

ชื่อเรื่อง **ความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของกลุ่ม
ผลิตภัณฑ์สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมัดหมี่ อำเภอลำดวน
จังหวัดมหาสารคาม**

ผู้วิจัย **ปิยวาท กิจจินดาโอภาส** **ปริญญา บธ.ม. (บริหารธุรกิจ)**

กรรมการที่ปรึกษา **อาจารย์ ดร. อัจฉรพร เฉลิมชีวิต** **ประธานกรรมการ**
ผศ. ว่าที่ร้อยตรี ดร. อรุณ ชูกระเดื่อง **กรรมการ**

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม 2557

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัยส่วน
ประสมทางการตลาดบริการของกลุ่มผลิตภัณฑ์สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ผ้าไหมมัดหมี่
เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของกลุ่ม
ผลิตภัณฑ์สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ผ้าไหมมัดหมี่ จำแนกตามระดับการศึกษา และอาชีพ
เพื่อศึกษาข้อเสนอแนะความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ
ของกลุ่มผลิตภัณฑ์สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ผ้าไหมมัดหมี่ กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริโภคที่ซื้อ
ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมัดหมี่จากกลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมมัดหมี่ อำเภอลำดวน จังหวัดมหาสารคาม จำนวน
197 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า ซึ่งมีค่า
ความเชื่อมั่น เท่ากับ .917 สถิติที่ใช้ ได้แก่ ความถี่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ
วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว

ผลการศึกษาพบว่า

1. ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
บริการของกลุ่มผลิตภัณฑ์สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ผ้าไหมมัดหมี่ อำเภอลำดวน จังหวัด
มหาสารคาม พบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ
ของกลุ่มผลิตภัณฑ์สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ผ้าไหมมัดหมี่ อำเภอลำดวน จังหวัด
มหาสารคาม อยู่ในระดับมาก
2. ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทาง
การตลาดบริการของกลุ่มผลิตภัณฑ์สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ผ้าไหมมัดหมี่ อำเภอลำดวน
จังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามระดับการศึกษา และอาชีพ

2.1 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริ โภคเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของกลุ่มผลิตภัณฑ์สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ผ้าไหมมัดหมี่ อำเภอวาปีปทุม จังหวัดมหาสารคาม ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน วิเคราะห์ความแปรปรวน พบว่า โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 พบว่า การศึกษาระดับมัธยมศึกษาหรือต่ำกว่า แตกต่างกับการศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวท./ปวส. การศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวท./ปวส. แตกต่างกับการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป

2.2 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริ โภคเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของกลุ่มผลิตภัณฑ์สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ผ้าไหมมัดหมี่ อำเภอวาปีปทุม จังหวัดมหาสารคาม ที่มีอาชีพแตกต่างกัน อย่าง ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. ข้อเสนอแนะความคิดเห็นของผู้บริ โภคเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของกลุ่มผลิตภัณฑ์สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ผ้าไหมมัดหมี่ อำเภอวาปีปทุม จังหวัดมหาสารคาม ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ข้อเสนอแนะ โดยเรียงลำดับความถี่จากมากไปหาน้อย 3 ลำดับ คือ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ (ผ้าไหมมัดหมี่) และด้านกระบวนการให้บริการตามลำดับ



TITLE: The Consumer Opinion toward Markets Mix Factors for Service of OTOP Mud Mee Silk Products, Wapi Pathum District, Maha Sarakham Province

AUTHOR: Piyanuch Kijjindaophas **DEGREE:** M.B.A. (Business Administration)

ADVISORS: Dr. Atcharaporn Chalermchit Chairpersen
Asst. Prof. Dr. Aran Suikradueng Committee

RAJABHAT MAHA SARAKHAM UNIVERSITY, 2014

ABSTRACT

The objectives of this research were to study 1. the opinion of consumers toward markets mixer factors for service of OTOP products of Mud Mee Silk, Wapi Pathum district, Maha Sarakham province 2. to compare the opinion of the consumers towards the factors reason mixer of the market for service of OTOP products of Mud Mee silk, Wapi Pathum district, Maha Sarakham province, classified by educational levels and career and 3. to study opinion and suggestions for service of OTOP products of Mud Mee Silk, Wapi Pathum district, Maha Sarakham province . The sample were 197 consumers who has the determination of sample size using the formula Yamane and selected through quota sampling. The instrument used was rating scale questionnaire, reliability was .917. The statistics applied were frequency, mean, percentage, standard deviation and one-way analysis of variance (One - say ANOVA).

The finding showed :

1. The opinion of the consumers towards the factors reason mixer of the market for the service of OTOP products of Mud Mee Silk, Wapi Pathum district, Maha Sarakham province showed the level of opinion of the consumers towards the factors reason mixer of the market for the service of OTOP products of Mud Mee Silk, Wapi Pathum district, Maha Sarakham province was rated at high levels.
2. The opinion comparative of the consumers towards the factors reason mixer of the market for the service of OTOP products of Mud Mee Silk, Wapi Pathum district, Maha Sarakham province, classified by educational levels and career showed;

2.1 The opinion comparative of the consumers towards the factors reason mixer of the market for the service of OTOP products of Mud Mee Silk, Wapi Pathum district, Maha Sarakham province found in total were differences as statistically significant at the .05 when comparing the opinions of the consumers towards the factors reason mixer of the market for the service of OTOP products of Mud Mee Silk, Wapi Pathum district, Maha Sarakham province found that secondary education or below were differences as diploma / technical / high vocational certificate as statistically significant at the .05 The education as diploma / technical and high vocational certificate different with bachelor's degree or higher as statistically significant at the .05 level.

2.2 The opinion comparative of the consumers towards the factors reason mixer of the market for the service of OTOP products of Mud Mee Silk, Wapi Pathum district, Maha Sarakham province as the difference of career found in total not difference as statistically significant at the .05

3. The suggestions about opinion of the consumers towards the factors reason mixer of the market for the service of OTOP products of Mud Mee Silk, Wapi Pathum district, Maha Sarakham province with descending order of frequency from most to least third order were the marketing promotion, products (Mud Mee Silk) and the service processes, respectively.