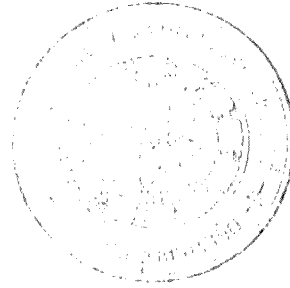


บทที่ 6
สรุปและข้อเสนอแนะ



6.1 สรุปผลการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง “การพัฒนาระบบเพื่อหาความต้องการของลูกค้าในการผลิตผ้าทอมือของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง” ได้พัฒนาระบบขึ้นมาเพื่อศึกษาความต้องการของลูกค้าและรวบรวมข้อมูลโดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลผ่านทางอินเทอร์เน็ต โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้บริโภคชาวไทยจำนวน 150 คน และเป็นผู้บริโภคชาวต่างประเทศจำนวน 150 คน มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความต้องการของลูกค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อนำข้อมูลมาเปรียบเทียบว่ามีความแตกต่างหรือเหมือนกันอย่างไร ซึ่งจะสามารถนำไปเป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือของกลุ่มผู้ผลิตในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง นอกจากนี้ยังนำไปเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนการผลิตผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือได้อีกด้วย ผลการวิจัยมีดังต่อไปนี้

6.1.1 ผู้บริโภคชาวไทย

ลักษณะทางประชากรของผู้บริโภคชาวไทยประกอบเพศหญิงมากที่สุด จำนวน 84 ราย คิดเป็นร้อยละ 56.0 และเพศชายจำนวน 66 ราย คิดเป็นร้อยละ 44.0 มีอายุน้อยกว่า 36 ปี มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 20,000 บาท มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี สถานภาพโสด ส่วนใหญ่ทำงานในหน่วยงานของรัฐ

ความต้องการทั่วไปของผู้บริโภคชาวไทยที่มีต่อผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือ

1. ประเภทของผ้าทอมือที่ผู้บริโภคชอบคือ ผ้าพื้น อันได้บรลงลงมาคือ ผ้ามัดหมี่ และผ้าจิดตามลำดับ
2. ผู้บริโภคชอบผ้าทอมือที่ทำจากไหม ลักษณะของผ้าทอมือที่ผู้บริโภคชอบเป็นผ้าเนื้อบางและมีเนื้อเรียบเป็นมันเงา
3. ลวดลายของผ้าทอมือที่ผู้บริโภคชอบคือ ลายไทยโบราณ ลายร่วมสมัย และลายไทยประยุกต์ ตามลำดับ
4. สีของผ้าทอมือที่ผู้บริโภคชอบคือ น้ำเงิน เขียว ฟ้า และชมพู ตามลำดับ
5. ผู้บริโภคมีวัตถุประสงค์ในการซื้อผ้าทอมือ อันดับแรก คือ เพื่อนำไปใช้เอง อันดับรองลงมา คือ นำไปเป็นของฝากเนื่องในโอกาสพิเศษ

6. ผู้บริโภคใช้ผ้าทอมือในโอกาสดังนี้ ส่วนใหญ่จะใช้หรือสวมใส่ในโอกาสพิเศษ เช่น งานสังสรรค์ และสวมใส่ในวันที่มีการรณรงค์ให้ใช้ผ้าทอมือพื้นเมือง
7. ผู้บริโภคส่วนใหญ่ซื้อผ้าทอมือจาก งานแสดงสินค้าหัตถกรรม จากร้านค้าของที่ระลึก และร้านค้าชุมชน
8. ปัจจัยด้านคุณสมบัติของผ้าทอมือที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือคือ มีลวดลายตรงตามความต้องการ และเนื้อผ้ามีความคงทน
9. ปัจจัยด้านราคาของผ้าทอมือที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อคือ ผู้บริโภคมีความเห็นว่าราคามีความแตกต่างตามคุณภาพและประเภทเส้นใย และแตกต่างตามลวดลายบนเนื้อผ้า
10. ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อคือ การส่งเสริมและประชาสัมพันธ์จากหน่วยงานของรัฐบาล และได้มีโอกาสไปงานแสดงสินค้าหัตถกรรม
11. เหตุผลที่มีส่วนช่วยในการตัดสินใจซื้อคือ ความงดงามของลวดลายและสีสันของผ้า และสิ่งที่ต้องการในการซื้อในคราวต่อไปคือ มีคำแนะนำในการเลือกซื้อ และควรมีวิธีการสั่งซื้อที่สะดวกมากขึ้นกว่าเดิม เช่น สามารถสั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ตได้

6.1.2 ผู้บริโภคชาวต่างประเทศ

ลักษณะทางประชากรของผู้บริโภคชาวไทยประกอบเพศชายมากที่สุด จำนวน 87 ราย คิดเป็นร้อยละ 58 และเพศหญิงจำนวน 63 ราย คิดเป็นร้อยละ 42 มีอายุน้อยกว่า 36 ปี มีรายได้ต่อเดือน 5,000 USD ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี สถานภาพโสด และประกอบธุรกิจส่วนตัว

ความต้องการทั่วไปของผู้บริโภคชาวต่างประเทศที่มีต่อผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือ

1. ประเภทของผ้าทอมือที่ผู้บริโภคชอบคือ ผ้าพื้น รองลงมาคือ ผ้าขิด และผ้ามัดหมี่ ตามลำดับ
2. ผู้บริโภคชอบผ้าทอมือที่ทำจากฝ้าย ลักษณะของผ้าทอมือที่ผู้บริโภคชอบเป็นผ้าเนื้อบาง และมีเนื้อเรียบเป็นมันเงา
3. ลวดลายของผ้าทอมือที่ผู้บริโภคชอบคือ ลายไทยโบราณ ลายเรขาคณิต และลายร่วมสมัย ตามลำดับ
4. สีของผ้าทอมือที่ชอบคือ น้ำเงิน ฟ้า เขียว และม่วง ตามลำดับ
5. ผู้บริโภคมีวัตถุประสงค์ในการซื้อผ้าทอมือ อันดับแรก คือ นำไปเป็นของขวัญเนื่องในโอกาสพิเศษ และเพื่อนำไปใช้เอง
6. ผู้บริโภคใช้ผ้าทอมือในโอกาสดังนี้ ส่วนใหญ่จะใช้หรือสวมใส่ในโอกาสพิเศษ เช่น งานสังสรรค์ เป็นต้น

7. ผู้บริโภคส่วนใหญ่ซื้อผ้าทอมือจาก จากร้านค้าของที่ระลึก และแหล่งท่องเที่ยว
8. ปัจจัยด้านคุณสมบัติของผ้าทอมือที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือคือ มีลวดลายตรงตามความต้องการ และมีลวดลายหลากหลาย
9. ปัจจัยด้านราคาของผ้าทอมือที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อคือ ผู้บริโภคมีความเห็นว่าราคามีความแตกต่างตามคุณภาพและประเภทเส้นใย และแตกต่างตามลวดลายบนเนื้อผ้า
10. ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อคือ คำแนะนำจากบุคคลใกล้ชิด และได้มีโอกาสไปงานแสดงสินค้าหัตถกรรม
11. เหตุผลที่มีส่วนช่วยในการตัดสินใจซื้อคือ คำแนะนำจากคนใกล้ชิด และความงามของลวดลายและสีสันของผ้า และสิ่งที่ต้องการในการซื้อในคราวต่อไปคือ มีการรับประกันคุณภาพสินค้า และต้องการคำแนะนำในการเลือกซื้อ

6.2 ข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องการพัฒนากระบวนการเพื่อหาความต้องการของลูกค้าในการผลิตผ้าทอมือของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง มีข้อเสนอแนะซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ และการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ดังนี้

1. ผ้าไหม ควรมีการปรับปรุงในเรื่องรูปแบบ และลวดลายให้มีความหลากหลาย สีสันเหมาะกับกลุ่มลูกค้า และควรมีการพัฒนาคุณภาพของผ้าให้มีสีสม่ำเสมอ และสามารถดูแลรักษาได้ง่ายขึ้น
2. ผ้าฝ้าย ควรมีการปรับปรุงในเรื่องคุณภาพของสีที่ใช้ย้อม สีไม่ตกหลังจากซัก และสีไม่จืดชืดง่าย
3. ควรส่งเสริมให้มีการนำเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์กราฟฟิกเข้ามาช่วยในการออกแบบลวดลายผ้าให้มีลวดลายแปลกใหม่ และเป็นที่ต้องการของลูกค้า
4. ควรมีการรับประกันคุณภาพของสินค้า และมีการให้คำแนะนำในการเลือกซื้อและดูแลรักษาผ้า
5. ควรมีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้มีความสวยงาม เพื่อให้สามารถนำไปเป็นของฝากที่น่าประทับใจสำหรับผู้รับ
6. ควรมีการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายให้มีความสะดวกมากยิ่งขึ้น เช่น สามารถสั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ตได้
7. ควรมีการสร้างตราผลิตภัณฑ์สำหรับกลุ่มทอผ้าของภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง และพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีภาพลักษณ์ที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น

8. องค์การของรัฐบาลควรให้การส่งเสริม และอบรมในด้านการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แก่กลุ่มผู้ผลิตผ้าทอมือ เพื่อให้สามารถจำหน่ายสินค้าให้กับลูกค้าในวงที่กว้างมากขึ้น
9. องค์การเอกชนและรัฐบาลควรมีการส่งเสริม ปลุกฝังในเรื่องการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น เพื่อให้ประเทศพัฒนาไปสู่เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ และพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือเพื่อให้ได้มาตรฐาน และส่งเสริมการส่งออก

6.3 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาถึงเอกลักษณ์ประจำถิ่นของลายผ้า เพื่อสร้างความแตกต่างของสินค้า และเพื่อถ่ายทอดภูมิปัญญาลายผ้าของภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ให้คงอยู่เป็นมรดกวัฒนธรรมของท้องถิ่น และเกิดเป็นความภาคภูมิใจในผลงานของคนรุ่นใหม่ สามารถบอกกล่าวเรื่องราวของผ้าให้ลูกค้าได้ทราบความเป็นมา ทำให้ลูกค้ารับรู้และชื่นชมในความเป็นเอกลักษณ์ของผ้าที่ซื้อไป
2. ควรมีการพัฒนาระบบฐานข้อมูลลายผ้าประจำถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง เรื่องอนุรักษ์และฟื้นฟูภูมิปัญญาลายผ้า สามารถศึกษาและสืบค้นลายผ้าที่มีคุณค่าทางวัฒนธรรม และความสวยงามได้ง่าย
3. ควรมีการศึกษาช่องทางการจัดจำหน่ายผ้าทอมือของภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง เพื่อให้สามารถขายสินค้าได้มากขึ้น