บทที่ 4
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้ศึกษาได้ดำเนินการตามขั้นตอนของการนำเสนอข้อมูลการวิจัย ซึ่งมีขั้นตอนต่าง ๆ ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูล
2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เน้นการประมวลผลและการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพเป็นหลัก โดยเป็นวิธีการวิเคราะห์ตามหลักตรรกศาสตร์เชิงเหตุผลประกอบกับการวิเคราะห์เชิงสถิติ อาศัยข้อมูลเชิงปริมาณสนับสนุนเพื่อให้การวิเคราะห์ข้อมูลมีน้ำหนักน่าเชื่อถือยิ่งขึ้น มีการดำเนินการออกสำรวจรวบรวมและจัดเก็บข้อมูลจากเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยโดยจัดเป็นหมวดหมู่ จากนั้นจึงตรวจสอบความถูกต้องก่อนนำมาวิเคราะห์เชิงเหตุผลประกอบกับทฤษฎี แนวคิด และหลักการที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบการตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมสู่ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาธุรกิจผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม

ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณา ซึ่งเป็นวิธีการทางสถิติที่ใช้บ่งข้อมูลต่าง ๆ เพื่ออธิบายปรากฏการณ์และตัวแปรต่าง ๆ เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นใช้ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

เป็นการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ซึ่งในแต่ละส่วนประกอบด้วยรายละเอียดดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ให้ข้อมูล และองค์กร โดยแสดงจำนวน ค่าความถี่ อัตราร้อยละ นำเสนอในรูปตารางและความเรียงจำแนกตามเพศ อาชีพหลัก อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงานในปัจจุบัน จำนวนพนักงาน/สมาชิก และประเภทของหน่วยงาน ปรากฏผลการวิเคราะห์ดังตาราง 3

ตาราง 3 สถานภาพของผู้ให้ข้อมูลและองค์กร

สถานภาพของผู้ให้ข้อมูล และองค์กร	จำนวน	ร้อยละ
1. ผู้ให้ข้อมูล	55	100.00
เพศ		
ชาย	26	47.27
หญิง	29	52.73
รวม	55	100.00
อาชีพหลัก		
รับราชการ	11	20.00
ผู้ประกอบธุรกิจ	33	60.00
เกษตรกรรม	10	18.18
ทอผ้า	1	1.82
รวม	55	100.00
อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	-	-
ระหว่าง 20 – 39 ปี	18	32.72
ระหว่าง 40 – 59 ปี	27	49.10
มากกว่า 60 ปีขึ้นไป	10	18.18
รวม	55	100.00
ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา	6	10.91
มัธยมศึกษาตอนต้น	5	9.09
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช	8	14.55

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ Buriram Rajabhat University

ตาราง 3 สถานภาพของผู้ให้ข้อมูลและองค์กร (ต่อ)

สถานภาพของผู้ให้ข้อมูล และองค์กร	จำนวน	ร้อยละ
ปวส./อนุปริญญา	9	16.36
ปริญญาตรี	17	30.91
ปริญญาโท	9	16.36
ปริญญาเอก	1	1.82
รวม	55	100.00
ตำแหน่งงานในปัจจุบัน		
เจ้าของกิจการ	24	43.64
หัวหน้าส่วนราชการ	3	5.45
หัวหน้างาน/หัวหน้าฝ่าย	7	12.73
ประธานกลุ่ม	15	27.27
กรรมการบริหาร/กรรมการผู้จัดการ	5	9.09
อาชาร์ย์	1	1.82
รวม	55	100.00
2. จำนวนพนักงาน/สมาชิก ในองค์กร/กลุ่ม		
น้อยกว่า 20 คน	22	40.00
21 – 50 คน	20	36.36
51 – 100 คน	5	9.09
มากกว่า 100 คนขึ้นไป	8	14.55
รวม	55	100.00

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ Buriram Rajabhat University

ตารางที่ 3 สถานภาพของผู้ให้ข้อมูลและองค์กร (ต่อ)

สถานภาพของผู้ให้ข้อมูล และองค์กร	จำนวน	ร้อยละ
3. ประเภทหน่วยงานของท่าน		
หน่วยงานราชการ	11	20.00
กลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม	11	20.00
ห้างหุ้นส่วนจำกัด	3	5.45
บริษัทจำกัด	5	9.09
ผู้ประกอบการรายเดียว/เจ้าของคนเดียว	23	41.82
ศูนย์หัตถกรรม	1	1.82
สถาบันอิสระ	1	1.82
รวม	55	100.00

จากตาราง 3 แสดงเรื่อง สถานภาพของผู้ให้ข้อมูล และองค์กร ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 55 คน โดยจำแนกตามสถานภาพองค์กร/กลุ่ม ดังนี้

เพศ พบว่าเป็นเพศหญิง จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 52.73 เพศชาย จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 47.27

อาชีพหลัก พบว่าเป็นผู้ประกอบธุรกิจ จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 60.00 รับราชการ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 เกษตรกรรม จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 18.18 ทอผ้า จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.82

อายุ ช่วงอายุระหว่าง 40-59 ปี จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 49.10 ระหว่าง 20-39 ปี จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 32.72 มากกว่า 60 ปี ขึ้นไป จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 18.18

ระดับการศึกษา ปริญญาตรี จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 30.91 ปริญญาโท จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 16.36 ปวส./อนุปริญญา จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 16.36 มัธยมศึกษา

ตอนปลาย/ปวช. จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 14.55 ประถมศึกษา จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 10.91 มัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 9.09 และปริญญาเอก จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.82

ตำแหน่งงานในปัจจุบัน เจ้าของกิจการ จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 43.64 ประธานกลุ่ม จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 27.27 หัวหน้างาน/หัวหน้าฝ่าย จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 12.73 กรรมการบริหาร/กรรมการผู้จัดการ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 9.09 หัวหน้าส่วนราชการ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 5.45 และอาจารย์ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.82

จำนวนพนักงาน/สมาชิกในองค์กร/กลุ่ม น้อยกว่า 20 คน จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 21-50 คน จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 36.36 มากกว่า 100 คน ขึ้นไป จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 14.55 และ 51-100 คน จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 9.09

ประเภทของหน่วยงาน ร้านค้า จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 41.82 หน่วยงานราชการ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 กลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 บริษัทจำกัด จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 9.09 ห้างหุ้นส่วนจำกัด จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 5.45 สถาบันอิสระ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.82 และศูนย์หัตถกรรม จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.82

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์เพื่อศึกษาด้านรูปแบบการตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมสู่ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ประกอบด้วยตัวแปรต้นและตัวแปรตามดังนี้

ตาราง 4 ตัวแปรต้นและตัวแปรตามรูปแบบการตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมสู่ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ตัวแปรต้น	ตัวแปรตาม
1. ด้านผลิตภัณฑ์	การวางแผนและการพัฒนาผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม
	การจัดระดับคุณภาพ มาตรฐานการผลิตผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม
	การจัดเตรียมผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมเพื่อขาย
	ปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างความต้องการผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
2. ด้านราคา	การกำหนดราคาผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม
	ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อรูปแบบการพัฒนาตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมสู่ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
	การตั้งราคาจำหน่ายผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
3. ด้านการจัดจำหน่าย	ภาวะการค้าของตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมในปัจจุบัน
	กลุ่มเป้าหมายที่สำคัญของตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมในการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
	แหล่งจำหน่ายผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม
	ปัจจัยด้านประสิทธิภาพการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อรูปแบบการพัฒนาตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมสู่ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	วิธีการส่งเสริมการตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม
	แนวโน้มความต้องการของตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมในอนาคต 3-5 ปี
	ปัญหาและอุปสรรคด้านเทคโนโลยีที่สำคัญของการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในปัจจุบันของประเทศไทย
	การใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม
	การจัดระบบการชำระเงินในการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

มหาวิทยาลัยบูรพา Burapha University

2.1 ผลการวิเคราะห์การวางแผนและการพัฒนาผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ ปรากฏผลดังตาราง 5

ตาราง 5 การวางแผนและการพัฒนาผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม

การวางแผนและการพัฒนาผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม	จำนวน	ร้อยละ
คุณภาพ	28	20.00
รูปแบบ	19	13.57
เครื่องหมายการค้า / ตราสินค้า	12	8.57
บรรจุภัณฑ์	16	11.43
ความสวยงาม	18	12.86
รายละเอียดของข้อมูลสินค้า	12	8.57
มีสินค้าให้เลือกหลากหลายภายในเว็บไซต์	16	11.43
ความชัดเจนของสินค้าที่เหมือนจริง	10	7.14
การให้บริการหลังการขาย และการอำนวยความสะดวกกับลูกค้า	8	5.71
อื่นๆ (ระบุ)		
- การรับประกันสินค้า	1	0.72
รวม	140	100.00

จากตาราง 5 แสดงเรื่อง การวางแผนและการพัฒนาผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม กลุ่มตัวอย่างคิดว่าควรมีการวางแผนและการพัฒนาผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมในด้านคุณภาพ จำนวน 28 คน

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ Buriram Rajabhat University

คิดเป็นร้อยละ 20.00 รูปแบบ จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 13.57 ความสวยงาม จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 12.86 บรรจุภัณฑ์ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 11.43 มีสินค้าให้เลือกหลากหลายภายในเว็บไซต์ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 11.43 เครื่องหมายการค้า / ตราสินค้า จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 8.57 รายละเอียดของข้อมูลสินค้าจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 8.57 ความชัดเจนของสินค้าที่เหมือนจริง จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 7.14 การให้บริการหลังการขายและการอำนวยความสะดวกกับลูกค้า จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 5.71 และอื่น ๆ คือ การรับประกันสินค้า จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.72

2.2 ผลการวิเคราะห์การจัดระดับคุณภาพ มาตรฐานการผลิตผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ ปรากฏผลดังตาราง 6

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ Buriram Rajabhat University

ตาราง 6 การจัดระดับคุณภาพ มาตรฐานการผลิตผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม

การจัดระดับคุณภาพมาตรฐานการผลิตผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม	จำนวน	ร้อยละ
สีและลาย		
สีสม่ำเสมอ	23	12.43
สีไม่ตก	23	12.43
สีไม่ซีด	13	7.03
ลวดลายสม่ำเสมอ	24	12.97
อื่น ๆ (ระบุ)		
- สีและลายที่หลากหลาย	1	0.54
- สีและลายที่ทันสมัย	1	0.54
เนื้อผ้าและการใช้งาน		
เนื้อสม่ำเสมอ	25	13.51
ผ้าคงรูป	21	11.35
ทนต่อการยับได้ดี	11	5.94
ทนต่อเชื้อราได้ดี	5	2.70
มีความคงทนต่อการซัก	16	8.65
มีความคงทนต่อการรีด	10	5.40
ตกแต่งกันหด	8	4.32
ตกแต่งกันรอยเปื้อนน้ำ	4	2.16
อื่น ๆ (ระบุ)		-
รวม	185	100.00

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ Buriram Rajabhat University

จากตาราง 6 แสดงเรื่อง การจัดระดับคุณภาพมาตรฐานการผลิตผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม กลุ่มตัวอย่างคิดว่าการจัดระดับคุณภาพมาตรฐานของสีและลายควรมีลวดลายสม่ำเสมอ จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 12.97 สีสม่ำเสมอ จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 12.43 สีไม่ตกจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 12.43 สีไม่ซีด จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 7.03 และอื่น ๆ คือ สีและลายที่หลากหลายจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.54 สีและลายที่ทันสมัย จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.54

การจัดระดับคุณภาพมาตรฐานของเนื้อผ้าและการใช้งานควรมีเนื้อสม่ำเสมอ จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ13.51 ผ้าคงรูป จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 11.35 มีความคงทนต่อการซัก จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 8.65 ทนต่อการยับได้ดี จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 5.94 มีความคงทนต่อการรีด จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 5.40 ตกแต่งกันหด จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 4.32 ทนต่อเชื้อราได้ดี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 2.70 ตกแต่งกันรอยเปื้อนน้ำ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2.16

2.3 ผลการวิเคราะห์การจัดเตรียมผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมเพื่อขาย ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ ปรากฏผลดังตาราง 7

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ Buriram Rajabhat University

ตาราง 7 การจัดเตรียมผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมเพื่อขาย

การจัดเตรียมผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมเพื่อขาย	จำนวน	ร้อยละ
รูปแบบผลิตภัณฑ์	21	25.00
สีสันให้ตรงความต้องการ	23	27.38
ปริมาณการผลิตให้เพียงพอกับความต้องการ	13	15.48
ลวดลายให้ตรงความต้องการ	27	32.14
อื่น ๆ (ระบุ)	-	-
รวม	84	100.00

จากตาราง 7 แสดงเรื่อง การจัดเตรียมผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมเพื่อขาย กลุ่มตัวอย่างคิดว่าควรมีลวดลายให้ตรงความต้องการ จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 32.14 สีสันให้ตรงความต้องการ จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 27.38 รูปแบบผลิตภัณฑ์ จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 ปริมาณการผลิตให้เพียงพอกับความต้องการ จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 15.48

2.4) ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างความต้องการผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ ปรากฏผลดังตาราง 8

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ Buriram Rajabhat University

ตาราง 8 ปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างความต้องการผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างความต้องการผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	จำนวน	ร้อยละ
การรับประกันคุณภาพ	22	15.17
รูปลักษณะ เช่น สี , ลวดลาย	21	14.48
เครื่องหมายการค้า / ตราสินค้า	13	8.97
บรรจุภัณฑ์	12	8.28
ความสวยงาม	12	8.28
รายละเอียดของข้อมูลสินค้า	16	11.03
มีสินค้าให้เลือกหลากหลายภายในเว็ปไซต์	16	11.03
ความชัดเจนของสินค้าที่เหมือนจริง	11	7.58
การให้บริการหลังการขาย	9	6.21
ราคา	13	8.97
อื่น ๆ (ระบุ)	-	
รวม	145	100.00

จากตาราง 8 แสดงเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างความต้องการผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กลุ่มตัวอย่างคิดว่าควรมีการรับประกันคุณภาพ จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 15.17 **รูปลักษณะ** จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 14.48 **รายละเอียดของข้อมูลสินค้า** จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 11.03 **มีสินค้าให้เลือกหลากหลายภายในเว็ปไซต์** จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 11.03 เครื่องหมายการค้า / ตราสินค้าจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 8.97 ราคา

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ Buriram Rajabhat University

จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 8.97 บรรจุภัณฑ์ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 8.28 ความสวยงาม จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 8.28 ความชัดเจนของสินค้าที่เหมือนจริงจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 7.58 และการให้บริการหลังการขาย จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 6.21

2.5) ผลการวิเคราะห์การกำหนดราคาผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ ปรากฏผลดังตาราง 9

ตาราง 9 การกำหนดราคาผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม

การกำหนดราคาผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม	จำนวน	ร้อยละ
ตามคุณภาพความปราณีตของงาน	30	26.79
ฝีมือการทอ	22	19.64
ลวดลายของผลิตภัณฑ์	16	14.28
สีสันของผลิตภัณฑ์	4	3.57
รูปแบบของผลิตภัณฑ์	10	8.93
บรรจุภัณฑ์	6	5.36
คุณภาพของเส้นไหม	23	20.54
อื่น ๆ (ระบุ)		
- ช่องทางการตลาด	1	0.89
รวม	112	100.00

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ Buriram Rajabhat University

จากตาราง 9 แสดงเรื่องการกำหนดราคาผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม กลุ่มตัวอย่างคิดว่าควรกำหนดราคาตามคุณภาพความประณีตของงานจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 26.79 คุณภาพของเส้นไหม จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 20.54 ฝีมือการทอ จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 19.64 ลวดลายของผลิตภัณฑ์ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 14.28 รูปแบบของผลิตภัณฑ์ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 8.93 บรรจุภัณฑ์ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 5.36 สีสันของผลิตภัณฑ์ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 3.57 และอื่น ๆ คือ ช่องทางการตลาด จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.89

2.6) ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อรูปแบบการพัฒนาตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมสู่ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ ปรากฏผลดัง ตาราง 10

ตาราง 10 ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อรูปแบบการพัฒนาตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมสู่ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อรูปแบบการพัฒนาตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมสู่ระบบพาณิชย์คิเล็กทรอนิกส์	จำนวน	ร้อยละ
การให้ส่วนลด	18	28.13
วิธีการชำระราคาค่าสินค้า	16	25.00
ราคาสินค้าที่ถูกกว่าร้านค้าทั่วไป	13	20.31
เงื่อนไขการชำระเงินที่หลากหลาย	16	25.00
อื่น ๆ (ระบุ)		
- มีการต่อรองราคา	1	1.56
รวม	64	100.00

จากตาราง 10 แสดงเรื่องปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อรูปแบบการพัฒนาตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมสู่ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กลุ่มตัวอย่างคิดว่าควรมีการให้ส่วนลด จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 28.13 วิธีการชำระราคาค่าสินค้า จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 เงื่อนไขการชำระเงินที่หลากหลาย จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 ราคาสินค้าที่ถูกกว่าร้านค้าทั่วไป จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 20.31 และอื่น ๆ คือมีการต่อรองราคา จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.56

2.7) ผลการวิเคราะห์วิธีการกำหนดราคาการจัดจำหน่ายผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ปรากฏผลดังตาราง 11

ตาราง 11 การตั้งราคาจำหน่ายผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

การตั้งราคาจำหน่ายผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	จำนวน	ร้อยละ
ต้นทุนบวกกำไรตามที่ต้องการ	15	25.86
ตามราคาตลาด	17	29.31
ต่ำกว่าราคาตลาดแต่มีกำไร	19	32.76
สูงกว่าราคาตลาด	7	12.07
รวม	58	100.00

จากตาราง 11 แสดงเรื่อง การตั้งราคาจำหน่ายผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กลุ่มตัวอย่างคิดว่าควรกำหนดราคาให้ต่ำกว่าราคาตลาดแต่มีกำไร จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 32.76 ตามราคาตลาด จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 29.31 ต้นทุนบวกกำไรตาม

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ Buriram Rajabhat University

ที่ต้องการ จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 25.86 และสูงกว่าราคาตลาด จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 12.07

2.8) ผลการวิเคราะห์ภาวะการค้าของตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมในปัจจุบัน ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ ปรากฏผลดังตาราง 12

ตาราง 12 ภาวะการค้าของตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมในปัจจุบัน

ภาวะการค้าของตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมในปัจจุบัน	จำนวน	ร้อยละ
ตลาดภายในค่อนข้างแคบ	11	25.00
ตลาดภายในประเทศยังมีความต้องการ	19	43.18
ตลาดต่างประเทศมีลู่ทางจำหน่ายได้มากกว่า	14	31.82
อื่นๆ (ระบุ)		-
รวม	185	100.00

จากตาราง 12 แสดงเรื่อง ภาวะการค้าของตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมในปัจจุบัน กลุ่มตัวอย่างคิดว่าตลาดภายในประเทศยังมีความต้องการ จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 43.18 ตลาดต่างประเทศมีลู่ทางจำหน่ายได้มากกว่า จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 31.82 และตลาดภายในค่อนข้างแคบ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ Buriram Rajabhat University

2.9) ผลการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายที่สำคัญของตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมในการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ ปรากฏผลดังตาราง 13

ตาราง 13 กลุ่มเป้าหมายที่สำคัญของตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมในการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

กลุ่มเป้าหมายที่สำคัญของตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมในการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	จำนวน	ร้อยละ
ในประเทศไทย	13	23.22
ต่างประเทศ	18	32.14
ภาคธุรกิจ (บริษัท ร้านค้า ฯลฯ)	11	19.64
ผู้บริโภค (บุคคลทั่วไป)	14	25.00
รวม	56	100.00

จากตาราง 13 แสดงเรื่อง กลุ่มเป้าหมายที่สำคัญของตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมในการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กลุ่มตัวอย่างคิดว่าลูกค้ากลุ่มเป้าหมายที่สำคัญควรเป็นต่างประเทศ จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 32.14 ผู้บริโภค (บุคคลทั่วไป) จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 ในประเทศไทย จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 23.22 และภาคธุรกิจ (บริษัท ร้านค้า ฯลฯ) จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 19.64

2.10) ผลการวิเคราะห์แหล่งจำหน่ายผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ ปรากฏผลดังตาราง 14

ตาราง 14 แหล่งจำหน่ายผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม

แหล่งจำหน่ายผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม	จำนวน	ร้อยละ
ตลาดท้องถิ่น	7	8.97
ตลาดในเมือง	16	20.51
ตลาดกรุงเทพฯ	21	26.93
ตลาดต่างประเทศ	21	26.93
ตลาดนัด/งานเทศกาล/งานประจำปี	10	12.82
อื่น ๆ (ระบุ)		
- สถานที่มีการอบรมสัมมนา	1	1.28
- สถานที่ท่องเที่ยว	1	1.28
- ศูนย์การค้า	1	1.28
รวม	78	100.00

จากตาราง 14 แสดงเรื่องแหล่งจำหน่ายผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม กลุ่มตัวอย่างคิดว่าควรเป็นตลาดกรุงเทพฯ จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 26.93 ตลาดต่างประเทศ จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 26.93 ตลาดในเมือง จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 20.51 ตลาดนัด/งานเทศกาล/งานประจำปี จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 12.82 ตลาดท้องถิ่น จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 8.97 และอื่น ๆ คือ สถานที่มีการอบรมสัมมนา จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.28 สถานที่ท่องเที่ยว จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.28 ศูนย์การค้า จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.28

มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา Bansomdejchaopraya Rajabhat University

2.11) ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านประสิทธิภาพการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อรูปแบบการพัฒนาตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมสู่ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ ปรากฏผลดังตาราง 15

ตาราง 15 ปัจจัยด้านประสิทธิภาพการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อรูปแบบการพัฒนาตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมสู่ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ปัจจัยด้านประสิทธิภาพการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อรูปแบบการพัฒนาตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมสู่ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	จำนวน	ร้อยละ
ความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์	16	13.79
การขนส่งที่ได้มาตรฐานรวดเร็วและเชื่อถือได้	21	18.10
ความปลอดภัยในระบบเครือข่ายอินเตอร์เน็ต	7	6.04
ความสวยงามและความน่าดึงดูดใจของเว็บไซต์	12	10.34
การเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย	13	11.21
การสร้างภาพลักษณ์ทางธุรกิจ	10	8.62
การให้ความสะดวกกับลูกค้า	15	12.93
การลดต้นทุนด้านการตลาด	8	6 90
การขยายตลาดให้กว้างขวางขึ้น	13	11.21
อื่น ๆ (ระบุ)		
- มาตรฐานของสินค้า	1	0.86
รวม	116	100.00

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ Buriram Rajabhat University

จากตาราง 15 แสดงเรื่อง ปัจจัยด้านประสิทธิภาพการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อรูปแบบการพัฒนาตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมสู่ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กลุ่มตัวอย่างคิดว่าควรมีการขนส่งที่ได้มาตรฐานรวดเร็วและเชื่อถือได้ จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 18.10 ความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 13.79 การให้ความสะดวกกับลูกค้า จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 12.93 การขยายตลาดให้กว้างขวางขึ้น จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 11.21 การเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 11.21 ความสวยงามและความน่าดึงดูดใจของเว็บไซต์ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 10.34 การสร้างภาพลักษณ์ทางธุรกิจ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 8.62 การลดต้นทุนด้านการตลาด จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 6.90 ความปลอดภัยในระบบเครือข่ายอินเตอร์เน็ต จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 6.04 และอื่น ๆ คือ มาตรฐานของเงินค้า จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.86

2.12) ผลการวิเคราะห์วิธีการส่งเสริมการตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ ปรากฏผลดังตาราง 16

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ Buriram Rajabhat University

ตาราง 16 วิธีการส่งเสริมการตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม

การส่งเสริมการตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม	จำนวน	ร้อยละ
การส่งเสริมการใช้ผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม	17	16.83
การส่งเสริมเอกลักษณ์ของผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม	17	16.83
การจัดงานประกวดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม	11	10.89
การจัดงานแสดงแฟชั่นผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม	13	12.87
การจัดตั้งศูนย์แสดง/จำหน่ายผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม	18	17.82
การจัดทำเว็บไซต์เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม	25	24.76
อื่น ๆ (ระบุ)	-	-
รวม	101	100.00

จากตาราง 16 แสดงเรื่อง วิธีการส่งเสริมการตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม กลุ่มตัวอย่างคิดว่าควรมีการจัดทำเว็บไซต์เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 24.76 การจัดตั้งศูนย์แสดง/จำหน่ายผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 17.82 การส่งเสริมเอกลักษณ์ของผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 16.83 การส่งเสริมการใช้ผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 16.83 การจัดงานแสดงแฟชั่นผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 12.87 และการจัดงานประกวดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 10.89

2.13) ผลการวิเคราะห์แนวโน้มความต้องการของตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมในอนาคต 3-5 ปี ปรากฏผลดังตาราง 17

ตาราง 17 แนวโน้มความต้องการของตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมในอนาคต 3-5 ปี

แนวโน้มความต้องการของตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมในอนาคต 3-5 ปี	จำนวน	ร้อยละ
ลดลงกว่าเดิมมาก	-	-
ลดลงกว่าเดิมเล็กน้อย	9	16.36
เหมือนเดิม	-	-
เพิ่มขึ้นเล็กน้อย	19	34.55
เพิ่มขึ้นมาก	27	49.09
รวม	55	100.00

จากตาราง 17 แสดงเรื่อง แนวโน้มความต้องการของตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมในอนาคต 3-5 ปี กลุ่มตัวอย่างคิดว่าเพิ่มขึ้นมาก จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 49.09 เพิ่มขึ้นเล็กน้อย จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 34.55 และลดลงกว่าเดิมเล็กน้อย จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 16.36

2.14) ผลการวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคด้านเทคโนโลยีที่สำคัญของการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในปัจจุบันของประเทศไทย ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ ปรากฏผลดังตาราง 18

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี Dhonburi Rajabhat University

ตาราง 18 ปัญหาและอุปสรรคด้านเทคโนโลยีที่สำคัญของการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในปัจจุบันของประเทศไทย

ปัญหาและอุปสรรคด้านเทคโนโลยีที่สำคัญของการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในปัจจุบันของประเทศไทย	จำนวน	ร้อยละ
ขาดความรู้ความเข้าใจในเรื่องเทคโนโลยี	22	19.13
ขาดเครื่องมืออุปกรณ์และเทคโนโลยีที่ทันสมัย	19	16.52
ขาดบุคลากรผู้ชำนาญการ	18	15.65
ขาดงบประมาณ	12	10.44
ขาดโอกาสการใช้ในรูปแบบและวิธีการใช้	11	9.56
ขาดโอกาสทางด้านเวลาในการใช้	5	4.35
ต้นทุนสูงเกินไป	13	11.30
ขาดการส่งเสริมจากรัฐ	12	10.44
อื่น ๆ (ระบุ)		
- ขาดระเบียบ กฎเกณฑ์ ข้อกฎหมาย	1	0.87
- ขาดระบบการชำระเงินที่สะดวก การรณรงค์สร้างความมั่นใจในการซื้อและองค์กรที่ทำหน้าที่ตรวจสอบ	1	0.87
- ผู้บริโภคยังไม่พร้อมในการใช้เทคโนโลยีซื้อสินค้า	1	0.87
รวม	115	100.00

จากตาราง 18 แสดงเรื่อง ปัญหาและอุปสรรคด้านเทคโนโลยีที่สำคัญของการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในปัจจุบันของประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างคิดว่าขาดความรู้ความเข้าใจในเรื่องเทคโนโลยี จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 19.13 ขาดเครื่องมืออุปกรณ์และเทคโนโลยีที่ทันสมัย จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 16.52 ขาดบุคลากรผู้ชำนาญการ จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 15.65 ต้นทุนสูงเกินไป

จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 11.30 ขาดงบประมาณ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 10.44 ขาดการส่งเสริมจากรัฐ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 10.44 ขาดโอกาสการใช้ในรูปแบบและวิธีการใช้ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 9.65 ขาดโอกาสทางด้านเวลาในการใช้ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 4.35 และอื่น ๆ คือ ขาดระเบียบ กฎเกณฑ์ ข้อกฎหมาย จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.87 ขาดระบบการชำระเงินที่สะดวก การรณรงค์สร้างความมั่นใจในการซื้อ และองค์กรที่ทำหน้าที่ตรวจสอบ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.86 และผู้บริโภคยังไม่พร้อมในการใช้เทคโนโลยีซื้อสินค้าจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.86

2.15) ผลการวิเคราะห์การใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ ปรากฏผลดังตาราง 19

ตาราง 19 การใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม

การใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม	จำนวน	ร้อยละ
ขายให้กับผู้บริโภคโดยตรง (B to C)	27	35.07
ขายให้กับผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีก(B to B)	29	37.66
ขายปลีกในลักษณะเครือข่าย	21	27.27
อื่นๆ (ระบุ)	-	-
รวม	77	100.00

จากตาราง 19 แสดงเรื่อง การใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม กลุ่มตัวอย่างคิดว่าควรใช้เพื่อขายให้กับผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีก(B to B) จำนวน 29 คน คิดเป็น

ร้อยละ 37.66 ขายให้กับผู้บริโภคโดยตรง (B to C) จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 35.07 และขายปลีกในลักษณะเครือข่าย จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 27.27

2.16) ผลการวิเคราะห์การจัดระบบการชำระเงินในการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ ปรากฏผลดังตาราง 20

ตาราง 20 การจัดระบบการชำระเงินในการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

การจัดระบบการชำระเงินในการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	จำนวน	ร้อยละ
เงินสด	10	15.87
บัตรเครดิต	12	19.05
ธนาณัติ ตั๋วแลกเงิน หรือบริการ พ.ง.ก.	12	19.05
โอนเงินผ่านบัญชีธนาคาร	25	39.68
เช็คธนาคาร	4	6.35
อื่นๆ (ระบุ)	-	-
รวม	63	100.00

จากตาราง 20 แสดงเรื่อง การจัดระบบการชำระเงินในการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กลุ่มตัวอย่างคิดว่าควรใช้วิธีการโอนเงินผ่านบัญชีธนาคาร จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 39.68 ธนาณัติ ตั๋วแลกเงิน หรือบริการ พ.ง.ก. จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 19.05 บัตรเครดิต จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 19.05 เงินสด จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 15.87 และเช็คธนาคาร จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 6.35

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ Buriram Rajabhat University

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์เพื่อศึกษาด้านปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาธุรกิจผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม ประกอบด้วยตัวแปรต้นและตัวแปรตาม ดังนี้

ตาราง 21 ตัวแปรต้นและตัวแปรตามปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาธุรกิจผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม

ตัวแปรต้น	ตัวแปรตาม
1. ธุรกิจการผลิต	การออกแบบการผลิตผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม
	การวางแผนการผลิตที่ควรดำเนินการ
	สียย้อมผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม
	เส้นไหมที่ใช้ในการทอผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม
	การจัดซื้อวัสดุมาเพื่อใช้ในการผลิต
	การควบคุมวัสดุคงเหลือในการประกอบธุรกิจผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม
2. ธุรกิจการตลาด	การวางแผนทางการเงินของกลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม
	การจัดหาแหล่งเงินทุนของกลุ่มผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม
	การตรวจสอบทางการเงินของกลุ่มผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม
	การใช้นโยบายการจ่ายเงินปันผลให้แก่สมาชิกของกลุ่มผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม
	การจัดส่งผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมที่สั่งซื้อผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
3. การบริหารและการจัดการ	การควบคุมการบริหารงาน
	การจัดกิจกรรมให้แก่สมาชิกกลุ่ม
	การตั้งฝ่ายต่าง ๆ เพื่อบริหารงานภายในกลุ่ม

3.1) ผลการวิเคราะห์การออกแบบการผลิตผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ ปรากฏผลดังตาราง 22

ตาราง 22 การออกแบบการผลิตผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม

การออกแบบการผลิตผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม	จำนวน	ร้อยละ
สีสันที่ผลิต	20	19.23
รูปแบบผลิตภัณฑ์	22	21.15
ปริมาณการผลิต	15	14.42
ลวดลาย	25	24.04
ช่วงเวลาการผลิต	9	8.66
ช่วงเวลาการจำหน่าย	12	11.54
อื่น ๆ (ระบุ)		
- กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	1	0.96
รวม	104	100.00

จากตาราง 22 แสดงเรื่อง การออกแบบการผลิตผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม กลุ่มตัวอย่างคิดว่าควรมีการออกแบบการผลิตด้านลวดลาย จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 24.04 รูปแบบของผลิตภัณฑ์ จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 21.15 สีสันที่ผลิต จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 19.23 ปริมาณการผลิต จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 14.42 ช่วงเวลาการจำหน่าย จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 11.54 ช่วงเวลาการผลิต จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 8.66 และอื่น ๆ คือ กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.96

3.2) ผลการวิเคราะห์การวางแผนการผลิตที่ควรดำเนินการ ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ ปรากฏผลดังตาราง 23

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี Thonburi Rajabhat University

ตาราง 23 การวางแผนการผลิตที่ควรดำเนินการ

การวางแผนการผลิตที่ควรดำเนินการ	จำนวน	ร้อยละ
การให้เงินกู้เพื่อการผลิต	14	16.87
การพัฒนากระบวนการการผลิต	19	22.89
การพัฒนาการย้อมสี	14	16.87
การพัฒนาลวดลาย	23	27.71
การอนุรักษ์และส่งเสริมผ้าไหม	12	14.46
อื่น ๆ (ระบุ)		
- การสำรวจความต้องการของลูกค้า	1	1.20
รวม	83	100.00

จากตาราง 23 แสดงเรื่อง การวางแผนการผลิตที่ควรดำเนินการ กลุ่มตัวอย่างคิดว่าควรใช้วิธีการวางแผนการผลิตด้านการพัฒนาลวดลาย จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 27.71 การพัฒนากระบวนการการผลิต จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 22.89 การให้เงินกู้เพื่อการผลิต จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 16.87 การพัฒนาการย้อมสีจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 16.87 การอนุรักษ์และส่งเสริมผ้าไหม จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 14.46 และอื่น ๆ คือ การสำรวจความต้องการของลูกค้า จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.20

3.3) ผลการวิเคราะห์สีย้อมผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ ปรากฏผลดังตาราง 24

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ Buriram Rajabhat University

ตาราง 24 สีย้อมผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม

สีย้อมผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม	จำนวน	ร้อยละ
สีย้อมธรรมชาติ	37	51.39
สีเคมี	35	48.61
อื่น ๆ (ระบุ)	-	-
รวม	72	100.00

จากตาราง 24 แสดงเรื่อง สีย้อมผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม กลุ่มตัวอย่างคิดว่าควรใช้สีย้อมธรรมชาติจำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 51.39 และสีเคมี จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 48.61

3.4) ผลการวิเคราะห์เส้นไหมที่ใช้ในการทอผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ ปรากฏผลดังตาราง 25

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ Buriram Rajabhat University

ตาราง 25 เส้นไหมที่ใช้ในการทอผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม

เส้นไหมที่ใช้ในการทอผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม	จำนวน	ร้อยละ
เส้นไหมที่สาวด้วยมือ	22	33.33
เส้นไหมที่สาวด้วยเครื่องจักร	17	25.76
เส้นไหมจากการเลี้ยงไหมพื้นเมือง	23	34.85
เส้นไหมจากการนำเข้าจากต่างประเทศ	3	4.55
อื่น ๆ (ระบุ)		
- เส้นไหมจากการเลี้ยงที่ปรับปรุงพันธุ์แล้ว	1	1.51
รวม	66	100.00

จากตาราง 25 แสดงเรื่อง เส้นไหมที่ใช้ในการทอผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม กลุ่มตัวอย่างคิดว่าควรใช้เส้นไหมจากการเลี้ยงไหมพื้นเมือง จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 34.85 เส้นไหมที่สาวด้วยมือ จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 เส้นไหมที่สาวด้วยเครื่องจักร จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 25.76 เส้นไหมจากการนำเข้าจากต่างประเทศ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 4.55 และอื่น ๆ คือ เส้นไหมจากการเลี้ยงที่ปรับปรุงพันธุ์แล้ว จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.51

3.5) ผลการวิเคราะห์การจัดซื้อวัสดุมาเพื่อใช้ในการผลิต ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ ปรากฏผลดังตาราง 26

ตาราง 26 การจัดซื้อวัสดุมาเพื่อใช้ในการผลิต

การจัดซื้อวัสดุมาเพื่อใช้ในการผลิต	จำนวน	ร้อยละ
การแจ้งสั่งซื้อหรือขอให้ซื้อ	8	10.00
การสำรวจราคาตามท้องตลาด	28	35.00
การติดต่อพนักงานขาย	8	10.00
การทดสอบคุณภาพของวัสดุ	22	27.50
การประกวด/การประมูลราคา	9	11.25
อื่น ๆ (ระบุ)		
- สำรวจตามใบสั่งซื้อของลูกค้า	5	6.25
รวม	80	100.00

จากตาราง 26 แสดงเรื่อง การจัดซื้อวัสดุมาเพื่อใช้ในการผลิต กลุ่มตัวอย่างคิดว่าควรมีการสำรวจราคาตามท้องตลาด จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 35.00 การทดสอบคุณภาพของวัสดุ จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 27.50 การประกวด/การประมูลราคา จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 11.25 การติดต่อพนักงานขาย จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 การแจ้งสั่งซื้อหรือขอให้ซื้อ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 และอื่น ๆ คือ สำรวจตามใบสั่งซื้อของลูกค้า จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 6.25

3.6) ผลการวิเคราะห์การควบคุมวัสดุคงเหลือในการประกอบธุรกิจผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ ปรากฏผลดังตาราง 27

ตาราง 27 การควบคุมวัสดุคงเหลือในการประกอบธุรกิจผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม

การควบคุมวัสดุคงเหลือในการประกอบธุรกิจผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม	จำนวน	ร้อยละ
ช่วยควบคุมคุณภาพการผลิต	12	17.91
ช่วยให้ต้นทุนการผลิตต่ำลง	23	34.33
ช่วยป้องกันการขาดแคลนวัสดุ	13	19.40
ช่วยป้องกันวัสดุสูญหายและเสื่อมสภาพ	18	26.87
อื่น ๆ (ระบุ)		
- ช่วยในการวางแผนซื้อวัสดุสำหรับการผลิตครั้งต่อไป	1	1.49
รวม	67	100.00

จากตาราง 27 แสดงเรื่อง การควบคุมวัสดุคงเหลือในการประกอบธุรกิจผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม กลุ่มตัวอย่างคิดว่าช่วยให้ต้นทุนการผลิตต่ำลง จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 34.33 ช่วยป้องกันวัสดุสูญหายและเสื่อมสภาพ จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 26.87 ช่วยป้องกันการขาดแคลนวัสดุ จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 19.40 ช่วยควบคุมคุณภาพการผลิต จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 17.91 และอื่น ๆ คือ ช่วยในการวางแผนซื้อวัสดุสำหรับการผลิตครั้งต่อไป จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.49

3.7) ผลการวิเคราะห์การวางแผนทางการเงินของกลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ ปรากฏผลดังตาราง 28

ตาราง 28 การวางแผนทางการเงินของกลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม

การวางแผนทางการเงินของกลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม	จำนวน	ร้อยละ
จากการพยากรณ์ยอดขาย	14	19.72
จากการวางแผนการผลิต	18	25.35
จากการคาดคะเนปริมาณการใช้วัตถุดิบ	14	19.72
จากความต้องการแรงงาน	7	9.86
จากการคาดคะเนค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	18	25.35
อื่น ๆ (ระบุ)	-	-
รวม	71	100.00

จากตาราง 28 แสดงเรื่อง การวางแผนทางการเงินของกลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม กลุ่มตัวอย่างคิดว่าควรมีการวางแผนทางการเงินจากการวางแผนการผลิต จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 25.35 จากการคาดคะเนค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 25.35 จากการพยากรณ์ยอดขาย จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 19.72 จากการคาดคะเนปริมาณการใช้วัตถุดิบ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 19.72 และจากความต้องการแรงงาน จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 9.86

3.8) ผลการวิเคราะห์การจัดหาแหล่งเงินทุนของกลุ่มผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ ปรากฏผลดังตาราง 29

มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี Rajabhat Rambhai Barni University

ตาราง 29 การจัดหาแหล่งเงินทุนของกลุ่มผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม

การจัดหาแหล่งเงินทุนของกลุ่มผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม	จำนวน	ร้อยละ
หุ้นของสมาชิก	22	32.35
ธนาคารพาณิชย์ต่างๆ	16	23.53
ธกส.	12	17.65
สหกรณ์ต่างๆ	14	20.59
อื่น ๆ (ระบุ)		
- กองทุนหมู่บ้าน / ธนาคารประชาชน	2	2.94
- หน่วยงานราชการที่ให้การสนับสนุนด้านอาชีพ	1	1.47
- ธนาคารหมู่บ้าน	1	1.47
รวม	68	100.00

จากตาราง 29 แสดงเรื่อง การจัดหาแหล่งเงินทุนของกลุ่มผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม กลุ่มตัวอย่างคิดว่าควรมาจากหุ้นของสมาชิก จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 32.35 ธนาคารพาณิชย์ต่าง ๆ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 23.53 สหกรณ์ต่าง ๆ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 20.59 ธ.ก.ส. จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 17.65 และอื่น ๆ คือ กองทุนหมู่บ้าน/ธนาคารประชาชน จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2.94 หน่วยงานราชการที่ให้การสนับสนุนด้านอาชีพจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.47 และธนาคารหมู่บ้าน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.47

3.9) ผลการวิเคราะห์การตรวจสอบทางการเงินของกลุ่มผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม ปรากฏผลดังตาราง 30

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ Buriram Rajabhat University

ตาราง 30 การตรวจสอบทางการเงินของกลุ่มผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม

การตรวจสอบทางการเงินของกลุ่มผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม	จำนวน	ร้อยละ
1 ครั้ง / 1 ปี	21	38.18
2 ครั้ง / 1 ปี	20	36.36
1 ครั้ง / 2 ปี	-	-
อื่น ๆ (ระบุ)		
- ทุกเดือน	7	12.73
ไม่ควรมีการตรวจสอบ	7	12.73
รวม	55	100.00

จากตาราง 30 แสดงเรื่อง การตรวจสอบทางการเงินของกลุ่มผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม กลุ่มตัวอย่างคิดว่าควรมีการตรวจสอบ 1 ครั้ง / 1 ปี จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 38.18 ตรวจสอบ 2 ครั้ง / 1 ปี จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 36.36 และอื่น ๆ คือ ตรวจสอบทุกเดือน จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 12.73 ไม่ควรมีการตรวจสอบ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 12.73

3.10) ผลการวิเคราะห์การใช้นโยบายการจ่ายเงินปันผลให้แก่สมาชิกของกลุ่มผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม ปรากฏผลดังตาราง 31

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ Buriram Rajabhat University

ตาราง 31 การใช้นโยบายการจ่ายเงินปันผลให้แก่สมาชิกของกลุ่มผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม

การใช้นโยบายการจ่ายเงินปันผลให้แก่สมาชิกของกลุ่มผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม	จำนวน	ร้อยละ
จ่ายเงินปันผลเป็นจำนวนคงที่	7	12.73
จ่ายเงินปันผลเป็นร้อยละของรายได้คงที่	26	47.27
จ่ายเงินปันผลปกติในอัตราต่ำบวกกับเงินปันผลพิเศษ	11	20.00
อื่น ๆ (ระบุ)		
- จ่ายเงินปันผลจากรายได้คิดเป็นร้อยละตามข้อตกลงของกลุ่ม	6	10.91
- ควรเก็บไว้เป็นทุนสะสมของกลุ่มก่อน	5	9.09
รวม	55	100.00

จากตาราง 31 แสดงเรื่อง การใช้นโยบายการจ่ายเงินปันผลให้แก่สมาชิกของกลุ่มผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม กลุ่มตัวอย่างคิดว่าควรจ่ายเงินปันผลเป็นร้อยละของรายได้คงที่ จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยล 47.27 จ่ายเงินปันผลปกติในอัตราต่ำบวกกับเงินปันผลพิเศษ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 จ่ายเงินปันผลเป็นจำนวนคงที่จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 12.73 และอื่น ๆ คือ จ่ายเงินปันผลจากรายได้คิดเป็นร้อยละตามข้อตกลงของกลุ่ม จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 10.91 ควรเก็บไว้เป็นทุนสะสมของกลุ่มก่อน จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 9.09

3.11) ผลการวิเคราะห์การจัดส่งผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมที่สั่งซื้อผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ ปรากฏผลดังตาราง 32

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี Dhonburi Rajabhat University

ตาราง 32 การจัดส่งผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมที่สั่งซื้อผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

การจัดส่งผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมที่สั่งซื้อผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ควรเป็นรูปแบบใดมากที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
จัดส่งโดยทางไปรษณีย์	30	41.67
จัดส่งโดยบริษัทรับส่งเอกสารด่วน (Express delivery)	26	36.11
จัดส่งโดย ร.ส.พ.	16	22.22
อื่น ๆ (ระบุ)	-	-
รวม	72	100.00

จากตาราง 32 แสดงเรื่อง การจัดส่งผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมที่สั่งซื้อผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กลุ่มตัวอย่างคิดว่าควรใช้วิธีการจัดส่งโดยทางไปรษณีย์ จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 41.67 จัดส่งโดยบริษัทรับส่งเอกสารด่วน (Express delivery) จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 36.11 และจัดส่งโดย ร.ส.พ. จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 22.22

3.12) ผลการวิเคราะห์การควบคุมการบริหารงาน ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ ปรากฏผลดังตาราง 33

ตาราง 33 การควบคุมการบริหารงาน

การควบคุมการบริหารงาน	จำนวน	ร้อยละ
มีกฎกติกาในการดำเนินงานชัดเจน	20	28.99
สมาชิกทุกคนร่วมคิดร่วมทำร่วมกันตัดสินใจ	25	36.23
มีการประชุมสม่ำเสมอทำปรึกษาหารือกันบ่อยๆ	23	33.33
อื่น ๆ (ระบุ)		
- มีการสร้างแรงจูงใจให้สมาชิกแข่งขันกันสร้างผลงาน	1	1.45
รวม	69	100.00

จากตาราง 33 แสดงเรื่อง การควบคุมด้านการบริหารงาน กลุ่มตัวอย่างคิดว่าควรให้สมาชิกทุกคนร่วมคิดร่วมทำร่วมกันตัดสินใจ จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 36.23 มีการประชุมสม่ำเสมอปรึกษาหารือกันบ่อย ๆ จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 มีกฎกติกาในการดำเนินงานชัดเจน จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 28.99 และอื่น ๆ คือ มีการสร้างแรงจูงใจให้สมาชิกแข่งขันกันสร้างผลงาน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.45

3.13) ผลการวิเคราะห์การจัดกิจกรรมให้แก่สมาชิกกลุ่ม ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ ปรากฏผลดังตาราง 34

ตาราง 34 การจัดกิจกรรมให้แก่สมาชิกกลุ่ม

การจัดกิจกรรมให้แก่สมาชิกกลุ่ม	จำนวน	ร้อยละ
รับซื้อผลผลิตของสมาชิก	17	13.08
จัดซื้อปัจจัยการผลิตให้สมาชิก	16	12.31
แบ่งปันผลกำไรให้สมาชิก	17	13.08
ให้เงินกู้เพื่อการผลิต	14	10.77
ให้ข้อมูลการตลาด	15	11.54
รับฝากเงินจากสมาชิก	9	6.92
วางแผนการผลิต	18	13.84
ฝึกอบรมทักษะด้านการผลิต/ด้านการตลาด	23	17.69
อื่น ๆ (ระบุ)		
- จัดในรูปแบบสหกรณ์	1	0.77
รวม	130	100.00

จากตาราง 34 แสดงเรื่อง การจัดกิจกรรมให้แก่สมาชิกกลุ่ม กลุ่มตัวอย่างคิดว่าควรมีการจัดกิจกรรมฝึกอบรมทักษะด้านการผลิต/ด้านการตลาด จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 17.69 วางแผนการผลิต จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 13.84 รับซื้อผลผลิตของสมาชิก จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 13.08 แบ่งปันผลกำไรให้สมาชิก จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 13.08 จัดซื้อปัจจัยการผลิตให้สมาชิก จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 12.31 ให้ข้อมูลการตลาด จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 11.54 ให้เงินกู้เพื่อการผลิต จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 10.77 รับฝากเงินจากสมาชิก

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ Buriram Rajabhat University

จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 6.92 และอื่น ๆ คือ จัดในรูปแบบสหกรณ์ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.77

3.14) ผลการวิเคราะห์การตั้งฝ่ายต่างๆ เพื่อบริหารงานภายในกลุ่ม ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ ปรากฏผลดังตาราง 35

ตาราง 35 การตั้งฝ่ายต่าง ๆ เพื่อบริหารงานภายในกลุ่ม

การตั้งฝ่ายต่างๆ เพื่อบริหารงานภายในกลุ่ม	จำนวน	ร้อยละ
ฝ่ายผลิต	28	23.34
ฝ่ายการตลาด	27	22.50
ฝ่ายบริหารบุคคล	20	16.67
ฝ่ายการเงิน	22	18.33
ฝ่ายบัญชี	21	17.50
อื่น ๆ (ระบุ)		
- ฝ่ายจัดส่งสินค้า	1	0.83
- ฝ่ายตรวจสอบคุณภาพสินค้า	1	0.83
รวม	120	100.00

จากตาราง 35 แสดงเรื่อง การตั้งฝ่ายต่าง ๆ เพื่อบริหารงานภายในกลุ่ม กลุ่มตัวอย่างคิดว่าควรมีการตั้งฝ่ายผลิต จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 23.34 ฝ่ายการตลาด จำนวน 27 คน คิดเป็น

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ Buriram Rajabhat University

ร้อยละ 22.50 ฝ่ายการเงิน จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 18.33 ฝ่ายบัญชี จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 17.50 ฝ่ายบริหารบุคคลจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 16.67 และอื่น ๆ คือ ฝ่ายขัดส่งสินค้า จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.30 ฝ่ายตรวจสอบคุณภาพสินค้าจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.30

ข้อเสนอแนะเรื่องรูปแบบการพัฒนาตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมจังหวัดบุรีรัมย์สู่ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 55 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นสามารถสรุปผลได้ดังนี้

1. ตลาดที่ใหญ่ที่สุดของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ขณะนี้คือตลาดผู้ซื้อต่างประเทศ อย่างไรก็ตามเมื่อคำนึงถึงความสะดวกในการสื่อสารและการดำเนินการด้านเอกสารส่งออกแล้วเห็นว่าควรเริ่มสร้างตลาดภายในประเทศก่อน ซึ่งมีความต้องการซื้อผ่านอินเตอร์เน็ตเช่นกัน แต่ยังขาดระบบการชำระเงินที่สะดวกและความเชื่อถือต่อเว็บไซต์

2. ในเบื้องต้นควรขอความช่วยเหลือจากหน่วยงานของภาครัฐก่อน เช่น กรมส่งเสริมการส่งออก กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม เมื่อสามารถพัฒนาตลาดในประเทศได้ระดับหนึ่งแล้วจึงขยายตลาดส่งออกในลักษณะค้าส่งเพราะจะต้องมีการควบคุมคุณภาพมาก

3. ผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมไทยนั้นมีเอกลักษณ์และความต้องการของตลาด แต่จะต้องสนับสนุนให้คนในประเทศนิยมก่อนโดยพยายามวางตำแหน่งของสินค้าตรงที่คนชั้นกลาง ซึ่งปัจจุบันซื้อเสื้อเชิ้ตใส่ทำงาน ให้เปลี่ยนรสนิยมมาสวมใส่เสื้อผ้าไหมซึ่งตัดเย็บในรูปทรงของนักธุรกิจและมีคุณภาพสูง

4. ควรผลิตผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมเพื่อทดสอบตลาดโดยให้มีลวดลายหลาย ๆ แบบ และสีสันที่แตกต่างกันเพื่อเป็นทางเลือกให้กับผู้ซื้อ

5. สร้างเครือข่ายการผลิตเพื่อรองรับการสั่งผลิตให้ทันเวลาตามความต้องการของผู้ค้าปลีกและผู้ค้าส่ง

6. วิเคราะห์ตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมจากกลุ่มเป้าหมายตลาดทั้งภายในประเทศและต่างประเทศโดยเฉพาะตลาดยุโรปที่ผู้ซื้อมีความต้องการมาก

7. ควรมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมทางสื่อต่าง ๆ เป็นประจำและอย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะทางเว็บไซต์ที่ได้รับความเชื่อถือ