

รหัสบทความ	66145
ชื่อบทความ	การศึกษาการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นของผู้บริโภคในเขตนครชัยบุรีรินทร์ศรีอุบล
1. ชื่อเรื่องภาษาไทยและภาษาอังกฤษ	มีแก้ไข การศึกษาการตัดสินใจซื้อองค์ประกอบผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นของผู้บริโภคในกลุ่มจังหวัดนครชัยบุรีรินทร์ศรีอุบล
2. บทคัดย่อภาษาไทยและภาษาอังกฤษ	มีแก้ไข
3. คำสำคัญภาษาไทยและภาษาอังกฤษ	ไม่มีแก้ไข
4. ความเป็นมาของปัญหา	มีแก้ไข เชื่อมโยงว่าทำไมจึงสนใจองค์ประกอบผลิตภัณฑ์
5. วิธีการดำเนินการวิจัย	มีแก้ไข บอกวิธีการสุ่ม และการเก็บข้อมูลว่าอย่างไร
6. ผลการวิจัย	มีแก้ไข ควรมีการรวมตาราง
7. อภิปรายผล	ไม่มีแก้ไข
8. สรุปผลการวิจัย	ไม่มีแก้ไข
9. ข้อเสนอแนะ	ไม่มีแก้ไข
10. เอกสารอ้างอิง	ไม่มีแก้ไข
ข้อเสนอแนะอื่นๆ เพิ่มเติม	ได้แนะนำในไฟล์บทความที่แนบกลับไปทางเมล Lru สำนักวิจัยค่ะ
ผลการพิจารณา	สมควรได้รับการตีพิมพ์ แต่ต้องแก้ไขและส่งให้บรรณาธิการพิจารณา



งานวิจัยเชิงพื้นที่เพื่อยกระดับเศรษฐกิจมูลค่าสูงของชุมชน

รหัสบทความ OR66145

กลุ่มงานวัฒนธรรมและโบราณคดี

การศึกษาการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นของผู้บริโภคในเขตนครชัยบุรีศรีอุบล

A study of the decision to purchase Hand-woven fabrics dyed from local plants of consumers in Nakhon Chai Burin Sri Ubon district

อริยาบดินทร์มณีรัตน์ มีส่วนช่วย บกคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นของผู้บริโภคในเขตนครชัยบุรีศรีอุบล ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริโภคที่มีประสบการณ์ซื้อผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าทอมือย้อมสีธรรมชาติในเขตนครชัยบุรีศรีอุบล จำนวน 385 ตัวอย่าง โดยเลือกตัวอย่างจังหวัดละ 64-65 ตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยแบบสอบถามเพื่อศึกษาการตัดสินใจซื้อของกลุ่มผู้บริโภคที่มีประสบการณ์ซื้อผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าทอมือย้อมสีธรรมชาติในเขตนครชัยบุรีศรีอุบล สถิติที่ใช้ในงานวิจัย ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิตส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยมีดังนี้ การตัดสินใจซื้อผ้าทอมือย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นของผู้บริโภคในเขตนครชัยบุรีศรีอุบล ซื้อผ้าทอมือย้อมสีธรรมชาติ ผ่านช่องทางออนไลน์ ประเภทผ้าสีพื้น ผ้าฝ้าย ผลิตภัณฑ์แปรรูปเสื้อผ้า กระเป๋า มีค่าใช้จ่ายการซื้อน้อยกว่า 1,000 บาท การตัดสินใจซื้อผ้าทอมือย้อมสีจากพืชในท้องถิ่น ผู้บริโภคในเขตนครชัยบุรีศรีอุบล พบว่า ผู้บริโภคมีความคิดเห็นการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือย้อมสีจากพืชในท้องถิ่น จากด้านรูปลักษณะของผลิตภัณฑ์ สัญลักษณ์ และด้านผลิตภัณฑ์ควบ อยู่ในระดับมาก

คำสำคัญ: การตัดสินใจซื้อ, ผ้าทอมือ, พืชในท้องถิ่น, นครชัยบุรีศรีอุบล

Abstract

The objective of this research is to study the decision to buy local plant-dyed hand-woven fabrics of consumers in Nakhon Chai Burin Sri Ubon district. The population and sample are experienced consumers who buy natural hand-woven fabric products in Nakhon Chai Burin Sri Ubon district. 385 samples, with 64-65 samples selected in each province. The tool is used in questionnaire research to study the purchasing decisions of experienced consumers buying natural dyed hand-woven fabrics in Nakhon Chai Burin, Sri Ubon. Statistics used in research, percentage values, arithmetic averages, standard deviations.

The findings are as follows: The decision to buy hand-woven fabrics dyed from local plants of consumers in Nakhon Chai Burin Sri Ubon district. Buying natural dyed hand-woven fabrics through offline channels such as ground-colored fabrics, cotton, clothing processing products, bags costs less than 1,000 baht. Consumers in Nakhon Chai Burin Sri Ubon District It was found that consumers had their opinions on the decision to buy hand-woven fabrics dyed from local plants. From the product appearance side, the symbolism and the product side are very ligature.

Keywords: Purchasing decisions, Hand-woven fabrics, local plants, Nakhon Chai Burin Sri Ubon

¹ อาจารย์ประจำ สาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ

² อาจารย์ประจำ สาขาวิชาการเงิน คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ

ความเป็นมาของปัญหา

สมเด็จพระเจ้าลูกเธอ เจ้าฟ้าสิริวัณณวรี นารีรัตนราชกัญญา ทรงขับเคลื่อนผ่านโครงการ “ผ้าไทย ใส่ให้สนุก” เพื่อที่จะให้พระราชปณิธานที่มีจุดมุ่งหมายสำคัญยิ่ง คือ การที่จะทำให้พี่น้องคนไทยกลุ่มอาชีพช่างศิลป์ และช่างฝีมือ สามารถสร้างอาชีพ สร้างงาน สร้างรายได้ จากงานหัตถศิลป์ หัตถกรรม และผลิตภัณฑ์จากผ้าไทย นำไปสู่การยกระดับคุณภาพชีวิต ครอบครัว ชุมชน เพื่อร่วมสร้างสังคมที่มีความยั่งยืนในทุกมิติ ตั้งแต่ต้นน้ำ ไปจนถึงปลายน้ำอย่างแท้จริง (รัฐบาลไทย, 2565) จากพระราชปณิธานสู่นโยบายการณรงคืให้นโยบายของรัฐบาลส่งเสริมและสนับสนุน โดยมีมาตรการส่งเสริมและสนับสนุนการใช้ สวมใส่ผ้าไทย เพื่อสร้างค่านิยม สืบสานรักษามรดกและอัตลักษณ์ภูมิปัญญาไทย ให้หน่วยงาน ภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนใช้และสวมใส่ผ้าไทย หรือผ้าพื้นเมืองตามความเหมาะสมแต่ละท้องถิ่น อย่างน้อย สัปดาห์ละ 2 วัน วันอังคารและวันศุกร์ (สำนักงานเลขาธิการกรมส่งเสริมการเกษตร, 2564)

ผู้บริโภคบางกลุ่มมีกระแสความต้องการสวมใส่ผ้าไทย หรือผ้าพื้นเมืองเพิ่มมากขึ้น โดยในปี พ.ศ.2563 มียอดจำหน่ายผ้าไทย หรือผ้าพื้นเมืองเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.30 เมื่อเปรียบเทียบกับยอดจำหน่ายปี พ.ศ. 2562 มูลค่ารวมจำนวน 13,465,166,754 บาท ด้านการส่งออกเส้นใยของประเทศไทยมีอัตราการขยายตัว ร้อยละ 23 ส่งผลให้ภาพรวมของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยขยายตัว ร้อยละ 6 เป็นเครื่องยืนยันได้ว่า อุตสาหกรรมสิ่งทอต้นน้ำของไทยมีความแข็งแกร่ง และทิศทางของตลาดสิ่งทอมีแนวโน้มขยายตัวในกลุ่มผ้า (ศูนย์ข้อมูลและดิจิทัลอุตสาหกรรมสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ, 2562) แต่ปัญหาของผู้ประกอบการท้องถิ่นของไทยส่วนใหญ่ เป็นการผลิตจำกัดอยู่ในระดับวิสาหกิจชุมชน ทำให้ผลิตได้ในจำนวนน้อย (ไทยโพสต์, 2563) ควรได้รับการพัฒนากระบวนการผลิตเพื่อให้สอดคล้องกับอัตราการเติบโตของทิศทางตลาดผ้าทอมือ มีแนวทางที่เหมาะสมเชิงกลยุทธ์ก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่องค์กร สำหรับการดำเนินงาน (Svend Hollensen. & Marc Opresnjik, 2018)

✖ **ขาดเครื่องมือวัดค่าในครัวเรือนของชุมชนเพื่อวัดผลผลิต ๙๙ กับดอร์มัลลิวอวทอนอัยท์เนบมา**
✖ **ขาดเครื่องมือวัดค่าในครัวเรือนของชุมชนเพื่อวัดผลผลิต ๙๙**
ด้านการตลาดสำหรับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าทอมือย้อมสีพืชในท้องถิ่น ของผู้บริโภคมีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าย้อมสีธรรมชาติหนองบัวแดง จังหวัดชัยภูมิ และผู้ประกอบการรายอื่นๆ เป็นเรื่องละเอียดอ่อนสำหรับการพัฒนาผ้าเพื่อจำหน่าย เป็นปัจจัยองค์ประกอบที่ผู้บริโภคนำมาใช้ประเมินทางเลือกผลิตภัณฑ์ เพื่อประกอบการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าทอมือจากผู้ประกอบการ ดังนั้นผู้ศึกษาได้ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลองค์ประกอบผลิตภัณฑ์ด้านรูปลักษณ์ สัญลักษณ์ และผลิตภัณฑ์ควบที่มีผลต่อเพื่อศึกษาการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นของผู้บริโภคในเขตนครชัยบุรินทร์ศรีอุบลจากแนวคิด ทฤษฎี ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้สำหรับการศึกษา

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นของผู้บริโภคในเขตนครชัยบุรินทร์ศรีอุบล

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประเภทของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็น วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) วิเคราะห์ข้อมูลจากสำรวจ นำมาข้อมูลมาแยกแยะ เนื้อหาสาระเป็นกลุ่มตามโครงสร้าง วิเคราะห์เนื้อหา นำมาสรุปตามวัตถุประสงค์

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

2.1 ประชากร ได้แก่ ผู้บริโภคที่มีประสบการณ์ซื้อผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าทอมือย้อมสีธรรมชาติในเขตนครชัยบุรีนครศรีอยุธยา (ผู้บริโภคที่มีประสบการณ์ซื้อผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าทอมือย้อมสีธรรมชาติในเขตจังหวัดนครราชสีมา จังหวัดชัยภูมิ จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดสุรินทร์ จังหวัดศรีสะเกษ และจังหวัดอุบลราชธานี) **ใช้ไม่ทราบจำนวนประชากร**

2.2 การสุ่มกลุ่มตัวอย่างเนื่องจากซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แท้จริง ไม่มีข้อมูลเกี่ยวกับปริมาณผู้บริโภคที่มีประสบการณ์ซื้อผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าทอมือย้อมสีธรรมชาติในเขตนครชัยบุรีนครศรีอยุธยา (ผู้บริโภคที่มีประสบการณ์ซื้อผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าทอมือย้อมสีธรรมชาติในเขตจังหวัดนครราชสีมา จังหวัดชัยภูมิ จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดสุรินทร์ จังหวัดศรีสะเกษ และจังหวัดอุบลราชธานี) **ใช้แบบสุ่มแบบง่าย** **สมมติว่าให้ค่า 385** **สมมติว่าให้ค่า 385** **สมมติว่าให้ค่า 385**

ดังนั้นผู้วิจัยเลือกใช้วิธีการคำนวณขนาดตัวอย่าง **กรณีไม่ทราบจำนวน ประชากร** ตามสูตรของ ดับเบิลยู. จี. คอช แรน (กัลยา วานิชย์บัญชา และจิตตา วานิชย์บัญชา, 2559) = 384.16 ตัวอย่าง แต่ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 ตัวอย่าง ซึ่งถือว่าผ่านเกณฑ์ตามที่เงื่อนไขกำหนดไว้ไม่น้อยกว่า 384.16 ตัวอย่าง และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) เป็นผู้มีประสบการณ์ซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าทอมือผ่านช่องทางออนไลน์ร้อยละ 50 และออฟไลน์ร้อยละ 50 ทำการสำรวจเฉพาะผู้ที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

ศึกษาองค์ความรู้ จัดทำแบบสำรวจเพื่อสอบถามข้อมูลการตัดสินใจซื้อของกลุ่มผู้บริโภค 30 ชุด เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ 0.958 ซึ่งเป็นค่าที่ยอมรับได้ เพราะค่าความเชื่อมั่นนั้น ควรมีค่าไม่น้อยกว่า 0.70 (กัลยา วานิชย์บัญชา และจิตตา วานิชย์บัญชา, 2559) แล้วนำไปเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง เป็นผู้มีประสบการณ์ซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าทอมือผ่านช่องทางออนไลน์ร้อยละ 50 และออฟไลน์ร้อยละ 50

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

นำแบบสำรวจ เพื่อสอบถามข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ผู้บริโภคที่มีประสบการณ์ซื้อผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าทอมือย้อมสีธรรมชาติในเขตจังหวัดนครราชสีมา จังหวัดชัยภูมิ จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดสุรินทร์ จังหวัดศรีสะเกษ และจังหวัดอุบลราชธานี โดยสะดวก คัดเลือกแบบสอบถามที่ถูกต้องสมบูรณ์วิเคราะห์ข้อมูล จำนวน 385 ตัวอย่าง โดยเลือกตัวอย่างจังหวัดละ 64-65 ตัวอย่าง

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

5.1 ศึกษาข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นของผู้บริโภคในเขตนครชัยบุรีนครศรีอยุธยา ผู้ตอบแบบสอบถามด้วย ค่าความถี่ และค่าร้อยละ **ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์**

5.2 ศึกษาข้อมูลและวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือย้อมสีธรรมชาติจากพืชในท้องถิ่น (รูปลักษณะผลิตภัณฑ์, สัญลักษณ์, ผลิตภัณฑ์ควบ) ของผู้บริโภคในเขตนครชัยบุรีนครศรีอยุธยา ของผู้ตอบ แบบสอบถามด้วยค่าเฉลี่ยเลขคณิต ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ดังนั้น เกณฑ์การให้คะแนน ระดับค่าเฉลี่ยสามารถวัดและแปลความหมายได้ ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง เห็นด้วยมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง



คะแนนเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง เห็นด้วยน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

5.3 สรุปผลการศึกษา

ผลการวิจัย

→ ไม่พร้อมรับของแบบสอบถาม?

ผลการวิจัยพฤติกรรมการซื้อ และความคิดเห็นการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นของผู้บริโภคในเขตนครชัยบุรีนครศรีธรรมราช

หมายเหตุ: เก็บข้อมูลระหว่างวันที่ 1-5 ธันวาคม 2565 (ในวันก่อนหน้าสงกรานต์)

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามข้อมูลช่องทางการตัดสินใจซื้อ

ตาราง

ช่องทางการตัดสินใจซื้อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ช่องทางออนไลน์	192	49.90
ช่องทางออฟไลน์	193	50.10
รวม	385	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้บริโภคส่วนมากซื้อผ้าทอมือย้อมสีจากพืชในท้องถิ่น ผ่านช่องทางออฟไลน์จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 50.10 รองลงมาซื้อผ่านช่องทางออนไลน์จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 49.90

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามข้อมูลการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือย้อมสีจากพืชในท้องถิ่น

ประเภทของผ้า	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ผ้าสีพื้น	209	54.30
ผ้ามัดหมี่	176	45.70
รวม	385	100.00

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้บริโภคส่วนมากซื้อผ้าทอมือย้อมสีธรรมชาติประเภทผ้าสีพื้นจำนวน 209 คน คิดเป็นร้อยละ 54.30 รองลงมาซื้อผ้ามัดหมี่จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 45.70

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามข้อมูลการตัดสินใจซื้อประเภทผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือย้อมสีจากพืชในท้องถิ่น

ประเภทผลิตภัณฑ์ผ้า	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ผ้าฝ้าย	196	50.90
ผ้าไหม	189	49.10
รวม	385	100.00

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้บริโภคส่วนมากซื้อผ้าทอมือย้อมสีจากพืชในท้องถิ่น ประเภทผ้าฝ้ายจำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 50.90 รองลงมาซื้อประเภทผ้าไหมจำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 49.10

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามข้อมูลการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าทอมือย้อมสีจากพืชในท้องถิ่น

ผลิตภัณฑ์แปรรูป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
กระเป๋	100	26
ผ้าคลุมไหล่	65	16.90



พวงกุญแจ	96	24.90
เสื้อผ้า	124	32.20
รวม	385	100.๐๐

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้บริโภคส่วนมากซื้อผ้าทอมือย้อมสีจากพืชในท้องถิ่น ผลิตภัณฑ์แปรรูปเสื้อผ้าจำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 32.20 รองลงมาซื้อกระเป๋าจำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 26 และส่วนน้อยซื้อผ้าทอมือย้อมสีจากพืชในท้องถิ่น ผลิตภัณฑ์แปรรูปผ้าคลุมไหล่ จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.90

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามข้อมูลการตัดสินใจซื้อประเภทจำนวนค่าใช้จ่ายการซื้อ

ค่าใช้จ่ายการซื้อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 1,000 บาท	270	70.10
มากกว่า 1,000 บาท	115	29.90
รวม	385	100.๐๑

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้บริโภคส่วนมากมีค่าใช้จ่ายซื้อผ้าทอมือย้อมสีจากพืชในท้องถิ่น น้อยกว่า 1,000 บาท จำนวน 270 คน คิดเป็นร้อยละ 70.10 รองลงมาซื้อผ้าทอมือย้อมสีจากพืชในท้องถิ่น มากกว่า 1,000 บาท จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 29.90

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือย้อมสีจากพืชในท้องถิ่น (รูปลักษณะผลิตภัณฑ์, สัญลักษณ์, ผลิตภัณฑ์ควบ)ของผู้บริโภคในเขตนครชัยบุรีนครศรีอยุธยา

ตารางที่ 6 ความคิดเห็นการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือย้อมสีจากพืชในท้องถิ่น ด้านรูปลักษณะของผลิตภัณฑ์

ด้านรูปลักษณะของผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือย้อมสีจากพืชในท้องถิ่น	Mean	S. D.	ระดับความคิดเห็น	ลำดับ
1. รูปแบบผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นความทันสมัยต่อกระแสแฟชั่น	4.03	0.728	มาก	3
2. รูปแบบผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นมีความเป็นรสนิยมทางแฟชั่นส่วนตัว	4.03	0.822	มาก	3
3. รูปแบบผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นมีความร่วมสมัย	3.90	0.781	มาก	8
4. รูปแบบผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นมีความทันสมัยสอดคล้องกับรูปแบบการใช้ชีวิตยุคปัจจุบัน	4.09	0.779	มาก	1
5. รูปแบบผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว	4.00	0.735	มาก	6
6. รูปแบบผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นมีความแตกต่างกันเฉพาะกลุ่ม	3.98	0.730	มาก	7
7. สีของผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นสวยงาม	4.01	0.765	มาก	5
8. ผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นมีลวดลายมีความเป็นไทย	4.06	0.760	มาก	2

↓ ให้คิดรวมเท่ากับ



9. ผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นมีรูปแบบเพื่อให้ผู้บริโภคได้เลือกสรรที่แตกต่างกัน	4.02	0.836	มาก	4
10. สีของผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นไม่ตก ไม่ซีดจาง	4.00	0.773	มาก	6
11. เนื้อผ้าของผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นมีความคงทน มีอายุการใช้งานยาวนาน	4.03	0.747	มาก	3
รวม	4.02	0.836	มาก	

จากตารางที่ 6 พบว่า ผู้บริโภคมีความคิดเห็นการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือย้อมสีจากพืชในท้องถิ่น จากด้านรูปลักษณะของผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน รูปแบบผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นมีความทันสมัย สอดคล้องกับรูปแบบการใช้ชีวิตยุคปัจจุบัน มากกว่าด้านอื่น (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09) รองลงมา คือ ผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นมีลวดลายมีความเป็นไทย (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06) รองลงมา คือ เนื้อผ้าของผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นมีความคงทน มีอายุการใช้งานยาวนาน รูปแบบผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นความทันสมัยต่อกระแสแฟชั่น และมีความเป็นรสนิยมทางแฟชั่นส่วนตัว (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03) ส่วนความคิดเห็นการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือย้อมสีจากพืชในท้องถิ่น จากด้านรูปลักษณะของผลิตภัณฑ์น้อยที่สุด คือ รูปแบบผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นมีความร่วมสมัย (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90)

ตารางที่ 7 ความคิดเห็นการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือย้อมสีจากพืชในท้องถิ่น ด้านสัญลักษณ์

ด้านสัญลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือย้อมสีจากพืชในท้องถิ่น	Mean	S. D.	ระดับความคิดเห็น	ลำดับ
1. รูปแบบผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นยากต่อการผลิตซ้ำ	4.01	0.909	มาก	4
2. ผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นมีคุณค่าต่อจิตใจของผู้บริโภค	4.05	0.819	มาก	3
3. ผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นมีการตัดเย็บประณีตสวยงาม	3.99	0.760	มาก	5
4. ผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นทำให้สวมใส่แล้วสง่างาม	4.05	0.792	มาก	3
5. ผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นมีเนื้อผ้าสวมใส่สบาย	4.13	0.758	มาก	1
6. ผ้าที่นำมาตัดเย็บผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นมีลวดลายที่หลากหลาย สอดคล้องกับประโยชน์การใช้สอย	4.06	0.821	มาก	2
7. ผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นมีขนาดของไซส์ S M L XL เพื่อเหมาะกับผู้บริโภคที่มีรูปร่างต่างกัน	4.13	0.758	มาก	1
8. รายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ขนาด สี ของผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นได้ครบถ้วน	4.05	0.803	มาก	3
รวม	4.06	0.819	มาก	

จากตารางที่ 7 พบว่า ผู้บริโภคมีความคิดเห็นการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือย้อมสีจากพืชในท้องถิ่น จากด้านสัญลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นมีเนื้อผ้าสวมใส่สบาย

และผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นมีขนาดของไซส์ S M L XL เพื่อเหมาะกับผู้บริโภคที่มีรูปร่างต่างกัน มากกว่าด้านอื่น (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13) รองลงมา คือ ผ้าที่นำมาตัดเย็บผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นมีลวดลายที่หลากหลาย สอดคล้องกับประโยชน์การใช้สอย (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06) รองลงมา คือ ผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นมีคุณค่าต่อจิตใจของผู้บริโภค สวมใส่แล้วทำให้สวมใส่แล้วสวยงาม และรายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ขนาด สี ของผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นได้ครบถ้วน (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05) ส่วนความคิดเห็นการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือย้อมสีจากพืชในท้องถิ่น จากด้านสัญลักษณ์น้อยที่สุด คือ ผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นมีการตัดเย็บที่ประณีตสวยงาม (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99)

ตารางที่ 8 ความคิดเห็นการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือย้อมสีจากพืชในท้องถิ่น ผลิตภัณฑ์ควบ

ด้านผลิตภัณฑ์ควบของผ้าทอมือย้อมสีจากพืชในท้องถิ่น	Mean	S. D.	ระดับ ความคิดเห็น	ลำดับ
1. ข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ มีข้อมูลวัตถุดิบที่นำมาทำแหล่งผลิตและจำหน่ายของผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่น	4.07	0.730	มาก	4
2. ข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ แสดงรายละเอียดการสวมใส่ การดูแลรักษา ของผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นได้ครบถ้วน	4.08	0.830	มาก	3
3. ผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นได้ผ่านการรับรองมาตรฐาน	4.10	0.742	มาก	1
4. ผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นได้ผ่านการรับรองเป็นผลิตภัณฑ์ OTOP	4.09	0.784	มาก	2
5. ผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นที่ผู้ซื้อได้รับตรงกับภาพที่แสดงเป็นตัวอย่างออนไลน์	3.95	0.820	มาก	7
6. ผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นที่ผู้ซื้อได้รับตรงตามที่มีการลงรายละเอียดของผลิตภัณฑ์	4.05	0.836	มาก	5
7. บรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นมีความสวยงาม	3.93	0.818	มาก	8
8. บรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นมุ่งเน้นเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	3.95	0.805	มาก	7
9. มีการรับประกันความปลอดภัยในการซื้อผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นที่น่าเชื่อถือ	3.99	0.765		6
10. รับประกันเปลี่ยนคืนผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นหลังการขาย ได้สะดวก รวดเร็ว	3.99	0.763	มาก	6
รวม	4.03		มาก	

จากตารางที่ 8 พบว่า ผู้บริโภคมีความคิดเห็นการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือย้อมสีจากพืชในท้องถิ่น จากด้านผลิตภัณฑ์ควบ อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นได้ผ่านการรับรองมาตรฐาน มากกว่าด้านอื่น (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10) รองลงมา คือ ผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นได้ผ่านการรับรองเป็นผลิตภัณฑ์ OTOP (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09) รองลงมา คือ ข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ แสดงรายละเอียดการสวมใส่ การดูแลรักษา ของผลิตภัณฑ์ย้อมสี

จากพืชในท้องถิ่นได้ครบถ้วน (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08) ส่วนความคิดเห็นการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือย้อมสีจากพืชในท้องถิ่น จากด้านผลิตภัณฑ์ควบนอยที่สุด คือ บรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นมีความสวยงาม (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99)

อภิปรายผล

ผลการศึกษาการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นของผู้บริโภคในเขตนครชัยบุรีนครศรีอยุธยา พบว่า ข้อมูลการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นของผู้บริโภคในเขตนครชัยบุรีนครศรีอยุธยา พบว่า ผู้บริโภคส่วนมากซื้อผ้าทอมือย้อมสีจากพืชในท้องถิ่น ผ่านช่องทางออฟไลน์ รองลงมาซื้อผ่านช่องทางออนไลน์ ประเภทสีผ้าและลวดลายผ้าทอมือที่ตัดสินใจซื้อเป็นผ้าสีพื้น รองลงมาซื้อผ้ามัดหมี่ ประเภทผ้าฝ้าย รองลงมาซื้อประเภทผ้าไหม เป็นผลิตภัณฑ์แปรรูปเสื้อผ้า รองลงมาซื้อกระเป๋า และส่วนน้อยซื้อผ้าทอมือเป็นผลิตภัณฑ์แปรรูปผ้าคลุมไหล่ มีค่าใช้จ่ายการซื้อน้อยกว่า 1,000 บาท 500 -1,000 บาท สอดคล้องกับงานวิจัยของ เนตรชนก คงทน พริวิชัย คำเจริญ และจิรพัฒน์ โทพล (2561) ทำการศึกษาเรื่องการสื่อสารการตลาดผ้าไหมอารยธรรมขอม และการออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มของชุมชน: กรณีศึกษากลุ่มทอผ้าไหม บ้านตะคร้อเหนือ อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดนครราชสีมา พบว่าผู้บริโภคมีค่าใช้จ่ายต่อการซื้อ 500 -1,000 บาท รองลงมามีค่าใช้จ่ายซื้อมากกว่า 1,000 บาท สอดคล้องกับการวิจัยของ วัลย์จรรยา วีระกุล, อุมารวรรณ วาทกิจ และจิรนนท์ เขมขันธ์ (2561) ทำการศึกษาเรื่องแนวทางการเพิ่มมูลค่าผ้าไหมมัดหมี่ที่มีประสิทธิภาพเพื่อส่งเสริมคุณค่าตราสินค้าของวิสาหกิจชุมชนในเขตอำเภอนบพ จังหวัดขอนแก่น 1,501-2,000 บาท

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือย้อมสีจากพืชในท้องถิ่น^{รูปลักษณะผลิตภัณฑ์}ของผู้บริโภคในเขตนครชัยบุรีนครศรีอยุธยา พบว่า ผู้บริโภคมีความคิดเห็นการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือย้อมสีจากพืชในท้องถิ่น จากด้านรูปลักษณะของผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน รูปแบบผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นมีความทันสมัยสอดคล้องกับผลการวิจัยของนริสรา ลอยฟ้า (2564) การเพิ่มมูลค่าสินค้าและเพิ่มช่องทางการตลาดผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าไหมลายลูกแก้ว ตำบลนิคมพัฒนา อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดศรีสะเกษ พบว่า ผู้บริโภคมีความคิดเห็นว่าคุณค่าผลิตภัณฑ์มีความมีรูปแบบที่ทันสมัยและร่วมสมัย รูปแบบการใช้ชีวิตยุคปัจจุบัน มากกว่าด้านอื่น ผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นมีลวดลายมีความเป็นไทย เนื้อผ้าของผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นมีความคงทน มีอายุการใช้งานยาวนาน รูปแบบผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นความทันสมัยต่อกระแสแฟชั่น และมีความเป็นธรรมชาติทางแฟชั่นส่วนตัว ส่วนความคิดเห็นการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือย้อมสีจากพืชในท้องถิ่น จากด้านรูปลักษณะของผลิตภัณฑ์น้อยที่สุด คือ รูปแบบผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นมีความร่วมสมัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือย้อมสีจากพืชในท้องถิ่น ^{สัญลักษณ์} พบว่า ผู้บริโภคมีความคิดเห็นการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือย้อมสีจากพืชในท้องถิ่น จากด้านสัญลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นมีเนื้อผ้าสวมใส่สบาย และผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นมีขนาดของไซส์ S M L XL เพื่อเหมาะสมกับผู้บริโภคที่มีรูปร่างต่างกัน มากกว่าด้านอื่น ผ้าที่นำมาตัดเย็บผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นมีลวดลายที่หลากหลาย สอดคล้องกับประโยชน์การใช้สอย ผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นมีคุณค่าต่อจิตใจ สวมใส่แล้วทำให้สวยงาม สอดคล้องกับข้อค้นพบการวิจัยของ รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร, ภาคภูมิ ภัควิภาส และสุรัชย์ แก้วะ (2558) ทำการศึกษาเรื่องพฤติกรรมในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือของผู้บริโภคที่เลือกซื้อจากร้านผ้าฝ้ายทอมือในเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าผู้บริโภคเลือกซื้อเสื้อผ้าทอมือย้อมสีธรรมชาติสวมใส่ เพื่อให้ตนเองแลดูภูมิฐาน และรายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ขนาด สี ของผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นได้ครบถ้วน แตกต่างกับงานวิจัยของบัญชา จันทราช และคณะ (2564) ทำการศึกษาเรื่องพฤติกรรมความต้องการที่มีต่อผ้าไหมแบบกึ่งกระตุก และแนวทางการส่งเสริมผ้าไหมภูมิปัญญาท้องถิ่นในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล: กรณีศึกษาบ้านไทรงาม ตำบลนิคม อำเภอสตึก จังหวัดบุรีรัมย์ พบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญกับรูปแบบเสื้อผ้าทอมือย้อมสีจากการยกต่อการลอกเลียนแบบ และงานวิจัยของบุปผา ลาภะวัฒนาพันธ์ (2563) ได้ทำการศึกษาเรื่องการสื่อสารการตลาดของผู้ประกอบการคลัสเตอร์ผ้าทอมือเมืองน่าน พบว่า เสื้อผ้าทอมือย้อมสีมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวทำให้สวมใส่แล้วไม่ซ้ำกับใคร ส่วนความคิดเห็นการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือย้อมสีจากพืชในท้องถิ่น จากด้านสัญลักษณ์น้อยที่สุด คือ ผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นมีการตัดเย็บที่ประณีตสวยงาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือย้อมสีจากพืชด้านผลิตภัณฑ์ควบ พบว่า ผู้บริโภคมีความคิดเห็นการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือย้อมสีจากพืชในท้องถิ่น จากด้านผลิตภัณฑ์ควบ อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นได้ผ่านการรับรองมาตรฐาน ผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นได้ผ่านการรับรองเป็นผลิตภัณฑ์ OTOP ข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ แสดงรายละเอียดการสวมใส่ การดูแลรักษา ของผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นได้ครบถ้วน ส่วนความคิดเห็นการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือย้อมสีจากพืชในท้องถิ่น จากด้านผลิตภัณฑ์ควบน้อยที่สุด คือ บรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นมีความสวยงาม แตกต่างกับงานวิจัยของธรมกร แสงวงสว่าง และเสาวลักษณ์ จิตติมงคล(2564) ทำการศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การตลาดออนไลน์ที่ส่งผลต่อความสำเร็จทางการตลาดของธุรกิจผ้าพื้นถิ่นในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า ด้านบรรจุภัณฑ์ผ้าไหมออกแบบให้มีความสวยงามและเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มกับผลิตภัณฑ์ผ้าไหม

สรุปผลการวิจัย

สรุปผลการศึกษาข้อมูลการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นของผู้บริโภคในเขตนครชัยบุรีนครศรีอุบล พบว่า ผู้บริโภคส่วนมากซื้อผ้าทอมือย้อมสีธรรมชาติ ผ่านช่องทางออฟไลน์ รองลงมาซื้อผ่านช่องทางออนไลน์ ประเภทสีผ้าและลวดลายผ้าทอมือย้อมสีธรรมชาติที่ตัดสินใจซื้อเป็นผ้าสีพื้น รองลงมาซื้อผ้ามัดหมี่ ประเภทผ้าฝ้าย รองลงมาซื้อประเภทผ้าไหม เป็นผลิตภัณฑ์แปรรูป เสื้อผ้า รองลงมาซื้อกระเป๋า และส่วนน้อยซื้อผ้าทอมือย้อมสีธรรมชาติ ผลิตภัณฑ์แปรรูปผ้าคลุมไหล่ มีค่าใช้จ่ายการซื้อน้อยกว่า 1,000 บาท รองลงมาใช้จ่ายซื้อมากกว่า 1,000 บาท

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นรูปแบบผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคในเขตนครชัยบุรีนครศรีอุบล พบว่า ผู้บริโภคมีความคิดเห็นการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือย้อมสีจากพืชในท้องถิ่น จากด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน รูปแบบผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นมีความทันสมัยสอดคล้องกับรูปแบบการใช้ชีวิตยุคปัจจุบัน มากกว่าด้านอื่น รองลงมา คือ ผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นมีลวดลายมีความเป็นไทย รองลงมา คือ เนื้อผ้าของผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นมีความคงทน มีอายุการใช้งานยาวนาน รูปแบบผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นความทันสมัยต่อกระแสนแฟชั่น และมีความเป็นรสนิยมทางแฟชั่นส่วนตัว ส่วนความคิดเห็นการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือย้อมสีจากพืชในท้องถิ่น จากด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์น้อยที่สุด คือ รูปแบบผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นมีความร่วมสมัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือย้อมสีจากพืชในท้องถิ่น สัญลักษณ์ พบว่า ผู้บริโภคมีความคิดเห็นการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือย้อมสีจากพืชในท้องถิ่น จากด้านสัญลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นมีเนื้อผ้าสวมใส่สบาย และผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นมีขนาดของไซส์ S M L XL เพื่อเหมาะสมกับผู้บริโภคที่มีรูปร่างต่างกัน มากกว่าด้านอื่น รองลงมา คือ ผ้าที่นำมาตัดเย็บผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นมีลวดลายที่หลากหลายสอดคล้องกับประโยชน์การใช้สอย รองลงมา คือ ผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นมีคุณค่าต่อจิตใจ สวมใส่แล้วทำให้สง่างาม และรายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ขนาด สี ของผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นได้ครบถ้วน ส่วนความคิดเห็นการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือย้อมสีจากพืชในท้องถิ่น จากด้านสัญลักษณ์น้อยที่สุด คือ ผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นมีการตัดเย็บที่ประณีตสวยงาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือย้อมสีจากพืชด้านผลิตภัณฑ์ควบ พบว่า ผู้บริโภคมีความคิดเห็นการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือย้อมสีจากพืชในท้องถิ่น จากด้านผลิตภัณฑ์ควบ อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นได้ผ่านการรับรองมาตรฐาน มากกว่าด้านอื่น รองลงมา คือ ผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นได้ผ่านการรับรองเป็นผลิตภัณฑ์ OTOP รองลงมา คือ ข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ แสดงรายละเอียดการสวมใส่ การดูแลรักษา ของผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นได้ครบถ้วน ส่วนความคิดเห็นการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือย้อมสีจากพืชในท้องถิ่น จากด้านผลิตภัณฑ์ควบน้อยที่สุด คือ บรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นมีความสวยงาม

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ภาครัฐกิจ ผู้ประกอบการควรนำแนวทางกลยุทธ์การปรับปรุงองค์ประกอบด้านผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือ และควรตระหนักถึงความต้องการของผู้บริโภค
2. ภาครัฐสามารถนำข้อมูลจากการวิจัยเพื่อเป็นแนวทางส่งเสริมและสนับสนุน ด้านการปรับปรุงการผลิตและการตลาด ผ้าทอมือ
ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป
 1. ควรขยายขอบเขตหรือเพิ่มกลุ่มเป้าหมายผู้บริโภค ไปยังบริเวณจังหวัดใกล้เคียง และภูมิภาคอื่น เพื่อให้ครอบคลุมผู้บริโภค และเป็นประโยชน์ด้านแนวทางการปรับปรุงองค์ประกอบด้านผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่แตกต่างกัน
 2. ควรพิจารณาศึกษาปัจจัยอื่นๆ ที่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือของในส่วนของภาครัฐ และภาคธุรกิจในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

- กัลยา วานิชย์บัญชา . (2554). การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. (ครั้งที่พิมพ์ 18). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธมกร แสงวงสว่าง และเสาวลักษณ์ จิตติมงคล. (2564). กลยุทธ์การตลาดออนไลน์ที่ส่งผลต่อความสำเร็จทางการตลาดของธุรกิจผ้าพื้นถิ่นในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด, 15(2), 154-167.
- นริศรา ลอยฟ้า. (2564). การเพิ่มมูลค่าสินค้าและเพิ่มช่องทางการตลาดผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าไหมลายลูกแก้ว ตำบลนิคมพัฒนา อำเภอบ้านฉาง จังหวัดศรีสะเกษ. วารสารการพัฒนาชุมชนและคุณภาพชีวิต, 8(1), 214-226.
- เนตรชนก คงทน, พีรวิทย์ คำเจริญ และจิรพัฒน์ โทพล. (2561). ศึกษาการสื่อสารการตลาดผ้าไหมอารยธรรมขอม และการออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มของชุมชน: กรณีศึกษากลุ่มทอผ้าไหม บ้านตะคร้อเหนือ อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดนครราชสีมา. วารสารชุมชนวิจัย, 12(1), 56-72.
- บัญชา จันทราช, ปรีชา ปาโนรัมย์, สุริยา รักการศิลป์ และกุลกัญญา ศรีสุข. (2564). พฤติกรรมความต้องการที่มีต่อผ้าไหมแบบกี่กระตุก และแนวทางการส่งเสริมผ้าไหมภูมิปัญญาท้องถิ่นในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล: กรณีศึกษาบ้านไทรงาม ตำบลนิคม อำเภอสตึก จังหวัดบุรีรัมย์. วารสารมนุษยสังคมสาร (มสส.), 19(2), 1-28.
- บุปผา ภาชนะวัฒนาพันธ์. (2563). การสื่อสารการตลาดของผู้ประกอบการค้าผ้าทอมือเมืองน่าน. วารสารการสื่อสาร มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย, 3(2), 22-42.
- วัลย์จรรยา วิระกุล, อุมารวรรณ วาทกิจ และจิรนนท์ เข็มพันธ์. (2561). แนวทางการเพิ่มมูลค่าผ้าไหมมัดหมี่ที่มีประสิทธิภาพ เพื่อส่งเสริมคุณค่าตราสินค้าของวิสาหกิจชุมชนในเขตอำเภอนบพ จังหวัดขอนแก่น. วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี, 12(3), 532-547.
- ไทยโพสต์. (12 กันยายน ปีที่พิมพ์). ก.อ.ต.ด. ต้นตลาดสิ่งทอ-แฟชั่นไทยในชายแดนใต้สู่ตลาดต่างประเทศ. อีสราภาพแห่งความคิดไทยโพสต์, <<https://www.thaipost.net/main/detail/77193>> (สืบค้นเมื่อ 30 ธันวาคม 2565).
- รัฐนันท์ พงศ์วิทธิธรร, ภาควิชา ภาควิชา และสุรัช แก้วยะ. (2558). พฤติกรรมในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือของผู้บริโภคที่เลือกซื้อจากร้านผ้าฝ้ายทอมือในเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. รายงานการวิจัย. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ภาควิชา.
- รัฐบาลไทย. (2556). สนุก” เชิญชวนคนไทยสวมใส่ผ้าไทยทุกโอกาส เพื่อสืบสานอัตลักษณ์ผ้าไทยอันโดดเด่น สู่ เหว้าโลก. รัฐบาลไทย . <<https://www.thaigov.go.th/news/contents/details/59366>> (สืบค้นเมื่อ 30 ธันวาคม 2565).
- สำนักงานเลขาธิการกรมส่งเสริมการเกษตร. (2564). มาตรการส่งเสริมและสนับสนุนการใช้และสวมใส่ผ้าไทย. สำนักงานเลขาธิการ



กรมส่งเสริมการเกษตร.< <https://secreta.doae.go.th/?p=9311>> (สืบค้นเมื่อ 30 ธันวาคม 2565).

ศูนย์ข้อมูลและดิจิทัลอุตสาหกรรมสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ. (2562). สถานการณ์อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย.

ศูนย์ข้อมูลและดิจิทัลอุตสาหกรรมสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ. <<https://www.thaitextile.org/th/insign/detail.1530.1.0.html>> (สืบค้นเมื่อ 30 ธันวาคม 2565).

Hollensen, S. & Opresnik, M. O., (2018). **Marketing: Principles and Practice**. (ครั้งที่พิมพ์ 1). Lubeck: Opresnik
Managament Consulting.