

การศึกษาการตัดสินใจซื้อด้านองค์ประกอบผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นของผู้บริโภค ในกลุ่มจังหวัดนครชัยบุรีนทร์ศรีอุบล

The Investigation of Purchased Decision-making for Hand-woven Fabrics Dyed from Local Plants in Nakhon Chai Burin Sri Ubon District

อนงค์วรรณ ชินศรี^{1*} รัชมิเพ็ญ นาครินทร์²

E-mail: anongwan@cpru.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการตัดสินใจซื้อองค์ประกอบผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นของผู้บริโภคในเขตนครชัยบุรีนทร์ศรีอุบลประกอบด้วยประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริโภคที่มีประสบการณ์ซื้อผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าทอมือย้อมสีธรรมชาติในกลุ่มจังหวัดนครราชสีมา ชัยภูมิ บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ และอุบลราชธานี จำนวน 385 ตัวอย่าง โดยเลือกตัวอย่างจังหวัดละ 64-65 ตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยแบบสอบถามเพื่อศึกษาการตัดสินใจซื้อของกลุ่มผู้บริโภคที่มีประสบการณ์ซื้อผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าทอมือย้อมสีธรรมชาติในกลุ่มจังหวัดนครชัยบุรีนทร์ศรีอุบล สถิติที่ใช้ในงานวิจัย ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยมีดังนี้ การตัดสินใจซื้อผ้าทอมือย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นของผู้บริโภคในกลุ่มจังหวัดนครชัยบุรีนทร์ศรีอุบล โดยภาพรวมเป็นการซื้อผ้าทอมือย้อมสีธรรมชาติ ผ่านช่องทางออฟไลน์ ประเภทผ้าสีพื้น ผ้าฝ้าย ผลิตภัณฑ์แปรรูปเสื้อผ้า กระเป๋า มีค่าใช้จ่ายการซื้อน้อยกว่า 1,000 บาท การตัดสินใจซื้อผ้าทอมือย้อมสีจากพืชในท้องถิ่น ผู้บริโภคในกลุ่มจังหวัดนครชัยบุรีนทร์ศรีอุบลพบว่า ผู้บริโภคมีความคิดเห็นการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือย้อมสีจากพืชในท้องถิ่น จากด้านรูปลักษณะของผลิตภัณฑ์ สัญลักษณ์ และด้านผลิตภัณฑ์ควบ อยู่ในระดับมาก

คำสำคัญ: การตัดสินใจซื้อ ผ้าทอมือ พืชในท้องถิ่น นครชัยบุรีนทร์ศรีอุบล

Abstract

The objective of this research is to study the purchased decision-making 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 purchased decision-making 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: purchased decision-making, Hand-woven fabrics, local plants, Nakhon Chai Burin Sri Ubon

ความเป็นมาของปัญหา

สมเด็จพระเจ้าลูกเธอ เจ้าฟ้าสิริวัณณวรี นารีรัตนราชกัญญา ทรงขับเคลื่อนผ่านโครงการ “ผ้าไทย ใส่ให้สนุก” เพื่อที่จะให้พระราชปณิธานที่มีจุดมุ่งหมายสำคัญยิ่ง คือ การที่จะทำให้พี่น้องคนไทยกลุ่มอาชีพช่างศิลป์ และช่างฝีมือ สามารถสร้างอาชีพ สร้างงาน สร้างรายได้ จากงานหัตถศิลป์ หัตถกรรม และผลิตภัณฑ์จากผ้าไทย ส่งการยกระดับคุณภาพชีวิต ครอบครัวยุคใหม่ เพื่อร่วมสร้างสังคมที่มีความยั่งยืนในทุกมิติ ด้านต้นน้ำ ถึงปลายน้ำอย่างแท้จริง (รัฐบาลไทย, 2565) จากพระราชปณิธานสู่นโยบายการณรงคให้

¹ อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ

² อาจารย์ประจำสาขาวิชาการเงิน คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ

นโยบายของรัฐบาลส่งเสริมและสนับสนุน โดยมีมาตรการส่งเสริมและสนับสนุนการใช้ สวมใส่ผ้าไทย เพื่อสร้างค่านิยม สืบสาน รักษา และต่อยอดอัตลักษณ์ภูมิปัญญาไทย ให้หน่วยงาน ภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนใช้และสวมใส่ผ้าไทย หรือผ้าพื้นเมือง ตามความเหมาะสมแต่ละท้องถิ่น อย่างน้อยสัปดาห์ละ 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 Opresnik, 2018)

ผู้ประกอบการควรมุ่งเน้นการดำเนินรูปแบบการตลาดสิ่งที่ลูกค้าต้องการอย่างแท้จริง เพื่อนำมาปรับปรุง พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค (เปรมวดี ทศชา และ รุ่งนภา กิตติลาภ, 2559) ให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจหลังจากการซื้อผลิตภัณฑ์ที่ตามมาเป็นประโยชน์ต่อการสร้างงานให้เครือข่ายกลุ่มชาวบ้านในชุมชนผู้ผลิตมีรายได้ และเศรษฐกิจไทยหมุนเวียนทั่วประเทศ (สยามรัฐออนไลน์, 2563) สำหรับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าทอมือย้อมสีพืชในท้องถิ่น ของผู้บริโภคมีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าย้อมสีธรรมชาติหนองบัวแดง จังหวัดชัยภูมิ และผู้ประกอบการรายอื่นๆ เป็นเรื่องละเอียดอ่อนสำหรับการพัฒนาผ้าเพื่อจำหน่าย เป็นปัจจัยองค์ประกอบที่ผู้บริโภคนำมาใช้ประเมินทางเลือกผลิตภัณฑ์ เพื่อประกอบการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าทอมือจากผู้ประกอบการ ดังนั้นผู้ศึกษาได้ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลองค์ประกอบผลิตภัณฑ์ด้านรูปลักษณ์ สัญลักษณ์ และผลิตภัณฑ์ควบที่มียอดต่อเพื่อศึกษาการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นของผู้บริโภคในเขตนครชัยบุรินทร์ศรีอุบลจากแนวคิด ทฤษฎี ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้สำหรับการศึกษา

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาการตัดสินใจซื้อองค์ประกอบผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นของผู้บริโภคในเขตนครชัยบุรินทร์ศรีอุบล

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประเภทของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็น วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) วิเคราะห์ข้อมูลจากสำรวจ นำมาข้อมูลมาแยกแยะเนื้อหาสาระเป็นกลุ่มตามโครงสร้าง วิเคราะห์เนื้อหาที่มาสรุปตามวัตถุประสงค์

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

2.1 ประชากร ได้แก่ ผู้บริโภคที่มีประสบการณ์ซื้อผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าทอมือย้อมสีธรรมชาติในเขตนครชัยบุรินทร์ศรีอุบล (ผู้บริโภคที่มีประสบการณ์ซื้อผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าทอมือย้อมสีธรรมชาติในเขตจังหวัดนครราชสีมา จังหวัดชัยภูมิ จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดสุรินทร์ จังหวัดศรีสะเกษ และจังหวัดอุบลราชธานี) ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากร

2.2 การสุ่มกลุ่มตัวอย่างเนื่องจากซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แท้จริง ไม่มีข้อมูลเกี่ยวกับปริมาณผู้บริโภคที่มีประสบการณ์ซื้อผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าทอมือย้อมสีธรรมชาติในเขตนครชัยบุรินทร์ศรีอุบล (ผู้บริโภคที่มีประสบการณ์ซื้อผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าทอมือย้อมสีธรรมชาติในเขตจังหวัดนครราชสีมา จังหวัดชัยภูมิ จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดสุรินทร์ จังหวัดศรีสะเกษ และจังหวัดอุบลราชธานี)

ดังนั้นผู้วิจัยเลือกใช้วิธีการคำนวณขนาดตัวอย่างกรณีไม่ทราบจำนวน ประชากร ตามสูตรของ ดับเบิล จี. คอชแรน (กัลยา วานิชย์บัญชา และจิตา วานิชย์บัญชา, 2559) = 384.16 ตัวอย่าง แต่ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 ตัวอย่าง ซึ่งถือว่าผ่านเกณฑ์ตามที่เงื่อนไขกำหนดไว้ไม่น้อยกว่า 384.16 ตัวอย่าง และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) เป็นผู้มีประสบการณ์ซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าทอมือผ่านช่องทางออนไลน์ร้อยละ 50และออฟไลน์ร้อยละ 50 ทำการสำรวจเฉพาะผู้ที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

ศึกษาองค์ความรู้การตัดสินใจซื้อด้านองค์ประกอบผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือ จัดทำแบบสำรวจเพื่อสอบถามข้อมูลการตัดสินใจซื้อของกลุ่มผู้บริโภค 30 ชุด เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ 0.958 ซึ่งเป็นค่าที่ยอมรับได้ เพราะค่าความ

เชื่อมั่นนั้น ควรมีค่าไม่น้อยกว่า 0.70 (กัลยา วานิชย์บัญชา และ จิตา วานิชย์บัญชา, 2559) แล้วนำไปเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้มีประสบการณ์ซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าทอมือผ่านช่องทางออนไลน์ร้อยละ 50 และออฟไลน์ร้อยละ 50

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

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

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

5.1 ศึกษาข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นของผู้บริโภคในเขตนครชัยบุรินทร์ศรีอุบล ผู้ตอบแบบสอบถามด้วย ค่าความถี่ และค่าร้อยละ

5.2 ศึกษาข้อมูลและวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นการตัดสินใจซื้อองค์ประกอบผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือย้อมสีธรรมชาติจากพืชในท้องถิ่น (รูปลักษณะผลิตภัณฑ์, สัญลักษณ์, ผลิตภัณฑ์ควบ) ของผู้บริโภคในเขตนครชัยบุรินทร์ศรีอุบลของผู้ตอบแบบสอบถามด้วย ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ดังนั้น เกณฑ์การให้คะแนนระดับค่าเฉลี่ยสามารถวัดและแปลความหมายได้ 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

ผลการวิจัยพฤติกรรมการซื้อ และความคิดเห็นการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นของผู้บริโภคในเขตนครชัยบุรินทร์ศรีอุบล (ผู้บริโภคที่มีประสบการณ์ซื้อผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าทอมือย้อมสีธรรมชาติในเขตจังหวัดนครราชสีมา จังหวัดชัยภูมิ จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดสุรินทร์ จังหวัดศรีสะเกษ และจังหวัดอุบลราชธานี)

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามข้อมูลช่องทางการตัดสินใจซื้อ

พฤติกรรมการซื้อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ช่องทางการตัดสินใจซื้อ		
ช่องทางออนไลน์	192	49.90
ช่องทางออฟไลน์	193	50.10
ประเภทของผ้า		
ผ้าสีพื้น	209	54.30
ผ้ามัดหมี่	176	45.70
ประเภทผลิตภัณฑ์ผ้า		
ผ้าฝ้าย	196	50.90
ผ้าไหม	189	49.10
ผลิตภัณฑ์แปรรูป		
กระเป๋า	100	26
ผ้าคลุมไหล่	65	16.90
พวงกุญแจ	96	24.90
เสื่อผ้า	124	32.20

ตารางที่ 1 (ต่อ)

พฤติกรรมกรซื้อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ค่าใช้จ่ายการซื้อ		
น้อยกว่า 1,000 บาท	270	70.10
มากกว่า 1,000 บาท	115	29.90
รวม	385	100

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้บริโภคที่มีประสบการณ์ซื้อผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าทอมือย้อมสีธรรมชาติ ในเขตนครชัยบุรินทร์ศรีอุบล ส่วนมากซื้อผ้าทอมือย้อมสีจากพืชในท้องถิ่น ผ่านช่องทางออนไลน์จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 50.10 รองลงมาซื้อผ่านช่องทางออนไลน์จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 49.90 ส่วนมากมีความคิดเห็นตัดสินใจซื้อผ้าทอมือประเภทผ้าสีพื้นจำนวน 209 คน คิดเป็นร้อยละ 54.30 รองลงมาซื้อผ้ามัดหมี่จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 45.70 ส่วนมากซื้อ ประเภทผ้าฝ้ายจำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 50.90 รองลงมาซื้อประเภทผ้าไหมจำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 49.10 ส่วนมากซื้อผ้าทอมือย้อมสีจากพืชในท้องถิ่น ผลิตภัณฑ์แปรรูปเสื้อผ้าจำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 32.20 รองลงมาซื้อกระเป๋าจำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 26 ส่วนน้อยซื้อผ้าทอมือย้อมสีจากพืชในท้องถิ่น ผลิตภัณฑ์แปรรูปผ้าคลุมไหล่ จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.90 และผู้บริโภคส่วนมากมีค่าใช้จ่ายซื้อผ้าทอมือย้อมสีจากพืชในท้องถิ่น น้อยกว่า 1,000 บาท จำนวน 270 คน คิดเป็นร้อยละ 70.10 รองลงมาซื้อผ้าทอมือย้อมสีจากพืชในท้องถิ่น มากกว่า 1,000 บาท จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 29.90

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นการตัดสินใจของค้ประกอบผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือย้อมสีจากพืชในท้องถิ่น (รูปลักษณะผลิตภัณฑ์, สัญลักษณ์,ผลิตภัณฑ์ควบ) ของผู้บริโภคในเขตนครชัยบุรินทร์ศรีอุบล

ตารางที่ 2 ความคิดเห็นการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือย้อมสีจากพืชในท้องถิ่น ด้านรูปลักษณะของผลิตภัณฑ์

ด้านรูปลักษณะของผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือย้อมสีจากพืชในท้องถิ่น	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น	ลำดับ
1. รูปแบบผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นความทันสมัยต่อกระแสแฟชั่น	4.03	0.73	มาก	3
2. รูปแบบผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นมีความเป็นรสนิยมทางแฟชั่นส่วนตัว	4.03	0.82	มาก	3
3. รูปแบบผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นมีความร่วมสมัย	3.90	0.78	มาก	8
4. รูปแบบผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นมีความทันสมัยสอดคล้องกับรูปแบบการใช้ชีวิตยุคปัจจุบัน	4.09	0.78	มาก	1
5. รูปแบบผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว	4.00	0.73	มาก	6
6. รูปแบบผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นมีความแตกต่างกันเฉพาะกลุ่ม	3.98	0.73	มาก	7
7. สีของผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นสวยงาม	4.01	0.76	มาก	5
8. ผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นมีลวดลายมีความเป็นไทย	4.06	0.76	มาก	2
9. ผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นมีรูปแบบเพื่อให้ผู้บริโภคได้เลือกสรรที่แตกต่างกัน	4.02	0.84	มาก	4
10. สีของผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นไม่ตก ไม่ซีดจาง	4.00	0.77	มาก	6
11. เนื้อผ้าของผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นมีความคงทน มีอายุการใช้งานยาวนาน	4.03	0.75	มาก	3
รวม	4.02	0.36	มาก	

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้บริโภคที่มีประสบการณ์ซื้อผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าทอมือย้อมสีธรรมชาติ ในเขตนครชัยบุรินทร์ศรีอุบล มีความคิดเห็นการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือย้อมสีจากพืชในท้องถิ่น จากด้านรูปลักษณะของผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.02$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน รูปแบบผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นมีความทันสมัยสอดคล้องกับรูปแบบการใช้ชีวิตยุคปัจจุบัน มากกว่าด้านอื่น ($\bar{X} = 4.09$) รองลงมา คือ ผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นมีลวดลายมีความเป็นไทย ($\bar{X} = 4.06$) รองลงมา คือ เนื้อผ้าของผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นมีความคงทน มีอายุการใช้งานยาวนาน รูปแบบผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นความทันสมัยต่อกระแสแฟชั่น และมีความเป็นรสนิยมทางแฟชั่นส่วนตัว ($\bar{X} = 4.03$) ส่วนความคิดเห็นการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือย้อมสีจากพืชในท้องถิ่น จากด้านรูปลักษณะของผลิตภัณฑ์น้อยที่สุด คือ รูปแบบผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นมีความร่วมสมัย ($\bar{X} = 3.90$)

ตารางที่ 3 ความคิดเห็นการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือย้อมสีจากพืชในท้องถิ่น ด้านสัญลักษณ์

ด้านสัญลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือย้อมสีจากพืชในท้องถิ่น	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น	ลำดับ
1. รูปแบบผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นยากต่อการผลิตซ้ำ	4.01	0.91	มาก	4
2. ผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นมีคุณค่าต่อจิตใจของผู้บริโภค	4.05	0.82	มาก	3
3. ผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นมีการตัดเย็บประณีตสวยงาม	3.99	0.76	มาก	5
4. ผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นทำให้สวมใส่แล้วสง่างาม	4.05	0.79	มาก	3
5. ผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นมีเนื้อผ้าสวมใส่สบาย	4.13	0.76	มาก	1
6. ผ้าที่นำมาตัดเย็บผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นมีลวดลายที่หลากหลาย สอดคล้องกับประโยชน์การใช้สอย	4.06	0.82	มาก	2
7. ผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นมีขนาดของไซส์ S M L XL เพื่อเหมาะกับผู้บริโภคที่มีรูปร่างต่างกัน	4.13	0.76	มาก	1
8. รายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ขนาด สี ของผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นได้ครบถ้วน	4.05	0.80	มาก	3
รวม	4.06	0.45	มาก	

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้บริโภคที่มีประสบการณ์ซื้อผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าทอมือย้อมสีธรรมชาติ ในเขตนครชัยบุรินทร์ศรีอุบล มีความคิดเห็นการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือย้อมสีจากพืชในท้องถิ่น จากด้านสัญลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.06$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นมีเนื้อผ้าสวมใส่สบาย และผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นมีขนาดของไซส์ S, M, L, XL เพื่อเหมาะกับผู้บริโภคที่มีรูปร่างต่างกัน มากกว่าด้านอื่น ($\bar{X} = 4.13$) รองลงมา คือ ผ้าที่นำมาตัดเย็บผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นมีลวดลายที่หลากหลาย สอดคล้องกับประโยชน์การใช้สอย ($\bar{X} = 4.06$) รองลงมา คือ ผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นมีคุณค่าต่อจิตใจของผู้บริโภค สวมใส่แล้วทำให้สวมใส่แล้วสง่างาม และรายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ขนาด สี ของผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นได้ครบถ้วน ($\bar{X} = 4.05$) ส่วนความคิดเห็นการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือย้อมสีจากพืชในท้องถิ่น จากด้านสัญลักษณ์น้อยที่สุด คือ ผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นมีการตัดเย็บที่ประณีตสวยงาม ($\bar{X} = 3.99$)

ตารางที่ 4 ความคิดเห็นการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือย้อมสีจากพืชในท้องถิ่น ผลิตภัณฑ์ควบ

ด้านผลิตภัณฑ์ควบของผ้าทอมือย้อมสีจากพืชในท้องถิ่น	\bar{X}	S. D.	ระดับ ความคิดเห็น	ลำดับ
1. ข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ มีข้อมูลวัตถุดิบที่นำมาทำแหล่งผลิตและจำหน่ายของผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่น	4.07	0.73	มาก	4
2. ข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ แสดงรายละเอียดการสวมใส่ การดูแลรักษาของผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นได้ครบถ้วน	4.08	0.83	มาก	3
3. ผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นได้ผ่านการรับรองมาตรฐาน	4.10	0.74	มาก	1
4. ผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นได้ผ่านการรับรองเป็นผลิตภัณฑ์ OTOP	4.09	0.78	มาก	2
5. ผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นที่ผู้ซื้อได้รับตรงกับภาพที่แสดงเป็นตัวอย่างออนไลน์	3.95	0.82	มาก	7
6. ผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นที่ผู้ซื้อได้รับตรงตามที่มีการลงรายละเอียดของผลิตภัณฑ์	4.05	0.84	มาก	5
7. บรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นมีความสวยงาม	3.93	0.82	มาก	8
8. บรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นมุ่งเน้นเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	3.95	0.80	มาก	7
9. มีการรับประกันความปลอดภัยในการซื้อผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นที่น่าเชื่อถือ	3.99	0.76	มาก	6
10. รับประกันเปลี่ยนคืนผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นหลังการขายได้สะดวก รวดเร็ว	3.99	0.76	มาก	6
รวม	4.03	0.42	มาก	

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้บริโภคที่มีประสบการณ์ซื้อผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าทอมือย้อมสีธรรมชาติ ในเขตนครชัยบุรีนครศรีอุบล มีความคิดเห็นการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือย้อมสีจากพืชในท้องถิ่น จากด้านผลิตภัณฑ์ควบ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.03$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นได้ผ่านการรับรองมาตรฐาน มากกว่าด้านอื่น ($\bar{X} = 4.10$) รองลงมา คือ ผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นได้ผ่านการรับรองเป็นผลิตภัณฑ์ OTOP ($\bar{X} = 4.09$) รองลงมา คือ ข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ แสดงรายละเอียดการสวมใส่ การดูแลรักษา ของผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นได้ครบถ้วน ($\bar{X} = 4.08$) ส่วนความคิดเห็นการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือย้อมสีจากพืชในท้องถิ่น จากด้านผลิตภัณฑ์ควบน้อยที่สุด คือ บรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นมีความสวยงาม ($\bar{X} = 3.99$)

อภิปรายผล

ผลการศึกษาการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นของผู้บริโภคในเขตนครชัยบุรีนครศรีอุบล พบว่า ข้อมูลการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นของผู้บริโภคในเขตนครชัยบุรีนครศรีอุบล พบว่า ผู้บริโภคส่วนมากซื้อผ้าทอมือย้อมสีจากพืชในท้องถิ่น ผ่านช่องทางออฟไลน์ รองลงมาซื้อผ่านช่องทางออนไลน์ ประเภทสีผ้าและลวดลายผ้าทอมือที่ตัดสินใจซื้อเป็นผ้าสีพื้น รองลงมาซื้อผ้ามัดหมี่ ประเภทผ้าฝ้าย รองลงมาซื้อประเภทผ้าไหม เป็นผลิตภัณฑ์แปรรูปเสื้อผ้า รองลงมาซื้อกระเป๋า และส่วนน้อยซื้อผ้าทอมือเป็นผลิตภัณฑ์แปรรูปผ้าคลุมไหล่ มีค่าใช้จ่ายการชื้อน้อยกว่า 1,000 บาท 500 -1,000 บาท สอดคล้องกับงานวิจัยของ เนตรชนก คงทน, พิรวิชญ์ คำเจริญ และ จิรพัฒน์ โทพล (2561) ทำการศึกษาเรื่องการสื่อสารการตลาดผ้าไหมอารยธรรมหอม และการออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มของชุมชน: กรณีศึกษากลุ่มทอผ้าไหม บ้านตะคร้อเหนือ อำเภอดงหลวง จังหวัดนครราชสีมา พบว่าผู้บริโภคมีค่าใช้จ่ายต่อการซื้อ 500 -1,000 บาท รองลงมามีค่าใช้จ่ายชื้อมากกว่า 1,000 บาท สอดคล้องกับการวิจัยของ วัลย์จรรยา วิระกุล, อุมารวรรณ วาทกิจ และ จิรนนท์ เข็มขันธุ์ (2561) ทำการศึกษาเรื่องแนวทางการเพิ่มมูลค่าผ้าไหมมัดหมี่ที่มีประสิทธิภาพ เพื่อส่งเสริมคุณค่าตราสินค้าของวิสาหกิจชุมชนในเขตอำเภอนบพ จังหวัดขอนแก่น 1,501-2,000 บาท

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นรูปแบบผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคในเขตนครชัยบุรีนครศรีอุบล พบว่า ผู้บริโภคมีความคิดเห็นการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือย้อมสีจากพืชในท้องถิ่น จากด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน รูปแบบผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นมีความทันสมัยสอดคล้องกับผลการวิจัยของนริสรา ลอยฟ้า (2564) การเพิ่มมูลค่าสินค้าและเพิ่มช่องทางการตลาดผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าไหมลายลูกแก้ว ตำบลนิคมพัฒนา อำเภอบางขัน จังหวัดศรีสะเกษ พบว่า ผู้บริโภคมีความคิดเห็นเห็นว่าผลิตภัณฑ์ผ้าควรมีรูปแบบที่ทันสมัยและร่วมสมัย รูปแบบการใช้ชีวิตยุคปัจจุบัน มากกว่าด้านอื่น ผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นมีลวดลายมีความเป็นไทย เนื้อผ้าของผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นมีความคงทน มีอายุการใช้งานยาวนาน รูปแบบผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นความทันสมัยต่อกระแสแฟชั่น และมีความเป็นรสนิยมทางแฟชั่นส่วนตัว ส่วนความคิดเห็นการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือย้อมสีจากพืชในท้องถิ่น จากด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์น้อยที่สุด คือ รูปแบบผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นมีความร่วมสมัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือย้อมสีจากพืชในท้องถิ่น สัญลักษณ์ พบว่า ผู้บริโภคมีความคิดเห็นการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือย้อมสีจากพืชในท้องถิ่น จากด้านสัญลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นมีเนื้อผ้าสวมใส่สบาย และผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นมีขนาดของไซส์ S M L XL เพื่อเหมาะสมกับผู้บริโภคที่มีรูปร่างต่างกัน มากกว่าด้านอื่น ผ้าที่นำมาตัดเย็บผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นมีลวดลายที่หลากหลาย สอดคล้องกับประโยชน์การใช้สอย ผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นมีคุณค่าต่อจิตใจ สวมใส่แล้วทำให้สวยงาม สอดคล้องกับข้อค้นพบการวิจัยของ รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ร, ภาคภูมิ ภัควิภาส และสุรัช แก้วยะ (2558) ทำการศึกษาเรื่องพฤติกรรมในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือของผู้บริโภคที่เลือกซื้อจากร้านผ้าฝ้ายทอมือในเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าผู้บริโภคเลือกซื้อเสื้อผ้าทอมือย้อมสีธรรมชาติสวมใส่ เพื่อใหตนเองแลดูภูมิฐาน และรายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ขนาด สี ของผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นได้ครบถ้วน แตกต่างกับงานวิจัยของบัญชา จันทรรราช และคณะ (2564) ทำการศึกษาเรื่องพฤติกรรมความต้องการที่มีต่อผ้าไหมแบบกี่กระตุก และแนวทางการส่งเสริมผ้าไหมภูมิปัญญาท้องถิ่นในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล: กรณีศึกษาบ้านไททรงาม ตำบลนิคม อำเภอสตึก จังหวัดบุรีรัมย์ พบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญกับรูปแบบเสื้อผ้าทอมือย้อมสีจากต่อการยกต่อการลอกเลียนแบบ และงานวิจัยของบุปผา ลาภะวัฒนาพันธ์ (2563) ได้ทำการศึกษาเรื่องการสื่อสารการตลาดของผู้ประกอบการคลัสเตอร์ผ้าทอมือเมืองน่าน พบว่า เสื้อผ้าทอมือย้อมสีมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวทำให้สวมใส่แล้วไม่ซ้ำกับใคร ส่วนความคิดเห็นการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือย้อมสีจากพืชในท้องถิ่น จากด้านสัญลักษณ์น้อยที่สุด คือ ผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นมีการตัดเย็บที่ประณีตสวยงาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือย้อมสีจากพืชด้านผลิตภัณฑ์ควบ พบว่า ผู้บริโภคมีความคิดเห็นการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือย้อมสีจากพืชในท้องถิ่น จากด้านผลิตภัณฑ์ควบ อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นได้ผ่านการรับรองมาตรฐาน ผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นได้ผ่านการรับรองเป็นผลิตภัณฑ์ OTOP ข้อมูล

รายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ แสดงรายละเอียดการสวมใส่ การดูแลรักษา ของผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นได้ครบถ้วน ส่วนความคิดเห็นการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือย้อมสีจากพืชในท้องถิ่น จากด้านผลิตภัณฑ์ควบนอยที่สุด คือ บรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นมีความสวยงาม แตกต่างกับงานวิจัยของธมกร แสงวงสว่าง และ เสาวลักษณ์ จิตติมงคล (2564) ทำการศึกษาเรื่องกลยุทธ์การตลาดออนไลน์ที่ส่งผลต่อความสำเร็จทางการตลาดของธุรกิจผ้าพื้นถิ่นในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า ด้านบรรจุภัณฑ์ผ้าไหมออกแบบให้มีความสวยงามและเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มกับผลิตภัณฑ์ผ้าไหม

สรุปผลการวิจัย

สรุปผลการศึกษาข้อมูลการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นของผู้บริโภคในเขตนครชัยบุรีนครศรีอยุธยา พบว่า ผู้บริโภคส่วนมากซื้อผ้าทอมือย้อมสีธรรมชาติ ผ่านช่องทางออนไลน์ รองลงมาซื้อผ่านช่องทางออนไลน์ ประเภทเสื้อผ้าและลวดลายผ้าทอมือย้อมสีธรรมชาติที่ตัดสินใจซื้อเป็นผ้าสีพื้น รองลงมาซื้อผ้ามัดหมี่ ประเภทผ้าฝ้าย รองลงมาซื้อประเภทผ้าไหม เป็นผลิตภัณฑ์แปรรูปเสื้อผ้า รองลงมาซื้อกระเป๋า และส่วนน้อยซื้อผ้าทอมือย้อมสีธรรมชาติ ผลิตภัณฑ์แปรรูปผ้าคลุมไหล่ มีค่าใช้จ่ายการซื้อน้อยกว่า 1,000 บาท รองลงมาใช้จ่ายซื้อผ้ามากกว่า 1,000 บาท

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นรูปแบบผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคในเขตนครชัยบุรีนครศรีอยุธยา พบว่า ผู้บริโภคมีความคิดเห็นการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือย้อมสีจากพืชในท้องถิ่น จากด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน รูปแบบผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นมีความทันสมัยสอดคล้องกับรูปแบบการใช้ชีวิตยุคปัจจุบัน มากกว่าด้านอื่น รองลงมา คือ ผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นมีลวดลายมีความเป็นไทย รองลงมา คือ เนื้อผ้าของผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นมีความคงทน มีอายุการใช้งานยาวนาน รูปแบบผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นความทันสมัยต่อกระแสนิยม และมีความเป็นธรรมชาติทางแฟชั่นส่วนตัว ส่วนความคิดเห็นการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือย้อมสีจากพืชในท้องถิ่น จากด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์ควบนอยที่สุด 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 จากด้านผลิตภัณฑ์ควบนอยที่สุด คือ บรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ย้อมสีจากพืชในท้องถิ่นมีความสวยงาม

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ภาคธุรกิจ ผู้ประกอบการควรนำแนวทางกลยุทธ์การปรับปรุงองค์ประกอบด้านผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือ และควรตระหนักถึงความต้องการของผู้บริโภค
2. ภาครัฐสามารถนำข้อมูลจากการวิจัยเพื่อเป็นแนวทางส่งเสริมและสนับสนุน ด้านการปรับปรุงการผลิตและการตลาดผ้าทอมือ

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรขยายขอบเขตหรือเพิ่มกลุ่มเป้าหมายผู้บริโภค ไปยังบริเวณจังหวัดใกล้เคียง และภูมิภาคอื่น เพื่อให้ครอบคลุมผู้บริโภค และเป็นประโยชน์ด้านแนวทางการปรับปรุงองค์ประกอบด้านผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่แตกต่างกัน
2. ควรพิจารณาศึกษาปัจจัยอื่นๆ ที่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือย้อมสีธรรมชาติของในส่วนภูมิภาค และภาคธุรกิจในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2554). การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. (ครั้งที่พิมพ์ 18). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ไทยโพสต์. (12 กันยายน ปีที่พิมพ์). ก.อุตา ดันตลาดสิ่งทอ-แฟชั่นไทยในชายแดนใต้สู่ตลาดต่างประเทศ. **อิสรภาพแห่งความคิดไทยโพสต์**, < <https://www.thaipost.net/main/detail/77193>> (สืบค้นเมื่อ 30 ธันวาคม 2565).
- ธมกร แสงวงสว่าง และเสาวลักษณ์ จิตติมงคล. (2564). กลยุทธ์การตลาดออนไลน์ที่ส่งผลต่อความสำเร็จทางการตลาดของธุรกิจผ้าพื้นถิ่นในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. **วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด**, 15(2), 154-167.
- นริสรา ลอยฟ้า. (2564). การเพิ่มมูลค่าสินค้าและเพิ่มช่องทางการตลาดผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าไหมลายลูกแก้ว ตำบลนิคมพัฒนา อำเภอบุขัน จังหวัดศรีสะเกษ. **วารสารการพัฒนาชุมชนและคุณภาพชีวิต**, 8(1), 214-226.
- เนตรชนก คงทน, พีรวิญญ์ คำเจริญ และ จิรพัฒน์ โทพล. (2561). ศึกษาการสื่อสารการตลาดผ้าไหมอารยธรรมขอม และการออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มของชุมชน: กรณีศึกษากลุ่มทอผ้าไหม บ้านตะคร้อเหนือ อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดนครราชสีมา. **วารสารชุมชนวิจัย**, 12(1), 56-72.
- บัญชา จันทราช, ปรีชา ปาโนรัมย์, สุริยา รักการศิลป์ และ กุลกันยา ศรีสุข. (2564). พฤติกรรมความต้องการที่มีต่อผ้าไหมแบบปักกระตุก และแนวทางการส่งเสริมผ้าไหมภูมิปัญญาท้องถิ่นในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล: กรณีศึกษาบ้านไทรงาม ตำบลนิคม อำเภอสตึก จังหวัดบุรีรัมย์. **วารสารมนุษยสังคมสาร (มสส.)**, 19(2), 1-28.
- บุปผา ลาภะวัฒนาพันธ์. (2563). การสื่อสารการตลาดของผู้ประกอบการคัลเลอร์ผ้าทอมือเมืองน่าน. **วารสารการสื่อสารมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย**, 3(2), 22-42.
- เปรมวดี ทศชา และรุ่งนภา กิตติลาภ. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้ทอผ้าไหมไทย อำเภอนบพ จังหวัดขอนแก่น. **วารสารสถาบันวิจัยพัฒนธรรม**, 3(2), 197-208.
- รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร, ภาควิภา ภัควิภาส และสุรัชย์ แก้วยะ. (2558). พฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือของผู้บริโภคที่เลือกซื้อจากร้านผ้าฝ้ายทอมือในเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. รายงานการวิจัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ภาควิชาฟ.
- รัฐบาลไทย. (2556). สนุก” เชิญชวนคนไทยสวมใส่ผ้าไทยทุกโอกาส เพื่อสืบสานอัตลักษณ์ผ้าไทยอันโดดเด่น สู่ ทั่วโลก. **รัฐบาลไทย**. <<https://www.thaigov.go.th/news/contents/details/59366>> (สืบค้นเมื่อ 30 ธันวาคม 2565).
- วัลย์จรรยา วิระกุล, อุมารวรรณ วาทกิจ และ จิรนันท์ เข็มขันธุ์. (2561). แนวทางการเพิ่มมูลค่าผ้าไหมมัดหมี่ที่มีประสิทธิภาพเพื่อส่งเสริมคุณค่าตราสินค้าของวิสาหกิจชุมชนในเขตอำเภอนบพ จังหวัดขอนแก่น. **วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี**, 12(3), 532-547.
- ศูนย์ข้อมูลและดิจิทัลอุตสาหกรรมสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ. (2562). สถานการณ์อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย. **ศูนย์ข้อมูลและดิจิทัลอุตสาหกรรมสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ**. <<https://www.thaitextile.org/th/insign/detail.1530.1.0.html>> (สืบค้นเมื่อ 30 ธันวาคม 2565).
- สยามรัฐออนไลน์. (2563). SACICT เปิดเวที “ผ้าไทยใส่ได้ทุก GEN” ประชันไอเดีย บัณฑิตสร้างสรรค์รุ่นใหม่ก้าวไกลสู่สากล. **สยามรัฐออนไลน์**. <<https://siamrath.co.th/n/176151>> (สืบค้นเมื่อ 30 ธันวาคม 2565).
- สำนักงานเลขาธิการกรมส่งเสริมการเกษตร. (2564). มาตรการส่งเสริมและสนับสนุนการใช้และสวมใส่ผ้าไทย. **สำนักงานเลขาธิการกรมส่งเสริมการเกษตร**. <<https://secreta.doae.go.th/?p=9311>> (สืบค้นเมื่อ 30 ธันวาคม 2565).
- Hollensen, S. & Opresnik, M. O., (2018). **Marketing: Principles and Practice**. Lubeck: Opresnik Managment Consulting.