

# บทที่ 1

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ไหมเป็น “ ราชนิแห่งใยผ้า ” ความนุ่มนวลเป็นเงางามทำให้ผู้สวมใส่พึงพอใจในตัวเอง ลักษณะของใยไหมที่มีลักษณะเด่นเป็นพิเศษอันหามิได้จากเส้นใยชนิดอื่น คือ เป็นเงามัน มีประกายไม่เหมือนกับการตกแต่งให้เกิดขึ้นในผ้าชนิดอื่น ดูความชื้นได้ดี เวลาสวมใส่แล้วรู้สึกสบาย อ่อนตัวแต่คงรูป จ้าเงาได้ดี ต้านทานแรงดึงได้สูง และมีความทนทาน ซึ่งคุณสมบัติเหล่านี้ทำให้ใยไหมเป็นที่ต้องการและต้องใจของสตรีทั่วโลก แต่ราคาซึ่งแพงกว่าเส้นใยชนิดอื่น ๆ จึงเป็นเส้นใยที่ดูแล้วค่อนข้างเป็นประเภทสินค้าฟุ่มเฟือย

เนื่องจากผ้าไหมไทยเป็นที่รู้จักแพร่หลายในหมู่ชาวต่างประเทศมาช้านานแล้วและประเทศไทยเป็นแหล่งผลิตผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมที่มีคุณภาพดีมีชื่อเสียงอีกแห่งหนึ่งของโลก นอกจากจะมีนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยและซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมกลับไปเป็นของที่ระลึกอยู่เป็นประจำแล้ว ก็ยังมีการส่งออกใยไหมไปยังประเทศต่าง ๆ หลายแห่ง ในแต่ละปีสามารถส่งออกได้มูลค่ามากกว่าพันล้านบาทและมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ผ้าไหมที่ส่งออกมาทั้งชนิดบางเหมาะสำหรับตัดเย็บเสื้อผ้าและชนิดหนาสำหรับบุเฟอร์นิเจอร์และทำผ้าม่าน ซึ่งได้รับความนิยมในตลาดต่างประเทศมาก

สมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินีนาถ โปรดเกล้าฯ ให้ฟื้นฟูการทอผ้าไหมและจัดให้เป็นงานหนึ่งของโครงการศิลปาชีพพิเศษ มีการจัดฝึกอบรมการทอผ้าไหมขึ้นทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แนะนำวิธีการทอผ้าการจัดหาไหมให้ก่อน และมีการกำหนดสีและสายตามแบบให้เป็นตัวหย่าง เมื่อทอเสร็จก็ทรงรับซื้อไว้และหาตลาดจำหน่าย ทรงบำเพ็ญพระองค์เป็นแบบอย่างด้วยทรงใช้ผ้าไหมเป็นฉลองพระองค์ในโอกาสต่าง ๆ ทั้งชุดไทยและสากล อีกทั้งสตรีไทยในและนอกราชสำนักก็นิยมใช้และคัดแปลงแบบแพร่หลายยิ่งขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งเป็นตลาดที่มีกำลังซื้อสูงการผลิตก็ขยายตามมีความคิดสร้างสรรค์ลวดลายใหม่ ๆ ออกมาไม่ขาด ซึ่งเป็นการเริ่มชีวิตกิจการทอผ้าไหมที่กำลังเพิ่มปริมาณการใช้ขึ้นเรื่อย ๆ ทำให้เกิดผลดีต่อเนื่องกับชาวบ้านที่ทอผ้าในท้องถิ่นห่างไกลได้มีอาชีพเสริมมีรายได้ มีการฟื้นฟู และธำรงรักษาศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่นมิให้สูญหายไป เป็นการนำมรดกทางวัฒนธรรมมาใช้ประโยชน์ในการดำเนินชีวิตเพื่อการกินดีอยู่ดี และผลดีที่ตามมาก็คือได้มีการอนุรักษ์ผ้าไหมที่เป็นมรดกทางวัฒนธรรมไทยด้วยการรักษาคุณภาพของผ้าไหมให้มีระดับดี ได้รับความนิยมจากผู้สวมใส่ตลอดจนเพิ่มปริมาณการใช้ผ้าไหมขึ้นเรื่อย ๆ นอกจากนี้ยังมีการพัฒนากลุ่มสตรีและ

กลุ่มอาชีพ โดยกรมการพัฒนาชุมชนใช้กลยุทธ์กระบวนการกลุ่มเป็นแนวทาง โดยการจัดตั้งกลุ่มอาชีพ โดยหวังให้สตรีเหล่านี้มีรายได้ มีระบบการคิด การดำเนินงาน รับผิดชอบ และเลือกวิธีปฏิบัติเพื่อการพัฒนาตนเองแบบพออยู่พอกิน ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาการจัดตั้งกลุ่มอาชีพได้รับการยอมรับและถือปฏิบัติกันอย่างกว้างขวาง โดยเฉพาะกลุ่มอาชีพทอผ้าไหมมัดหมี่ในตำบลนาโพธิ์ อำเภอนาโพธิ์ จังหวัดบุรีรัมย์ มีคณะกรรมการกลุ่มที่เป็นสตรีล้วน มีระบบการบริหารจัดการกลุ่มไปสู่ความสำเร็จอย่างงดงาม มีรายได้เข้ากลุ่มอย่างต่อเนื่องทั้งยังมีความเข้มแข็งจนเป็นที่ยอมรับแก่บุคคลทั่วไป ซึ่งสมาชิกส่วนใหญ่จะทอผ้าไหมมัดหมี่ที่บ้านของตนเอง การดำเนินงานที่นี้เป็นลักษณะอุตสาหกรรมในครัวเรือนหรือธุรกิจครอบครัว

ในส่วนของภาครัฐมีนโยบายส่งเสริมการผลิตสินค้าจากภูมิปัญญาชาวบ้านหรืออาชีพดั้งเดิมมาพัฒนาในเชิงธุรกิจ โดยเน้นการส่งเสริมกิจกรรมที่มีอยู่ในแต่ละชุมชนเนื่องจากเห็นชัดแล้วว่าในแต่ละชุมชนล้วนมีของดี ชาวบ้านมีฝีมือในการผลิตสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ของหมู่บ้านหากได้รับการส่งเสริมอย่างจริงจังแล้ว สามารถใช้เป็นช่องทางในการเพิ่มรายได้ให้กับชุมชนและยกระดับความเป็นอยู่ของชาวบ้านให้ดีขึ้น ดังนั้นรัฐบาลจึงมีโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Tambon One Product) เป็นโครงการเร่งด่วน มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองเป็นชุมชนเข้มแข็งและใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการพัฒนาสินค้า รัฐบาลพร้อมที่จะให้ความช่วยเหลือในด้านความรู้สมัยใหม่ การบริหารจัดการเพื่อเชื่อมโยงสินค้าจากชุมชนสู่ตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศด้วยระบบร้านค้า อินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นการจัดระบบเชื่อมโยงเครือข่ายทั้งด้านการผลิตการตลาดให้เกิดการขยายตลาด ทั้งในส่วนท้องถิ่นภูมิภาคภายในประเทศและต่างประเทศ โดยมีการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ผลิตภัณฑ์ ให้เป็นที่รู้จักและยอมรับของผู้บริโภค (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. 2544 : 20) ประกอบกับ แผนเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 พ.ศ. 2545 - 2549 ได้เสริมสร้างประสิทธิภาพด้านการตลาดและการกระจายผลผลิตไปสู่ตลาด และเตรียมความพร้อมเพื่อเพิ่มแสงโอกาสจากนโยบายการค้าเสรีโดยส่งเสริมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการจัดจำหน่ายและเป็นช่องทางการตลาดในการกระจายสินค้า โดยให้ความรู้ที่ถูกต้องแก่ผู้ประกอบการและผู้บริโภค เตรียมความพร้อมในการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ทั้งด้านบุคลากร ระบบโครงสร้างพื้นฐาน ปรับปรุงกฎหมายระเบียบปฏิบัติและสนับสนุนกลไกที่จำเป็นต่อการก่อสร้าง มีหลักประกันและความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ประกอบการและผู้บริโภค รวมทั้งส่งเสริมให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้มีบทบาทในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ตลอดจนร่วมมือกับกลุ่มประเทศในภูมิภาคต่าง ๆ ผลักดันพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ระหว่างประเทศ (สำนักงานคณะ-กรรมการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ 2544 : 88-89)

ดังนั้น จึงสมควรที่จะมีการศึกษารูปแบบในการพัฒนาตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม จังหวัดบุรีรัมย์สู่ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ตามนโยบายของรัฐบาลที่ส่งเสริมด้านการพัฒนาตลาด

ช่องทางการตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ เป็นการสร้างความเข้มแข็งแก่ชุมชนและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลก รวมทั้งเป็นการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อให้บริการข้อมูลข่าวสาร โดยส่งเสริมการใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ซึ่งจะเป็นกลไกผลักดันให้กับผู้ผลิตผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมของจังหวัดบุรีรัมย์ เข้าสู่การค้ายุคใหม่ในโมเดลไร้พรมแดนได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อเป็นพลังขับเคลื่อนให้แก่ระบบการค้าการตลาดและพัฒนาเศรษฐกิจของจังหวัดบุรีรัมย์ต่อไป

### ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษารูปแบบการตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมของจังหวัดบุรีรัมย์สู่ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนารูปลักษณ์ผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมของจังหวัดบุรีรัมย์สู่ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

### ความสำคัญของการวิจัย

1. ทำให้ทราบรูปแบบการตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมของจังหวัดบุรีรัมย์สู่ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
2. ทำให้ทราบปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนารูปลักษณ์ผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมของจังหวัดบุรีรัมย์สู่ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
3. ทำให้ทราบปัญหาอุปสรรคและแนวทางการพัฒนารูปแบบการตลาดและธุรกิจผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมของจังหวัดบุรีรัมย์สู่ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
4. เพื่อให้หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาวิจัยนำมาเป็นแนวทางประกอบในการวางแผนและการพัฒนาตลาดและธุรกิจผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมของจังหวัดบุรีรัมย์ให้ก้าวหน้ายิ่งขึ้นต่อไป

### ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยในพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์ โดยมีขอบเขตการวิจัยดังนี้

1. ประชากร จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม จำนวน 72 คน ได้แก่
  - 1.1 เจ้าหน้าที่หน่วยงานราชการซึ่งเป็นคณะทำงานส่งเสริมการตลาด และคณะทำงานวิจัยพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์และเทคโนโลยี โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์จังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 27 คน (จังหวัดบุรีรัมย์, 2545)

1.2 เจ้าหน้าที่หน่วยงานเอกชน ซึ่งเป็นผู้ประกอบการร้านค้าค้าใหม่และผลิตภัณฑ์ใหม่ ในจังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 24 คน

1.3 ผู้ประกอบการธุรกิจผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์หรือผู้เชี่ยวชาญด้านพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ที่เข้าร่วมงานสัมมนา “อุตสาหกรรมสิ่งทอ เครื่องนุ่งห่ม ก้าวล้ำด้วย E-Commerce” ของศูนย์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 6 คน

1.4 ประธานกลุ่มผลิตผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 15 คน ในพื้นที่อำเภอนาโพธิ์ อำเภอพุทไธสง อำเภอสตึก อำเภอกระสัง อำเภอห้วยราช อำเภอบ้านกรวด ถึงอำเภอแคนดง อำเภอนางรอง และอำเภอเฉลิมพระเกียรติ

2. กลุ่มตัวอย่าง ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบกำหนดจำนวน (Quota Sampling) (ภัทรานิคมานนท์, 2544 : 76) โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 4 กลุ่ม รวมจำนวน 55 คน ดังนี้

2.1 เจ้าหน้าที่หน่วยงานราชการในจังหวัดบุรีรัมย์ ซึ่งเป็นคณะกรรมการส่งเสริมการตลาด โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์จังหวัดบุรีรัมย์ ได้แก่ พาณิชย์จังหวัดหรือเจ้าหน้าที่ อุตสาหกรรมจังหวัดหรือเจ้าหน้าที่ พัฒนาการจังหวัดหรือเจ้าหน้าที่ เกษตรและสหกรณ์จังหวัดหรือเจ้าหน้าที่ เกษตรจังหวัดหรือเจ้าหน้าที่ หัวหน้าสำนักงานการค้าภายในจังหวัดหรือเจ้าหน้าที่ และผู้จัดการห้าง ทวีกิจผลฯหรือเจ้าหน้าที่ จำนวน 7 คน คณะทำงานวิจัย พัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ และเทคโนโลยี โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์จังหวัดบุรีรัมย์ ได้แก่ ผู้อำนวยการศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 7 หรือเจ้าหน้าที่ ศึกษาธิการจังหวัดหรือเจ้าหน้าที่ หัวหน้าสำนักงานจังหวัดหรือเจ้าหน้าที่ แรงงาน-และสวัสดิการสังคมจังหวัดหรือเจ้าหน้าที่ ประธานสภาอุตสาหกรรมจังหวัดบุรีรัมย์ และประธานหอการค้าจังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 6 คน รวม 13 คน

2.2 เจ้าหน้าที่หน่วยงานภาคเอกชนซึ่งเป็นผู้ประกอบการร้านค้าค้าใหม่และผลิตภัณฑ์ใหม่ในพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 24 คน

2.3 ผู้ประกอบธุรกิจผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หรือผู้เชี่ยวชาญด้านพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 6 คน

2.4 ประธานกลุ่มผลิตผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมในพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์ ซึ่งเข้าร่วม โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์จังหวัดบุรีรัมย์ ในพื้นที่อำเภอนาโพธิ์ อำเภอพุทไธสง อำเภอสตึก อำเภอกระสัง อำเภอห้วยราช อำเภอบ้านกรวด ถึงอำเภอแคนดง อำเภอนางรอง และอำเภอเฉลิมพระเกียรติ รวมจำนวน 12 คน

3. วิธีการศึกษา การศึกษาครั้งนี้เน้นการประมวลผลและการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพเป็นหลัก และ อาศัยข้อมูลเชิงปริมาณสนับสนุนเพื่อให้การวิเคราะห์ข้อมูลมีน้ำหนักน่าเชื่อถือยิ่งขึ้น โดยมี การรวบรวมจัดระบบข้อมูลและตรวจสอบความถูกต้องเพื่อนำมาวิเคราะห์เชิงเหตุผลประกอบทฤษฎี

แนวคิดและหลักการในด้านรูปแบบการตลาดในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาธุรกิจค้าใหม่และผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) เช่น ค่าร้อยละ (Percentages) และค่าเฉลี่ย (Average) จากนั้นนำเสนอผลการศึกษาในเชิงพรรณนาโดยใช้ตารางประกอบตามความเหมาะสม

### นิยามศัพท์เฉพาะ

**รูปแบบการพัฒนาตลาด** หมายถึง การวางแผนและการบริหารจัดการด้านผลิตภัณฑ์ การตั้งราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนที่สนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายและบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร

**ผ้าไหม** หมายถึง (1) ผ้าพื้นทั้งชนิดข้อมเส้นไหมก่อนนำไปทอและชนิดทอเป็นผืนแล้วจึงค่อยนำไปย้อม (2) ผ้าไหมมัดหมี่ (3) ผ้าพิมพ์ที่พิมพ์มาทอแล้วหนึ่งสีขึ้นไป

**ผลิตภัณฑ์ใหม่** หมายถึง ผ้าไหมมัดหมี่หรือผ้าพื้นซึ่งได้พัฒนาและดัดแปลงมาเป็นเสื้อผ้าสำเร็จรูปและของใช้ตกแต่งบ้านเรือนหลายหลากชนิด เช่น ปลอกหมอน ผ้าปูโต๊ะ ผ้าคลุมเตียง ผ้าม่าน ผ้ารองขาชนะต่างๆ เน็คไท ผ้าคลุมผม ผ้าพันคอ ผ้าเช็ดหน้า และผ้าเช็ดปาก

**ผ้าพัน** หมายถึง ผ้าไหมที่ใช้เส้นยืนและเส้นพุ่งธรรมดาตลอดกันไปทั้งผืน เป็นผ้าสี่พื้นเรียบไม่มีลายโดยใช้เส้นยืนสีเดียวกับเส้นพุ่งหรือใช้สีต่างกับเส้นพุ่งก็ได้

**ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์** หมายถึง การทำธุรกิจการค้าขายสินค้าและบริการโดยผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งจะก่อให้เกิดเศรษฐกิจใหม่ที่นำไปสู่การพัฒนาทางธุรกิจในระดับส่วนตัว ส่วนรวมและระดับประเทศทั่วโลก

**ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต** หมายถึง ระบบเครือข่ายสื่อสารข้อมูลที่สามารถโยงใยได้ทั่วโลก โดยไม่มีข้อจำกัดทางด้านเวลาและสถานที่ มีความเป็นปฏิสัมพันธ์ที่สามารถติดต่อกันได้อย่างรวดเร็ว และใช้ประโยชน์จากสื่อทางเสียง ทางข้อมูลภาพนิ่งและเคลื่อนไหวได้ในเวลาเดียวกันโดยมีมาตรฐานเดียวกันทั่วโลก

**การนำเสนอสินค้า** หมายถึง การสร้างหมวดสินค้าโดยจัดหมวดหมู่ของสินค้าทั้งหมดไว้ด้วยกันและกำหนดรูปแบบ ลักษณะตามลำดับหมวดหมู่ของสินค้าด้วยอย่างจากหน้า Home page ที่ทำการโฆษณา

**การสั่งซื้อสินค้า** หมายถึง การใช้เครือข่ายอินเทอร์เน็ตในการสั่งซื้อสินค้าโดยมีระบบรักษาความปลอดภัยของข้อมูลและลงทุนในระบบสารสนเทศภายใน แต่ยังคงชำระเงินด้วยวิธีการเดิม เช่น ชำระด้วยเช็ค หรือบัตรเครดิตผ่านทางช่องทางปกติ

**การส่งมอบ** หมายถึง การส่งสินค้าจากผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายไปถึงผู้บริโภคโดยหลายรูปแบบ เช่น ด้วยวิธีขนส่งทางไปรษณีย์ โดยพาหนะทางรถยนต์ ทางเครื่องบิน ทางเรือ

**การชำระเงิน** หมายถึง การใช้เครือข่ายอินเทอร์เน็ตในการชำระเงิน ซึ่งการชำระเงินผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตชำระด้วยการบอกหมายเลขบัตรเครดิต การใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์หรืออินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งโดยคิด ค่าธรรมเนียมการใช้เหมือนบัตรเครดิต

**การตรวจสอบประกันคุณภาพผลิตภัณฑ์** หมายถึง การรับประกันสินค้าเสียหายระหว่างการขนส่ง การรับประกันสินค้าที่ไม่ได้คุณภาพมาตรฐานตามที่โฆษณาประชาสัมพันธ์ไว้

**ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาธุรกิจค้าใหม่และผลิตภัณฑ์ใหม่** หมายถึง การวิเคราะห์โอกาสทางการตลาดของการประกอบธุรกิจค้าใหม่และผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยพิจารณาถึงปัจจัยที่สำคัญในด้านการตลาด ด้านการผลิต และด้านการบริหารจัดการ