

บทคัดย่อ

จากการวิจัยเรื่อง “การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ กับความสามารถด้านการตลาดของผู้ผลิต” ศึกษาเฉพาะกรณีสินค้า หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทผ้า และเสื้อผ้าพื้นเมือง จุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการใช้ และ ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า OTOP ประเภทผ้า และเสื้อผ้าพื้นเมืองของผู้บริโภคกลุ่มต่างๆ รวมทั้งศึกษาความสามารถด้านการตลาดของผู้ผลิต

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 343 คน ที่เป็นผู้บริโภคสินค้าประเภทผ้าและเสื้อผ้าพื้นเมืองในงานผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น หรือ OTOP CITY ครั้งที่ 4 “หลากหลายถิ่นแห่งภูมิปัญญาไทย” ระหว่างวันที่ 16 – 24 ธันวาคม พ.ศ. 2549 ณ ศูนย์การแสดงสินค้า อิมแพ็ค เมืองทองธานี และเก็บข้อมูลจากกลุ่มผู้ผลิตโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์ เรื่องของความสามารถด้านการตลาดของผู้ผลิต จากกลุ่มผู้ผลิตจำนวน 3 กลุ่ม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย การทดสอบไคว์สแควร์ (Chi - square test) การวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย (Independent Samples t – test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One – way Anova)

ผลการวิจัยพบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีช่วงอายุระหว่าง 26 – 35 ปี การศึกษาส่วนใหญ่ระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นพนักงานเอกชนมากที่สุด ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,001 - 20,000 บาท สถานภาพสมรสส่วนมากโสด และมีภูมิลำเนาเดิมเป็นคนต่างจังหวัด

ผู้บริโภคส่วนใหญ่เคยซื้อผลิตภัณฑ์ OTOP ประเภทผ้าและเสื้อผ้าพื้นเมือง ประมาณ 1 ครั้งต่อปี และมีเหตุผลในการตัดสินใจซื้อเพราะสินค้ามีราคาเหมาะสม ปัจจุบันผู้บริโภคมีผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าพื้น ประมาณ 1 – 5 ผืน ในขณะที่มีเสื้อผ้าสำเร็จรูปประมาณ 1 – 5 ตัว หรือ ชุด ปัจจัยด้านคุณภาพที่ผู้บริโภคพิจารณาในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ คือ เนื้อผ้ามีความสม่ำเสมอ และคงทน ส่วนปัจจัยด้านราคาที่ใช้พิจารณาในการตัดสินใจซื้อ ส่วนใหญ่พิจารณาในราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ ผู้บริโภคนิยมชมชอบผ้าที่นำมาผลิตเป็นเครื่องแต่งกายประเภท เสื้อ โทนสีของผลิตภัณฑ์ ที่ผู้บริโภคชอบ ได้แก่ กลุ่มสีน้ำเงิน และ สีน้ำตาล ผู้บริโภคนิยมเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย ที่ผลิตมาจากผ้าฝ้าย ลวดลายผ้าที่ผู้บริโภคนิยม ได้แก่ ลวดลายร่วมสมัย หรือแฟชั่น และ ผู้บริโภคส่วนมากได้รับทราบข้อมูลข่าวสารการจัดงานจากสื่อประเภทโทรทัศน์

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ยอมรับสมมติฐานบางส่วน ที่กล่าวว่า ผู้บริโภคกลุ่มต่างๆ ที่มีพฤติกรรมการใช้สินค้า OTOP ประเภทผ้า และเสื้อผ้าพื้นเมืองแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยเฉพาะ กลุ่มผู้บริโภคที่เป็นเพศหญิง มีสถานภาพโสด และมีช่วงอายุระหว่าง 26 – 35 ปี ที่

จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นพนักงานเอกชน ซึ่งมีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,001 - 20,000 บาท และมีภูมิลำเนาเดิมอยู่ต่างจังหวัด จะมีการแสดงพฤติกรรมการใช้สินค้า OTOP

ประเภทผ้าและเสื้อผ้าพื้นเมือง ที่มากกว่าและแตกต่างจากผู้บริโภคกลุ่มอื่นๆ

ในทำนองเดียวกันยอมรับสมมติฐานบางส่วน ที่กล่าวว่า ผู้บริโภคกลุ่มต่างๆ มีปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า OTOP ประเภทผ้า และเสื้อผ้าพื้นเมือง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยเฉพาะกลุ่มผู้ที่มีเพศต่างกันมีปัจจัยด้านการจงใจกับความเชื่อและทัศนคติที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกัน กลุ่มผู้ที่มีช่วงอายุต่างกัน มีปัจจัยด้านการรับรู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกัน กลุ่มผู้ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน ทุกปัจจัย (การจงใจ การรับรู้ การเรียนรู้ ความเชื่อ และทัศนคติ รวมถึงปัจจัยภายนอกอื่นๆ) มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าแตกต่างกัน กลุ่มผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีปัจจัยด้านการจงใจ ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แตกต่างกัน

ในเรื่องของความรู้ ความสามารถด้านการตลาดของผู้ผลิตสินค้า OTOP ประเภทผ้า และเสื้อผ้าพื้นเมือง พบว่าปัจจัยต่างๆ ทางการตลาด ไม่ว่าจะเป็นเรื่องผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ผู้ผลิตล้วนคำนึงถึงความต้องการ และความสะดวกซื้อของผู้บริโภคเป็นอันดับแรก มีการผลิตผ้าให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคส่วนใหญ่ คุณภาพของผลิตภัณฑ์สำคัญควบคู่กับความเหมาะสมในการกำหนดราคา ช่องทางการจัดจำหน่ายมีความสำคัญการจัดจำหน่ายของกลุ่มที่มีลูกค้าประจำสม่ำเสมออยู่แล้ว และหน่วยงานรัฐก็ยังคงให้การสนับสนุนอยู่บ้าง ทั้งนี้และทั้งนั้นความรู้ความเข้าใจในเรื่องการตลาดของทั้ง 3 กลุ่ม ค่อนข้างมีอย่างเหมาะสมกับสถานการณ์ของแต่ละกลุ่ม มีการใช้ประสบการณ์ ความรู้ และภูมิปัญญาที่ได้รับการถ่ายทอดมาจากอดีตควบคู่กับความรู้จากภาคส่วนต่างๆ ที่ได้รับ ผสมกับการให้ความสำคัญแก่ผู้บริโภคเป็นหลัก จึงทำให้ผู้ผลิตได้ข้อมูลและสามารถวิเคราะห์ความต้องการต่างๆ ของผู้บริโภคได้ดี แล้วนำมากำหนดเป็นส่วนผสมทางการตลาด จึงเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้กลุ่มผู้ผลิตประสบความสำเร็จในด้านการตลาด

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ผลิตสินค้าประเภทผ้าทอ และ เสื้อผ้าพื้นเมือง โดยสรุปแล้วควรพิจารณาให้เหมาะสมกับผู้บริโภคในเรื่อง ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดี และมีราคาที่เหมาะสม ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากผ้าฝ้ายทอมือจะได้รับความนิยมสูงสุด รองลงมาเป็นผ้าไหมพื้นเมืองทอมือ ควรคำนึงถึงผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายหลัก ที่เป็นสุภาพสตรี และมีอายุอยู่ในช่วง 26 – 35 ปี การผลิตที่เหมาะสมกับผู้บริโภคกลุ่มนี้คือ สินค้าที่เป็นเสื้อ ชุด และผ้าพันคอ ที่แสดงออกถึงความประณีต การมีเอกลักษณ์ความเป็นไทย ที่มีความหลากหลายในเรื่องการออกแบบลวดลายและสีสันทัน โดยเฉพาะโทนสี แดง ทอง ส้ม และเขียว