

# การเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาด สำหรับ กลุ่มทอผ้าขาวม้าเพื่อการผลิต บ้านขาม อำเภอยางตลาด จังหวัดกาฬสินธุ์ Comparison of Customer Satisfaction with Marketing mix for Loincloth Production of Hand Woven Community in Yangtalad District the Province of Kalasin

จันทน์ทัฬภาส ธนประดิษฐ์กุล  
Janthappaphar Thanapraditkool

## บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของการวิจัยนี้ เพื่อศึกษาการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาด สำหรับกลุ่มทอผ้าขาวม้าเพื่อการผลิต บ้านขาม อำเภอยางตลาด จังหวัดกาฬสินธุ์ โดยการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม ทั้งนี้ผู้วิจัยได้เก็บทั้งหมด 200 ชุด ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลและได้วิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ในการคำนวณหาค่าสถิติ นอกจากนั้น สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าแหล่งความแปรปรวน t-test, F-test วิธีการศึกษาวิจัยประกอบด้วยการศึกษาข้อมูลจากเอกสาร ตำราและเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งสามารถสรุปผลการวิจัยได้ ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ซึ่งมีด้านผลิตภัณฑ์มีลวดลายหลากหลายและทันสมัย โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.95$ , S.D. = .85) ด้านราคา พบว่า ด้านป้ายราคาค่าให้บริการบอกที่ชัดเจน มีความเหมาะสมของราคาขาย และมีการให้ส่วนลดกับลูกค้าที่เป็นสมาชิก โดยรวมมีแรงจูงใจอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.06$ , S.D. = .93) ด้านการจัดจำหน่าย พบว่า ด้านมีมีการสินค้าจัดแยกเป็นหมวดหมู่ชัดเจน ง่ายต่อการเลือก โดยรวมมีแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.87$ , S.D. = 0.962) และด้านการส่งเสริมการตลาด มีเจ้าหน้าที่ให้บริการที่ได้รับการอบรมเฉพาะด้าน โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.29$ , S.D. = 0.93) ส่วนผลจากการทดสอบสมมติฐานของลูกค้าผ้าขาวม้ากลุ่มทอผ้าเพื่อการผลิตบ้านขาม พบว่า ลูกค้าที่ซื้อผ้าขาวม้าที่มี เพศ อายุ ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจ ไม่แตกต่างกัน และ ลูกค้าที่มี การศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.5

ด้านผลิตภัณฑ์มีลวดลายหลากหลายสวยงามและทันสมัย ลูกค้ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ความทนทานของผลิตภัณฑ์ใช้ได้นาน มีการพัฒนาการออกแบบลวดลาย และรูปแบบที่แตกต่างจากผ้าขาวม้าในรูปแบบเดิมๆ ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพของผ้าขาวม้าที่มีความทนทานและมีอายุการใช้งานได้นานตามความเหมาะสมเป็นแนวทางเพื่อพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์ของกลุ่มให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าต่อไป

**คำสำคัญ :** ส่วนประสมทางการตลาด ความพึงพอใจ

## ABSTRACT

The purpose of this research To evaluate the satisfaction of the customer marketing mix. For weaving cloths for home production Market Kham province by collecting information from questionnaires. The researchers collected a total of 200 sets of research, data collection and statistical analysis by using SPSS to calculate statistics Also, the statistics used in the analysis were percentage, mean, standard deviation. The variability of T-test, F-test methods of research includes the study of texts, documents and websites. The findings can be summarized as follows. The products, which are products with a variety of motifs and modern. Overall satisfaction with the high level ( $\bar{X} = 3.95$ , SD = .85) showed that the price tag for the services it clear. A reasonable price And offers a discount to customers who are members. Overall incentives are moderate ( $\bar{X} = 3.06$ , SD = .93) showed that the distribution of the products are sorted into clear categories. Easy choice The overall motivation at a high level ( $\bar{X} = 3.87$ , SD = 0.962) and marketing support. Staff are available to trained specialists. Overall satisfaction that the level ( $\bar{X} = 3.29$ , SD = 0.93), the results from the test client cloth weaving to produce Ban Kham finds that customers who buy a loincloth with a gender different. Satisfaction No different customers and with education, occupation and income are different. Satisfaction The difference was statistically significant at the .05 level.

Customers are satisfied at the highest level long lasting product durability, design different styles. The product has the quality of loincloth that is durable and lasts as long as appropriate. It is a guideline to develop and design the products of the group to meet the customer needs.

**Keywords :** Marketing Mix, Satisfaction

## บทนำ

สมัยก่อนการนำเส้นใยที่นำมาสาน ถักทอ มัด หรือด้วยกรรมวิธีต่างๆ นานา จนเกิดเป็นผืนผ้านั้น เป็นคุณค่าที่เกิดจากการค้นพบของมนุษย์ที่ยิ่งใหญ่นับตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน และนับว่าเป็นภูมิปัญญาที่สืบทอดกันมาจากรุ่นลูกหลาน และควรค่าอย่างยิ่งแก่การดำรงรักษาไว้ให้เป็นมรดกทางวัฒนธรรม ด้วยเหตุผลนี้รัฐบาลจึงเล็งเห็นความสำคัญของการมุ่งส่งเสริมภูมิปัญญาชาวบ้านและได้กำหนดไว้ในนโยบายรัฐบาลข้อ 3. ด้านวัฒนธรรม ตามข้อที่ 1.1.1 ที่ว่าส่งเสริมการทำนุบำรุง รักษา มรดกทางศิลปะและวัฒนธรรม เร่งรัด ส่งเสริม สนับสนุน การทำนุ บำรุง รักษา พัฒนา ศิลปะและวัฒนธรรมอันดีงามของท้องถิ่นและของชาติ เพื่อเป็นรากฐานในการดำเนินชีวิตของคนไทยในสังคมโลกมีการรักษารวบรวมองค์ความรู้ดั้งเดิมประวัติศาสตร์ โบราณคดี สุนทรียศาสตร์ ขนบธรรมเนียม โบราณราชประเพณี ทรัพย์สินทางประวัติศาสตร์ ภูมิปัญญาไทย วัฒนธรรมพื้นบ้านและวัฒนธรรมของกลุ่มชนต่างๆ ส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการศึกษาค้นคว้าวิจัยและรวบรวมองค์ความรู้ด้านศิลปะวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมพื้นบ้าน ภูมิปัญญาและเทคโนโลยีพื้นบ้าน ตลอดจนวัฒนธรรมเผ่าชน และวัฒนธรรม

ประจำชาติทุกสาขาอย่างทั่วถึงนโยบายด้านวัฒนธรรมของรัฐบาล

รัฐบาลมีนโยบายสนับสนุนส่งเสริมทำนุบำรุงและรักษาศิลปวัฒนธรรมไทย ซึ่งมีความสอดคล้องกับวิถีชีวิต การประกอบอาชีพในชุมชนนั้นๆ โดยยึดหลักความพอเพียง สามารถยืนหยัดได้ด้วยตนเอง เกิดความสงบสุขขึ้นในชุมชน ทำให้ชุมชนมีความเป็นอยู่ที่ดีมีรายได้ที่สามารถเลี้ยงชีพได้โดยอาศัยศักยภาพและความสามารถในท้องถิ่นการรวมกลุ่มกันจัดตั้งธุรกิจชุมชนเพื่อช่วยให้เกิดการจ้างงานสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ลดปัญหาการว่างงานการเคลื่อนย้ายและอพยพของแรงงานและนำทรัพยากรในท้องถิ่นมาใช้ให้เกิดประโยชน์ซึ่งในการรวมกลุ่มกันนั้นจะทำให้เกิดการเรียนรู้และพัฒนาคนในด้านต่างๆถือเป็นการลดปัญหาสังคมได้อีกทางหนึ่ง (ศิริจันทร์ เชื้อสุวรรณ. 2553 : 1) หลักการดังกล่าวมีส่วนช่วยส่งเสริมและเพิ่มคุณค่าให้กับภูมิปัญญาชาวบ้าน และมีความสอดคล้องกับแนวคิดใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมปัจจุบันที่มองเห็นสิ่งต่างๆรอบตัวเป็นเชิงธุรกิจเสียส่วนใหญ่ ไม่เว้นแต่ทรัพยากรวัฒนธรรมที่อยู่คู่ชุมชนมาช้านาน

ในอดีตชาวบ้านในชุมชนชนบ้านขาม ตำบลคลองขาม อำเภอยางตลาด จังหวัดกาฬสินธุ์ ดำรงชีวิตตามวิถีชาวนาไทย เช่นเดียวกับคนไทยในภาคอีสานทั่วไป ถือการทำนาเป็นอาชีพหลัก เมื่อเสร็จสิ้นการทำนาก็อาศัยเวลาว่างในการทอผ้า เพื่อนำไปใช้ภายในครัวเรือน ส่วนใหญ่มักทำกันในหมู่สตรี โดยจะใช้เวลาทอผ้าในฤดูแล้ง และได้มีการรวมกลุ่มจัดตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ.2543 โดยการรวมกลุ่มของกลุ่มสตรีในหมู่บ้าน ซึ่งตามปกติได้ทอผ้าหลังจากฤดูการทำนา โดยใช้ที่พื้นบ้านและได้รับการสนับสนุนการฝึกอบรมทอผ้าด้วยกี่กระตุกจากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม และได้รับการสนับสนุนงบประมาณจัดซื้อวัสดุครุภัณฑ์อาคารที่ทำการ การทอผ้าด้วยกี่กระตุกจากกองทุนพัฒนาสังคม จำนวน 80,000 บาท และสมาชิกสมทบ 8,000 บาท ปัจจุบันมีจำนวนสมาชิก 45 คน มีการจัดตั้งคณะกรรมการกลุ่ม 15 คน มีการประชุมกันเฉลี่ยปีละ 2 ครั้ง มีเงินทุนหมุนเวียนภายในกลุ่มมีระเบียบของกลุ่ม สมาชิกมีความสามัคคีให้ความร่วมมือและถ่ายทอดความรู้ต่างๆ ซึ่งกันและกัน เพื่อพัฒนากลุ่มให้ก้าวหน้า ปัจจุบันมีหน่วยงานของภาครัฐหลายหน่วยงานเข้ามาให้การสนับสนุนส่งเสริม ทำให้การทอผ้าชาวมาของกลุ่มทอผ้าเพื่อการผลิตบ้านขามเป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลายจนกลายเป็นสินค้าโอท็อปที่ขึ้นชื่อของอำเภอยางตลาด จังหวัดกาฬสินธุ์ ปัจจุบันชาวบ้านขามได้พยายามรักษาขนบธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรมของชุมชนให้คงสภาพเดิม แต่ทว่าความเปลี่ยนแปลงจากภายนอก ภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์ที่หลั่งไหลเข้ามาในชุมชนอย่างรวดเร็ว ทั้งการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมด้านสิ่งก่อสร้างเพื่ออำนวยความสะดวกสบายจำนวนมาก ความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยี ข้อมูลข่าวสาร ตลอดจนประชากรในชุมชนที่เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ และอพยพหลังไหลเข้าไปทำงานและเรียนหนังสือในเมือง ส่งผลกระทบต่อความเป็นอยู่ของชุมชน และการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ จนทำให้วิถีชีวิตการทอผ้าชาวม้า และกระบวนการบริหารจัดการกลุ่มเปลี่ยนแปลงไป ทำให้ผลผลิตผ้าชาวม้าของกลุ่ม นอกจากจะผลิตเพื่อใช้สอยภายในครอบครัวแล้ว ยังได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวจำนวนมาก ตลอดจนเครือข่ายกลุ่มแปรรูปผ้าทอภายในจังหวัดกาฬสินธุ์ด้วยตนเอง ซึ่งเป็นการทอเพื่อจำหน่ายเป็นรายได้เสริมให้กับครอบครัว ในรูปแบบเชิงพาณิชย์มากยิ่งขึ้น การทอผ้าชาวม้าถูกปรับเปลี่ยนไปค่อนข้างมาก โดยมีการพัฒนาลวดลายและสีสรรวมถึงรูปแบบเพื่อหวังให้ตอบสนองต่อความต้องการและความพึงพอใจของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น เพื่อกระตุ้นรายได้ของกลุ่มทอผ้าเพื่อการผลิตบ้านขามให้เพิ่มขึ้นด้วยและนำไปสู่การเพิ่มรายได้ให้กับสมาชิกของกลุ่มและยังช่วยแก้ไขปัญหาคาร่างงานตามฤดูกาล การอพยพแรงงาน และเป็นการเสริมสร้างความอบอุ่นและเข้มแข็งให้กับครอบครัวตลอดจนการอนุรักษ์วิถีชีวิตและขนบธรรมเนียมที่ดั้งเดิมของชุมชนสืบต่อไป (สำนักงานจังหวัดกาฬสินธุ์, เว็บไซต์)

จากประเด็นที่กล่าวมาข้างต้นทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภคในด้านส่วนประสมทางการตลาดของลูกค้าผู้ซื้อผ้าขาวม้าของกลุ่มทอผ้าเพื่อผลิตบ้านขามต่อส่วนประสมทางการตลาดเพื่อนำมาสู่ข้อเสนอแนะและแนวทางการจัดการเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับผ้าขาวม้า และเพื่อให้ผ้าขาวม้าเป็นทรัพยากรวัฒนธรรมที่มีประโยชน์ต่อชีวิตของคนในชุมชนอย่างแท้จริง

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาด สำหรับกลุ่มทอผ้าเพื่อการผลิตบ้านขาม อำเภอขามเฒ่า จังหวัดกาฬสินธุ์

## สมมุติฐานของการวิจัย

ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดของกลุ่มทอผ้าขาวม้า บ้านขาม จังหวัดกาฬสินธุ์ ที่มี เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ มีความแตกต่างกัน

## ขอบเขตการวิจัย

### ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดของลูกค้าที่ซื้อผ้าขาวม้าของกลุ่มทอผ้าเพื่อการผลิตบ้านขาม จังหวัดกาฬสินธุ์ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการสำรวจ กลุ่มตัวอย่างจากประชากรศึกษา ในด้านความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดที่ซื้อผ้าขาวม้า กลุ่มทอผ้าเพื่อการผลิตบ้านขาม อำเภอขามเฒ่า จังหวัดกาฬสินธุ์ 4 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการตลาด

### ขอบเขตด้านพื้นที่

ในการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยทำการศึกษาในเขตจังหวัดกาฬสินธุ์

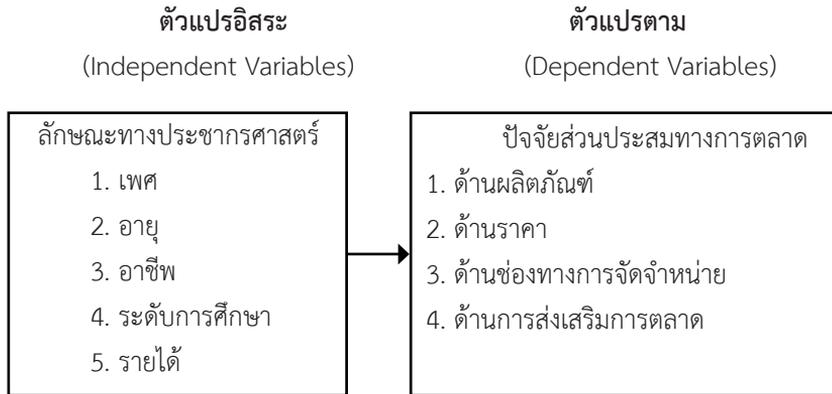
### ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของลูกค้าที่มาซื้อผ้าขาวม้า เฉพาะผู้ที่อยู่ในเขตจังหวัดกาฬสินธุ์ การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้นจำนวน 200 ตัวอย่าง

## กรอบแนวคิดและวิธีการวิจัย

### กรอบแนวความคิดในการวิจัย

เรื่อง การเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาด สำหรับกลุ่มทอผ้าขาวม้าเพื่อการผลิต บ้านขาม อำเภอขามเฒ่า จังหวัดกาฬสินธุ์ ผู้วิจัยได้ใช้กรอบแนวคิดในการศึกษา ดังนี้



### ประโยชน์ที่ได้รับ

1. เป็นข้อมูลเบื้องต้นเพื่อใช้ในการสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดให้เหมาะสมกับกลุ่มผู้บริโภคในปัจจุบัน
2. เพื่อทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าเกี่ยวกับการซื้อผ้าขาวม้าและนำปัจจัยที่มีผลไปทำการตลาดให้เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้ามากยิ่งขึ้น
3. เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงในด้านส่วนประสมทางการตลาดของกลุ่มผ้าขาวม้า ให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น
4. เพื่อสืบสานอนุรักษ์ขนบธรรมเนียมประเพณี และ ภูมิปัญญาท้องถิ่นให้มีคุณค่าและมีคุณประโยชน์ต่อวิถีชีวิตของคนในชุมชนสืบไป

### นิยามศัพท์เฉพาะ

1. ผ้าขาวม้าหมายถึง ชื่อเรียกของผ้าขาวม้าที่เกิดจากฝีมือการทอของสมาชิกกลุ่มทอผ้าเพื่อการผลิตบ้านขาม อำเภอขามเฒ่า จังหวัดกาฬสินธุ์ มีลักษณะเด่นที่มีลวดลายมากมายและผ้าแต่ละผืนมีการผสมผสานของเส้นด้ายหลากสีเส้น
2. ความพึงพอใจของลูกค้า หมายถึง ระดับความรู้สึกของลูกค้าเกิดจากความแตกต่างระหว่างประโยชน์จากการได้รับบริการกับความคาดหวังของลูกค้าที่มาซื้อผ้าขาวม้าต่อส่วนประสมการตลาดค้าซึ่ง ถ้าลูกค้าได้รับประโยชน์จากผลิตภัณฑ์สูงกว่าความคาดหวังลูกค้าก็จะมีความสุข และบรรลุเป้าหมาย
3. ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง องค์ประกอบที่สำคัญในการดำเนินงานการตลาดเป็นปัจจัยที่กิจการสามารถควบคุมได้ กิจการธุรกิจจะต้องสร้างส่วนประสมการตลาดที่เหมาะสมในการวางกลยุทธ์ทางการตลาดประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด
4. ด้านผลิตภัณฑ์ หมายถึง ผ้าขาวม้าเพื่อการผลิตบ้านขาม อำเภอขามเฒ่า จังหวัดกาฬสินธุ์
5. ด้านราคา หมายถึง คุณค่าของผ้าขาวม้าเพื่อการผลิตบ้านขาม อำเภอขามเฒ่า จังหวัดกาฬสินธุ์ที่อยู่ในรูปตัวเงิน
6. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง วิธีการจำหน่ายผ้าขาวม้าเพื่อการผลิตบ้านขาม อำเภอขามเฒ่า จังหวัดกาฬสินธุ์

7. ด้านการส่งเสริมการตลาด หมายถึง การขายผ้าขาวม้าเพื่อการผลิตบ้านขาม อำเภอขามเฒ่า จังหวัดกาฬสินธุ์ โดยใช้กลยุทธ์ในการลดแลกแจกแถม

8. ผู้บริโภค หมายถึง บุคคลหรือใครก็ตามที่ใช้หรือซื้อผ้าขาวม้าเพื่อการผลิตบ้านขาม อำเภอขามเฒ่า จังหวัดกาฬสินธุ์ เพื่อสนองความต้องการ ของตนเองทั้งทางด้านร่างกาย และทางด้านจิตใจ

## วิธีดำเนินการวิจัย

### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร (Population) ที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ ลูกค้ายี่ห้อผ้าขาวม้ากลุ่มทอผ้าเพื่อการผลิตบ้านขาม ในเขตจังหวัดกาฬสินธุ์

2. กลุ่มตัวอย่าง (Sampling) ที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ ลูกค้ายี่ห้อผ้าขาวม้าของกลุ่มทอผ้าเพื่อการผลิตบ้านขาม อำเภอขามเฒ่า จังหวัดกาฬสินธุ์ ระหว่างเดือน ตุลาคม-ธันวาคม 2555

## เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำแบบสอบถาม (Questionnaire) ในการเก็บข้อมูลในครั้งนี้ มีขั้นตอนและวิธีการดังนี้

1. ศึกษาเอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องความพึงพอใจกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าขาวม้าของกลุ่มทอผ้าเพื่อการผลิตบ้านขาม อำเภอขามเฒ่า จังหวัดกาฬสินธุ์ และส่วนประสมทางการตลาดแล้วสรุปแต่ละประเด็นตามกรอบแนวคิด

2. สร้างแบบสอบถาม

3. กำหนดขอบข่ายของข้อคำถามที่จะสร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้บริโภค ในการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาด

4. ประมวลความรู้จากข้อ 1, 2 และ 3 มาสร้างเป็นแบบสอบถามให้ครอบคลุมกรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ได้สร้างข้อมูลในการรวบรวมข้อมูลขึ้นโดยใช้กรอบแนวคิดทฤษฎีและผลการวิจัยที่เกี่ยวข้องเป็นฐานในการสร้างเครื่องมือเพื่อใช้ในการเก็บข้อมูล โดยแบบสอบถามที่สร้างขึ้น เพื่อสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผ้าฝ้ายย้อมสีธรรมชาติในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์ โดยแบ่งเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามเป็นข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน เป็นลักษณะคำถามปลายปิด ( Closed-ended Question )

ส่วนที่ 2 : ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผ้าฝ้ายย้อมสีธรรมชาติในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์ เป็นลักษณะคำถามแบบอันตรภาคชั้นจำนวน 5 ระดับ (Rating Scale)



$f$	=	จำนวนความถี่ของแต่ละค่าตัวเลขหรือคะแนน
$fx$	=	ผลคูณระหว่างตัวเลขหรือคะแนนกับความถี่ของตัวเลข หรือคะแนน
$\sum fx$	=	ค่า $fx$ ทั้งหมดรวมกัน
R		
R	=	อันดับของค่าเฉลี่ย

2) สูตรส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation หรือ S.D.)

$$S.D. = \frac{\sum f(x - \bar{x})^2}{n}$$

3) ค่าสถิติที่ใช้ในการหาคุณภาพของแบบสอบถาม โดยใช้การวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS - PC

4) การทดสอบสมมติฐานการเปรียบเทียบกับค่าเฉลี่ย 2 กลุ่มสถิติที่ใช้คือ t-test (ANOVA) ซึ่งถ้ากลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มเป็นอิสระจากกัน เพื่อทดสอบความแตกต่างของตัวแปรอิสระ ที่ 2 ตัวแปร (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2548 )

สมมติฐานทางสถิติ

$H_0 : X_1 = X_2$  ( เท่ากัน หรือ ไม่แตกต่าง )

$H_a : X_1 \neq X_2$  ( ไม่เท่ากัน หรือ แตกต่าง )

5) การทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว F-test (ANOVA) เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม ใช้วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2548 )

$$\text{สูตร } F = \frac{MSTr}{MSE}$$

โดยที่

$$df_1 = k - 1$$

$$df_2 = n - k$$

เมื่อ

F แทน ค่าการแจกแจงของ F

MSTr แทน ความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม

MSE แทน ความแปรปรวนภายในกลุ่ม

$df_1$  แทน องศาอิสระของความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม

$df_2$  แทน องศาอิสระของความแปรปรวนภายในกลุ่ม

k แทน จำนวนของกลุ่มตัวอย่าง n

n แทน จำนวนตัวอย่างทั้งหมด

### การแปลผลข้อมูล

จากการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยคำถามแบบประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ สามารถนำมาแปลผลข้อมูลเกี่ยวกับ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผ้าฝ้ายย้อมสีธรรมชาติในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์ ด้วยการกำหนดอันตรภาคชั้น ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{อันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{พิสัย (Range)}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ \text{อันตรภาคชั้น} &= \frac{5 - 1}{5} = 0.8 \end{aligned}$$

ดังนั้น จึงกำหนดระดับคะแนนโดยแบ่งเป็น 5 ระดับ แต่ละระดับมีค่าคะแนนแตกต่างกัน 0.8 คะแนน ดังนี้

วิธีค่าเฉลี่ย (Mean) การแปลผลคำถามแบบประเมินค่า (Rating Scale) โดยวิธีค่าเฉลี่ย  
เกณฑ์การให้คะแนน

1.00 – 1.80	พึงพอใจน้อยที่สุด
1.81 - 2.60	พึงพอใจน้อย
2.61 - 3.40	พึงพอใจปานกลาง
3.41 - 4.20	พึงพอใจมาก
4.21 - 5.00	พึงพอใจมากที่สุด

### ผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง การเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาด สำหรับกลุ่มทอผ้าขาวม้าเพื่อการผลิต บ้านขาม อำเภอยางตลาด จังหวัดกาฬสินธุ์ ผลการศึกษาวิจัยในครั้งนี้สรุปได้ ดังนี้

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามสถานภาพรายละเอียดของลูกค้าขาวม้ากลุ่มทอผ้าเพื่อการผลิตบ้านขาม ผลการศึกษาวิจัยพบว่า ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 240 คน คิดเป็นร้อยละ 60.00 มีอายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไป จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 38.50 มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 48.00 มีการประกอบอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 39.00

ส่วนที่ 2 : ข้อมูลแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดในแต่ละด้านว่ามีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้า เพียงใด ด้านผลิตภัณฑ์ ผลการศึกษาวิจัย พบว่า มีความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.95$ , S.D. = 0.85 ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์มีลวดลายหลากหลายและทันสมัย มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.51$ , S.D. = 0.81) รองลงมาคือ ความทนทานของผลิตภัณฑ์ใช้ได้ยาวนาน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.12$ , S.D. = 0.81) และบรรจุภัณฑ์มีความสวยงามน่าใช้ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.92$ , S.D. = 0.79) ด้านราคา ผลการศึกษาวิจัย พบว่า มีความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านราคา โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.06$ , S.D. = .93) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ด้านราคา ป้ายราคาค่าให้บริการบอกที่ชัดเจน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับ มากที่สุด ( $\bar{X} = 4.22$ ,

S.D. = 0.80) รองลงมาคือ มีความเหมาะสมของราคาขายกับคุณภาพ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$  = 3.85, S.D. = 0.99) และมีความยืดหยุ่นในการต่อรองราคา มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X}$  = 2.49, S.D. = 0.98) ด้านการจัดจำหน่าย ผลการศึกษาวิจัย พบว่า มีความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$  = 3.87, S.D. = 0.96) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีการสินค้าจัดแยกเป็นหมวดหมู่ชัดเจน ง่ายต่อการเลือกซื้อ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X}$  = 4.13, S.D. = 0.74) รองลงมาคือ ทำเลที่ตั้งมีความความสะดวกต่อการเดินทาง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$  = 4.05, S.D. = 0.88) และมีพนักงานให้บริการตอบปัญหา แก้ปัญหาและให้บริการหลังการขายแก่ลูกค้า และมีป้ายบอกเวลาเปิด ปิดร้านที่ชัดเจน มีความพึงพอใจอยู่ระดับมาก ( $\bar{X}$  = 3.78, S.D. = 0.78 ; = 3.78, S.D. = 0.76) ด้านการส่งเสริมการตลาด ผลการศึกษาวิจัย พบว่า มีความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมมีความพึงพอใจ อยู่ระดับปานกลาง ( $\bar{X}$  = 3.29, S.D. = 0.93) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีเจ้าหน้าที่ให้บริการที่ได้รับการอบรมเฉพาะด้าน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X}$  = 4.51, S.D. = 0.83) รองลงมาคือ ให้บริการคำปรึกษาแนะนำ ตอบข้อซักถามเกี่ยวกับผ้าขาวม้าทอมือ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$  = 3.94, S.D. = 0.91) และมีการแจ้งเงื่อนไขการได้รับส่วนลดให้กับลูกค้า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$  = 3.87, S.D. = 0.97 )

ส่วนที่ 3 : ข้อเสนอแนะแนวทางการคิดเห็นของลูกค้าที่ซื้อผ้าขาวม้ากลุ่มทอผ้าเพื่อการผลิตบ้านขามอำเภอยางตลาด จังหวัดกาฬสินธุ์

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลสภาพทั่วไปและข้อมูลประเมินปัญหาที่พบในการซื้อผ้าขาวม้ากลุ่มทอผ้าเพื่อการผลิตบ้านขาม อำเภอยางตลาด จังหวัดกาฬสินธุ์

ด้านผลิตภัณฑ์ ควรมีขนาดของผ้าขาวม้า รูปแบบ ลวดลาย สี สัน มีให้เลือกหลากหลายและทันสมัยอย่างต่อเนื่องและควรมีการปลูกฝังจิตสำนึกคนรุ่นใหม่ไม่เห็นความสำคัญของการใช้ประโยชน์จากผ้าขาวม้า ภูมิปัญญาของบรรพบุรุษ และมีการพัฒนาคิดค้นรูปแบบ ลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่นเพื่อสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าที่แตกต่างจากท้องตลาดทั่วไป

ด้านราคา ควรมีการกำหนดราคาขายตามราคาตลาดทั่วไป และเหมาะสมกับคุณภาพของฝีมือการทอผ้าขาวม้า ควรมีเงื่อนไขในการชำระเงินที่หลากหลายรูปแบบ

ด้านการจัดจำหน่าย ควรมีการจัดทำแผนที่ ที่ตั้งกลุ่ม ในสื่อที่ทันสมัยสามารถสืบค้นได้ง่าย และลูกค้าเดินทางเข้ามาได้สะดวก และมีการบริหารจัดการจัดจำหน่ายควรมีหลากหลายช่องทาง เช่น ขายออนไลน์ และสามารถติดต่อซื้อได้สะดวกให้เป็นที่รู้จักแพร่หลาย ควรมีการเชื่อมโยงเครือข่ายผู้ประกอบการหรือตัวแทนจำหน่ายให้ครอบคลุมพื้นที่เพื่อความสำคัญในการซื้อของลูกค้า และขอรับการสนับสนุนจากองค์การปกครองท้องถิ่นเพื่อขยายช่องทางการจัดจำหน่าย และเพิ่มโอกาสการใช้ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตมาจากภูมิปัญญาท้องถิ่นและสร้างความภาคภูมิใจให้กับคนในชุมชน

ด้านการส่งเสริมการตลาด การให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการผลิต ประเภทสินค้า ราคา สินค้า ที่จำหน่ายที่สามารถสืบค้นได้สะดวกและเป็นปัจจุบันทำการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของกลุ่มอย่างต่อเนื่อง มีเอกสารแนะนำกิจกรรมของกลุ่มและสินค้าของกลุ่มที่น่าสนใจ และการแจ้งให้ลูกค้าถึงกาส่งเสริมการตลาดเพื่อกระตุ้นการซื้อของลูกค้า เพิ่มกิจกรรมการออกร้าน จัดแสดงสินค้าตามงานเทศกาลสำคัญต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์กิจกรรมของกลุ่มให้เป็นที่รู้จักเพิ่มมากขึ้น

## อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้อภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ และสมมติฐานดังนี้ ผลการศึกษาวิจัย มีผลการเปรียบเทียบปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดของผ้าขาวม้ากลุ่มทอผเพื่อการผลิตบ้านขาม อำเภอยางตลาด จังหวัดกาฬสินธุ์ พบว่า เมื่อเปรียบเทียบปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของลูกค้าผ้าขาวม้ามีความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด ทุกด้านโดยรวมอยู่ในระดับมาก ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านโดยวัดระดับความพึงพอใจของลูกค้าผ้าขาวม้ากลุ่มทอผเพื่อการผลิตบ้านขาม อำเภอยางตลาด จังหวัดกาฬสินธุ์ จากระดับความพึงพอใจมากไปหาน้อย พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ มีลวดลายหลากหลายสวยงามและทันสมัยมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ความทนทานของผลิตภัณฑ์ใช้ได้นานมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก และ บรรจุภัณฑ์ มีความเหมาะสมสวยงามน่าใช้มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับผลการวิจัยของ อนุวัฒน์ ศรีแก้ว. (2545 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษารื่อง ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจชุมชนกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายพื้นเมืองในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก นอกจากนั้น อัจฉรา กริมวงษ์รัตน์ (2544 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง ทศนคติ พฤติกรรมการซื้อ และความชอบผ้าไหมมัดหมี่ และผ้าซิดหมี่บ้านนาขาของกลุ่มผู้ซื้อ ผู้ซื้อมีความพึงพอใจในระดับมากในเรื่อง สีสน เนื้อผ้า และคุณภาพ ส่วนผู้ซื้อผ้าหมี่ซิด มีความชอบผ้าหมี่ซิด ยิ่งไปกว่านั้น ณัฐนรินทร์ เฟื่องอุ่น และชุตินาวดี ทองเงิน (2559) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผ้าทอของจังหวัดอุทัยธานี ผลการศึกษาด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผ้าทอจังหวัดอุทัยธานี โดยรวมในระดับมาก เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดแต่ละประเภทแล้ว พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นด้วยใน ระดับมากต่อ การรับประกันคุณภาพของผ้าทอ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ด้านสินค้าจัดแยกเป็นหมวดหมู่ชัดเจน ง่ายต่อการเลือกซื้อ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ท่าเลที่ตั้งมีความความสะดวกต่อการเดินทาง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก และมีพนักงานให้บริการตอบปัญหา แก้ปัญหาและให้บริการหลังการขายแก่ลูกค้า และมีป้ายบอกเวลาเปิด ปิดร้านที่ชัดเจน มีความพึงพอใจอยู่ระดับมาก สอดคล้องกับ สุภัทรา ปานสุวรรณจิตร และคณะ (2559) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ เพื่อการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดตามความต้องการของผู้ซื้อ ในเขตอำเภอมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก เรียงสามลำดับ ดังนี้ งานแสดง สินค้าต่างๆ เช่นงานส่งเสริมสินค้า OTOP งานแสดง สินค้าหัตถกรรม เป็นต้นมากที่สุด อยู่ในระดับสำคัญ มาก รองลงมาคือ ท่าเล ที่ตั้งสะดวกในการเดินทางอยู่ในระดับสำคัญมาก และการจัดวางสินค้าเป็น ระเบียบอยู่ในระดับสำคัญมาก และยังสอดคล้องกับ โสภณ ศุภวิริยากร (2555) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อผ้าบาติกในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ พบว่า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ได้แก่ สามารถหาซื้อได้ง่ายและสะดวกซื้อได้โดยผ่านทางเว็บไซต์หรือตัวแทน การจัดวางสินค้าของผ้า บาติกมีความหลากหลายและเหมาะสม มีป้ายบอกราคาเหมาะสม และมีห้องทดลองสวมเสื้อผ้า บาติก ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อด้านนี้ พบว่า ส่วนใหญ่ภาพรวมมีความคิดเห็นพึงพอใจอยู่ใน ระดับมาก สำหรับส่วนประสมการตลาดด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ด้านราคา พบว่า ด้านป้ายราคาทำให้บริการบอกที่ชัดเจนมีความพึงพอใจอยู่ในระดับ มากที่สุด รองลงมาคือ มีความเหมาะสมของราคาขายกับคุณภาพ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก และมีความยืดหยุ่นในการต่อรองราคา มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง สอดคล้องกับ อนุวัฒน์

ศรีแก้ว. (2545 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจชุมชน กลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายพื้นเมืองในจังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาค้นพบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจชุมชนกลุ่มผู้ผลิต ผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายพื้นเมืองในจังหวัดเชียงใหม่ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจชุมชนกลุ่ม ผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายพื้นเมืองในจังหวัดเชียงใหม่ อยู่ในระดับมาก ส่วนด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจ ชุมชนกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายพื้นเมืองในจังหวัดเชียงใหม่ อยู่ในระดับปานกลาง และสอดคล้องกับ จุฑารัตน์ ตั้งสมบูรณ์ (2557 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง กลยุทธ์ทางการตลาดของ ผ้าทอมือพื้นบ้าน กรณีศึกษา : ผ้าทอมือพื้นบ้านของจังหวัดราชบุรี ผลการศึกษาค้นพบว่า ปัจจัยทางการตลาด ด้านราคา และอยู่ในระดับปานกลาง นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ณัฐนรินทร์ เฟื่องอุ่น และชุตินาถ ทองจีน (2559) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผ้าทอของจังหวัดอุทัยธานี ที่พบว่า ลูกคามีความพึงพอใจใน ระดับปานกลาง ถึงมากต่อ การรับประกันคุณภาพของผ้าทอ ราคาที่เหมาะสม มีโปรแกรมหรือ แพคเกจราคาพิเศษ การจัดส่งผ้าทอที่รวดเร็วการลดราคา และส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ด้านมีเจ้าหน้าที่ให้บริการที่ได้รับการอบรมเฉพาะด้าน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ มีให้บริการคำปรึกษาแนะนำ ตอบข้อซักถามเกี่ยวกับผ้าขาวม้าทอมือ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก และมีการแจ้งเงื่อนไขการได้รับส่วนลดให้กับลูกค้า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับ อนุวัฒน์ ศรีแก้ว. (2545 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจชุมชนกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายพื้นเมืองในจังหวัดเชียงใหม่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจ ชุมชนกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายพื้นเมืองในจังหวัดเชียงใหม่ อยู่ในระดับปานกลาง และยิ่งไปกว่านั้นยังตรงกับการศึกษาของ โสภณ ศุภวิริยากร (2555) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อผ้าบาติก ในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ พบว่า ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ได้แก่ ความ สุภาพและอัธยาศัยของผู้ขาย การให้บริการและคำแนะนำของผู้ขาย โฆษณาทางหนังสือพิมพ์ โฆษณาผ่านทางแผ่นพับ /ใบปลิว โฆษณาผ่านทางป้ายกลางแจ้ง โฆษณาผ่านทางอินเทอร์เน็ต ชื่อ วัสดุ อุปกรณ์ของผ้าบาติกได้เหมาะสม จัดอบรมและให้ความรู้งานบาติก ที่มีอิทธิพลในการ ตัดสินใจซื้อด้านนี้ พบว่า ส่วนใหญ่ภาพรวมมีความคิดเห็นพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

จากผลการศึกษาดังกล่าวจะเห็นว่าลูกค้าได้ให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดของผ้าขาวม้า กลุ่มทอผ้าเพื่อผลิตบ้านขาม อำเภอยางตลาด จังหวัดกาฬสินธุ์ ผลิตภัณฑ์มีความโดดเด่นและสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้ามากและยังสามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์ผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายได้ถึงตัวลูกค้าได้เป็นอย่างดี แต่ยังคงต้องมีการดำเนินกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดด้านการตั้งราคาและการส่งเสริมการตลาดเพิ่มมากขึ้นเพื่อให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายและสมาชิกสามารถยึดเป็นอาชีพเสริมที่สามารถสร้างรายได้ที่ยั่งยืนให้กับครอบครัวและชุมชนต่อไป

### ข้อเสนอแนะของการวิจัย

จากการศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์มีตลาดหลายหลายสวยงาม และทันสมัย ลูกค้ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ความทนทานของผลิตภัณฑ์ใช้ได้นาน มีความพึงพอใจ

อยู่ในระดับมาก และ บรรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมสวยงามน่าใช้ นั่นคือสิ่งที่ลูกค้าต้องการผ้าขาวม้าที่มีการพัฒนาการ ออกแบบลวดลาย และรูปแบบที่แตกต่างจากผ้าขาวม้าในรูปแบบเดิมๆ เพื่อให้สามารถนำไปใช้ได้หลากหลายโอกาส และเหมาะสมกับทุกเพศทุกวัยโดยไม่รู้สึกว่าเขย หรือล้าสมัย นอกจากความสวยงาม ทันสมัยแล้วลูกค้ายังคาดหวัง ในคุณภาพของผ้าขาวม้าที่มีความทนทานและมีอายุการใช้งานได้ยาวนานตามความเหมาะสม ตลอดจนได้ให้ ความสำคัญต่อการออกแบบบรรรจุภัณฑ์ที่สวยงามน่าซื้ออีกด้วย จึงเป็นแนวทางที่ทางกลุ่มทอผ้าเพื่อการผลิตบ้าน ขามจะต้องนำไปใช้เพื่อพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์ของกลุ่มให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าต่อไป และยังคงให้ความสำคัญในด้านการกระจายช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์ของกลุ่มให้ครอบคลุม กลุ่มเป้าหมายให้สามารถหาซื้อผลิตภัณฑ์ได้สะดวกยิ่งขึ้น

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านอื่นๆก็เป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญมากในการดำเนินงานของ ธุรกิจเช่นกัน ดังนั้น กลุ่มทอผ้าเพื่อการผลิตบ้านขามหรือผู้ประกอบการและนักการตลาดจึงควรให้ความสำคัญด้าน ราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด ให้มีคุณภาพด้วยเช่นกัน เช่น ด้านราคา วัตถุประสงค์บางอย่างมีต้นทุนสูง และการ กำหนดราคาอาจขึ้นอยู่กับความยากง่ายของลายผ้า ตลอดจนการออกแบบสีสันทันสมัย และใช้ทรัพยากรที่มี อยู่ในท้องถิ่นจะช่วยลดต้นทุนการผลิตลง และสามารถตั้งราคาเพื่อแข่งขันในตลาดทั่วไปได้ และต้องเน้นในเรื่อง คุณภาพของสินค้าร่วมด้วยนอกจากนั้น นอกจากนั้น ด้านการส่งเสริมการตลาด ควรเน้นการปรับปรุงด้านการโฆษณา ในรูปแบบสื่อต่างๆ ของทางร้านและควรมีการเพิ่มเรื่องการโปรโมชันสำหรับผู้เข้ามาซื้อผลิตให้มากยิ่งขึ้น และ เข้าร่วมกิจกรรมการออกร้านแสดงสินค้าของตนเองทุกครั้งตามเทศกาลงานต่างๆ เพื่อประชาสัมพันธ์และสร้างชื่อเสียงให้เป็นที่รู้จักแก่ผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น และปรับปรุงสถานดำเนินการกลุ่มหรือร้านค้าให้มีความกว้างมากกว่านี้ และด้านการส่งเสริมการขาย ควรมีการปรับปรุงในเรื่องของความเหมาะสมขนาด และควรมีการให้ส่วนลดสำหรับ ลูกค้าที่เป็นสมาชิกหรือซื้อผลิตภัณฑ์เป็นประจำ

## เอกสารอ้างอิง

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2548). การใช้ SPSS for windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. พิมพ์ครั้งที่ 7, ภาควิชาสถิติ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จุฑารัตน์ ตั้งสมบุรณ์. (2547). กลยุทธ์ทางการตลาดของผ้าทอพื้นเมือง กรณีศึกษา : ผ้าทอพื้นเมืองของจังหวัด ราชบุรี. ปริญญาานิพนธ์ ศึกษ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ณัฐนรินทร์ เฟื่องอุ่น และชุตินาวดี ทองจีน. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผ้าทอของจังหวัดอุทัยธานี. การประชุมสมานุนันทวิชากรระดับชาติด้าน “การวิจัยเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน” ครั้งที่ 4.
- ศิริจันทร์ เชื้อสุวรรณ. (2553). การจัดการกลุ่มเพื่อพัฒนากลุ่มผลิตผ้าฝ้ายมือด้วยการจัดการความรู้ในการ ผลิตผ้าฝ้ายจากผ้าฝ้ายทอมือ กรณีศึกษา : กลุ่มผ้าฝ้ายทอมือบ้านดอนหลวง ตำบลแม่แรง อำเภอ ป่าซาง จังหวัดลำพูน.
- สุภัทรา ปานสุวรรณจิตร และคณะ. (2559). พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือเพื่อการ พัฒนาส่วนประสมทางการตลาดตามความต้องการของผู้ซื้อในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา. เชียงใหม่.
- สำนักงานจังหวัดกาฬสินธุ์. (2555). ผลิตภัณฑ์ OTOP. [ออนไลน์] จาก [www.kalasin.go.th](http://www.kalasin.go.th) วันที่ 11 ตุลาคม 2555.

- โสภณ สุภวิริยากร. (2555). ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อผ้าบาติกในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่. วารสาร  
สงขลานครินทร์. ฉบับสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์, 18(4), 187-210.
- อนุวัฒน์ ศรีแก้ว. (2545). ความพอใจของผู้บริโภคต่อกลยุทธ์การตลาดธุรกิจของกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้าย  
พื้นเมือง ในจังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ. มหาวิทยาลัย  
ศรีนครินทร์ วิโรฒ.