

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์

การวิจัยเรื่อง ความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือลายสร้อยดอกหมาก ของผู้บริโภคนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ซึ่งเป็นการศึกษาเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างที่เก็บรวบรวมข้อมูลเป็นผู้บริโภคที่ซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือลายสร้อยดอกหมาก จากกลุ่มผู้บริโภคนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม จำนวน 323 คน จากนั้นผู้วิจัยได้นำแบบสอบถาม ตรวจสอบ ความสมบูรณ์ แล้วประมวลผลวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์และนำเสนอข้อมูลด้วยตารางประกอบการบรรยายตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยตามขั้นตอน 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)

t แทน สถิติทดสอบที่ใช้ในการพิจารณาใน t – distribution

ลำดับขั้นในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเหตุผลด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือลายสร้อยดอกหมาก ของผู้บริโภค เขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ ดังนี้

ตอนที่ 2.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา และอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2.2 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือลายสร้อยดอกหมากของผู้บริโภค เขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม

ตอนที่ 2.3 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือลายสร้อยดอกหมาก ของผู้บริโภค เขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม จำแนกตาม เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน โดยประมาณ และระดับการศึกษา

ตอนที่ 2.4 ผลการวิเคราะห์ข้อเสนอแนะของผู้บริโภคเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือลายสร้อยดอกหมาก ของผู้บริโภค เขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม

ตอนที่ 2.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน โดยประมาณ และระดับการศึกษา ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละ ของข้อมูลทั่วไป ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
1.1 ชาย	55	17.03
1.2 หญิง	268	82.97
รวม	323	100

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง จำนวน 268 คน คิดเป็นร้อยละ 82.97 และเพศชาย จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 17.03

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละ ของข้อมูลทั่วไป ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
2. อายุ		
2.1 35-44 ปี	124	38.39
2.2 45 – 54 ปี	93	28.79
2.3 55-64 ปี	54	16.72
2.4 25-34 ปี	28	8.67
2.5 ต่ำกว่า 25 ปี	14	4.33
2.6 65 ปีขึ้นไป	10	3.10
รวม	323	100

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม 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 อายุ ต่ำกว่า 25 ปี จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 4.33 ปี ขึ้นไป จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 3.10

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน(คน)	ร้อยละ
3.อาชีพ		
3.1 รับราชการ/พนักงาน/ รัฐวิสาหกิจ	199	61.61
3.2 ประชาชนทั่วไป และอื่น ๆ	83	25.70
3.3 ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	41	12.69
รวม	323	100

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม 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

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือนโดยประมาณ

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน(คน)	ร้อยละ
4. รายได้ต่อเดือนโดยประมาณ		
4.1 20,001-30,000 บาท	116	35.91
4.2 30,001-40,000 บาท	110	34.06
4.3 10,001-20,000 บาท	56	17.34
4.4 น้อยกว่า 10, 000 บาท	39	12.07
4.5 50,001 - 60,000 บาท	2	.6
รวม	323	100

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ส่วนใหญ่ 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 .6

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน(คน)	ร้อยละ
5. ระดับการศึกษา		
5.1 ปริญญาตรีขึ้นไป	226	69.97
5.2 อนุปริญญา / ปวท/ ปวส	81	25.08
5.3 มัธยมศึกษาและต่ำกว่า	16	4.95
รวม	323	100

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาต่างกัน คือ ระดับปริญญาตรีขึ้นไป จำนวน 226 คน คิดเป็นร้อยละ 69.97

ระดับอนุปริญญา / ปวท/ ปวส จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 25.08 และระดับมัธยมศึกษาและต่ำกว่า จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.95

ตอนที่ 2.2 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือลายสร้อยดอกหมาก ของผู้บริโภค เขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม

ตารางที่ 6 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือลายสร้อยดอกหมาก ของผู้บริโภค เขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม โดยรวมและจำแนกเป็นรายด้าน

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านผลิตภัณฑ์	3.90	0.37	มาก
ด้านราคา	2.98	0.55	ปานกลาง
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	2.95	0.53	ปานกลาง
ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.12	0.48	มาก
โดยรวม	3.49	0.27	ปานกลาง

จากตารางที่ 6 พบว่า ผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด ที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือลายสร้อยดอกหมากโดยรวม อยู่ในระดับความคิดเห็น ปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.49 เมื่อพิจารณารายด้านของ ตัวแปร โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย ดังนี้ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 4.12 ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 3.90 ด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 2.98 และด้านช่องทางการจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 2.95

ตารางที่ 7 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัย

ส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือลาย
สร้อยดอกหมาก ของผู้บริโภคนเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจ ซื้อสินค้าด้านผลิตภัณฑ์	\bar{X}	S.D.	ระดับความ คิดเห็น
1. สามารถนำไปพัฒนาและแปรรูปให้มีความสวยงาม เหมาะสมแก่การใช้งาน	4.68	0.71	มากที่สุด
2. ควรมีการรับประกันความมีคุณภาพของผลิตภัณฑ์	4.54	0.84	มากที่สุด
3. มีลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์และควรอนุรักษ์ไว้	4.46	0.92	มาก
4. ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางของผู้บริโภค กลุ่มข้าราชการ	4.39	0.97	มาก
5. เหมาะสำหรับซื้อเป็นของฝากหรือเป็นของสมนาคุณ	4.27	0.92	มาก
6. ควรมีการพัฒนา เช่น สี รูปแบบ ลวดลาย การแปรรูป	4.25	0.84	มาก
7. ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางของผู้บริโภค กลุ่มหนุ่มสาว	3.43	1.29	ปาน กลาง
8. เป็นลวดลายที่สามารถดูแลรักษาง่าย	3.40	1.46	ปานกลาง
9. มีลวดลายสามารถนำไปแปรรูปเพื่อพัฒนา ได้อย่างหลากหลายรูปแบบ	3.09	1.00	ปานกลาง
10. ลวดลายมีความสวยงาม ดึงดูดความสนใจแก่ผู้ซื้อ	2.46	1.22	น้อย
โดยรวม	3.90	0.37	มาก

จากตารางที่ 7 พบว่า ผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม มีความคิดเห็น
เกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือ
ลายสร้อยดอกหมาก ด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวม อยู่ในระดับความคิดเห็น มาก มีค่าเฉลี่ย 3.90 เมื่อ
พิจารณารายชื่อของตัวแปร โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อยสามลำดับแรกดังนี้
สามารถนำไปพัฒนาและแปรรูปให้มีความสวยงามเหมาะสมแก่การใช้งาน มีค่าเฉลี่ย 4.68 ควรมี
การรับประกันความมีคุณภาพของผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 4.54 และมีลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์

และควรรอนุรักษ์ไว้มีค่าเฉลี่ย 4.46

ตารางที่ 8 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือลายสร้อยดอกหมากของผู้บริโภค เขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ด้านราคา

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าด้านราคา	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1.ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพ	4.03	0.83	มาก
2.ราคาก่อนข้างคงที่ไม่เปลี่ยนแปลง ราคاب่อย	3.73	1.00	มาก
3. มีการติดป้ายราคาอย่างชัดเจน	3.59	0.92	มาก
4. ราคาไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ	2.61	1.47	ปานกลาง
5. สามารถต่อรองราคาได้	2.18	0.94	น้อย
6. มีให้เลือกหลายระดับราคา	1.72	1.21	น้อย
โดยรวม	2.98	0.55	ปานกลาง

จากตารางที่ 8 พบว่า ผู้บริโภคในการเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือลายสร้อยดอกหมาก ด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับความคิดเห็น ปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.98 เมื่อพิจารณารายชื่อของตัวแปร โดยเรียงลำดับ จากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย สามลำดับแรกดังนี้ ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.03 ราคาก่อนข้างคงที่ไม่เปลี่ยนแปลง ราคاب่อย มีค่าเฉลี่ย 3.73 และมีการติดป้ายราคาอย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 3.95

ตารางที่ 9 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือลาย สร้อยหมาก ของผู้บริโภค เขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ด้านช่องทางการ จัดจำหน่าย

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ร้านค้าหรือศูนย์จำหน่าย มีให้เลือกหลากหลายทั้งด้านรูปแบบ สีลวดลายหรือราคา	4.46	.68	มาก
2. ผู้จำหน่ายจะสร้างความเชื่อถือให้กับผลิตภัณฑ์ได้เป็นอย่างดี	3.66	.79	มาก
3. ร้านค้าหรือศูนย์จำหน่าย ควรมีสัญลักษณ์ที่แสดงให้ผู้ซื้อทราบว่าเป็นตัวแทนจำหน่าย	3.23	1.29	ปานกลาง
4. สถานที่จำหน่ายมีมากทั้งศูนย์โอท็อป ร้านจำหน่ายของฝากต่างๆ	1.95	1.55	น้อย
5. มีการขายผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ เฟซบุ๊ก	1.43	1.07	น้อยที่สุด
โดยรวม	2.95	.53	ปานกลาง

จากตารางที่ 9 พบว่า ผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม มีความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือ ลาย สร้อยหมาก ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวม อยู่ในระดับความคิดเห็น ปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.95 เมื่อพิจารณารายข้อของตัวแปร โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ตามลำดับ ดังนี้ ร้านค้าหรือศูนย์จำหน่าย มีให้เลือกหลากหลายทั้งด้านรูปแบบ สีลวดลายหรือราคา มีค่าเฉลี่ย 4.46 ผู้จำหน่ายจะสร้างความเชื่อถือให้กับผลิตภัณฑ์ได้เป็นอย่างดี ค่าเฉลี่ย 3.66 และ ร้านค้าหรือศูนย์จำหน่าย ควรมี สัญลักษณ์ที่แสดงให้ผู้ซื้อทราบว่าเป็นตัวแทนจำหน่าย ค่าเฉลี่ย 3.23

ตารางที่ 10 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือลายสร้อยดอกหมาก ของผู้บริโภค เขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าด้านการส่งเสริมการตลาด	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ควรมีการประชาสัมพันธ์คุณค่าและภาพลักษณ์ ให้มากยิ่งขึ้น	4.51	0.87	มากที่สุด
2. ควรใช้การโฆษณา ทางสื่อต่าง ๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์	4.50	0.72	มาก
3. เมื่อซื้อจำนวนมาก หรือบริการหอบของขวัญฟรี	4.17	0.79	มาก
4. มีพนักงานขายที่มีความรู้เกี่ยวกับและกรรมวิธีการทอผ้าคอยให้บริการ	3.38	1.25	ปานกลาง
โดยรวม	4.12	0.48	มาก

จากตารางที่ 10 พบว่าผู้บริโภคใน เขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือลายสร้อยดอกหมาก ด้านส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับความคิดเห็น มากมี ค่าเฉลี่ย 4.12 เมื่อพิจารณารายข้อของตัวแปรโดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยสามลำดับแรกดังนี้ ควรมีการประชาสัมพันธ์คุณค่าและภาพลักษณ์ ให้มากยิ่งขึ้น มีค่าเฉลี่ย 4.51 ควรใช้การโฆษณา ทางสื่อต่าง ๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ย 4.50 และเมื่อซื้อจำนวนมาก หรือบริการหอบของขวัญฟรีมีค่าเฉลี่ย 4.17

ตอนที่ 2.3 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือลายสร้อยดอกหมาก ของผู้บริโภคใน เขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ รายได้ และระดับการศึกษา

ตารางที่ 11 การเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
ที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือลายสร้อยดอกหมาก ของ
ผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ที่มีเพศแตกต่างกัน

ปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาดที่มีต่อการตัดสินใจ ซื้อสินค้า	เพศชาย		เพศหญิง		t	P-value
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1. ด้านผลิตภัณฑ์	3.87	0.35	3.90	0.37	-0.62	0.53
2. ด้านราคา	2.92	0.53	2.92	0.53	-0.88	0.38
3. ด้านช่องทางการจัด จำหน่าย	3.01	0.51	2.94	0.53	0.85	0.39
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.11	0.53	4.12	0.47	-0.10	0.92
โดยรวม	3.48	0.28	3.49	0.27	-0.28	0.78

* มีนัยสำคัญทางสถิติระดับ .05

จากตารางที่ 11 พบว่า ผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ที่มีเพศแตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือลายสร้อยดอกหมาก โดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน ทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 12 การเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
ที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือลายสร้อยดอกหมาก ของ
ผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ที่มีอายุแตกต่างกัน

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า ระหว่างกลุ่มภายในกลุ่มรวม	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	P-value
1. ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่าง กลุ่ม	5	1.917	.383	2.919	0.05
	ภายในกลุ่ม	317	41.633	.131		
	รวม	322	43.55			
2. ด้านราคา	ระหว่าง กลุ่ม	5	18.046	3.609	14.586	.000*
	ภายในกลุ่ม	317	78.441	.247		
	รวม	322	96.487			
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระหว่าง กลุ่ม	5	2.350	.470	1.685	.138
	ภายในกลุ่ม	317	88.416	.279		
	รวม	322	90.766			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่าง กลุ่ม	5	2.032	.406	1.804	.112
	ภายในกลุ่ม	317	71.379	.225		
	รวม	322	73.441			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 12 พบว่า ผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ที่มีอายุแตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือลายสร้อยดอกหมาก โดยรวมด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดไม่แตกต่างกันทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยกเว้นด้านราคาที่มีความแตกต่างกันทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น จึงทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ตามวิธีของเชฟเฟ (Scheffe Method) ดังตารางที่ 13

ตารางที่ 13 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือลายสร้อยดอกหมากของผู้บริโภค เขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ด้านราคาเป็นรายคู่

อายุ	\bar{X}	ต่ำกว่า 25 ปี	25-34 ปี	35-44 ปี	45-54 ปี	55-64 ปี	65 ปีขึ้นไป
		2.87	3.74	2.91	2.92	2.93	2.72
ต่ำกว่า 25 ปี	2.87	-	0.87*	0.04	0.06	0.06	0.15
25-34 ปี	3.74		-	0.83*	0.81*	0.81*	1.02*
35-44 ปี	2.91			-	0.02	0.03	0.19
45-54 ปี	2.92				-	0.01	0.21
55-64 ปี	2.93					-	0.22
65 ปีขึ้นไป	2.72						-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 13 พบว่า ผลการทดสอบเปรียบเทียบ ค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ตามวิธีของเชฟเฟ (Scheffe Method) ด้วยค่าสถิติ LSD ที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนี้

ค่าเฉลี่ยอายุต่ำกว่า 25 ปี แตกต่างกับ อายุระหว่าง 25-34 ปี ที่มีนัยทางสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ค่าเฉลี่ยอายุระหว่าง 25-34 ปี แตกต่างกับ อายุระหว่าง 35-44 ปี อายุระหว่าง 45-54 ปี อายุระหว่าง 55-64 ปี และ อายุ 65 ปี ขึ้นไป มีนัยทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 14 การเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือลายสร้อยดอกหมาก ของผู้บริโภค เขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ที่มีอาชีพต่างกัน

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P-value
1.ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	2	.553	.277	2.059	.129
	ภายในกลุ่ม	320	42.996	.134		
	รวม	322	43.549			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	2	6.193	3.097	10.974	.000*
	ภายในกลุ่ม	320	90.294	.282		
	รวม	322	96.487			
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	2	.067	.034	.118	.889
	ภายในกลุ่ม	320	90.700	.283		
	รวม	322	90.767			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	2	.080	.040	.174	.840
	ภายในกลุ่ม	320	73.331	.229		
	รวม	322	73.411			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 14 พบว่า ผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือลายสร้อยดอกหมาก โดยรวมด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดไม่แตกต่างกัน และผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคามที่มีอาชีพแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือลายสร้อยดอกหมาก ด้านราคา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น จึงทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ตามวิธีของเชฟเฟ้ (Scheffe Method) ดังตารางที่ 15

ตารางที่ 15 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือลายสร้อยดอกหมากของผู้บริโภค เขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ด้านราคาเป็นรายคู่

อาชีพ	\bar{X}	รับราชการ / พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	ค้าขาย/ ธุรกิจ ส่วนตัว	ประชาชน ทั่วไปและ อื่น ๆ
		2.87	3.07	3.19
รับราชการ / พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	2.87	-	0.20	0.31*
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	3.07		-	0.12
ประชาชนทั่วไป และอื่น ๆ	3.19			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 15 พบว่า ผลการทดสอบเปรียบเทียบ ค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ตามวิธีของเชฟเฟ (Scheffe Method) ด้วยค่าสถิติ LSD ที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนี้
มีอาชีพที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 1 คู่ ได้แก่รับราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือลายสร้อยดอกหมาก มากกว่าประชาชนทั่วไปและอื่น ๆ

ตารางที่ 16 การเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือลายสร้อยดอกหมาก ของผู้บริโภคเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ที่มีรายได้ต่อเดือนโดยประมาณแตกต่างกัน

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P-value
1. ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	4	2.794	.698	5.449	.000*
	ภายในกลุ่ม	318	40.756	.128		
	รวม	332				
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	4	.768	.192	.638	.636
	ภายในกลุ่ม	318	95.719	.301		
	รวม	332				
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	4	1.830	.458	1.636	.165
	ภายในกลุ่ม	318	88.936	.280		
	รวม	332				
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	4	.239	.060	.259	.904
	ภายในกลุ่ม	318	73.172	.230		
	รวม	322				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 16 พบว่าผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ที่มีรายได้ต่อเดือนโดยประมาณแตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือลายสร้อยดอกหมาก โดยรวมด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และดำเนินการส่งเสริมการตลาดไม่แตกต่างกัน และผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคามที่มีอาชีพแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วน

ประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือลายสร้อยดอกหมาก ด้านผลิตภัณฑ์ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น จึงทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ตามวิธีของเซฟเฟ (Scheffe Method) ดังตารางที่ 17

ตารางที่ 17 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ความคิดเห็นของผู้บริโภค เกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือลายสร้อยดอกหมาก ของผู้บริโภค เขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ด้านผลิตภัณฑ์เป็นรายคู่

รายได้ต่อเดือน โดยประมาณ	\bar{X}	น้อยกว่า 10,000 บาท	10,001 - 20,000 บาท	20,001 - 30,000 บาท	30,001 - 40,000 บาท	50,001 - 60,000 บาท
		3.99	4.06	3.83	3.85	4.15
น้อยกว่า 10,000 บาท	3.99	-	0.07	0.16	0.15	0.16
10,001 - 20,000 บาท	4.06		-	0.23*	0.22*	0.09
20,001 - 30,000 บาท	3.83			-	0.01	0.32
30,001 - 40,000 บาท	3.85				-	0.30
50,001 - 60,000 บาท	4.15					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 17 พบว่า ผลการทดสอบเปรียบเทียบ ค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ตามวิธีของเซฟเฟ (Scheffe Method) ด้วยค่าสถิติ LSD ที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนี้

ค่าเฉลี่ยรายได้ต่อเดือนโดยประมาณ 10,001 - 20,000 บาท แตกต่างกัน รายได้ต่อเดือนโดยประมาณ 20,001 - 30,000 บาท และรายได้ต่อเดือนโดยประมาณ 30,001 - 40,000 บาท มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 18 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัยส่วน
ประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือลายสร้อย
ดอกหมาก ของผู้บริโภคเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ที่มีระดับการศึกษา
แตกต่างกัน

ปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาดที่มีต่อการตัดสินใจ ซื้อสินค้า	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	P-value
1.ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	2	.892	.446	3.345	.036
	ภายในกลุ่ม	320	42.658	.133		
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	2	.630	.315	1.052	.351
	ภายในกลุ่ม	320	95.857	.300		
3. ด้านช่องทางการจัด จำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	2	.044	.022	.077	.926
	ภายในกลุ่ม	320	90.723	.284		
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	2	2.255	1.127	5.070	.007*
	ภายในกลุ่ม	320	71.156	.222		
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	2	.354	.177	2.463	.087
	ภายในกลุ่ม	320	23.028	.072		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 18 พบว่า ผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ที่มีระดับ
การศึกษาแตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการ
ตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือลายสร้อยดอกหมาก โดยรวม ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา
และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ไม่แตกต่างกัน และผู้บริโภคในเขต อำเภอเมือง จังหวัด
มหาสารคาม ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการ
ทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือลายสร้อยดอกหมาก ด้านการ
ส่งเสริมการตลาด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น จึงทดสอบความ
แตกต่างเป็นรายคู่ตามวิธีของเชฟเฟ (Scheffe Method) ดังตารางที่ 19

ตารางที่ 19 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือลายสร้อยดอกหมากของผู้บริโภค เขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ด้านการส่งเสริมการตลาดเป็นรายคู่

ระดับการศึกษา	\bar{X}	รับราชการ / พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	อนุปริญญา /ปวท./ ปวส.	ปริญญาตรีขึ้นไป
		4.41	4.02	4.14
มัธยมศึกษาและต่ำกว่า	4.41	-	0.39*	0.27
อนุปริญญา /ปวท./ ปวส.	4.02	-	-	0.12
ปริญญาตรีขึ้นไป	4.14	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 19 พบว่า ผลการทดสอบเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ตามวิธีของเซฟเฟ (Scheffe Method) ด้วยค่าสถิติ LSD ที่นัยสำคัญสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนี้ ค่าเฉลี่ยระดับการศึกษามัธยมศึกษาและต่ำกว่า แตกต่างกับ ระดับการศึกษา อนุปริญญา ปวท/ ปวส มีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

ตอนที่ 2.4 ผลการวิเคราะห์ข้อเสนอแนะของผู้บริโภคเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือลายสร้อยดอกหมากของผู้บริโภค เขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม

ข้อเสนอแนะ ของผู้บริโภคเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือลายสร้อยดอกหมากของผู้บริโภค เขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม

พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามได้ให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนากระบวนการทางการตลาดสินค้าความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือลายสร้อยดอกหมากของผู้บริโภค เขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ในด้านต่าง ๆ มีดังนี้

1. การพัฒนาด้านผลิตภัณฑ์ มีข้อเสนอแนะดังนี้ ต้องการให้พัฒนาผลิตภัณฑ์หลากหลาย ทันสมัย แปลกใหม่ให้ดึงดูดความสนใจของผู้เห็นได้แก่ คุณภาพของสี การบรรจุผลิตภัณฑ์ที่สวยงาม และได้มาตรฐาน

2. การพัฒนาด้านราคามี ข้อเสนอแนะดังนี้ ราคาสูง ควรลดราคาลง

3. การพัฒนาด้านจัดจำหน่ายมี ข้อเสนอแนะดังนี้ จัดกลุ่มผ้าไหมทอมืออย่างมีคุณภาพ และเข้มแข็ง ให้มีรายได้เพื่อเลี้ยงตนเอง และจัดประกวดในงานประจำปีของจังหวัด ให้บ่อยครั้ง เช่น โดยการออกร้านและการจัดแข่งประกวด คุณภาพ ของผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือ และมีการมอบรางวัลเป็นประจำทุกปี ให้ความสำคัญต่อผลิตภัณฑ์พื้นบ้านควรรอนุรักษ์ อย่างเป็นทางการ เพื่อลูกหลานจะได้สืบทอดวัฒนธรรมของบรรพบุรุษ ไม่ให้สูญหายไป เนื่องจากได้รับผลิตภัณฑ์ผ้าแปรรูปส่งมาจากต่างประเทศ

1. การพัฒนาด้านส่งเสริมการตลาดมี ข้อเสนอแนะดังนี้ ลงเว็บไซต์ ประชาสัมพันธ์ ให้รู้จัก ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือคุณภาพ สี การแปรรูป ที่มีเสน่ห์สะดุดตา โดยผ่านสื่อมวลชนต่างๆ ให้มากยิ่งขึ้น พร้อมทั้งขยายตลาดทั้งในและต่างประเทศ

