บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาวิจัย เรื่อง รูปแบบการตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมจังหวัดบุรีรัมย์สู่ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ประกอบด้วยเนื้อหาเรียงตามลำดับดังนี้

1. ความมุ่งหมายของการวิจัย
2. วิธีดำเนินการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล
5. สรุปผลการวิจัย
6. อภิปรายผล
7. ข้อเสนอแนะ
   - 7.1 ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้
   - 7.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยต่อไป

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษารูปแบบการตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมของจังหวัดบุรีรัมย์สู่ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาธุรกิจผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมของจังหวัดบุรีรัมย์สู่ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยมีขั้นตอนดำเนินการดังนี้

1. ประชากร ที่ใช้ในการศึกษา แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม จำนวน 72 คน ได้แก่

1.1 เจ้าหน้าที่หน่วยงานราชการซึ่งเป็นคณะทำงานส่งเสริมการตลาด และคณะทำงานวิจัยพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ และเทคโนโลยี ตามโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์จังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 27 คน

1.2 ผู้ประกอบการร้านค้าผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมในจังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 24 คน

1.3 ผู้ประกอบธุรกิจผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หรือผู้เชี่ยวชาญด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่เข้าร่วมงานสัมมนา " อุตสาหกรรมสิ่งทอ เครื่องนุ่งห่ม ก้าวล้ำด้วย E-Commerce " ของศูนย์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 6 คน

1.4 ประธานกลุ่มผลิตผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์จังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 15 คน ในพื้นที่อำเภอนาโพธิ์ อำเภอพุทไธสง อำเภอสตึก อำเภอกระสัง อำเภอห้วยราช อำเภอบ้านกรวด กิ่งอำเภอแคนดง อำเภอนางรอง และอำเภอเฉลิมพระเกียรติ

2. กลุ่มตัวอย่าง ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบกำหนดจำนวน จำนวน 55 คน โดยแบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

2.1 เจ้าหน้าที่หน่วยงานราชการในจังหวัดบุรีรัมย์ ซึ่งเป็นคณะทำงานส่งเสริมการตลาดโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์จังหวัดบุรีรัมย์ ได้แก่ พาณิชย์จังหวัดหรือเจ้าหน้าที่ อุตสาหกรรมจังหวัดหรือเจ้าหน้าที่ พัฒนาการจังหวัดหรือเจ้าหน้าที่ เกษตรและสหกรณ์จังหวัดหรือเจ้าหน้าที่ เกษตรจังหวัดหรือเจ้าหน้าที่ หัวหน้าสำนักงานการค้าภายในจังหวัดหรือเจ้าหน้าที่ และผู้จัดการห้างทวีกิจพลาซ่าหรือเจ้าหน้าที่ จำนวน 7 คน คณะทำงานวิจัย พัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ และเทคโนโลยีโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์จังหวัดบุรีรัมย์ ได้แก่ ผู้อำนวยการศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 7 หรือเจ้าหน้าที่ ศึกษาธิการจังหวัดหรือเจ้าหน้าที่ หัวหน้าสำนักงานจังหวัดหรือเจ้าหน้าที่ แรงงานและสวัสดิการสังคมจังหวัดหรือเจ้าหน้าที่ ประธานสภาอุตสาหกรรมจังหวัดบุรีรัมย์ และประธานหอการค้าจังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 6 คน รวมจำนวน 13 คน

2.2 เจ้าหน้าที่หน่วยงานภาคเอกชนในจังหวัดบุรีรัมย์ ซึ่งเป็นผู้ประกอบการร้านค้าผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม จำนวน 24 คน

2.3 ผู้ประกอบธุรกิจผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หรือผู้เชี่ยวชาญด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่เข้าร่วมงานสัมมนา " อุตสาหกรรมสิ่งทอ เครื่องนุ่งห่ม ก้าวล้ำด้วย E-Commerce " ของศูนย์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 6 คน

2.4 ประธานกลุ่มผลิตผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมในพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์ โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์จังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 12 คน ในพื้นที่อำเภอนาโพธิ์ อำเภอพุทไธสง อำเภอสตึก อำเภอกระสัง อำเภอห้วยราช อำเภอบ้านกรวด กิ่งอำเภอแคนดง อำเภอนางรอง และอำเภอเฉลิมพระเกียรติ

3. เครื่องมือที่ใช้ในในการวิจัยคือแบบสอบถามเรื่อง รูปแบบการตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมจังหวัดบุรีรัมย์สู่ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ให้ข้อมูลและขององค์กร

ส่วนที่ 2 รูปแบบการตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมสู่ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ตามแบบสอบถามครอบคลุมตัวแปรด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาธุรกิจผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม ตามแบบสอบถามครอบคลุมตัวแปรด้านธุรกิจการผลิต ธุรกิจการตลาด และการบริหารการจัดการ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลที่มีความสัมพันธ์กับรูปแบบการตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมสู่ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยใช้แบบสอบถามซึ่งเป็นเครื่องมือที่ผู้วิจัยได้ดำเนินการออกสำรวจจัดเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 55 คน ซึ่งเป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เน้นการประมวลผลและการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพเป็นหลัก ซึ่งเป็นวิธีการวิเคราะห์ตามหลักตรรกศาสตร์เชิงเหตุผลประกอบกับการวิเคราะห์เชิงสถิติ อาศัยข้อมูลเชิงปริมาณสนับสนุนเพื่อให้การวิเคราะห์ข้อมูลมีน้ำหนักน่าเชื่อถือยิ่งขึ้น มีการดำเนินการออกสำรวจรวบรวมและจัดเก็บข้อมูลจากเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยซึ่งจัดเป็นหมวดหมู่ จากนั้นจึงตรวจสอบความถูกต้องก่อนนำมาวิเคราะห์เชิงเหตุผลประกอบกับทฤษฎี แนวคิดและหลักการที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบการตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมสู่ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาธุรกิจผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม สำหรับขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณาเป็นวิธีการทางสถิติที่ใช้ย่อข้อมูลต่าง ๆ เพื่ออธิบายปรากฏการณ์และตัวแปรต่าง ๆ เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นใช้ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ในการนี้ จัดเก็บรวบรวมข้อมูลจากเจ้าหน้าที่หน่วยงานราชการในจังหวัดบุรีรัมย์ ซึ่งเป็นคณะทำงานส่งเสริมการตลาด โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์จังหวัดบุรีรัมย์ หน่วยงานภาคเอกชนในจังหวัดบุรีรัมย์ซึ่งเป็นผู้ประกอบการร้านค้าผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม ผู้ประกอบธุรกิจผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์หรือผู้เชี่ยวชาญด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กลุ่มผลิตผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์จังหวัดบุรีรัมย์

สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ให้ข้อมูลและขององค์กร สรุปผลได้ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อาชีพหลักคือผู้ประกอบธุรกิจ ช่วงอายุระหว่าง 40- 59 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี ตำแหน่งงานในปัจจุบันคือเจ้าของกิจการ จำนวนของพนักงาน/สมาชิกในองค์กร/กลุ่ม น้อยกว่า 20 คน และประเภทของหน่วยงานคือร้านค้า

ส่วนที่ 2 ผลการศึกษาวิเคราะห์รูปแบบการตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมสู่ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ด้านผลิตภัณฑ์

2.1 การวางแผนเพื่อการพัฒนาผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คิดว่าต้องการพัฒนาเกี่ยวกับคุณภาพมากที่สุด รองลงไปคือการพัฒนาด้านรูปแบบของผลิตภัณฑ์ น้อยที่สุดคือการรับประกันสินค้า

2.2 การจัดระดับคุณภาพมาตรฐานการผลิตผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คิดว่า ต้องมีการจัดระดับคุณภาพมาตรฐานเกี่ยวกับเนื้อผ้าที่สม่ำเสมอมากที่สุด รองลงไปคือมีลวดลายสม่ำเสมอ น้อยที่สุดคือมีสีและลายที่หลากหลายรวมทั้งทันสมัย

2.3 การจัดเตรียมผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมเพื่อขาย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คิดว่า ต้องมีลวดลายให้ตรงกับความต้องการมากที่สุด รองลงไปคือมีสีสันให้ตรงกับความต้องการ น้อยที่สุดคือมีปริมาณการผลิตให้เพียงพอกับความต้องการ

2.4 การสร้างความต้องการผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คิดว่าต้องการรับประกันคุณภาพมากที่สุด รองลงไปคือรูปลักษณะของผลิตภัณฑ์ น้อยที่สุดคือการให้บริการหลังการขาย

สรุปสาระสำคัญด้านผลิตภัณฑ์ ต้องมีการวางแผนเพื่อการพัฒนาผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมเกี่ยวกับคุณภาพของเนื้อผ้าที่สม่ำเสมอ ลวดลาย สีสัน รูปแบบของผลิตภัณฑ์ รวมทั้งต้องมีการรับประกันคุณภาพด้วย เนื่องจากผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมมีราคาสูง การดูแลรักษายุ่งยาก ผู้ซื้อจึงต้องการสินค้าที่มีคุณภาพ มีลวดลายที่ทันสมัย สีสันสวยงาม หากพบว่าสินค้าที่สั่งซื้อมีความชำรุดบกพร่องสามารถที่จะเปลี่ยนสินค้าให้ใหม่ได้

ด้านราคา

2.5 การกำหนดราคาจำหน่ายผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คิดว่า ต้องมีการกำหนดราคาตามคุณภาพและความปราณีตของงานมากที่สุด รองลงไปคือคุณภาพของเส้นไหม น้อยที่สุดคือตามช่องทางการตลาดที่จำหน่าย

2.6 ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการพัฒนาตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมสู่ระบบพาณิชย์-อิเล็กทรอนิกส์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คิดว่า ต้องมีการให้ส่วนลดมากที่สุด รองลงไปคือ วิธีการชำระราคาค่าสินค้า น้อยที่สุดคือมีการต่อรองราคา

2.7 การตั้งราคาจำหน่ายผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คิดว่า ต้องกำหนดราคาให้ต่ำกว่าราคาตลาดแต่มีกำไรมากที่สุด รองลงไปคือกำหนดราคาตามราคาตลาด น้อยที่สุดคือกำหนดราคาสูงกว่าราคาตลาด

สรุปสาระสำคัญด้านราคา การกำหนดราคาผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม คือ คุณภาพของเส้นไหม ฝีมือและความปราณีตในการทอ รวมทั้งต้องมีการลดราคาให้กับผู้ซื้อโดยเป็นราคาที่ต่ำกว่าร้านค้าปกติ เนื่องจากผู้ซื้อผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จะมีการเปรียบเทียบราคาก่อนตัดสินใจสั่งซื้อ

ด้านการจัดจำหน่าย

2.8 ภาวะการค้าของตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมในปัจจุบัน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คิดว่า ตลาดในประเทศยังมีความต้องการมากที่สุด รองลงไปคือตลาดต่างประเทศมีลู่ทางจำหน่ายได้มากกว่า น้อยที่สุดคือตลาดในประเทศก่อนข้างแคบ

2.9 กลุ่มเป้าหมายที่สำคัญของตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คิดว่า กลุ่มเป้าหมายคือตลาดต่างประเทศมากที่สุด รองลงไปคือ ผู้บริโภคทั่วไป น้อยที่สุดคือภาคธุรกิจ

2.10 แหล่งจำหน่ายผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คิดว่าเป็นตลาดกรุงเทพฯ และตลาดต่างประเทศมากที่สุด รองลงไปคือตลาดในเมือง น้อยที่สุดคือสถานที่มีการอบรมสัมมนา สถานที่ท่องเที่ยว และศูนย์การค้า

2.11 ประสิทธิภาพการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการพัฒนาตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมสู่ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คิดว่า การขนส่งที่มีมาตรฐานรวดเร็วและเชื่อถือได้มากที่สุด รองลงไปคือความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์ น้อยที่สุดคือมาตรฐานของสินค้า

สรุปสาระสำคัญด้านการจัดจำหน่าย ภาวะการค้าของตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมทั้งตลาดภายในประเทศและต่างประเทศยังมีความต้องการอยู่มาก ส่วนกลุ่มลูกค้าเป้าหมายคือตลาดต่างประเทศและตลาดกรุงเทพฯ เนื่องจากกลุ่มลูกค้าเป้าหมายดังกล่าวมีรายได้ดีและมีกำลังซื้อสูง ต้องการซื้อผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมเพื่อนำไปใช้ในการแต่งกาย ใช้ตกแต่งบ้าน ส่วนการจัดจำหน่ายผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีประสิทธิภาพคือ การจัดส่งสินค้าที่รวดเร็วและเชื่อถือได้

ด้านการส่งเสริมการตลาด

2.12 วิธีการส่งเสริมตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คิดว่า การจัดทำเว็บไซต์เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมมากที่สุด รองลงไปคือ การจัดตั้งศูนย์แสดง/จำหน่ายผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม น้อยที่สุดคือการจัดงานประกวดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม

2.13 แนวโน้มความต้องการของตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมในอนาคต 3-5 ปี พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คิดว่า มีความต้องการเพิ่มขึ้นมากมากที่สุด รองลงไปคือเพิ่มขึ้นเล็กน้อย น้อยที่สุดคือลดลงกว่าเดิมเล็กน้อย

2.14 ปัญหาและอุปสรรคด้านเทคโนโลยีที่สำคัญของการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คิดว่า ยังขาดความรู้ความเข้าใจเรื่องเทคโนโลยีมากที่สุด รองลงไปคือขาดเครื่องมืออุปกรณ์และเทคโนโลยีที่ทันสมัย น้อยที่สุดคือขาดระเบียบกฎเกณฑ์ ข้อกฎหมาย ขาดระบบการชำระเงินที่สะดวก ขาดการรณรงค์สร้างความมั่นใจในการซื้อ ขาดองค์กรที่ทำหน้าที่ตรวจสอบ และผู้บริโภคไม่มีความพร้อมกับการใช้เทคโนโลยีในการซื้อสินค้า

2.15 การใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการจำหน่ายผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คิดว่าขายให้กับผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีก (B to B) มากที่สุด รองลงไปคือขายให้กับผู้บริโภคโดยตรง (B to C) น้อยที่สุดคือขายปลีกในลักษณะเครือข่าย

2.16 การจัดระบบการชำระเงินในการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คิดว่า การชำระเงินโดยใช้วิธีการโอนเงินผ่านบัญชีธนาคารมากที่สุด รองลงไปคือใช้ธนาณัติ ตั๋วแลกเงิน หรือบริการ พ.ง.ก. น้อยที่สุดคือใช้เช็คธนาคาร

สรุปสาระสำคัญด้านการส่งเสริมการตลาด ต้องมีการจัดทำเว็บไซต์เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมอย่างกว้างขวางเพื่อสนองตอบกับความต้องการใช้ผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมในอนาคต 3-5 ปี ส่วนการทำธุรกิจจำหน่ายผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ต้องเป็นรูปแบบ B to B โดยเป็นขายให้กับผู้ค้าปลีกและผู้ค้าส่ง และชำระเงินโดยการโอนเงินผ่านบัญชีธนาคาร ปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญของการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คือ ประชาชนขาดความรู้ความเข้าใจเรื่องเทคโนโลยี ส่งผลให้การทำธุรกิจผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ยังไม่เจริญก้าวหน้าเท่าที่ควร และยังไม่แพร่หลายอย่างทั่วถึง โดยมีเฉพาะในเขตจังหวัดใหญ่ ๆ ที่มีความพร้อมด้านระบบโทรคมนาคม มีเครื่องมือและอุปกรณ์การติดต่อสื่อสารที่ทันสมัย

ส่วนที่ 3 ผลการศึกษาวิเคราะห์ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาธุรกิจผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม

ด้านธุรกิจการผลิต

3.1 การออกแบบการผลิตผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คิดว่า ต้องมีการออกแบบการผลิตด้านลวดลายมากที่สุด รองลงไปคือด้านรูปแบบของผลิตภัณฑ์ น้อยที่สุดคือกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

3.2 การวางแผนการผลิตที่ควรดำเนินการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คิดว่าต้องมีการวางแผนการผลิตด้านการพัฒนาลวดลาย รองลงไปคือการพัฒนากระบวนการการผลิต น้อยที่สุดคือการสำรวจความต้องการของลูกค้า

3.3 สีย้อมผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คิดว่าต้องการสีย้อมธรรมชาติมากที่สุด รองลงไปคือสีเคมี

3.4 เส้นไหมที่ใช้ในการทอผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คิดว่าต้องการเส้นไหมจากการเลี้ยงไหมพื้นเมืองมากที่สุด รองลงไปคือเส้นไหมที่สาวด้วยมือ น้อยที่สุดคือเส้นไหมจากการเลี้ยงที่ปรับปรุงพันธุ์แล้ว

3.5 การจัดซื้อวัสดุเพื่อใช้ในการผลิต พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คิดว่า ต้องใช้วิธีการสำรวจราคาตามท้องตลาดมากที่สุด รองลงไปคือการทดสอบคุณภาพของวัสดุ น้อยที่สุดคือสำรวจตามใบสั่งซื้อของลูกค้า

3.6 การควบคุมวัสดุคงเหลือของการผลิตผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คิดว่าทำให้ต้นทุนการผลิตต่ำลงมากที่สุด รองลงไปคือช่วยป้องกันวัสดุสูญหายและเสื่อมสภาพ น้อยที่สุดคือช่วยวางแผนต่อการจัดซื้อวัสดุสำหรับการผลิตครั้งต่อไป

สรุปสาระสำคัญด้านธุรกิจการผลิต ต้องมีการออกแบบการผลิตด้านลวดลาย และรูปแบบผลิตภัณฑ์ มีการวางแผนการผลิตด้านการพัฒนาลวดลาย สีที่ใช้ย้อมเป็นสีที่ผลิตจากวัสดุธรรมชาติ เส้นไหมที่ใช้ในการทอผ้าต้องเป็นเส้นไหมจากการเลี้ยงไหมพื้นเมือง เนื่องจากตลาดต่างประเทศมีความต้องการวัสดุที่ผลิตมาจากธรรมชาติซึ่งไม่มีผลกระทบต่อการทำลายสภาพแวดล้อม การจัดซื้อวัสดุเพื่อใช้ในการผลิตใช้วิธีการสำรวจราคาตามท้องตลาด รวมทั้งต้องมีการควบคุมวัสดุคงเหลือเพื่อทำให้ ต้นทุนการผลิตต่ำลง

ด้านธุรกิจการตลาด

3.7 การวางแผนด้านการเงินของกลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คิดว่าต้องมีการวางแผนด้านการเงินจากการผลิตมากที่สุด รองลงไปคือจากการคาดคะเนค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน น้อยที่สุดคือจากความต้องการแรงงาน

3.8 การจัดหาแหล่งเงินทุนของกลุ่มผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คิดว่าต้องจัดหาแหล่งเงินทุนจากหุ้นของสมาชิกมากที่สุด รองลงไปคือจากธนาคารพาณิชย์ต่าง ๆ น้อยที่สุดคือจากหน่วยงานราชการที่ให้การสนับสนุนด้านอาชีพ และธนาคารหมู่บ้าน

3.9 การตรวจสอบทางการเงินของกลุ่มผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คิดว่าต้องมีการตรวจสอบ 1 ครั้ง/1 ปี มากที่สุด รองลงไปคือการตรวจสอบ 2 ครั้ง/1 ปี น้อยที่สุดคือการตรวจสอบทุกเดือน และไม่ควรมีการตรวจสอบ

3.10 การใช้นโยบายการจ่ายเงินปันผลให้แก่สมาชิกของกลุ่มผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คิดว่า ต้องมีการจ่ายเงินปันผลเป็นร้อยละของรายได้คงที่มากที่สุด รองลงไปคือจ่ายเงินในผลปกติในอัตราต่ำบวกกับเงินปันผลพิเศษ น้อยที่สุดคือจ่ายเงินปันผลจากรายได้คิดเป็นร้อยละตามข้อตกลงของกลุ่ม และควรเก็บไว้เป็นทุนสะสมของกลุ่มก่อน

3.11 การจัดส่งผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมที่สั่งซื้อผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คิดว่า ต้องใช้วิธีการจัดส่งโดยทางไปรษณีย์มากที่สุด รองลงไปคือการจัดส่งโดยบริษัทรับส่งเอกสารด่วน (Express Delivery) น้อยที่สุดคือการจัดส่งโดย ร.ส.พ.

สรุปสาระสำคัญด้านธุรกิจการตลาด ต้องมีการวางแผนด้านการเงินของธุรกิจจากกระบวนการการผลิต โดยการจัดหาแหล่งเงินทุนจากหุ้นของสมาชิก เนื่องจากการหมุนเวียนของระบบการเงินในการประกอบธุรกิจเป็นปัจจัยสำคัญของธุรกิจการตลาด ซึ่งกระบวนการการผลิตต้องระดมเงินทุนจากสมาชิกเพื่อนำมาจัดซื้อวัสดุต่าง ๆ สำหรับการผลิตสินค้าถ้าหากมีการผลิตสินค้ามากเกินไปไม่สอดคล้องกับการจำหน่ายก็จะทำให้ธุรกิจนั้นขาดเงินทุนหมุนเวียน นอกจากนี้ยังต้องมีการตรวจสอบทางการเงิน ปีละ 1 ครั้ง เพื่อเป็นการป้องกันการทุจริต การจ่ายเงินปันผลเป็นอัตราร้อยละของรายได้คงที่ให้กับสมาชิกเพื่อเป็นการสร้างขวัญและกำลังใจในการทำงาน การจัดส่งสินค้าใช้วิธีการจัดส่งโดยทางพัสดุไปรษณีย์ เนื่องจากว่าในทุกพื้นที่มีที่ทำการไปรษณีย์ให้บริการอย่างทั่วถึงซึ่งมีความสะดวกต่อการจัดส่งสินค้า มีค่าใช้จ่ายไม่สูงมากนักและใช้เวลาในการขนส่งสินค้าเป็นไปอย่างรวดเร็ว

ด้านการบริหารและการจัดการ

3.12 การควบคุมการบริหารงาน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คิดว่า ต้องให้สมาชิกทุกคนร่วมคิดร่วมทำร่วมกันตัดสินใจ รองลงไปคือมีการประชุมสม่ำเสมอปรึกษาหารือกันบ่อย ๆ น้อยที่สุดคือมีการสร้างแรงจูงใจให้สมาชิกแข่งขันกันสร้างผลงาน

3.13 การจัดกิจกรรม/การตั้งฝ่ายต่างๆ เพื่อบริหารงานภายในกลุ่ม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คิดว่า ต้องมีการฝึกอบรมทักษะด้านการผลิต/ด้านการตลาด มากที่สุด รองลงไปคือการ

วางแผนการผลิต น้อยที่สุดคือจัดในรูปแบบสหกรณ์

3.14 การตั้งฝ่ายต่างๆ เพื่อบริหารงานภายในกลุ่ม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คิดว่าต้องมีการตั้งฝ่ายผลิตมากที่สุด รองลงไปคือฝ่ายการตลาด น้อยที่สุดคือฝ่ายจัดส่งสินค้า และฝ่ายตรวจสอบคุณภาพสินค้า

สรุปสาระสำคัญด้านการบริหารและการจัดการ สมาชิกทุกคนต้องร่วมคิดร่วมทำร่วมกันตัดสินใจ เพื่อให้มีส่วนร่วมในการบริหารงาน เกิดความสามัคคีกลมเกลียวกัน มีความเสียสละและอุทิศตนให้กับการทำงาน นอกจากนี้ต้องมีการฝึกอบรมทักษะด้านการผลิตและการตลาดให้กับสมาชิกเพื่อเป็นการเพิ่มพูนความรู้ให้ทันกับวิทยาการใหม่ ๆ และนำมาใช้เกิดประโยชน์ต่อการทำงาน อีกทั้งต้องมีการตั้งฝ่ายผลิตเพื่อให้การผลิตสินค้าเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนหนึ่งมีข้อเสนอแนะรูปแบบการพัฒนาตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมสู่ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยรวบรวมจากผู้ตอบแบบสอบถามและคัดเลือกเป็นกลุ่มตัวอย่างเพื่อจัดเก็บข้อมูลจาก จำนวน 55 คน แสดงความคิดเห็นว่าการพัฒนาตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมสู่ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นหลักการที่ดีทำให้เพิ่มช่องทางการตลาด ช่วยให้ระบบการตลาดเปิดกว้างมากขึ้นสามารถครอบคลุมตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ ทั้งนี้ยังเป็นการเข้าถึงประชาชนผู้บริโภคในทุกระดับ แต่ก็มีปัญหาอุปสรรคบางประการ คือ ประชาชนและกลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมส่วนมากยังไม่มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อย่างเพียงพอสำหรับการประกอบธุรกิจซื้อขายสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต รวมทั้งระบบการติดต่อสื่อสารในบางพื้นที่ยังไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร ซึ่งบางครั้งก็มีการขัดข้อง มีความล่าช้าในการติดต่อสื่อสาร ส่งผลให้การเชื่อมโยงข้อมูลผ่านระบบอินเทอร์เน็ตต้องสะดุดหยุดลงหรือขาดช่วงไป

อภิปรายผล

ผลการศึกษาวิเคราะห์รูปแบบการพัฒนาตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมสู่ระบบพาณิชย์-อิเล็กทรอนิกส์ อภิปรายผลได้ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์

การวางแผนเพื่อพัฒนาผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมต้องมีการพัฒนาด้านคุณภาพและรูปแบบ ซึ่งสอดคล้องกับความคิดเห็นของศิริจรรยา เศรือวิริยะพันธ์ (2536 : 118-119) ที่กล่าวถึงสินค้าผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมต้องมีการปรับปรุงพัฒนาการผลิตและคุณภาพสินค้าอย่างสม่ำเสมอ การออกแบบต้องทันสมัยเหมาะสมกับแฟชั่นในฤดูกาลต่าง ๆ ตรงกับรสนิยมผู้บริโภคแต่ละกลุ่มแต่ละตลาด มีการจัดระดับคุณภาพมาตรฐานการผลิตผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมในด้านเนื้อผ้าและลวดลายต้องสม่ำเสมอ

การจัดเตรียมผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมเพื่อขาย ต้องมีลวดลายและสีสันให้ตรงกับความต้องการมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับความคิดเห็นของเมธา สุธีรโรจน์ (2540 : บทคัดย่อ) กล่าวถึงการวางแผนด้านกลยุทธ์การตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าไหมที่ผู้บริโภคชาวไทยและชาวต่างประเทศต้องการคือ ลวดลายและคุณภาพของเนื้อผ้า รวมทั้งสีสันของผ้าเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหม การสร้างความต้องการผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ต้องมีการรับประกันคุณภาพสินค้า และรูปลักษณะของสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับความคิดเห็นของรัติมา งามสง่า (2543 : 161) กล่าวถึงปัจจัยเรื่องข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบผลิตภัณฑ์ชัดเจนนำเสนอข้อมูลสินค้าใหม่ ๆ และมีรายละเอียดประกอบการตัดสินใจซื้อ รวมทั้งมีการรับประกันสินค้า

ด้านราคา

การกำหนดราคาจำหน่ายผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ใช้วิธีกำหนดราคาตามคุณภาพความประณีตของงานและคุณภาพของเส้นไหม ซึ่งสอดคล้องกับความคิดเห็นของเมธา สุธีรโรจน์ (2540 : บทคัดย่อ) ที่กล่าวถึงราคาจะแตกต่างกันขึ้นอยู่กับคุณภาพความประณีตของลวดลายที่ละเอียดและความยากง่ายในการทอ และยังสอดคล้องกับความคิดเห็นของศิริจรรยา เครือวิริยะพันธ์ (2536 : 120) ที่กล่าวถึงการเพิ่มมูลค่าให้ได้ผลตอบแทนที่คุ้มค่าจำเป็นต้องปรับปรุงสินค้าให้มีคุณภาพสูง นอกจากนี้ต้องมีการลดราคาให้กับผู้ซื้อโดยเป็นราคาที่ต่ำกว่าร้านค้าปกติ ซึ่งสอดคล้องกับความคิดเห็นของกิติคุณ พฤกษ์ยั่งยืน (2542 : 45) กล่าวถึงกลยุทธ์ทางด้านราคาโดยการตั้งราคาต่ำกว่าราคาในท้องตลาดเล็กน้อยเพื่อไม่ให้ราคามีความแตกต่างจากคู่แข่งขันมากนัก ซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคเห็นว่าสินค้านั้นมีราคาถูกกว่าก็จะให้ความสนใจพอสมควร

ด้านการจัดจำหน่าย

ภาวะการค้าของตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมในปัจจุบัน พบว่าตลาดภายในประเทศยังมีความต้องการอยู่มาก ส่วนกลุ่มเป้าหมายในการจำหน่ายผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมในระบบพาณิชย์-อิเล็กทรอนิกส์ กลุ่มเป้าหมายคือต่างประเทศ แหล่งจำหน่ายในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์คือตลาดกรุงเทพฯ ตลาดต่างประเทศ ซึ่งสอดคล้องกับความคิดเห็นของฝ่ายวิชาการธนาคารกสิกรไทย (2529 : 94-95) กล่าวถึงผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมของไทยส่วนใหญ่ประมาณร้อยละ 60 จัดจำหน่ายภายในประเทศเป็นตลาดในกรุงเทพฯ และแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ อีกทั้งยังสอดคล้องกับความคิดเห็นของกันดา จิตตั้งสมบูรณ์ (2543 : 12) ที่กล่าวถึงแนวโน้มการส่งออกผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมของไทยคาดว่าจะมีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น เพราะมีคุณภาพดีจึงได้รับความนิยมสูงจาก ผู้บริโภคในตลาดต่างประเทศ

ส่วนในด้านของประสิทธิภาพการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการพัฒนาตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมสู่ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ต้องการการขนส่งที่ได้มาตรฐานรวดเร็วและเชื่อถือได้ ซึ่งสอดคล้องกับความคิดเห็นของ รัติมา งามสง่า (2543 : 162) ที่กล่าวถึงเหตุผลที่ตัดสินใจซื้อ สินค้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ตเนื่องจากความสะดวกรวดเร็วและประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง

ด้านการส่งเสริมการตลาด

การส่งเสริมการตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมต้องจัดทำเว็บไซต์เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ซึ่งสอดคล้องกับความคิดเห็นของยิ่งทิพย์ พัฒนภิญญ์ (2544 : 63) กล่าวถึงวัตถุประสงค์หลักที่สำคัญในการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ และยังสอดคล้องกับความคิดเห็นของฉัททวุฒิ พืชผล (อ้างถึงในสุรยุทธ กอบกิจพานิชผล 2544 : 8) กล่าวถึงกระบวนการของพาณิชย์-อิเล็กทรอนิกส์เป็นขั้นตอนที่หนึ่งของการโฆษณาเผยแพร่ให้ลูกค้ารู้จักสินค้า ข้อมูลเกี่ยวกับคุณสมบัติต่างๆ ของสินค้า ความต้องการของตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมในอนาคต 3-5 ปี มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นมาก ซึ่งสอดคล้องกับความคิดเห็นของสำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ (2545 : 19) ที่กล่าวถึงประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นตลาดหลักของไทยที่จะเปิดเสรีสินค้าประเภทสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม ภายใต้ข้อตกลงทางการค้ากับ WTO ที่จะมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2548 เป็นต้นไป ส่วนปัญหาและอุปสรรคด้านเทคโนโลยีที่สำคัญของการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทยก็คือยังขาดความรู้ความเข้าใจเรื่องเทคโนโลยี ซึ่งสอดคล้องกับความคิดเห็นของไชมานัส พลอยดี (2540 : 104) กล่าวถึงระดับเทคโนโลยีที่ชุมชนมีอยู่โดยปกติแล้วในระดับชุมชนมักเป็นไปโดยอาศัยเทคโนโลยีอย่างง่ายไม่สลับซับซ้อน การใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการจำหน่ายผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมเพื่อขายให้กับผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีก (B to B) ซึ่งสอดคล้องกับความคิดเห็นของพิศักดิ์ จิตวิริยะวศิน (2543 : 46) กล่าวถึงการจำหน่ายตรงไปยังผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีก (B to B) และยังสอดคล้องกับความคิดเห็นของ Chaffey , D. (2002 : 35) กล่าวถึงการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบ B to B มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ จนถึงศตวรรษที่ 2002 เนื่องจากว่าบางประเทศมีการใช้อินเทอร์เน็ตต่ำและเป็นการลดภาระด้านการจัดการให้น้อยลงรวมทั้งเพื่อดูแนวโน้มตลาดก่อน ส่วนการจัดการด้านการชำระค่าสินค้าผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ใช้วิธีการโอนเงินผ่านบัญชีธนาคาร ซึ่งขัดแย้งกับความคิดเห็นของฉัททวุฒิ พืชผล (อ้างถึงในสุรยุทธ กอบกิจพานิชผล 2544 : 8) กล่าวถึงกระบวนการของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นขั้นตอนที่สองการรับชำระเงินจะทำโดยผ่านบัตรเครดิต หรือระบบการร้านชำระเงินอื่น ๆ ที่มีการคิดค้นขึ้นมาอีกหลาย ๆ อย่างสำหรับการซื้อขายผ่านระบบที่เป็นอิเล็กทรอนิกส์โดยเฉพาะ

ผลการศึกษาวิเคราะห์ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาธุรกิจผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม อภิปรายผลได้ดังนี้

ด้านธุรกิจการผลิต

การออกแบบและวางแผนการผลิตผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมต้องมีการออกแบบและวางแผนการผลิตด้านลวดลาย การวางแผนการผลิตที่ต้องดำเนินการต้องมีการพัฒนาลวดลาย สีย้อมผ้าที่ใช้เป็นสีย้อมธรรมชาติ เส้นไหมที่ใช้เป็นเส้นไหมจากการเลี้ยงไหมพื้นเมือง การจัดซื้อวัสดุเพื่อใช้ในการผลิตใช้วิธีการสำรวจราคาตามท้องตลาด การควบคุมวัสดุคงเหลือในการผลิตทำให้ต้นทุนการผลิตต่ำลง ซึ่งสอดคล้องกับความคิดเห็นของฝ่ายวิชาการธนาคารกสิกรไทย (2529 : 103) กล่าวถึงผ้าไหมไทยมีความสวยงามเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวต่างจากผ้าไหมของประเทศอื่น มีช่องทางที่จะขยายตัวได้อีกหากมีการส่งเสริมการตลาดในรูปแบบที่เหมาะสมกับลักษณะสินค้า และสอดคล้องกับความคิดเห็นของสุชาติ ศุภมงคล (2543 : 22-23) กล่าวถึงกิจการต้องการใช้วัสดุอะไรบ้างต้องพิจารณาว่าจะจัดหาได้จากแหล่งใดบ้าง หรืออาจจะซื้อวัตถุดิบมาผลิตเองโดยไม่ต้องพึ่งผู้ผลิตรายอื่น ๆ สำหรับการตลาดการควบคุมวัสดุคงเหลือนั้น ถ้ามีวัสดุคงเหลือมากเกินความต้องการจะทำให้สิ้นเปลืองเงินลงทุน และมีโอกาสที่วัสดุจะเสื่อมสภาพชำรุดเสียหายได้ง่าย

ด้านธุรกิจการตลาด

การวางแผนด้านการเงินของกลุ่มใช้วิธีการวางแผนจากการผลิต การจัดหาแหล่งเงินทุนของกลุ่มมาจากหุ้นของสมาชิก การตรวจสอบทางการเงินต้องตรวจสอบ 1 ครั้ง / 1 ปี การจ่ายเงินปันผลให้แก่สมาชิกกลุ่มต้องจ่ายเงินปันผลเป็นร้อยละของรายได้คงที่ ซึ่งสอดคล้องกับความคิดเห็นของไชมานิส พลอยดี (2540 : 105) กล่าวถึงการวางแผนทำการผลิต ชุมชนชุมชนต้องทำการศึกษาถึงงบประมาณที่จะใช้ในโครงการมีความมั่นใจในแหล่งที่มาของเงินทุนนั้นมากพอ และยังสอดคล้องกับความคิดเห็นของสุภาพร พรหมนิยม (2543 : 125-126) กล่าวถึงปัจจัยด้านการเงินต้องมีเงินทุนหมุนเวียนอย่างพอเพียง ทำให้กลุ่มสามารถดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจได้อย่างต่อเนื่องไม่ติดขัด ส่งผลดีต่อการบริหารงานในด้านต่าง ๆ การมีระบบการตรวจสอบทางการเงินที่ดีสามารถทำให้ทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีการกระจายผลประโยชน์สู่สมาชิกได้รับผลประโยชน์โดยเสมอภาคเท่าเทียมกันและเป็นไปอย่างต่อเนื่อง

ด้านการบริหารและการจัดการ

การควบคุมการบริหารงานสมาชิกทุกคนต้องร่วมคิดร่วมทำร่วมกันตัดสินใจ ส่วนการจัด

กิจกรรมของกลุ่มต้องมีการฝึกอบรมทักษะด้านการผลิต / การตลาด การตั้งฝ่ายต่าง ๆ เพื่อบริหารงานภายในกลุ่มเป็นฝ่ายผลิต ฝ่ายการตลาด งสอดคล้องกับความคิดเห็นของสุภาพร พรหมนิยม (2543 : 126) กล่าวถึงปัจจัยด้านการบริหารจัดการเกี่ยวกับความเสมอภาคระหว่างสมาชิกมีโอกาสที่จะเข้ามาเป็นกรรมการบริหารภายในกลุ่มโดยผ่านการคัดเลือกจากสมาชิกกลุ่ม อีกทั้งมีโอกาสเข้าร่วมกิจกรรมที่สำคัญ เช่น การฝึกอบรมเพื่อพัฒนาเทคนิคการทอ สำหรับการควบคุมภายในโดยการแบ่งแยกงานและมีการกระจายหน้าที่กันทำไม่เกิดการรวบอำนาจของใครคนใดคนหนึ่ง ซึ่งเป็นหลักประกันว่าจะไม่ถูกเอารัดเอาเปรียบจากสมาชิกคนอื่น ๆ

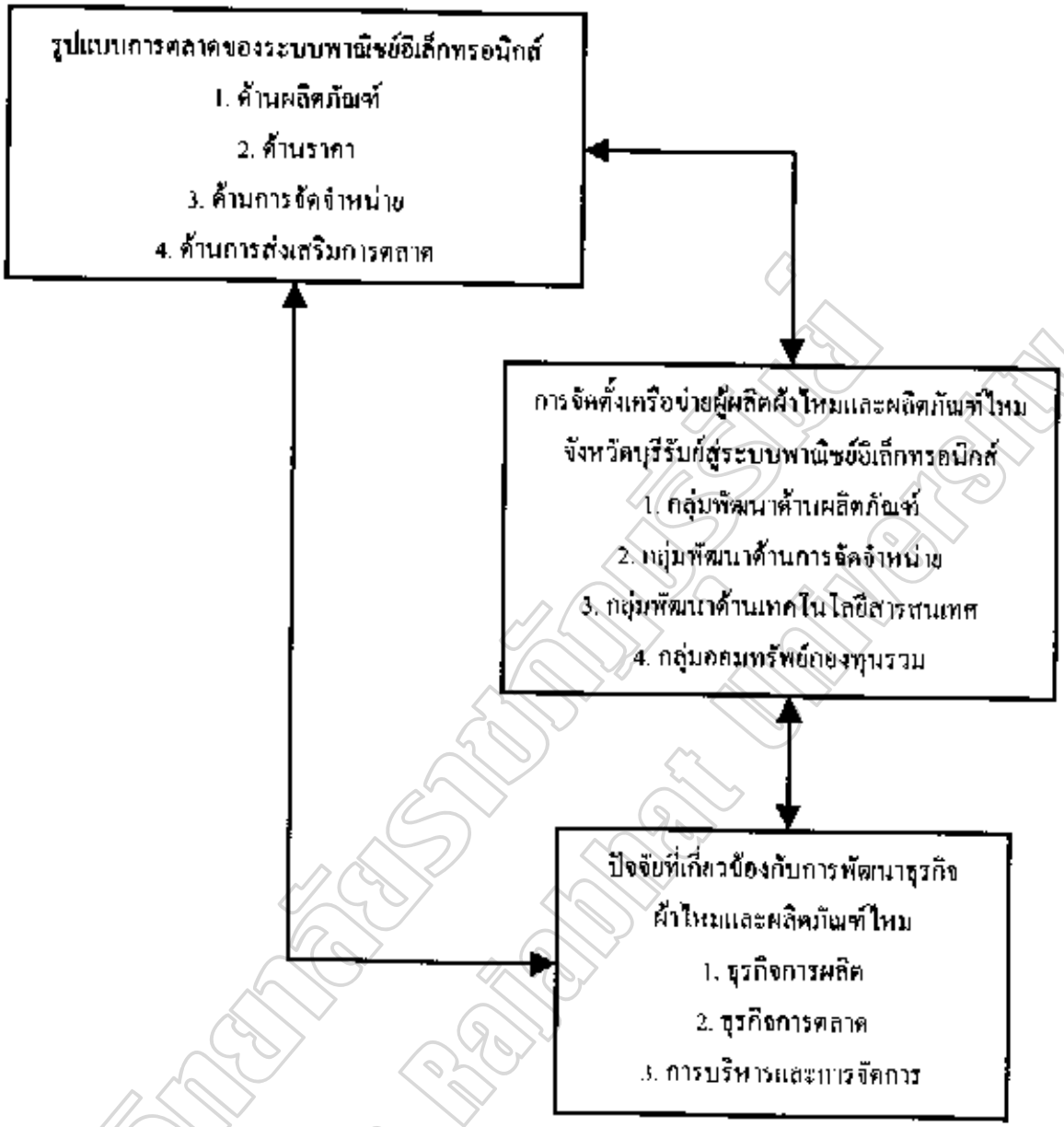
ประการที่หนึ่ง จากการศึกษาวิเคราะห์รูปแบบการพัฒนาตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมสู่ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ผู้วิจัยพบว่ากลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมของจังหวัดบุรีรัมย์ส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องการทอผ้าเป็นอย่างดีแล้ว แต่ว่ายังขาดความรู้ในเรื่องที่สำคัญบางอย่าง เช่น การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การออกแบบลวดลายที่ทันสมัยเหมาะสมกับแฟชั่นในแต่ละฤดูกาล เทคโนโลยีสารสนเทศเกี่ยวกับการใช้อินเทอร์เน็ตในการโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้า ซึ่งมีผลต่อพัฒนาการที่จะก้าวสู่การใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับการประกอบธุรกิจในโอกาสต่อไป นอกจากนี้ยังพบว่าขาดเงินทุนหมุนเวียนในการจัดซื้อวัสดุสำหรับใช้ทอผ้า เนื่องจากสมาชิกของกลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมส่วนใหญ่ประกอบอาชีพทำนามีรายได้ไม่สูงมากนัก ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีแนวความคิดว่าควรที่จะสร้างเครือข่ายชุมชนผู้ผลิตผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมของจังหวัดบุรีรัมย์สู่ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งประกอบด้วยหน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาคเอกชน และกลุ่มทอผ้าไหมที่มีความเข้มแข็งเป็นอย่างดีแล้ว มาให้ความช่วยเหลือโดยเป็นที่ปรึกษา ส่งเสริมสนับสนุนปัจจัยด้านต่าง ๆ ที่มีผลเกื้อหนุนต่อความสำเร็จ อีกทั้งยังเป็นการพัฒนาบุคลากรสมาชิกของกลุ่มเหล่านี้ให้เกิดกระบวนการเรียนรู้มีทักษะในการทำงาน และมีความรู้ใหม่ ๆ เพิ่มขึ้น ซึ่งเครือข่ายดังกล่าวนั้นควรประกอบด้วยกลุ่มต่าง ๆ ดังนี้

1. กลุ่มพัฒนาด้านผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วยหน่วยงานศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 7 เป็นหน่วยงานหลัก และสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดเป็นหน่วยงานสนับสนุน

2. กลุ่มพัฒนาด้านการจัดจำหน่าย ประกอบด้วยหน่วยงานสำนักงานพาณิชย์จังหวัดเป็นหน่วยงานหลัก และสำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้าจังหวัดเป็นหน่วยงานสนับสนุน

3. กลุ่มพัฒนาด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ประกอบด้วยหน่วยงานศูนย์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นหน่วยงานหลัก และศูนย์พัฒนาชนบทผสมผสานนางรองเป็นหน่วยงานสนับสนุน

4. กลุ่มออมทรัพย์กองทุนรวม ประกอบด้วยหน่วยงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรเป็นหน่วยงานหลัก และสำนักงานสหกรณ์จังหวัดเป็นหน่วยงานสนับสนุน



ภาพประกอบที่ 13 กรอบแนวคิดการจัดตั้งเครือข่ายผู้ผลิตผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมจังหวัดบุรีรัมย์สู่ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

1.1 ควรพัฒนาสาธารณูปการด้านการสื่อสารโทรคมนาคม ระบบสารสนเทศให้ทั่วถึงในทุกพื้นที่ เพื่อให้กลุ่มผู้ผลิตบางกลุ่มที่อยู่ในชนบทห่างไกลจากตัวเมืองจะได้รับทราบข้อมูลข่าวสาร

ที่ทันสมัยและทั่วถึง โดยเฉพาะสื่ออินเทอร์เน็ตสามารถนำมาใช้กับงานกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งจะเป็นช่องทางการตลาดในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ และการจำหน่ายสินค้าทั้งภายในประเทศและต่างประเทศในโอกาสต่อไปได้

1.2 ควรประชาสัมพันธ์ให้คนไทยรู้จักการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการซื้อสินค้าหรือผู้ที่ซื้อสินค้าจากต่างประเทศผ่านเว็บไซต์อยู่แล้วให้หันมานิยมซื้อสินค้าที่ผลิตภายในประเทศ และจากเว็บไซต์ภายในประเทศแทน เพื่อเป็นการทำให้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของไทยขยายตัวมากขึ้นทัดเทียมกับต่างประเทศ

1.3 ควรรณรงค์ให้ประชาชนทั่วไปที่นิยมแต่งกายโดยใช้สินค้าต่างประเทศ ซึ่งยึดติดกับสินค้าที่มีแบรนด์เนมดัง ๆ เปลี่ยนมานิยมแต่งกายโดยใช้สินค้าที่ผลิตภายในประเทศแทน โดยเฉพาะชุดแต่งกายที่ตัดเย็บด้วยผ้าไหมไทย ซึ่งพวกเราคนไทยควรมีไว้ใส่อย่างน้อยคนละชุดเป็นการส่งเสริมความเป็นเอกลักษณ์ของชาติไทย

1.4 ควรพัฒนาบุคลากรในองค์กรให้มีความรู้ความสามารถด้านเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะผู้นำองค์กรควรจะต้องเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลงและเพิ่มพูนความรู้ให้แก่สมาชิกในองค์กร เนื่องจากการก้าวกระโดดของเทคโนโลยีในปัจจุบันเป็นไปอย่างรวดเร็วมาก

1.5 ควรสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนโดยใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการซื้อขายสินค้า เพื่อเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจ และเป็นการส่งเสริมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้แพร่หลายมากขึ้น อีกทั้งเป็นการแลกเปลี่ยนความรู้ความเข้าใจ ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ระหว่างกันด้วย

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยต่อไป

2.1 ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม ศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้บริโภคด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ชนิดของผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมรวมทั้งรูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ เพื่อประโยชน์ในการวิเคราะห์ตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมทั้งในประเทศและต่างประเทศ

2.2 ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการประกอบธุรกิจผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม โดยศึกษาเกี่ยวกับความพร้อมของระบบสาธารณูปโภคในด้านเทคโนโลยีโทรคมนาคม การบริหารการจัดการ บุคลากร และงบประมาณ เพื่อประโยชน์ในการวิเคราะห์ผลตอบแทน ความคุ้มค่าของการลงทุนในการประกอบธุรกิจ