

**แนวทางการส่งเสริมการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าไหมลาวของพนักงานรัฐ
ด้านกฎหมายในเมืองปากเซ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว**
**Developmental Approach for Promoting Lao Silk Purchasing Decision of Law
enforcement officer of Pakse district in Champasak Province, Laos PDR.**

Latdavanh Silaphet^{1*} รังสรรค์ สิงห์เลิศ² และ อุทัย โคตรตก³

นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาพุทธศาสตร์การพัฒนากฎหมาย¹ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์² คณะเทคโนโลยีการเกษตร³
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าไหมลาวของพนักงานรัฐด้านกฎหมายในเมืองปากเซ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว 2) เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของพนักงานรัฐด้านกฎหมายในเมืองปากเซ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าไหมลาว จำแนกตาม เพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษา และ 3) เพื่อศึกษาแนวทางในการส่งเสริมการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าไหมลาวของพนักงานรัฐด้านกฎหมายในเมืองปากเซ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 199 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตามระดับชั้น อย่างเป็นสัดส่วน (Proportional Stratified Random Sampling) เพื่อให้มีการกระจายหน่วยตัวอย่างไปในทุก ๆ กลุ่มตามสัดส่วน จึงใช้สูตรในการคำนวณ โดย ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการจัดชั้นภูมิ (Strata) ของหน่วยตัวอย่าง แยกตามกลุ่มโดยการคำนวณหาสัดส่วนหน่วยตัวอย่างในแต่ละกลุ่ม เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบสมมติฐานใช้การวิเคราะห์การแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ โดยใช้วิธี LSD.(Least Significant Difference)

ผลการวิจัยพบว่า 1) การตัดสินใจเลือกซื้อผ้าไหมลาวของพนักงานรัฐด้านกฎหมายในเมืองปากเซ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว อยู่ในระดับมาก จำนวน 2 ด้าน ได้แก่ ด้านร้านค้า และด้านการขาย และ 4 ด้านอยู่ในระดับปานกลางได้แก่ ด้านปริมาณที่ซื้อ ด้านการชำระเงิน ด้านผลิตภัณฑ์ผ้าไหมลาว และ โดยรวม 2) การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าไหมลาวของพนักงานรัฐด้านกฎหมายในเมืองปากเซ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ระหว่างกลุ่มเพศ อายุ รายได้ และระดับการศึกษามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ 3) แนวทางการส่งเสริมการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าไหมลาว ได้แก่ (1) ด้านผลิตภัณฑ์ ต้องการให้พัฒนาการทอผ้าให้มีความแน่นหนากว่าเดิม มีลวดลายที่สวยงามมากขึ้น และได้มาตรฐานเป็นที่ยอมรับของตลาดสากล เวลาซักแล้วสีไม่ตก สีผ้าไม่เจดจ้ำจวน เป็นสีมืดมากกว่า อยากรให้มีลายเก่าแก่มาประยุกต์ และอยากรให้มีลวดลายประจำเมืองปากเซ (2) ด้านราคา ต้องการให้ลดราคาผ้าไหมลาวลดลงอีก ราคาควรเหมาะสมกับเนื้อผ้าไหม และราคาควรอยู่ในเกณฑ์ 500,000 กีบ - 1,250,000 กีบ (2,000 บาท - 5,000 บาท) (3) ด้านการจัดจำหน่าย ต้องการให้มีความสะดวกสบายในการจอร์ตจ่าย ภายในร้านให้มีอากาศปลอดโปร่งดี ควรมีการจัดกลุ่มสมาคมขายผ้าไหมในเมืองปากเซ การจัดเรียงผ้าไหมควรแยกประเภท (4) ด้านการส่งเสริมการตลาด ต้องการให้มีการลดแลกแจกแถมเมื่อมีเทศกาลต่างๆ เพื่อคืนกำไรให้แก่ลูกค้า ถ้ามาซื้อซ้ำควรมีส่วนลด อยากรให้ภาครัฐมีการส่งเสริมผ้าไหมลาวให้มากกว่าโดยการหาตลาดจำหน่ายที่ต่างประเทศ ควรมีการจัดส่งฟรีทั่วประเทศ ควรมีการจัดประกวดผ้าไหมประจำปีเพื่อปรับปรุงคุณภาพของผ้าไหม และ อยากรให้มีการโฆษณาทางสื่อต่างๆ ให้มากขึ้น

คำสำคัญ: แนวทางการส่งเสริม , การตัดสินใจซื้อผ้าไหมลาว

ABSTRACT

The purposes of the current study were 1) to study opinions of law enforcement officers toward Loa silk purchasing decision in Pakse district, Champasak province, Loas PDR., 2) to compare opinions of law enforcement officers toward Loa silk purchasing decision in the area, and 3) to study developmental approach for promoting Lao silk purchasing decision of law enforcement officers in the area. The sampling were 199 law enforcement officers in LOAs PDR selected by proportional stratified random sampling method. The instrument was a set of questionnaire designed in Likert scale. The statistics used in data analysis were Frequency, Mean Score, Percentage, Standard Deviation, t-test, One-way ANOVA using LSD (Least Significant Difference).

The result of the study showed that : 1) the overall satisfaction levels in Loa silk purchasing of law enforcement offers in Pakse district, Champasak province was found at average. Particularly, the aspects of shops and retailing were found the high level while quantity of purchasing, payment methods, and quality of products were found at the average level. 2) Regarding to the comparison of the samplers' opinions using genders, age, income, and education level as variables, it was found that there were significant differences among the samplers with all 4 variable differences at the statistical level of .05. 3) Developmental approach in promoting Loa silk purchasing decision was found to include the actions in increasing density of textile, increasing more pattern of the products, improving quality of the products in terms of color duration, employing application in the color design, and promoting specific design for the Pakse area. In addition, reduction of the product cost was suggested. In the distribution issues, the provision of appropriate parking area, well-ventilated retail areas, and categorization of retail areas should be provided. In terms of sale promotion, the promotion in festivals, discounting in large buying lots, government assistance in product distribution both international and domestic levels, competition of Loa silk products, media promotion should be supported.

Keyword: Developmental Approach for Promoting , Laos' Silk Purchasing Decision

บทนำ

ผ้าเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญในการดำรงชีวิตของคน เป็นวัฒนธรรมที่เคียงคู่กับคนลาวมาแต่อดีตกาล เพราะผู้หญิงลาวต้องใช้ผ้า หรือผ้าฝ้ายมาตัดเย็บเป็นชิ้น และเสื่อในการนุ่งห่ม ส่วนผ้าไหมถูกใช้ในกลุ่มคนที่มีเชื้อพระวงศ์ เป็นกษัตริย์ปกครองแผ่นดิน ต่อมาในสมัยศตวรรษที่ 20 คนลาวใช้ผ้าฝ้ายธรรมดาในชีวิตประจำวัน แต่ใช้ผ้าไหมเป็นเครื่องนุ่งห่มในงานพิเศษที่สำคัญเท่านั้น เช่น ไปงานประชุมทางการที่สำคัญ งานบุญประเพณี ใส่บาตร เข้าพรรษา ออกพรรษา ไปงานบุญขึ้นบ้านใหม่ งานแต่งงาน แม่เจ้าบ่าวเจ้าสาวต้องใช้ผ้าไหมทั้งดงามและมีราคาแพง ในวันสำคัญของคนที่มีความฐานะดี รายได้ดีเท่านั้นจึงจะมีความสามารถซื้อผ้าไหมมาสวมใส่ ในโลกสังคมปัจจุบันศตวรรษที่ 21 มีการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจของประเทศ สปป.ลาว มีการขยายตัวทางการศึกษา มีการพัฒนาไปอย่างรวดเร็วเช่นเดียวกับการพัฒนาคน พัฒนาทรัพยากรมนุษย์ทำให้ความคิดของคนลาวก้าวไกล ที่จะสร้างผลิตภัณฑ์ภายในของตนเพื่อส่งออกขายต่างประเทศ นอกจากการใช้สอยของคนลาวเอง ค่านิยมต่อผ้าไหมของคนลาวมีสูง ซึ่งแสดงออกในการสวมใส่ในทุก ๆ โอกาสของการใช้ชีวิตประจำวันทั้งหญิงและชาย ผ้าไหมลาวมีหลายแบบหลายลวดลายของแต่ละแขวงไม่เหมือนกัน และมีหลายราคา ฉะนั้นการใช้ผ้าไหมของแต่ละคนจึงสามารถแบ่ง

บอกถึงรายได้ และค่านิยมของคนนั้นได้ ผ้าไหมเป็นงานละเอียด ต้องทอด้วยมือมีความงดงามแน่นอน และมีคุณภาพดีกว่าผ้าทั่วไป ราคาจึงแพงกว่าผ้าชนิดอื่น ๆ ผู้หญิงลาวส่วนมากจึงนิยมทอหูก อันเป็นอาชีพนอกจากการกสิกรรม

งานหัตถกรรมผ้าไหมลาวเป็นอาชีพหลักดั้งเดิมที่สืบทอดกันมาหลายชั่วอายุคนโดยแต่ก่อนเป็นเพียงเพื่อการใช้สอยของแต่ละคนภายในครัวเรือน แต่ต่อมาก็กลายมาเป็นการค้าขายภายในหมู่บ้าน และปัจจุบันกลายเป็นการขายในร้านค้าและส่งออกขายต่างประเทศ มีการพัฒนาผ้าไหมแต่ละยุคสมัยตั้งแต่ราคาธรรมดา จนราคาสูงถึง 40,000 ถึง 50,000 บาทต่อผ้าไหมหนึ่งผืนที่เอามาเย็บเป็นผ้าชิ้นได้เพียงผืนเดียว เพราะเครื่องมือที่ใช้ทอผ้าไหมคือ กี่ และต้องใช้แรงงานคนเป็นผู้ทอหูกเพื่อให้ได้ผ้าไหมที่สวยงามอย่างน้อยต้องใช้เวลา 14 วันขึ้นไป ต่อหนึ่งผืน ซึ่งคนลาวส่วนมากมีรายได้หลักจากการทอหูกผ้าไหมลาว ซึ่งแต่ก่อนเป็นผู้เป็นแม่และลูกสาวจะเป็นคนทอหูก ส่วนพ่อและลูกชายจะเป็นคนสร้างเครื่องมือในการทอหูก อี้วฝ้าย เช็นด้าย บางครอบครัวอาจมีการปลูกต้นหม่อนเลี้ยงไหมเอง เพื่อให้ได้เส้นไหมที่จะมาทอเป็นผืนผ้าไหมตามลวดลายที่ต้องการ และราคาเป็นไปตามลวดลายที่ทออย่างง่าย แตกต่างกันไป และเวลาที่ใช้ในการทอผ้าไหม สำหรับการผลิตผ้าไหมอยู่ใน ประเทศ สปป. ลาว เป็นกลุ่มทอผ้าไหมของผู้หญิง เป็นกลุ่มหมู่บ้านหรือสมาคมเท่านั้น ยังไม่มีเป็นโรงงานอุตสาหกรรม แต่ละกลุ่มของหมู่บ้านของแขวง จะมีกลุ่มอาชีพทอหูกหรือที่เรียกว่าเป็นสินค้าโอท็อป (OTOP) ที่สร้างรายได้ให้ครอบครัวเป็นรายได้หลักก็ได้ ซึ่งเส้นไหมที่เขานำมาทอนั้นจะทอออกมาเป็นผ้าไหมที่ใช้ตัดเป็นเสื้อผ้าต่าง ๆ ผ้าชิ้นสำเร็จรูป ผ้าชิ้นสำเร็จรูป กางเกง เนคไท ผ้าพันคอ ผ้าห่ม เครื่องตกแต่งในครัวเรือน หรือร้านอาหาร โรงแรมโดยมีจำหน่ายตามร้านขายผ้าไหมที่มีหลายร้านให้เลือกซื้อ ทั้งคนลาวเอง ตลอดจนนักท่องเที่ยวที่นิยมซื้อมาใช้เอง และเป็นของฝากเป็นของขวัญในวสันต์สำคัญต่าง ๆ ที่ทำให้ผู้รับนั้นมีความประทับใจ เนื่องจากผ้าไหมลาวมีความงดงามมีคุณภาพดีใช้หลายปีเท่าใดยิ่งเพิ่มคุณค่า สามารถใช้ได้จนถึงรุ่นลูกรุ่นหลาน

ถึงแม้ว่ารัฐบาลลาวจะมียุทธศาสตร์ในการผลักดันส่งเสริมผ้าไหมลาวให้เคียงคู่กับวัฒนธรรมลาว และมีการเปิดตลาดผ้าไหมออกสู่ตลาดสากล และมีสมาคมทอหูกผ้าไหมลาวอยู่ทั่วทุกแขวงในลาวก็ตาม และคนลาวเองก็นิยมใส่ได้ทุกเทศกาล แต่ผ้าไหมก็ยังเป็นสินค้าประเภทราคาสูง มีคุณภาพดีทนทาน ผู้ซื้อจึงไม่ค่อยซื้อจากตลาดและการซื้อในแต่ละครั้งต้องมีการเปรียบเทียบราคา คุณภาพในหลาย ๆ ร้าน ซึ่งจุดประสงค์ในการซื้อก็แตกต่างกัน เช่น ซื้อไปงาน ซื้อเป็นของฝาก ซื้อเป็นของขวัญ ซื้อสวมใส่ในงานราชการที่กำหนดให้ใส่ การซื้อเพื่อใส่ในพิธีการต่าง ๆ นอกจากนี้ก็มีการแข่งขันกันทางการตลาดมากขึ้นโดยเฉพาะผ้าไหมของประเทศเพื่อนบ้านในเอเชียที่เข้ามาตีตลาดผ้าไหมลาวในปัจจุบัน ซึ่งมาจากประเทศไทย เวียดนาม พม่า กัมพูชา เป็นต้น ส่วนมากผลิตจากโรงงานคุณภาพดี และที่สำคัญราคาถูกกว่า จึงทำให้ค่านิยมผ้าไหมลาวลดลง เนื่องจากสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบันมีความฝืดเคือง ทำให้คนส่วนใหญ่ไม่สนใจคุณภาพของผ้าไหมโดยจะเน้นผ้าไหมที่มีราคาถูก เพื่อให้เหมาะสมกับรายได้ของตนเอง เมืองปากเซเป็นเมืองหลวงของแขวงจำปาสัก มีหลายหมู่บ้านที่เป็นแหล่งผลิตการค้าทอหูกผ้าไหมที่มีชื่อเสียง เป็นสินค้าส่งออกขายตามร้านค้าต่าง ๆ ในเมือง และตามท้องตลาดและทั่วประเทศ สปป.ลาว นอกจากนั้นยังมีการขายทางอินเทอร์เน็ตและสื่อต่าง ๆ ซึ่งลูกค้าหลักแล้วก็จะเป็นคนที่อยู่อาศัยอยู่ในเมืองปากเซเอง นอกจากนั้นก็จะคือนักท่องเที่ยว แม้ว่าราคาผ้าไหมอาจจะแพง แต่คนลาวเองมีความสามารถเลือกซื้อ รวมถึงพนักงานราชการของรัฐก็ต้องสวมใส่ผ้าไหมเป็นเครื่องแบบ ส่วนมากจะนิยมเอามาตัดเป็นผ้าชิ้นในการสวมใส่ไปทำงานในแต่ละวัน ส่วนผู้ชายจะนิยมเอามาตัดเป็นเสื้อ เวลามีนงานสำคัญต่าง ๆ ก็จะนำมาสวมใส่ จะพบเห็นว่าส่วนใหญ่แล้วการทำงานสัปดาห์หนึ่งจะสวมใส่ 5 วัน โดยจะเน้นเป็นเสื้อเครื่องแบบที่ต้องใส่เหมือนกัน และผ้าชิ้นก็แล้วแต่ว่าใครจะสวมใส่ลายใด แต่ต้องสวมใส่ให้ถูกกับสีของเครื่องแบบ บางวันอาจเป็นแบบอื่นลายอื่น นอกจากนี้กลุ่มข้าราชการของรัฐต้องไปออกงานต่าง ๆ เช่น งานแต่งงาน ไปวัด ไปงานเลี้ยงก็ต้องสวมใส่ผ้าชิ้นลาวที่มีความสง่างามและโดดเด่น ซึ่งจะเอาใจใส่ในการแต่งกาย การแต่งกายของพนักงานราชการที่เป็นการแสดงออกในการปฏิบัติตามระเบียบของรัฐลาว และส่งเสริมวัฒนธรรมของลาวซึ่งแสดงออกในการแต่งกายไปทำงานประจำวัน เวลาแขกบ้านแขกเมืองเข้ามา จะให้การยกย่องชมเชยว่ามีความเป็นชาติลาวอย่างแท้จริง แต่ในช่วงของปีที่ผ่านมาสังเกตเห็นว่าการใช้ผ้าไหมของ

ทางราชการรัฐน้อยลง เพราะการหันไปใช้ผ้าไหมโรงงานแทนที่ไม่ใช่ผ้าไหมของลาว ซึ่งมาจากโรงงานของจีน เวียดนาม พม่า กัมพูชาและประเทศไทยที่มีราคาเยอะเยือกว่า

ผู้วิจัยเห็นความสำคัญของการขยายการบริโภคผ้าไหมลาวของกลุ่มข้าราชการลาว จำเป็นต้องได้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ทั้งในด้านคุณภาพ และราคาให้ถูกต้องกับความต้องการของลูกค้าให้มากที่สุด จึงเป็นเหตุจูงใจให้ผู้วิจัยมีความต้องการศึกษาแนวทางในการส่งเสริมการซื้อผ้าไหมลาวของกลุ่มพนักงานรัฐในเขตปกป้องกฎหมายของเมืองปากเซ แขวงจำปาสัก โดยผู้วิจัยได้นำปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษา มาเป็นปัจจัยหลักในการศึกษาวิจัยเพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้าโดยการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะศึกษากับพนักงานรัฐเขตปกป้องกฎหมาย พื้นที่ของเมืองปากเซ แขวงจำปาสัก เนื่องจากคนกลุ่มนี้เป็นกลุ่มคนที่มีการสวมใส่ผ้าไหมเป็นจำนวนมาก เนื่องจากเป็นกลุ่มข้าราชการที่มีข้อกำหนดจากทางรัฐบาลให้สวมใส่ผ้าไหมไปทำงาน หากทราบเหตุผลในการตัดสินใจซื้อผ้าไหม ผู้วิจัยสามารถนำข้อมูลดังกล่าวมาสร้างแนวทางในการส่งเสริมการซื้อผ้าไหมลาวของกลุ่มพนักงานรัฐในเขตปกป้องกฎหมายของเมืองปากเซ แขวงจำปาสัก อันจะส่งผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของเมืองปากเซ แขวงจำปาสัก และส่งผลต่อการพัฒนาประเทศชาติต่อไป

1. วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1.1 เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจในการซื้อผ้าไหมลาวของพนักงานรัฐด้านกฎหมายของเมืองปากเซ แขวงจำปาสัก
- 1.2 เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของพนักงานรัฐเขตปกป้องกฎหมายในเมืองปากเซ แขวงจำปาสัก ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าไหมลาว จำแนกตาม เพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษา
- 1.3 เพื่อศึกษาแนวทางในการส่งเสริมการตัดสินใจซื้อผ้าไหมลาวของพนักงานรัฐด้านกฎหมายในเมืองปากเซ แขวงจำปาสัก

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดสมัยใหม่

แนวคิดทางการตลาดสมัยใหม่นี้ได้กล่าวรวมถึง การตลาดความสัมพันธ์ที่มุ่งเน้นลูกค้าเป็นสำคัญ การตลาดเชิงธุรกิจหรือการตลาดเชิงอุตสาหกรรมที่มุ่งเน้นองค์กรหรือสถาบัน และการตลาดเชิงสังคมที่มุ่งเน้นประโยชน์ต่อสังคม [1] นอกจากนี้ การตลาดรูปแบบใหม่นี้ได้ใช้อินเทอร์เน็ตซึ่งเรียกว่า การตลาดผ่านอินเทอร์เน็ต (Internet Marketing) หรืออีกหลายชื่อ ตัวอย่างเช่น การตลาดอิเล็กทรอนิกส์ (e-marketing), การตลาดออนไลน์ (online marketing), การตลาดดิจิทัล (digital marketing) ที่หมายถึงการตลาดผ่านเว็บไซต์ค้นหาข้อมูล (search engine website) , การโฆษณาบนหน้าจอคอมพิวเตอร์ (desktop advertising) การตลาดยุคสมัยใหม่นี้พยายามทำลายฤทธิ์การแบ่งกลุ่มลูกค้าให้เป็นไปอย่างสมบูรณ์ซึ่งถือเป็นกระบวนการหนึ่งของการตลาดแบบดั้งเดิม อีกทั้งยังเป็นการกำหนดกลุ่มเป้าหมายให้มีความแม่นยำชัดเจนมากยิ่งขึ้น ซึ่งในบางครั้งเรียกว่า การตลาดเฉพาะบุคคล (personalized marketing) หรือการตลาดแบบหนึ่งสินค้าต่อหนึ่งลูกค้า (one-to-one marketing) อีกประการหนึ่ง การตลาดผ่านอินเทอร์เน็ตนั้นบางครั้งถูกพิจารณาในมุมมองกว้างมากขึ้น เพราะว่าการตลาดผ่านอินเทอร์เน็ตนั้นไม่ได้หมายถึงการทำตลาดอยู่บนโลกอินเทอร์เน็ตเพียงอย่างเดียว แต่ยังรวมถึงการตลาดผ่านอีเมล สื่อไร้สาย และการผลักดันผู้คนที่ได้บริโภคสื่ออย่างวิทยุ ป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ซึ่งเป็นการตลาดแบบดั้งเดิมเข้าไปสู่อินเทอร์เน็ตหรือหน้าเว็บไซต์ต่าง ๆ อีกด้วย

2. พฤติกรรมผู้บริโภค

ธนะวดี พรหมศลา [2] ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคว่าปฏิกิริยาของบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับและการใช้สินค้า และบริการทางเศรษฐกิจรวมทั้งกระบวนการต่าง ๆ ของการตัดสินใจซึ่งเกิดก่อนและเป็นตัวกำหนดปฏิกิริยาต่าง ๆ เหล่านี้คำจำกัดความที่กล่าวมานี้ อาจแบ่งออกเป็นสามส่วนสำคัญได้ 3 ส่วน คือ

2.1 ปฏิบัติการของบุคคลซึ่งรวมถึงกิจกรรมต่าง ๆ เช่นการเดินทางไปและกลับจากร้านค้าการจ่ายของในร้านค้า การซื้อ การขนส่งสินค้า การใช้ประโยชน์ และการประเมินค่าสินค้าและบริการที่มีจำหน่ายในตลาด

2.2 บุคคลเกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับและการใช้สินค้าและบริการทางเศรษฐกิจซึ่งหมายถึงผู้บริโภคคนสุดท้าย (The Ultimate Consumer) เรามุ่งที่ตัวบุคคลผู้ซื้อสินค้าและบริการเพื่อนำไปใช้บริโภคเอง และหรือเพื่อการบริโภคควรรวมถึงแม่บ้านในฐานะที่เป็นตัวแทนการจัดซื้อของครอบครัว และบุคคลบางคนที่ซื้อของขวัญให้กับผู้อื่นด้วย อย่างไรก็ตามเราไม่พิจารณาถึงการที่บุคคลทำการซื้อให้กับองค์กรธุรกิจหรือสถาบันต่าง ๆ

2.3 รวมถึงกระบวนการต่าง ๆ ของการตัดสินใจซึ่งเกิดก่อนและเป็นตัวกำหนดปฏิบัติการต่าง ๆ เหล่านี้ ซึ่งรวมถึงการตระหนักถึงความสำคัญของกิจกรรม การซื้อของผู้บริโภคที่กระทบโดยตรงต่อปฏิบัติการทางการตลาดที่เราสังเกตได้ เช่น การติดต่อกับพนักงานขายกับ สื่อโฆษณาและการเปิดรับข่าวสารโฆษณา การสอบถามอย่างไม่เป็นทางการจากญาติมิตร การสร้างความโน้มเอียงหรือ มาตรการในการประเมินค่าทางเลือกต่าง ๆ และปฏิบัติการต่าง ๆ เกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อหลังจากการระบุและพิจารณาทางเลือกต่าง ๆ เป็นอย่างดีแล้ว สรุปในที่นี้ก็คือ พฤติกรรมผู้บริโภคเกี่ยวข้องกับการศึกษาถึงว่าบุคคลผู้บริโภคบริโภคอะไร ที่ไหน บ่อยแค่ไหน และภายใต้สถานการณ์อะไรบ้าง ที่สินค้าและบริการได้รับการบริโภค

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ขั้นตอนการดำเนินการวิจัยประกอบด้วย ดังนี้

- 1.1 ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง
- 1.2 สร้างและหาคุณภาพแบบสอบถาม เสนอผู้เชี่ยวชาญประเมิน ทดลองเครื่องมือและหาประสิทธิภาพ
- 1.3 สํารวจข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมาย โดยใช้แบบสอบถามที่สร้างขึ้น
- 1.4 วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม โดยใช้สถิติ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2. เครื่องมือการวิจัย

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย เรื่อง แนวทางการส่งเสริมการตลาดตัดสินใจเลือกซื้อผ้าไหมลาวของพนักงานของรัฐ ด้านกฎหมายในเมืองปากเซ แขวงจำปาสัก แบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ

3. กลุ่มเป้าหมาย

3.1 ประชากร ที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ หมายถึง พนักงานรัฐด้านกฎหมายในเมืองปากเซ แขวงจำปาสัก พ.ศ. 2560 จำนวน 394 คน

3.2 กลุ่มเป้าหมายมาจากพนักงานรัฐด้านกฎหมายในเมืองปากเซ แขวงจำปาสักโดยคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่าง (sample size) เพื่อเป็นตัวแทนของประชากรโดยวิธีการคำนวณทางสถิติตามวิธีการของทาโร ยามาเน [3] ที่ความเชื่อมั่น 95 % ได้ จำนวน 199 คน

4. สถิติที่ใช้ในการวิจัย คือ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบสมมติฐานใช้การวิเคราะห์การแปรปรวนทางเดียว (One-way ANONA) และการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ โดยใช้วิธี LSD. (Least Significant Difference)

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาแนวทางการส่งเสริมการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าไหมลาวของพนักงานรัฐ ด้านกฎหมายในเมืองปากเซ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวมีผลการดำเนินการ ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าไหมลาวของพนักงานรัฐด้านกฎหมายในเมืองปากเซ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว พบว่า

ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 4 ด้าน ที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าไหมลาว ของพนักงานรัฐด้านกฎหมายในเมืองปากเซ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า มีด้านที่ผู้บริโภคมีความคิดเห็นว่ามีค่าสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าไหมลาว อยู่ในระดับมาก 2 ด้านโดยเรียงตามลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย คือ ด้านร้านค้า และ ด้านการขาย ส่วนด้านผลิตภัณฑ์ ด้านปริมาณที่ซื้อ และด้านการชำระเงิน ผู้บริโภคมีความคิดเห็นว่ามีค่าสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าไหมลาว อยู่ในระดับปานกลาง

2. ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นระหว่างกลุ่ม เพศ อายุ รายได้ และ ระดับการศึกษา พบว่า

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าไหมลาว ของพนักงานรัฐด้านกฎหมายในเมืองปากเซ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ทั้ง 4 กลุ่ม มีดังนี้

2.1 เปรียบเทียบความคิดเห็นระหว่างกลุ่มเพศ ผลการวิจัยพบว่า พนักงานรัฐด้านกฎหมายในเมืองปากเซ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ที่มีเพศแตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าไหมลาวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05 ใน 5 ด้านได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ด้านการขาย ด้านปริมาณที่ซื้อ ด้านการชำระเงิน และ โดยรวม

2.2 เปรียบเทียบความคิดเห็นระหว่างกลุ่มอายุ ผลการวิจัยพบว่า พนักงานรัฐด้านกฎหมายในเมืองปากเซ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ที่มีอายุแตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าไหมลาวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05 ใน 5 ด้านได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ด้านการขาย ด้านปริมาณที่ซื้อ ด้านการชำระเงิน และ โดยรวม

2.3 เปรียบเทียบความคิดเห็นระหว่างกลุ่มรายได้ ผลการวิจัยพบว่า พนักงานรัฐด้านกฎหมายในเมืองปากเซที่มีรายได้ แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าไหมลาวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05 ใน 6 ด้านได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ด้านร้านค้า ด้านการขาย ด้านปริมาณที่ซื้อ ด้านการชำระเงิน และ โดยรวม

2.4 เปรียบเทียบความคิดเห็นระหว่างกลุ่มการศึกษา ผลการวิจัยพบว่า พนักงานรัฐด้านกฎหมายในเมืองปากเซที่มีระดับการศึกษา แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าไหมลาวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05 ใน 6 ด้านได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ด้านร้านค้า ด้านการขาย ด้านปริมาณที่ซื้อ ด้านการชำระเงิน และ โดยรวม

3. ผลการศึกษาแนวทางการส่งเสริมการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าไหมลาวของพนักงานรัฐ ด้านกฎหมายในเมืองปากเซ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

แนวทางการส่งเสริมการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าไหมลาวได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ต้องการให้พัฒนาการทอผ้าให้มีความแน่นหนากว่าเดิม มีลวดลายที่สวยงามมากขึ้น และได้มาตรฐานเป็นที่ยอมรับของตลาดสากล เวลาชักแล้วสีไม่ตก สีผ้าไม่เจิดจ้าควรเป็นสีมืดมากกว่า อยาให้มีลายเก่าแก่มาประยุกต์ และอยาให้มีลวดลายประจำเมืองปากเซ ด้านราคา ต้องการให้ลดราคาผ้าไหมลาวลดลงอีก ราคาควรเหมาะสมกับเนื้อผ้าไหม และ ราคาควรอยู่ในเกณฑ์ 500,000 กีบ -1,250,000 กีบ (2,000 บาท - 5,000 บาท) ด้านการจัดจำหน่าย ต้องการให้มีความสะดวกสบายในการจอตกลงภายในร้านให้มีโอกาสปลอดโปร่งดี ควรมีการจัดกลุ่มสมาคมขายผ้าไหมในเมืองปากเซ การจัดเรียง

ผ้าไหมควรแยกประเภท ด้านการส่งเสริมการตลาด ต้องการให้มีการลดแลกแจกแถมเมื่อมีเทศกาลต่างๆ เพื่อคืบ
 กำไรให้แก่ลูกค้า ถ้ามาซื้อซ้ำควรมีส่วนลด อยากให้ภาครัฐมีการส่งเสริมผ้าไหมลาวให้มากกว่าโดยการหาตลาด
 จำหน่ายที่ต่างประเทศ ควรมีการจัดส่งฟรีทั่วประเทศ ควรมีการจัดประกวดผ้าไหมประจำปีเพื่อปรับปรุงคุณภาพ
 ของผ้าไหม และ อยากให้มีการโฆษณาทางสื่อต่างๆให้มากขึ้น

อภิปรายผลการวิจัย

จากการวิจัย เรื่อง “แนวทางในการส่งเสริมการตลาดตัดสินค้าไหมลาวของพนักงานรัฐด้านกฎหมายใน
 เมืองปากเซ แขวงจำปาสักสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว” ผู้วิจัยได้นำผลการวิจัยมาอภิปรายดังนี้

1. ระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ต้องการตัดสินใจเลือกซื้อผ้า
 ไหมลาว ของพนักงานรัฐด้านกฎหมายในเมืองปากเซ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวโดยรวม
 และจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า ผู้บริโภคมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 5
 ด้าน ที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าไหมลาว ของพนักงานรัฐด้านกฎหมายในเมืองปากเซ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐ
 ประชาธิปไตยประชาชนลาว โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า มีด้านที่ผู้บริโภคม
 มีความคิดเห็นว่ามีค่าสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าไหมลาว ของพนักงานรัฐด้านกฎหมายในเมืองปากเซ แขวง
 จำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว อยู่ในระดับมาก 2 ด้านโดยเรียงตามลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหา
 น้อย คือ ด้านร้านค้า ด้านการขาย ส่วนด้านผลิตภัณฑ์ ด้านปริมาณที่ซื้อ และ ด้านการชำระเงิน ผู้บริโภคมีความ
 คิดเห็นว่ามีค่าสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าไหมลาว ของพนักงานรัฐด้านกฎหมายในเมืองปากเซ แขวงจำปา
 สัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว อยู่ในระดับปานกลางซึ่งผลการวิจัยเป็นไปตามสมมุติฐานที่ผู้วิจัยตั้งไว้ว่า
 การตัดสินใจเลือกซื้อผ้าไหมลาวของพนักงานรัฐด้านกฎหมายของเมืองปากเซ แขวงจำปาสักสาธารณรัฐ
 ประชาธิปไตยประชาชนลาว อยู่ในระดับปานกลาง

2. พนักงานรัฐด้านกฎหมายในเมืองปากเซ แขวงจำปาสัก มี เพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษาแตกต่างกัน
 มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าไหมลาวแตกต่างกัน

สมมุติฐานที่ 1 “พนักงานรัฐเขตปกครองกฎหมายในเมืองปากเซที่มีเพศแตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับ
 การตัดสินใจเลือกซื้อผ้าไหมลาวในเมืองปากเซแขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวแตกต่างกัน ”

ผลการทดสอบสมมุติฐานพบว่า พนักงานรัฐด้านกฎหมายในเมืองปากเซที่มีเพศแตกต่างกันมีความคิดเห็น
 เกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าไหมลาวในเมืองปากเซแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 ใน 5 ด้าน
 ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ผ้าไหมลาว ด้านการขาย ด้านปริมาณที่ซื้อ ด้านการชำระเงิน และ โดยรวม ซึ่ง
 ผลการวิจัยเป็นไปตามสมมุติฐานที่ผู้วิจัยตั้งไว้ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ซึ่ง
 ประกอบด้วยด้านผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ด้านการขาย ด้านปริมาณที่ซื้อ ด้านการชำระเงิน เป็นสิ่งที่มีผลต่อการ
 ตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในความคิดเห็นของผู้บริโภค แตกต่างกันไปในแต่ละกลุ่มเพศของผู้บริโภค ซึ่งเมื่อพิจารณา
 เป็นรายด้านในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดแล้ว จะเห็นได้ว่า กลุ่มเพศหญิงจะเป็นกลุ่มที่เห็นความสำคัญมากกว่า
 กลุ่มเพศชาย ดังนั้นจึงมีความคิดเห็นว่าคุณค่าของสินค้าแล้ว ตัวสินค้า คุณภาพ ความสวยงามของสินค้า
 การขาย ปริมาณที่ซื้อ และ การชำระเงิน มีส่วนสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าไหมมากกว่าอย่างอื่น ขณะที่กลุ่มเพศ
 ชายจะให้ความสำคัญกับด้านผลิตภัณฑ์ ความสวยงาม ความมีคุณภาพของตัวสินค้าน้อยกว่ากลุ่มเพศหญิงซึ่ง
 ผลการวิจัยในประเด็นเดียวกันนี้ในประเทศ สปป.ลาว ยังไม่พบว่าผู้วิจัยอื่น ๆ ได้ศึกษาไว้จึงไม่สามารถนำผล
 การศึกษาอื่น ๆ มาเทียบเคียงได้

สมมุติฐานที่ 2 “พนักงานรัฐด้านกฎหมายในเมืองปากเซที่มีอายุแตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการ
 ตัดสินใจเลือกซื้อผ้าไหมลาวในเมืองปากเซ แตกต่างกัน” ผลการทดสอบสมมุติฐานพบว่า พนักงานรัฐด้าน
 กฎหมายในเมืองปากเซที่มีอายุแตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าไหมลาวในเมืองปากเซ
 แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 ใน 5 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ด้านการขาย ด้านปริมาณ

ที่ซื้อ ด้านการชำระเงิน และ โดยรวม ซึ่งผลการวิจัยเป็นไปตามสมมุติฐานที่ผู้วิจัยตั้งไว้ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งประกอบด้วยด้านผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ด้านการขาย ด้านปริมาณที่ซื้อ ด้านการชำระเงิน เป็นสิ่งที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในความคิดเห็นของผู้บริโภค แตกต่างกันไปในแต่ละกลุ่มอายุของผู้บริโภค ซึ่ง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดแล้ว จะเห็นได้ว่า บางกลุ่มอายุ จะมีความคิดเห็นว่ามีผลสำคัญ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้ามากกว่ากลุ่มอายุอื่น ๆ โดยประเด็นของข้อคำถามในด้านนี้จะเกี่ยวข้องกับตัวสินค้าต้องมีคุณภาพ สวยงามมีรูปแบบหลากหลายให้เลือกซื้อ มีมาตรฐาน ซึ่งแสดงให้เห็นว่ากลุ่มอายุที่แตกต่างกันจะใส่ใจในตัวสินค้าคุณภาพสินค้าสูงกว่าบางกลุ่มอายุถ้าหากจะวิเคราะห์ถึงความสามารถในการซื้อสินค้าแล้ว กลุ่มอายุมากน่าจะเป็นกลุ่มที่มีรายได้มากกว่ากลุ่มอายุน้อยกว่า ดังนั้นจึงมีความคิดเห็นได้ว่าถ้าคนกลุ่มนี้จะซื้อสินค้าแล้ว ตัวสินค้า คุณภาพ ความสวยงามของสินค้า การขาย ปริมาณที่ซื้อ การชำระเงิน มีส่วนสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้ามากกว่ากลุ่มอายุอื่น ๆ ขณะที่กลุ่มอายุน้อยจะให้ความสำคัญกับด้านผลิตภัณฑ์ ความสวยงาม ความมีคุณภาพของตัวสินค้าน้อยกว่ากลุ่มอายุอื่น ๆ ซึ่งผลการวิจัยในประเด็นเดียวกันนี้ในประเทศ สปป.ลาว ยังไม่พบว่ามีผู้วิจัยอื่น ๆ ได้ศึกษาไว้จึงไม่สามารถนำผลการศึกษานี้มาเทียบเคียงได้

สมมุติฐานที่ 3 “พนักงานรัฐด้านกฎหมายในเมืองปากเซที่มีรายได้แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าไหมลาวในเมืองปากเซ แตกต่างกัน” ผลการทดสอบสมมุติฐานพบว่า พนักงานรัฐด้านกฎหมายในเมืองปากเซที่มีรายได้แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าไหมลาวในเมืองปากเซแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 ใน 6 ด้านได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ด้านร้านค้า ด้านการขาย ด้านปริมาณที่ซื้อ ด้านการชำระเงิน และ โดยรวมซึ่งผลการวิจัยเป็นไปตามสมมุติฐานที่ผู้วิจัยตั้งไว้ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วยด้านผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ด้านการขาย ด้านปริมาณที่ซื้อ ด้านการชำระเงิน เป็นสิ่งที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในความคิดเห็นของผู้บริโภคโดยทั่ว ๆ ไป รายได้แตกต่างกัน ย่อมมีเหตุผลในการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าไหมที่แตกต่างกัน กลุ่มที่มีรายได้มากก็มีกำลังซื้อซื้อสินค้ามากกว่ากลุ่มที่มีรายได้น้อยน่าจะมีส่วนหนึ่งมาจากฐานะทางเศรษฐกิจ ความสามารถในการจับจ่ายซื้อสินค้าที่แตกต่างกันซึ่งผลการวิจัยในประเด็นเดียวกันนี้ในประเทศ สปป.ลาว ยังไม่พบว่ามีผู้วิจัยอื่น ๆ ได้ศึกษาไว้จึงไม่สามารถนำผลการศึกษานี้มาเทียบเคียงได้

สมมุติฐานที่ 4 “พนักงานรัฐด้านกฎหมายในเมืองปากเซที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าไหมลาวในเมืองปากเซ แตกต่างกัน” ผลการทดสอบสมมุติฐานพบว่า พนักงานรัฐด้านกฎหมายในเมืองปากเซที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าไหมลาวในเมืองปากเซ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 ใน 6 ด้านได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ด้านการขาย ด้านปริมาณที่ซื้อ ด้านการชำระเงิน และ โดยรวม ซึ่งผลการวิจัยเป็นไปตามสมมุติฐานที่ผู้วิจัยตั้งไว้ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วยด้านผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ด้านการขาย ด้านปริมาณที่ซื้อ ด้านการชำระเงิน เป็นสิ่งที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในความคิดเห็นของผู้บริโภคโดยทั่ว ๆ ไป ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน ย่อมมีเหตุผลในการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าไหมที่แตกต่างกัน โดยรวมแล้วมีทั้งกลุ่มที่เห็นว่ามีผลสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าไหมในระดับมากบ้าง ปานกลางบ้าง หรือน้อยบ้าง คละกันไปในแต่ละกลุ่มระดับการศึกษา ความคิดเห็นไม่ต่างแบ่งแยกกันไปตามระดับการศึกษา ดังนั้นค่าคะแนนเฉลี่ยที่เกิดขึ้นจากแต่ละกลุ่มระดับการศึกษาจึงแตกต่างกันมากพอที่จะพบความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด นั้นมีความสำคัญทั้ง 6 ด้านในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าไหมในความคิดเห็นของกลุ่มผู้บริโภคทุกระดับการศึกษา ผลการวิจัยนี้ช่วยยืนยันว่าการที่จะประกอบธุรกิจการขายผ้าไหมให้ประสบความสำเร็จ นั้น เมื่อพิจารณาจากกลุ่มผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาต่าง ๆ แล้ว ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีความจำเป็นที่ผู้ประกอบการจะต้องคำนึงถึงทั้ง 6 ด้าน ไม่ใช่เฉพาะด้านใดด้านหนึ่ง ซึ่งผลการวิจัยในประเด็นเดียวกันนี้ในประเทศ สปป.ลาว ยังไม่พบว่ามีผู้วิจัยอื่น ๆ ได้ศึกษาไว้จึงไม่สามารถนำผลการศึกษานี้มาเทียบเคียงได้ [4]

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ จากผลการวิจัยในประเด็นที่ผู้บริโภคมีความคิดเห็นว่าเรื่องที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ เช่น ผ้าไหมมีคุณภาพดีเหมาะสมกับราคา ซื้อผ้าไหมจำนวนมากเมื่อมีส่วนลดชำระเงินสดทันทีเมื่อตกลงซื้อ เป็นต้น ซึ่งประเด็นเหล่านี้เป็นการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าไหมลาวของพนักงานรัฐเขตปกป้องกฎหมายในเมืองปากเซ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ดังนั้นร้านค้าขายผ้าไหมจึงควรนำข้อค้นพบไปพิจารณาปรับปรุงกิจการ เน้นคุณภาพให้เหมาะสมกับราคา มีการลดแลกแจกแถมเมื่อซื้อจำนวนมาก หรือซื้อด้วยเงินสด จะต้องให้ความสนใจในการพัฒนา ปรับปรุง แก้ไข ให้ดีขึ้น ทั้งด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่จัดจำหน่าย และ ด้านการส่งเสริมการตลาด

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาแนวทางการส่งเสริมการตลาดตัดสินใจเลือกซื้อ ผ้าไหมลาว ของพนักงานรัฐเขตปกป้องกฎหมายในเมืองปากเซ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวทำให้ทราบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ ผ้าไหมลาว ของพนักงานรัฐเขตปกป้องกฎหมายในเมืองปากเซ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวนั้นในแต่ละด้านเป็นอย่างไร มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้ามากน้อยอย่างไร การวิจัยในครั้งต่อไปควรทำการศึกษาในเชิงการพัฒนาสมาคมผ้าไหมลาว และ ผู้ประกอบการ โดยใช้การวิจัยครั้งนี้เป็นฐาน นำข้อค้นพบเพื่อหาหนทางพัฒนาปรับปรุงแก้ไขให้ดีขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- [1] Adcock, Dennis; Al Halborg, Caroline Ross. (2001). "Introduction". *Marketing: principles and practice* (4th ed.). p. 15. Retrieved 2009-10-23.
- [2] ธนะวดี พรมศาลา. (2557). *ความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือลายสร้อยดอกหมากของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, มหาสารคาม.
- [3] Yamane, Taro. 1973. *Statistics: An Introductory Analysis*. Third editio. Newyork : Harper and Row Publication.
- [4] จุฑาทิพย์ ศรีโยวงศ์. (2546). *แนวทางการพัฒนาตลาดของธุรกิจผ้าไหมในเขตอำเภอชนบทจังหวัดขอนแก่น*. รายงานการศึกษาปัญหาพิเศษ บธ.ม. มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.