

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษานิติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยทางการตลาดในการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมจากผลิตภัณฑ์ของจังหวัดพะเยา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษานิติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมจากผลิตภัณฑ์ของจังหวัดพะเยาของผู้บริโภคชาวไทย โดยผู้วิจัยได้ใช้การเลือกตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non – probability sampling) ด้วยวิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อให้ได้จำนวนประชากรตัวอย่าง 384 คน จากผู้บริโภคชาวไทยที่เป็นนักท่องเที่ยวที่มาเยือนจังหวัดพะเยาและผู้บริโภคที่เป็นคนในท้องถิ่นของจังหวัดพะเยาที่ซื้อหรือเคยใช้ผลิตภัณฑ์จากผลิตภัณฑ์ของจังหวัดพะเยา ตามสถานที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดพะเยา ร้านค้าขายสินค้าของธุรกิจชุมชนในจังหวัดพะเยา งานออกร้านของทางราชการ และตามหน่วยงานต่าง ๆ ตลอดจนตามหน่วยงานราชการต่างๆ ในจังหวัดพะเยา เป็นต้น โดยได้ทำการเก็บข้อมูลในระหว่างเดือนพฤศจิกายน 2549 – เมษายน 2550 ซึ่งผลการศึกษานำเสนอออกเป็นส่วนๆ ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 2 ข้อมูลนิติกรรมผู้บริโภคที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมจากผลิตภัณฑ์ของจังหวัดพะเยา

ส่วนที่ 3 ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมจากผลิตภัณฑ์ของจังหวัดพะเยาของผู้บริโภค

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากผลิตภัณฑ์ของจังหวัดพะเยา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลที่ศึกษาประกอบด้วย เพศ อายุ ภูมิฐานะหรือที่อยู่ปัจจุบัน ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือนของผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถาม ผลการศึกษาได้นำเสนอมีรายละเอียดดังตารางที่ 4.1

เพศ ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 78.9 และเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 21.1

อายุ ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุ 26 – 45 ปี คิดเป็นร้อยละ 61.5 รองลงมาอายุไม่เกิน 25 ปี คิดเป็นร้อยละ 23.9 อายุมากกว่า 45 ปี คิดเป็นร้อยละ 14.6

ภูมิลำเนา ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดภาคเหนือ ตอนบนคิดเป็นร้อยละ 40.4 รองลงมาเป็นจังหวัดพะเยา คิดเป็นร้อยละ 40.1 จังหวัดในภาคอีสาน คิดเป็นร้อยละ 7.1 กรุงเทพฯ คิดเป็นร้อยละ 6.5 จังหวัดในภาคกลาง คิดเป็นร้อยละ 2.6 และจังหวัดภาคใต้ คิดเป็นร้อยละ 1.0

ระดับการศึกษา ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 50.5 รองลงมาระดับมัธยมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 18.0 ระดับสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 12.5 ระดับประถมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 10.1 และระดับอนุปริญญาหรืออาชีวศึกษา คิดเป็นร้อยละ 8.9

อาชีพ ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประกอบอาชีพรับราชการ คิดเป็นร้อยละ 25.8 รองลงมาอาชีพรับจ้าง คิดเป็นร้อยละ 22.7 นักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 15.1 พนักงานบริษัทเอกชน 14.3 อาชีพค้าขาย คิดเป็นร้อยละ 8.6 ประกอบธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 6.8 พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 1.3 และอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 5.5

รายได้ต่อเดือน ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 29.2 รองลงมามีรายได้ 5,000 – 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 22.1 รายได้มากกว่า 20,000 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 18.8 รายได้ 15,000 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 16.6 รายได้ 10,000 – 15,000 คิดเป็นร้อยละ 13.3 แสดงตามตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ อายุ ภูมิลำเนา ระดับการศึกษา

อาชีพ และรายได้ต่อเดือน (n = 384)

ข้อมูล	การจำแนกข้อมูล	จำนวน(คน)	ร้อยละ
เพศ	ชาย	81	21.1
	หญิง	303	78.9
อายุ	ไม่เกิน 25 ปี	92	23.9
	26 – 45 ปี	236	61.5
	มากกว่า 45 ปี	56	14.6

ข้อมูล	การจำแนกข้อมูล	จำนวน(คน)	ร้อยละ
จังหวัดภูมิลาเนา	จังหวัดในภาคเหนือตอนบน	155	40.4
	จังหวัดพะเยา	154	40.1
	จังหวัดในภาคอีสาน	27	7.1
	กรุงเทพฯ	25	6.5
	จังหวัดในภาคกลาง	10	2.6
	จังหวัดในภาคเหนือตอนล่าง	9	2.3
	จังหวัดในภาคใต้	4	1.0
ระดับการศึกษา	ประถมศึกษา	39	10.1
	มัธยมศึกษา	69	18.0
	อนุปริญญาหรืออาชีวศึกษา	34	8.9
	ปริญญาตรี	194	50.5
	สูงกว่าปริญญาตรี	48	12.5
อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	58	15.1
	รับราชการ	99	25.8
	รับจ้าง	87	22.7
	ค้าขาย	33	8.6
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	26	6.8
	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	5	1.3
	พนักงานบริษัทเอกชน	55	14.3
	อื่นๆ	21	5.5
รายได้ต่อเดือน	ต่ำกว่า 5,000 บาท	112	29.2
	5,000 – 10,000 บาท	85	22.1
	10,001 – 15,000 บาท	51	13.3
	15,001 – 20,000 บาท	64	16.6
	มากกว่า 20,000 บาทขึ้นไป	72	18.8

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมจาก

ผลิตภัณฑ์ของจังหวัดพะเยา

ส่วนที่ 2.1 ภาพรวมข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรม

จากผลิตภัณฑ์ของจังหวัดพะเยา

ข้อมูลที่ศึกษาประกอบด้วย วิธีการรู้จักสินค้าหัตถกรรมจากผลิตภัณฑ์รูปแบบสินค้าหัตถกรรมจากผลิตภัณฑ์ที่รู้จัก ผู้ที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมจากผลิตภัณฑ์รูปแบบสินค้าหัตถกรรมจากผลิตภัณฑ์ที่เคยใช้ เหตุผลสำคัญของการเลือกใช้สินค้าหัตถกรรมจากผลิตภัณฑ์ เหตุผลสำคัญของการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมจากผลิตภัณฑ์ ราคาสินค้าหัตถกรรมจากผลิตภัณฑ์ ส่วนใหญ่ที่ท่านเลือกซื้อในแต่ละวัน มีร้านประจำในการซื้อสินค้าหัตถกรรมจากผลิตภัณฑ์หรือไม่ เคยซื้อสินค้าหัตถกรรมจากผลิตภัณฑ์จากสถานที่ไหนมาบ้าง เพราะเหตุใดจึงเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมจากผลิตภัณฑ์จากแหล่งที่ขายดังกล่าว ผลการศึกษานำเสนอในตารางที่ 4.2 – 4.9

วิธีการในการรู้จักสินค้าหัตถกรรมจากผลิตภัณฑ์

ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีวิธีการสร้างการรับรู้ต่อสินค้าหัตถกรรมจากผลิตภัณฑ์ของจังหวัดพะเยา โดยผ่านวิธีการเลือกช่องทางผ่านสื่อ คือ ตามงานแสดงสินค้าที่หน่วยงานต่าง ๆ ของรัฐจัดขึ้น คิดเป็นร้อยละ 77.1 สถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ในจังหวัดพะเยา คิดเป็นร้อยละ 70.7 จากคำแนะนำจากญาติหรือเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 56.8 และจากแหล่งอื่น ๆ เช่น ป้ายประชาสัมพันธ์ในหมู่บ้านของกลุ่มผู้ผลิตฯ ในชุมชนต่าง ๆ การโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ตามสถานีวิทยุในจังหวัดพะเยา เป็นต้น แสดงตามตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามวิธีการรู้จักสินค้าหัตถกรรมจาก

ผลิตภัณฑ์ของจังหวัดพะเยา (n = 384)

วิธีการรู้จักสินค้าหัตถกรรมจากผลิตภัณฑ์ จังหวัดพะเยา	รู้จัก		ไม่รู้จัก	
	จำนวน(คน)	ร้อยละ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆในจังหวัดพะเยา	306	70.7	78	20.3
งานแสดงสินค้าที่หน่วยงานต่าง ๆ ของรัฐ	296	77.1	88	22.9
คำแนะนำจากญาติหรือเพื่อน	218	56.8	166	43.2
อินเตอร์เน็ต	96	25.0	288	75.0
หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น / นิตยสาร	52	13.5	332	86.5
หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น/นิตยสารระดับประเทศ	51	13.3	333	86.7
อื่น ๆ	22	5.7	362	94.3

ประเภทของสินค้าหัตถกรรมจากผักตบชวาของจังหวัดพะเยาที่รู้จัก

ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รู้จักประเภทสินค้าหัตถกรรมจากผักตบชวาที่เป็นกระเป๋าคิดเป็นร้อยละ 96.6 ตะกร้า คิดเป็นร้อยละ 85.2 กระจาด คิดเป็นร้อยละ 54.7 และอื่น ๆ เช่น หมวก เบาะนั่ง หมอน เสื้อ เป็นต้น แสดงตามตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทของสินค้าหัตถกรรมจากผักตบชวาของจังหวัดพะเยาที่รู้จัก (n = 384)

ประเภทของสินค้าหัตถกรรมจาก ผักตบชวาของจังหวัดพะเยาที่รู้จัก	รู้จัก		ไม่รู้จัก	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
กระเป๋าคิด	371	96.6	13	3.4
ตะกร้า	327	85.2	57	14.8
กระจาด	210	54.7	174	45.3
กล่องกระดาษทิชชู	197	51.3	187	48.7
ถังนอนกประสังค์	188	51.0	196	51.0
ที่รองแก้ว	121	31.5	263	68.5
ที่รองจาน	108	28.1	276	71.9
รองเท้า	108	28.1	276	71.9
โคมไฟ	93	24.2	291	75.8
อื่น ๆ	69	18.0	315	82.0

บุคคลที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมจากผักตบชวามากที่สุด

ผลการศึกษา พบว่า บุคคลที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมจากผักตบชวาของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นตัวเอง คิดเป็นร้อยละ 88.0 ครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 6.0 เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 2.6 แสดงตามตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามบุคคลที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้า
 หัตถกรรมจากผักตบชวามากที่สุด

บุคคลที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้า หัตถกรรมจากผักตบชวามากที่สุด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ตัวเอง	338	88.0
ญาติพี่น้อง	4	1.0
ครอบครัว	23	6.0
เพื่อน	10	2.6
คนขายสินค้า	9	2.3
อื่น ๆ	1	0.3
รวม	384	100.0

ประเภทของสินค้าหัตถกรรมจากผักตบชวาของจังหวัดพะเยาที่เคยใช้

ผลการศึกษา พบว่าประเภทของสินค้าหัตถกรรมจากผักตบชวาของจังหวัดพะเยาที่กลุ่มตัวอย่างเคยใช้ส่วนใหญ่เป็น กระเป่า ถักเป็นร้อยละ 75.5 ตะกร้า ถักเป็นร้อยละ 40.9 กล้องกระดาษ ติชชู ถักเป็นร้อยละ 22.4 แสดงความตารางที่ 4.5

ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทของสินค้าหัตถกรรมจาก
 ผักตบชวาของจังหวัดพะเยาที่ทานเคยใช้ (n = 384)

ประเภทของสินค้าหัตถกรรมจากผักตบชวา ของจังหวัดพะเยาที่ทานเคยใช้	เคย		ไม่เคย	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
กระเป๋า	290	75.5	94	24.5
ตะกร้า	157	40.9	227	59.1
กล่องกระดาษทิชชู	86	22.4	298	77.6
ถังเอนกประสงค์	70	18.2	314	81.8
กระดาษ	53	13.8	331	86.2
โคมไฟ	29	7.6	355	92.4
ที่รองแก้ว	27	7.0	357	93.0
ที่รองจาน	23	6.0	361	94.0
เสื่อ	22	5.7	362	94.3
รองเท้า	19	4.9	365	95.1

เหตุผลสำคัญของการเลือกใช้สินค้าหัตถกรรมจากผักตบชวาของจังหวัดพะเยา

ผลการศึกษา พบว่าเหตุผลสำคัญของการเลือกใช้สินค้าหัตถกรรมจากผักตบชวาของจังหวัดพะเยาที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้เพราะความสวยงามของผลิตภัณฑ์มากที่สุด รองลงมาคือมีความจำเป็นในการใช้ในชีวิตประจำวัน คุณภาพของผลิตภัณฑ์ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ และทำมาจากวัตถุดิบจากธรรมชาติไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมตามลำดับ

เหตุผลสำคัญของการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมจากผักตบชวาของจังหวัดพะเยา

ผลการศึกษา พบว่าเหตุผลสำคัญของการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมจากผักตบชวาของจังหวัดพะเยาในครั้งนี้ที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกซื้อเพราะต้องการช่วยอุดหนุนและส่งเสริมงานหัตถกรรมของกลุ่มแม่บ้านมากที่สุด รองลงมาคือสินค้ามีความสวยงามแบบไทยๆ เป็นงานฝีมือหรืองานหัตถกรรมของคนไทย ทำมาจากผักตบชวาซึ่งเป็นวัชพืช เพื่อนำไปเป็นของฝากจากพะเยา สินค้ามีราคาไม่แพงและสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ และสินค้ามีลวดลายสวยงามตามลำดับ

ราคาสินค้าหัตถกรรมจากผักตบชวาส่วนใหญ่ที่เลือกซื้อในแต่ละชั้น

ผลการศึกษา พบว่าราคาสินค้าหัตถกรรมจากผักตบชวาที่กลุ่มตัวอย่างเลือกซื้อในแต่ละชั้นส่วนใหญ่ ราคา 100-200 บาท/ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 60.9 ราคา 201-300 บาท/ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 19.8 ราคาค่ากว่า 100 บาท/ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 18.5 แสดงตามตารางที่ 4.6

ตารางที่ 4.6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามราคาสินค้าหัตถกรรมจากผักตบชวาส่วนใหญ่ที่เลือกซื้อในแต่ละชั้น

ราคาสินค้าหัตถกรรมจากผักตบชวาส่วนใหญ่ที่เลือกซื้อในแต่ละชั้น	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 100 บาท/ชิ้น	71	18.5
100 – 200 บาท/ชิ้น	234	60.9
201 – 300 บาท/ชิ้น	76	19.8
301 – 400 บาท/ชิ้น	1	0.3
มากกว่า 400 บาท/ชิ้น	2	0.5
รวม	384	100.0

ท่านมีร้านประจำในการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมจากผักตบชวาของจังหวัดพะเยาหรือไม่

ผลการศึกษา พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่มีร้านประจำในการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมจากผักตบชวาของจังหวัดพะเยา คิดเป็นร้อยละ 93.0 มีร้านประจำ คิดเป็นร้อยละ 7.0 แสดงตามตารางที่ 4.7

ตารางที่ 4.7 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการมีร้านประจำในการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมจากผักตบชวาของจังหวัดพะเยาหรือไม่

ท่านมีร้านประจำในการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมหรือไม่	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มีร้านประจำ	27	7.0
ไม่มีร้านประจำ	357	93.0
รวม	384	100.0

ท่านเคยซื้อสินค้าที่ลดกรรรมจากผักตบชวาของจังหวัดพะเยาจากสถานที่ไหนมาบ้าง

ผลการศึกษา พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยซื้อสินค้าที่ลดกรรรมจากผักตบชวาของจังหวัดพะเยาจากร้านขายสินค้าที่ลดกรรรมของกลุ่มผู้ผลิตชุมชน คิดเป็นร้อยละ 51.0 รองลงมาคืองานแสดงสินค้าที่หน่วยงานของรัฐจัดขึ้น คิดเป็นร้อยละ 49.2 ร้านขายของที่ระลึกบริเวณกว๊านพะเยา คิดเป็นร้อยละ 29.4 และอื่น ๆ เช่น ซ้อโดยตรงจากสมาชิกของกลุ่มผู้ผลิตฯ ที่ทำการผลิตงานที่ลดกรรรมจากผักตบชวา ตามตารางที่ 4.8

ตารางที่ 4.8 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานที่ที่เคยซื้อสินค้าที่ลดกรรรมจากผักตบชวาของจังหวัดพะเยา (n = 384)

สถานที่ที่เคยซื้อสินค้าที่ลดกรรรมจาก ผักตบชวาของจังหวัดพะเยา	เคย		ไม่เคย	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ร้านขายสินค้าที่ลดกรรรมของกลุ่มผู้ผลิตชุมชน				
งานแสดงสินค้าที่หน่วยงานของรัฐจัดขึ้น	196	51.0	188	49.0
ร้านขายของที่ระลึกบริเวณกว๊านพะเยา	189	49.2	195	50.8
ร้านขายของที่ระลึกบริเวณวัดคอนาลโย	113	29.4	271	70.6
ร้านขายย่านไนท์บาร์ซาร์	104	27.1	280	72.9
อื่น ๆ	43	11.2	341	88.8
ร้านขายตามห้างสรรพสินค้า	19	4.9	365	95.1
	15	3.9	369	96.1

เหตุผลของการเลือกซื้อสินค้าที่ลดกรรรมจากผักตบชวาจากสถานที่ที่เลือกซื้อ

ผลการศึกษา พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีเหตุผลในการเลือกซื้อสินค้าที่ลดกรรรมจากผักตบชวาของจังหวัดพะเยาในสถานที่ดังกล่าวเพราะ มีราคาที่เหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 88.8 ความสะดวกสบายของสถานที่ คิดเป็นร้อยละ 53.9 มีสินค้าครบทุกรูปแบบ คิดเป็นร้อยละ 51.8 แสดงตามตารางที่ 4.9

ตารางที่ 4.9 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเหตุผลในการเลือกซื้อสินค้า
 ทัศนคติจากผักตบชวาของจังหวัดพะเยาจากสถานที่ที่เลือกซื้อ (n = 384)

เหตุผลในการเลือกซื้อสินค้าทัศนคติ จากผักตบชวาของจังหวัดพะเยา จากสถานที่ที่เลือกซื้อ	เลือก		ไม่เลือก	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ราคาที่เหมาะสม	341	88.8	43	11.2
ความสะดวกสบายของสถานที่	207	53.9	177	46.1
มีสินค้าครบทุกรูปแบบ	199	51.8	185	48.2
รู้สึกว่าคุณขายเป็นกันเอง	106	27.6	278	72.4
ความมีชื่อเสียง	79	20.6	305	79.4

ส่วนที่ 2.2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าทัศนคติจากผักตบชวา
 ของจังหวัดพะเยาจำแนกตามลักษณะประชากรได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้

ข้อมูลที่ศึกษาประกอบด้วย บุคคลที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าทัศนคติจาก
 ผักตบชวามากที่สุด ราคาสินค้าทัศนคติจากผักตบชวาส่วนใหญ่ที่เลือกซื้อในแต่ละชั้น และมีร้าน
 ประจำในการเลือกซื้อหรือไม่ ผลการศึกษานำเสนอในตารางที่ 4.10-4.24

จำแนกตามเพศ

บุคคลที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าทัศนคติจากผักตบชวามากที่สุด

ผลการศึกษาจำแนกตามเพศ พบว่าบุคคลที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าทัศนคติจาก
 ผักตบชวาของผู้บริโภคเพศชายส่วนใหญ่เป็นตัวเอง คิดเป็นร้อยละ 71.6 รองลงมาคือครอบครัว คิด
 เป็นร้อยละ 22.2 และคนขายสินค้า คิดเป็นร้อยละ 3.7 ส่วนเพศหญิง พบว่าบุคคลที่มีผลต่อการเลือก
 ซื้อสินค้าทัศนคติจากผักตบชวาส่วนใหญ่เป็นตัวเอง คิดเป็นร้อยละ 92.4 รองลงมาคือเพื่อนคิด
 เป็นร้อยละ 3.0 คนขายสินค้า คิดเป็นร้อยละ 2.0 แสดงตามตารางที่ 4.10

ตารางที่ 4.10 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามบุคคลที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้า
 หัตถกรรมจากผักตบชวามากที่สุด

บุคคลที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้า หัตถกรรมจากผักตบชวามากที่สุด	ชาย		หญิง	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ตัวเอง	58	71.6	280	92.4
ญาติพี่น้อง	1	1.2	3	1.0
ครอบครัว	18	22.2	5	1.7
เพื่อน	1	1.2	9	3.0
คนขายสินค้า	3	3.7	6	2.0
อื่นๆ	0	0.0	0	0.0
รวม	81	100.0	303	100.0

ราคาสินค้าหัตถกรรมจากผักตบชวส่วนใหญ่ที่เลือกซื้อแต่ละชั้น

ผลการศึกษาจำแนกตามเพศ พบว่าผู้บริโภคเพศชายส่วนใหญ่เลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมจากผักตบชวาแต่ละชั้นส่วนใหญ่ราคา 100-200 บาท/ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 53.1 รองลงมาคือราคาต่ำกว่า 100 บาท/ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 30.9 และราคา 201-300 บาท/ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 12.3 ส่วนเพศหญิงส่วนใหญ่เลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมจากผักตบชวาแต่ละชั้นส่วนใหญ่ราคา 100-200 บาท/ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 63.0 รองลงมาราคา 201-300 บาท/ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 21.8 และราคาต่ำกว่า 100 บาท/ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 15.2 แสดงตามตารางที่ 4.11

ตารางที่ 4.11 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามราคาสินค้าหัตถกรรมจากผักตบชวา ส่วนใหญ่ที่เลือกซื้อในแต่ละชั้น

ราคาสินค้าหัตถกรรมจากผักตบชวา ส่วนใหญ่ที่เลือกซื้อในแต่ละชั้น	ชาย		หญิง	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 100 บาท/ชิ้น	25	30.9	46	15.2
100-200 บาท/ชิ้น	43	53.1	191	63.0
201-300 บาท/ชิ้น	10	12.3	66	21.8
301-400 บาท/ชิ้น	1	1.2	0	0.0
มากกว่า 400 บาท/ชิ้น	2	2.5	0	0.0
รวม	81	100.0	303	100.0

ท่านมีร้านประจำในการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมผักตบชวาของจังหวัดพะเยาหรือไม่ ผลการศึกษาจำแนกตามเพศ พบว่าผู้บริโภคเพศชายส่วนใหญ่ไม่มีร้านประจำในการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมจากผักตบชวาของจังหวัดพะเยา คิดเป็นร้อยละ 96.3 รองลงมาคือมีร้านประจำ คิดเป็นร้อยละ 3.7 ส่วนเพศหญิงส่วนใหญ่ไม่มีร้านประจำในการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมจากผักตบชวาของจังหวัดพะเยา คิดเป็นร้อยละ 92.1 รองลงมาคือมีร้านประจำ คิดเป็นร้อยละ 7.9 แสดงตามตารางที่ 4.12

ตารางที่ 4.12 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการมีร้านประจำในการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมจากผักตบชวาของจังหวัดพะเยาหรือไม่

ท่านมีร้านประจำในการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมจากผักตบชวาหรือไม่	ชาย		หญิง	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มีร้านประจำ	3	3.7	24	7.9
ไม่มีร้านประจำ	78	96.3	279	92.1
รวม	81	100.0	303	100.0

จำแนกตามอายุ

บุคคลที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมจากผักตบชวามากที่สุด

ผลการศึกษาระบุว่าบุคคลที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมจากผักตบชวาของผู้บริโภคอายุต่ำกว่า 20 ปี ส่วนใหญ่เลือกซื้อด้วยตัวเอง คิดเป็นร้อยละ 90.0 เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 5.0 และคนขายสินค้า คิดเป็นร้อยละ 5.0 ผู้บริโภคอายุ 20-30 ปี ส่วนใหญ่เลือกซื้อด้วยตัวเอง คิดเป็นร้อยละ 84.6 ครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 5.4 และเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 5.4 อายุ 31-40 ปี ส่วนใหญ่เลือกซื้อด้วยตัวเอง คิดเป็นร้อยละ 94.0 ครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 3.7 และเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 0.7 อายุ 41-50 ปี ส่วนใหญ่เลือกซื้อด้วยตัวเอง คิดเป็นร้อยละ 89.3 ครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 6.7 และญาติพี่น้อง คิดเป็นร้อยละ 2.7 อายุมากกว่า 50 ปี ส่วนใหญ่เลือกซื้อด้วยตัวเอง คิดเป็นร้อยละ 68.0 ครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 24.0 และญาติพี่น้อง คิดเป็นร้อยละ 4.0 แสดงตามตารางที่ 4.13

ตารางที่ 4.13 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามบุคคลที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมจากผักตบชวามากที่สุด (n = 384)

บุคคลที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้า	ต่ำกว่า 20 ปี	20-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	มากกว่า 50 ปี
ตัวเอง	18 (90.0%)	110 (84.6%)	126 (94.0%)	67 (89.3%)	17 (68.0%)
ญาติพี่น้อง	0 (0.0%)	0 (0.0%)	1 (0.7%)	2 (2.7%)	1 (4.0%)
ครอบครัว	0 (0.0%)	7 (5.4%)	5 (3.7%)	5 (6.7%)	6 (24.0%)
เพื่อน	1 (5.0%)	7 (5.4%)	1 (0.7%)	1 (1.3%)	0 (0.0%)
คนขายสินค้า	1 (5.0%)	6 (4.6%)	1 (0.7%)	0 (0.0%)	1 (4.0%)

ราคาสินค้าหัตถกรรมจากผักตบชวาส่วนใหญ่ที่เลือกซื้อในแต่ละชั้น

ผลการศึกษานี้จำแนกตามอายุ พบว่าราคาสินค้าหัตถกรรมจากผักตบชวาส่วนใหญ่ที่ผู้บริโภครายต่ำกว่า 20 ปี เลือกซื้อราคา 100-200 บาท/ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 60.0 ราคาค่าต่ำกว่า 100 บาท/ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 40.0 ผู้บริโภคราย 20-30 ปี เลือกซื้อราคา 100-200 บาท/ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 71.5 ราคาค่าต่ำกว่า 100 บาท/ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 16.2 ราคา 201-300 บาท/ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 12.3 ผู้บริโภคราย 31-40 ปี เลือกซื้อราคา 100-200 บาท/ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 59.9 ราคา 201-300 บาท/ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 25.4 และราคาค่าต่ำกว่า 100 บาท/ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 14.9 ผู้บริโภคราย 41-50 ปี เลือกซื้อราคา 100-200 บาท/ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 49.3 ราคา 201-300 บาท/ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 28.0 และราคาค่าต่ำกว่า 100 บาท/ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 20.0 อายุมากกว่า 50 ปี เลือกซื้อราคา 100-200 บาท/ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 52.0 ราคาค่าต่ำกว่า 100 บาท/ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 28.0 และราคา 201-300 บาท/ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 20.0 แสดงตามตารางที่ 4.14

ตารางที่ 4.14 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามราคาสินค้าหัตถกรรมจากผักตบชวาส่วนใหญ่ที่เลือกซื้อในแต่ละชั้น (n = 384)

ราคาสินค้าหัตถกรรมจากผักตบชวาส่วนใหญ่ที่เลือกซื้อในแต่ละชั้น	ต่ำกว่า 20 ปี	20-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	มากกว่า 50 ปี
ต่ำกว่า 100 บาท/ชิ้น	8 (40.0%)	21 (16.2%)	20 (14.9%)	15 (20.0%)	7 (28.0%)
100-200 บาท/ชิ้น	12 (60.0%)	93 (71.5%)	79 (59.0%)	37 (49.3%)	13 (52.0%)
201-300 บาท/ชิ้น	0 (0.0%)	16 (12.3%)	34 (25.4%)	21 (28.0%)	5 (20.0%)
301-400 บาท/ชิ้น	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	1 (1.3%)	0 (0.0%)
มากกว่า 400 บาท/ชิ้น	0 (0.0%)	0 (0.0%)	1 (0.7%)	1 (1.3%)	0 (0.0%)

ท่านมีร้านประจำในการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมจากผักตบชวาของจังหวัดพะเยาหรือไม่

ผลการศึกษาจำแนกตามอายุ พบว่าผู้บริโภครายอายุต่ำกว่า 20 ปี ส่วนใหญ่ไม่มีร้านประจำในการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมจากผักตบชวาของจังหวัดพะเยา คิดเป็นร้อยละ 100.0 ผู้บริโภครายอายุ 20-30 ปี ส่วนใหญ่ไม่มีร้านประจำในการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมจากผักตบชวาของจังหวัดพะเยา คิดเป็นร้อยละ 96.9 มีร้านประจำ คิดเป็นร้อยละ 3.1 ผู้บริโภครายอายุ 31-40 ปี ส่วนใหญ่ไม่มีร้านประจำในการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมจากผักตบชวาของจังหวัดพะเยา คิดเป็นร้อยละ 89.6 มีร้านประจำ คิดเป็นร้อยละ 10.4 ผู้บริโภครายอายุ 41-50 ปี ไม่มีร้านประจำในการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมจากผักตบชวาของจังหวัดพะเยา คิดเป็นร้อยละ 92.0 มีร้านประจำ คิดเป็นร้อยละ 8.0 อายุมากกว่า 50 ปี ไม่มีร้านประจำในการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมจากผักตบชวาของจังหวัดพะเยา คิดเป็นร้อยละ 88.0 มีร้านประจำ คิดเป็นร้อยละ 12.0 แสดงตามตารางที่ 4.15

ตารางที่ 4.15 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการมีร้านประจำในการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมจากผักตบชวาของจังหวัดพะเยาหรือไม่ (n = 384)

ท่านมีร้านประจำในการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมหรือไม่	ต่ำกว่า 20 ปี	20-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	มากกว่า 50 ปี
มีร้านประจำ	0 (0.0%)	4 (3.1%)	14 (10.4%)	6 (8.0%)	3 (12.0%)
ไม่มีร้านประจำ	20 (100.0%)	126 (96.9%)	120 (89.6%)	69 (92.0%)	22 (88.0%)

จำแนกตามการศึกษา

บุคคลที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมจากผักตบชวามากที่สุด

ผลการศึกษาจำแนกตามการศึกษาของผู้บริโภค พบว่าบุคคลที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมจากผักตบชวาของผู้บริโภคในระดับประถมศึกษามากที่สุด คือตัวเอง คิดเป็นร้อยละ 79.5 ญาติพี่น้อง คิดเป็นร้อยละ 7.7 และ ครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 7.7 ระดับมัธยมศึกษา พบว่าตัวเองมีผลต่อการเลือกซื้อมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 82.6 ญาติพี่น้อง คิดเป็นร้อยละ 8.7 และ ครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 5.8 ระดับอนุปริญญาหรืออาชีวศึกษา พบว่าตัวเองมีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมจากผักตบชวามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 94.1 และคนขายสินค้า คิดเป็นร้อยละ 5.9

ระดับการศึกษาปริญญาตรี พบว่าตัวเองมีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมจากผักตบชวามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 89.7 รองลงมาคือครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 5.7 และ เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 2.1 ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี พบว่าตัวเองมีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมจากผักตบชวามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 91.7 รองลงมาคือครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 6.3 และ เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 2.1 แสดงตามตารางที่ 4.16

ตารางที่ 4.16 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามบุคคลที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมจากผักตบชวามากที่สุด (n = 384)

บุคคลที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้า	ประถมศึกษา	มัธยมศึกษา	อนุปริญญาหรืออาชีวศึกษา	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
ตัวเอง	31 (79.5%)	57 (82.6%)	32 (94.0%)	174 (89.7%)	44 (91.7%)
ญาติพี่น้อง	3 (7.7%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	1 (0.5%)	0 (0.0%)
ครอบครัว	3 (7.7%)	6 (8.7%)	0 (0.0%)	11 (5.7%)	3 (6.3%)
เพื่อน	1 (2.6%)	4 (5.8%)	0 (0.0%)	4 (2.1%)	1 (2.1%)
คนขายสินค้า	1 (2.6%)	2 (2.9%)	2 (5.9%)	4 (2.1%)	0 (0.0%)

ราคาสินค้าหัตถกรรมจากผักตบชวาส่วนใหญ่ที่เลือกซื้อในแต่ละชั้น

ผลการศึกษาจำแนกตามการศึกษา พบว่าราคาสินค้าหัตถกรรมจากผักตบชวาส่วนใหญ่ที่ผู้บริโภคในระดับประถมศึกษา เลือกซื้อในแต่ละชั้นราคา 100-200 บาท/ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 51.3 ราคาต่ำกว่า 100 บาท/ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 48.7 ระดับมัธยมศึกษา เลือกซื้อในแต่ละชั้นราคา 100-200 บาท/ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 59.4 ราคาต่ำกว่า 100 บาท/ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 39.1 ระดับอนุปริญญาหรืออาชีวศึกษาเลือกซื้อในแต่ละชั้นราคา 100-200 บาท/ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 82.4 ราคาต่ำกว่า 100 บาท/ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 17.6 ระดับปริญญาตรีเลือกซื้อในแต่ละชั้นราคา 100-200 บาท/ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 61.9 ราคา 200-300 บาท/ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 28.4 ราคาต่ำกว่า 100 บาท/ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 8.8

ระดับสูงกว่าปริญญาตรีเลือกซื้อในแต่ละชั้นราคา 100-200 บาท/ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 52.1 ราคา 200-300 บาท/ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 41.7 ราคาต่ำกว่า 100 บาท/ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 4.2 แสดงตามตารางที่ 4.17

ตารางที่ 4.17 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามราคาสินค้าหัตถกรรมจากผักตบชวา ส่วนใหญ่ที่เลือกซื้อในแต่ละชั้น (n = 384)

ราคาสินค้าหัตถกรรมจากผักตบชวาส่วนใหญ่ที่เลือกซื้อในแต่ละชั้น	ประถมศึกษา	มัธยมศึกษา	อนุปริญญาหรืออาชีวศึกษา	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
ต่ำกว่า 100 บาท/ชิ้น	19 (48.7%)	27 (39.1.2%)	6 (17.6%)	17 (8.8%)	2 (4.2%)
100-200 บาท/ชิ้น	20 (51.3%)	41 (59.4.5%)	28 (82.4%)	120 (61.9%)	25 (52.1%)
201-300 บาท/ชิ้น	0 (0.0%)	1 (1.4%)	0 (0.0%)	55 (28.4%)	20 (41.7%)
301-400 บาท/ชิ้น	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	1 (0.5%)	0 (0.0%)
มากกว่า 400 บาท/ชิ้น	0 (0.0%)	0 (0.0%)	1 (0.7%)	1 (0.5%)	1 (2.1%)

ท่านมีร้านประจำในการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมจากผักตบชวาของจังหวัดพะเยา

หรือไม่

ผลการศึกษานำมาจากการศึกษา พบว่าผู้บริโภคที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษาส่วนใหญ่ไม่มีร้านประจำในการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมจากผักตบชวาของจังหวัดพะเยา คิดเป็นร้อยละ 76.9 มีร้านประจำ คิดเป็นร้อยละ 23.1 ระดับมัธยมศึกษาส่วนใหญ่ไม่มีร้านประจำในการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมจากผักตบชวาของจังหวัดพะเยา คิดเป็นร้อยละ 88.4 มีร้านประจำ คิดเป็นร้อยละ 11.6 ระดับอนุปริญญาหรืออาชีวศึกษาส่วนใหญ่ไม่มีร้านประจำในการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมจากผักตบชวาของจังหวัดพะเยา คิดเป็นร้อยละ 94.1 มีร้านประจำ คิดเป็นร้อยละ 5.9 ระดับปริญญาตรีส่วนใหญ่ไม่มีร้านประจำในการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมจากผักตบชวาของจังหวัดพะเยา คิดเป็นร้อยละ 97.4 มีร้านประจำ คิดเป็นร้อยละ 2.6 สูงกว่าปริญญาตรีส่วนใหญ่ไม่มี

ร้านประจำในการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมจากผักตบชวาของจังหวัดพะเยา คิดเป็นร้อยละ 93.8 มีร้านประจำ คิดเป็นร้อยละ 6.3 แสดงตามตารางที่ 4.18

ตารางที่ 4.18 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการมีร้านประจำในการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมจากผักตบชวาของจังหวัดพะเยาหรือไม่ (n = 384)

ท่านมีร้านประจำในการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมหรือไม่	ประถมศึกษา	มัธยมศึกษา	อนุปริญญาหรืออาชีวศึกษา	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
มีร้านประจำ	9 (23.1%)	8 (11.6%)	2 (5.9%)	5 (2.6%)	3 (6.3%)
ไม่มีร้านประจำ	30 (76.9%)	61 (88.4%)	32 (94.1%)	189 (97.4%)	45 (93.8%)

จำแนกตามอาชีพ

บุคคลที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมจากผักตบชวามากที่สุด

ผลการศึกษาจำแนกตามอาชีพของผู้บริโภค พบว่าบุคคลที่มีผลต่อการเลือกซื้อ

สินค้าหัตถกรรมจากผักตบชวาของผู้บริโภค ในอาชีพนักเรียน/นักศึกษาคือตัวเอง คิดเป็นร้อยละ 91.4 เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 5.2 และ คนขายสินค้า คิดเป็นร้อยละ 3.4 อาชีพรับราชการ ตัวเอง คิดเป็นร้อยละ 89.9 ครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 8.1 และ คนขายสินค้า คิดเป็นร้อยละ 1.0 อาชีพรับจ้าง ตัวเอง คิดเป็นร้อยละ 78.2 ครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 11.5 และ เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 5.7 อาชีพค้าขาย ตัวเอง คิดเป็นร้อยละ 97.0 คนขายสินค้า คิดเป็นร้อยละ 3.0 อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว ตัวเอง คิดเป็นร้อยละ 88.5 ครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 3.8 และ เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 3.8 พนักงานรัฐวิสาหกิจ ตัวเอง คิดเป็นร้อยละ 100.0 พนักงานบริษัทเอกชน ตัวเอง คิดเป็นร้อยละ 87.3 ครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 7.3 และ คนขายสินค้า คิดเป็นร้อยละ 5.1 แสดงตามตารางที่ 4.19

ตารางที่ 4.19 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามบุคคลที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้า
 หัตถกรรมจากผักตบชวามากที่สุด (n = 384)

บุคคลที่มีผลต่อ การเลือกซื้อ สินค้า	นักเรียน/ นักศึกษา	รับ ราชการ	รับจ้าง	ค้าขาย	ประกอบ ธุรกิจ ส่วนตัว	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท เอกชน
ตัวเอง	53 (91.4%)	89 (89.9%)	68 (78.2%)	32 (97.0%)	23 (88.5%)	5 (100.0%)	48 (87.3%)
ญาติพี่น้อง	0 (0.0%)	0 (0.0%)	3 (3.4%)	0 (0.0%)	1 (3.8%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
ครอบครัว	0 (0.0%)	8 (8.1%)	10 (11.5%)	0 (0.0%)	1 (3.8%)	0 (0.0%)	4 (7.3%)
เพื่อน	3 (5.2%)	1 (1.0%)	5 (5.7%)	0 (0.0%)	1 (3.8%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
คนขายสินค้า	2 (3.4%)	1 (1.0%)	1 (1.1%)	1 (3.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)

ราคาสินค้าหัตถกรรมจากผักตบชวาส่วนใหญ่ที่เลือกซื้อในแต่ละชั้น

ผลการศึกษาจำแนกตามอาชีพของผู้บริโภค พบว่าราคาสินค้าหัตถกรรมจากผักตบชวาส่วนใหญ่ที่ผู้บริโภคในอาชีพนักเรียนนักศึกษา เลือกซื้อในแต่ละชั้นราคา 100-200 บาท/ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 74.1 ราคาต่ำกว่า 100 บาท/ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 22.4 ราคา 201-300 บาท/ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 3.4 อาชีพรับราชการเลือกซื้อในแต่ละชั้นราคา 100-200 บาท/ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 59.6 ราคา 201-300 บาท/ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 35.4 ราคาต่ำกว่า 100 บาท/ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 5.1 อาชีพรับจ้าง เลือกซื้อในแต่ละชั้นราคา 100-200 บาท/ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 56.3 ราคาต่ำกว่า 100 บาท/ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 33.3 ราคา 201-300 บาท/ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 10.3 อาชีพค้าขาย เลือกซื้อในแต่ละชั้นราคา 100-200 บาท/ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 54.5 ราคาต่ำกว่า 100 บาท/ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 30.3 ราคา 201-300 บาท/ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 12.1 ประกอบธุรกิจส่วนตัว เลือกซื้อในแต่ละชั้นราคา 100-200 บาท/ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 53.8 ราคา 201-300 บาท/ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 30.8 ราคาต่ำกว่า 100 บาท/ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 7.7 พนักงานรัฐวิสาหกิจ เลือกซื้อในแต่ละชั้นราคา 201-300 บาท/ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 80.0 ราคา 100-200 บาท/ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 20.0 พนักงานบริษัทเอกชน เลือกซื้อในแต่ละชั้นราคา 100-200

ชั้น คิดเป็นร้อยละ 67.3 ราคา 201-300 บาท/ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 20.0 ราคา 100-200 บาท/ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 12.7 แสดงตามตารางที่ 4.20

ตารางที่ 4.20 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามราคาสินค้าที่คัดสรรจากผักคตบชวา ส่วนใหญ่ที่เลือกซื้อในแต่ละชั้น (n = 384)

ราคาสินค้าที่คัดสรรจากผักคตบชวาส่วนใหญ่ที่เลือกซื้อในแต่ละชั้น	นักเรียน/นักศึกษา	รับราชการ	รับจ้าง	ค้าขาย	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัทเอกชน
ต่ำกว่า 100 บาท/ชิ้น	13 (22.4%)	5 (5.1%)	29 (33.3%)	10 (30.3%)	2 (7.7%)	0 (0.0%)	7 (12.7%)
100-200 บาท/ชิ้น	43 (74.1%)	59 (59.6%)	49 (56.3%)	18 (54.5%)	14 (53.8%)	1 (20.0%)	37 (67.3%)
201-300 บาท/ชิ้น	2 (3.4%)	35 (35.4%)	9 (10.3%)	4 (12.1%)	8 (30.8%)	4 (80.0%)	11 (20.0%)
301-400 บาท/ชิ้น	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	1 (3.8%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
มากกว่า 40 บาท/ชิ้น	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	1 (3.0%)	1 (3.8%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)

ท่านมีร้านประจำในการเลือกซื้อสินค้าที่คัดสรรจากผักคตบชวาของจังหวัดพะเยา

หรือไม่

ผลการศึกษาจำแนกตามอาชีพของผู้บริโภค พบว่าอาชีพนักเรียนนักศึกษา ส่วนใหญ่ไม่มีร้านประจำในการเลือกซื้อสินค้าที่คัดสรรจากผักคตบชวาของจังหวัดพะเยา คิดเป็นร้อยละ 98.3 มีร้านประจำ คิดเป็นร้อยละ 1.7 อาชีพรับราชการ ไม่มีร้านประจำในการเลือกซื้อสินค้าที่คัดสรรจากผักคตบชวาของจังหวัดพะเยา คิดเป็นร้อยละ 98.0 มีร้านประจำ คิดเป็นร้อยละ 2.0 อาชีพรับจ้าง ไม่มีร้านประจำในการเลือกซื้อสินค้าที่คัดสรรจากผักคตบชวาของจังหวัดพะเยา คิดเป็นร้อยละ 94.3 มีร้านประจำ คิดเป็นร้อยละ 5.7 อาชีพค้าขาย ไม่มีร้านประจำในการเลือกซื้อสินค้าที่คัดสรรจากผักคตบชวาของจังหวัดพะเยา คิดเป็นร้อยละ 66.7 มีร้านประจำ คิดเป็นร้อยละ 33.3 ประกอบธุรกิจส่วนตัว ไม่มีร้านประจำในการเลือกซื้อสินค้าที่คัดสรรจากผักคตบชวาของจังหวัดพะเยา คิดเป็น

ร้อยละ 80.8 มีร้านประจำ คิดเป็นร้อยละ 19.2 พนักงานรัฐวิสาหกิจ ไม่มีร้านประจำในการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมจากผักตบชวาของจังหวัดพะเยา คิดเป็นร้อยละ 100.0 พนักงานบริษัทเอกชน ไม่มีร้านประจำในการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมจากผักตบชวาของจังหวัดพะเยา คิดเป็นร้อยละ 100.0 แสดงตามตารางที่ 4.21

ตารางที่ 4.21 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการมีร้านประจำในการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมจากผักตบชวาของจังหวัดพะเยาหรือไม่ (n = 384)

ท่านมีร้านประจำในการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมหรือไม่	นักเรียน/นักศึกษา	รับราชการ	รับจ้าง	ค้าขาย	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัทเอกชน
มีร้านประจำ	1 (1.7%)	2 (2.0%)	5 (5.7%)	11 (33.3%)	5 (19.2%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
ไม่มีร้านประจำ	57 (98.3%)	97 (98.0%)	82 (94.3%)	22 (66.7%)	21 (80.8%)	5 (100.0%)	55 (100.0%)

จำแนกตามรายได้

บุคคลที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมจากผักตบชวามากที่สุด

ผลการศึกษาจำแนกตามรายได้ของผู้บริโภค พบว่าบุคคลที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมจากผักตบชวาของผู้บริโภคในระดับรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท / เดือน พบว่าตัวเองมีผลต่อการเลือกซื้อ คิดเป็นร้อยละ 83.9 ครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 6.3 และ เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 4.5 ระดับรายได้ 5,001-10,000 บาท / เดือน พบว่าตัวเอง คิดเป็นร้อยละ 83.5 ครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 8.2 และ เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 3.5 ระดับรายได้ 10,001-15,000 บาท / เดือน พบว่าตัวเอง คิดเป็นร้อยละ 82.2 ครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 5.9 และ คนขายสินค้า คิดเป็นร้อยละ 3.9 ระดับรายได้ 15,001-20,000 บาท / เดือน พบว่าตัวเอง คิดเป็นร้อยละ 96.9 ครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 3.1 และ คน ระดับรายได้มากกว่า 20,000 บาทขึ้นไป / พบว่าตัวเอง คิดเป็นร้อยละ 91.7 ครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 5.6 และ เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 1.4 แสดงตามตารางที่ 4.22

ตารางที่ 4.22 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำนวนตามบุคคลที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้า
 หัตถกรรมจากผักตบชวามากที่สุด (n = 384)

บุคคลที่มีผลต่อ การเลือกซื้อ สินค้า	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000- 10,000 บาท	10,001- 15,000 บาท	15,001- 20,000 บาท	มากกว่า 20,000 บาท ขึ้นไป
ตัวเอง	94 (83.9%)	71 (83.5%)	45 (88.2%)	62 (96.9%)	66 (91.7%)
ญาติพี่น้อง	2 (1.8%)	1 (1.2%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	1 (1.4%)
ครอบครัว	7 (6.3%)	7 (8.2%)	3 (5.9%)	2 (3.1%)	4 (5.6%)
เพื่อน	5 (4.5%)	3 (3.5%)	1 (2.0%)	0 (0.0%)	1 (1.4%)
คนขายสินค้า	4 (3.6%)	3 (3.5%)	2 (3.9%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)

ราคาสินค้าหัตถกรรมจากผักตบชวาส่วนใหญ่ที่เลือกซื้อในแต่ละชั้น

ผลการศึกษาจำแนกตามรายได้ของผู้บริโภค พบว่าราคาสินค้าหัตถกรรมจากผักตบชวาส่วนใหญ่ที่กลุ่มผู้บริโภคที่มีระดับรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท / เดือน เลือกซื้อในแต่ละชั้นมากที่สุดคือราคา 100-200 บาท/ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 63.4 ราคาต่ำกว่า 100 บาท/ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 34.8 และราคา 201-300 บาท/ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 1.8 ระดับรายได้ 5,000-10,000 บาท / เดือน เลือกซื้อในแต่ละชั้นมากที่สุดคือราคา 100-200 บาท/ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 71.8 ราคาต่ำกว่า 100 บาท/ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 21.2 และราคา 201-300 บาท/ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 7.1 ระดับรายได้ 10,001-15,000 บาท / เดือน เลือกซื้อในแต่ละชั้นมากที่สุดคือราคา 100-200 บาท/ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 62.7 ราคา 201-300 บาท/ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 23.5 และ ราคาต่ำกว่า 100 บาท/ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 13.7 ระดับรายได้ 15,001-20,000 บาท / เดือน เลือกซื้อในแต่ละชั้นมากที่สุดคือราคา 100-200 บาท/ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 53.1 ราคา 201-300 บาท/ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 45.3 และ ราคาต่ำกว่า 100 บาท/ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 1.6 ระดับรายได้มากกว่า 20,000 บาทขึ้นไป / เดือน เลือกซื้อในแต่ละชั้นมากที่สุดคือราคา 100-200 บาท/ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 50.0 ราคา 201-300 บาท/ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 37.5 และ ราคาต่ำกว่า 100 บาท/ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 8.3 แสดงตามตารางที่ 4.23

ตารางที่ 4.23 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามราคาสินค้าหัตถกรรมจากผักตบชวา
ส่วนใหญ่ที่เลือกซื้อในแต่ละชั้น (n = 384)

ราคาสินค้าหัตถกรรม จากผักตบชวาส่วนใหญ่ ที่เลือกซื้อในแต่ละชั้น	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000- 10,000 บาท	10,001- 15,000 บาท	15,001- 20,000 บาท	มากกว่า 20,000 บาท ขึ้นไป
ต่ำกว่า100 บาท/ชิ้น	39 (34.8%)	18 (21.2%)	7 (13.7%)	1 (1.6%)	6 (8.3%)
100-200บาท/ชิ้น	71 (63.4%)	61 (71.8%)	32 (62.7%)	34 (53.1%)	36 (50.0%)
201-300 บาท/ชิ้น	2 (1.8%)	6 (7.1%)	12 (23.5%)	29 (45.3%)	27 (37.5%)
301-400 บาท/ชิ้น	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	1 (1.4%)	1 (0.3%)
มากกว่า 40 บาท/ชิ้น	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	2 (2.8%)	2 (0.5%)

ท่านมีร้านประจำในการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมจากผักตบชวาของจังหวัดพะเยา

หรือไม่

ผลการศึกษาจำแนกตามรายได้ของผู้บริโภค พบว่ากลุ่มผู้บริโภคที่มี ระดับรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท / เดือน ส่วนใหญ่ไม่มีร้านประจำในการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมจากผักตบชวาของจังหวัดพะเยา คิดเป็นร้อยละ 89.3 มีร้านประจำ คิดเป็นร้อยละ 10.17 ระดับรายได้ 5,000-10,000 บาท / เดือน ส่วนใหญ่ไม่มีร้านประจำในการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมจากผักตบชวาของจังหวัดพะเยา คิดเป็นร้อยละ 91.8 มีร้านประจำ คิดเป็นร้อยละ 8.2 ระดับรายได้ 10,001-15,000 บาท / เดือน ทั้งหมดไม่มีร้านประจำในการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมจากผักตบชวาของจังหวัดพะเยา คิดเป็นร้อยละ 100.0 ระดับรายได้ 15,001-20,000 บาท / เดือน ส่วนใหญ่ไม่มีร้านประจำในการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมจากผักตบชวาของจังหวัดพะเยา คิดเป็นร้อยละ 92.2 มีร้านประจำ คิดเป็นร้อยละ 7.8 ระดับรายได้มากกว่า 20,000 บาทขึ้นไป / เดือน ส่วนใหญ่ไม่มีร้านประจำในการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมจากผักตบชวาของจังหวัดพะเยา คิดเป็นร้อยละ 95.8 มีร้านประจำ คิดเป็นร้อยละ 4.2 แสดงตามตารางที่ 4.24

ตารางที่ 4.24 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการมีร้านประจำในการเลือกซื้อสินค้า
 หัตถกรรมจากผักตบชวาของจังหวัดพะเยาหรือไม่ (n = 384)

ท่านมีร้านประจำ ในการเลือกซื้อ สินค้าหัตถกรรม หรือไม่	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000- 10,000 บาท	10,001- 15,000 บาท	15,001- 20,000 บาท	มากกว่า 20,000 บาท ขึ้นไป
มีร้านประจำ	12 (10.7%)	7 (8.2%)	0 (0.0%)	5 (7.8%)	3 (4.2%)
ไม่มีร้านประจำ	100 (89.3%)	78 (91.8%)	51 (100.0%)	59 (92.2%)	69 (95.8%)

ส่วนที่ 3 ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมจากผักตบชวา ของจังหวัดพะเยา

การศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมจากผักตบชวา ของ
 จังหวัดพะเยา ซึ่งปัจจัยทางการตลาดประกอบไปด้วย ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยทางด้านราคา
 ปัจจัยทางด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยทางด้านส่งเสริมการตลาด มีรายละเอียดดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมจากผักตบชวาของ
 จังหวัดพะเยา อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ความหลากหลายของรูปแบบสินค้า คุณภาพสินค้า และ
 ความสวยงาม ในระดับมาก ได้แก่ ประโยชน์ใช้สอย รูปแบบทันสมัย ขนาดของสินค้า ความ
 ประณีตของสินค้า ในระดับปานกลาง ได้แก่ ความคงทน และสีสันทัน ส่วนเรื่องตลาดขายมีผลอยู่ใน
 ระดับน้อย สรุปภาพรวมของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรม
 จากผักตบชวาของจังหวัดพะเยาอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมจากผักตบชวาของจังหวัด
 พะเยา อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ส่วนการกำหนดราคาสินค้าของพะเยาควร

ถูกกว่าแหล่งอื่นมีผลอยู่ในระดับปานกลาง สรุปภาพรวมของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมจากผักตบชวาของจังหวัดพะเยาอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมจากผักตบชวาของจังหวัดพะเยา อยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ผู้บริโภคเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผักตบชวาจากกลุ่มผู้ผลิตโดยตรง ส่วนผู้บริโภคเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผักตบชวาจากแหล่งท่องเที่ยวและจากการออกร้านในงานเทศกาลต่างๆ สรุปภาพรวมของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมจากผักตบชวาของจังหวัดพะเยาอยู่ในระดับปานกลาง

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมจากผักตบชวาของจังหวัดพะเยา อยู่ในระดับมาก ได้แก่ คนขายให้คำแนะนำเกี่ยวกับสินค้าได้ดีและเจ้าของร้านมีอัธยาศัยที่ดี ระดับปานกลาง ได้แก่ ร้านขายสินค้าหัตถกรรมมีการลดราคาสินค้า ร้านขายสินค้ามีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ส่วนการรู้จักเจ้าของร้านเป็นการส่วนตัวมีผลอยู่ในระดับน้อย สรุปภาพรวมของปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมจากผักตบชวาของจังหวัดพะเยาอยู่ในระดับปานกลาง แสดงตามตารางที่ 4.25

ตารางที่ 4.25 จำนวนและร้อยละของความคิดเห็น ค่าเฉลี่ย และการแปลผลของปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมจากผักตบชวาของจังหวัดพะเยา (n = 384)

ปัจจัยทางการตลาด	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย	การแปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์							
1. ความหลากหลายของรูปแบบสินค้า	247 (64.3%)	94 (24.5%)	41 (10.7%)	2 (0.5%)	0 (0.0%)	4.52	มากที่สุด
2. คุณภาพสินค้า	291 (75.8%)	88 (22.9%)	5 (1.3%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	4.74	มากที่สุด
3. ลวดลาย	0 (0.0%)	7 (1.8%)	175 (45.6%)	188 (49.0%)	14 (3.6%)	2.45	น้อย

ตารางที่ 4.25 (ต่อ)

ปัจจัยทางการตลาด	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย	การแปรผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
4. สีสีน	8 (2.1%)	52 (13.5%)	148 (38.5%)	114 (29.7%)	62 (16.1%)	2.55	ปานกลาง
5. รูปแบบทันสมัย	138 (35.9%)	104 (27.1%)	133 (34.6%)	9 (2.3%)	0 (0.0%)	3.96	มาก
6. ขนาดของสินค้า	73 (19.0%)	133 (34.6%)	161 (41.9%)	16 (4.2%)	1 (0.3%)	3.67	มาก
7. ประโยชน์ใช้สอย	163 (42.4%)	159 (41.4%)	56 (14.6%)	4 (1.0%)	2 (0.5%)	4.24	มาก
8. ความประณีตของ สินค้า	62 (16.1%)	159 (41.4%)	158 (41.1%)	3 (0.8%)	2 (0.5%)	3.71	มาก
9. ความคงทน	35 (9.1%)	95 (24.7%)	155 (40.4%)	97 (25.3%)	2 (0.5%)	3.16	ปานกลาง
10. ความสวยงาม	249 (64.8%)	104 (27.1%)	24 (6.3%)	5 (1.3%)	2 (0.5%)	4.54	มากที่สุด
รวม						3.75	มาก
ปัจจัยด้านราคา							
1. ราคาเหมาะสมกับ คุณภาพ	152 (39.5%)	129 (33.6%)	102 (26.6%)	1 (0.3%)	0 (0.0%)	4.12	มาก
2. การกำหนดราคา สินค้าของพะเยา ถูกกว่าแหล่งอื่น	21 (5.5%)	112 (29.2%)	196 (51.0%)	47 (12.2%)	8 (2.1%)	3.23	ปานกลาง
รวม						3.67	มาก
ช่องทางการจัดจำหน่าย							
1. ผู้บริโภคเลือก ซื้อผลิตภัณฑ์ ผักตบชวาจากกลุ่ม ผู้ผลิต โดยตรง	92 (24.0%)	57 (14.8%)	99 (25.8%)	48 (12.5%)	88 (22.9%)	3.04	ปานกลาง

ตารางที่ 4.25 (ต่อ)

ปัจจัยทางการตลาด	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย	การแปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
2. ผู้บริโภคเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผักตบชวาจากแหล่งท่องเที่ยว	27 (7.0%)	81 (21.1%)	122 (31.8%)	61 (15.9%)	93 (24.2%)	2.70	ปานกลาง
3. ผู้บริโภคเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผักตบชวาจากการออกร้านในงานเทศกาลต่างๆ	32 (8.3%)	63 (16.4%)	112 (29.2%)	46 (12.0%)	131 (34.1%)	2.52	ปานกลาง
รวม						2.75	ปานกลาง
การส่งเสริมการตลาด							
1. ร้านขายสินค้าหัตถกรรมมีการลดราคาสินค้า	55 (14.3%)	97 (25.3%)	190 (49.5%)	40 (10.4%)	2 (0.5%)	3.42	ปานกลาง
2. ร้านขายสินค้าที่ห่านซื้อสินค้ามีการโฆษณาประชาสัมพันธ์	32 (8.3%)	106 (27.6%)	189 (49.2%)	49 (12.8%)	8 (2.1%)	3.27	ปานกลาง
3. เจ้าของร้านมีอัธยาศัยที่ดี	111 (28.9%)	158 (41.1%)	108 (28.1%)	7 (1.8%)	0 (0.0%)	3.97	มาก
4. คนขายให้คำแนะนำเกี่ยวกับสินค้าได้ดี	118 (30.7%)	163 (42.4%)	90 (23.4%)	11 (2.9%)	2 (0.5%)	4.00	มาก
5. รู้จักเจ้าของร้านเป็นการส่วนตัว	39 (10.2%)	24 (6.3%)	58 (15.1%)	57 (14.8%)	206 (53.6%)	2.04	น้อย
รวม						3.34	ปานกลาง

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากผักตบชวาของจังหวัดพะเยา

ผลการศึกษาข้อเสนอแนะเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากผักตบชวา ของจังหวัดพะเยา ผลการศึกษาปรากฏดังนี้ ผู้บริโภคนเสนอแนะให้มีการปรับปรุงคุณภาพสินค้าในเรื่องของการขึ้นราของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากผักตบชวามากที่สุด รองลงมา คือ เสนอให้กลุ่มผู้ผลิตฯ ควรจะมีการพัฒนารูปแบบสินค้าใหม่ๆ ให้มากขึ้นกว่าเดิม มีการเพิ่มชนิดของสินค้าจากวัตถุดิบผักตบชวาให้มากขึ้นกว่าเดิม เช่น กระดาษ กระถางต้นไม้ เป็นต้น เสนอให้มีการปรับปรุงในเรื่องคุณภาพสินค้าในเรื่องของความคงทนของสินค้า โดยการนำวัตถุดิบอื่นๆ มาเป็นองค์ประกอบร่วมในการผลิตสินค้าหัตถกรรมจากผักตบชวา กลุ่มผู้ผลิตฯ ควรมีการพัฒนาสินค้าหัตถกรรมจากผักตบชวาของกลุ่มฯ ให้มีเอกลักษณ์ไม่ซ้ำลอกเลียนแบบมาจากกลุ่มอื่นๆ และเสนอให้หน่วยงานต่างๆ ของรัฐควรช่วยสนับสนุนและส่งเสริมทางด้านการตลาดให้กับกลุ่มผู้ผลิตงานหัตถกรรมจากผักตบชวาของจังหวัดพะเยามากกว่านี้ ตามลำดับ