

## บทที่ 5

### สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าไอทีของกลุ่มผ้าไหมมัดหมี่ อำเภอนาเชือก จังหวัดมหาสารคาม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าไอทีของกลุ่มผ้าไหมมัดหมี่อำเภอนาเชือก จังหวัดมหาสารคาม เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าไอทีของกลุ่มผ้าไหมมัดหมี่อำเภอนาเชือก จังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามระดับการศึกษา และอาชีพ และศึกษาข้อเสนอแนะของผู้บริโภคเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนากระบวนการทางการตลาดสินค้าไอทีของกลุ่มผ้าไหมมัดหมี่อำเภอนาเชือก จังหวัดมหาสารคาม โดยมีสมมุติฐานในการวิจัยว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษา และอาชีพแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าไอทีของกลุ่มผ้าไหมมัดหมี่อำเภอนาเชือก จังหวัดมหาสารคาม แตกต่างกัน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้บริโภคที่ซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมัดหมี่จากกลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมมัดหมี่อำเภอนาเชือก จังหวัดมหาสารคาม จำนวน 197 คน ซึ่งขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้มาจากการคำนวณโดยใช้สูตรของทาโร ยามานะ (Taro Yamane, 1973 : 727) จากนั้นใช้การสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่าแล้วทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ สถิติที่ใช้ ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบสมมติฐานใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่โดยใช้วิธี LSD. (Least Significant Difference)

#### สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าไอทีของกลุ่มผ้าไหมมัดหมี่ อำเภอนาเชือก จังหวัดมหาสารคาม ปรากฏผลการวิจัย ดังนี้

1. ระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าไอทีของกลุ่มผ้าไหมมัดหมี่อำเภอนาเชือก จังหวัดมหาสารคาม

โดยรวมและจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า ผู้บริโภคมีความคิดเห็นโดยรวมเกี่ยวกับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 4 ด้าน ว่ามีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าโอท็อปกลุ่มผ้าไหมมัดหมี่อำเภอนาเชือก จังหวัดมหาสารคาม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.63$ ) และเมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า มีด้านที่ผู้บริโภคมีความคิดเห็นว่ามีสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าโอท็อปกลุ่มผ้าไหมมัดหมี่อำเภอนาเชือกจังหวัดมหาสารคาม อยู่ในระดับมาก 3 ด้าน โดยเรียงตามลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ( $\bar{X} = 3.78$ ) ด้านการจัดจำหน่าย ( $\bar{X} = 3.62$ ) และด้านผลิตภัณฑ์ ( $\bar{X} = 3.61$ ) ส่วนด้านราคา ผู้บริโภคมีความคิดเห็นว่ามีสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าโอท็อปกลุ่มผ้าไหมมัดหมี่อำเภอนาเชือก จังหวัดมหาสารคาม อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.49$ )

2. ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าโอท็อปกลุ่มผ้าไหมมัดหมี่อำเภอนาเชือก จังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามระดับการศึกษา และอาชีพ พบว่า

2.1 ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดว่ามีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าโอท็อปกลุ่มผ้าไหมมัดหมี่อำเภอนาเชือก จังหวัดมหาสารคาม ไม่แตกต่างกันทางสถิติที่ระดับ .05

2.2 ผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดว่ามีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าโอท็อปกลุ่มผ้าไหมมัดหมี่อำเภอนาเชือก จังหวัดมหาสารคาม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในด้านผลิตภัณฑ์ ราคา และการส่งเสริมการตลาด

โดยมีรายละเอียดผลการทดสอบเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ดังนี้

### 2.2.1 ด้านผลิตภัณฑ์

กลุ่มอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ว่ามีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าโอท็อปกลุ่มผ้าไหมมัดหมี่อำเภอนาเชือก จังหวัดมหาสารคาม แตกต่างจาก อาชีพค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว และ ประชาชนทั่วไปและอื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มอาชีพค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว และ ประชาชนทั่วไปและอื่น ๆ มีความคิดเห็นว่างปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าโอท็อปกลุ่มผ้าไหมมัดหมี่อำเภอนาเชือก จังหวัดมหาสารคามมากกว่ากลุ่มข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

### 2.2.2 ด้านราคา

กลุ่มอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และประชาชนทั่วไปและอื่น ๆ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคาว่ามีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าโอท็อปกลุ่มผ้าไหมมัดหมี่อำเภอนาเชือก จังหวัดมหาสารคามแตกต่างจาก อาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดย กลุ่มอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว มีความคิดเห็นว่าปัจจัยด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าโอท็อปกลุ่มผ้าไหมมัดหมี่อำเภอ นาเชือก จังหวัดมหาสารคาม มากกว่ากลุ่มอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และประชาชน ทั่วไปและอื่น ๆ

### 2.2.3 ด้านการส่งเสริมการตลาด

กลุ่มอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และประชาชนทั่วไปและอื่น ๆ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด ว่ามีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าโอท็อปกลุ่มผ้าไหมมัดหมี่อำเภอ นาเชือก จังหวัดมหาสารคามแตกต่างจาก อาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดย กลุ่มอาชีพค้าขาย/ธุรกิจ ส่วนตัว มีความคิดเห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า โอท็อปกลุ่มผ้าไหมมัดหมี่อำเภอ นาเชือก จังหวัดมหาสารคามมากกว่ากลุ่มอาชีพข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และประชาชนทั่วไปและอื่น ๆ

### 2.2.4 ด้านการจัดจำหน่าย

กลุ่มแม่บ้านที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสม ทางการตลาดว่ามีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าโอท็อปกลุ่มผ้าไหมมัดหมี่อำเภอ นาเชือก จังหวัดมหาสารคาม ไม่แตกต่างกันทางสถิติที่ระดับ .05

3. ข้อเสนอแนะของผู้บริโภคเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนากระบวนการทางการตลาด สินค้าโอท็อปกลุ่มผ้าไหมมัดหมี่อำเภอ นาเชือก จังหวัดมหาสารคาม ในด้านต่าง ๆ ดังนี้

3.1 ด้านผลิตภัณฑ์ ส่วนใหญ่ของผู้ตอบแบบสอบถามอยากให้ผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ หลากรูปแบบมาให้ลูกค้าเลือก ส่วนประเด็นที่รอง ๆ ลงมามักจะเป็นเรื่องเกี่ยวกับการพัฒนา ผลิตภัณฑ์ให้ทันสมัย แปลกใหม่ มีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม ผลิตภัณฑ์มีมาตรฐานสากล

3.2 ด้านราคา ส่วนใหญ่ของผู้ตอบแบบสอบถามจะตอบคล้ายคลึงกัน คือ อยาก ให้เหมาะสมกับคุณภาพของตัวสินค้า ราคาไม่ควรแพงเกินไป ควรลดราคาลงมาอีก

3.3 ด้านการจัดจำหน่าย ส่วนใหญ่ของผู้ตอบแบบสอบถามให้ออกร้าน จำหน่ายผ้าไหมในงานต่าง ๆ ส่วนประเด็นที่รอง ๆ ลงมามักจะเป็นเรื่องเกี่ยวกับอยากให้ออกร้านค้า

อยู่ใจกลางชุมชน เพื่อจะได้ขายอย่างต่อเนื่องตลอดเวลา สะดวกต่อการไปซื้อสินค้า และเน้นให้ร่วมมือกับกลุ่มแม่บ้านอื่น ๆ ให้เอาสินค้าต่าง ๆ มาวางขายด้วยกัน

3.4 ด้านการตลาด ส่วนใหญ่ของผู้ตอบแบบสอบถามอยากให้มีการประชาสัมพันธ์ผ้าไหมให้เป็นที่รู้จักมากขึ้นผ่านสื่อต่าง ๆ ส่วนประเด็นที่รอง ๆ ลงมามักจะเป็นเรื่องเกี่ยวกับอยากให้ส่งเสริมให้มีการขยายตลาดจำหน่ายผ้าไหมทั้งในและต่างประเทศมากขึ้น

## อภิปรายผล

จากการวิจัย เรื่อง การศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าโอท็อปกลุ่มผ้าไหมมัดหมี่ อำเภอนาเชือก จังหวัดมหาสารคาม ผู้วิจัยได้นำผลการวิจัยมาอภิปรายผลดังนี้

**สมมติฐานที่ 1 “ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าโอท็อปกลุ่มผ้าไหมมัดหมี่อำเภอนาเชือก จังหวัดมหาสารคามแตกต่างกัน”**

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า “ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าโอท็อปกลุ่มผ้าไหมมัดหมี่อำเภอนาเชือก จังหวัดมหาสารคาม ไม่แตกต่างกันทางสถิติที่ระดับ .05”

ซึ่งผลการวิจัยไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ผู้วิจัยตั้งไว้ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด หรือ 4 P's ประกอบด้วยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยด้านราคา (Price) ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (Place) และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นสิ่งที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในความคิดเห็นของผู้บริโภค โดยทั่วไป แม้จะมีระดับการศึกษาแตกต่างกัน โดยรวมแล้วมีสิ่งที่เห็นว่ามีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าไหมในระดับมากบ้าง ปานกลางบ้าง หรือน้อยบ้าง คละกันไปในแต่ละกลุ่มระดับการศึกษา ความคิดเห็นไม่แบ่งแยกกันไปตามระดับการศึกษา ดังนั้นค่าคะแนนเฉลี่ยที่เกิดขึ้นจากแต่ละกลุ่มระดับการศึกษา จึงไม่แตกต่างกันมากพอที่จะพบความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด หรือ 4 P's นั้นมีความสำคัญทั้ง 4 ด้านในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าไหมในความคิดเห็นของกลุ่มผู้บริโภคทุกระดับการศึกษา ผลการวิจัยนี้ช่วยยืนยันว่าการที่จะประกอบธุรกิจการขายผ้าไหมให้ประสบความสำเร็จนั้น เมื่อพิจารณาจากกลุ่มผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาต่าง ๆ แล้ว ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด หรือ 4 P's มีความจำเป็นที่ผู้ประกอบการจะต้องคำนึงถึงทั้ง 4 ด้าน ไม่ใช่เฉพาะด้านใดด้านหนึ่ง ซึ่งผลการวิจัยในประเด็นเดียวกันนี้ในประเทศไทย ยังไม่พบว่ามีผู้วิจัยอื่น ๆ ได้ศึกษาไว้จึงไม่สามารถนำผลการศึกษาอื่น ๆ มาเทียบเคียงได้

**สมมติฐานที่ 2 “ผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าโอท็อปกลุ่มผ้าไหมมัดหมี่ อำเภอนาเชือก จังหวัดมหาสารคาม แตกต่างกัน”**

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าโอท็อปกลุ่มผ้าไหมมัดหมี่ อำเภอนาเชือก จังหวัดมหาสารคามแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในด้านผลิตภัณฑ์ราคา และการส่งเสริมการตลาด ซึ่งผลการวิจัยเป็นไปตามสมมติฐานที่ผู้วิจัยตั้งไว้

ผลการวิจัยเป็นไปตามสมมติฐานที่ผู้วิจัยตั้งไว้ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดหรือ 4 P's ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยด้านราคา (Price) ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (Place) และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นสิ่งที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในความคิดเห็นของผู้บริโภค แตกต่างกันไปในแต่ละกลุ่มอาชีพของผู้บริโภค ซึ่งอาชีพที่ทำการศึกษารวมหรือใช้ในการแบ่งกลุ่มในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย กลุ่มอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ กลุ่มอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว และประชาชนทั่วไปและอื่น ๆ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 4 ด้านแล้ว จะเห็นได้ว่าในด้านผลิตภัณฑ์นั้น กลุ่มอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว และประชาชนทั่วไปและอื่น ๆ จะมีความคิดเห็นว่ามีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งประเด็นของข้อคำถามในด้านนี้จะเกี่ยวข้องกับตัวสินค้าต้องมีคุณภาพ สวยงาม มีรูปแบบหลากหลายให้เลือกซื้อ มีมาตรฐาน ซึ่งแสดงให้เห็นกลุ่มอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว ใส่ใจในตัวสินค้าคุณภาพสินค้าสูงกว่ากลุ่มอาชีพอื่น ๆ ถ้าหากจะวิเคราะห์ถึงความสามารถในการซื้อสินค้าแล้ว กลุ่มอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว น่าจะเป็นกลุ่มที่มีรายได้มากกว่ากลุ่มอาชีพอื่น ๆ ดังนั้นจึงมีความคิดเห็นว่าคุณภาพสินค้าแล้ว ตัวสินค้า คุณภาพ ความสวยงามของสินค้ามีส่วนสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้ามากกว่ากลุ่มอาชีพอื่น ๆ ขณะที่กลุ่มอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจให้ความสำคัญกับด้านผลิตภัณฑ์ ความสวยงาม ความมีคุณภาพของตัวสินค้าน้อยกว่ากลุ่มอาชีพอื่น ๆ

ในด้านราคาและด้านการส่งเสริมการตลาด ผลการวิจัยจะมีลักษณะที่คล้ายคลึงกันคือ กลุ่มอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว จะมีความคิดเห็นว่าคุณภาพสินค้า มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้ามากกว่ากลุ่มอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และประชาชนทั่วไปและอื่น ๆ ซึ่งการที่ความคิดเห็นของกลุ่มอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และประชาชนทั่วไปและอื่น แตกต่างจากความคิดเห็นของกลุ่มอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว ในความสำคัญที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าผ้าไหมมัดหมี่นั้น น่าจะมีผลส่วนหนึ่งมาจากฐานะทางเศรษฐกิจ ความสามารถในการ

การจับจ่ายซื้อสินค้าที่แตกต่างกันของกลุ่มอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว ที่อาจจะมีมากกว่ากลุ่มอาชีพ อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และประชาชนทั่วไป และอื่น ๆ ซึ่งผลการวิจัยในประเด็น เดียวกันนี้ในประเทศไทย ยังไม่พบว่า มีผู้วิจัยอื่น ๆ ได้ศึกษาไว้จึงไม่สามารถนำผลการศึกษานี้ มาเทียบเคียงได้

## ข้อเสนอแนะ

### 1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

จากผลการวิจัยในประเด็นที่ผู้บริโภคมีความคิดเห็นว่าเรื่องที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกซื้อไม่มากนัก เช่น มีสินค้าราคาแพง และคุณภาพดีจำหน่าย ( $\bar{X} = 2.82$ ) มีเอกสาร การดูแลผลิตภัณฑ์ ( $\bar{X} = 3.35$ ) มีแคตตาล็อกสินค้าที่พร้อมให้บริการภายในร้าน ( $\bar{X} = 3.19$ ) ฯลฯ ซึ่งประเด็นเหล่านี้ กลุ่มผ้าไหมมัดหมี่ อำเภอนาเชือก จังหวัดมหาสารคาม อาจจะไม่ต้องการ ให้ความสนใจในการพัฒนาปรับปรุงแก้ไข เพราะผู้บริโภคไม่เน้นความสำคัญที่จะส่งผลกระทบต่อ การตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า

ส่วนผลการวิจัยที่ผู้บริโภคเห็นว่ามีความสำคัญที่จะส่งผลกระทบต่อ การตัดสินใจเลือกซื้อ สินค้า เช่น คุณภาพของเส้นไหม ( $\bar{X} = 4.08$ ) ราคาเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า ( $\bar{X} = 4.12$ ) พนักงาน มีความรู้ในสินค้าสามารถแนะนำสินค้าได้ ( $\bar{X} = 4.77$ ) ฯลฯ เป็นประเด็นที่กลุ่มผ้าไหมมัดหมี่ อำเภอ นาเชือก จังหวัดมหาสารคาม ควรจะต้องให้ความสนใจในการพัฒนา ปรับปรุง แก้ไข ให้ดีขึ้น เพราะผู้บริโภคจะตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าด้วยเรื่องเหล่านี้ และควรพัฒนาพนักงานให้มีความรู้ใน การแนะนำสินค้า

### 2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสม ทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าโอท็อปกลุ่มผ้าไหมมัดหมี่ อำเภอ นาเชือก จังหวัด มหาสารคาม ทำให้ทราบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า โอท็อปกลุ่มผ้าไหมมัดหมี่นั้นในแต่ละด้านเป็นอย่างไร มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ สินค้ามากน้อยอย่างไร การวิจัยในครั้งต่อไปควรทำการศึกษาในเชิงการพัฒนางองค์กรให้ดีขึ้น โดยใช้การวิจัยครั้งนี้เป็นฐาน นำข้อค้นพบมาหาทางพัฒนา ปรับปรุงแก้ไขให้ดีขึ้น