1
6. หาโอกาสในการสวมใส่ยาก	21	34.4
7. ไม่มีสีสันดูใจ	12	19.7
8. ไม่มีลวดลายดูใจ	10	16.4
9. เป็นเสื้อผ้าผู้ใหญ่สวมใส่มากกว่าเด็ก	3	4.9

*หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ตารางที่ 5.67 เหตุผลที่ไม่ซื้อผ้าทอมือ

จากตาราง 5.67 พบว่าผู้บริโภคร้อยละส่วนใหญ่มีเหตุผลที่ไม่ซื้อผ้าทอมือ คือ ดูแลรักษายาก จำนวน 34 ราย คิดเป็นร้อยละ 55.7 รองลงมาคือ ทำความสะอาดยาก จำนวน 26 ราย คิดเป็นร้อยละ 42.6 ถัดมาคือ หาโอกาสในการสวมใส่ยาก จำนวน 21 ราย คิดเป็นร้อยละ 34.4 และผู้บริโภคคิดว่าผ้าทอมือหาซื้อยาก จำนวน 19 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.1

5.2.3 พฤติกรรมการเลือกซื้อผ้าทอมือ

ตอนที่ 3 เป็นการวิเคราะห์พฤติกรรมการเลือกซื้อผ้าทอมือของผู้บริโภคที่มีความชอบลวดลายของผ้าทอมือแบบใด ซึ่งผลแสดงดังตารางที่ 5.68 – 5.73

ลวดลาย	จำนวน	ร้อยละ
1. ลายโคมห้ำ	84	56.0
2. ลายดอกผักแว่น	91	60.7
3. ลายประยุกต์	97	64.7
4. ลายสร้อยดอกหมาก	103	68.7
5. ลายเกล็ดเต่า	56	37.3
6. ลายหมี่ตานาง	77	51.3
7. ลายหมี่มีอนาง	73	48.7
8. ลายหมี่ปลาลำชีว	62	41.3
9. ลายหมี่ขาเป็ดผสม	81	54.0
10. ลายหมี่แซงคั่น	68	45.3

*หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ตารางที่ 5.68 ค่าร้อยละของลวดลายที่กลุ่มผู้บริโภคลือเลือกซื้อผ้าทอมือของกลุ่มทอผ้า

บ้านกุศกร อ. ตระการพืชผล จ. อุบลราชธานี

จากตารางที่ 5.68 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคลือเลือกซื้อลวดลาย ลายสร้อยดอกหมาก ของกลุ่มทอผ้าบ้านกุศกร อ. ตระการพืชผล จ. อุบลราชธานี จำนวน 103 ราย คิดเป็นร้อยละ 68.7 รองลงมาคือ ลายประยุกต์ จำนวน 97 ราย คิดเป็นร้อยละ 64.7 ถัดมาคือ ลายดอกผักแว่น จำนวน 91 ราย คิดเป็นร้อยละ 60.7 และผู้บริโภคลือเลือกซื้อลวดลาย ลายโคมห้ำ จำนวน 84 ราย คิดเป็นร้อยละ 56.0

ลวดลาย	จำนวน	ร้อยละ
1. ลายโคมเจ็ดหัวน	71	47.3
2. ลายกุญแจ	48	32.0
3. ลายดอกหมาก	53	35.3
4. ลายนาคน้อยผสมดาวล้อมเดือน	75	50.0
5. ลายน้าไหล	92	61.3
6. ลายน้าไหลและแต่งลาย	96	64.0
7. ลายผีเสื้อ	87	58.0
8. ลายหมี่โคมห้าหัวน	64	42.7
9. ลายโคมห้า	68	45.3
10. ลายชั้นหมากเบ็ง	57	38.0

ตารางที่ 5.69 ค่าร้อยละของลวดลายที่กลุ่มผู้บริโภคเลือกซื้อผ้าทอมือของกลุ่มทอผ้า
บ้านปะอาว อ. เมือง จ. อุบลราชธานี

จากตารางที่ 5.69 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคเลือกซื้อลวดลาย ลายน้าไหลและแต่งลาย ของกลุ่มทอผ้าบ้านปะอาว อ. เมือง จ. อุบลราชธานี จำนวน 96 ราย คิดเป็นร้อยละ 64.0 รองลงมาคือ ลายน้าไหล จำนวน 92 ราย คิดเป็นร้อยละ 61.3 ถัดมาคือ ลายผีเสื้อ จำนวน 87 ราย คิดเป็นร้อยละ 58.0 และผู้บริโภคเลือกซื้อลวดลาย ลายนาคน้อยผสมดาวล้อมเดือน จำนวน 75 ราย คิดเป็นร้อยละ 50.0

ลวดลาย	จำนวน	ร้อยละ
1. ลายกาบบัวโบราณ	48	32.0
2. ลายดอกคาน	51	34.0
3. ลายวงดอกโคมห้า	68	45.3
4. ลายวงโคมห้า	74	49.3
5. ลายหมี่กล้วย	87	58.0
6. ลายเครื่องบินเล็ก	96	64.0
7. ลายโคมห้าขาเป็ด	43	28.7
8. ลายตะขอกล้วย	38	25.3
9. ลายปลาตะเพียน	104	69.3
10. ลายมงกุฎ	112	74.7

ตารางที่ 5.70 ค่าร้อยละของลวดลายที่กลุ่มผู้บริโภคเลือกซื้อผ้าทอมือของกลุ่มทอผ้า
บ้านบอน อ. ตำบอง จ. อุบลราชธานี

จากตารางที่ 5.70 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคลูกเลือกซื้อลวดลาย ลายมงกุฎ ของกลุ่มทอผ้า บ้านบอน อ. ตำบอง จ. อุบลราชธานี จำนวน 112 ราย คิดเป็นร้อยละ 74.7 รองลงมาคือ ลายปลาตะเพียน จำนวน 104 ราย คิดเป็นร้อยละ 69.3 ถัดมาคือ ลายเครื่องบินเล็ก จำนวน 96 ราย คิดเป็นร้อยละ 64.0 และผู้บริโภคลูกเลือกซื้อลวดลาย ลายหมีเหี่ยว จำนวน 87 ราย คิดเป็นร้อยละ 58.0

ลวดลาย	จำนวน	ร้อยละ
1. ลายช้าง	115	76.7
2. ลายแมงป่องผสมลายไทย	109	72.7
3. ลายดอกแก้วผสมลายไทย	94	62.7
4. ลายสนสลัปป่าไม้ผสม บายศรี	81	54.0
5. ลายกุมไตรผสมตะขอ	77	51.3
6. ลายดอกแก้วคำพระ	86	57.3
7. ลายชนะเลิศโอทอปปี 50	105	70.0
8. ลายแสงอาทิตย์	97	64.7
9. ลายดอกพิกุลผสมป่าไม้	85	56.7
10. ลายดอกแก้วผสมเอื้อง	64	42.7

*หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ตารางที่ 5.71 ค่าร้อยละของลวดลายที่กลุ่มผู้บริโภคลูกเลือกซื้อผ้าทอมือของกลุ่มทอผ้า

บ้านคำพระ อ. หัวตะพาน จ. อำนาจเจริญ

จากตารางที่ 5.71 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคลูกเลือกซื้อลวดลาย ลายช้าง ของกลุ่มทอผ้าบ้านคำพระ อ. หัวตะพาน จ. อำนาจเจริญ จำนวน 115 ราย คิดเป็นร้อยละ 76.7 รองลงมาคือ ลายแมงป่องผสมลายไทย จำนวน 109 ราย คิดเป็นร้อยละ 72.7 ถัดมาคือ ลายชนะเลิศโอทอปปี 50 จำนวน 105 ราย คิดเป็นร้อยละ 70.0 และผู้บริโภคลูกเลือกซื้อลวดลาย ลายแสงอาทิตย์ จำนวน 97 ราย คิดเป็นร้อยละ 64.7

ลวดลาย	จำนวน	ร้อยละ
1. ลายกาบบัวประยุกต์	77	51.3
2. ลายสร้อยดอกหมาก	68	45.3
3. ลายหมีขั้ว	59	39.3
4. ลายหมีโคมหัว	52	34.7
5. ลายแมงปอ	103	68.7
6. ลายตะขอกการบินไทย	99	66.0
7. ลายหมีลือค	95	63.3
8. ลายหัวใจ	107	71.3
9. ลายนาครเจ็ดเศียร	84	56.0
10. ลายเชิงเทียนผสม	76	50.7

*หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ตารางที่ 5.72 ค่าร้อยละของลวดลายที่กลุ่มผู้บริโภคเลือกซื้อผ้าทอมือของกลุ่มทอผ้าบ้าน

โนนสว่าง อ. กุดข้าวปุ้น จ. อุบลราชธานี

จากตารางที่ 5.72 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคเลือกซื้อลวดลาย ลายหัวใจ ของกลุ่มทอผ้าบ้านโนนสว่าง อ. กุดข้าวปุ้น จ. อุบลราชธานี จำนวน 107 ราย คิดเป็นร้อยละ 71.3 รองลงมาคือ ลายแมงปอ จำนวน 103 ราย คิดเป็นร้อยละ 68.7 ถัดมาคือ ลายตะขอกการบินไทย จำนวน 99 ราย คิดเป็นร้อยละ 66.0 และผู้บริโภคเลือกซื้อลวดลาย ลายหมีลือค จำนวน 95 ราย คิดเป็นร้อยละ 63.3

ลวดลาย	จำนวน	ร้อยละ
1. ลายดาวลูกไก่	94	62.7
2. ลายดอกกรักเร่	61	40.7
3. ลายลูกหวาย	56	37.3
4. ลายหมีวงในวัง	82	54.7
5. ลายหมีกอนก่อง	73	48.7
6. ลายหมีขึ้นหมีขั้ว	77	51.3
7. ลายโซ่	64	42.7
8. ลายโคมหัว	89	59.3
9. ลายไหมกาบบัวแดง	80	53.3
10. ลายแมงมุม	79	52.7

ตารางที่ 5.73 ค่าร้อยละของลวดลายที่กลุ่มผู้บริโภคเลือกซื้อผ้าทอมือของกลุ่มทอผ้าอำเภอ

เมืองใน จ. อุบลราชธานี

จากตารางที่ 5.73 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคลือเลือกซื้อลวดลาย ลายดาวลูกไก่ ของกลุ่มทอผ้า อำเภอลือใน จ. อุบลราชธานี จำนวน 94 ราย คิดเป็นร้อยละ 62.7 รองลงมาคือ ลายโคมห้า จำนวน 89 ราย คิดเป็นร้อยละ 59.3 ถัดมาคือ ลายหมี่วงในวัง จำนวน 82 ราย คิดเป็นร้อยละ 54.7 และผู้บริโภคลือเลือกซื้อลวดลาย ลายไหมกาบบัวแดง จำนวน 80 ราย คิดเป็นร้อยละ 53.3

5.2.4 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจที่มีผลต่อความชอบและพฤติกรรมการเลือกซื้อผ้าทอมือของผู้บริโภคชาวต่างประเทศ

การวิเคราะห์จำแนกตาม เพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษา อาชีพ และระดับตำแหน่งงาน ที่มีผลต่อความชอบและพฤติกรรมการเลือกซื้อผ้าทอมือของผู้บริโภคชาวต่างประเทศ ดังผลสรุปตามตารางที่ 5.74

ปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจ	ประเภทของผ้าทอมือที่ชอบ*			ประเภทเส้นใยที่ชอบ		สีที่ชอบ*			ความหมายของเนื้อหา	
	ผ้าพื้น	ผ้ามัดหมี่	ผ้าจิด	ไหม	ฝ้าย	สีเข้ม	สีอ่อน	สีโทนธรรมชาติ	เนื้อหา	เนื้อหาบางส่วน
1. เพศ										
1.1 เพศชาย	64 (73.6)	16 (18.4)	12 (13.8)	24 (27.6)	39 (44.8)	74 (85.1)	14 (16.1)	22 (25.3)	31 (35.6)	52 (59.8)
1.2 เพศหญิง	42 (66.7)	38 (60.3)	53 (84.1)	41 (65.1)	46 (73.0)	13 (20.6)	32 (50.8)	56 (88.9)	39 (61.9)	28 (44.4)
2. อายุ										
2.1 ต่ำกว่า 36 ปี	57 (67.1)	13 (15.3)	18 (21.2)	29 (34.1)	53 (62.4)	41 (48.2)	26 (30.6)	36 (42.4)	28 (32.9)	48 (56.5)
2.2. 36 ปีขึ้นไป	49 (75.4)	41 (63.1)	47 (72.3)	36 (55.4)	32 (49.2)	64 (98.5)	20 (30.8)	42 (64.6)	42 (64.6)	32 (49.2)
3. รายได้										
3.1 ต่ำกว่า 1,000 USD	55 (56.1)	15 (15.3)	22 (22.4)	27 (27.6)	49 (50.0)	68 (69.4)	30 (30.6)	47 (48.0)	29 (29.6)	43 (43.9)
3.2 1,000 USD ขึ้นไป	51 (98.1)	39 (75.0)	43 (82.7)	38 (73.1)	36 (69.2)	37 (71.2)	16 (30.8)	31 (59.6)	41 (78.8)	37 (71.2)
4. ระดับการศึกษา										
4.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี	25 (52.1)	18 (37.5)	19 (39.6)	12 (25.0)	24 (50.0)	38 (79.2)	14 (29.2)	30 (62.5)	23 (47.9)	31 (64.6)
4.2 ปริญญาตรี	63 (76.8)	27 (32.9)	31 (37.8)	34 (41.5)	48 (58.5)	51 (62.2)	27 (32.9)	42 (51.2)	35 (42.7)	35 (42.7)
4.3 สูงกว่าปริญญาตรี	18 (90.0)	9 (45.0)	15 (75.0)	19 (95.0)	13 (65.0)	16 (80.0)	5 (25.0)	6 (30.0)	12 (60.0)	14 (70.0)
5. สถานภาพสมรส										
5.1 โสด	56 (62.2)	25 (27.8)	37 (41.1)	29 (32.2)	47 (52.2)	58 (64.4)	26 (28.9)	45 (50.0)	27 (30.0)	43 (47.8)
5.2 สมรส	48 (88.9)	27 (50.0)	26 (48.1)	33 (61.1)	35 (64.8)	44 (81.5)	18 (33.3)	32 (59.3)	41 (75.9)	34 (63.0)

ปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจ	ลักษณะของเนื้อหา			ผลเฉลยของผ้า*		
	เนื้อเรื่องด้าน	เนื้อเรื่องมั่นคง	เนื้อเรื่องมั่นคง	ลายไทยโบราณ	ลายเรขาคณิต	ลายร่วมสมัย
4. ระดับการศึกษา						
4.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี	0 (0.0)	28 (58.3)	21 (43.8)	31 (64.6)	22 (45.8)	19 (39.6)
4.2 ปริญญาตรี	2 (2.4)	45 (54.9)	32 (39.0)	65 (79.3)	42 (51.2)	32 (39.0)
4.3 สูงกว่าปริญญาตรี	2 (10.0)	16 (80.0)	2 (10.0)	18 (90.0)	11 (55.0)	10 (50.0)
5. สถานภาพสมรส						
5.1 โสด	1 (1.1)	44 (48.9)	31 (34.4)	57 (63.3)	53 (58.9)	32 (35.6)
5.2 สมรส	2 (3.7)	42 (77.8)	22 (40.7)	51 (94.4)	22 (40.7)	29 (53.7)
6. อาชีพ						
6.1 ธุรกิจส่วนตัว	1 (2.9)	25 (71.4)	19 (54.3)	31 (88.6)	23 (65.7)	23 (65.7)
6.2 บริษัทเอกชน	1 (3.3)	24 (80.0)	16 (53.3)	23 (76.7)	27 (90.0)	18 (60.0)
6.3 ราชการ/รัฐวิสาหกิจ	2 (5.9)	19 (55.9)	10 (29.4)	29 (85.3)	25 (73.5)	20 (58.8)
7. ระดับตำแหน่งงาน						
7.1 ระดับปฏิบัติการ	1 (1.6)	49 (79.0)	32 (51.6)	43 (69.4)	56 (90.3)	36 (58.1)
7.2 ผู้บริหาร	1 (4.3)	18 (78.3)	14 (60.9)	12 (52.2)	17 (73.9)	19 (82.6)

*หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ตารางที่ 5.74 ปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจที่มีผลต่อการเลือกซื้อผ้าทอมือของชาวต่างประเทศ (ต่อ)

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจที่มีผลต่อความชอบและพฤติกรรมการเลือกซื้อผ้าทอมือ

การวิเคราะห์ความชอบในลักษณะของผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือ จำแนกตาม เพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ และระดับตำแหน่งงาน ปรากฏผลตามตารางที่ 5.74

1. สรุปผลการวิจัยด้านความชอบในลักษณะของผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือ จำแนกตามเพศดังนี้ ผู้บริโภคที่เป็นเพศชายมีความชอบในลักษณะของผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือ คือ เป็นผ้าพื้น ประเภเสื้อแขนยาว สีเข้ม เนื้อบาง เรียบเป็นมันเงา และชอบลายไทยโบราณ ส่วนผู้บริโภคที่เป็นเพศหญิงมีความชอบในลักษณะของผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือ คือ เป็นผ้าพื้น ประเภเสื้อแขนยาว สีโทนธรรมชาติ เนื้อหนา เรียบเป็นมันเงา และชอบลายไทยโบราณ

2. สรุปผลการวิจัยด้านความชอบในลักษณะของผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือ จำแนกตามอายุดังนี้ ผู้บริโภคที่มีอายุต่ำกว่า 36 ปี มีความชอบในลักษณะของผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือ คือ เป็นผ้าพื้น ประเภเสื้อแขนยาว สีเข้ม เนื้อบาง เรียบเป็นมันเงา และชอบลายไทยโบราณ ส่วนผู้บริโภคที่มีอายุ 36 ปีขึ้นไป มีความชอบในลักษณะของผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือ คือ เป็นผ้าพื้น ประเภเสื้อแขนยาว สีเข้ม เนื้อหนา เรียบเป็นมันเงา และชอบลายไทยโบราณ

3. สรุปผลการวิจัยด้านความชอบในลักษณะของผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือ จำแนกตามรายได้ดังนี้ ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่ำกว่า 1,000 USD มีความชอบในลักษณะของผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือ คือ เป็นผ้าพื้น ประเภเสื้อแขนยาว สีเข้ม เนื้อบาง เรียบเป็นมันเงา และชอบลายไทยโบราณ ส่วนผู้บริโภคที่มีรายได้ 1,000 USD ขึ้นไป มีความชอบในลักษณะของผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือ คือ เป็นผ้าพื้น ประเภเสื้อแขนยาว สีเข้ม เนื้อหนา เรียบเป็นมันเงา และชอบลายไทยโบราณ

4. สรุปผลการวิจัยด้านความชอบในลักษณะของผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือ จำแนกตามระดับการศึกษาดังนี้ ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรีและในระดับปริญญาตรี มีความชอบในลักษณะของผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือ คือ เป็นผ้าพื้น ประเภเสื้อแขนยาว สีเข้ม เนื้อบาง เรียบเป็นมันเงา และชอบลายไทยโบราณ ส่วนผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีความชอบในลักษณะของผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือ คือ เป็นผ้าพื้น ประเภเสื้อแขนยาว สีเข้ม เนื้อหนา เรียบเป็นมันเงา และชอบลายไทยโบราณ

5. สรุปผลการวิจัยด้านความชอบในลักษณะของผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือ จำแนกตามสถานภาพสมรสดังนี้ ผู้บริโภคที่มีสถานภาพโสด มีความชอบในลักษณะของผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือ คือ เป็น

ผ้าพื้น ประเกณเส้นใยฝ้าย สีเข้ม เนื้อบาง เรียบเป็นมันเงา และชอบลายไทยโบราณ ส่วนผู้บริโภคที่มีสถานภาพสมรสแล้ว มีความชอบในลักษณะของผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือ คือ เป็นผ้าพื้น ประเกณเส้นใยฝ้าย สีเข้ม เนื้อหนา เรียบเป็นมันเงา และชอบลายไทยโบราณ

6. สรุปผลการวิจัยด้านความชอบในลักษณะของผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือ จำแนกตามอาชีพดังนี้ ผู้บริโภคที่มีประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีความชอบในลักษณะของผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือ คือ เป็นผ้าพื้น ประเกณเส้นใยฝ้าย สีเข้ม เนื้อบาง เรียบเป็นมันเงา และชอบลายไทยโบราณ ส่วนผู้บริโภคที่ทำงานในบริษัทเอกชน มีความชอบในลักษณะของผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือ คือ เป็นผ้าพื้น ประเกณเส้นใยฝ้าย สีเข้ม เนื้อหนา เรียบเป็นมันเงา และชอบลายเรขาคณิต และผู้บริโภคที่ทำงานในองค์กรของรัฐบาล มีความชอบในลักษณะของผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือ คือ เป็นผ้าพื้น ประเกณเส้นใยไหม สีเข้ม เนื้อบาง เรียบเป็นมันเงา และชอบลายไทยโบราณ

7. สรุปผลการวิจัยด้านความชอบในลักษณะของผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือ จำแนกตามระดับตำแหน่งงานดังนี้ ผู้บริโภคที่ทำงานในระดับปฏิบัติการ มีความชอบในลักษณะของผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือ คือ เป็นผ้าพื้น ประเกณเส้นใยฝ้าย สีโทนธรรมชาติ เนื้อหนา เรียบเป็นมันเงา และชอบลายเรขาคณิต ส่วนผู้บริโภคที่ทำงานในระดับบริหาร มีความชอบในลักษณะของผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือ คือ เป็นผ้าพื้น ประเกณเส้นใยฝ้าย สีโทนธรรมชาติ เนื้อหนา เรียบเป็นมันเงา และชอบลายร่วมสมัย