

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่องความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเหตุผลด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าโอท็อปกลุ่มผ้าไหมมัดหมี่ อำเภอนาเชือก จังหวัดมหาสารคาม ซึ่งเป็นการศึกษาเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างที่เก็บรวบรวมข้อมูลเป็นผู้บริโภคที่ซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมัดหมี่จากกลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมมัดหมี่ อำเภอนาเชือก จังหวัดมหาสารคาม จำนวน 197 คน จากนั้นผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามตรวจสอบ ความสมบูรณ์ แล้วประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ และนำเสนอข้อมูลด้วย ตารางประกอบการบรรยายตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยตามขั้นตอน ดังนี้

1. สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล
2. ลำดับขั้นในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล
3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

\bar{X}	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ย
S.D.	แทน	ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน
F	แทน	สถิติทดสอบที่ใช้ในการพิจารณาใน F-distribution
df	แทน	ระดับความเป็นอิสระ (Degrees of Freedom)
SS	แทน	ผลรวมของค่าความเบี่ยงเบนยกกำลังสอง (Sum of Squares)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยผลรวมของความเบี่ยงเบนยกกำลังสอง (Mean Squares)

ลำดับขั้นในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเหตุผลด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าโอท็อปกลุ่มผ้าไหมมัดหมี่ อำเภอนาเชือก จังหวัดมหาสารคาม ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา และอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าโอท็อปกลุ่มผ้าไหมมัดหมี่ อำเภอนาเชือก จังหวัดมหาสารคาม

ตอนที่ 3 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าโอท็อปกลุ่มผ้าไหมมัดหมี่ อำเภอนาเชือก จังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามระดับการศึกษา และอาชีพ

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อเสนอแนะของผู้บริโภคเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนากระบวนการทางการตลาดสินค้าโอท็อปกลุ่มผ้าไหมมัดหมี่ อำเภอนาเชือก จังหวัดมหาสารคาม

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา และอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
1.1 ชาย	83	42.10
1.2 หญิง	114	57.90
รวม	197	100.00
2. อายุ		
2.1 ต่ำกว่า 25 ปี	4	2.00
2.2 25- 34 ปี	83	42.10
2.3 35-44 ปี	58	29.40
2.4 45-54 ปี	27	13.70
2.5 55-64 ปี	16	8.10
2.6 65 ปีขึ้นไป	9	4.60
รวม	197	100.00

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน(คน)	ร้อยละ
3. สถานภาพสมรส		
3.1 โสด	55	27.90
3.2 สมรส	124	62.90
3.3 แยกกันอยู่/หย่า/หย่าร้าง	18	9.10
รวม	197	100.00
4. ระดับการศึกษา		
4.1. มัธยมศึกษาและต่ำกว่า	72	36.50
4.2. อนุปริญญา/ปวท./ปวส.	62	31.50
4.3. ปริญญาตรีขึ้นไป	63	32.00
รวม	197	100.00
5. อาชีพ		
5.1 ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	74	37.60
5.2 ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	55	27.90
5.3 ประชาชนทั่วไป และอื่น ๆ	68	34.50
รวม	197	100.00

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 197 คน พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 57.90 ที่เหลือเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 42.10 มีอายุระหว่าง 25 - 34 ปี คิดเป็นร้อยละ 42.10 รองลงมาคือ อายุระหว่าง 35 - 44 ปี คิดเป็น ร้อยละ 29.40 ส่วนใหญ่ทำการสมรสแล้ว คิดเป็นร้อยละ 62.90 จบการศึกษาใกล้เคียงกันทั้ง 3 กลุ่ม คือ มัธยมศึกษาและต่ำกว่า อนุปริญญา/ปวท./ปวส. และปริญญาตรีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 36.50 31.50 และ 32.00 ตามลำดับ และการประกอบอาชีพก็ใกล้เคียงกันทั้ง 3 กลุ่ม คือ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว และประชาชนทั่วไป และอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 37.60 27.90 และ 34.50 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าโอท็อปกลุ่มผ้าไหมมัดหมี่อำเภอนาเชือก จังหวัดมหาสารคาม

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าโอท็อปกลุ่มผ้าไหมมัดหมี่ อำเภอนาเชือกจังหวัดมหาสารคาม โดยรวม และจำแนกเป็นรายด้าน

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำคัญที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า
1. ด้านผลิตภัณฑ์	3.61	0.63	มาก
2. ด้านราคา	3.49	0.97	ปานกลาง
3. ด้านการจัดจำหน่าย	3.62	0.55	มาก
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.78	1.27	มาก
โดยรวม	3.63	0.65	มาก

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าโอท็อปกลุ่มผ้าไหมมัดหมี่อำเภอนาเชือก จังหวัดมหาสารคาม โดยรวมและจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า ผู้บริโภคมีความคิดเห็นโดยรวมเกี่ยวกับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 4 ด้าน ที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าโอท็อปกลุ่มผ้าไหมมัดหมี่อำเภอนาเชือก จังหวัดมหาสารคาม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.63$) และเมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า มีด้านที่ผู้บริโภคมองว่ามีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าโอท็อปกลุ่มผ้าไหมมัดหมี่อำเภอนาเชือก จังหวัดมหาสารคาม อยู่ในระดับมาก 3 ด้าน โดยเรียงตามลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{X} = 3.78$) รองลงมาคือ ด้านการจัดจำหน่าย ($\bar{X} = 3.62$) และด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 3.61$) ส่วนด้านราคา ผู้บริโภคมองว่ามีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าโอท็อปกลุ่มผ้าไหมมัดหมี่อำเภอนาเชือกจังหวัดมหาสารคาม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.49$)

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าโอท็อปกลุ่ม ผ้าไหมมัดหมี่อำเภอนาเชือก จังหวัดมหาสารคาม ด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อ การตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า ด้านผลิตภัณฑ์	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น เกี่ยวกับความสำคัญ ที่มีต่อการตัดสินใจ เลือกซื้อสินค้า
1. สินค้ามีหลายประเภท	3.60	0.68	มาก
2. คุณภาพของเส้นไหม	4.08	0.79	มาก
3. ความสวยงามของลวดลายและสีสันทของผ้าไหม	3.79	0.69	มาก
4. มีสินค้าตัวอย่างโชว์ให้เห็นอย่างชัดเจน	3.50	0.73	ปานกลาง
5. ความหลากหลายของรูปแบบและลวดลายผ้าไหม	3.52	0.71	มาก
6. มีสินค้าใหม่มาแนะนำอย่างสม่ำเสมอ	3.52	0.82	มาก
7. มีการรับประกันคุณภาพของสินค้า	3.44	0.88	ปานกลาง
8. ความประณีตของการทอ	3.82	0.80	มาก
9. การได้รับรางวัลของผลิตภัณฑ์	3.50	0.77	ปานกลาง
10. มีเอกสารการดูแลผลิตภัณฑ์	3.35	0.77	ปานกลาง
โดยรวม	3.61	0.63	มาก

จากตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าโอท็อปกลุ่มผ้าไหมมัดหมี่อำเภอนาเชือก จังหวัดมหาสารคาม รายชื่อด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้บริโภคมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าโอท็อปกลุ่มผ้าไหมมัดหมี่อำเภอนาเชือกจังหวัดมหาสารคาม โดยส่วนใหญ่แล้วจะเห็นว่า มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ อยู่ในระดับมาก จำนวน 6 ข้อ คือ ข้อ 1 2 3 5 6 และ 8 ผู้บริโภคมีความคิดเห็นว่ามีค่าสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าโอท็อปกลุ่มผ้าไหมมัดหมี่ อำเภอนาเชือก จังหวัดมหาสารคาม อยู่ในระดับปานกลาง 3 ข้อ คือ ข้อ 4 7 และ 9 และมีความคิดเห็นว่ามีค่าสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าโอท็อปกลุ่มผ้าไหมมัดหมี่อำเภอนาเชือกจังหวัดมหาสารคาม อยู่ในระดับน้อย จำนวน 1 ข้อ คือ ข้อ 10 "มีเอกสารการดูแลผลิตภัณฑ์"

ตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าโอท็อปกลุ่ม ผ้าไหมมัดหมี่ อำเภอนาเชือก จังหวัดมหาสารคาม ด้านราคา

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าด้านราคา	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า	4.12	0.79	มาก
2. สินค้ามีหลายระดับราคา คือ ราคาสูง ราคาปานกลาง ราคาต่ำ	3.6091	0.79	มาก
3. มีป้ายบอกราคาที่ชัดเจนและถูกต้อง	3.60	0.84	มาก
4. มีสินค้าราคาแพง และคุณภาพดีจำหน่าย	2.82	1.06	ปานกลาง
5. ลดราคาเมื่อซื้อในปริมาณมาก	3.32	0.83	ปานกลาง
โดยรวม	3.49	0.97	ปานกลาง

จากตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าโอท็อปกลุ่มผ้าไหมมัดหมี่ อำเภอนาเชือก จังหวัดมหาสารคาม รายชื่อด้านราคา พบว่า ผู้บริโภคมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าโอท็อปกลุ่มผ้าไหมมัดหมี่อำเภอนาเชือกจังหวัดมหาสารคาม โดยส่วนใหญ่แล้วจะเห็นว่ามีส่วนต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ อยู่ในระดับมาก จำนวน 3 ข้อ คือ ข้อ 1 2 และ 3 ผู้บริโภคมีความคิดเห็นว่ามีค่าสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าโอท็อปกลุ่มผ้าไหมมัดหมี่ อำเภอนาเชือกจังหวัดมหาสารคาม อยู่ในระดับปานกลาง 2 ข้อ คือ ข้อ 4 และ 5

ตารางที่ 6 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าโอท็อปกลุ่ม ผ้าไหมมัดหมี่อำเภอนาเชือกจังหวัดมหาสารคาม ด้านการจัดจำหน่าย

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าด้านการจัดจำหน่าย	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. มีบริการจัดส่งสินค้าในกรณีที่ซื้อจำนวนมาก	3.38	0.82	ปานกลาง
2. การจัดเรียงสินค้าเป็นหมวดหมู่	3.61	0.87	มาก
3. จำหน่ายทั้งส่งและปลีก	3.57	0.74	มาก
4. เวลาเปิด-ปิดร้านที่เหมาะสม (09.00-20.00 น.)	3.73	0.82	มาก
5. พื้นที่ภายในร้านกว้างขวาง สะอาดและสว่าง	3.47	0.81	ปานกลาง
6. ป้ายชื่อร้านชัดเจน มองเห็นได้ง่าย	3.78	0.73	มาก
7. ทางเข้า-ออกร้านสะดวก	3.75	0.67	มาก
8. บรรยากาศร่มรื่นเย็นสบาย	3.67	0.79	มาก
9. มีที่จอดรถสำหรับลูกค้าอย่างเพียงพอ	3.55	0.78	มาก
โดยรวม	3.62	0.55	มาก

จากตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าโอท็อปกลุ่มผ้าไหมมัดหมี่ อำเภอ นาเชือก จังหวัดมหาสารคาม รายชื่อด้านการจัดจำหน่าย พบว่า ผู้บริโภคมีความคิดเห็นเกี่ยวกับ ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าโอท็อปกลุ่ม ผ้าไหมมัดหมี่อำเภอ นาเชือกจังหวัดมหาสารคาม โดยส่วนใหญ่แล้วจะเห็นว่ามีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ อยู่ในระดับมาก จำนวน 7 ข้อ คือ ข้อ 2 3 4 6 7 8 และ 9 ส่วนผู้บริโภคมองว่ามีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าโอท็อปกลุ่มผ้าไหมมัดหมี่อำเภอ นาเชือก จังหวัดมหาสารคาม อยู่ในระดับปานกลาง 2 ข้อ คือ ข้อ 1 และ 5

ตารางที่ 7 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าโอท็อปกลุ่มผ้าไหมมัดหมี่อำเภอนาเชือกจังหวัดมหาสารคาม ด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าด้านการส่งเสริมการตลาด	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. มีการโฆษณาสินค้าผ่านสื่อต่าง ๆ	3.34	0.80	ปานกลาง
2. มีแคตตาล็อกสินค้าที่พร้อมให้บริการภายในร้าน	3.19	0.85	ปานกลาง
3. มีการจัดรายการลดราคาสินค้าในโอกาสพิเศษ เช่น ปีใหม่ วันแม่ วันพ่อ เป็นต้น	3.94	0.86	มาก
4. มีการแสดงสินค้าตามงานต่าง ๆ	3.68	0.77	มาก
5. พนักงานเป็นกันเองกับลูกค้า	3.74	0.76	มาก
6. พนักงานมีความรู้ในสินค้าสามารถแนะนำสินค้าได้	4.77	0.73	มากที่สุด
7. พนักงานให้บริการด้วยความเต็มใจ	3.87	0.72	มาก
8. พนักงานบริการด้วยความสุภาพ	3.64	0.74	มาก
โดยรวม	3.78	1.27	มาก

จากตารางที่ 7 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าโอท็อปกลุ่มผ้าไหมมัดหมี่อำเภอนาเชือกจังหวัดมหาสารคาม รายชื่อด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้บริโภคมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าโอท็อปกลุ่มผ้าไหมมัดหมี่อำเภอนาเชือกจังหวัดมหาสารคาม โดยส่วนใหญ่แล้วจะเห็นว่ามีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ อยู่ในระดับมาก จำนวน 6 ข้อ คือ ข้อ 3 4 5 6 7 และ 8 ส่วนผู้บริโภครมีความคิดเห็นว่ามีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าโอท็อปกลุ่มผ้าไหมมัดหมี่อำเภอนาเชือก จังหวัดมหาสารคาม อยู่ในระดับปานกลาง 2 ข้อ คือ ข้อ 1 และ 2

ตอนที่ 3 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าโอท็อปกลุ่มผ้าไหมมัดหมี่อำเภอนาเชือก จังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามระดับการศึกษา และอาชีพ

ตารางที่ 8 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าโอท็อปกลุ่มผ้าไหมมัดหมี่อำเภอนาเชือก จังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามระดับการศึกษา

แหล่งความแปรปรวน	SS	Df	MS	F	Sig
ระหว่างกลุ่ม	.107	2	.054	0.12	.88
ภายในกลุ่ม	83.796	194	.432		
รวม	83.903	196			

จากตารางที่ 8 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าโอท็อปกลุ่มผ้าไหมมัดหมี่อำเภอนาเชือก จังหวัดมหาสารคามจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าโอท็อปกลุ่มผ้าไหมมัดหมี่อำเภอนาเชือก จังหวัดมหาสารคาม ไม่แตกต่างกันทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 9 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าโอท็อปกลุ่มผ้าไหมมัดหมี่อำเภอนาเชือก จังหวัดมหาสารคามจำแนกตามอาชีพ

ด้าน	แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
โดยรวม	Between Groups	11.60	2	5.80	15.57	.00*
	Within Groups	72.29	194	0.37		
	Total	83.90	196			
ผลิตภัณฑ์	Between Groups	7.81	2	3.90	10.87	.00*
	Within Groups	69.72	194	0.35		
	Total	77.54	196			
ราคา	Between Groups	21.13	2	10.56	12.39	.00*
	Within Groups	165.47	194	0.85		
	Total	186.60	196			
จำหน่าย	Between Groups	1.55	2	0.77	2.58	.078
	Within Groups	58.42	194	0.30		
	Total	59.98	196			
ตลาด	Between Groups	28.71	2	14.35	9.65	.00*
	Within Groups	288.49	194	1.48		
	Total	317.21	196			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 9 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าโอท็อปกลุ่มผ้าไหมมัดหมี่อำเภอนาเชือก จังหวัดมหาสารคามจำแนกตามกลุ่มอาชีพ พบว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าโอท็อปกลุ่มผ้าไหมมัดหมี่อำเภอนาเชือก จังหวัดมหาสารคามแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในด้านผลิตภัณฑ์ ราคา และการส่งเสริมการตลาด

ส่วนด้านการจัดจำหน่าย ที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าโอท็อปกลุ่มผ้าไหมมัดหมี่อำเภอนาเชือก จังหวัดมหาสารคาม ไม่แตกต่างกันทางสถิติที่ระดับ .05

แสดงว่าอย่างน้อยต้องมีอาชีพผู้ใดกลุ่มหนึ่งมีความคิดเห็นแตกต่างกันใน 3 ด้านดังกล่าว ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายกลุ่มต่อใน 3 ด้านคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา และการส่งเสริมการตลาด โดยใช้วิธี LSD. (Least Significant Difference) ตามที่แสดงในตารางที่ 10 - 12

ตารางที่ 10 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็นเป็นรายกลุ่มของค่าเฉลี่ยด้านผลิตภัณฑ์ ของกลุ่มที่มีอาชีพแตกต่างกัน

อาชีพ	\bar{X}	อาชีพ		
		ข้าราชการฯ	ค้าขายฯ	ประชาชนฯ
		3.36	3.82	3.72
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.36	-	.00*	.00*
ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	3.82		-	0.38
ประชาชนทั่วไปและอื่น ๆ	3.72			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 10 พบว่า กลุ่มอาชีพข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ว่ามีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าโอท็อปกลุ่มผ้าไหมมัดหมี่อำเภอนาเชือก จังหวัดมหาสารคามแตกต่างจาก อาชีพค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว และประชาชนทั่วไปและอื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มอาชีพค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว และประชาชนทั่วไปและอื่น ๆ มีความคิดเห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าโอท็อปกลุ่มผ้าไหมมัดหมี่อำเภอนาเชือก จังหวัดมหาสารคามมากกว่ากลุ่มข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

ส่วนกลุ่มอาชีพค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว และ ประชาชนทั่วไปและอื่น ๆ มีความคิดเห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าโอท็อปกลุ่มผ้าไหมมัดหมี่อำเภอนาเชือก จังหวัดมหาสารคามไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 11 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็นเป็นรายคู่ของค่าเฉลี่ย ด้านราคาของกลุ่มที่มีอาชีพแตกต่างกัน

อาชีพ	\bar{X}	อาชีพ		
		ข้าราชการฯ	ค้าขายฯ	ประชาชนฯ
		3.17	3.98	3.45
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.17	-	.00*	.07
ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	3.98		-	.00*
ประชาชนทั่วไปและอื่น ๆ	3.45			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 11 พบว่า กลุ่มอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และประชาชนทั่วไปและอื่น ๆ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าโอท็อปกลุ่มผ้าไหมมัดหมี่อำเภอนาเชือก จังหวัดมหาสารคามแตกต่างจาก อาชีพค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว มีความคิดเห็นว่าปัจจัยด้านราคา มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าโอท็อปกลุ่มผ้าไหมมัดหมี่อำเภอนาเชือก จังหวัดมหาสารคามมากกว่ากลุ่มค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว

ส่วนกลุ่มอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และประชาชนทั่วไปและอื่น ๆ มีความคิดเห็นว่าปัจจัยด้านราคา มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าโอท็อปกลุ่มผ้าไหมมัดหมี่อำเภอนาเชือก จังหวัดมหาสารคาม ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 12 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็นเป็นรายคู่ของค่าเฉลี่ย ด้านกา
ส่งเสริมการตลาด ของกลุ่มที่มีอาชีพแตกต่างกัน

อาชีพ	\bar{X}	อาชีพ		
		ข้าราชการฯ	ค้าขายฯ	ประชาชนฯ
		3.43	4.37	3.66
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.43	-	.00*	0.26
ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	4.37		-	.00*
ประชาชนทั่วไปและอื่น ๆ	3.66			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 12 พบว่า กลุ่มอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และประชาชนทั่วไป และอื่น ๆ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด ว่ามีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าโอท็อปกลุ่มผ้าไหมมัดหมี่อำเภอนาเชือก จังหวัดมหาสารคาม แตกต่างจาก อาชีพค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดย กลุ่มอาชีพค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว มีความคิดเห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าโอท็อปกลุ่มผ้าไหมมัดหมี่อำเภอนาเชือก จังหวัดมหาสารคามมากกว่ากลุ่มค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว

ส่วนกลุ่มอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และประชาชนทั่วไปและอื่น ๆ มีความคิดเห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าโอท็อปกลุ่มผ้าไหมมัดหมี่อำเภอนาเชือก จังหวัดมหาสารคาม ไม่แตกต่างกัน

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อเสนอแนะของผู้บริโภคเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนา
กระบวนการทางการตลาดสินค้าโอท็อปกลุ่มผ้าไหมมัดหมี่อำเภอนาเชือก จังหวัดมหาสารคาม
ตารางที่ 13 จำนวนข้อเสนอแนะของผู้บริโภคเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนากระบวนการทาง
การตลาดสินค้าโอท็อปกลุ่มผ้าไหมมัดหมี่อำเภอนาเชือก จังหวัดมหาสารคาม

ข้อเสนอแนะ	จำนวน
1. ด้านผลิตภัณฑ์	
1.1 อยากรให้มีผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ หลายรูปแบบมาให้ลูกค้าเลือก	69
1.2 ควรปรับปรุงการทอผ้าไหมด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัยยิ่งขึ้น	54
1.3 ควรปรับปรุงลดลายการทอผ้าไหมให้ทันสมัย แปลกใหม่	53
1.4 ควรทำบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามประทับใจเพื่อดึงดูดลูกค้า	46
1.5 เน้นการใช้เส้นไหมแท้	42
1.6 ควรผลิตผ้าไหมที่มีคุณภาพระดับสากล	37
2. ด้านราคา	
2.1 ให้ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของตัวสินค้า	64
2.2 ราคาไม่ควรแพงเกินไป	62
2.3 ควรตั้งราคาให้มาตรฐาน	55
2.4 ให้ลดราคาลงอีกเพื่อจูงใจลูกค้า	53
3. ด้านการจัดจำหน่าย	
3.1 ควรออกร้านจำหน่ายในงานต่าง ๆ	58
3.2 สถานที่จำหน่ายควรอยู่ใจกลางชุมชน และขายตลอดเวลา	52
3.3 ควรส่งไปจำหน่ายตามร้านค้าในหมู่บ้านต่าง ๆ	47
3.4 ควรมีป้ายบอกราคาชัดเจน	35
3.5 ควรมีวิธีการรักษา และถนอมผ้าไหม	21
3.6 ควรขยายร้านให้กว้างออกมากกว่านี้	15
3.7 ควรให้สินค้าจากกลุ่มแม่บ้านอื่น ๆ ในอำเภอมาวางขายด้วย	7
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	
4.1 ควรมีการประชาสัมพันธ์ผ้าไหมให้เป็นที่รู้จักมากขึ้นผ่านสื่อต่าง ๆ	79

ข้อเสนอแนะ	จำนวน
4.2 ควรส่งเสริมให้มีการขยายตลาดจำหน่ายผ้าไหมทั้งในและต่างประเทศมากขึ้น	50
4.3 ควรมีแคตตาล็อกผ้าไหมให้ลูกค้าเลือก	45
4.4 ควรรณรงค์ และส่งเสริมให้มีกิจกรรมการนุ่งผ้าไหมในส่วนราชการ หรือ กลุ่มมวลชนมากยิ่งขึ้น	22
4.5 พนักงานขายควรยิ้มแย้มเป็นกันเองกับลูกค้า	19
4.6 ควรเพิ่มรูปแบบการขายที่หลากหลายเพื่อเพิ่มยอดขาย	11

จากตารางที่ 13 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามได้ให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนากระบวนการทางการตลาดสินค้าโอท็อปกลุ่มผ้าไหมมัดหมี่อำเภอนาเชือก จังหวัดมหาสารคาม ในด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ ส่วนใหญ่ของผู้ตอบแบบสอบถามอยากให้ผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ หลากรูปแบบมาให้ลูกค้าเลือก ส่วนประเด็นที่รอง ๆ ลงมามากจะเป็นเรื่องเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ทันสมัย แปลกใหม่ มีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม ผลิตภัณฑ์มีมาตรฐานสากล
2. ด้านราคา ส่วนใหญ่ของผู้ตอบแบบสอบถามจะตอบคล้ายคลึงกันคือ อยากให้เหมาะสมกับคุณภาพของตัวสินค้า ราคาไม่ควรแพงเกินไป ควรลดราคาลงมาอีก
3. ด้านการจัดจำหน่าย ส่วนใหญ่ของผู้ตอบแบบสอบถามอยากให้ออกร้านจำหน่ายผ้าไหมในงานต่าง ๆ ส่วนประเด็นที่รอง ๆ ลงมามากจะเป็นเรื่องเกี่ยวกับอยากให้ตั้งร้านค้าอยู่ใจกลางชุมชนเพื่อจะได้ขายอย่างต่อเนื่องตลอดเวลา สะดวกต่อการไปซื้อสินค้า และเน้นให้ร่วมมือกับกลุ่มแม่บ้านอื่น ๆ ให้เอาสินค้าต่าง ๆ มาวางขายด้วยกัน
4. ด้านการตลาด ส่วนใหญ่ของผู้ตอบแบบสอบถามอยากให้มีการประชาสัมพันธ์ผ้าไหมให้เป็นที่รู้จักมากขึ้นผ่านสื่อต่าง ๆ ส่วนประเด็นที่รอง ๆ ลงมามากจะเป็นเรื่องเกี่ยวกับอยากให้ส่งเสริมให้มีการขยายตลาดจำหน่ายผ้าไหมทั้งในและต่างประเทศมากขึ้น เป็นต้น