

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมในตำบลนาข่า อำเภอเมืองอุดรธานี เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหม ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อ และปัญหาในการซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมในตำบลนาข่า อำเภอเมืองอุดรธานี โดยการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) จำนวน 246 ตัวอย่าง นำมาวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ในลักษณะสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย สามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผลการศึกษา ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ ดังนี้

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการเก็บข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 72.4 อายุ 41-50 ร้อยละ 37.0 สถานภาพสมรส ร้อยละ 68.7 การศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 83.3 อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 75.6 รายได้ 20,001-30,000 ร้อยละ 40.7 เป็นนักท่องเที่ยวมาจากจังหวัดอุดรธานี ร้อยละ 29.7 โดยการท่องเที่ยวแบบครอบครัว ร้อยละ 41.9 ซึ่งได้รับข่าวสารจากการบอกต่อของบุคคลอื่นมากที่สุด ร้อยละ 40.1

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ในตำบลนาป่า อำเภอเมืองอุดรธานี

ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมประเภทเสื้อผ้า ร้อยละ 81.3 รองลงมา เป็นประเภทผ้าผืน ร้อยละ 35.4 โดยให้ความสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมในด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ร้อยละ 70.0 รองลงมา คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ร้อยละ 57.3 โดยวัตถุประสงค์ที่ซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมเพื่อใช้เอง คิดเป็นร้อยละ 80.9 รองลงมาคือ เพื่อเป็นของฝาก ร้อยละ 42.7 ส่วนใหญ่นิยมซื้อผ้าไหมสองเส้น คิดเป็นร้อยละ 55.3 รองลงมาคือ ไหมสี่เส้น ร้อยละ 36.2 และนิยมซื้อผ้าไหมลายยกขิด คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมาคือ สีพื้น ร้อยละ 32.5 ลายแปดตะก้อ ร้อยละ 11.8 และลายแตงจก คิดเป็นร้อยละ 5.7 มีเหตุผลที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจากตำบลนาป่าคือ เป็นศูนย์รวมผลิตภัณฑ์ผ้าไหม คิดเป็นร้อยละ 51.2 รองลงมาคือ สีสวย ร้อยละ 40.2 ลวดลายเป็นเอกลักษณ์ ร้อยละ 32.9 สะดวกในการซื้อ ร้อยละ 16.6 และอุดหนุนผลิตภัณฑ์ OTOP คิดเป็นร้อยละ 4.5 โดยซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมในตำบลนาป่าโดยเฉลี่ย น้อยกว่า 1 ครั้ง / ปี คิดเป็นร้อยละ 45.9 รองลงมาคือ 1 ครั้ง / ปี ร้อยละ 39.0 2 ครั้ง / ปี ร้อยละ 9.8 และมากกว่า 2 ครั้ง / ปี คิดเป็นร้อยละ 5.3 ซึ่งงบประมาณในการซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมแต่ละครั้งคิดเป็นจำนวนเงิน 1,001 - 2,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 39.8 รองลงมาคือ 2,001 - 3,000 บาท ร้อยละ 22.4 ต่ำกว่า 1,000 บาท ร้อยละ 21.5 และสูงกว่า 3,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 16.3 โดยส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 70.7 รองลงมาคือ บิดา / มารดา ร้อยละ 13.4 เพื่อน ร้อยละ 11.4ญาติ / พี่น้อง ร้อยละ 2.8 และสามี / ภรรยา คิดเป็นร้อยละ 1.6 โดยเห็นว่าให้คุณค่าทางด้านความภูมิใจในวัฒนธรรมไทย คิดเป็นร้อยละ 64.6 รองลงมาคือ อนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมไทย ร้อยละ 32.1 ความหรรษา/ภูมิฐาน ร้อยละ 3.2 และช่วยเหลือเศรษฐกิจท้องถิ่น คิดเป็นร้อยละ 1.2 โดยจะใส่หรือใช้ผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมในโอกาสพิเศษ คิดเป็นร้อยละ 56.5 รองลงมาคือ ใส่หรือใช้ไปทำงานเป็นประจำ ร้อยละ 34.1 ใส่หรือใช้ไปวัด ร้อยละ 10.2 และใส่หรือใช้เฉพาะวันศุกร์ คิดเป็นร้อยละ 1.2 และได้รับข่าวสารจากการบอกต่อของบุคคลอื่น คิดเป็นร้อยละ 70.3 รองลงมาคือ การออกงานแสดงสินค้า / นิทรรศการ ร้อยละ 33.7 ใกล้เคียงทาง ร้อยละ 9.3 เพื่อนร่วมเดินทาง ร้อยละ 9.3 ป้ายโฆษณา ร้อยละ 9.3 และอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 6.9

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และปัญหาในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหม

จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหม ในตำบลนาป่า อำเภอเมืองอุตรธานี ของผู้ตอบแบบสอบถามสรุปได้ว่า

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมโดยรวมอยู่ระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ ลวดลายหรือรูปแบบที่มีเอกลักษณ์ของท้องถิ่น สีเส้นที่สวยงาม รูปแบบที่ทันสมัย แปลกใหม่ ความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงร้าน ความคงทนของผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์มีให้เลือกหลากหลายขนาด และรูปแบบ สำหรับปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ การมีตราเครื่องหมายของผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมโดยรวมอยู่ระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ทางด้านราคาเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ ความสามารถในการต่อรองราคาได้ และการมีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมโดยรวมอยู่ระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ สถานที่จำหน่ายสะดวกต่อการซื้อ การแสดงผลิตภัณฑ์น่าสนใจ ร้านค้าตกแต่งสวยงาม ผลิตภัณฑ์เหมาะสมกับฤดูกาล / เทศกาล สถานที่จอดรถสะดวก และเป็นศูนย์รวมผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมโดยรวมอยู่ระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ การให้ส่วนลด การให้ของแถม การแนะนำโฆษณาผ่านทางอินเทอร์เน็ต การโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์อื่นๆ เช่น นิตยสารท่องเที่ยว การมีป้ายโฆษณาที่เห็นชัดเจน ด้านการมีป้ายบอกทางร้านที่ชัดเจน ส่วนปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยทางด้านการบริการ อัจฉาศัย และกิจกรรมรยาของพนักงานขาย การให้ความรู้และคำแนะนำจากพนักงาน การให้ข้อมูลของลูกค้าจากปากต่อปาก และการจัดงานแสดง / นิทรรศการ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยภาพรวม มีความสำคัญต่อการตัดสินใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ เป็นอันดับแรก รองลงมา คือ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านราคาและด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อย 3 ลำดับแรก พบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจ คือ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ มีให้เลือกหลากหลายขนาด รูปแบบ และร้านค้าตกแต่งสวยงาม ตามลำดับ

ปัญหาที่พบในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมในตำบลนาข่า

ผู้ตอบแบบสอบถาม พบปัญหาในการซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมในตำบลนาข่า ในเรื่องการดูแลและการเก็บรักษา ยก คิดเป็นร้อยละ 89.8 รองลงมาคือ ไม่มีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน และร้านจำหน่ายอยู่ไกล ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 พฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมของนักท่องเที่ยวไทย จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

จากการศึกษาพฤติกรรมที่ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ และแหล่งที่เดินทางมาของนักท่องเที่ยว โดยเลือกพฤติกรรมที่มีจำนวนมากที่สุดในการซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ในตำบลนาข่า อำเภอเมืองอุดรธานี สรุปได้ดังนี้

จำแนกตาม เพศ

เพศชาย ซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหม ประเภทเสื้อผ้า โดยให้ความสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมที่คุณภาพของผลิตภัณฑ์ โดยมีวัตถุประสงค์ในการซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมเพื่อใช้เอง โดยนิยมซื้อผ้าไหมประเภท ไหมสองเส้น ลายยกบิด โดยมีเหตุผลในการซื้อคือผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมีสีสันสวยงาม มักจะซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหม โดยเฉลี่ย น้อยกว่า 1 ครั้ง / ปี และมีงบประมาณในการซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหม จำนวน 1,000-2,000 บาท โดยตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมด้วยตนเอง และคุณค่าที่ได้รับจากการใช้ผลิตภัณฑ์จากผ้าไหม ให้คุณค่าด้านความภูมิใจในวัฒนธรรมไทย ซึ่งจะใส่หรือใช้ผลิตภัณฑ์จากผ้าไหม ในโอกาสพิเศษ การได้รับข่าวสารเกี่ยวกับร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากผ้าไหม โดยการบอกต่อของบุคคลอื่น

เพศหญิง ซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหม ประเภทเสื้อผ้า โดยให้ความสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมที่คุณภาพของผลิตภัณฑ์ โดยมีวัตถุประสงค์ในการซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมเพื่อใช้เอง โดยนิยมซื้อผ้าไหมประเภท ไหมสองเส้น ลายยกบิด โดยมีเหตุผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหม คือเป็นศูนย์รวมผลิตภัณฑ์ผ้าไหม มักจะซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหม โดยเฉลี่ย น้อยกว่า 1 ครั้ง / ปี และมีงบประมาณในการซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหม จำนวน 1,000 -2,000 บาท โดยตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมด้วยตนเอง และคุณค่าที่ได้รับจากการใช้ผลิตภัณฑ์จากผ้าไหม ให้คุณค่าด้านความภูมิใจในวัฒนธรรมไทย ซึ่งจะใส่หรือใช้ผลิตภัณฑ์จากผ้าไหม ในโอกาสพิเศษ การได้รับข่าวสารเกี่ยวกับร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากผ้าไหม โดยการบอกต่อของบุคคลอื่น

จำแนกตามอายุ

อายุไม่เกิน 20 ปี ซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมประเภทเสื้อผ้า ให้ความสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากคุณภาพและรูปแบบของผลิตภัณฑ์ มีวัตถุประสงค์ที่ซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมเพื่อใช้เอง โดยนิยมซื้อผ้าไหมสองเส้น ลายยกบิด เหตุผลที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมที่สีสันสวยงาม โดยเฉลี่ยซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมน้อยกว่า 1 ครั้ง/ปี งบประมาณในการซื้อผลิตภัณฑ์จาก

ผ้าไหม ต่ำกว่า 1,000 บาท ซึ่งตัดสินใจซื้อผ้าไหมด้วยตนเอง คุณค่าที่ได้รับจากการใช้ผลิตภัณฑ์จากผ้าไหม คือ คุณค่าด้านอนุรักษ์ศิลปะ วัฒนธรรมไทย ใส่หรือใช้ผลิตภัณฑ์เนื่องในโอกาสพิเศษ ได้รับข่าวสารจากเพื่อนร่วมเดินทางและการออกงานแสดงสินค้า / นิทรรศการ

อายุ 21-30 ปี ซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมประเภทเสื้อผ้า ให้ความสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากคุณภาพของผลิตภัณฑ์ มีวัตถุประสงค์ที่ซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมเพื่อใช้เอง โดยนิยมซื้อผ้าไหมสองเส้น สีพื้น เหตุผลที่เลือกซื้อคือ เป็นศูนย์รวมผลิตภัณฑ์ผ้าไหม โดยเฉลี่ยซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมน้อยกว่า 1 ครั้ง/ปี งบประมาณในการซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหม 1,000-2,000 บาท ซึ่งตัดสินใจซื้อผ้าไหมด้วยตนเอง คุณค่าที่ได้รับจากการใช้ผลิตภัณฑ์จากผ้าไหม คือ คุณค่าด้านความภูมิใจในวัฒนธรรมไทย ใส่หรือใช้ผลิตภัณฑ์เนื่องในโอกาสพิเศษ ได้รับข่าวสารจากการบอกของบุคคลอื่น

อายุ 31-40 ปี ซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมประเภทเสื้อผ้า ให้ความสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากคุณภาพ มีวัตถุประสงค์ที่ซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมเพื่อใช้เอง โดยนิยมซื้อผ้าไหมสองเส้น ลายขกขิด เหตุผลที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมที่สีล้วนสวยงาม โดยเฉลี่ยซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมน้อยกว่า 1 ครั้ง/ปี งบประมาณในการซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหม 1,000-2,000 บาท ซึ่งตัดสินใจซื้อผ้าไหมด้วยตนเอง คุณค่าที่ได้รับจากการใช้ผลิตภัณฑ์จากผ้าไหม คือ ภูมิใจในวัฒนธรรมไทย ใส่หรือใช้ผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมไปทำงานเป็นประจำ ได้รับข่าวสารจากการบอกต่อของบุคคลอื่น

อายุ 41-50 ปี ซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมประเภทเสื้อผ้า ให้ความสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากคุณภาพ มีวัตถุประสงค์ที่ซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมเพื่อใช้เอง โดยนิยมซื้อผ้าไหมสองเส้น ลายขกขิด เหตุผลที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหม เพราะ เป็นศูนย์รวมผลิตภัณฑ์ผ้าไหม โดยเฉลี่ยซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหม 1 ครั้ง/ปี งบประมาณในการซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหม 1,000-2,000 บาท ซึ่งตัดสินใจซื้อผ้าไหมด้วยตนเอง คุณค่าที่ได้รับจากการใช้ผลิตภัณฑ์จากผ้าไหม ด้านความภูมิใจในวัฒนธรรมไทย ใส่หรือใช้ผลิตภัณฑ์เนื่องในโอกาสพิเศษ ได้รับข่าวสารจากการบอกต่อของบุคคลอื่น

อายุ 51-60 ปี ซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมประเภทเสื้อผ้า ให้ความสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากคุณภาพของผลิตภัณฑ์ มีวัตถุประสงค์ที่ซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมเพื่อใช้เอง โดยนิยมซื้อผ้าไหมสองเส้น ลายขกขิด เหตุผลที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมคือ ลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์ โดยเฉลี่ยซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมน้อยกว่า 1 ครั้ง/ปี งบประมาณในการซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหม 1,000-2,000 บาท ซึ่งตัดสินใจซื้อผ้าไหมด้วยตนเอง คุณค่าที่ได้รับจากการใช้ผลิตภัณฑ์

จากผ้าไหม คือ ความภูมิใจในวัฒนธรรมไทย ใส่หรือใช้ผลิตภัณฑ์เนื่องในโอกาสพิเศษ ได้รับข่าวสารจากการบอกต่อของบุคคลอื่น

จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับประถมศึกษา ซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมประเภทเสื้อผ้า โดยให้ความสำคัญในการตัดสินใจซื้อ ที่คุณภาพของผลิตภัณฑ์ มีวัตถุประสงค์ที่ซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหม เพื่อเป็นของฝาก นิยมซื้อผ้าไหมสี่เส้นและสองเส้น สีพื้นและลายขยจิด มีเหตุผลที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ด้านลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์และอุดหนุนผลิตภัณฑ์โอท็อป โดยเฉลี่ยซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหม 1 ครั้ง / ปี งบประมาณในการซื้อ 1,000-2,000 บาท บุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหม คือ ญาติ พี่น้อง คุณค่าที่ได้รับจากการใช้ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมคือ อนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมไทย ซึ่งจะใส่หรือใช้ผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมไปทำงานเป็นประจำ ได้รับข่าวสารจากการบอกต่อจากบุคคลอื่น

ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น / ปลาย ซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมประเภทเสื้อผ้า โดยให้ความสำคัญในการตัดสินใจซื้อ จากสีพื้นและลวดลายของผลิตภัณฑ์ มีวัตถุประสงค์ที่ซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหม เพื่อใช้เอง นิยมซื้อผ้าไหมสองเส้น ลายขยจิด มีเหตุผลที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์คือ สีเส้นสวยงาม โดยเฉลี่ยซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมน้อยกว่า 1 ครั้ง / ปี งบประมาณในการซื้อต่ำกว่า 1,000 บาท ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ด้วยตนเอง คุณค่าที่ได้รับจากการใช้ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมคือ ด้านความภูมิใจในวัฒนธรรมไทยและอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมไทย ซึ่งจะใส่หรือใช้ผลิตภัณฑ์ในโอกาสพิเศษ ได้รับข่าวสารจากการบอกต่อจากบุคคลอื่นและการออกงานแสดงสินค้า/ นิทรรศการ

ระดับอนุปริญญา ปวส. หรือ เทียบเท่า ซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมประเภทเสื้อผ้า โดยให้ความสำคัญในการตัดสินใจซื้อ ที่คุณภาพของผลิตภัณฑ์ มีวัตถุประสงค์ที่ซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหม เพื่อใช้เอง นิยมซื้อผ้าไหมสองเส้น ลายขยจิด มีเหตุผลที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ด้านสีเส้นสวยงาม โดยเฉลี่ยซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมน้อยกว่า 1 ครั้ง / ปีและ 1 ครั้ง / ปี งบประมาณในการซื้อ 1,000-2,000 บาท ซึ่งตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ด้วยตนเอง คุณค่าที่ได้รับจากการใช้ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมคือ ด้านความภูมิใจในวัฒนธรรมไทย ซึ่งจะใส่หรือใช้ผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมใช้ในโอกาสพิเศษ ได้รับข่าวสารจากการบอกต่อจากบุคคลอื่น

ระดับปริญญาตรี ซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมประเภทเสื้อผ้า โดยให้ความสำคัญในการตัดสินใจซื้อ ที่คุณภาพของผลิตภัณฑ์ มีวัตถุประสงค์ที่ซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหม เพื่อใช้เอง นิยมซื้อผ้าไหมสองเส้น ลายขยจิด มีเหตุผลที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหม คือ เป็นศูนย์รวมผลิตภัณฑ์ผ้าไหม โดยเฉลี่ยซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมน้อยกว่า 1 ครั้ง / ปี งบประมาณในการซื้อ 1,000-2,000 บาท ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ด้วยตนเอง คุณค่าที่ได้รับจากการใช้ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมคือ ภูมิใจในวัฒนธรรม

ไทย ซึ่งจะใส่หรือใช้ผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมไปทำงานเป็นประจำ ได้รับข่าวสารจากการบอกต่อจากบุคคลอื่น

ระดับปริญญาโท ซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมประเภทเสื้อผ้า โดยให้ความสำคัญในการตัดสินใจซื้อ จากรูปแบบของผลิตภัณฑ์ มีวัตถุประสงค์ที่ซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหม เพื่อใช้เอง นิยมซื้อผ้าไหมสองเส้น ลายขกขิด มีเหตุผลที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ด้าน ลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์ โดยเฉลี่ยซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมน้อยกว่า 1 ครั้ง /ปี งบประมาณในการซื้อตั้งแต่ต่ำกว่า 1,000- สูงกว่า 3,000 บาท ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมด้วยตนเอง คุณค่าที่ได้รับจากการใช้ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมคือ อนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมไทย ซึ่งจะใส่หรือใช้ผลิตภัณฑ์โดยโอกาสพิเศษได้รับข่าวสารจากการบอกต่อจากบุคคลอื่น

จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

น้อยกว่า 10,000 บาท ซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมประเภทเสื้อผ้า ให้ความสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมที่คุณภาพของผลิตภัณฑ์ วัตถุประสงค์ที่ซื้อเพื่อใช้เอง นิยมซื้อผ้าไหมสองเส้น สีพื้น เหตุผลที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมคือ สีเส้นสวยงาม โดยเฉลี่ยซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหม น้อยกว่า 1 ครั้ง / ปี โดยงบประมาณในการซื้อแต่ละครั้ง ต่ำกว่า 1,000 บาทโดย ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ คือ บิดามารดา โดยคุณค่าที่ได้รับจากการใช้ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมคือ ความภูมิใจในวัฒนธรรมไทยและอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมไทย ซึ่งจะใส่หรือใช้ผลิตภัณฑ์ในโอกาสพิเศษได้รับข่าวสารจากการบอกต่อของบุคคลอื่น

10,000-20,000 บาท ซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมประเภทเสื้อผ้า ให้ความสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมที่คุณภาพของผลิตภัณฑ์ วัตถุประสงค์ที่ซื้อเพื่อใช้เอง นิยมซื้อผ้าไหมสองเส้น สีพื้น เหตุผลที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมคือ สีเส้นสวยงาม โดยเฉลี่ยซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหม 1 ครั้ง / ปี โดยงบประมาณในการซื้อแต่ละครั้ง 1,000-2,000 บาทโดยตัดสินใจซื้อด้วยตนเอง โดยคุณค่าที่ได้รับจากการใช้ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมคือ ความภูมิใจในวัฒนธรรมไทย ซึ่งจะใส่หรือใช้ผลิตภัณฑ์ในโอกาสพิเศษ ได้รับข่าวสารจากการบอกต่อของบุคคลอื่น

20,001-30,000 บาท ซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมประเภทเสื้อผ้า ให้ความสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมที่คุณภาพของผลิตภัณฑ์ วัตถุประสงค์ที่ซื้อเพื่อใช้เอง นิยมซื้อผ้าไหมสองเส้น ลายขกขิด เหตุผลที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมคือ เป็นศูนย์รวมผลิตภัณฑ์ผ้าไหม โดยเฉลี่ยซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหม 1 ครั้ง / ปี โดยงบประมาณในการซื้อแต่ละครั้ง 1,000-2,000 บาทโดยตัดสินใจซื้อด้วยตนเอง โดยคุณค่าที่ได้รับจากการใช้ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมคือ ความภูมิใจใน

วัฒนธรรมไทยและอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมไทย ซึ่งจะใส่หรือใช้ผลิตภัณฑ์ในโอกาสพิเศษ ได้รับข่าวสารจากการบอกต่อของบุคคลอื่น

30,001-40,000 บาท ซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมประเภทเสื่อผ้า ให้ความสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมที่คุณภาพของผลิตภัณฑ์และราคาเหมาะสมกับคุณภาพ วัตถุประสงค์ที่ซื้อเพื่อใช้เอง นิยมซื้อผ้าไหมสีเส้น ลายขกขิด เหตุผลที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมคือ เป็นศูนย์รวมผลิตภัณฑ์ผ้าไหม โดยเฉลี่ยซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหม 1 ครั้ง / ปี โดยงบประมาณในการซื้อแต่ละครั้ง ตั้งแต่ 2,001- สูงกว่า 3,000 บาท โดยตัดสินใจซื้อด้วยตนเอง โดยคุณค่าที่ได้รับจากการใช้ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมคือ ความภูมิใจในวัฒนธรรมไทย ซึ่งจะใส่หรือใช้ผลิตภัณฑ์ในโอกาสพิเศษ ได้รับข่าวสารจากการบอกต่อของบุคคลอื่น

40,001-50,000 บาท ซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมประเภทเสื่อผ้า ให้ความสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมที่คุณภาพของผลิตภัณฑ์ วัตถุประสงค์ที่ซื้อเพื่อใช้เอง นิยมซื้อผ้าไหมสีเส้น ลายขกขิด เหตุผลที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมคือ เป็นศูนย์รวมผลิตภัณฑ์ผ้าไหม โดยเฉลี่ยซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหม 1-2 ครั้ง / ปี โดยงบประมาณในการซื้อแต่ละครั้ง สูงกว่า 3,000 บาท โดยตัดสินใจซื้อด้วยตนเอง โดยคุณค่าที่ได้รับจากการใช้ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมคือ ความภูมิใจในวัฒนธรรมไทย ซึ่งจะใส่หรือใช้ผลิตภัณฑ์ในโอกาสพิเศษ ได้รับข่าวสารจากการบอกต่อของบุคคลอื่น

จำแนกตามภูมิภาคของนักท่องเที่ยว

อุดรธานี ซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมประเภทเสื่อผ้า ให้ความสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมที่คุณภาพของผลิตภัณฑ์ วัตถุประสงค์ที่ซื้อเพื่อใช้เอง นิยมซื้อผ้าไหมสีเส้น ลายขกขิด เหตุผลที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมคือ เป็นศูนย์รวมผลิตภัณฑ์ผ้าไหม โดยเฉลี่ยซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหม 1 ครั้ง / ปี โดยงบประมาณในการซื้อแต่ละครั้ง 1,000 – 2,000 บาท ตัดสินใจซื้อด้วยตนเอง โดยได้รับข่าวสารจากการบอกต่อของบุคคลอื่น และมาท่องเที่ยวแบบครอบครัว

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมประเภทเสื่อผ้า ให้ความสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมที่คุณภาพของผลิตภัณฑ์ วัตถุประสงค์ที่ซื้อเพื่อใช้เอง นิยมซื้อผ้าไหมสีเส้น สีพื้น เหตุผลที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมคือ สีต้นสวยงาม โดยเฉลี่ยซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหม น้อยกว่า 1 ครั้ง / ปี โดยงบประมาณในการซื้อแต่ละครั้ง 1,000 – 2,000 บาท ตัดสินใจซื้อด้วยตนเอง โดยได้รับข่าวสารจากการบอกต่อของบุคคลอื่น และเป็นนักท่องเที่ยวที่มาดูงานหรือมาสัมมนา

ภาคกลาง ซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมประเภทเสื่อผ้า ให้ความสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมที่คุณภาพของผลิตภัณฑ์ วัตถุประสงค์ที่ซื้อเพื่อใช้เอง นิยมซื้อผ้าไหมสองเส้น ลายยกขิด เหตุผลที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมคือ เป็นศูนย์รวมผลิตภัณฑ์ผ้าไหม โดยเฉลี่ยซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหม น้อยกว่า 1 ครั้ง / ปี โดยงบประมาณในการซื้อแต่ละครั้ง 1,000 – 2,000 บาท โดยได้รับข่าวสารจากการบอกต่อของบุคคลอื่น และเป็นนักท่องเที่ยวที่มาดูงานหรือมาสัมมนา

ภาคอื่น ๆ ซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมประเภทเสื่อผ้า ให้ความสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมที่คุณภาพของผลิตภัณฑ์ วัตถุประสงค์ที่ซื้อเพื่อใช้เอง นิยมซื้อผ้าไหมสองเส้น ลายยกขิด เหตุผลที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมคือ สีล้วนสวยงาม โดยเฉลี่ยซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหม 1 ครั้ง / ปี โดยงบประมาณในการซื้อแต่ละครั้ง 1,000 – 2,000 บาท โดยได้รับข่าวสารจากการบอกต่อของบุคคลอื่น และเป็นนักท่องเที่ยวที่มาดูงานหรือมาสัมมนา

อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหม ในตำบลนาป่า อำเภอเมืองอุดรธานีโดยใช้แนวคิด ทฤษฎี พฤติกรรมของผู้บริโภค ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง มาอภิปรายผลการศึกษาดังนี้

1. **ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย** จากการศึกษพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีทั้งเพศชายและเพศหญิง แต่สัดส่วนของเพศหญิงมากกว่า มีช่วงอายุ 41-50 ปี มากที่สุด ระดับการศึกษาส่วนใหญ่ มีการศึกษา ระดับปริญญาตรี อาชีพ ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีรายได้ 20,001-30,000 บาท โดยมีการท่องเที่ยวแบบครอบครัว ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ เบญจา บุญสุภาพ (2545) ที่ศึกษาเรื่อง การพัฒนาการตลาดสินค้าที่ระลึก ที่ผลิตจากผ้าพื้นเมืองในอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี การศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวที่ซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าพื้นเมือง เป็นเพศหญิง

2. **ผู้บริโภคซื้ออะไร** จากการศึกษพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมประเภทเสื่อผ้า โดยตัดสินใจซื้อด้านคุณภาพ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ซึ่งผ้าไหมสองเส้น ลายยกขิด ได้รับการเลือกซื้อมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ รสสุคนธ์ อัสวีญญเดช (2543) ที่ศึกษาเรื่อง การตลาดผ้าไหมไทยในเขตกรุงเทพมหานคร การศึกษาพบว่า พฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคให้ความสำคัญกับคุณภาพของผ้าไหมและความเหมาะสมของราคา ราคาทำให้เลือกหลากหลายตามคุณภาพของผ้าไหม

3. **ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ** จากการศึกษพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้เหตุผลในการซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจากตำบลนาป่า เพราะเป็นศูนย์รวมผลิตภัณฑ์ผ้าไหม สีล้วนสวยงาม ลวดลายที่เป็น

เอกลักษณ์ โดยเห็นว่าให้คุณค่าทางด้านความภูมิใจในวัฒนธรรม และมีวัตถุประสงค์ในการซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมเพื่อใช้เอง ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปิยวัลย์ นิยมมา (2547) ได้ศึกษาพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของข้าราชการสตรีในอำเภอเมืองจังหวัดนครราชสีมา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีเหตุผลในการซื้อเพื่อนำไปใช้เอง

4. **ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ** จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมด้วยตนเอง รองลงมาคือบิดามารดา ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ นิตา กานธิ (2543) ได้ศึกษาการเลือกซื้อผ้าของผู้บริโภคในเขตเทศบาลเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า บุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าของผู้ที่ซื้อส่วนใหญ่ คือ ตัวของผู้ซื้อเอง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านราคา

5. **ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด** จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมโดยเฉลี่ยน้อยกว่า 1 ครั้ง /ปี ซึ่งจะใช้ผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมในโอกาสพิเศษ เช่นงานแต่งงาน งานบวช เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ปิยวัลย์ นิยมมา (2547) ได้ศึกษาพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมของข้าราชการสตรีในอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา การศึกษาพบว่าผู้บริโภคจะซื้อในโอกาสวันสำคัญและสวมใส่ผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมในโอกาสพิเศษ

6. **ผู้บริโภคซื้อที่ไหน** จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมที่ตำบลนาข่าซึ่งเป็นศูนย์รวมผลิตภัณฑ์ผ้าไหม มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย มีสถานที่จอดรถ ราคามีความเหมาะสมกับสินค้า มีป้ายแสดงสินค้าที่ชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ เบญจา บุญสุภาพ (2545) ที่ศึกษาการพัฒนาสินค้าที่ผลิตจากผ้าพื้นเมืองในอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี การศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวพึงพอใจกับการซื้อสินค้าที่ร้านเนื่องจากราคามีความเหมาะสมกับสินค้าและมีป้ายสินค้าที่ชัดเจน

7. **ผู้บริโภคซื้ออย่างไร** จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมจากการจัดร้านค้าตกแต่งที่สวยงามและการบอกต่อของบุคคลอื่น โดยซื้อผ้าไหมในตำบลนาข่าเฉลี่ยน้อยกว่า 1 ครั้ง/ปี โดยแต่ละครั้งจะเสียค่าใช้จ่ายประมาณ 1,000-2,000 บาท

สำหรับปัจจัยส่วนผสมทางตลาด ที่จะช่วยวางแผนทางการตลาดเพื่อให้บรรลุเป้าหมายซึ่งประกอบด้วย 4 ด้านคือ ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมทางการตลาด จากแบบสอบถามสามารถนำมาวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคดังนี้

1. ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก โดยมีปัจจัยย่อยทางด้านลวดลายหรือรูปแบบที่มีเอกลักษณ์ของท้องถิ่น สีเส้นสวยงาม รูปแบบทันสมัย ซึ่ง

สอดคล้องกับการศึกษาของ เบญจา บุญสุภาพ (2545) ที่ศึกษาเรื่องการพัฒนาการตลาดสินค้าที่ระลึกที่ผลิตจากผ้าพื้นเมืองในอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา การศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญด้านรูปแบบเอกลักษณ์สี สันสวยงามและความทันสมัย

2. ปัจจัยทางด้านราคา

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก โดยให้ความสำคัญกับราคาที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ สามารถต่อรองได้ มีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับ เบญจา บุญสุภาพ (2545) ที่ศึกษาเรื่องการพัฒนาการตลาดสินค้าที่ระลึกที่ผลิตจากผ้าพื้นเมืองในอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา การศึกษาพบว่า ราคามีความเหมาะสมกับสินค้า มีความแน่นอนและมีป้ายแสดงราคาสินค้าที่ชัดเจน

3. ปัจจัยทางการจัดจำหน่าย

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญด้านสถานที่จัดจำหน่ายสะดวกต่อการซื้อ การแสดงผลภัณฑ์น่าสนใจ สถานที่จอดรถสะดวก ซึ่งสอดคล้องกับ การศึกษาของ รสสุคนธ์ อัครวิญญูเดช (2543) ที่ศึกษาเรื่อง การตลาดผ้าไหมไทยในเขตกรุงเทพมหานคร การศึกษาพบว่า ร้านค้าที่ไปมีการเดินทางที่สะดวก

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง โดยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับกิจกรรมร่ายของพนักงานขาย รองลงมา การจัดงานแสดง/นิทรรศการ ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ เบญจา บุญสุภาพ (2545) ที่ศึกษาเรื่องการพัฒนาการตลาดสินค้าที่ระลึกที่ผลิตจากผ้าพื้นเมืองในอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา การศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการซื้อสินค้าทางโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต

ข้อค้นพบ

จากการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมในตำบลนาข่า อำเภอเมืองอุดรธานี มีข้อค้นพบ ดังนี้

1. จากส่วนข้อมูลทั่วไปพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ผลิตภัณฑ์ที่ซื้อเป็นเสื้อผ้า
2. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจาก ภาคตะวันออกเฉียงเหนือและ

ภาคอื่นๆ ให้เหตุผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจากสีสันทที่สวยงามซึ่งแตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากภาคกลางและจังหวัดอุดรธานีให้เหตุผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมที่เป็นศูนย์รวมผลิตภัณฑ์ผ้าไหม

3. พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ซื้อผลิตภัณฑ์น้อยกว่า 1 ครั้งต่อปี เนื่องด้วยนักท่องเที่ยวจะใส่หรือใช้ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมในโอกาสพิเศษเท่านั้น และสินค้ามีราคาแพง จึงเป็นสาเหตุให้นักท่องเที่ยวซื้อผลิตภัณฑ์น้อยกว่า 1 ครั้งต่อปี

4. รายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยวมีผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมเป็นอย่างมาก ถ้านักท่องเที่ยวมีรายได้ต่อเดือนน้อย งบประมาณในการซื้อแต่ละครั้งก็จะน้อย ถ้านักท่องเที่ยวมีรายได้ต่อเดือนสูง งบประมาณในการซื้อแต่ละครั้งก็จะสูงตามไปด้วย

5. พบว่าพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจากภาคกลางและภาคอื่นๆ นิยมซื้อไหมสองเส้น ส่วนนักท่องเที่ยวจากจังหวัดอุดรธานีและภาคตะวันออกเฉียงเหนือนิยมซื้อไหมสี่เส้น

6. พบว่าพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลางและภาคอื่นๆ จะซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อใช้เอง เป็นของฝากและเป็นของขวัญเนื่องในโอกาสต่างๆ ในปริมาณที่ใกล้เคียงกันและเลือกซื้อผลิตภัณฑ์โดยพิจารณาจากคุณภาพและราคาของผลิตภัณฑ์ ซึ่งแตกต่างจากพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุดรธานี พบว่า ส่วนใหญ่ซื้อเพื่อใช้เองมากกว่าที่จะซื้อเป็นของฝากและเลือกซื้อผลิตภัณฑ์โดยพิจารณาจากคุณภาพของผลิตภัณฑ์มากกว่าราคาของผลิตภัณฑ์

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหม ในตำบลนาข่า อำเภอเมืองอุดรธานี สามารถเสนอแนะแนวทางสำหรับการแก้ปัญหาและใช้เป็นแนวทางในการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าไหมและผู้ที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

ด้านผลิตภัณฑ์

จากปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมในระดับมาก คือ มีลวดลายหรือรูปแบบ ที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น มีสีสันทที่สวยงาม รูปแบบทันสมัย ความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงของร้านความคงทนของผลิตภัณฑ์ และจากปัญหาที่ผู้บริโภคพบคือ การดูแลและการเก็บรักษายาก และมีรูปแบบที่ไม่น่าสนใจ

ข้อเสนอแนะ

1. จากการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชายที่ซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหม จึงควรพัฒนาและออกแบบรูปแบบผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของเพศชายให้มากขึ้น โดยทำการสำรวจความต้องการของผู้บริโภคถึงความต้องการในรูปแบบใดบ้าง เพื่อให้ผู้บริโภคพึงพอใจมากที่สุด และเป็นการเพิ่มฐานลูกค้าให้มากขึ้น
2. ควรทำบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม เพื่อดึงดูดใจผู้บริโภค ในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ และให้สะดวกต่อการบริโภค ให้มีรูปแบบที่แตกต่างเพื่อสะดวกต่อการจดจำลักษณะของผลิตภัณฑ์และง่ายต่อการซื้อในครั้งต่อไป
3. จากการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว พบว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากภาคกลางให้เหตุผลในการเลือกซื้อผ้าไหมที่สีสวยงาม ดังนั้นทางผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายควรมีการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีสีที่สวยงามและหลากหลายเพื่อเป็นการจูงใจนักท่องเที่ยวจากภาคกลางและภาคอื่นๆซึ่งหากสามารถผลิตผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ จะเป็นการเพิ่มกลุ่มนักท่องเที่ยวให้กลับมาซื้อบ่อยครั้งมากขึ้น
4. จากการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจาก ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลางและอื่นๆ พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ในรูปแบบของผาก ดังนั้นทางผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายควรมีการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความทันสมัย สวยงาม และสร้างความหลากหลายให้กับผลิตภัณฑ์ให้ เพื่อดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้ซื้อกลับไปเป็นของฝากมากขึ้น

ด้านราคา

จากปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหม อยู่ในระดับมากคือ ราคาเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ สามารถต่อรองราคาได้ มีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน ปัญหาที่ผู้บริโภคพบคือ ไม่มีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน และสินค้ามีราคาแพง

ข้อเสนอแนะ

1. การตั้งราคาไม่เป็นมาตรฐาน มีราคาเดียว ควรมีป้ายติดราคาที่ชัดเจน และไม่ควรเปลี่ยนแปลงราคาบ่อย
2. ควรกำหนดราคาสินค้าให้เหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ โดยการคำนวณต้นทุนการผลิตบวกกำไรที่ต้องการ ควรมีการสำรวจคู่แข่งชั้นในกลุ่มระดับผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพใกล้เคียงกันที่มีอยู่ในตลาด ว่ามีการกำหนดส่วนประสมทางด้านการตลาดอย่างไร เพื่อสามารถนำมากำหนดราคาของตนเองและเพิ่มความสามารถทางการแข่งขัน

3. ควรมีการจัดรายการสินค้าราคาพิเศษบ้างในบางช่วงหรือในช่วงเทศกาล ที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาจังหวัดอุดรธานี เช่น เทศกาลออกพรรษาซึ่งมีนักท่องเที่ยวเดินทางมาจากทั่วทุกภูมิภาคเป็นจำนวนมาก เนื่องจากตำบลนาข่าเป็นทางผ่านไปยังจังหวัดหนองคายซึ่งมีเทศกาลบั้งไฟพญานาค เพื่อเป็นการแนะนำและให้ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของตำบลนาข่าเป็นที่รู้จักมากขึ้น

ด้านการจัดจำหน่าย

จากปัจจัยที่มีผลต่อการซื้ออยู่ในระดับมาก คือ ร้านค้าตกแต่งสวยงามเป็นศูนย์รวมผลิตภัณฑ์ผ้าไหม สถานที่จำหน่ายสะดวกต่อการซื้อ การแสดงผลผลิตภัณฑ์น่าสนใจและหาที่จอดรถสะดวก และจากปัญหาที่ผู้บริโภคพบคือ การตกแต่งร้านไม่น่าสนใจ ร้านจำหน่ายไม่สะดวกต่อการเดินทาง

ข้อเสนอแนะ

1. ภายในร้านควรมีการจัดวางผลิตภัณฑ์ให้มีความน่าสนใจ โดยแยกออกเป็นส่วนๆ ให้ดูเป็นระเบียบและเพื่อง่ายต่อการเลือกซื้อ
2. ภายในร้านควรมีการรักษาความสะอาดอยู่เป็นประจำ
3. เนื่องจากสถานที่จำหน่ายอยู่ไกลไม่สะดวกต่อการซื้อ จึงควรมีการขายการขยายผลิตภัณฑ์โดยเพิ่มสถานที่การจัดจำหน่ายในห้างสรรพสินค้า เพื่อสะดวกต่อการเดินทางของนักท่องเที่ยว

ด้านการส่งเสริมการตลาด

จากปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหม อยู่ในระดับปานกลาง คือ มีการให้ส่วนลด มีป้ายโฆษณาบอกทางที่ชัดเจน มีการให้ของแถม และมีการแนะนำโฆษณาผ่านทางอินเทอร์เน็ต และจากปัญหาที่ผู้บริโภคพบ คือ ไม่ได้รับการบริการจากพนักงานขายและพนักงานขาดความรู้ในการแนะนำ

ข้อเสนอแนะ

1. ควรจะส่งเสริมด้านการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโฆษณา อินเทอร์เน็ต เช่น การประชาสัมพันธ์ผ่านรายการทางโทรทัศน์ หรือการออกงานแสดงสินค้าตามภูมิภาคต่าง ๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวต่างพื้นที่รู้จักผลิตภัณฑ์ของตำบลนาข่า เนื่องจากการบอกต่อจากบุคคลอื่นอาจจะให้ข้อมูลไม่เพียงพอหรือคลาดเคลื่อนได้

2. ควรส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ถึงคุณค่าในตัวผลิตภัณฑ์ เพื่อให้นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาที่ตำบลนาข่า ได้เห็นคุณค่าในตัวผลิตภัณฑ์ที่เลือกซื้อมากขึ้น โดยเน้นให้พนักงานขายต้องมีความรู้ความเข้าใจในตัวผลิตภัณฑ์ที่วางขายอย่างละเอียด เพื่อให้ความรู้กับนักท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้อง

การศึกษาครั้งต่อไป

เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ อาจทำให้มีพฤติกรรมการใช้ไม่แตกต่างกันมาก ดังนั้นการนำผลไปใช้เพื่อกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดจะทำให้มุ่งไปที่คนเพียงกลุ่มเดียว จึงควรกำหนดตัวอย่างตามอาชีพ อาชีพละเท่า ๆ กัน เพื่อทราบถึงความต้องการ และตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ทุกกลุ่มเป้าหมาย



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved