

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบและข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาพฤติกรรมของข้าราชการสตรีในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายพื้นเมือง มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมของข้าราชการสตรีในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายพื้นเมือง ประชากรในการศึกษาคั้งนี้ ได้แก่ ข้าราชการสตรีที่ได้รับการบรรจุให้เป็นข้าราชการในหน่วยงานราชการที่อยู่ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำนวนตัวอย่าง 400 ราย การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ซึ่งได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย ในบทนี้จะกล่าวถึงบทสรุปการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

สรุปผลการศึกษาวิจัย

สรุปผลการศึกษาพฤติกรรมของข้าราชการสตรีในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายพื้นเมืองสามารถสรุปผลตามทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้องในเรื่องการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Analyzing Consumer Behavior) โดยสามารถตอบคำถาม 6Ws และ 1H ได้ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 สรุปข้อมูลทั่วไป และพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายพื้นเมือง

1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who?)

จากการศึกษาวิจัย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20 – 30 ปี มีสถานภาพโสด มีการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรี และมีรายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ต่ำกว่า 10,000 บาท

2. ผู้บริโภคซื้ออะไร (What?)

ประเภทของเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายพื้นเมืองที่ผู้ตอบแบบสอบถามเคยซื้อคือ เสื้อมากที่สุด รองลงมาคือ ผ้าถุง และกางเกงสะดอ และประเภทของเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายพื้นเมืองที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อบ่อยที่สุดคือ เสื้อ มากที่สุด รองลงมาคือ ผ้าถุง และกระโปรงประยุกต์

3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why?)

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายพื้นเมืองคือเพื่อใช้เอง และเหตุผลที่ทำให้ซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายพื้นเมืองคือ สวมใส่สบายมากที่สุด รองลงมาคือ เพื่อเป็นของฝาก และเพื่อเป็นของขวัญเนื่องในโอกาสต่างๆ

4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Whom?)

ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายพื้นเมืองของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คือ ตนเอง มากที่สุด รองลงมาคือ เพื่อน และคนในครอบครัว

5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When?)

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นิยมซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายพื้นเมืองเนื่องในโอกาสวันสงกรานต์ มากที่สุด รองลงมาคือ วันปีใหม่ และวันลอยกระทง และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายพื้นเมืองในวันเสาร์ – อาทิตย์ มากที่สุด

6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where?)

แหล่งที่ซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายพื้นเมืองของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คือ ตลาดวโรรส มากที่สุด รองลงมาคือ ถนนคนเดินวัวลายและถนนคนเดินราชดำเนิน และร้านขายเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายทั่วไป และแหล่งที่ซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายพื้นเมืองที่ซื้อบ่อยที่สุดคือ ถนนคนเดินวัวลายและถนนคนเดินราชดำเนิน มากที่สุด รองลงมาคือ ตลาดวโรรส และร้านขายเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายทั่วไป

7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How?)

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายพื้นเมืองคือ มากกว่า 3 เดือนต่อครั้ง มีปริมาณซื้อ 1-2 ตัวต่อครั้ง โดยมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง 301 – 600 บาท โดยทราบข้อมูลเกี่ยวกับเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายพื้นเมืองและสถานที่จัดจำหน่ายเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายพื้นเมืองจากเพื่อน และมีการเปรียบเทียบคุณภาพ ลักษณะ และราคาของเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายพื้นเมืองก่อนตัดสินใจซื้อ

ส่วนที่ 2 สรุปผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายพื้นเมือง

ปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านต่างๆที่มีผลต่อการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายพื้นเมืองที่มีค่าเฉลี่ย 10 อันดับแรก แสดงดังตารางที่ 39

ตารางที่ 39 แสดงค่าเฉลี่ย 10 อันดับแรกของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ลำดับที่	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ค่าเฉลี่ย
1	รูปแบบสวยงาม	ผลิตภัณฑ์	4.53
2	ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	ราคา	4.50
3	สวมใส่สบาย	ผลิตภัณฑ์	4.46
4	สีสันทสวยงาม	ผลิตภัณฑ์	4.42
5	สามารถต่อรองราคาได้	ราคา	4.40
6	เจ้าของและพนักงานขายบริการด้วยรอยยิ้มและอัธยาศัยดี	การส่งเสริมการตลาด	4.28
7	เจ้าของและพนักงานขายให้ความสนใจลูกค้า	การส่งเสริมการตลาด	4.20
8	มีสินค้าให้เลือกหลายระดับราคา	ราคา	4.17
9	ราคาถูก	ราคา	4.16
10	การตัดเย็บปราณีต	ผลิตภัณฑ์	4.14
10	ดูแลรักษาง่าย	ผลิตภัณฑ์	4.14

จากตารางที่ 39 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญและมีค่าเฉลี่ยอยู่ใน 10 อันดับแรกมากถึง 5 อันดับคือ ด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาได้แก่ด้านราคาซึ่งมี 4 อันดับ และด้านการส่งเสริมการตลาดมี 2 อันดับ และปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านต่างๆ มีปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญใน 3 อันดับแรก ดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ รูปแบบสวยงาม สวมใส่สบาย และสีสันทสวยงาม

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ สามารถต่อรองราคาได้ และมีสินค้าให้เลือกหลากหลายราคา

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ ท่าเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทาง การจัดวางสินค้าเป็นระเบียบหมวดหมู่ทำให้หาสินค้าได้ง่าย และมีสถานที่จอดรถสะดวก

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ เจ้าของและพนักงานขายบริการด้วยรอยยิ้มและอัธยาศัยดี เจ้าของและพนักงานขายให้ความสนใจลูกค้า และมีส่วนลดพิเศษ

ส่วนที่ 3 สรุปผลการศึกษา เปรียบเทียบข้อมูลทั่วไปกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด จำแนกตาม อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด และรายได้ส่วนตัว สรุปผลได้ดังตารางที่ 40

ตารางที่ 40 แสดงผลสรุปการศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดจำแนกตามข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไป	ด้านผลิตภัณฑ์	ด้านราคา	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ด้านการส่งเสริมการตลาด
อายุ	โดยรวมระดับมาก ยกเว้น กลุ่มอายุ 51-60 ปี ระดับมากที่สุด	โดยรวมระดับมาก ยกเว้น กลุ่มอายุ 61 ปีขึ้นไป ระดับมากที่สุด	ระดับมาก	ระดับมาก
ระดับการศึกษาสูงสุด	ระดับมาก	ระดับมาก	ระดับมาก	ระดับมาก
รายได้	โดยรวมระดับมาก ยกเว้น กลุ่มรายได้มากกว่า 30,001 บาท ระดับมากที่สุด	โดยรวมระดับมาก ยกเว้น กลุ่มรายได้ 20,001-25,000 บาท ระดับมากที่สุด	โดยรวมระดับมาก ยกเว้น กลุ่มรายได้ 15,001-20,000 บาท ระดับปานกลาง	โดยรวมระดับมาก ยกเว้น กลุ่มรายได้ 15,001-20,000 บาท ระดับปานกลาง

จากตารางที่ 40 พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก

ส่วนที่ 4 ปัญหาที่พบในการเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายพื้นเมือง
ตารางที่ 41 แสดง 5 อันดับแรกของปัญหาที่พบในการเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายพื้นเมือง

อันดับที่	ปัญหาที่พบในการเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายพื้นเมือง	ค่าเฉลี่ย
1	ผ้าฝ้ายสีตก	4.19
2	ไม่มีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน	3.67
3	สินค้ามีราคาแพง	3.66
3	ไม่มีการรับเปลี่ยน – คืนสินค้า	3.66
4	รูปแบบไม่ทันสมัย	3.58
5	ไม่มีที่จอดรถ หรือ สถานที่จอดรถไม่สะดวก	3.57

จากตารางที่ 41 ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาในการเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายพื้นเมืองโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุด 3 อันดับแรกเรียงตามลำดับคือ ผ้าฝ้ายสีตก ไม่มีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน สินค้ามีราคาแพงและไม่มีการรับเปลี่ยน-คืนสินค้า

อภิปรายผล

ผลการศึกษิตตามทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้องในเรื่อง การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Analyzing Consumer Behavior) สามารถตอบคำถาม 6Ws และ 1H ได้ดังต่อไปนี้

1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who)

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรี ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ นพมาศ แก้วยานะ (2547) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อและความพอใจของผู้ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นเมือง ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรี และมีอาชีพรับราชการ และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ เกษมณี ยานะโส (2553) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าฝ้ายทอมือของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ ที่พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงและประกอบอาชีพรับราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ

2. ผู้บริโภคซื้ออะไร (What)

จากผลการศึกษาพบว่า ประเภทของเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายแฟชั่นเมืองที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อ คือ เสื้อ มากที่สุด รองลงมา คือ ผ้าถุง ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ นพมาศ แก้วยานะ (2547) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อและความพอใจของผู้ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นเมือง ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป และผ้าถุงมากที่สุด

3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why)

จากผลการศึกษาพบว่า เหตุผลในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายแฟชั่นเมือง คือเพื่อใช้เอง ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ นพมาศ แก้วยานะ (2547) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อและความพอใจของผู้ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นเมือง ที่พบว่าเหตุผลที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นเมือง คือ ซื้อไปใส่เอง และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปิยวัลย์ นิยมนา (2547) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมของข้าราชการสตรีในอำเภอเมืองจังหวัดนครราชสีมา ที่พบว่าเหตุผลที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหม คือเพื่อใช้เอง

4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Whom?)

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายพื้นเมืองคือ ตนเอง รองลงมาคือ เพื่อน ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ นพมาศ แก้วยานะ (2547) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อและความพอใจของผู้ซื้อเสื้อผ้าพื้นเมือง ที่พบว่าผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคือ ตัดสินใจเอง รองลงมาคือ เพื่อน และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปิยวัลย์ นิยมนา (2547) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมของข้าราชการสตรีในอำเภอเมืองจังหวัดนครราชสีมา ที่พบว่าผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ คือ ตัดสินใจเอง และรองลงมาคือ เพื่อน

5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When?)

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นิยมซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายพื้นเมือง เนื่องในโอกาส วันสงกรานต์ และส่วนใหญ่ซื้อในวันเสาร์ – อาทิตย์ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ นพมาศ แก้วยานะ (2547) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อและความพอใจของผู้ซื้อเสื้อผ้าพื้นเมือง ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามซื้อเสื้อผ้าพื้นเมืองในช่วงเทศกาล และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ เกษมณี ยานะโส (2553) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าฝ้ายทอมือของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ ที่พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มักจะมาซื้อช่วงวันเสาร์ – อาทิตย์

6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where?)

จากผลการศึกษาพบว่า แหล่งที่ซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายพื้นเมืองของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คือ ตลาดวโรรส มากที่สุด รองลงมาคือ ถนนคนเดินวัวลายและถนนคนเดินราชดำเนิน ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ศิริกุล มูลโรจน์ (2551) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอจอมทองจังหวัดเชียงใหม่ ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายจากร้านขายเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายทั่วไป ทั้งนี้อาจเนื่องจากผลการศึกษาของ ศิริกุล มูลโรจน์ (2551) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คือนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอจอมทอง แต่ในการศึกษานี้ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดคือ ข้าราชการสตรีในอำเภอเมืองเชียงใหม่

7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How?)

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายพื้นเมืองและสถานที่จัดจำหน่ายจากเพื่อน มากที่สุด รองลงมาคือ การออกงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปิยวัลย์ นิยมนา (2547) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมกรซื้อและความพอใจของผู้ซื้อเสื้อผ้าพื้นเมือง ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามได้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมจากการออกงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ และการบอกต่อจากบุคคลอื่น

งบประมาณในการซื้อแต่ละครั้ง พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการซื้อโดยเฉลี่ยต่อครั้ง 300-600 บาท ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ นพมาศ แก้วยานะ (2547) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมกรซื้อและความพอใจของผู้ซื้อเสื้อผ้าพื้นเมือง ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าใช้จ่ายสำหรับการซื้อเสื้อผ้าพื้นเมืองโดยเฉลี่ยต่อครั้ง 300 – 600 บาท และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ศิริกุล มูลโรจน์ (2551) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอจอมทองจังหวัดเชียงใหม่ ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าใช้จ่ายสำหรับการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายในการเที่ยวแต่ละครั้ง ต่ำกว่า 500 บาท และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ เกษมณี ยานะโส (2553) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าฝ้ายทอมือของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ ที่พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการซื้อครั้งละ 100 – 500 บาท

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เปรียบเทียบคุณภาพ ลักษณะ และราคาของเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายพื้นเมืองก่อนตัดสินใจซื้อ คิดเป็นร้อยละ 86.5 ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปิยวัลย์ นิยมนา (2547) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมกรซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมของข้าราชการสตรีในอำเภอเมืองจังหวัดนครราชสีมา ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเปรียบเทียบคุณภาพ ลักษณะ และราคาของผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมของแต่ละร้านก่อนตัดสินใจซื้อ คิดเป็นร้อยละ 84.9

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์คือ รูปแบบสวยงามมากที่สุด รองลงมาคือ สวมใส่สบายและสีทันสมัย ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ นพมาศ แก้วยานะ (2547) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อและความพอใจของผู้ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นเมือง ที่พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นเมืองของผู้ตอบแบบสอบถามคือ รูปแบบสวยงาม สีทันสมัย และการตัดเย็บปราณีต และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ เกษมณี ยานะโส (2553) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าฝ้ายทอมือของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ ที่พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าฝ้ายทอมือ คือ รูปแบบที่สวยงามทันสมัย

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านราคา คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพมากที่สุด รองลงมาคือ สามารถต่อรองราคาได้ และมีสินค้าให้เลือกหลากหลายราคา ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ นพมาศ แก้วยานะ (2547) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อและความพอใจของผู้ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นเมือง ที่พบว่าปัจจัยสำคัญด้านราคาในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นเมืองของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุดคือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปิยวัลย์ นิยมนา (2547) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมของข้าราชการสตรีในอำเภอเมืองจังหวัดนครราชสีมา ที่พบว่าปัจจัยสำคัญด้านราคาในการซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมมากที่สุด คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ไชยกร เลิศศรีนยพงศ์ (2552) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ที่พบว่าปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือ 3 อันดับแรก ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ สามารถต่อรองราคาได้ และราคาของสินค้าชนิดอื่นที่เกี่ยวข้อง

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายคือ ท่าเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทาง การจัดวางสินค้าเป็นระเบียบหมวดหมู่ ทำให้หาสินค้าได้ง่าย และมีสถานที่จอดรถสะดวก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ศิริกุล มูลโรจน์ (2551) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอจอมทองจังหวัดเชียงใหม่ ที่พบว่าปัจจัยสำคัญด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายของผู้ตอบแบบสอบถามคือ การแสดงผลิตภัณฑ์น่าสนใจ สถานที่จัดจำหน่ายสะดวกต่อการซื้อ และมีผลิตภัณฑ์ให้เลือก

หลากหลาย สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปิยวัลย์ นิยมนา (2547) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อขายผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมของข้าราชการสตรีในอำเภอเมืองจังหวัดนครราชสีมา ที่พบว่าปัจจัยสำคัญด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมคือ มีความสะดวกในการเดินทาง มีสถานที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ และบรรยากาศการตกแต่งร้านและการโชว์สินค้าเหมาะสม และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ไชยกร เลิศสรนยพงศ์ (2552) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ที่พบว่าปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือ 3 อันดับแรก ได้แก่ อยู่ในแหล่งท่องเที่ยว ความสะดวกในการมาเลือกซื้อสินค้า และการจัดตกแต่งร้าน

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดคือ เจ้าของและพนักงานขายบริการด้วยรอยยิ้มและอัธยาศัยดี เจ้าของและพนักงานขายให้ความสนใจลูกค้า และมีส่วนลดพิเศษ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ศิริกุล มูลโรจน์ (2551) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอจอมทองจังหวัดเชียงใหม่ ที่พบว่าปัจจัยสำคัญในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายของผู้ตอบแบบสอบถาม คือ การบริการ อัธยาศัย และกิริยามารยาทของพนักงานขาย การให้ความรู้และคำแนะนำจากพนักงานขาย และการให้ข้อมูลของลูกค้าจากปากต่อปาก สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ไชยกร เลิศสรนยพงศ์ (2552) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ที่พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือ 3 อันดับแรก ได้แก่ พนักงานขายมีอัธยาศัยและบริการที่ดี พนักงานขายมีความรู้ในผลิตภัณฑ์และการปรับเปลี่ยนสินค้าคืน และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ เกษมณี ยานะโส (2553) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าฝ้ายทอมือของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ ที่พบว่าปัจจัยด้านการบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าฝ้ายทอมือ ได้แก่ ผู้ขายที่มีอัธยาศัยไมตรี ยิ้มแย้มแจ่มใสให้บริการที่ดีกับลูกค้า ผู้ขายที่มีความรู้ในสินค้าสามารถอธิบายและแนะนำลูกค้า และการจัดส่งสินค้าให้กับลูกค้าได้รวดเร็วตรงตามกำหนดเวลา

ข้อค้นพบ

1. ประเภทของเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายพื้นเมืองที่ผู้ตอบแบบสอบถามเคยซื้อคือ เสื้อ และประเภทของเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายพื้นเมืองที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อบ่อยที่สุดก็คือ เสื้อเช่นเดียวกัน
2. ความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายพื้นเมืองของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่คือ มากกว่า 3 เดือนครั้ง
3. วัตถุประสงค์ในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายพื้นเมืองของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คือ เพื่อใช้เอง
4. เหตุผลที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายพื้นเมืองคือ สวมใส่สบาย รูปแบบสวยงามถูกใจ และราคาถูก แล้วยังค้นพบว่า เหตุผลอื่นๆที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายพื้นเมือง คือ หน่วยงานกำหนดให้ใส่
5. ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ ตนเอง
6. รายได้ประจำของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะมีความสอดคล้องกับค่าใช้จ่ายในการซื้อ โดยเฉลี่ยต่อครั้งคืออยู่ที่ประมาณ 300-600 บาท ต่อครั้ง และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายพื้นเมืองจำนวน 1-2 ตัวต่อครั้ง
7. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายพื้นเมืองเนื่องในโอกาสวันสงกรานต์
8. วันที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายพื้นเมืองคือ วันเสาร์-อาทิตย์
9. แหล่งจำหน่ายเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายพื้นเมืองที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เคยซื้อ 3 อันดับแรก คือ ตลาดวโรรส ถนนคนเดินวัวลายและถนนคนเดินราชดำเนิน และร้านขายเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายทั่วไป (Stand Alone)
10. แหล่งจำหน่ายเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายพื้นเมืองที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ซื้อบ่อยที่สุด คือ ถนนคนเดินวัวลายและถนนคนเดินราชดำเนิน
11. แหล่งข้อมูลที่ทราบเกี่ยวกับเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายพื้นเมืองคือ จากเพื่อนมากที่สุด รองลงมาคือ การออกงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ
12. แหล่งข้อมูลที่ทราบเกี่ยวกับสถานที่จัดจำหน่ายเกี่ยวกับเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายพื้นเมืองคือ จากเพื่อนมากที่สุด รองลงมาคือ การออกงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ
13. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะยังสวมเสื้อผ้าพื้นเมืองอยู่ หากไม่มีการรณรงค์การสวมเสื้อผ้าพื้นเมืองของรัฐบาล

14. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยย่อยเรื่องชื่อเสียงของกลุ่มผู้ผลิต เช่น สินค้าตรา OTOP พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นลำดับสุดท้ายในการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายพื้นเมือง

15. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยย่อยเรื่องเจ้าของและพนักงานขายบริการด้วยรอยยิ้มและอัธยาศัยดี พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเรื่องเจ้าของและพนักงานขายบริการด้วยรอยยิ้มและอัธยาศัยดีมากกว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา ปัจจัยย่อยเรื่องราคาถูก

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่องพฤติกรรมของข้าราชการสตรีในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายพื้นเมือง ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะที่สามารถนำมาเป็นข้อมูลเพื่อวางแผนการผลิตและปรับปรุงกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้ากลุ่มข้าราชการสตรี โดยสร้างระดับความพึงพอใจให้อยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งวิเคราะห์ตามส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หรือ 4Ps และในที่นี้ผู้ศึกษาได้แยกข้อเสนอแนะออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

1. กลุ่มผู้ผลิต OTOP

1.1 ด้านผลิตภัณฑ์

1.1.1 เรื่องการออกแบบผลิตภัณฑ์ ควรนำผ้าฝ้ายพื้นเมืองมาออกแบบและตัดเย็บในรูปแบบที่ทันสมัยเพื่อสร้างความน่าสนใจและเพื่อกระตุ้นความต้องการซื้อของกลุ่มเป้าหมาย เพราะข้าราชการสตรีกลุ่มตัวอย่างสามารถซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายพื้นเมืองได้ทุกครั้ง เมื่อพบเจอรูปแบบที่สวยงามและมีสีสันทที่สวยถูกใจ

1.1.2 ผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการควรสร้างลักษณะเด่นของผลิตภัณฑ์ โดยทำการพัฒนาการออกแบบเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายพื้นเมืองให้ทันสมัยอยู่เสมอๆ เพื่อทำให้เกิดผลิตภัณฑ์แบบใหม่ๆ และเป็นการเพิ่มโอกาสการขายยิ่งขึ้น

1.1.3 กำหนดขนาดเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายพื้นเมืองให้เป็นมาตรฐานและหลากหลาย เช่น ขนาดเล็ก (S) กลาง (M) ใหญ่ (L) เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายสามารถเลือกซื้อได้ตามความต้องการ

1.1.4 เก็บบันทึกยอดขายเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายพื้นเมืองในอดีตมาช่วยในการวางแผนการผลิตให้มีความแม่นยำมากยิ่งขึ้น ทำให้สามารถผลิตสินค้าออกมาได้เพียงพอกับ

ความต้องการของผู้บริโภคในแต่ละช่วง ซึ่งจะทำให้ไม่เสียโอกาสในการขายอีกทั้งยังช่วยให้มีปริมาณสินค้าคงเหลือน้อยลงและเป็นการช่วยลดต้นทุนการผลิตอีกทางหนึ่ง

1.1.5 ควรพัฒนาการใช้สีย้อมผ้าฝ้ายเพื่อให้ได้สีที่มีคุณภาพดี สีไม่ตก อีกทั้งควรพัฒนาสีสันทันและลวดลายให้มีความหลากหลาย เหมาะสมกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

1.1.6 ควรออกแบบถุงสำหรับใส่เสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายพื้นเมืองให้มีเอกลักษณ์เฉพาะมีชื่อร้านชัดเจน นอกจากนี้ใช้บรรจุสินค้าแล้ว ยังสามารถช่วยประชาสัมพันธ์ร้านค้าได้อีกทางหนึ่ง

1.2 ด้านราคา

1.2.1 ควรตั้งราคาให้อยู่ในระดับที่สอดคล้องเหมาะสมกับคุณภาพของตัวผลิตภัณฑ์

1.2.2 ด้านราคาต่อผู้บริโภค ราคาผลิตภัณฑ์ในร้านขายเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายพื้นเมืองควรต่อรองราคากันได้

1.2.3 ควรมีการสำรวจตลาดเพื่อให้ทราบราคาตลาดของผลิตภัณฑ์ในหมวดเดียวกัน

1.2.4 ติดป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน

1.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

1.3.1 ควรจัดวางสินค้าให้เป็นระเบียบหมวดหมู่และทำให้หาสินค้าได้ง่าย

1.3.2 ควรมีการจัดตกแต่งร้าน บรรยากาศภายในร้าน และการจัดแสดงสินค้าให้หลากหลายเพื่อสร้างความน่าสนใจและดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาชมสินค้าภายในร้าน เช่น การจัดตกแต่งร้านในสไตล์พื้นเมืองพร้อมกับเปิดเพลงพื้นเมืองเพื่อสร้างบรรยากาศ เป็นต้น

1.3.3 ควรเลือกทำเลที่ตั้งที่เดินทางไปมาสะดวกและมีสถานที่จอดรถที่เพียงพอ

1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด

1.4.1 ควรอบรมพนักงานขายในเรื่องมารยาทในการต้อนรับลูกค้า ความรู้เกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ เพื่อที่จะสามารถให้คำแนะนำและให้คำปรึกษาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ได้ ซึ่งจะเป็นการสร้างความประทับใจให้ลูกค้า นำไปสู่การซื้อซ้ำและการบอกต่อจากปากต่อปาก ซึ่งสัมพันธ์กับแหล่งข้อมูลที่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายพื้นเมืองและแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่จัดจำหน่ายเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายพื้นเมือง คือ เพื่อน ซึ่งเพื่อนเป็นแหล่งข้อมูลที่

ผู้บริโภคให้ความเชื่อถือมากที่สุด จึงเป็นการสร้างชื่อเสียงของร้านและการประชาสัมพันธ์ร้านได้เป็นอย่างดี

สำหรับลูกค้าที่ซื้อปริมาณมากหรือลูกค้าประจำก็ควรมีส่วนลดพิเศษให้ เพื่อเป็นการรักษาสถานลูกค้าต่อไป

2. กลุ่มพ่อค้าแม่ค้า

2.1 ด้านผลิตภัณฑ์

2.1.1 ควรเลือกเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายพื้นเมืองที่มีรูปแบบและสีสันสวยงาม มาขายรวมทั้งต้องเป็นรูปแบบที่ทันสมัยสามารถใส่ได้หลายโอกาส

2.1.1 ขนาดเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายพื้นเมืองที่นำมาขายควรมีขนาดที่หลากหลาย เช่น ขนาดเล็ก (S) กลาง (M) ใหญ่ (L) หรือขนาดใหญ่พิเศษ เพื่อให้ครอบคลุมกับความต้องการของผู้สวมใส่

2.2 ด้านราคา

2.2.1 ควรตั้งราคาให้อยู่ในระดับราคาตลาดของเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายพื้นเมือง ไม่ควรตั้งราคาที่สูงเกินความเป็นจริงหรือบวกกำไรมากเกินไป

2.2.2 ควรมีการต่อรองราคากันได้

2.3 ด้านการส่งเสริมการตลาด

2.3.1 ควรบริการด้วยรอยยิ้มและอัธยาศัยดี ให้ความเป็นกันเองกับลูกค้า

2.3.2 ให้คำแนะนำในการดูแลผลิตภัณฑ์และมีส่วนลดพิเศษเมื่อซื้อปริมาณ

มาก

3. กลุ่มข้าราชการ

3.1 ด้านผลิตภัณฑ์

3.1.1 กลุ่มข้าราชการสตรีส่วนใหญ่ซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายพื้นเมือง ประเภท เสื้อ มากที่สุดและบ่อยที่สุด ดังนั้นควรมีการผลิตประเภท เสื้อมากกว่าประเภทอื่นๆ ควรมีสีสันและลวดลายที่สวยงามเป็นรูปแบบที่ทันสมัยและสามารถนำมา Mix & Match ได้กับเสื้อผ้าหลากหลายสไตล์ เพราะต้องใส่ตามกำหนดของหน่วยงานอยู่แล้ว

3.1.2 ควรออกแบบเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายพื้นเมืองให้เหมาะสมกับรูปร่างของผู้สวมใส่

3.2 ด้านราคา

3.2.1 ควรตั้งราคาไม่เกิน 300 – 600 บาท เนื่องจากค่าใช้จ่ายในการซื้อโดยเฉลี่ยต่อครั้งของกลุ่มตัวอย่างข้าราชการสตรีอยู่ที่ประมาณ 301-600 บาท แต่ถึงอย่างไรสำหรับกลุ่มตัวอย่างข้าราชการสตรีที่มีรายได้สูง ผู้ขายสามารถกำหนดราคาเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายพื้นเมืองที่สูงกว่านี้ได้ตามคุณภาพของสินค้า

3.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

3.3.1 ผู้ขายควรขออนุญาตหน่วยงานราชการต่างๆเพื่อขอไปออกร้านในสถานที่ทางราชการหรือขออนุญาตนายสินค้าเข้าไปขายสินค้าในส่วนราชการได้ เพื่อผู้บริโภคได้เข้าถึงตัวสินค้าได้ง่ายขึ้น ไม่ต้องเสียเวลาเดินทางไปซื้อประหยัดค่าใช้จ่ายได้อีกทางหนึ่ง

3.3.2 ควรไปออกร้านตามแหล่งขายสินค้าที่ตั้งอยู่ภายในสถานที่ทางราชการอยู่แล้วหรือมีที่ตั้งอยู่ใกล้ๆ กับสถานที่ทางราชการ ตัวอย่าง เช่น กาดโค้งโค้งของคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ กาดละอ่อนของถนนพัฒนาการข้างๆ โรงพยาบาลนครพิงค์ ตลาดนัดรวมโชคที่มีทุกเย็นของวันอังคารและวันพุธ เป็นต้น

3.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด

3.4.1 กลุ่มตัวอย่างข้าราชการสตรีจะซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายพื้นเมืองในช่วงวันสงกรานต์มากที่สุด ดังนั้นช่วงนี้ควรมีการลดราคาเพื่อกระตุ้นให้เกิดการซื้อที่เพิ่มมากขึ้น

3.4.2 มีส่วนลดพิเศษเมื่อซื้อปริมาณมากหรือเป็นลูกค้าประจำ

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารั้งต่อไป

เนื่องจาก การศึกษาพฤติกรรมของข้าราชการสตรีในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายพื้นเมือง ครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะข้าราชการสตรีในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่เท่านั้น ซึ่งอาจจะไม่ครอบคลุมกลุ่มผู้ซื้อในจังหวัดเชียงใหม่ทั้งหมด ดังนั้น การศึกษาในครั้งต่อไปควรเพิ่มจำนวนกลุ่มตัวอย่างในการศึกษามากกว่านี้ และเพิ่มสถานที่การเก็บข้อมูลให้มากกว่านี้เพื่อให้ได้ข้อมูลที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น