

ชื่อเรื่อง	รูปแบบการพัฒนาตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมจังหวัดบุรีรัมย์สู่ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์		
ผู้วิจัย	ธีรพงษ์ วสันตคิลก		
กรรมการควบคุม	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. จุมพล วิเชียรศิลป์	ประธานกรรมการ	
	ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุรียา รักการศิลป์	กรรมการ	
	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประกิจ จันทะเกียน	กรรมการ	
ปริญญา	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต	ภาษา	สังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนา
สถานศึกษา	สถาบันราชภัฏบุรีรัมย์	ปีที่พิมพ์	2546

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อ 1) ศึกษารูปแบบการตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมของจังหวัดบุรีรัมย์สู่ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาธุรกิจผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมของจังหวัดบุรีรัมย์สู่ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ประชากร ได้แก่ 1) เจ้าหน้าที่หน่วยงานราชการซึ่งเป็นคณะทำงานส่งเสริมการตลาด และคณะทำงานวิจัยพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์และเทคโนโลยี โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์จังหวัดบุรีรัมย์ 2) เจ้าหน้าที่หน่วยงานเอกชนในจังหวัดบุรีรัมย์ ซึ่งเป็นผู้ประกอบการร้านค้าผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม 3) ผู้ประกอบการธุรกิจผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หรือผู้เชี่ยวชาญด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่เข้าร่วมงานสัมมนา " ทูตสวรรค์ธรรมสิ่งทอ เครื่องนุ่งห่ม ก้าวล้ำด้วย E-Commerce " ของศูนย์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 4) ประธานกลุ่มผลิตผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมที่เข้าร่วม โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์จังหวัดบุรีรัมย์ รวมจำนวน 72 คน กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 55 คน โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบกำหนดจำนวน (Quota sampling) และใช้เครื่องมือที่พัฒนาขึ้นเอง ผลจากการวิจัยพบว่า

1. รูปแบบการตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมของจังหวัดบุรีรัมย์สู่ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ด้านผลิตภัณฑ์ ต้องมีการวางแผนเพื่อการพัฒนาผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมเกี่ยวกับคุณภาพของเนื้อผ้าที่สม่ำเสมอ สดสวย สีสด รูปแบบของผลิตภัณฑ์ รวมทั้งต้องมีการรับประกันคุณภาพด้วย ด้านราคา การกำหนดราคาผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมคือ คุณภาพของเส้นไหม ฝีมือ และความปราณีตในการทอ รวมทั้งต้องมีการลดราคาให้กับผู้ซื้อ โดยเป็นราคาที่ต่ำกว่าร้านค้าปกติ ด้านการจัดจำหน่าย ภาวะการค้าของตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมตลาดทั้งภายในประเทศและต่างประเทศยังมีความต้องการอยู่มาก กลุ่มลูกค้าเป้าหมายคือตลาดต่างประเทศและตลาดกรุงเทพฯ

ส่วนการจัดจำหน่ายผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีประสิทธิภาพคือ การจัดส่งสินค้าที่รวดเร็วและเชื่อถือได้ ด้านการส่งเสริมการตลาด ต้องมีการจัดทำเว็บไซต์เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมอย่างกว้างขวาง เพื่อสนองตอบถึงความต้องการใช้ผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมที่เพิ่มขึ้นมากในอนาคต 3-5 ปี การทำธุรกิจจำหน่ายผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ต้องอยู่ในรูปแบบธุรกิจกึ่งธุรกิจ (B to B) โดยขายให้กับผู้ค้าปลีกและผู้ค้าส่ง การชำระเงินโดยโอนเงินผ่านบัญชีธนาคาร ปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญของการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์คือ ประชาชนยังขาดความรู้ความเข้าใจเรื่องเทคโนโลยีส่งผลให้การทำธุรกิจผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ยังไม่เจริญก้าวหน้าเท่าที่ควร และไม่แพร่หลายอย่างทั่วถึง

2. ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาธุรกิจผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม ด้านธุรกิจการผลิต ต้องมีการออกแบบการผลิตด้านลวดลาย และรูปแบบผลิตภัณฑ์ อีกทั้งมีการวางแผนการผลิตด้านการพัฒนาลวดลาย สีที่ใช้ย้อมต้องเป็นสีผลิตจากวัสดุธรรมชาติ เส้นไหมที่ใช้ทอผ้าต้องเป็นเส้นไหมจากการเลี้ยงไหมพื้นเมือง การจัดซื้อวัสดุเพื่อใช้ในการผลิตโดยวิธีการสำรวจราคาตามท้องตลาด รวมทั้งมีการควบคุมวัสดุคงเหลือเพื่อให้ต้นทุนการผลิตต่ำลง ด้านธุรกิจการตลาด ต้องมีการวางแผนด้านการเงินของธุรกิจจากระบวนการผลิต การจัดหาแหล่งเงินทุนมาจากหุ้นของสมาชิก มีการตรวจสอบทางการเงินปีละ 1 ครั้ง การจ่ายเงินปันผลให้กับสมาชิกเป็นอัตราร้อยละของรายได้คงที่ การจัดส่งสินค้าใช้วิธีการจัดส่งทางพัสดุไปรษณีย์ ด้านการบริหารและการจัดการ สมาชิกทุกคนต้องร่วมคิดร่วมทำร่วมกันตัดสินใจ มีการฝึกอบรมทักษะด้านการผลิตและการตลาดให้กับสมาชิก รวมทั้งต้องมีการตั้งเป้าหมายผลิตเพื่อให้การผลิตเงินเข้าเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

TITLE The Pattern for Buriram Silk Market Development and it's Products to Electronic Commerce System

AUTHOR Thiraphong Wasantadilok

ADVISORS Assistant Professor Dr. Jumpol Vichiansinpa , Chair
Assistant Professor Suriya Rakkarnsilp , CO - advisor
Assistant Professor Prakit Jantakien , CO - advisor

DEGREE Master of Arts **MAJOR** Social Science for Development

SCHOOL Rajabhat Institute Buriram **YEAR** 2003

ABSTRACT

The research aims were 1) to study the patterns for Buriram Silk Market Development and it's products to electronic commerce system. 2) to study factors that related with the silk business development and it's products to electronic commerce system. The populations of this study are 1) government officers who worked for marketing promotion and a working team for research and developing products quality and technology of One Tambon One Products Project of Buriram 2) private officers in Buriram who owned silk shop and silk products 3) traders who did business through electronic commerce system or electronic commerce specialiaist who participated the seminar , "The Textile Industry Clothes Forwarded up by Electronic Commerce" organized by electronic commerce development center , and 4) boards of silk production and it's products group One Tambon One Products Project of Buriram. The total paryicipants were 72 and 55 peoples were quota sampling The researched employed the self- developed tools. The results of the research were :

1. Buriram silk market and it's products to electronic commerce system had many patterns. Concerning the products , the traders must plan for silk and it's products development focusing on the quality of smooth clothes , weaving art , color , forms of products , and quality. For the price , the sellers set the price of silk and it's products by the quality of silk , craftsmanship , the meticulousness of weaving , and the discount which was lower than the price of general stores. Concerning the sale , the silk and it's products trading inside and outside the country was high demand , The target customers were in the foreign countries and in bangkok. The fast and

effective way to send the products was sending via the electronic commerce. concerning the market promotion , there must be website to advertise the silk and it's products widely to serve the demand of the products which would be higher in the next 3-5 years. The silk business through electronic commerce must be in the form of business to business (B to B) . this was sold to retailers or wholesalers and money was transfered through banks. The major problem and obstacle of electronic commerce was the people lacked knowledge of technology. this made doing business through electronic commerce not quite prosperous and wide spread

2. There were many factors concerning silk and it's products development. Production , for example , must be art designing and forms of products designing. The development of art design must be planned. The colors must be form natural materials and the silk worm for weaving must be from local silk worm. Before purchasing materials for producing , the weavers should research the price of them in the markets , and the remaining materials must be controlled for reducing the budget. For marketing , there must be financial planning for producing. the shares of members were the capital. Financial audit should be done once a year. Dividend paying to members was the percentage of fixed income. The goods delivery was through post office. All members must help each other in planing and deciding for administration and management. there should be producing and marketing skills training for members , as well as establishing producing staff to produce the product effectively.