วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) กลุ่มผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมในจังหวัดขอนแก่นให้สอดคล้อง กับความต้องการของผู้บริโภค ได้ดำเนินการศึกษาทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ในการศึกษาเชิงคุณภาพใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกโดยการสอบถามความคิดเห็นของตัวแทนกลุ่มผู้บริโภคจำนวน 6 คน และนำประเด็นที่ได้จากการศึกษามาจัดทำเป็นแบบสอบถามนำไปใช้สำรวจถามความคิดเห็นของกลุ่มตัวแทนผู้บริโภคจำนวน 300 คน

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากนิยมซื้อผลิตภัณฑ์จากร้านค้าในบริเวณแหล่งผลิตเนื่องจากสะดวกและมีราคาถูกส่วนใหญ่ซื้อไปเพื่อเป็นของขวัญในโอกาสพิเศษ โดยผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อมากที่สุดคือเพื่อนและซื้อผลิตภัณฑ์เฉลี่ย 2 ครั้งในระยะเวลา 1 ปี และซื้อโดยเฉลี่ย 2 ชิ้นต่อครั้ง ผู้ตอบแบบสอบถามชอบ สีแดง สีน้ำเงิน และสีเขียวในผ้าไหมผืน เครื่องนุ่งห่มผ้าไหมสำเร็จรูป เครื่องประดับที่ทำจากผ้าไหม และ อุปกรณ์การแต่งกายที่ทำจากผ้าไหม แต่มีความเห็นว่ายังมีความหลากหลายให้เลือกน้อยและยังไม่พอใจต่อการออกแบบ ของอุปกรณ์การแต่งกายที่ทำจากไหม ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายนิยมซื้อสินค้าที่ศูนย์จำหน่ายสินค้าของโครงการมากที่สุด ส่วนเพศหญิงนิยมซื้อที่ร้านค้าในบริเวณแหล่งผลิตมากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามที่อายุน้อยกว่า30 ปีลงมามีเพื่อนเป็นผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจมากที่สุด ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่อายุมากกว่า30ปีขึ้นไปจะตัดสินใจด้วยตนเอง การผลิตผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของจังหวัดขอนแก่นประเภทผ้าไหมผืน และเครื่องนุ่งห่มไหมสำเร็จรูป ในอนาคตควรให้มีสีที่หลากหลายมากขึ้น สีแดง สีน้ำเงิน สีเขียว และสีเหลืองในผ้าไหมผืน เครื่องนุ่งห่มไหมสำเร็จรูป และอุปกรณ์การแต่งกายที่ทำจากไหมควรมีความเข้มมากขึ้น ควรปรับราคาของอุปกรณ์การแต่งกายที่ทำจากไหมให้ถูกลง และรักษามาตรฐานในด้านฝีมือการตัดเย็บให้สม่ำเสมอคงที่ตลอดไป

This research aim to study Approaches to develop Khon Kaen silks cloths and silk products to suit the needs of consumer. The methods of this research are quantitative and qualitative. Qualitative method is using by depth interview by interview the represent of consumer about 6 person and used the point from this method to make a questionnaire to survey the consumer represent opinion about 300 person.

The study results show that most of consumers buy silk product from the shops in product source because they get lower price. The buying occasion for is the gift in special occasion. A friend has the most influence for buying. Buying average is 2 times per year. The average of buying about 2 piece/time. The consumers like red, blue, green color in silk and silk product very much but they think that are not variety and still not appreciate with the design of silk cloth equipment. The men often buy at OTOP center but the women often buy at product source. The consumers are lower or equal 30 years. Friend is the most influence. While the consumers are upper than 30 years, the most influence is themselves. The manufacturers in the future should produce the color variety of OTOP silk cloth and silk product of Khon Kaen. The manufacturers should produce the dark red, dark blue, dark green and dark yellow of silk cloths and silk product. The manufacturers should adjust the price of silk cloth equipment as lower and always keep the standard of sewing skill.