

บทที่ 4

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยเรื่อง ความเกี่ยวพันของสถานการณ์ และระดับการแสวงหาข้อมูลการซื้อของขวัญ นี้ ผู้วิจัยได้ทำการรายงานผลการวิจัยโดยแบ่งผลการวิจัยออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

- ส่วนที่ 1. ผลการวิจัยโดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก เพื่อศึกษาข้อมูลทางด้านพฤติกรรมการให้ของขวัญของคนไทย
- ส่วนที่ 2. ผลการวิจัยโดยการสัมภาษณ์แบบสนทนากลุ่ม มีข้อมูลแบ่งเป็น 3 ประเภท ดังนี้
1. ข้อมูลทางด้านความเกี่ยวพันของสถานการณ์ในการเลือกซื้อสินค้า
 2. ข้อมูลทางด้านการแสวงหาข้อมูลในการเลือกซื้อสินค้า
 3. ข้อมูลทางด้านปัจจัยในการเลือกซื้อสินค้า

โดยผลการวิจัยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิจัยโดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก

ข้อมูลทางด้านพฤติกรรมการให้ของขวัญของคนไทย

สำหรับข้อมูลทางด้านพฤติกรรมการให้ของขวัญของคนไทย เป็นการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก กับนักวิชาการที่มีความรู้ทางด้านประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และประเพณีไทย ซึ่งผลการวิจัยสามารถแบ่งแยกประเด็นต่างๆ ออกเป็น 5 ประเด็น ดังนี้

1. ความหมายและหน้าที่ของของขวัญ
2. โอกาสและวันสำคัญของไทยที่นิยมให้ของขวัญ
3. ของขวัญที่เหมาะสมและไม่เหมาะสมสำหรับให้เป็นของขวัญ
4. การเลือกซื้อและการให้ของขวัญกับคนที่อาวุโสกว่า คนรุ่นเดียวกัน และคนที่เด็กกว่า
5. ความสำคัญและความจำเป็นในการให้ของขวัญสำหรับคนไทย

โดยจะมีการแสดงผลของการวิจัยในรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ความหมายและหน้าที่ของของขวัญ

การให้ของขวัญและการอวยพรซึ่งกันและกันในโอกาสต่างๆ เป็นสิ่งที่ทุกคนเคยได้กระทำ และการให้ของขวัญยังเป็นส่วนหนึ่งที่ยังคงอยู่คู่สังคมไทย เช่นเดียวกับพฤติกรรมอื่นๆ ดังนั้นความหมายและหน้าที่ของของขวัญสำหรับคนไทย จึงมีความสำคัญเพื่ออธิบายพฤติกรรมของการให้ของขวัญของคนไทย ว่ามีความหมายว่าอย่างไร จากการสัมภาษณ์กับนักวิชาการทั้งหมด พบว่า คำจำกัดความของคำว่าของขวัญ คือ สิ่งของที่ให้จากคนหนึ่งสู่คนหนึ่ง เพื่อแสดงให้เห็นถึงความรู้สึกและเจตนาที่ดีต่อกัน ซึ่งสามารถมอบให้ในวาระโอกาสอันดีงาม เช่น วันเกิด วันขึ้นปีใหม่ วันขึ้นบ้านใหม่ และวันแต่งงาน เป็นต้น

นอกจากความหมายของของขวัญที่พบมา หน้าที่ของของขวัญเป็นส่วนหนึ่งที่สามารถอธิบายได้ว่าของขวัญสำหรับคนไทย ทำหน้าที่อะไรบ้าง โดยนักวิชาการให้ความเห็นว่าของขวัญมีหน้าที่หลักอยู่ 2 ประการ ดังนี้

1. ของขวัญมีหน้าที่สื่อสารความรู้สึกจากผู้ให้สู่ผู้รับ คือ การให้ของขวัญเกิดขึ้นเมื่อผู้ให้ต้องการจะแสดงความยินดีกับผู้รับในโอกาสใดๆก็ตาม นักวิชาการบางส่วนได้ตั้งข้อสังเกตว่า ในการให้ของขวัญแก่ใครก็ตาม ส่วนใหญ่มักจะเป็นคนที่เรามีทัศนคติที่ดี หรือเป็นคนที่เราพึงพอใจ
2. ของขวัญมีหน้าที่บ่งบอกถึงการรักษาคุณค่า บทบาท ค่านิยม ความดีงามของสังคมนั้น ซึ่งทำให้สังคมมีระเบียบ เช่น การให้ของขวัญเพื่อแสดงความกตัญญูของลูกที่มีต่อพ่อแม่

นอกจากหน้าที่หลัก 2 ประการข้างต้นแล้ว นักวิชาการบางท่านให้ความเห็นอีกว่า การให้ของขวัญมีการแอบแฝงความคาดหวังหรือเจตนาบางอย่างไว้ด้วย เช่น การให้ของขวัญเมื่อมีคนเก็บของมาคืน เพื่อตอบแทนความซื่อสัตย์ ส่งเสริมให้คนปฏิบัติตัวดี หรือในทางตรงกันข้าม การให้ของขวัญเพื่อติดสินบนเจ้าพนักงาน เป็นต้น

2. โอกาสและวันสำคัญของไทย ที่นิยมให้ของขวัญ

ในการให้ของขวัญของคนไทย โอกาสและวันสำคัญของไทย ที่นิยมให้ของขวัญ มีส่วนสำคัญมากในการเลือกซื้อของขวัญ เนื่องจากการให้ของขวัญ มักให้ในวันที่พิเศษ หรือวาระสำคัญ

ของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง จากการสัมภาษณ์กับนักวิชาการทั้งหมดพบว่า นักวิชาการส่วนใหญ่ให้ความเห็นด้วยว่า โอกาสและวันสำคัญของไทย ที่นิยมให้ของขวัญ สามารถแบ่งออกเป็น 3 ลักษณะ คือ

1. วันที่มีความแน่นอนทางปฏิทิน หมายถึง วันสำคัญต่างๆที่มีเป็นประจำทุกปี เช่น วันขึ้นปีใหม่ วันแห่งความรัก วันคริสมาส เป็นต้น
2. วันที่ขึ้นอยู่กับความสำคัญของแต่ละบุคคล เช่น วันเกิด เป็นต้น
3. วันที่ขึ้นอยู่กับสถานการณ์ หมายถึง โอกาสสำคัญๆซึ่งไม่ได้มีอยู่เป็นประจำ อาจเกิดขึ้นไม่กัครั้งในชีวิต เช่น วันขึ้นบ้านใหม่ วันรับปริญญา วันแต่งงาน เป็นต้น

นอกจากนี้ นักวิชาการบางท่านให้ความเห็นว่า การให้ของขวัญขึ้นอยู่กับความพอใจของแต่ละบุคคลที่ให้ความสำคัญกับวันเหล่านั้นมากน้อยเพียงใด หมายความว่า เมื่อถึงโอกาสและวันสำคัญๆ บุคคลไม่จำเป็นต้องให้ของขวัญกันเสมอ อาจเป็นวันสำคัญจริงๆเท่านั้น ที่บุคคลพึงจะมอบของขวัญให้

3. ของขวัญที่เหมาะสมและไม่เหมาะสมสำหรับให้เป็นของขวัญ

ในการเลือกซื้อของขวัญ สามารถพิจารณาจากโอกาสและวันสำคัญ หรือพิจารณาจากผู้รับว่า สินค้าที่เหมาะสมสำหรับซื้อเป็นของขวัญนั้น ควรเป็นสินค้าประเภทใด ทั้งนี้ สินค้าที่เหมาะสมสำหรับเป็นของขวัญ ควรทำหน้าที่ของของขวัญได้อย่างถูกต้อง จากการสัมภาษณ์นักวิชาการพบว่า สิ่งของที่เหมาะสมสำหรับเป็นของขวัญ สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ลักษณะ คือ

1. สิ่งที่ถูกกาลเทศะ หมายถึง สิ่งที่เหมาะสมสำหรับการให้ในวาระโอกาสที่เหมาะสม และสถานที่ที่เหมาะสม นักวิชาการบางท่านเห็นว่า ต้องเป็นสิ่งที่เหมาะสมสำหรับผู้ให้อีกด้วย คือ สิ่งที่เหมาะสมตามเพศ และอายุของผู้รับ
2. สิ่งที่สามารถสื่อความรู้สึกที่ดีต่อคนรับได้ง่าย คือ สิ่งของอะไรก็ตามที่ผู้รับสามารถรับรู้ได้ทันทีถึงความปรารถนาดีจากผู้ให้ เช่น การให้ดอกไม้ ผู้รับสามารถเข้าใจถึงความยินดีของผู้ให้ได้ทันที
3. สิ่งที่มีความคงทนถาวรสูง หมายถึง สิ่งของอะไรก็ตามที่ให้ไปแล้วสามารถเก็บรักษาได้นาน เพื่อให้ผู้รับสามารถระลึกถึงผู้ให้อยู่เสมอ

นอกจากนี้ นักวิชาการบางท่านมีความเห็นว่า การให้ของฝากหรือของที่ระลึกนั้น ก็ถือว่าเป็นของขวัญได้เช่นเดียวกัน เพราะสิ่งเล็กๆน้อยๆที่ผู้ให้ซื้อมาฝากผู้รับ สามารถสื่อให้เห็นว่าผู้ให้ยังนึกถึงผู้รับอยู่

เมื่อเลือกซื้อของขวัญที่เหมาะสมแล้ว ผู้บริโภคสามารถหลีกเลี่ยงการซื้อสินค้าที่ไม่เหมาะสมได้ เนื่องจากการซื้อสินค้าที่ไม่เหมาะสม สามารถทำให้ผู้รับเข้าใจผิด และทำให้ของขวัญทำหน้าที่ไม่ถูกต้องอีกด้วย จากการสัมภาษณ์กับนักวิชาการทั้งหมดพบว่า สิ่งของที่ไม่เหมาะสมสำหรับให้เป็นของขวัญ สามารถแบ่งออกเป็น 4 ลักษณะ คือ

1. สิ่งที่เป็นอับมงคล หมายถึง สิ่งของที่บ่งบอกความไม่ดี หรือสิ่งอะไรก็ตามที่คนส่วนใหญ่ถือว่าเป็นสิ่งที่เลวร้าย เช่น การให้สิ่งของที่มีสีดำ ไม่นิยมให้กัน เพราะคนส่วนใหญ่ถือว่าเป็นสีที่ไม่เป็นมงคล ไม่มีความสดใส และเป็นสีที่ใช้แต่ในงานโศกเศร้าทั้งนั้น เช่น งานศพ เป็นต้น
2. สิ่งของลามกอนาจาร หมายถึง สิ่งของอะไรก็ตามที่เป็นของลามก ส่อถึงการแสดงออกทางเพศอย่างโจ่งแจ้ง เช่น การให้ถุงยางอนามัย หรือยาคุมกำเนิด เป็นต้น สิ่งเหล่านี้สามารถสร้างความระคายเคืองต่อความรู้สึกของผู้รับได้
3. สิ่งที่เกี่ยวข้องกับเรื่องของเพศ (Sexual life) หมายถึง สิ่งของที่ค่อนข้างละเอียดอ่อนที่จะมอบให้ใครสักคน เช่น ชุดชั้นใน ชุดนอน เป็นต้น นักวิชาการเห็นว่า สิ่งเหล่านี้ให้กันเฉพาะเจาะจง อาจจะเป็นสามีหรือภรรยาให้กัน
4. ยารักษาโรค เพราะยาไม่ถือว่าเป็นของขวัญที่พึงจะมอบให้ แม้ว่าผู้ให้จะมีความปรารถนาดีต่อผู้รับก็ตาม

นอกจากนี้ นักวิชาการยังให้ความเห็นว่า ในการเลือกซื้อสิ่งของเพื่อเป็นของขวัญแต่ละครั้ง มักมีความพิถีพิถันในการเลือกไม่เท่ากัน ขึ้นอยู่กับว่าของขวัญชิ้นนั้นๆซื้อมาเพื่อใคร ในวาระโอกาสใด แม้กระทั่งในการซื้อของขวัญให้ตนเองก็มีความพิถีพิถันในการเลือกซื้อที่แตกต่างกัน ทั้งนี้ประโยชน์จากการพิถีพิถันในการเลือกของขวัญ คือ เพื่อลดความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้น ส่วนใหญ่เป็นความเสี่ยงทางด้านสังคม ทางด้านการเงิน และการทำงาน เป็นต้น และเพื่อให้ได้ของขวัญที่มีความหมายตรงกับความรู้สึกที่สื่อออกไป

4. การเลือกซื้อและการให้ของขวัญกับคนที่อาวุโสกว่า ,คนรุ่นเดียวกัน และคนที่เด็กกว่า

ในการเลือกซื้อสินค้าเพื่อเป็นของขวัญ นอกจากพิจารณาจากโอกาสวันสำคัญ และความเหมาะสมไม่เหมาะสมแล้ว ต้องพิจารณาถึงบุคคลที่จะมอบให้อีกด้วย โดยปกติ บุคคลที่จะมอบให้ หรือผู้รับ สามารถแบ่งได้หลายกรณี แต่ผู้ให้ส่วนใหญ่พิจารณาจากอายุเป็นสำคัญ ดูความเหมาะสมทางวัยวุฒิ โดยพิจารณาจากบุคคลที่มีอายุอ่อนเยาว์กว่า ได้แก่ ลูก, หลาน, น้องชาย จากบุคคลที่มีอายุเท่าเทียมกัน ได้แก่ เพื่อน และจากบุคคลที่มีอายุมากกว่า ได้แก่ พ่อแม่ คุณครู หัวหน้า ปู่ย่าตายาย ฯลฯ ดังนั้นการเลือกซื้อของขวัญจึงมีความแตกต่างกันไป จากการสัมภาษณ์ นักวิชาการส่วนใหญ่พบว่า การเลือกซื้อของขวัญให้แก่คนที่อาวุโสมากกว่า สามารถแบ่งออกเป็น 3 ลักษณะ ดังนี้

1. ของขวัญที่มีราคาพอสมควร คือ สิ่งของที่ซื้อมาเพื่อมอบเป็นของขวัญให้แก่คนที่แก่กว่า ไม่สามารถที่จะซื้อสิ่งของถูกๆมาให้ได้ ควรจะเป็นสิ่งของที่ดูมีราคา
2. ของขวัญที่ใช้งานง่าย คือ สิ่งของที่ซื้อมาสามารถใช้งานง่าย วิธีใช้ไม่ซับซ้อน
3. ของขวัญที่แสดงถึงความห่วงใย และเคารพนับถือ เช่น กระเช้าผลไม้ ผ้าพันคอ หรือพวงมาลัย เป็นต้น

ในส่วนของการเลือกซื้อของขวัญให้กับคนรุ่นเดียวกัน นักวิชาการทั้งหมดเห็นว่า การเลือกซื้อของขวัญให้กับเพื่อนๆสามารถตัดสินใจซื้อได้ง่ายกว่าการเลือกซื้อให้ผู้ที่อาวุโสกว่า สามารถที่จะเลือกซื้ออะไรก็ได้ตามความต้องการที่อยากจะซื้อให้ หรือจากการสังเกตว่า เพื่อนๆชอบอะไร แล้วถึงตัดสินใจซื้อ โดยส่วนใหญ่ มีเงินเท่าไรก็ซื้อเท่านั้น

ทั้งนี้นักวิชาการบางท่าน เห็นว่า การให้ของขวัญแก่เพื่อนๆนั้น ไม่มีความจำเป็นที่จะต้องทำเป็นพิธีอย่างเป็นทางการ เพราะจะดูเป็นการเอาหน้า แต่สามารถที่จะให้ของขวัญเป็นทางการได้ ถ้าให้กับผู้ที่อาวุโสกว่า ในส่วนการเลือกซื้อของขวัญให้ผู้ที่เด็กกว่า สามารถทำได้ยากกว่าการเลือกซื้อของขวัญให้กับคนที่อายุเท่ากัน นักวิชาการส่วนใหญ่เห็นว่า การเลือกซื้อของขวัญให้คนที่เด็กกว่า สามารถแบ่งออกเป็น ลักษณะ 3 ดังนี้

1. ของขวัญที่มีราคาไม่แพงนัก คือ สิ่งของต่างๆที่มีราคาพอเหมาะสำหรับวัยนั้น เพราะถ้าให้ของขวัญที่มีราคาแพงบ่อยๆ อาจจะเคยตัวได้
2. ของขวัญที่มีการกำกับอายุของเด็ก คือ เป็นสินค้าที่มีการกำหนดอายุของผู้เล่นด้วยว่าสามารถที่จะไม่ก่อให้เกิดอันตรายแก่เด็กนั้นๆ
3. ของขวัญที่สร้างสรรค์ภูมิปัญญา คือ สิ่งของที่สามารถสร้างเสริมทักษะที่ดีให้แก่เด็กได้

นอกจากนี้ นักวิชาการบางท่านให้ความเห็นว่า การเลือกซื้อของขวัญให้แก่คนที่เด็กกว่า คือ การให้เด็กได้เลือกด้วยตนเอง จะทำให้เด็กได้ของขวัญที่ถูกใจที่สุด ตรงความต้องการของเด็ก และสามารถควบคุมงบประมาณของของขวัญได้ด้วย

5. ความสำคัญและความจำเป็นในการให้ของขวัญสำหรับคนไทย

ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน คนไทยเชื่อมความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน ให้แน่นแฟ้นขึ้น ด้วยการมอบสิ่งที่ดีให้แก่กัน ดังนั้นความสำคัญและความจำเป็นในการให้ของขวัญของคนไทย ควรจะมีอยู่ต่อไป จากการสัมภาษณ์นักวิชาการทั้งหมด พบว่า ความสำคัญและความจำเป็นของการให้ของขวัญสามารถแบ่งออกเป็น 4 ลักษณะ ดังนี้

1. เพื่อรักษาคุณค่า ค่านิยม ความดีของสังคมไทย
2. เพื่อแสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในสังคม ในวาระโอกาสต่างๆ
3. เพื่อเพื่อแสดงถึงฐานะในระดับชั้นของสังคม ฐานะของสถานภาพ และบทบาทหน้าที่ของคนในสังคมนั้นๆ
4. เพื่อเป็นการตอบแทนบุญคุณของผู้มีพระคุณ

นอกจากความสำคัญที่กล่าวมาข้างต้น นักวิชาการบางท่านให้ความเห็นว่า การให้ของขวัญก็น่าจะมีไว้เพื่อแสดงความรู้สึกนึกคิดของผู้ให้ที่มีต่อผู้รับในวาระโอกาสสำคัญๆต่างๆ เนื่องจากการให้ของขวัญได้ถูกปลูกฝังในวัฒนธรรมมาอย่างช้านาน ทำให้การกระทำสิ่งนี้ จะไม่สูญหายไปจากสังคม ตราบใดที่มนุษย์ยังคงมีความสัมพันธ์ต่อกัน

ส่วนที่ 2 ผลการวิจัยโดยการสัมภาษณ์แบบสนทนากลุ่ม

1. ข้อมูลทางด้านความเกี่ยวพันของสถานการณ์ในการเลือกซื้อสินค้า

ในส่วนของข้อมูลทางด้านความเกี่ยวพันของสถานการณ์ในการเลือกซื้อสินค้า ถือเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่มีบทบาทต่อการศึกษาคชกรรมผู้บริโภคเป็นอย่างมาก เพื่อใช้วัดความสำคัญของการเลือกซื้อสินค้าประเภทต่างๆว่า มีความสำคัญมากน้อยเพียงไร ผู้บริโภคสนใจสินค้าเพื่อใช้เองหรือเพื่อเป็นของขวัญ ผู้บริโภคถูกกระตุ้นความสนใจต่อสินค้านั้นๆไปในทิศทางเช่นไร ดังนั้นผลการวิจัยในด้านความเกี่ยวพันทางสถานการณ์ที่เกิดขึ้นจากการวิจัยครั้งนี้จึงสามารถรายงานออกได้เป็นส่วนต่างๆดังนี้

- 1.1 ความสนใจต่อสินค้า
- 1.2 ความสำคัญของสินค้า
- 1.3 ความเสี่ยงของการเลือกซื้อสินค้า

โดยมีรายละเอียดของผลการวิจัยดังนี้

1.1 ความสนใจต่อสินค้า

สำหรับด้านความสนใจต่อสินค้าเป็นเรื่องที่ค้นพบ สามารถอธิบายเกี่ยวกับความสนใจของผู้บริโภคต่อสินค้าประเภทต่างๆว่า ความสนใจของผู้บริโภคนั้นมีความต่อเนื่องมากน้อยเพียงไรหรือเป็นเพียงความสนใจแค่ชั่วคราวครั้งชั่วคราวเท่านั้น ซึ่งสินค้าที่กำหนดทั้ง 3 ประเภทสามารถนำมาอธิบายในสถานการณ์ที่ผู้บริโภคให้ความสนใจ ในการเลือกซื้อสินค้าเพื่อใช้เอง และในการเลือกซื้อสินค้าเพื่อเป็นของขวัญในวาระโอกาสต่างๆ โดยรายละเอียดมีดังนี้

● ความสนใจต่อสินค้าประเภทขนม

- ในการเลือกซื้อสินค้าเพื่อนำมาใช้เอง

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับจากกลุ่มผู้บริโภค พบว่า ส่วนใหญ่ให้ความสนใจต่อเนื้อง โดยจะซื้อจากร้านขายขนมปังหรือเบเกอรี่ที่มีชื่อเสียง ซึ่งส่วนใหญ่ให้ความสนใจในการเลือกซื้อสินค้าประเภทนี้เป็นมาก เนื่องจาก ส่วนใหญ่มีนิสัยชอบรับประทานขนมเป็นประจำ ดังนั้นส่วนใหญ่หาร้านขนมใหม่อยู่เสมอ เพื่อลองชิมรสชาติใหม่ๆ แต่ไม่เคยลืมร้านเบเกอรี่ที่คุ้นเคยและ

มีรสชาติอร่อย อีกทั้งแนะนำให้กับคนที่สนใจหรือชอบสินค้าประเภทนี้ด้วย ดังที่มีผู้บริโภค
รายหนึ่งพูดว่า

“ถ้าวันไหนไม่ได้ทานขนมเค้กกับกาแฟ วันนั้นเหมือนจะมีอะไรขาดหายไปเลย ไม่ว่าจะยังไงก็
ต้องกินสักมื้อ ช่วงที่ว่างๆ ก็ดี แต่ส่วนมากจะไม่ค่อยว่างเท่าไร หรือไม่ก็หลังเลิกงาน ตอนก่อนกลับ
บ้านนะ”

ในบางส่วน พบว่า ไม่สนใจสินค้านี้ต่อเนื่อง เพราะไม่ต้องการจะรับประทานเอง เช่น กลัว
อ้วน หรือควบคุมน้ำหนัก เป็นต้น เนื่องจากสินค้าประเภทนี้ให้พลังงานที่สูง ซึ่งมีส่วนผสมจาก แป้ง
และน้ำตาลเป็นหลัก และในบางครั้งความสนใจในการเลือกซื้อเพื่อรับประทานเองนั้น ขึ้นอยู่กับ
เวลาและโอกาสในการเดินทางไปรับประทานด้วย โดยจะเลือกซื้อสินค้านี้ ในช่วงที่มีเวลาว่างจาก
การทำงาน หรือเรียน เป็นต้น

- ในการเลือกซื้อสินค้าเพื่อเป็นของขวัญ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับจากกลุ่มผู้บริโภค พบว่า ส่วนใหญ่ให้ความสนใจชั่วคราว
ในแต่ละครั้งเมื่อถึงโอกาสสำคัญต่างๆ ผู้บริโภคมักนิยมให้ของขวัญประเภทต่างๆ ซึ่งบางครั้งก็
ผู้บริโภคเลือกซื้อขนมเค้กให้ ดังนั้นผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสนใจเพียงบางครั้งมากกว่า
นอกจากนี้ ถ้าผู้บริโภคไม่ได้เตรียมการให้ของขวัญมา การซื้อขนมเค้กให้จึงเป็นวิธีการที่สะดวก
และเหมาะสมที่สุดในการแสดงความยินดีในกรณีฉุกเฉิน

● ความสนใจต่อสินค้าประเภทเสื้อผ้าและเครื่องประดับ

- ในการเลือกซื้อสินค้าเพื่อนำมาใช้เอง

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับจากกลุ่มผู้บริโภค พบว่า ส่วนใหญ่มีความสนใจในการ
เลือกซื้อต่อเนื่อง โดยให้ความสนใจในการเลือกดู เลือกซื้อ ตามร้านค้าและสถานที่ต่างๆ เช่น
สยามสแควร์ หรือตามห้างสรรพสินค้าทั่วไป นอกจากนี้ ผู้บริโภคส่วนใหญ่ที่ให้ความสนใจอย่าง
ต่อเนื่อง เป็นคนชอบอ่านนิตยสารแฟชั่นผู้หญิงเป็นประจำ ซึ่งเลือกซื้อเสื้อผ้าที่มีความใกล้เคียงกับ
เสื้อผ้าในนิตยสาร เพื่อสวมใส่ตามแฟชั่น พบว่า ผู้บริโภคหญิงส่วนใหญ่จะให้ความสนใจกับการ
แต่งตัวมากเท่าที่ควร เพื่อให้เป็นไปตามสมัยนิยม

ในบางส่วน ให้ความสนใจชั่วคราว เนื่องจากไม่มีความจำเป็นในการเลือกซื้อ ในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแต่ละครั้ง จะเลือกซื้อเสื้อผ้าที่ใส่ได้นานๆ ซึ่งบางที่ไม่มีเวลาเลือกซื้อเท่าไร ดังนั้นเมื่อมีเวลาว่างจึงไปเดินดู ถ้าถูกใจก็จะซื้อในทันที อาจจะมีนานๆซื้อที ประมาณ 3-4 เดือนต่อครั้ง

- ในการเลือกซื้อสินค้าเพื่อเป็นของขวัญ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับจากกลุ่มผู้บริโภค พบว่า ส่วนใหญ่ให้ความสนใจชั่วคราวกับการเลือกซื้อเสื้อผ้าและเครื่องประดับเพื่อเป็นของขวัญวันขึ้นปีใหม่ กล่าวคือ ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะดูลักษณะการแต่งตัวของบุคคลที่อยากจะให้ ดังนั้นจึงไม่ได้สนใจที่จะเลือกซื้อเสื้อผ้าและเครื่องประดับเป็นประจำ ส่วนใหญ่จะสนใจเฉพาะเวลาที่ซื้อมาใช้เองมากกว่า ดังผู้บริโภคคนหนึ่งเห็นว่า

“ไม่เหมือนกัน เราจะให้ความสนใจเวลาซื้อใส่เองมากกว่าอยู่แล้ว เพราะเวลาซื้อเสื้อผ้าให้คนอื่น ไม่ค่อยที่จะสนใจแบบ...ตลอดเวลานะ ถ้าเกิดเป็นแฟนเรา ก็ไม่แน่ใจนะ อาจจะอยากให้เค้าหล่อก็ได้ แต่คงซื้อเพราะอยากให้มากกว่า”

นอกจากนี้ มีข้อจำกัดด้านเวลา เนื่องจากต้องทำงาน และเรียนหนังสือ เมื่อมีเวลาว่าง จะเดินซื้อเสื้อผ้า และส่วนใหญ่ในการซื้อเสื้อผ้าและเครื่องประดับให้ผู้อื่น มักจะขึ้นอยู่กับโอกาสที่ต่างกัน เช่น โอกาสวันเกิด วันขึ้นปีใหม่ จะเลือกซื้อเสื้อผ้าให้คนที่สำคัญ เช่น พ่อแม่ เป็นต้น สำหรับเพื่อนสนิทหรือคนรักจะซื้อเครื่องประดับที่ดูดีให้

● ความสนใจต่อสินค้าประเภทของกระจุกกระจิก

- ในการเลือกซื้อสินค้าเพื่อนำมาใช้เอง

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับจากกลุ่มผู้บริโภค พบว่า ส่วนใหญ่ให้ความสนใจสินค้าประเภทของกระจุกกระจิกมาก เพราะว่าของที่ใช้ในชีวิตประจำวันส่วนใหญ่จะเป็นสินค้าประเภทนี้ เช่น เครื่องเขียน และของใช้งานทั่วไป โดยดูจากร้านกิฟท์ชอปว่า มีอะไรที่ดูน่ารัก เป็นความสนใจอย่างต่อเนื่องของผู้บริโภคส่วนใหญ่ โดยผู้บริโภคจะเลือกซื้อและสะสมของกิฟท์ชอปให้เป็นชุดๆ ด้วย ในบางส่วน พบว่า สนใจชั่วคราว เนื่องจากของกระจุกกระจิกนั้นเป็นของที่ซื้อเฉพาะเวลาที่ต้องการเท่านั้น เมื่ออยากได้แล้วจึงจะไปซื้อที่ร้านกิฟท์ชอปเลย นอกจากนี้ ยังมีข้อจำกัดด้านเวลาที่มีเวลาไปซื้อสินค้าประเภทนี้กับเพื่อนๆ ทุกสัปดาห์ ดังผู้บริโภคคนหนึ่งกล่าวว่า

“รู้สึกว่าการช้อปปิ้งไม่ใช่สิ่งของจำเป็นในชีวิตประจำวัน ที่ต้องซื้อตลอดเวลาหรือของใช้ประจำ ถ้าเกิดเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่งที่ยากได้ ถึงจะซื้อ เพราะว่าช้อปปิ้งหรือของคิซู มันใช้ประโยชน์ได้น้อย ได้แต่ความน่ารัก”

- ในการเลือกซื้อสินค้าเพื่อเป็นของขวัญ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับจากกลุ่มผู้บริโภค พบว่า ส่วนใหญ่ให้ความสนใจกับการเลือกซื้อสินค้าชั่วคราวเท่านั้น เพราะว่าเมื่อถึงโอกาสที่ที่สามารถให้ของขวัญ จึงไปเดินดูสินค้าประเภทนี้เฉพาะตอนที่ซื้อเพื่อเป็นของขวัญเท่านั้น เวลาเลือกซื้อสินค้า ส่วนใหญ่ตั้งราคาในการเลือกซื้อไว้ก่อนว่าประมาณเท่าไร แล้วนึกถึงสินค้า 2-3 ประเภทที่ต้องการเลือกซื้อ และค่อยไปหาในร้านช้อปปิ้ง แต่ถ้ามีสินค้าประเภทอื่นที่ดูใจมากกว่าที่นึกไว้ ก็เปลี่ยนใจขณะนั้นทันที เพราะมีอะไรหลายๆอย่างให้เลือก โดยปกติแล้ว ไม่ได้ให้ความสนใจในการเลือกซื้ออย่างต่อเนื่อง เพราะถึงเทศกาลแต่ละครั้ง ค่อยไปเลือกซื้อ ซึ่งไม่ได้สนใจก่อนล่วงหน้าเท่าไร เพราะว่าในร้านช้อปปิ้งสามารถหาของขวัญได้ทันทีเลย ในบางส่วน พบว่า ให้ความสนใจต่อของกระจุกกระจิกอย่างต่อเนื่องในการเลือกซื้อ เพราะเป็นคนชอบซื้อของกระจุกกระจิกเป็นประจำ จึงรู้ว่าควรซื้ออะไรให้ของขวัญ โดยเลือกจากความเหมาะสมและโอกาส

1.2 ความสำคัญของสินค้า

สำหรับด้านความสำคัญของสินค้า เป็นเรื่องที่ค้นพบเกี่ยวกับการให้ความสำคัญต่อการเลือกซื้อสินค้าประเภทต่างๆว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากน้อยเพียงไร ซึ่งสินค้า 3 ประเภทที่กำหนดไว้สามารถอธิบายข้อมูลทางด้านความสำคัญของสินค้า ในสถานการณ์ที่เลือกซื้อสินค้าเพื่อใช้เอง และในสถานการณ์ที่เลือกซื้อสินค้าเพื่อเป็นของขวัญในวาระโอกาสต่างๆ โดยรายละเอียดมีดังนี้

● ความสำคัญของสินค้าประเภทขนม

- ในการเลือกซื้อสินค้าเพื่อนำมาใช้เอง

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับจากกลุ่มผู้บริโภค พบว่า ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญเพียงระดับหนึ่งเท่านั้น เพราะการรับประทานขนมมีจุดประสงค์เพื่อความอร่อยเพียงอย่างเดียว หากซื้อมานานแล้วไม่อร่อยถูกใจ ก็จะไม่ซื้ออีก แต่หากขนมที่ซื้อมาถูกใจก็จะซื้อไปเรื่อยๆ โดยปกติ ส่วนใหญ่จะทดลองชิมจากหลายแห่ง และบอกต่อกันว่า ร้านใดที่ขนมอร่อยควรไปลองชิม นอกจากความอร่อยจะสำคัญแล้ว บางส่วน พบว่า ความเหมาะสมของราคามีความสำคัญเช่นกัน

- ในการเลือกซื้อสินค้าเพื่อเป็นของขวัญ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับจากกลุ่มผู้บริโภค พบว่า ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในการเลือกซื้อขนมมากกว่าการซื้อรับประทานเอง เพราะส่วนใหญ่มองว่า การเลือกซื้อของขวัญวันเกิดให้ใครสักคน ควรให้ความสำคัญและพิถีพิถันมากกว่าการซื้อเพื่อรับประทานเอง การตกแต่งต้องดูสวยงามน่ารับประทาน เพราะแสดงถึงความประทับใจแรกที่ได้รับรู้สึกได้เมื่อรับ ส่วนในการเลือกซื้อนั้นต้องเลือกร้านที่น่าเชื่อถือ และมั่นใจว่าขนมต้องมีรสชาติดีแน่นอน เพราะความพิถีพิถันในการเลือก แสดงถึงความใส่ใจและความตั้งใจของผู้ซื้อ ซึ่งหากซื้อขนมรับประทานเองแล้ว ถ้ารสชาติไม่อร่อยก็ไม่ใช่ปัญหา ต่างจากการซื้อขนมเพื่อเป็นของขวัญ หากไม่อร่อย ผู้รับสามารถมองได้ว่าผู้ซื้อไม่ได้ตั้งใจซื้อ

● ความสำคัญของสินค้าประเภทเสื้อผ้าและเครื่องประดับ

- ในการเลือกซื้อสินค้าเพื่อนำมาใช้เอง

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับจากกลุ่มผู้บริโภค พบว่า ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในการเลือกซื้อสินค้าประเภทนี้มาก เนื่องจากต้องการเสื้อผ้าและเครื่องประดับที่ใส่แล้วดูดีตลอดเวลา ดังนั้นการออกแบบของเสื้อผ้ามีส่วนสำคัญในการเลือกซื้อ ถ้าซื้อไปแล้วดูไม่ดีก็ไม่อยากซื้อ และส่วนใหญ่เลือกตามรูปแบบความเหมาะสมของตัวเอง ถ้าซื้อต้องเป็นรูปแบบที่ชอบเท่านั้น และต้องเหมาะสมกับบุคลิกภาพของตนเองด้วย สามารถสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ใส่ได้ ชุดที่ซื้อสามารถนำไปใช้ได้ในชีวิตประจำวันได้ เช่น ไปเรียนพิเศษ ไปช้อปปิ้ง ไปพบลูกค้า หรือเข้าร่วมการประชุม เป็นต้น

- ในการเลือกซื้อสินค้าเพื่อเป็นของขวัญ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับจากกลุ่มผู้บริโภค พบว่า ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญเวลาเลือกซื้อของขวัญมากกว่าการเลือกซื้อเพื่อนำมาใช้เอง เพราะในการให้ของขวัญแก่ผู้อื่นจะคำนึงถึงว่า ผู้รับจะสามารถนำของขวัญไปใช้หรือไม่ และผู้รับจะรู้สึกถูกใจเสื้อผ้าและเครื่องประดับที่ซื้อให้หรือไม่ ต่างกับการเลือกซื้อมาใช้เอง ที่สามารถเลือกสิ่งที่ถูกใจได้ด้วยตนเอง ดังนั้นส่วนใหญ่พิจารณาจากรูปแบบการแต่งตัวของผู้รับว่า นิยมการแต่งตัวในแนวอะไร ซึ่งสามารถนำข้อมูลนั้นมาตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้าได้ โดยปกติ ผู้บริโภคให้ความสำคัญในการเลือกซื้อสินค้าเพื่อเป็นของขวัญมากขึ้น เพราะเสื้อผ้าเป็นหน้าตาของผู้สวมใส่ด้วยเช่นกัน ดังนั้นผู้บริโภคตระหนักว่า ถ้าผู้รับสวมใส่แล้ว ไม่มีความมั่นใจกับเสื้อผ้านั้น ผู้บริโภครู้สึกเสียหน้าไปด้วย

- **ความสำคัญของสินค้าประเภทของกระจุกกระจิก**

- ในการเลือกซื้อสินค้าเพื่อนำมาใช้เอง

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับจากกลุ่มผู้บริโภค พบว่า ส่วนใหญ่เห็นความสำคัญของสินค้าประเภทนี้ไม่มาก แม้ว่าของกระจุกกระจิกสามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้ เช่น สมุดลายการ์ตูนต่างๆ สามารถนำไปใช้จดงานได้ แต่ความสำคัญของของกระจุกกระจิกอยู่ที่ความน่ารักหรือทันสมัย ซึ่งส่วนใหญ่พิจารณาด้านการออกแบบเป็นสำคัญ และให้ความสำคัญกับจำนวนเงินที่จ่ายไปต่อสินค้าสักชิ้น ดังนั้นในการเลือกซื้อสินค้าที่ใช้เอง ก็ต้องให้ความสำคัญพอๆกับเงินที่จะต้องเสียไป โดยผู้บริโภคคนหนึ่งเห็นว่า

“สำหรับเราก็ให้ความสำคัญนะ เราซื้อมาใช้เอง เราเลือกในสิ่งที่เราอยากได้จริงๆนะ ก็คือจะดูว่าอันนี้เหมาะกับเรามั้ย ดูราคา เป็นยังไง ราคาแพงเกินไปหรือเปล่าสำหรับเรา พุดจริงๆ ของก็ฟัทชอบไม่ใช่สิ่งที่จำเป็นซะทีเดียว ถ้าซื้อจริงๆ ก็ดูก่อนว่า ราคา น่ารัก เหมาะกับเรามั้ย อาจจะคิดมากกว่าซื้อของจำเป็นนะ”

- ในการเลือกซื้อสินค้าเพื่อเป็นของขวัญ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับจากกลุ่มผู้บริโภค พบว่า ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญมากกว่าการเลือกซื้อของกระจุกกระจิกเพื่อใช้เอง เพราะการให้ของขวัญมีความพิเศษอยู่แล้ว ดังนั้นของขวัญที่ให้อาจสามารถแสดงความสำคัญได้ด้วย เพื่อแสดงให้เห็นว่าเราตั้งใจเลือกให้ ไม่ใช่เป็นการซื้อแบบไม่ตั้งใจ โดยเฉพาะของกระจุกกระจิก ต้องดูแบบที่น่ารัก หรือทันสมัย โดยคำนึงถึงบุคคลที่จะมอบให้และโอกาสต่างๆ และของกระจุกกระจิกไม่ใช่สิ่งของที่จำเป็นในชีวิต เพียงแต่มีลักษณะของสินค้าที่ดี สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้ ซึ่งสินค้าบางอย่างที่ซื้อให้ ไม่จำเป็นจะต้องเป็นของขวัญที่ผู้ซื้อชื่นชอบ เพียงแต่ต้องการให้ผู้รับถูกใจในของขวัญชิ้นนั้น

1.3 ความเสี่ยงของการเลือกซื้อสินค้า

สำหรับด้านความเสี่ยงของการเลือกซื้อสินค้า เป็นเรื่องที่ค้นพบว่า ผู้บริโภคคิดอะไรอยู่ก่อนการเลือกซื้อสินค้า ผู้บริโภคไม่ต้องการที่จะรับรู้ถึงความเสี่ยง หรือความกังวลที่จะผิดพลาดในการเลือกซื้อสินค้าต่างๆ ซึ่งสินค้า 3 ประเภทที่กำหนดไว้สามารถอธิบายข้อมูลทางด้านความเสี่ยงของการเลือกซื้อสินค้า ในสถานการณ์ที่เลือกซื้อสินค้าเพื่อใช้เอง และในสถานการณ์ที่เลือกซื้อสินค้าเพื่อเป็นของขวัญในวาระโอกาสต่างๆ โดยมีรายละเอียดดังนี้

- ความเสี่ยงของการเลือกซื้อสินค้าประเภทขนม

- ในการเลือกซื้อสินค้าเพื่อนำมาใช้เอง

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับจากกลุ่มผู้บริโภค พบว่า ส่วนใหญ่มีความกังวลในการเลือกซื้อขนมในด้านรสชาติของขนม ส่วนใหญ่มีความกังวลด้านความอร่อยมากที่สุด เช่น ถ้าไปร้านไหนที่ไม่เคยไปรับประทานมาก่อน จะเลือกรับประทานชิ้นที่ดูน่าทานที่สุด แต่โดยส่วนใหญ่จะเลือกรับประทานที่ร้านประจำ เพื่อไม่ให้เกิดปัญหาหากขนมไม่อร่อย นอกจากนี้ ยังกังวลด้านราคาด้วย เพราะราคาขนมเค้กรสชาติดี ๆ สักชิ้น ปัจจุบันนี้จะมีราคามากกว่า 50 บาทขึ้นไป ดังนั้นจึงกังวลว่า ราคาแพงแล้วไม่อร่อย ไม่คุ้มค่ากับที่ซื้อมา อาจไม่ซื้อขนมจากร้านนั้นอีกเลย แต่ผู้บริโภคคนหนึ่งมีความคิดเห็นว่า

“สมมตินะ เวลาไปไหน เห็นร้านเค้ก ก็อยากลองดูคือไม่ได้กังวลว่ามันอร่อยหรือไม่อร่อยนะในตอนแรก เพียงแต่ว่าถ้าเกิดไปซื้อมากินแล้ว แต่ไม่อร่อยจริงๆ ก็จะได้คิดอะไรมาก เพียงแต่จะจำไว้เท่านั้นว่าอันนี้แหละที่ไม่อร่อย ถ้าไปอีกอาจจะกินแบบอื่นดู แต่ถ้าไม่แน่ใจจริงๆ ก็จะถามคนขายเลยว่า อันไหนขายดี ก็จะได้ซื้ออันนั้น”

- ในการเลือกซื้อสินค้าเพื่อเป็นของขวัญ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับจากกลุ่มผู้บริโภค พบว่า ส่วนใหญ่รู้สึกกังวลมากกว่าการเลือกซื้อเพื่อรับประทานเอง โดยมองว่า การเลือกซื้อของขวัญวันเกิด เป็นขนมเค้กหรือขนมอะไรก็ตาม จะกังวลว่าผู้รับจะไม่ชอบรับประทานขนมชนิดนั้น ถ้าเกิดให้ไปแล้วไม่รับประทาน รู้สึกไม่ดี และกังวลด้านราคาของขนม เช่น ถ้าเกิดขนมเค้กชิ้นนั้นหรือก้อนนั้นแพงมาก ซึ่งส่วนใหญ่สามารถช่วยกันซื้อ เพื่อจะได้ไม่ต้องกังวลเรื่องราคา นอกจากนี้ ส่วนใหญ่มีความกังวลว่าผู้รับไม่ชอบขนมที่ซื้อให้ โดยกังวลว่าจะเกิดการผิดพลาดในด้านรสชาติและการตกแต่งของขนม เพราะถ้าขนมไม่อร่อยและตกแต่งไม่ดีแล้ว จะทำให้ของขวัญดูไม่มีค่าได้ ซึ่งผู้บริโภคคนหนึ่งเห็นว่า

“ถ้าซื้อให้เป็นของขวัญวันเกิด ก็จะได้เลือกอะไรก็ได้ที่มันกลางๆ เช่นพวกเค้กช็อกโกแลตนะ เพราะคิดว่าทุกคนน่าจะกินได้เหมือนกัน แต่ถ้าไม่กินก็ไม่เป็นไร เรายังกินเองก็ได้ หรือไม่ก็ซื้ออะไรก็ได้ที่เราชอบ เพราะยังไงเวลากิน ก็ต้องแบ่งกันกินอยู่แล้ว”

- **ความเสี่ยงของการเลือกซื้อสินค้าประเภทเสื้อผ้าและเครื่องประดับ**

- ในการเลือกซื้อสินค้าเพื่อนำมาใช้เอง

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับจากกลุ่มผู้บริโภค พบว่า ส่วนใหญ่เกิดความกังวลเวลาซื้อเสื้อผ้า เพราะนอกจากต้องเลือกให้ถูกใจแล้ว ยังคำนึงถึงความเหมาะสมของเสื้อผ้า ส่วนใหญ่รู้สึกกังวลจะเกิดความผิดพลาดในการเลือกซื้อ ด้านการออกแบบของเสื้อผ้าหรือเครื่องประดับ เช่น การเลือกซื้อตุ้มหูต้องดูว่า แบบที่เลือกเข้ากับใบหน้ามากน้อยเพียงไร หรือถ้าซื้อเสื้อผ้าหรือเครื่องประดับแต่ละครั้ง จะต้องลองก่อนแล้วถึงซื้อ มิฉะนั้นไม่ค่อยมั่นใจ ในส่วนก่อนการเลือกซื้อ จะกังวลเรื่องความชอบมากกว่า ถ้าไม่ชอบก็จะไม่ซื้อ และในบางส่วน พบว่า จะดูจากความเหมาะสมของเสื้อผ้าและบุคลิกของตัวเองควบคู่กันแล้ว ยังรู้สึกกังวลด้านราคาของเสื้อผ้าหรือเครื่องประดับด้วย โดยกังวลว่า สินค้าที่ซื้อไปจะมีราคาแพงกว่าที่อื่น ดังนั้นบางส่วนจะไม่ค่อยเลือกซื้อเสื้อผ้าในทันที แต่จะลองตรวจดูหลายๆร้าน จนเกิดความมั่นใจก่อนเลือกซื้อ

- ในการเลือกซื้อสินค้าเพื่อเป็นของขวัญ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับจากกลุ่มผู้บริโภค พบว่า ส่วนใหญ่รู้สึกกังวลว่าจะเกิดการผิดพลาดในการเลือกซื้อด้านรูปแบบ ขนาด เนื่องจากบางทีไม่รู้ว่าบุคคลที่จะซื้อให้ สวมใส่เสื้อผ้ารูปแบบใด และมีรูปร่างที่แน่ชัดเท่าไร อาจประมาณได้ในระดับหนึ่ง แต่ยังคงมีความกังวลอยู่อีก แม้ว่าจะเป็นคนที่พิเศษ เช่น พ่อแม่ พี่น้อง หรือ คนรัก สามารถที่กะขนาดของเสื้อผ้าได้ไม่ยากนัก และกังวลว่า ราคาที่ซื้อเสื้อผ้าให้คนอื่น จะมีราคาที่แพงเกินความจำเป็น เพราะถ้าไม่สามารถนำมาเปลี่ยนขนาดได้ ก็ไม่เลือกซื้อที่ร้านนั้นๆ นอกจากนี้ ในบางส่วน จะรู้สึกกังวลจะเกิดการผิดพลาดในการเลือกซื้อ เพราะในช่วงวาระโอกาสที่มีการให้ของขวัญกันบ่อย ทำให้มีข้อจำกัดในด้านการเงิน ทำให้ไม่สามารถซื้อให้ได้ทุกคน และรู้สึกกังวลว่าของขวัญที่ให้ไปนอกจากจะไม่ถูกใจแล้ว ผู้รับจะไม่นำมาสวมใส่เลย

- **ความเสี่ยงของการเลือกซื้อสินค้าประเภทของกระจุกกระจิก**

- ในการเลือกซื้อสินค้าเพื่อนำมาใช้เอง

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับจากกลุ่มผู้บริโภค พบว่า ส่วนใหญ่รู้สึกกังวลในการเลือกซื้อสินค้าว่าจะเกิดผิดพลาดขึ้น ในกรณีที่ได้ซื้อสินค้าแล้ว แต่เห็นสินค้าชนิดเดียวกันที่ดูน่ารักกว่า ทำให้รู้สึกเกิดความผิดพลาดในการตัดสินใจ เพราะไม่ได้เดินดูหลายๆรอบก่อนที่จะเลือกซื้อ และรู้สึกถึงความเสี่ยงด้านราคาอีกด้วย เพราะของกระจุกกระจิกส่วนใหญ่จะดูน่ารัก แต่จะมีราคาแพงกว่าของทั่วไปเล็กน้อย แต่ส่วนใหญ่ความรู้สึกกังวลนั้นจะเกิดภายหลังการซื้อมากกว่า ในบางส่วน

มีความรู้สึกกังวลว่าจะเกิดการผิดพลาดในการเลือกซื้อ เนื่องจากสินค้าประเภทนี้ไม่ใช่ของที่จำเป็น เพราะฉะนั้นเวลาที่เลือกซื้อสินค้าประเภทนี้ จะเกิดจากความต้องการ โดยไม่ใช่เหตุผลในการซื้อ ดังนั้นเมื่อต้องการที่จะซื้อของกระจุกกระจิก จะเลือกซื้อแต่สิ่งที่อยากได้เท่านั้น

- ในการเลือกซื้อสินค้าเพื่อเป็นของขวัญ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับจากกลุ่มผู้บริโภค พบว่า ส่วนใหญ่จะรู้สึกกังวลในการเลือกซื้อสินค้าที่เกี่ยวกับด้านราคา ราคาเป็นส่วนทำให้ตัดสินใจยาก เนื่องจากสินค้าประเภทเดียวกัน แต่คนละแบบ ก็มีราคาที่แตกต่างกัน สิ่งเหล่านี้จะทำให้ลังเลในการเลือกซื้อทุกครั้ง ด้านความพอใจของผู้รับเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ผู้บริโภคกังวล เนื่องจากผู้บริโภคต้องการให้ผู้รับรู้สึกชอบของขวัญที่ได้รับ และสามารถนำไปใช้ หรือเก็บไว้เป็นที่ระลึก ซึ่งบางที่ทำให้คิดมากเกินไปในการเลือกซื้อของขวัญให้แก่ผู้อื่น แต่ในบางส่วน พบว่า ไม่มีความกังวลในการเลือกซื้อสินค้านี้เพื่อเป็นของขวัญเลย เพราะคิดว่าซื้ออะไรก็ได้ที่มีประโยชน์ โดยผู้บริโภคคนหนึ่งให้ความเห็นว่า

“ไม่กังวล ส่วนใหญ่จะซื้อของให้ใครจะสังเกตว่าเค้าใช้อะไรอยู่ ถ้าเค้าใช้แล้วค่อยไปหาซื้อ แต่เวลาเลือกแบบ ก็เลือกแบบที่เราชอบเป็นหลัก เพราะแบบว่า คิดว่าชอบแบบนี้ ให้ไปก็คงชอบ เพราะได้จากเรา ถ้าเค้าไม่ชอบ ก็เรื่องของมัน มันคงไม่พูดออกมาหรอก”

2. ข้อมูลทางด้าน การแสวงหาข้อมูลในการเลือกซื้อสินค้า

ในส่วนของข้อมูลทางด้าน การแสวงหาข้อมูลในการเลือกซื้อสินค้าเพื่อใช้เอง และเพื่อเป็นของขวัญนั้น เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลและสะสมข่าวสารที่เกี่ยวข้องในการแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับ ความต้องการ ความจำเป็น หรือความปรารถนาที่ผู้บริโภครับรู้หรือนึกถึงได้ เป็นปฏิกริยาก่อนการเลือกซื้อสินค้าประเภทใดประเภทหนึ่ง เพื่อหลีกเลี่ยงการรับรู้ความเสี่ยงหรือความกังวลที่จะเกิดขึ้น ดังนั้นเพื่อลดความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้น ผู้บริโภคจึงหาข้อมูลเพิ่มเติมก่อนการเลือกซื้อ ไม่ว่าจะจากแหล่งข้อมูลใดก็ตาม ซึ่งส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ซึ่งผลในส่วนข้อมูลด้านความ เกี่ยวพันทางสถานการณ์ที่เกิดขึ้นจากการวิจัยครั้งนี้จึงสามารถวิเคราะห์หรือออกได้เป็นส่วนต่างๆ ดังนี้

2.1 การแสวงหาข้อมูลก่อนการเลือกซื้อสินค้า

2.2 แหล่งของข้อมูลในการเลือกซื้อสินค้า

โดยมีรายละเอียดของผลการวิจัยดังนี้

2.1 การแสวงหาข้อมูลก่อนการเลือกซื้อสินค้า

สำหรับด้านการแสวงหาข้อมูลก่อนการเลือกซื้อสินค้านั้น วิเคราะห์ได้ว่า ก่อนการเลือกซื้อสินค้า ผู้บริโภคจะแสวงหาข้อมูลก่อนการเลือกซื้อหรือไม่ เพราะอะไรจึงเป็นเช่นนั้น ทั้งนี้ เพื่อหลีกเลี่ยงความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้น หรือลดระดับความกังวลในการเลือกซื้อว่าจะเกิดการผิดพลาดได้ในการเลือกซื้อสินค้า ซึ่งสินค้า 3 ประเภทที่กำหนด สามารถอธิบายข้อมูลทางด้านการแสวงหาข้อมูลก่อนการเลือกซื้อสินค้า ในสถานการณ์ที่เลือกซื้อสินค้าเพื่อใช้เอง และสถานการณ์ที่เลือกซื้อสินค้าเพื่อเป็นของขวัญในวาระโอกาสต่างๆ โดยมีรายละเอียดดังนี้

• การแสวงหาข้อมูลก่อนการเลือกซื้อสินค้าประเภทขนม

- ในการเลือกซื้อสินค้าเพื่อนำมาใช้เอง

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับจากกลุ่มผู้บริโภค พบว่า ส่วนใหญ่แสวงหาข้อมูลในการเลือกซื้อสินค้าเพื่อมารับประทานเองนั้นจะให้ความสำคัญในเรื่องการแสวงหาข้อมูลน้อยมาก กลุ่มที่นิยมเดินผ่านร้านขนมแล้วเข้าไปรับประทานเลย กับกลุ่มหาข้อมูลก่อนการเลือกซื้อขนมจากที่ต่างๆ โดยกลุ่มที่เดินไปถึงร้านแล้วรับประทานเลยนั้น มักไม่หาข้อมูล เพราะมีความต้องการที่จะรับประทานในทันทีทันใด จึงไม่หาข้อมูลก่อนล่วงหน้า แต่กลุ่มที่หาข้อมูลก่อน จะหาข้อมูลเพียงเล็กน้อยจากคนที่ใกล้ชิด เช่น เพื่อน หรือจะตระเวนไปตามร้านที่น่าสนใจ และสังเกตรูปร่างหน้าตาและราคาก่อน เพราะจะได้ไม่ต้องเสี่ยงกับรสชาติที่ไม่ดี และเงินที่จ่ายไปโดยไม่คุ้มค่า ราคาของสินค้านั้น มีส่วนในการเลือกชนิดของขนมต่างๆ ในกลุ่มที่หาข้อมูลก่อนเลือกซื้ออะไรมารับประทานเนื่องจากไม่แน่ใจในความอร่อยของร้านที่ไม่รู้จัก ซึ่งผู้บริโภคคนหนึ่งให้ความเห็นว่า

“จริงๆก็อยากลองนะ ถ้าไม่แพงมาก แต่ก็กลัวไม่อร่อยนะ บางทีถ้าอยากกิน ก็จะไปที่ร้านเจ้าเดิมมากกว่า เพราะรู้อยู่แล้วว่าอันไหนอร่อย ไม่อร่อย เพราะยังไรรสชาติก็ไม่น่าจะแตกต่างกันมากเท่าไร”

- ในการเลือกซื้อสินค้าเพื่อเป็นของขวัญ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับจากกลุ่มผู้บริโภค พบว่า ส่วนใหญ่แสวงหาข้อมูลในการเลือกซื้อสินค้า แม้จะรู้ว่าที่ไหนมีอะไรที่อร่อย มีรสชาติดีก็ตาม โดยพิจารณาจากการตกแต่งของขนม เพื่อต้องการให้เกิดความมั่นใจว่าผู้รับได้รับขนมที่มีรสชาติดีและตกแต่งสวยงาม เปรียบได้กับของขวัญชิ้นดีชิ้นหนึ่ง โดยผู้บริโภคคนหนึ่งเห็นว่า

“เวลาจะซื้อขนมเค้กให้เป็นของขวัญวันเกิด ส่วนใหญ่แล้วจะไปดูที่ร้านก่อนเป็นอาทิตย์ๆ เลย อย่างตอนนั้นที่ไปดูให้ลูกของพี่สาว ก็ต้องไปดูรูปแบบ และราคาก่อน แล้วก็ต้องถามพี่สาว ด้วยว่า น้องเอ็กซ์ เค้กชอบเล่นอะไรเป็นพิเศษ จะได้เลือกหน้าเค้กให้ถูก”

ในบางสวน พบว่า เมื่อไม่มีเวลามากพอที่จะหาข้อมูลเกี่ยวกับขนม ดังนั้นการเดินไปดูที่ร้านค้า แล้วพิจารณาว่าชิ้นใดที่มีหน้าตาการตกแต่งที่ดูสวยงาม ก็เลือกซื้อชิ้นนั้นเลย

- การแสวงหาข้อมูลก่อนการเลือกซื้อสินค้าประเภทเสื้อผ้าและเครื่องประดับ

- ในการเลือกซื้อสินค้าเพื่อนำมาใช้เอง

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับจากกลุ่มผู้บริโภค พบว่า ส่วนใหญ่จะแสวงหาข้อมูลก่อนการเลือกซื้อ เพราะรู้สึกกังวลกับการเลือกซื้อสินค้าประเภทนี้ ดังนั้นส่วนใหญ่ทำการแสวงหาข้อมูลก่อนการเลือกซื้อ เช่น เดินไปดูจากร้านค้าที่ซื้ออยู่เป็นประจำเพื่อหารูปแบบของเสื้อผ้าที่ชอบ หรือการอ่านนิตยสาร เพื่อหารูปแบบของเสื้อผ้า ราคา และสถานที่จำหน่ายจากบทความเกี่ยวกับแฟชั่นการแต่งตัว ตามนิตยสารผู้หญิงทั่วไป ในส่วนด้านราคานั้น พบว่า ส่วนใหญ่ไม่ได้ซื้อเสื้อผ้าที่แพงจนเกินไป บางทีราคาประมาณตัวละ 300-500 บาท ถ้าราคาสูงกว่านี้ จะแสวงหาข้อมูลมากขึ้น กล่าวได้ว่า ยิ่งราคาแพงมากเท่าไร ผู้บริโภคก็พยายามหาข้อมูลก่อนการเลือกซื้อมากขึ้นเท่านั้น นอกจากนี้ จะสังเกตจากเพื่อน ถ้าเพื่อนใส่ ก็อาจจะหาข้อมูลจากเพื่อนคนนั้นๆ ต่อ แต่จะใช้เวลาในการหาข้อมูลไม่มากนัก

- ในการเลือกซื้อสินค้าเพื่อเป็นของขวัญ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับจากกลุ่มผู้บริโภค ส่วนใหญ่ พบว่า จะแสวงหาข้อมูลก่อนการเลือกซื้อมากกว่าการซื้อใช้เอง ด้านของผู้รับว่าเป็นใคร มีบุคลิก ลักษณะความชอบแบบใด จะดูรูปแบบการแต่งตัวของผู้รับ ส่วนใหญ่มีความกังวลในการเลือกซื้อว่าเกิดความผิดพลาด เช่น ผู้รับไม่ถูกใจ หรือผู้รับจะไม่นำมาใช้ จึงต้องหาข้อมูลเกี่ยวกับความชอบของผู้รับ และเมื่อได้ข้อมูลที่ต้องการแล้ว จึงหาข้อมูลของสินค้าประเภทนี้อีกที โดยสำรวจจากร้านค้าหลายๆร้าน ถ้าไม่สามารถเลือกรูปแบบที่เค้กชอบได้ ก็ซื้อเสื้อผ้าที่สามารถเข้ากับทุกโอกาสให้ ซึ่งบางทีก็อาจเลือกสีในโทนเรียบๆ ซึ่งส่วนใหญ่เดินตามห้างสรรพสินค้า หรือสถานที่จำหน่ายเสื้อผ้าชั้นนำ เพื่อพิจารณาจากร้านค้าที่มีเสื้อผ้ารูปแบบที่ผู้รับชอบ ในการเลือกซื้อเสื้อผ้าให้เหมาะกับผู้รับ ผู้รับควรจะเป็น

คนที่รู้จักกันดี นอกจากนี้ ส่วนใหญ่เลือกเสื้อผ้าที่มีตราয়ี่ห้อและราคาแพงมากกว่าซื้อให้ตนเอง เพื่อเป็นของขวัญ ดังนั้นผู้บริโภคหาข้อมูลเพิ่มเติมมากขึ้นในการเลือกซื้อเสื้อผ้าเพื่อเป็นของขวัญ

• การแสวงหาข้อมูลก่อนการเลือกซื้อสินค้าประเภทของกระจุกกระจิก

- ในการเลือกซื้อสินค้าเพื่อนำมาใช้เอง

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับจากกลุ่มผู้บริโภค พบว่า ส่วนใหญ่ไม่ทำการแสวงหาข้อมูลเลย การซื้อของกระจุกกระจิก ไม่จำเป็นต้องหาข้อมูลมาก เพราะส่วนใหญ่ขึ้นอยู่กับความชอบของตัวเอง ถ้าเห็นแล้วอยากได้ และราคาไม่แพงเกินไป ก็จะซื้อทันที โดยปกติ ผู้บริโภคตัดสินใจจะไปสถานที่จำหน่ายที่ใดที่หนึ่งก่อนการเลือกซื้อ เช่น ร้าน Loft เป็นต้น การเข้าไปซื้อของที่ร้านก็พท์ชอบ ส่วนใหญ่ไม่ได้ตั้งใจที่จะไปซื้ออะไรเป็นพิเศษ ดังนั้นเมื่อไปถึง มักจะเลือกดูสินค้าประเภทไหนก็ตามที่มีการออกแบบที่ดี หรือมีความน่ารักถูกใจ แต่ในบางส่วน พบว่า ทำการแสวงหาข้อมูลก่อนการเลือกซื้อ จะแสวงหาข้อมูลด้านการออกแบบของสินค้า และด้านราคามากที่สุด เพราะต้องการเปรียบเทียบสินค้าว่าร้านใดขายในราคาถูกที่สุด จึงจะตัดสินใจซื้อ

- ในการเลือกซื้อสินค้าเพื่อเป็นของขวัญ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับจากกลุ่มผู้บริโภค พบว่า ส่วนใหญ่จะทำการแสวงหาข้อมูลก่อนการไปเลือกซื้อสินค้าประเภทนี้เพื่อเป็นของขวัญ ซึ่งการแสวงหาข้อมูลในการเลือกซื้อของขวัญ จะใช้เวลามากกว่าการเลือกซื้อใช้เอง เพราะต้องการที่จะเลือกสินค้าที่ดีที่สุดให้แก่ผู้รับ โดยจะพิจารณาเป็นพิเศษด้านการออกแบบสินค้า จะสังเกตจากผู้รับด้วยว่าต้องการอะไรเป็นพิเศษหรือไม่ แล้วไปดูตามห้างสรรพสินค้า เพื่อที่จะดูว่ามีสินค้าอะไรออกใหม่ น่าสนใจหรือไม่ ข้อมูลส่วนใหญ่คือความต้องการของผู้รับและความเหมาะสมของสินค้าในแต่ละโอกาสที่จะให้ และส่วนใหญ่ได้ตั้งงบประมาณของสินค้านั้นไว้ก่อน หากบางที สิ่งๆ นั้น มีราคาเกินที่กำหนดไว้ ผู้บริโภคมักเปลี่ยนประเภทหรือชนิดของกระจุกกระจิก ซึ่งสามารถนำมาทดแทนกันได้

2.2 แหล่งของข้อมูลในการเลือกซื้อสินค้า

สำหรับด้านแหล่งของข้อมูลในการเลือกซื้อสินค้าเป็นเรื่องที่ค้นพบว่า การแสวงหาข้อมูลของผู้บริโภคนั้น ผู้บริโภคแสวงหาข้อมูลจากแหล่งใด ผู้บริโภคเก็บรวบรวมข้อมูลข่าวสารที่จะช่วยในการตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้าจากที่ไหน อย่างไร เป็นแหล่งข้อมูลที่สามารถลดความรู้สึกกังวลที่จะเกิดการผิดพลาดในการเลือกซื้อหรือไม่ ซึ่งสินค้า 3 ประเภท สามารถอธิบายข้อมูล

ทางด้านแหล่งของข้อมูลในการเลือกซื้อสินค้า ในสถานการณ์ที่เลือกซื้อสินค้าเพื่อใช้เอง และสถานการณ์ที่เลือกซื้อสินค้าเพื่อเป็นของขวัญในวาระโอกาสต่างๆ โดยมีรายละเอียดดังนี้

- แหล่งของข้อมูลในการเลือกซื้อสินค้าประเภทขนม

- ในการเลือกซื้อสินค้าเพื่อนำมาใช้เอง

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับจากกลุ่มผู้บริโภค พบว่า ส่วนใหญ่หาแหล่งของข้อมูลจากคนที่รู้จักมากที่สุด คือ เพื่อน เพราะผู้บริโภคหญิงส่วนใหญ่มักที่จะไปรับประทานขนมบ่อยๆ เพื่อนบางคนที่เคยไปรับประทานที่ไหนแล้วอร่อย ก็จะบอกปากต่อปากกัน และในบางส่วนก็จะแสวงหาจากนิตยสารที่มีบทความเกี่ยวกับขนมต่างๆ ที่แนะนำร้านเบเกอรี่ และขนมที่ขึ้นชื่อของร้านนั้น ดูจากการให้คะแนนในนิตยสาร แล้วจึงเลือกซื้อเพื่อมารับประทานเอง ซึ่งผู้บริโภคคนหนึ่งเห็นว่า

“ถ้าอยากรู้ว่าร้านไหนอร่อยๆนะ ก็จะถามเพื่อนคนที่เคยไปกินมาแล้ว แต่ส่วนใหญ่ไม่ต้องถามก็มาบอกเองเลยแหละ ว่าร้านนี้มีอะไรอร่อย บางทีแค่บอกว่าอร่อย ก็ขับรถไปกินกันเลย”

- ในการเลือกซื้อสินค้าเพื่อเป็นของขวัญ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับจากกลุ่มผู้บริโภค พบว่า ส่วนใหญ่จะหาข้อมูลจากแหล่งของข้อมูลจากประสบการณ์ที่เคยไปรับประทานมา ผู้บริโภคพยายามนึกถึงร้านที่เคยได้ไปรับประทานมาแล้วนำมาใช้ในการเลือกซื้อของขวัญวันเกิด นอกจากนี้ หากหาข้อมูลของผู้รับเกี่ยวกับขนมได้ เช่น ผู้รับชอบรับประทานขนมชนิดอะไรเป็นพิเศษ สามารถเลือกซื้อได้ง่ายขึ้น แต่ถ้าไม่สามารถสืบทราบได้ ส่วนใหญ่ไปดูตามร้านเบเกอรี่ว่า ขนมชนิดอะไรที่ดูน่ารับประทานที่สุด ซึ่งส่วนใหญ่พิจารณาจากการตกแต่งให้ดูสวยงาม และในบางส่วน พบว่า หาข้อมูลจากหนังสือ นิตยสารต่างๆที่มีบทความเกี่ยวกับร้านเบเกอรี่ เพราะสามารถที่จะเห็นภาพของขนมขึ้นนั้นว่ารูปร่างหน้าตาเป็นอย่างไร และถ้าหากถูกใจ ก็จะไปซื้อ แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นขึ้นอยู่กับเวลาในการเตรียมการเลือกซื้อด้วย

- แหล่งของข้อมูลในการเลือกซื้อสินค้าประเภทเสื้อผ้าและเครื่องประดับ

- ในการเลือกซื้อสินค้าเพื่อนำมาใช้เอง

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับจากกลุ่มผู้บริโภค พบว่า ส่วนใหญ่จะหาข้อมูลจากการเดินเที่ยวห้าง หรือร้านค้าทั่วไป เมื่อไรก็ตามที่ถูกใจเสื้อผ้าจะเข้าไปถามข้อมูลจากที่ร้านโดยตรง เช่น

ราคา ขนาด และสีของเสื้อผ้าที่มีให้เลือก นอกจากนี้ เมื่อผ่านร้านใดก็จะดูผ่านจากการตกแต่งหน้าร้าน ในกรณีที่เกี่ยวข้องกับเรื่องราคา ผู้ซื้อสามารถประมาณราคาของเสื้อผ้าในบริเวณนั้นไว้คร่าวๆ ก่อน แล้วเอามาประเมินในการเลือกซื้อเสื้อผ้าที่ถูกต้องทีหลัง โดยหาข้อมูลจากแหล่งที่ซื้อโดยตรงเป็นหลัก ซึ่งผู้ประกอบการคนหนึ่งให้ความเห็นว่า

“เวลาไปดูที่สยามบางทีก็เลือกหลายร้านเหมือนกัน ส่วนใหญ่เรื่องราคาจะเคียงกัน แต่บางทีก็จะรอดูก่อน เมื่อไปซื้อที่สวนได้ (ตลาดนัดจตุจักร) เพราะบางทีเสื้อผ้าดูเหมือนกัน แต่ที่สวนจะถูกกว่ามากเลย”

นอกจากนี้ พบว่า บางส่วนหาข้อมูลจากแหล่งของข้อมูลในการเลือกซื้อสินค้าประเภทนี้ จากนิตยสารและจากเพื่อนร่วมงาน เพราะไม่ค่อยมีเวลาว่างมาก ดังนั้นส่วนใหญ่มักเปิดหาข้อมูลดูตามนิตยสารแฟชั่น เพื่อพิจารณาถึงคุณสมบัติ รวมถึงสถานที่จำหน่ายด้วย

- ในการเลือกซื้อสินค้าเพื่อเป็นของขวัญ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับจากกลุ่มผู้ประกอบการ พบว่า ส่วนใหญ่จะแสวงหาข้อมูลจากร้านค้าหลายๆ ร้าน ส่วนใหญ่พิจารณาจากร้านค้า 3-4 ร้านขึ้นไป แตกต่างกับการเลือกซื้อเสื้อผ้าเพื่อนำมาใช้เอง เพราะในการเลือกซื้อเพื่อใช้เอง ผู้บริโภคมีร้านค้าประจำอยู่แล้ว แต่ในกรณีซื้อเพื่อเป็นของขวัญ ผู้บริโภคเลือกร้านค้าที่สามารถซื้อสินค้าเพื่อเป็นของขวัญให้กับผู้รับ ดังนั้น ส่วนใหญ่สำรวจจากร้านที่ไม่เคยสนใจมาก่อนด้วย นอกจากนี้ ส่วนใหญ่นิยมเดินสำรวจร้านที่มีตรายี่ห้อ ในบางครั้ง ร้านที่มีตรายี่ห้อจะมีการลดราคาสินค้าเป็นประจำ ส่วนใหญ่จะเลือกซื้อสินค้านั้นไว้ก่อน เผื่อการให้ของขวัญในอนาคตได้อีกด้วย ดังนั้นความสำคัญในการหาข้อมูลมากขึ้น โดยพยายามสำรวจจากร้านค้าต่างๆ เพื่อพิจารณารายละเอียดด้านราคา คุณภาพ และรูปแบบของสินค้า สามารถเลือกซื้อของขวัญที่พึงพอใจแก่ผู้รับได้ และในบางส่วน พบว่า หาข้อมูลในการเลือกซื้อเสื้อผ้าและเครื่องประดับจากคนใกล้ชิดของผู้รับของขวัญ ว่าผู้รับชอบแต่งตัวอย่างไร ขนาดของเสื้อผ้า สีที่ชอบ สามารถช่วยได้ในการตัดสินใจเลือกซื้อของขวัญ

- แหล่งของข้อมูลในการเลือกซื้อสินค้าประเภทของกระจุกกระจิก

- ในการเลือกซื้อสินค้าเพื่อนำมาใช้เอง

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับจากกลุ่มผู้บริโภค พบว่า ส่วนใหญ่ทำการแสวงหาข้อมูลจากเพื่อน เช่น คอยสังเกตว่าเพื่อนใช้อะไรใหม่ๆบ้าง เพื่อนจะเป็นคนบอกว่าชิ้นไหนดีชิ้นไหนไม่ดี และจากการหาข้อมูลตามนิตยสารทั่วไป ซึ่งปัจจุบันนี้จะบอกว่าสามารถซื้อได้ที่ไหนบ้าง มีบอกรายละเอียดด้านราคา และคุณภาพหรือการใช้งาน เพราะของกระจุกกระจิกมักจะมีอะไรออกมาใหม่ๆเสมอ ดังนั้นผู้บริโภคต้องเดินดูตามร้านกิฟท์ชอปบ่อยๆ เพราะร้านค้ากิฟท์ชอป เป็นแหล่งของข้อมูลของการไปเลือกซื้อสินค้าประเภทนี้ เพื่อนำมาใช้เอง เพราะโดยปกติผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่ได้เจตนาไปซื้ออะไรเป็นพิเศษ เพียงแต่เดินดูสิ่งของเรื่อยๆเท่านั้น แต่เกิดชอบสินค้าสักอย่างในร้านนั้นๆ ก็เลือกซื้อทันที

- ในการเลือกซื้อสินค้าเพื่อเป็นของขวัญ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับจากกลุ่มผู้บริโภค พบว่า ส่วนใหญ่แสวงหาข้อมูลมากกว่าการซื้อใช้เอง โดยแหล่งของข้อมูลที่ผู้บริโภคหาได้ คือ ร้านกิฟท์ชอป ส่วนใหญ่จะเลือกซื้อของขวัญจากร้านกิฟท์ชอปหลายๆร้าน และจะหาข้อมูลเพื่อให้ทราบว่า ร้านขายของกระจุกกระจิกอยู่ที่ไหนที่มีแต่ของที่ดีๆ และมีรูปแบบความคิดใหม่ๆ การหาข้อมูลจากหนังสือแนะนำสินค้า หรือบทความในนิตยสาร จะได้คำแนะนำสินค้าที่ทันสมัย เพราะสามารถกำหนดไปได้เลยว่าสินค้านั้นมีคุณสมบัติอะไร ตรงกับสิ่งต้องการจะให้ผู้รับหรือไม่ จะซื้อที่ไหน ราคาเท่าไร สามารถรู้ได้ทันที นอกจากนี้ แหล่งของข้อมูลที่ใช้ในการแสวงหาข้อมูล คือ ผู้รับของขวัญ เพื่อที่จะสังเกตว่า ผู้รับมีความชอบในสินค้าประเภทอะไร อยากได้อะไรเป็นพิเศษหรือไม่ โดยข้อมูลต่างๆจากผู้รับของขวัญจะเป็นตัวกำหนดในการเลือกซื้อสินค้าว่าจะไปประเภทอะไร

3. ข้อมูลทางด้านปัจจัยในการเลือกซื้อ

ในส่วนข้อมูลทางด้านปัจจัยในการเลือกซื้อสินค้าเพื่อใช้เอง และเพื่อเป็นของขวัญนั้น สามารถทำให้ทราบได้ว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ที่ทำการเลือกซื้อสินค้าประเภทต่างๆ มีปัจจัยอะไรบ้างในการเลือกซื้อสินค้า และเพราะอะไร อีกทั้งปัจจัยที่สำคัญมากที่สุดและน้อยที่สุดในการเลือกซื้อสินค้าในวาระโอกาสที่กำหนด เพราะอะไร ซึ่งทำให้สามารถอธิบายได้ว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่นอกจากจะมีความสนใจในสินค้าประเภทนั้นมากนักน้อยเพียงไร และทำการแสวงหาข้อมูลก่อนการเลือกซื้อหรือไม่ ยังทำให้ทราบถึงตัวที่กำหนดการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคได้ด้วย ดังนั้นผลในส่วนของ

ข้อมูลด้านความเกี่ยวพันทางสถานการณ์ที่เกิดขึ้นจากการวิจัยครั้งนี้จึงสามารถวิเคราะห์ออกได้
เป็นดังนี้

3.1 ปัจจัยที่สำคัญมากที่สุดในการเลือกซื้อสินค้า

3.2 ปัจจัยที่สำคัญน้อยที่สุดในการเลือกซื้อสินค้า

โดยมีรายละเอียดของผลการวิจัยดังนี้

3.1 ปัจจัยที่สำคัญมากที่สุดในการเลือกซื้อสินค้า

สำหรับด้านปัจจัยที่สำคัญมากที่สุดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้าเป็นเรื่องที่ค้นพบ ที่มีความสำคัญในการอธิบายว่า ปัจจัยหรือตัวกำหนดอะไรที่ผู้บริโภคคิดหรือคิดว่ามีความสำคัญมากที่สุดต่อการเลือกซื้อสินค้า ซึ่งสินค้า 3 ประเภทที่กำหนด สามารถอธิบายข้อมูลทางด้านปัจจัยที่สำคัญมากที่สุดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้า ในสถานการณ์ที่เลือกซื้อสินค้าเพื่อใช้เอง และสถานการณ์ที่เลือกซื้อสินค้าเพื่อเป็นของขวัญในวาระโอกาสต่างๆ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

● ปัจจัยที่สำคัญมากที่สุดในการเลือกซื้อสินค้าประเภทขนม

- ในการเลือกซื้อสินค้าเพื่อนำมาใช้เอง

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับจากกลุ่มผู้บริโภค พบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุดในการเลือกขนมมารับประทานเอง คือ ด้านรสชาติ เพราะของกินถ้าไม่อร่อย ก็ไม่มีใครอยากกิน โดยเฉพาะขนมต่างๆ ต้องมีความอร่อย สามารถจูงใจให้ผู้บริโภคซื้อรับประทานได้ ซึ่งส่วนใหญ่พยายามหาร้านค้าแห่งใหม่ ในบางส่วน พบว่า ความอยากเป็นปัจจัยหนึ่ง เพราะถ้าเกิดเห็นขนมแล้ว รู้สึกอยากรับประทาน ส่วนใหญ่จะซื้อทันที แม้ว่าขนมชิ้นนั้นจะมีราคาแพง

- ในการเลือกซื้อสินค้าเพื่อเป็นของขวัญ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับจากกลุ่มผู้บริโภค พบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญที่สุดในการเลือกซื้อสินค้าประเภทขนมเพื่อเป็นของขวัญ คือ รสชาติและการตกแต่ง ส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่าเป็นปัจจัยที่สามารถนำไปสู่การตัดสินใจได้ในทันที คือถ้าตกแต่งดูดี แต่รสชาติปานกลาง ถือว่าดีใช้ได้ ไม่ว่าจะอย่างไร ขนมเค้กที่นำมาเป็นของขวัญก็ควรที่จะทำให้ผู้รับรู้สึกประทับใจได้ เพราะโดยปกติผู้บริโภคไม่ได้ชิมก่อนการเลือกซื้อ ดังนั้นจึงเลือกขนมชิ้นที่ตกแต่งสวยงามก่อน ในบางส่วน พบว่า ความสะดวกในการซื้อสำคัญเช่นกัน เพราะถ้าเกิดขนมอร่อย แต่ขายไกลเกินไป

ก็ไม่สามารถจะซื้อได้ แต่มีส่วนน้อย พบว่า ถ้ามีเวลาที่สามารถจะไปซื้อให้ได้ ก็จะไปซื้อให้ เพื่อหวังว่า ผู้รับจะเห็นความพยายามในการเลือกซื้อ ซึ่งผู้บริโภคนคนหนึ่งให้ความเห็นว่า

“ถ้าจะให้อะไรก็ตาม หวังว่าสิ่งๆนั้น จะเป็นขนมที่เค้าชอบกิน ถ้าเกิดชอบอะไรก็จะพยายามถามจากเพื่อนเค้าว่า เค้าชอบกินขนมอะไรมาก เพื่อที่จะได้หาของที่เค้าชอบกิน มาให้”

- ปัจจัยที่สำคัญมากที่สุดใน การเลือกซื้อสินค้าประเภทเสื้อผ้าและเครื่องประดับ
 - ในการเลือกซื้อสินค้าเพื่อนำมาใช้เอง

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับจากกลุ่มผู้บริโภค พบว่า ปัจจัยที่สำคัญมากที่สุดใน การเลือกซื้อเสื้อผ้า คือ การออกแบบของเสื้อผ้า เนื่องจากส่วนใหญ่รู้จักขณะการแต่งตัวที่เหมาะสม ของตนเอง ดังนั้นส่วนใหญ่พิจารณาด้านการออกแบบของเสื้อผ้าให้ดูทันสมัย ในบางส่ว พบว่า ความพอใจ คือ ปัจจัยที่สำคัญมากเช่นกัน เพราะในการเลือกซื้อแต่ละครั้ง ก็อยากที่จะเลือกซื้อใน สิ่งที่ตัวเองชอบเท่านั้น ถ้ารูปแบบถูกใจก็จะทำการเลือกซื้อ เพราะคิดว่าใส่แล้วจะดูดี

- ในการเลือกซื้อสินค้าเพื่อเป็นของขวัญ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับจากกลุ่มผู้บริโภค พบว่า ปัจจัยส่วนใหญ่ที่มีอิทธิพลมากที่สุด ในการเลือกซื้อเสื้อผ้าและเครื่องประดับ คือ รูปแบบของสินค้า จะต้องมีความสวยงาม ดูดี สุกภาพเรียบร้อย เพราะการให้ของขวัญคนอื่น น่าจะเป็นเสื้อผ้าที่ดีดูดี ไม่หวิอหวนเกินไป เพราะบางที ผู้รับอาจจะไม่ชอบก็ได้ สามารถสังเกตการแต่งตัวของผู้รับว่า ปกตินิยมแต่งตัวรูปแบบใด เพื่อให้ ถูกใจผู้รับมากที่สุด ในบางส่ว พบว่า สิ่งที่ผู้รับชอบ เป็นปัจจัยที่สำคัญเช่นกัน เพราะต้องการให้ ผู้รับได้นำไปสวมใส่ แสดงถึงความสนใจในของขวัญที่ผู้บริโภคนเลือกให้ ทำให้ผู้บริโภคนรู้สึกภูมิใจ

- ปัจจัยที่สำคัญมากที่สุดใน การเลือกซื้อสินค้าประเภทของกระจุกกระจิก

- ในการเลือกซื้อสินค้าเพื่อนำมาใช้เอง

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับจากกลุ่มผู้บริโภค พบว่า ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญมากที่สุดใน การเลือกซื้อสินค้า คือ การออกแบบ เพราะเมื่อเข้าไปในร้านก็พท์ชอบแล้ว ส่วนใหญ่ต้องซื้ออะไร มาสักอย่าง เนื่องจากเห็นอะไรก็อยากได้ไปหมด ดูจากการออกแบบว่ามีลักษณะเช่นไร สินค้า

ต่างๆที่ออกแบบได้ดี หรือของที่ดูน่ารัก การออกแบบสินค้านั้นต้องมีความคิดสร้างสรรค์ และสวยงาม จึงจะดึงดูดผู้บริโภคให้ซื้อได้ เรื่องราคาก็เป็นปัจจัยที่ทำให้เลือกซื้อได้ อะไรก็ตามที่ผู้บริโภคเห็นแล้ว รู้สึกชอบ ถูกใจสินค้าประเภทนั้น ส่วนใหญ่ก็เลือกซื้อ แม้ว่าจะมีราคาสูง (มากกว่า 1,000 บาทขึ้นไป) ในบางสวน พบว่า ตราสินค้ามีความสำคัญเช่นกัน เพราะรู้สึกว่าสินค้าที่มีตราสินค้า มักจะมีคุณภาพที่ดีกว่าของที่ไม่มีตราสินค้า

- ในการเลือกซื้อสินค้าเพื่อเป็นของขวัญ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับจากกลุ่มผู้บริโภค พบว่า ปัจจัยทางด้านราคามีความสำคัญเช่นกัน เพราะในการเข้าไปซื้อของกระจุกกระจิกเพื่อเป็นของขวัญ จะประมาณราคาของของขวัญไว้ก่อนว่า มีราคาเท่าไรที่สามารถซื้อได้ จากนั้นจึงไปเลือกดูสินค้าที่มีราคาไม่ต่ำหรือสูงเกินจำนวนที่ตั้งไว้ ซึ่งผู้บริโภคคนหนึ่งเห็นว่า

“ส่วนใหญ่เวลาไปซื้อของที่กีฟท์ชอป ก่อนเข้าไปซื้อ ก็ไม่รู้จะซื้ออะไร ยิ่งถ้าเป็นของขวัญแล้ว ต้องมีงบก่อนเลย เพราะของในกีฟท์ชอปเยอะไปหมด ใ้โน่นก็อยากได้ ไ้โน้ก็อยากได้ ต้องตั้งงบไว้ ไม่เงินไม่มีเงินจ่ายแน่ สักห้าร้อยก็โอเคแล้ว อย่างเก่งไม่น่าจะเกินพัน แแค่ห้าร้อยก็แพงแล้ว”

นอกจากนี้ บางส่วน พบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุด คือ การออกแบบที่ดี เนื่องจากของขวัญที่จะซื้อไปให้ผู้อื่น ควรมีลักษณะที่ดี เพื่อให้ผู้รับรู้สึกชอบ และถูกใจต่อของขวัญของผู้บริโภคที่มอบให้

3.2 ปัจจัยที่สำคัญน้อยที่สุดในการเลือกซื้อสินค้า

สำหรับด้านปัจจัยที่สำคัญน้อยที่สุดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้าเป็นเรื่องที่ค้นพบที่มีความสำคัญในการอธิบายว่า ปัจจัยหรือตัวกำหนดอะไรที่ผู้บริโภคไม่ค่อยคิดหรือไม่ค่อยจะนึกถึงเลย ว่า มีความสำคัญหรือเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้าน้อยที่สุด ซึ่งสินค้า 3 ประเภทที่กำหนด สามารถอธิบายข้อมูลทางด้านปัจจัยที่สำคัญน้อยที่สุดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้าในสถานการณ์ที่เลือกซื้อสินค้าเพื่อใช้เอง และสถานการณ์ที่เลือกซื้อสินค้าเพื่อเป็นของขวัญในวาระโอกาสต่างๆ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

- **ปัจจัยที่สำคัญน้อยที่สุดในการเลือกซื้อสินค้าประเภทขนม**

- ในการเลือกซื้อสินค้าเพื่อนำมาใช้เอง

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับจากกลุ่มผู้บริโภค พบว่า สถานที่จำหน่ายเป็นปัจจัยที่สำคัญน้อยที่สุดในการเลือกซื้อเพื่อมารับประทานเอง เพราะว่าการเลือกซื้อของที่อร่อย ต้องเสาะหาเอา ดังนั้นสถานที่จำหน่ายไม่น่าจะมีความสำคัญมากไปกว่าเรื่องรสชาติ การตกแต่ง และราคา ในบางส่วน พบว่า ปัจจัยด้านราคาเป็นปัจจัยที่สำคัญน้อยที่สุด เพราะว่ามันเด็กที่อร่อยจริงๆ ก็มีคนที่ซื้ออยู่แล้ว แต่หากว่าโกงกัน คือ ไม่อร่อยแต่ตั้งราคาไว้สูงๆ ผู้บริโภคจะคิดว่าเป็นการเอาใจเขาเปรียบกันมากกว่า หรือถ้าการตกแต่งดี ราคาก็เลยสูงตามก็ถือว่าเป็นเรื่องปกติ เพราะงานฝีมือก็ต้องมีราคาที่สูงมากกว่าปกติอยู่แล้ว

- ในการเลือกซื้อสินค้าเพื่อเป็นของขวัญ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับจากกลุ่มผู้บริโภค พบว่า ปัจจัยที่สำคัญน้อยที่สุดในการเลือกขนมเพื่อเป็นของขวัญ คือ ปัจจัยทางด้านราคา เพราะพยายามที่จะไม่นึกถึงราคาที่จะซื้อให้ ซึ่งส่วนใหญ่ราคาของขนมเด็กเป็นตัวกำหนดความหรูหราของการตกแต่ง รวมทั้งรสชาติได้ด้วย ยิ่งขนมมีราคาที่สูง ผู้บริโภคส่วนใหญ่คิดว่าขนมชิ้นนั้นต้องอร่อยแน่นอน และราคาของขนมเด็กส่วนใหญ่ มักไม่แพงจนไม่สามารถจ่ายได้ หรือสามารถแบ่งกันจ่ายได้ด้วยเมื่อรวมเงินกันซื้อ

- **ปัจจัยที่สำคัญน้อยที่สุดในการเลือกซื้อสินค้าประเภทเสื้อผ้าและเครื่องประดับ**

- ในการเลือกซื้อสินค้าเพื่อนำมาใช้เอง

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับจากกลุ่มผู้บริโภค พบว่า ปัจจัยทางด้านสถานที่จำหน่ายเป็นปัจจัยที่สำคัญน้อยที่สุด เพราะสามารถเลือกซื้อสินค้าประเภทนี้ได้ทุกที่ ถ้าที่ไหนมีเสื้อผ้าที่ดูใจแล้ว ไม่ว่าจะในตลาดนัดสวนจตุจักร หรือร้านที่ไม่มีป้ายห้อยเป็นของตัวเอง สามารถจะซื้อใส่ได้เช่นกัน ขึ้นอยู่กับเราชอบเสื้อผ้าตัวนั้นหรือไม่ หรือใส่แล้วสวยเหมาะกับเรา ซึ่งสถานที่จำหน่ายไม่ส่งผลต่อการเลือกซื้อ เพราะผู้บริโภคจะซื้อเสื้อผ้าในรูปแบบที่ชอบเท่านั้น ในบางส่วน พบว่า แฟชั่นเป็นอีกปัจจัยที่ผู้บริโภคไม่ค่อยกังวล ขึ้นอยู่กับแฟชั่นนั้นๆ จะเหมาะสมกับตัวเองหรือไม่ ซึ่งจะดูจากความเหมาะสมของเสื้อผ้าให้เข้ากับบุคลิกของตัวเองเป็นหลัก ดังนั้นไม่ว่าจะเป็นเสื้อผ้าที่ขายตามสะพานพุทธ หรือตลาดนัดสวนจตุจักร ก็สามารถซื้อใส่ได้เหมือนกัน

- ในการเลือกซื้อสินค้าเพื่อเป็นของขวัญ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับจากกลุ่มผู้บริโภค พบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญน้อยที่สุดในการเลือกซื้อสินค้าประเภทนี้เพื่อเป็นของขวัญ คือ แฟชั่น เนื่องจากส่วนใหญ่คำนึงถึงรูปแบบของเสื้อผ้า และจากการพิจารณาของผู้บริโภค พบว่า แฟชั่นบางอย่าง อาจไม่เหมาะสมกับผู้รับ ซึ่งไม่สามารถทำให้ผู้รับพึงพอใจได้ นอกจากนี้ ส่วนใหญ่ต้องการให้ผู้รับได้ใช้เสื้อผ้าที่มอบเป็นของขวัญได้นานๆ จึงไม่ยอมยกให้เสื้อผ้าตามแฟชั่นเท่าไร

● **ปัจจัยที่สำคัญน้อยที่สุดในการเลือกซื้อสินค้าประเภทของกระจุกกระจิก**

- ในการเลือกซื้อสินค้าเพื่อนำมาใช้เอง

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับจากกลุ่มผู้บริโภค พบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญน้อยที่สุดในการเลือกซื้อสินค้าประเภทนี้ คือ สถานที่จำหน่าย เนื่องจากสถานที่จำหน่าย ซึ่งผู้บริโภคไม่ได้สนใจว่าสินค้าชิ้นนั้นจะมาจากที่ไหน บางทีซื้อตามตลาดนัดก็ได้ ถ้ารู้สึกอยากได้ แม้ว่าสินค้านั้นจะมีคุณภาพต่ำ แต่ก็ไม่ได้คาดหวังอะไรมากกับของกระจุกกระจิกอยู่แล้ว นอกจากนี้ บางส่วน พบว่า ของส่วนใหญ่ในร้านกิฟท์ชอป มักจะเป็นของจากประเทศจีน หรือไต้หวัน ซึ่งไม่ได้กำหนดว่า จะต้องผลิตในญี่ปุ่นถึงจะซื้อ แต่จะดูว่าชอบสินค้าประเภทนั้นหรือไม่ จึงจะซื้อมากกว่า บางทีของที่ผลิตจากประเทศไทยก็มีวางขาย และถ้าออกแบบดี ไม่เป็นปัญหาในการเลือกซื้อ โดยผู้บริโภคคนหนึ่งกล่าวว่า

“เพราะของกระจุกกระจิกเป็นของที่ไม่ได้เป็นของที่จำเป็นหรือมีความสำคัญมากในชีวิต ไม่ต้องมานั่งคิดว่า มันผลิตมาจากประเทศไหน จากจีน หรือว่าอเมริกา อย่างพวกเครื่องเสียงใทยอย่างงั้นสำคัญมากกว่าอีก แหล่งที่มามันจึงจำเป็นสำหรับเรา”

- ในการเลือกซื้อสินค้าเพื่อเป็นของขวัญ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับจากกลุ่มผู้บริโภค พบว่า ส่วนใหญ่เห็นว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญน้อยที่สุด คือ ประเภทหรือชนิดของกระจุกกระจิก เนื่องจาก ส่วนใหญ่ไม่ได้ตัดสินใจเลือกประเภทหรือชนิดของสินค้าใดเป็นพิเศษก่อนการเลือกซื้อเพื่อเป็นของขวัญ ส่วนใหญ่ตั้งเพียงงบประมาณของราคาสินค้าเท่านั้น ดังนั้นส่วนใหญ่ตัดสินใจเลือกซื้อของขวัญภายในร้านกิฟท์ชอป ซึ่งส่วนใหญ่พิจารณาจากราคาของสินค้า ไม่ให้ต่ำหรือสูงเกินกว่าที่กำหนด ส่วนสินค้าจะเป็นประเภทอะไร ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมในแต่ละครั้งที่เลือกซื้อ