

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของกลุ่มผลิตภัณฑ์สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมัดหมี่ อำเภอวาปีปทุม จังหวัดมหาสารคาม ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

1. สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล
2. ลำดับขั้นตอนในการวิเคราะห์ข้อมูล
3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

n	แทน	จำนวนกลุ่มเป้าหมาย
\bar{X}	แทน	คะแนนเฉลี่ย
S.D.	แทน	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
f	แทน	ความถี่

ลำดับขั้นตอนในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ผลการวิเคราะห์คุณลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สถิติ คือ ค่าการแจกแจงความถี่ (f) และร้อยละ
2. ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของกลุ่มผลิตภัณฑ์สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมัดหมี่ อำเภอวาปีปทุม จังหวัดมหาสารคาม โดยรวมและรายด้าน โดยใช้สถิติ คือ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)
3. ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของกลุ่มผลิตภัณฑ์สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมัดหมี่ อำเภอวาปีปทุม จังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามระดับการศึกษา และอาชีพ
4. เพื่อศึกษาข้อเสนอแนะความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของกลุ่มผลิตภัณฑ์สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมัดหมี่ อำเภอวาปีปทุม จังหวัดมหาสารคาม โดยใช้สถิติ คือ ความถี่ (f) และการพรรณนาความ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ ดังนี้

ตอนที่ 1 คุณลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และสถานภาพ ปราบกฏดังตารางที่ 3 ดังนี้

ตารางที่ 3 แสดงคุณลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คุณลักษณะทั่วไป		จำนวน	ร้อยละ
เพศ			
ชาย		70	35.40
หญิง		128	66.60
รวม		198	100.00
อายุ			
ต่ำกว่า 25 ปี		-	-
25 – 34 ปี		-	-
35 – 44 ปี		61	30.8
45 – 54 ปี		105	53.0
55 – 64 ปี		32	16.2
65 ปีขึ้นไป		-	-
รวม		198	100.0
ระดับการศึกษา			
มัธยมศึกษาหรือต่ำกว่า		66	33.30
อนุปริญญา/ปทว./ปวส.		66	33.30
ปริญญาตรีขึ้นไป		66	33.30
รวม		198	100.00
อาชีพ			
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ		66	33.30
ธุรกิจส่วนตัว		66	33.30
รับจ้างทั่วไป		66	33.30
อื่นๆ (กรณาระบุ).....		-	-
รวม		198	100.00

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 64.60 และเป็นเพศชาย จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 35.40 เมื่อจำแนกตามอายุส่วนใหญ่ อายุ 45-54 ปี จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 53.30 อายุ 35-44 ปี จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 30.80 และอายุ 55 – 64 ปี จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 16.20 เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษาส่วนใหญ่ ศึกษาในระดับปริญญาตรี จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 33.30 ระดับอนุปริญญาตรี/ปวท./ปวส. จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 33.30 และระดับมัธยมศึกษาหรือต่ำกว่า จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 33.30 เมื่อจำแนกตามอาชีพ ประกอบอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 33.30 ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 33.30 และรับจ้างทั่วไป จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 33.30

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของกลุ่มผลิตภัณฑ์สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมัดหมี่ อำเภอวาปีปทุม จังหวัดมหาสารคาม โดยรวมและรายด้าน ใช้สถิติ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ตารางที่ 4 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของกลุ่มผลิตภัณฑ์สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมัดหมี่ อำเภอวาปีปทุม จังหวัดมหาสารคาม โดยรวมและรายด้าน

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ		ระดับความคิดเห็น		แปลผล
		\bar{X}	S.D.	
1	ด้านผลิตภัณฑ์ (ผ้าไหมมัดหมี่)	3.32	.27	ปานกลาง
2	ด้านราคา	3.64	.63	มาก
3	ด้านจัดจำหน่าย	3.85	.23	มาก
4	ด้านส่งเสริมการตลาด	2.34	.24	น้อย
5	ด้านบุคลากร	4.72	.31	มากที่สุด
6	ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.24	.28	มาก
7	ด้านกระบวนการให้บริการ	3.53	.23	มาก
รวม		3.66	.16	มาก

จากตารางที่ 4 พบว่าระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของกลุ่มผลิตภัณฑ์สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมัดหมี่ อำเภอวาปีปทุม จังหวัดมหาสารคาม เมื่อจำแนกรายด้าน พบว่า ระดับความคิดเห็นของส่วนประสมทางการตลาดบริการอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.66$; S.D. = .16) และจำแนกเป็นรายชื่อ พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด 1

ด้าน คือ ด้านลูกค้า ($\bar{X}=4.72$; S.D. = .31) อยู่ในระดับมาก 4 ด้าน เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ ด้านลักษณะทางกายภาพ ($\bar{X}=4.24$; S.D. = .28) ด้านจัดจำหน่าย ($\bar{X}=3.85$; S.D. = .23) ด้านราคา ($\bar{X}=3.64$; S.D. = .63) ด้านกระบวนการให้บริการ ($\bar{X}=3.53$; S.D. = .23) อยู่ในระดับปานกลาง 1 ด้านคือ ด้านผลิตภัณฑ์(ผ้าไหมมัดหมี่) ($\bar{X}=3.32$; S.D. = .27) และอยู่ในระดับน้อย 1 ด้าน คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{X}=2.34$; S.D. = .24) ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของกลุ่มผลิตภัณฑ์สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมัดหมี่ อำเภอวาปีปทุม จังหวัดมหาสารคาม ด้านผลิตภัณฑ์

ข้อที่	รายการ	ระดับความคิดเห็น		แปลผล
		\bar{X}	S.D.	
1	มีความสวยงามของลวดลายและสีสันทของผ้าไหม	4.41	.67	มาก
2	มีความหลากหลายของรูปแบบและลวดลายผ้าไหม	3.95	.67	มาก
3	ผ้าไหมมัดหมี่มีคุณภาพได้มาตรฐาน	3.84	.65	มาก
4	มีสินค้าใหม่มาแนะนำอย่างสม่ำเสมอ	2.93	.63	มาก
5	มีการรับประกันคุณภาพของสินค้า	1.46	.50	น้อย
รวม		3.32	.27	ปานกลาง

จากตารางที่ 5 พบว่าระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของกลุ่มผลิตภัณฑ์สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมัดหมี่ อำเภอวาปีปทุม จังหวัดมหาสารคาม ด้านผลิตภัณฑ์(ผ้าไหมมัดหมี่) โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.32$; S.D. = .27)เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก 4 ข้อ เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ ข้อที่ 1 มีความสวยงามของลวดลายและสีสันทของผ้าไหม ($\bar{X}=4.41$; S.D. = .67) ข้อที่ 2 มีความหลากหลายของรูปแบบและลวดลายผ้าไหม ($\bar{X}=3.95$; S.D. = .67) ข้อที่ 3 ผ้าไหมมัดหมี่มีคุณภาพได้มาตรฐาน ($\bar{X}=3.84$; S.D. = .65) และข้อที่ 4 มีสินค้าใหม่มาแนะนำอย่างสม่ำเสมอ ($\bar{X}=2.93$; S.D. = .63) อยู่ในระดับน้อย 1 ข้อ คือ ข้อที่ 5 มีการรับประกันคุณภาพของสินค้า ($\bar{X}=1.46$; S.D. = .50) ตามลำดับ

ตารางที่ 6 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของกลุ่มผลิตภัณฑ์สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมัดหมี่ อำเภอบ้านไร่ จังหวัดมหาสารคาม ด้านราคา

ข้อที่	รายการ	ระดับความคิดเห็น		แปลผล
		\bar{X}	S.D.	
6	มีราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพสินค้า	4.09	.68	มาก
7	สินค้านี้มีหลายระดับราคา	3.66	.55	มาก
8	มีการบอกราคาที่ชัดเจนและถูกต้อง	4.63	.48	มากที่สุด
9	มีการลดราคาเมื่อซื้อจำนวนมาก	3.42	.49	มาก
10	มีการให้สินเชื่อกู้ยืม	2.41	.67	ปานกลาง
รวม		3.64	.63	มาก

จากตารางที่ 6 พบว่าระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของกลุ่มผลิตภัณฑ์สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมัดหมี่ อำเภอบ้านไร่ จังหวัดมหาสารคาม ด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.64$; S.D. = .63) เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด 1 ข้อ คือข้อที่ 8 มีการบอกราคาที่ชัดเจนและถูกต้อง ($\bar{X} = 4.63$; S.D. = .48) อยู่ในระดับมาก 3 ข้อ เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ ข้อที่ 6 มีราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพสินค้า ($\bar{X} = 4.09$; S.D. = .68) ข้อที่ 7 สินค้านี้มีหลายระดับราคา ($\bar{X} = 3.66$; S.D. = .55) และข้อที่ 9 มีการลดราคาเมื่อซื้อจำนวนมาก ($\bar{X} = 3.42$; S.D. = .49) อยู่ในระดับปานกลาง 1 ข้อ คือ ข้อที่ 10 มีการให้สินเชื่อกู้ยืม ($\bar{X} = 2.41$; S.D. = .67) ตามลำดับ

ตารางที่ 7 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของกลุ่มผลิตภัณฑ์สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมัดหมี่ อำเภอวาปีปทุม จังหวัดมหาสารคาม ด้านการจัดจำหน่าย

ข้อที่	รายการ	ระดับความคิดเห็น		แปลผล
		\bar{X}	S.D.	
11	มีการจำหน่ายทั้งปลีกและส่ง	2.68	.46	ปานกลาง
12	มีสินค้าตัวอย่างโชว์ให้เห็นอย่างชัดเจน	4.66	.51	มากที่สุด
13	มีการแสดงสินค้าตามงานต่าง ๆ	2.50	.50	น้อย
14	มีเวลาเปิด – ปิดร้านที่เหมาะสม(09.00 – 20.00 น.)	4.70	.45	มากที่สุด
15	พื้นที่ภายในร้านกว้างขวาง สะอาดและสว่าง	4.71	.45	มากที่สุด
รวม		3.85	.23	มาก

จากตารางที่ 7 พบว่าระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของกลุ่มผลิตภัณฑ์สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมัดหมี่ อำเภอวาปีปทุม จังหวัดมหาสารคาม ด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.85$; S.D. = .23) เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด 3 ข้อ เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ ข้อที่ 15 พื้นที่ภายในร้านกว้างขวาง สะอาดและสว่าง ($\bar{X} = 4.71$; S.D. = .45) ข้อที่ 14 มีเวลาเปิด – ปิดร้านที่เหมาะสม(09.00 – 20.00 น.) ($\bar{X} = 4.70$; S.D. = .45) และข้อที่ 12 มีสินค้าตัวอย่างโชว์ให้เห็นอย่างชัดเจน ($\bar{X} = 4.66$; S.D. = .51) อยู่ในระดับปานกลาง 1 ข้อ คือ ข้อที่ 11 มีการจำหน่ายทั้งปลีกและส่ง ($\bar{X} = 2.68$; S.D. = .46) อยู่ในระดับน้อย 1 ข้อ คือ ข้อที่ 13 มีการแสดงสินค้าตามงานต่าง ๆ ($\bar{X} = 2.50$; S.D. = .50) ตามลำดับ

ตารางที่ 8 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของกลุ่มผลิตภัณฑ์สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมัดหมี่ อำเภอวาปีปทุม จังหวัดมหาสารคาม ด้านการส่งเสริมการตลาด

ข้อที่	รายการ	ระดับความคิดเห็น		แปลผล
		\bar{X}	S.D.	
16	มีการโฆษณาสินค้าผ่านสื่อต่าง ๆ	2.47	.50	น้อย
17	มีแคตตาล็อกสินค้าที่พร้อมให้บริการภายในร้าน	2.29	.45	น้อย
18	มีส่วนลดราคาในโอกาสพิเศษ เช่น ปีใหม่ วันแม่ วันพ่อ	2.32	.46	น้อย
19	มีของสัมมนาคุณ เช่น บัตรส่วนลด หรือของแถม	2.29	.45	น้อย
20	มีการจับรางวัลชิงโชคเพื่อคืนกำไรให้กับลูกค้า	2.31	.46	น้อย
	รวม	2.34	.24	น้อย

จากตารางที่ 8 พบว่าระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของกลุ่มผลิตภัณฑ์สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมัดหมี่ อำเภอวาปีปทุม จังหวัดมหาสารคาม ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับน้อย ($\bar{X}=2.34$; S.D. = .24) เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับน้อย 5 ข้อ เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ ข้อที่ 16 มีการโฆษณาสินค้าผ่านสื่อต่าง ๆ ($\bar{X}=2.47$; S.D. = .50) ข้อที่ 18 มีส่วนลดราคาในโอกาสพิเศษ เช่น ปีใหม่ วันแม่ วันพ่อ ($\bar{X}=2.32$; S.D. = .46) ข้อที่ 20 มีการจับรางวัลชิงโชคเพื่อคืนกำไรให้กับลูกค้า ($\bar{X}=2.31$; S.D. = .46) ข้อที่ 17 มีแคตตาล็อกสินค้าที่พร้อมให้บริการภายในร้าน ($\bar{X}=2.29$; S.D. = .45) และข้อที่ 19 มีของสัมมนาคุณ เช่น บัตรส่วนลด หรือของแถม ($\bar{X}=2.29$; S.D. = .45) ตามลำดับ

ตารางที่ 9 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของกลุ่มผลิตภัณฑ์สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมัดหมี่ อำเภอลำดวน จังหวัดมหาสารคาม ด้านบุคลากร

ข้อที่	รายการ	ระดับความคิดเห็น		แปลผล
		\bar{X}	S.D.	
21	พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับสินค้า	4.74	.43	มากที่สุด
22	พนักงานมีมารยาทและอัธยาศัยดีต่อลูกค้า	4.72	.44	มากที่สุด
23	พนักงานมีการบริการลูกค้าที่ทำเทียมกัน	4.73	.44	มากที่สุด
24	จำนวนพนักงานมีความเพียงพอต่อการบริการ	4.69	.46	มากที่สุด
25	ความรวดเร็วในการให้บริการของพนักงาน	4.72	.44	มากที่สุด
รวม		4.72	.31	มากที่สุด

จากตารางที่ 9 พบว่าระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของกลุ่มผลิตภัณฑ์สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมัดหมี่ อำเภอลำดวน จังหวัดมหาสารคาม ด้านบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.72$; S.D. = .31) เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด 5 ข้อ เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ ข้อที่ 21 พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับสินค้า ($\bar{X}=4.74$; S.D. = .43) ข้อที่ 23 พนักงานมีการบริการลูกค้าที่ทำเทียมกัน ($\bar{X}=4.73$; S.D. = .44) ข้อที่ 22 พนักงานมีมารยาทและอัธยาศัยดีต่อลูกค้า ($\bar{X}=4.72$; S.D. = .44) ข้อที่ 25 ความรวดเร็วในการให้บริการของพนักงาน ($\bar{X}=4.72$; S.D. = .44) และข้อที่ 24 จำนวนพนักงานมีความเพียงพอต่อการบริการ ($\bar{X}=4.69$; S.D. = .46) ตามลำดับ

ตารางที่ 10 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของกลุ่มผลิตภัณฑ์สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมัดหมี่ อำเภอวาปีปทุม จังหวัดมหาสารคาม ด้านลักษณะทางกายภาพ

ข้อที่	รายการ	ระดับความคิดเห็น		แปลผล
		\bar{X}	S.D.	
26	การชำระเงินมีความสะดวก รวดเร็ว	4.73	.44	มากที่สุด
27	มีการอำนวยความสะดวกลูกค้าในจุดต่างๆ	4.73	.44	มากที่สุด
28	มีการจัดวางสินค้าให้ง่ายต่อการเลือกซื้อ	4.72	.44	มากที่สุด
29	มีการชำระทั้งเงินสดและบัตรเครดิต	4.71	.45	มากที่สุด
30	มีการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ ในการให้บริการ	2.31	.46	น้อย
รวม		4.42	.28	มาก

จากตารางที่ 10 พบว่าระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของกลุ่มผลิตภัณฑ์สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมัดหมี่ อำเภอวาปีปทุม จังหวัดมหาสารคาม ด้านลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.42$; S.D. = .28) เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด 4 ข้อ เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ ข้อที่ 26 การชำระเงินมีความสะดวก รวดเร็ว ($\bar{X}=4.73$; S.D. = .44) ข้อที่ 27 มีการอำนวยความสะดวกลูกค้าในจุดต่างๆ ($\bar{X}=4.73$; S.D. = .44) ข้อที่ 28 มีการจัดวางสินค้าให้ง่ายต่อการเลือกซื้อ ($\bar{X}=4.72$; S.D. = .44) และข้อที่ 29 มีการชำระทั้งเงินสดและบัตรเครดิต ($\bar{X}=4.71$; S.D. = .45) อยู่ในระดับน้อย 1 ข้อ คือ ข้อที่ 30 มีการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ ในการให้บริการ ($\bar{X}=2.31$; S.D. = .46) ตามลำดับ

ตารางที่ 11 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของกลุ่มผลิตภัณฑ์สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมัดหมี่ อำเภอลำดวน จังหวัดมหาสารคาม ด้านกระบวนการให้บริการ

ข้อที่	รายการ	ระดับความคิดเห็น		แปลผล
		\bar{X}	S.D.	
31	มีขั้นตอนการให้บริการที่เป็นระบบ	2.50	.50	น้อย
32	มีความรวดเร็วของขั้นตอนในการให้บริการ	2.80	.39	ปานกลาง
33	มีความรวดเร็วและเรียบร้อยของเอกสารเพื่อการชำระเงิน	2.93	.23	ปานกลาง
34	มีที่นั่งพักและที่ฝากของสำหรับลูกค้า	4.71	.45	มากที่สุด
35	มีบริการที่จอดรถสะดวก	4.72	.44	มากที่สุด
	รวม	3.53	.23	มาก

จากตารางที่ 11 พบว่าระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของกลุ่มผลิตภัณฑ์สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมัดหมี่ อำเภอลำดวน จังหวัดมหาสารคาม ด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.53$; S.D. = .23) เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด 2 ข้อ เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ ข้อที่ 34 มีบริการที่จอดรถสะดวก ($\bar{X}=4.72$; S.D. = .44) ข้อที่ 34 มีที่นั่งพักและที่ฝากของสำหรับลูกค้า ($\bar{X}=4.71$; S.D. = .45) อยู่ในระดับปานกลาง 2 ข้อ คือ ข้อที่ 33 มีความรวดเร็วและเรียบร้อยของเอกสารเพื่อการชำระเงิน ($\bar{X}=2.93$; S.D. = .23) และข้อที่ 32 มีความรวดเร็วของขั้นตอนในการให้บริการ ($\bar{X}=2.80$; S.D. = .39) อยู่ในระดับน้อย 1 ข้อ คือ ข้อที่ 31 มีขั้นตอนการให้บริการที่เป็นระบบ ($\bar{X}=2.50$; S.D. = .50) ตามลำดับ

ตอนที่ 3 วิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของกลุ่มผลิตภัณฑ์สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมัดหมี่ อำเภอวาปีปทุม จังหวัดมหาสารคาม จำแนกตาม ระดับการศึกษา และอาชีพ

ตารางที่ 12 ผลวิเคราะห์ความแปรปรวนความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของกลุ่มผลิตภัณฑ์สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมัดหมี่ อำเภอวาปีปทุม จังหวัดมหาสารคาม โดยรวม ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ระหว่างกลุ่ม	.246	2	.123	4.811	.009*
ภายในกลุ่ม	4.977	195	.026		
รวม	5.223	197			

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 12 พบว่า คิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของกลุ่มผลิตภัณฑ์สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมัดหมี่ อำเภอวาปีปทุม จังหวัดมหาสารคาม ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน โดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากการวิเคราะห์ความแปรปรวนเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของกลุ่มผลิตภัณฑ์สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมัดหมี่ อำเภอวาปีปทุม จังหวัดมหาสารคาม ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน ระหว่างกลุ่ม และภายในกลุ่ม แตกต่างกัน ผู้วิจัยจึงเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน ดังนี้

ตารางที่ 13 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
บริการของกลุ่มผลิตภัณฑ์สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมัดหมี่
อำเภอวาปีปทุม จังหวัดมหาสารคาม โดยรวม ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน

สถานภาพ	มัธยมศึกษาหรือต่ำกว่า	อนุปริญญา/ปวท./ปวส.	ปริญญาตรีขึ้นไป
มัธยมศึกษาหรือต่ำกว่า	-	.044*	.042*
อนุปริญญา/ปวท./ปวส.		-	.024
ปริญญาตรีขึ้นไป			-

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 13 พบว่า ความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
บริการของกลุ่มผลิตภัณฑ์สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมัดหมี่ อำเภอวาปีปทุม จังหวัด
มหาสารคาม ที่มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาหรือต่ำกว่า แตกต่างกับการศึกษาระดับอนุปริญญา/
ปวท./ปวส. อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 การศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวท./ปวส. แตกต่างกับ
กับการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 14 ผลวิเคราะห์ความแปรปรวนความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของกลุ่มผลิตภัณฑ์สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมัดหมี่อำเภอวาปีปทุม จังหวัดมหาสารคาม โดยรวม ที่มีอาชีพแตกต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ระหว่างกลุ่ม	.059	2	.029	1.107	.332
ภายในกลุ่ม	5.164	195	.026		
รวม	5.223	197			

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 14 พบว่า ความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของกลุ่มผลิตภัณฑ์สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมัดหมี่ อำเภอวาปีปทุม จังหวัดมหาสารคาม ที่มีอาชีพแตกต่างกัน โดยรวม ไม่แตกต่างกัน



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
บริการของกลุ่มผลิตภัณฑ์สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมัดหมี่ อำเภอลำปาง
จังหวัดมหาสารคาม

ตารางที่ 15 ข้อเสนอแนะความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ
ของกลุ่มผลิตภัณฑ์สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมัดหมี่ อำเภอลำปาง
จังหวัดมหาสารคาม

ที่	ข้อเสนอแนะ	ความถี่
ด้านผลิตภัณฑ์(ผ้าไหมมัดหมี่)		
1	ควรมีสินค้าใหม่มาแนะนำอย่างสม่ำเสมอ	13
2	ควรมีการรับประกันคุณภาพของสินค้า	26
รวม		39
ด้านราคา		
1	ควรมีการลดราคาเมื่อซื้อจำนวนมาก	16
2	ควรมีการให้สินเชื่อแก่ลูกค้าเพื่อเป็นการเพิ่มยอดขาย	6
รวม		22
ด้านการจัดจำหน่าย		
ควรมีการจัดจำหน่ายทั้งปลีกและส่งเพื่อเป็นการเพิ่มยอดขาย		19
รวม		19
ด้านการส่งเสริมการตลาด		
1	ควรมีมีการโฆษณาสินค้าผ่านสื่อต่างๆ ให้มากกว่านี้	22
2	ควรมีของสัมมนาคุณ เช่น บัตรส่วนลด หรือของแถม	16
3	ควรมีการจัดรางวัลชิงโชคเพื่อคืนกำไรให้กับลูกค้า	19
รวม		57
ด้านบุคลากร		
1	ควรมีพนักงานในการให้บริการด้วยความรวดเร็ว	4
2	พนักงานควรให้บริการแก่ลูกค้าที่เท่าเทียมกัน ไม่แบ่งแยก	7
รวม		11

ที่	ข้อเสนอแนะ	ความถี่
	ด้านลักษณะทางกายภาพ	
	ควรจะมีการชำระทั้งเงินสดและบัตรเครดิตเพื่อความสะดวกของลูกค้าควรจะมีการนำเทคโนโลยีใหม่ๆมาให้บริการเพื่อความสะดวกของลูกค้า	7
		7
	รวม	14
	ด้านกระบวนการให้บริการ	
1	ขั้นตอนในการให้บริการควรจะเป็นระบบให้มากกว่านี้	13
2	ควรจะมีความเร็วของขั้นตอนในการให้บริการ	10
3	ควรจะมีความเป็นระเบียบและสะดวกในการชำระเงิน	2
	รวม	25

จากตารางที่ 16 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ได้ให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของกลุ่มผลิตภัณฑ์สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมัดหมี่ อำเภอวาปีปทุม จังหวัดมหาสารคาม เป็นรายด้านตามความถี่จากมากไปหาน้อย ดังนี้

ด้านส่งเสริมการตลาด ($f=57$) ควรจะมีมีการโฆษณาสินค้าผ่านสื่อต่าง ๆ ให้มากกว่านี้ ($f=22$) ควรจะมีของสัมมนาคุณ เช่น บัตรส่วนลด หรือของแถม ($f=16$) ควรจะมีการจับรางวัลชิงโชคเพื่อคืนกำไรให้กับลูกค้า ($f=19$)

ด้านผลิตภัณฑ์ (ผ้าไหมมัดหมี่) ($f=39$) ควรจะมีสินค้าใหม่มาแนะนำอย่างสม่ำเสมอ ($f=13$) ควรจะมีการรับประกันคุณภาพของสินค้า ($f=26$)

ด้านกระบวนการให้บริการ ($f=25$) ขั้นตอนในการให้บริการควรจะเป็นระบบให้มากกว่านี้ ($f=13$) ควรจะมีความเร็วของขั้นตอนในการให้บริการ ($f=10$) ควรจะมีความเป็นระเบียบและสะดวกในการชำระเงิน ($f=2$)

ด้านราคา ($f=22$) ควรจะมีการลดราคาเมื่อซื้อจำนวนมาก ($f=16$) ควรจะมีการให้สินเชื่อแก่ลูกค้าเพื่อเป็นการเพิ่มยอดขาย ($f=6$)

ด้านจัดจำหน่าย ($f=19$) ควรจะมีการจำหน่ายทั้งปลีกและส่งเพื่อเป็นการเพิ่มยอดขาย

ด้านลักษณะทางกายภาพ ($f=14$) ควรจะมีการชำระทั้งเงินสดและบัตรเครดิตเพื่อความสะดวกของลูกค้า ($f=7$) ควรจะมีการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาให้บริการเพื่อความสะดวกของลูกค้า ($f=7$)

ด้านบุคลากร ($f=11$) ควรจะมีพนักงานในการให้บริการด้วยความรวดเร็ว ($f=4$) พนักงานควรให้บริการแก่ลูกค้าที่เท่าเทียมกันไม่แบ่งแยก ($f=7$) ตามลำดับ