

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาเกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือลายสร้อยดอกหมาก ของผู้บริโภคนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคามในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ ดังนี้ คือ เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือลายสร้อยดอกหมาก ของผู้บริโภค ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคามที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ ผ้าไหมทอมือลายสร้อยดอกหมาก จำแนกตาม เพศ อายุ อาชีพ รายได้ และการศึกษา และเพื่อศึกษาข้อเสนอแนะกลุ่มอาชีพผ้าไหมทอมือ ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ผ้าไหมทอมือลายสร้อยดอกหมาก ที่ตรงต่อความต้องการของผู้บริโภค ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคที่ซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมลายสร้อยดอกหมากในเขตอำเภอเมืองจังหวัดมหาสารคาม ในระหว่างเดือน ตุลาคม ถึง เดือน ธันวาคม พ.ศ. 2556 ซึ่งมีจำนวนประชากรที่ไม่แน่นอน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยสุ่มสุ่ม จึงคำนวณหากลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตร W.G. Cochran (1953) (บุญชม ศรีสะอาด, 2545 : 38) ซึ่งได้จำนวนตัวอย่างในครั้งนี้เท่ากับ 323 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ใช้แบบสอบถามชนิดเลือกตอบ (check list) หาความเชื่อมั่นโดยใช้วิธีคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา ตามวิธีของ ครอนบาช ได้ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ .962 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน สถิติที่ใช้ได้แก่ t-test สำหรับ ตัวแปรอิสระที่มี 2 กลุ่ม และใช้ F-test สำหรับตัวแปรอิสระที่มีมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถาม ปลายเปิด เกี่ยวกับแนวทางการพัฒนากระบวนการทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ผ้าไหมลายสร้อยดอกหมาก ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม โดยวิเคราะห์เนื้อหา ด้วยการแจกแจงกลุ่ม แจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละแล้วนำมาสรุปเป็นความเรียง

สรุปผลการวิจัย

จากผลการศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือลาย

สร้อยดอกหมาก ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ผู้บริโภคผ้าไหมทอมือลายสร้อยดอกหมากในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง จำนวน 268 คน คิดเป็นร้อยละ 82.97 และเพศชาย จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 17.03 ส่วนใหญ่เป็นผู้มีอายุระหว่าง 35-44 ปี จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 38.39 อายุระหว่าง 45-54 ปี จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 28.79 อายุระหว่าง 55 – 64 ปี จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 16.72 อายุระหว่าง 25 – 34 ปี จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 8.67 อายุต่ำกว่า 25 ปี จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 4.33 ปี ขึ้นไป จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 3.10 ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพรับราชการ/พนักงาน/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 199 คน คิดเป็นร้อยละ 61.61 ประชาชนทั่วไปและอื่น ๆ จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 25.70 และ ประกอบอาชีพค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 12.69 มีรายได้ต่อเดือนโดยประมาณ ระหว่าง 20,001-30,000 บาท จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 35.91 จำนวน 30,001-40,000 บาท จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 34.06 ระหว่าง 10,001-20,000 บาท จำนวน 56 คิดเป็นร้อยละ 17.34 น้อยกว่า 10,000 บาท จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 12.07 และ ระหว่าง 50,001 - 60,000 บาท จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.6 และมีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป จำนวน 226 คน คิดเป็นร้อยละ 69.97 ระดับอนุปริญญา / ปวท/ ปวส จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 25.08 และ ระดับมัธยมศึกษาและต่ำกว่า จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.95

2. ระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือลายสร้อยดอกหมาก ของผู้บริโภค เขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม โดยรวม อยู่ในระดับความคิดเห็น ปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.49 เมื่อพิจารณารายด้านของตัวแปร โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย ดังนี้ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 4.12 ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 3.90 ด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 2.98 และด้านช่องทางการจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 2.95 และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า

2.1 ด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวม อยู่ในระดับความคิดเห็น มาก มีค่าเฉลี่ย 3.90 เมื่อพิจารณารายข้อของตัวแปร โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อยสามลำดับแรกดังนี้ สามารถนำไปพัฒนาและแปรรูปให้มีความสวยงามเหมาะสมแก่การใช้งาน มีค่าเฉลี่ย 4.68 ควรมีการรับประกันความมีคุณภาพของผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 4.54 และมีลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์และควรอนุรักษ์ไว้มีค่าเฉลี่ย 4.46

2.2 ด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับความคิดเห็น ปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.98 เมื่อ

พิจารณารายชื่อของตัวแปรโดยเรียงลำดับ จากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย สามลำดับแรกดังนี้ ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.03 ราคาค่อนข้างคงที่ไม่เปลี่ยนแปลงราคาบ่อย มีค่าเฉลี่ย 3.73 และมีการคิดป้ายราคาอย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 3.95

2.3 ด้านช่องทางการการจัดจำหน่าย โดยรวม อยู่ในระดับความคิดเห็น ปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.95 เมื่อพิจารณารายชื่อของตัวแปร โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย สามตามลำดับดังนี้ ร้านค้าหรือศูนย์จำหน่าย มีให้เลือกหลากหลายทั้งด้านรูปแบบ สีต้นหรือราคา มีค่าเฉลี่ย 4.46 ผู้จำหน่ายจะสร้างความเชื่อถือให้กับผลิตภัณฑ์ได้เป็นอย่างดี ค่าเฉลี่ย 3.66 และ ร้านค้าหรือศูนย์จำหน่าย ควร มี สัญลักษณ์ที่แสดงให้ผู้ซื้อทราบว่า เป็นตัวแทนจำหน่าย ค่าเฉลี่ย 3.23

2.4 ด้านส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับความคิดเห็น มาก มีค่าเฉลี่ย 4.12 เมื่อพิจารณารายชื่อของตัวแปร โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยสามลำดับแรกดังนี้ ควรมีการประชาสัมพันธ์คุณค่าและภาพลักษณ์ ให้มากยิ่งขึ้น มีค่าเฉลี่ย 4.51 ควรใช้การโฆษณา ทางสื่อต่าง ๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ย 4.50 และเมื่อซื้อจำนวนมาก หรือบริการหอบของขวัญฟรีมีค่าเฉลี่ย 4.17

3. การเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือก ซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือลายสร้อยดอกหมาก ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือนโดยประมาณ และระดับการศึกษา พบว่า

3.1 ผู้บริโภคที่มีเพศแตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือลายสร้อยดอกหมาก โดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

3.2 ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือลายสร้อยดอกหมาก โดยรวมด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดไม่แตกต่างกัน ส่วนด้านราคามีระดับความคิดเห็นแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น จึงทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ตามวิธีของเซฟเฟ (Scheffe Method) พบว่า ผู้บริโภคที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกับ อายุระหว่าง 25-34 ปี และผู้บริโภคที่มีอายุระหว่าง 25-34 ปี มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกับ อายุระหว่าง 35-44 ปี อายุระหว่าง 45-54 ปี อายุระหว่าง 55-64 ปี และ อายุ 65 ปี ขึ้นไป

3.3 ผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสม

ทางการตลาดที่มีการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือลายสร้อยดอกหมาก โดยรวมด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดไม่แตกต่างกัน ส่วนด้านราคามีระดับความคิดเห็นแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น จึงทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ตามวิธีของเชฟเฟ (Scheffe Method) พบว่า ผู้บริโภคที่ประกอบอาชีพ รับราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกับประชาชนทั่วไปและอื่น ๆ

3.4 ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่อเดือนโดยประมาณแตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือลายสร้อยดอกหมาก โดยรวมด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และดำเนินการส่งเสริมการตลาดไม่แตกต่างกัน ส่วนด้านผลิตภัณฑ์ มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น จึงทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ตามวิธีของเชฟเฟ (Scheffe Method) พบว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่อเดือนโดยประมาณ 10,001 - 20,000 บาท มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกับ ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่อเดือนโดยประมาณ 20,001 - 30,000 บาท และรายได้ต่อเดือนโดยประมาณ 30,001 - 40,000 บาท

3.5 ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือลายสร้อยดอกหมาก โดยรวม ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ไม่แตกต่างกัน ส่วนด้านการส่งเสริมการตลาด มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น จึงทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ตามวิธีของเชฟเฟ (Scheffe Method) พบว่า ผู้บริโภคที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาและต่ำกว่า มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกับ ผู้บริโภคที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา ปวท/ ปวส

อภิปรายผล

จากผลการศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือลายสร้อยดอกหมาก ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ผู้วิจัยได้นำมาอภิปรายผลแยกเป็นประเด็นตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา ดังนี้

1. ความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือลายสร้อยดอกหมาก ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และ ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้บริโภคมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อในการส่งเสริมการตลาดในระดับสูงสุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าจังหวัดมหาสารคามได้ยกย่องผ้า

ไหมทอมือลายสร้อยดอกหมากให้เป็นลายผ้าประจำจังหวัด และได้ทำการประชาสัมพันธ์ไปยังประชาชนให้ได้รับทราบทั่วไป อีกทั้งจังหวัดมหาสารคามได้รณรงค์ให้หน่วยงานและองค์กรต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน รวมถึงประชาชนทั่วไป มีการใส่ผ้าไหมทอมือลายสร้อยดอกหมากในเทศกาลสำคัญ ๆ ต่าง ๆ จึงทำให้ผู้บริโภคให้คุณค่าต่อผ้าไหมลายสร้อยดอกหมาก ซึ่งผลวิจัยนี้เป็นไปตามแนวคิดของเสรี วงษ์มณฑา (2540) ที่ระบุว่า ผู้บริโภคที่ได้พบเห็นหรือได้รับการสื่อสารเกี่ยวกับสินค้าบ่อย ๆ หรือตลอดเวลา จะเกิดความคุ้นเคยกับสินค้านั้น ซึ่งความคุ้นเคยจะทำให้เกิดความชอบ ไว้วางใจ และนำไปสู่การตัดสินใจในที่สุด

ส่วนการตัดสินใจซื้อในด้านผลิตภัณฑ์นั้นอาจเนื่องมาจาก ผ้าไหมทอมือลายสร้อยดอกหมากเป็นผ้าพื้นเมืองที่มีลวดลายลักษณะเฉพาะเป็นเอกลักษณ์ ผู้บริโภคจึงให้ความสนใจในเรื่องของตัวผลิตภัณฑ์ เช่น ลวดลาย สี สัน เนื้อผ้า การนำผ้าไปแปรรูปให้มีความสวยงามเหมาะสมกับการใช้งานของแต่ละบุคคล และการส่งเสริมการตลาดเป็นที่ตั้ง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พนิตสุภา ธรรมประมวล (2544 : บทคัดย่อ) ที่ศึกษาพฤติกรรมการซื้อผ้าพื้นเมืองของผู้บริโภคในจังหวัดลพบุรี ที่พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อในแต่ละปัจจัยเรียงตามลำดับ คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านราคา และด้านสถานที่จัดจำหน่าย

2. การเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคามที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าไหมทอมือลายสร้อยดอกหมาก จำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือนโดยประมาณ ระดับการศึกษา และผลการทดสอบสมมติฐาน : ผู้บริโภคที่มีเพศอายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือนโดยประมาณ และระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ต่อการตัดสินใจซื้อผ้าไหมทอมือลายสร้อยดอกหมากแตกต่างกันทางสถิติที่ระดับ .05 พบว่า

2.1 ผู้บริโภคที่มีเพศแตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ต่อการตัดสินใจซื้อผ้าไหมทอมือลายสร้อยดอกหมาก ไม่แตกต่างกันทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งผลการวิจัยไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ผู้วิจัยตั้งไว้ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก ผ้าไหมทอมือลายสร้อยดอกหมากเป็นลายโบราณที่ไม่ได้จำกัดผู้ใช้เฉพาะเพศใดเพศหนึ่ง หากแต่สามารถนำไปใช้ได้ทุกเพศทุกวัย เมื่อประชาชนเกิดความเชื่อมั่นว่าผ้าไหมทอมือลายสร้อยดอกหมากเป็นสินค้าประจำจังหวัดมหาสารคาม และจำเป็นต้องนำมาใช้จากการณรงค์ของจังหวัดและภาครัฐ จึงมีการนำไปตัดเย็บเพื่อสวมใส่ทั้งชายและหญิง ดังนั้น การตัดสินใจซื้อผ้าไหมทอมือลายสร้อยดอกหมากจึงไม่จำกัดเพศ และการตัดสินใจซื้อจึงไม่แตกต่างกัน ซึ่งการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ มาลินี ฤกษ์ตุล (2550 : 88) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการ

ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค ในจังหวัด นครราชสีมา ที่พบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศแตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของ โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไม่แตกต่างกัน

นอกจากนี้ ผู้บริโภคที่มีอายุ อาชีพ รายได้ และระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีความ คิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดว่ามีผลต่อการตัดสินใจซื้อผ้าไหมทอมือลาย สร้อยดอกหมาก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งผลการวิจัยเป็นไปตาม สมมติฐานที่ผู้วิจัยตั้งไว้ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก การตัดสินใจของผู้ซื้อขึ้นอยู่กับพฤติกรรมทาง จิตวิทยา เช่น ความสนใจ บุคลิกภาพ รูปแบบการใช้ชีวิตของบุคคลที่มีวัยต่างกัน อาชีพต่างกัน รายได้ต่างกัน และระดับการศึกษาต่างกันย่อมมีลักษณะการตัดสินใจเลือกซื้อหรือใช้สินค้าที่ แตกต่างกันไป ทั้งนี้ ความหลากหลายเช่นนี้จะส่งผลในทางบวกให้ผู้ประกอบการสามารถพัฒนา สินค้าได้หลากหลายเพื่อตอบสนองความต้องการที่แตกต่างกัน ทำให้การพัฒนาสินค้ามีการ พัฒนาที่ดียิ่งขึ้น และสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้มากยิ่งขึ้น ผลการวิจัยนี้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ฤทัย ทาทอง (2555 : 64-65) ที่ศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภค เกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าโอท็อปกลุ่มผ้าไหม มัดหมี่ อำเภอนาเชือก จังหวัดมหาสารคาม ที่พบว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความ คิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าโอท็อปกลุ่ม ผ้าไหมมัดหมี่อำเภอนาเชือก จังหวัดมหาสารคาม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และสอดคล้องกับงานวิจัยของชนพล คล้ายรักษ์ (2551:65) ที่ศึกษาพฤติกรรมและการ ตัดสินใจเลือกซื้อผ้าไหมของผู้บริโภค ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่พบว่า ผู้บริโภคที่มีอายุ การศึกษา อาชีพแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าไหมของผู้บริโภคแตกต่างกันอย่าง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.50

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือลายสร้อยดอกหมาก ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ควรมีการส่งเสริมให้มีการผลิตอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะผ้าฝืนและเสื้อผ้า สำเร็จรูป เนื่องจากผลิตภัณฑ์เป็นที่นิยมของผู้บริโภคและผู้บริโภคสามารถนำไปตัดเย็บตาม รูปแบบที่ต้องการได้ รวมทั้งถ้าต้องการความสะดวกรวดเร็วในการใช้ผลิตภัณฑ์ประเภทเสื้อผ้า สำเร็จรูปจึงเป็นทางเลือกอีกทางหนึ่งที่เป็นไปได้

2. ควรมีการส่งเสริมความมีชื่อเสียงในผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือลายสร้อยดอกหมาก ของผู้ผลิต โดยการพัฒนาคุณภาพ การออกแบบ และรูปร่าง ลักษณะของผลิตภัณฑ์ ให้มีคุณภาพตามมาตรฐานและมีความทันสมัยมากยิ่งขึ้น
3. สำหรับโทนสีผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือลายสร้อยดอกหมาก เป็นสิ่งสำคัญต้อง สบายตามยุคตามสมัยและให้ตรงกับรสนิยมของผู้บริโภค
4. ควรมีการจัดวางสินค้าให้เป็นหมวดหมู่ของผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือลายสร้อยดอกหมาก ให้ง่ายต่อการเลือกซื้อ
5. ควรเน้นหรือให้ความสำคัญในเรื่องของความสวยงามของบรรจุภัณฑ์ที่ใช้ ห่อหุ้มผลิตภัณฑ์ไหมทอมือลายสร้อยดอกหมาก ให้มีความสวยงามทันสมัยสอดคล้องกับ รสนิยมของผู้บริโภค
6. ด้านการบริการที่ได้รับจากร้านจำหน่าย ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือลายสร้อยดอกหมาก ควรเน้นความประทับใจให้ผู้บริโภคเกิดความประทับใจควรมีการให้การรับประกัน ในเรื่องคุณภาพของผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือลายสร้อยดอกหมาก โดยมีการควบคุมมาตรฐาน การผลิตและมีตรารับประกันการค้าเพื่อให้ผู้บริโภคมั่นใจและเชื่อถือ

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือลายสร้อยดอกหมาก ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคามทำให้ทราบว่าปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือลายสร้อยดอกหมาก ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคามนั้นในแต่ละด้านเป็นอย่างไร มีความสำคัญ ต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้ามากน้อยอย่างไร การวิจัยในครั้งต่อไปควรทำการศึกษาในเชิง การพัฒนาองค์กรให้ดีขึ้น โดยใช้การวิจัยครั้งนี้เป็นฐาน นำข้อค้นพบเพื่อหาหนทางพัฒนา ปรับปรุงแก้ไขให้ดีขึ้น