บทที่ 3
วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล
5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากร คือ กลุ่มหัตกรรมพื้นบ้านบ้านหนองครอบหมู่ที่ 5 ตำบลสองชั้น อำเภอกระสัง จังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 150 คน

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ กลุ่มหัตกรรมพื้นบ้าน บ้านหนองครอบ หมู่ที่ 5 ตำบลสองชั้น อำเภอกระสัง จังหวัดบุรีรัมย์ ซึ่งได้มาจากการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) แบ่งเป็นคณะกรรมการ จำนวน 19 คน และสมาชิกกลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้าน บ้านหนองครอบ จำนวน 131 คน

เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล

1. ลักษณะของเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ ใช้แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นโดยศึกษาตามความเข้าใจและความต้องการระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อสอบถามคณะกรรมการและสมาชิกกลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้านบ้านหนองครอบ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความต้องการระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับรูปแบบระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ตอนที่ 4 แบบสอบถามปลายเปิดเพื่อให้ผู้ตอบได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการนำเสนอสินค้าด้วยระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

2. ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

ในการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามลำดับขั้นตอน ดังนี้

2.1 ศึกษาเอกสาร ตำรา และรายงานการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

2.2 ศึกษาวิธีการสร้างเครื่องมือสำหรับการเก็บข้อมูลจากเอกสารและตำราที่เกี่ยวกับหลักการและวิธีการสร้างแบบสอบถาม

2.3 กำหนดขอบข่ายของข้อคำถามที่สร้างตามกรอบแนวคิดของการศึกษาค้นคว้าจากความเข้าใจและความต้องการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ รูปแบบระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของสินค้าหัตถกรรม

การสร้างและหาคุณภาพของเครื่องมือ ในการสร้างและหาคุณภาพของเครื่องมือในการศึกษาวิจัยมีขั้นตอนดำเนินการดังต่อไปนี้

1. ศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ตำรา และเอกสารเกี่ยวกับการสร้างเครื่องมือ

2. ศึกษาเครื่องมือจากความเข้าใจและความต้องการระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และรูปแบบระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของสินค้าหัตถกรรมเพื่อนำมาสร้างเครื่องมือ

3. นำข้อมูลจากการศึกษามาสร้างแบบสอบถาม ปรับให้ตรงกับวัตถุประสงค์การวิจัย

4. นำแบบสอบถามเสนอคณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ซึ่งเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบความถูกต้องและให้ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงแก้ไข

5. นำแบบสอบถามมาปรับปรุง แก้ไข ตามข้อเสนอแนะของคณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์

6. นำแบบสอบถามเสนอคณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและความครอบคลุมวัตถุประสงค์การวิจัย

7. นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบจากคณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ไปตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) และทดลองใช้ (Try Out) กับผู้ผลิตหัตถกรรมพื้นบ้านบ้านหนองครอบที่ไม่ได้เป็นสมาชิก จำนวน 15 คน และตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยวิธีใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient Alpha) ของ Cronbach (ประสิทธิ์ สุวรรณรักษ์. 2541 : 261) ถ้าผลปรากฏว่าแบบสอบถามมีค่า ความเชื่อมั่น 0.9674 ซึ่งมีค่าความเชื่อมั่นสูงสามารถนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการศึกษาวิจัยได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการทำงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยดำเนินการดังนี้

1. ส่งหนังสือราชการจากสถาบันราชภัฏบุรีรัมย์ เพื่อขอความร่วมมือในการเก็บข้อมูล

2. นำแบบสอบถามไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างเพื่อเก็บข้อมูลด้วยตนเองจากการนัดหมาย วัน เวลา โดยเก็บข้อมูลในระหว่างเดือน เมษายน-พฤษภาคม 2546

3. นำแบบสอบถามที่ได้มาตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูล แล้วนำไปวิเคราะห์

จัดกระทำข้อมูล

เมื่อดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเรียบร้อยแล้ว จัดกระทำข้อมูลดังต่อไปนี้

1. ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามแต่ละฉบับและใส่รหัส

2. จัดแยกแบบสอบถามเป็นกลุ่มตามประเภทของตัวแปร

นำข้อมูลที่ได้มาประมวลผลด้วยคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows นำเสนอในรูปตารางและพรรณนาความ

การวิเคราะห์ข้อมูล

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาวิจัย ได้แก่

1. ตัวแปรอิสระ

1.1 ลักษณะประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพหลัก ประสบการณ์ในการผลิต สถานภาพในกลุ่มหัตถกรรม รายได้ รายได้จากการผลิตหัตถกรรม

1.2 ลักษณะกลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้านบ้านหนองครอบ ได้แก่ การดำเนินการ การบริหารงาน การจัดการกลุ่ม การผลิตสินค้า

1.3 ความรู้และการใช้อินเตอร์เน็ต

1.4 ความรู้และการใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

1.5 ความต้องการนำเสนอสินค้าด้วยระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ ความต้องการนำเสนอสินค้า ความต้องการวิธีการสั่งซื้อสินค้า ความต้องการวิธีการส่งสินค้า และความต้องการวิธีการรับชำระเงิน

วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้คอมพิวเตอร์ โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for ตามลำดับขั้นตอนต่อไปนี้

1. คำนวณหาค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม ความต้องการระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และลักษณะการดำเนินงานเพื่อศึกษารูปแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่เหมาะสมสำหรับนำเสนอสินค้าของชุมชน

2. คำนวณหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อทราบระดับความต้องการด้านต่างๆ โดยรวม

3. เกณฑ์ในการกำหนดค่าความต้องการของแบบสอบถาม วิเคราะห์จากการแปลผลค่าเฉลี่ยของระดับความต้องการ โดยใช้เกณฑ์ตามช่วงของค่าเฉลี่ยที่กำหนดดังนี้ (Best. 1981 : 147 อ้างถึงใน กาญจนา วิธนสุนทร : 99)

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 4.50 – 5.00 หมายถึง ระดับความต้องการมากที่สุด
ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 3.50 – 4.49 หมายถึง ระดับความต้องการมาก
ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 2.50 – 3.49 หมายถึง ระดับความต้องการปานกลาง
ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 1.50 – 2.49 หมายถึง ระดับความต้องการน้อย
ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 0.00 – 1.49 หมายถึง ระดับความต้องการน้อยที่สุด

โดยเทียบเป็นค่าร้อยละ ได้ดังนี้

ค่าร้อยละตั้งแต่ 90.00 – 100.00 หมายถึง ระดับความต้องการมากที่สุด
ค่าร้อยละตั้งแต่ 70.00 89.80 หมายถึง ระดับความต้องการมาก
ค่าร้อยละตั้งแต่ 50.00 – 69.80 หมายถึง ระดับความต้องการปานกลาง
ค่าร้อยละตั้งแต่ 30.00 – 49.80 หมายถึง ระดับความต้องการน้อย
ค่าร้อยละตั้งแต่ 0.00 – 29.80 หมายถึง ระดับความต้องการน้อยที่สุด

2. ตัวแปรตาม

รูปแบบที่เหมาะสมในการนำเสนอสินค้าของชุมชนด้วยระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้คอมพิวเตอร์ โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows โดยคำนวณหาค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อทราบรูปแบบการดำเนินงานและศึกษารูปแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่เหมาะสมสำหรับนำเสนอสินค้าของชุมชน

4. ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม เสนอการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

บทที่ 4
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาเพื่อให้ทราบถึงความต้องการในการใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อนำเสนอสินค้าของชุมชนของกลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้านบ้านหนองครอบ ตำบลสองชั้น อำเภอกระสัง จังหวัดบุรีรัมย์ และรูปแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่เหมาะสมในการนำสินค้าของชุมชนออกสู่ตลาดด้วยระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งผู้วิจัยจะนำเสนอตามลำดับดังนี้

1. สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล
2. การวิเคราะห์ข้อมูล
3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

N	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
$\overline{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ย (Mean)
S.D.	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้แบ่งการศึกษาออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 สภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ความต้องการในการใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อนำเสนอสินค้าของชุมชน

ตอนที่ 3 รูปแบบของระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่เหมาะสมสำหรับสินค้าของชุมชน

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ Buriram Rajabhat University

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 สภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูลสภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามนั้น ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นตารางแจกแจงความถี่และระบุค่าตัวแปรแต่ละตัวในรูปแบบของร้อยละดัง ปรากฏในตารางต่อไปนี้

ตาราง 3 จำนวน ร้อยละเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
กลุ่มตัวอย่าง	150	100.00
1. เพศ		
1.1 ชาย	89	59.33
1.2 หญิง	61	40.67
2. อายุ		
2.1 36 – 45 ปี	72	48.00
2.2 ต่ำกว่า 25 ปี	38	25.33
2.3 26 – 35 ปี	24	16.00
2.4 45 ปีขึ้นไป	16	10.67
3. การศึกษา		
3.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี	139	92.67
3.1 มัธยมศึกษาตอนต้น	60	40.00
3.2 ประถมศึกษา	47	31.33
3.3 มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	31	20.67
3.4 ปวส./อนุปริญญา	1	0.67
3.2 ปริญญาตรี	10	6.67
3.3 อื่นๆ (กำลังศึกษา)	1	0.67

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี Dhonburi Rajabhat University

ตาราง 3 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
4. อาชีพหลัก		
4.1 เกษตรกร	113	75.33
4.2 รับจ้าง	18	12.00
4.3 ค้าขาย	9	6.00
4.4 ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	6	4.00
4.5 ผลิตหัตถกรรม	3	2.00
4.6 อื่นๆ (นักศึกษา)	1	0.67
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือนทั้งหมด		
5.1 ต่ำกว่า 1,000 บาท	88	58.67
5.2 3,001 – 5,000 บาท	34	22.67
5.3 1,000 – 3,000 บาท	15	10.00
5.4 5,001 – 7,000 บาท	7	4.67
5.5 มากกว่า 7,0001 ขึ้นไป	6	4.00
6. รายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากไม้ต่อเดือน		
6.1 ต่ำกว่า 1,000 บาท	86	57.33
6.2 3,001 – 5,000 บาท	28	18.67
6.3 1,000 – 3,000 บาท	25	16.67
6.4 5,001 – 7,000 บาท	9	6.00
6.5 มากกว่า 7,0001 ขึ้นไป	2	1.33
7. สถานภาพในกลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้านบ้านหนองครอบ		
7.1 สมาชิก	131	87.33
7.2 คณะกรรมการ	19	12.67

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ Buriram Rajabhat University

ตาราง 3 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
8. ระยะเวลาที่เข้าเป็นสมาชิกกลุ่มหัตถกรรม		
8.1 ไม่เกิน 1 ปี	94	62.67
8.2 1 – 2 ปี	32	21.33
8.3 มากกว่า 3 ปี	14	9.33
8.4 มากกว่า 2 - 3 ปี	10	6.67
9. ระยะเวลาที่เข้าร่วมผลิตผลิตภัณฑ์จากไม้		
9.1 ไม่เกิน 1 ปี	95	63.33
9.2 1 – 3 ปี	47	31.33
9.3 4 – 6 ปี	4	2.67
9.4 มากกว่า 6 ปีขึ้นไป	4	2.67
10. ประสบการณ์ในการใช้คอมพิวเตอร์		
10.1 ไม่เคยใช้	111	74.00
10.2 เคยใช้ มากกว่า 20 ครั้ง	18	12.00
10.3 เคยใช้ 5 – 10 ครั้ง	11	7.33
10.4 เคยใช้ น้อยกว่า 5 ครั้ง	5	3.33
10.5 เคยใช้ 10 – 20 ครั้ง	5	3.33
11. ความรู้เกี่ยวกับคอมพิวเตอร์		
11.1 ไม่มีความรู้เลย	114	76.00
11.2 มีความรู้ความสามารถใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ได้	25	16.67
11.3 มีความรู้ความสามารถใช้โปรแกรมและเพิ่มโปรแกรมที่ต้องการใช้ได้	9	6.00
11.4 มีความรู้ความสามารถใช้โปรแกรม เพิ่มโปรแกรม และซ่อมเครื่องคอมพิวเตอร์ได้	2	1.33

มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี Rambhai Barni Rajabhat University

ตาราง 3 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
12. ประสบการณ์ในการใช้อินเตอร์เน็ต		
12.1 ไม่เคยใช้	113	88.67
12.2 เคยใช้น้อยกว่า 5 ครั้ง	2	1.33
12.3 เคยใช้ 5 – 10 ครั้ง	13	8.67
12.4 เคยใช้ 10 – 20 ครั้ง	2	1.33
13. ความรู้เกี่ยวกับอินเตอร์เน็ต		
13.1 ไม่มีความรู้เลย	133	88.67
13.2 มีความรู้ความสามารถใช้อินเตอร์เน็ตค้นหาข้อมูลได้บ้าง	8	5.33
13.3 มีความรู้ความสามารถใช้อินเตอร์เน็ตค้นหาข้อมูลได้	6	4.00
13.4 มีความรู้ความสามารถใช้อินเตอร์เน็ตในการค้นหาข้อมูลได้และใช้โปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์	2	1.33
13.5 มีความรู้ความสามารถใช้โปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์และบริการอื่นๆ บนอินเตอร์เน็ตได้	1	0.67
14. ประสบการณ์การซื้อสินค้าผ่านระบบอินเตอร์เน็ต		
14.1 ไม่เคยใช้	148	98.67
14.2 เคยใช้น้อยกว่า 5 ครั้ง	1	0.67
14.3 เคยใช้ 5 – 10 ครั้ง	1	0.67
15. ประสบการณ์การขายสินค้าผ่านระบบอินเตอร์เน็ต		
15.1 ไม่เคยใช้	149	99.33
15.2 เคยใช้น้อยกว่า 5 ครั้ง	1	0.67
16. ความรู้เกี่ยวกับการซื้อ-ขาย สินค้าผ่านระบบอินเตอร์เน็ต		
16.1 ไม่มีความรู้เลย	147	98.00
16.2 มีความรู้และเคยใช้ในการสั่งซื้อสินค้าผ่านระบบอินเตอร์เน็ต	1	0.67
16.3 มีความรู้และเคยใช้ในการขายสินค้าผ่านระบบอินเตอร์เน็ต	1	0.67
16.4 มีความรู้และเคยใช้ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าผ่านระบบอินเตอร์เน็ต	1	0.67

มหาวิทยาลัยบูรพา Burapha University

ตาราง 3 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
17. เหตุจูงใจที่นำไปสู่ความต้องการซื้อขายสินค้าผ่านระบบอินเตอร์เน็ต		
17.1 ต้องการเพิ่มช่องทางในการจำหน่าย	82	54.67
17.2 ต้องการเพิ่มรายได้	32	21.33
17.3 ต้องการขยายตลาดให้กว้างขึ้น	26	17.33
17.4 ต้องการโฆษณาประชาสัมพันธ์กลุ่มและสินค้า	10	6.67

จากตาราง 3 ผลการศึกษาวิจัยอธิบายได้ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 150 คน ซึ่งส่วนใหญ่เป็น เพศชาย จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 59.33 และเพศหญิง จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 40.67

ช่วงอายุ ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 36 – 45 ปี (ร้อยละ 48.00) รองลงมาอยู่ในช่วงอายุต่ำกว่า 25 ปี (ร้อยละ 25.33) อายุระว่าง 26 – 35 ปี (ร้อยละ 16.00) และอายุ 46 ปี ขึ้นไป (ร้อยละ 10.67) ตามลำดับ

ระดับการศึกษา ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี (ร้อยละ 92.67) แยกเป็น ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น (ร้อยละ 40.00) ระดับประถมศึกษา (ร้อยละ 31.33) ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ร้อยละ 20.67) รองลงมาได้แก่ ระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 6.67) ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง/อนุปริญญา (ร้อยละ 0.67) และกำลังศึกษา 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.7 ตามลำดับ

อาชีพหลัก ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกร (ร้อยละ 75.33) รองลงมาได้แก่ อาชีพรับจ้าง (ร้อยละ 12.00) อาชีพค้าขาย (ร้อยละ 6.00) อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ (ร้อยละ 4.00) อาชีพผลิตหัตถกรรม (ร้อยละ 2.00) และอื่นๆ คือกำลังศึกษา (ร้อยละ 0.67) ตามลำดับ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 1,000 บาท (ร้อยละ 58.67) รองลงมา มีรายได้อยู่ระหว่าง 3,001 – 5,000 บาท (ร้อยละ 22.67) รายได้ระหว่าง 1,001 – 3,000 บาท (ร้อยละ 10.00) รายได้ระหว่าง 5,001 – 7,000 บาท (ร้อยละ 4.67) และรายได้มากกว่า 7,000 (ร้อยละ 4.00) ตามลำดับ

รายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากไม้ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากไม้ต่อเดือนเฉลี่ยต่ำกว่า 1,000 บาท (ร้อยละ 57.33) รองลงมามีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 3,001 – 5,000 บาท (ร้อยละ 18.67) ระหว่าง 1,001 – 3,000 บาท (ร้อยละ 16.67) ระหว่าง 5,001 – 7,000 บาท (ร้อยละ 6.00) และมากกว่า 7,000 บาทขึ้นไป (ร้อยละ 1.33) ตามลำดับ

สถานภาพในกลุ่มหัตถกรรม ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีสถานภาพเป็นสมาชิก จำนวน 131 คน (ร้อยละ 87.33) และ คณะกรรมการ (ร้อยละ 12.67) ตามลำดับ

ระยะเวลาในการเข้าเป็นสมาชิก ผู้ตอบแบบสอบถามมีระยะเวลาในการเข้าเป็นสมาชิกกลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้านบ้านหนองครอบส่วนใหญ่ไม่เกิน 1 ปี (ร้อยละ 62.67) รองลงมาได้แก่ ระยะเวลา 1 – 2 ปี (ร้อยละ 21.33) ระยะเวลามากกว่า 3 ปี (ร้อยละ 9.33) และระยะเวลา 1 – 3 ปี (ร้อยละ 6.67) ตามลำดับ

ระยะเวลาในการเข้าร่วมผลิตผลิตภัณฑ์จากไม้ ผู้ตอบแบบสอบถามมีระยะเวลาในการผลิตหัตถกรรมจากไม้ส่วนใหญ่ไม่เกิน 1 ปี (ร้อยละ 63.33) รองลงมาได้แก่ระยะเวลา 1 - 3 ปี (ร้อยละ 31.33) ระยะเวลา 4 – 6 ปี (ร้อยละ 2.67) และระยะเวลามากกว่า 6 ปี (ร้อยละ 2.67) ตามลำดับ

ประสบการณ์ในการใช้คอมพิวเตอร์ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่มีประสบการณ์ในการใช้คอมพิวเตอร์ (ร้อยละ 74.00) รองลงมาได้แก่ผู้มีประสบการณ์ในการใช้คอมพิวเตอร์มากกว่า 20 ครั้ง (ร้อยละ 12.00) มีประสบการณ์ในการใช้คอมพิวเตอร์ 6 – 10 ครั้ง (ร้อยละ 7.33) มีประสบการณ์ในการใช้คอมพิวเตอร์ 11- 20 (ร้อยละ 3.33) และมีประสบการณ์ในการใช้คอมพิวเตอร์น้อยกว่า 5 ครั้ง (ร้อยละ 3.33) ตามลำดับ

ความรู้เกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่มีความรู้เกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ (ร้อยละ 76.0) รองลงมาได้แก่ผู้ที่มีความรู้ความสามารถในการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ได้ (ร้อยละ 16.67) ผู้ที่มีความรู้ความสามารถใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์และเพิ่มโปรแกรมที่ต้องการใช้ได้ (ร้อยละ 6.00) และผู้ที่มีความรู้ความสามารถเพิ่มโปรแกรมและซ่อมเครื่องคอมพิวเตอร์ได้ (ร้อยละ 1.3) ตามลำดับ

ประสบการณ์ในการใช้อินเตอร์เน็ต ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่มีประสบการณ์ในการใช้อินเตอร์เน็ตโดยไม่เคยใช้เลย (ร้อยละ 88.67) รองลงมาได้แก่ มีประสบการณ์ในการใช้อินเตอร์เน็ต 11 – 20 ครั้ง (ร้อยละ 8.67) มีประสบการณ์ในการใช้อินเตอร์เน็ต มากกว่า 20 ครั้ง (ร้อยละ 1.33) และมีประสบการณ์ในการใช้อินเตอร์เน็ต 6 – 10 ครั้ง (ร้อยละ 1.33) ตามลำดับ

ความรู้เกี่ยวกับอินเตอร์เน็ต ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่มีความรู้เกี่ยวกับอินเตอร์เน็ตเลย (ร้อยละ 88.67) รองลงมาได้แก่ ผู้มีความรู้ความสามารถในการใช้อินเตอร์เน็ตค้นหาข้อมูลได้ (ร้อยละ 5.33) ผู้มีความรู้ความสามารถในการใช้อินเตอร์เน็ตค้นหาข้อมูลได้เป็นอย่างดี (ร้อยละ 4.33) ผู้มีความรู้ความสามารถในการใช้อินเตอร์เน็ตค้นหาข้อมูลและใช้ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ได้ (ร้อยละ 1.33) และผู้มีความรู้ความสามารถในการใช้ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์และบริการอื่นๆ บนอินเตอร์เน็ตได้ (ร้อยละ 0.67) ตามลำดับ

ประสบการณ์การซื้อสินค้าผ่านระบบอินเตอร์เน็ต ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่มีประสบการณ์ในการซื้อขายสินค้าผ่านระบบอินเตอร์เน็ตโดยไม่เคยใช้เลย (ร้อยละ 98.67) รองลงมาได้แก่ เคยซื้อสินค้าผ่านระบบอินเตอร์เน็ต 6 – 10 ครั้ง (ร้อยละ 0.67) และเคยซื้อสินค้าผ่านระบบอินเตอร์เน็ต น้อยกว่า 5 ครั้ง (ร้อยละ 0.67) ตามลำดับ

ประสบการณ์การขายสินค้าผ่านระบบอินเตอร์เน็ต ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่มีประสบการณ์ในการซื้อขายสินค้าผ่านระบบอินเตอร์เน็ตโดยไม่เคยใช้เลย (ร้อยละ 99.33) รองลงมาได้แก่ เคยซื้อสินค้าผ่านระบบอินเตอร์เน็ต 6 – 10 ครั้ง (ร้อยละ 0.67) ตามลำดับ

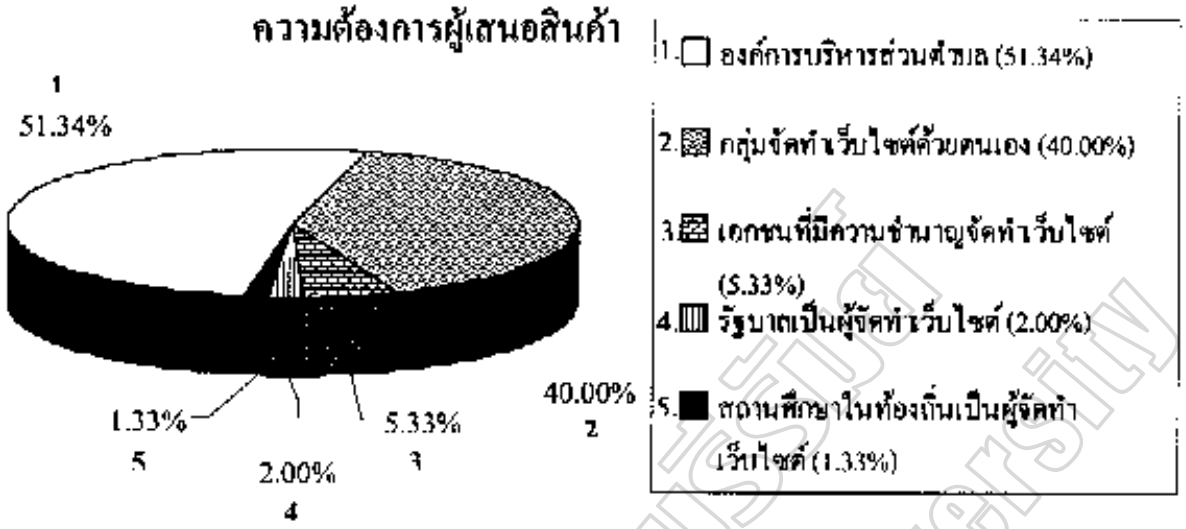
ความรู้ในการซื้อขายสินค้าผ่านระบบอินเตอร์เน็ต ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่มีความรู้ในการซื้อขายสินค้าผ่านระบบอินเตอร์เน็ต (ร้อยละ 98.00) รองลงมาได้แก่ มีความรู้ในการสั่งซื้อสินค้าผ่านระบบอินเตอร์เน็ต (ร้อยละ 0.67) มีความรู้ในการขายสินค้าผ่านระบบอินเตอร์เน็ต (ร้อยละ 0.67) และมีความรู้ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าผ่านระบบอินเตอร์เน็ต (ร้อยละ 0.67) ตามลำดับ

เหตุจูงใจที่ต้องการซื้อขายสินค้าผ่านระบบอินเตอร์เน็ต ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเหตุจูงใจที่นำไปสู่ความต้องการซื้อขายสินค้าผ่านระบบอินเตอร์เน็ตคือ ต้องการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้า (ร้อยละ 54.67) รองลงมาได้แก่ ต้องการเพิ่มรายได้ (ร้อยละ 21.33) ต้องการขยายตลาดให้กว้างขึ้น (ร้อยละ 21.33) และต้องการโฆษณาประชาสัมพันธ์กลุ่มและสินค้า (ร้อยละ 6.67) ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ความต้องการระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อนำเสนอสินค้าของชุมชนของกลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้านร้านหนองครอบ ตำบลสองชั้น อำเภอกระสัง จังหวัดบุรีรัมย์

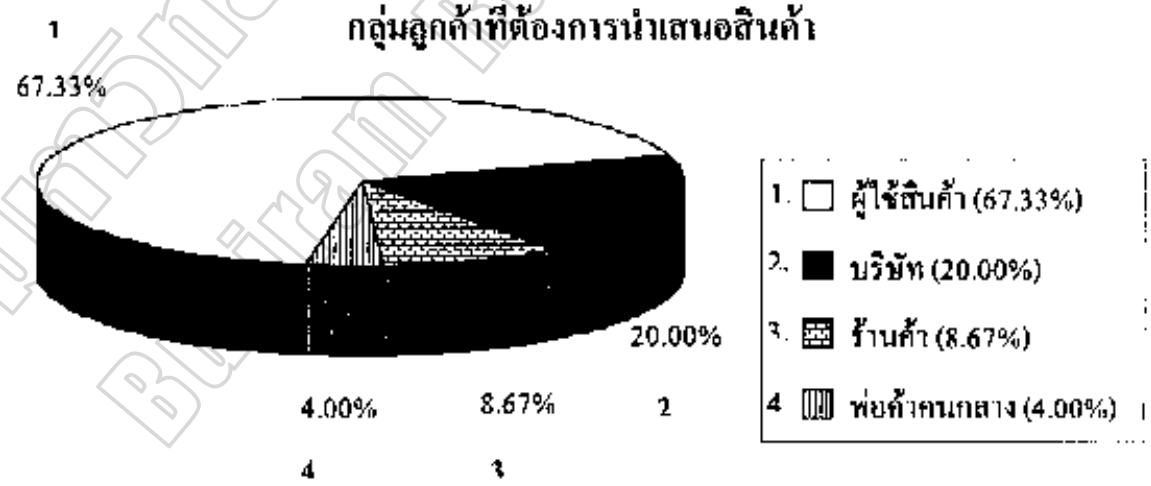
การวิเคราะห์ความต้องการระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อนำเสนอสินค้าของชุมชนของผู้ตอบแบบสอบถามนั้น ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปของแผนภูมิวงกลมแสดงร้อยละ ดังต่อไปนี้

1. ความต้องการนำเสนอสินค้า



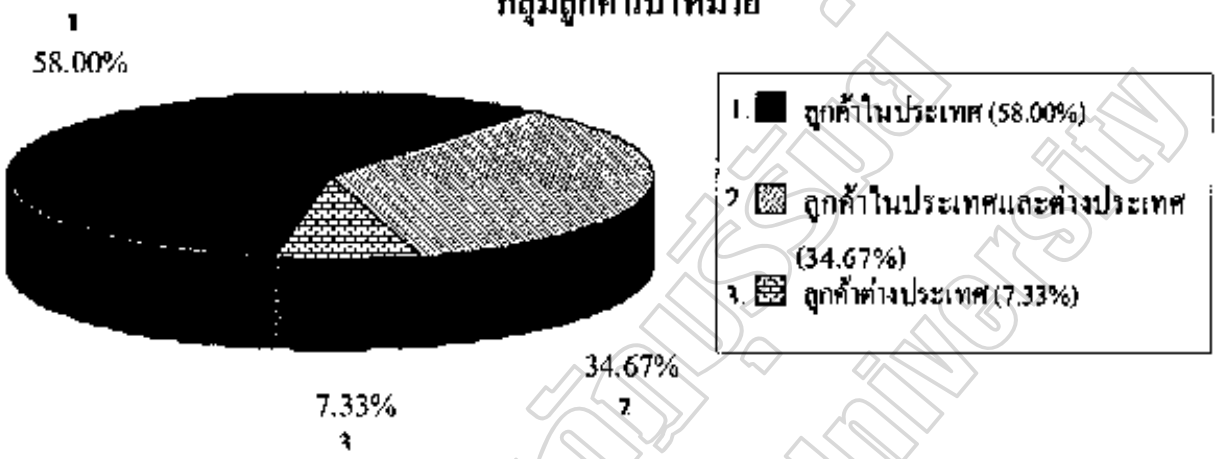
ภาพประกอบ 6 แผนภูมิแสดงความต้องการผู้นำเสนอสินค้าของกลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้านบ้านหนองครอบ ตำบลสองชั้น อำเภอกระสัง จังหวัดบุรีรัมย์

จากภาพประกอบ 6 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ (ร้อยละ 51.34) ต้องการให้องค์การบริหารส่วนตำบลเป็นผู้นำเสนอสินค้า รองลงมาคือ ต้องการให้กลุ่มจัดทำเว็บไซต์ด้วยตนเอง (ร้อยละ 40.00) และผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนน้อยที่สุด (ร้อยละ1.33) ต้องการให้สถานศึกษาในท้องถิ่นเป็นผู้จัดทำเว็บไซต์



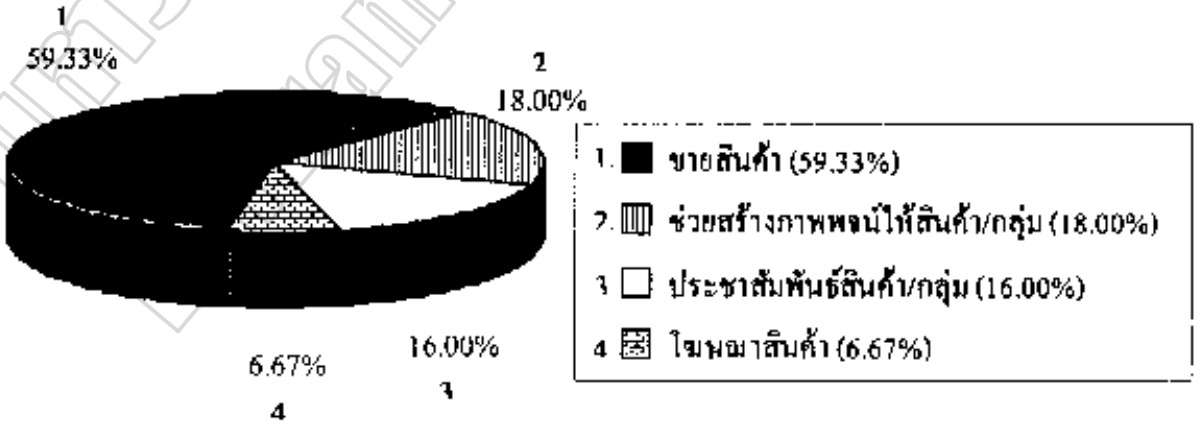
ภาพประกอบ 7 แผนภูมิแสดงกลุ่มลูกค้าที่ต้องการนำเสนอสินค้าของกลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้านบ้านหนองครอบ ตำบลสองชั้น อำเภอกระสัง จังหวัดบุรีรัมย์

จากภาพประกอบ 7 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ (ร้อยละ 67.33) ต้องการนำเสนอสินค้าให้แก่ผู้ใช้สินค้า รองลงมาคือ ต้องการนำเสนอสินค้าให้แก่บริษัท (ร้อยละ 20.00) และผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนน้อยที่สุด (ร้อยละ 4.00) ต้องการนำเสนอสินค้าให้แก่พ่อค้าคนกลาง



ภาพประกอบ 8 แผนภูมิแสดงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ต้องการนำเสนอสินค้าของกลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้านบ้านหนองครอบ ตำบลสองชั้น อำเภอกระสัง จังหวัดบุรีรัมย์

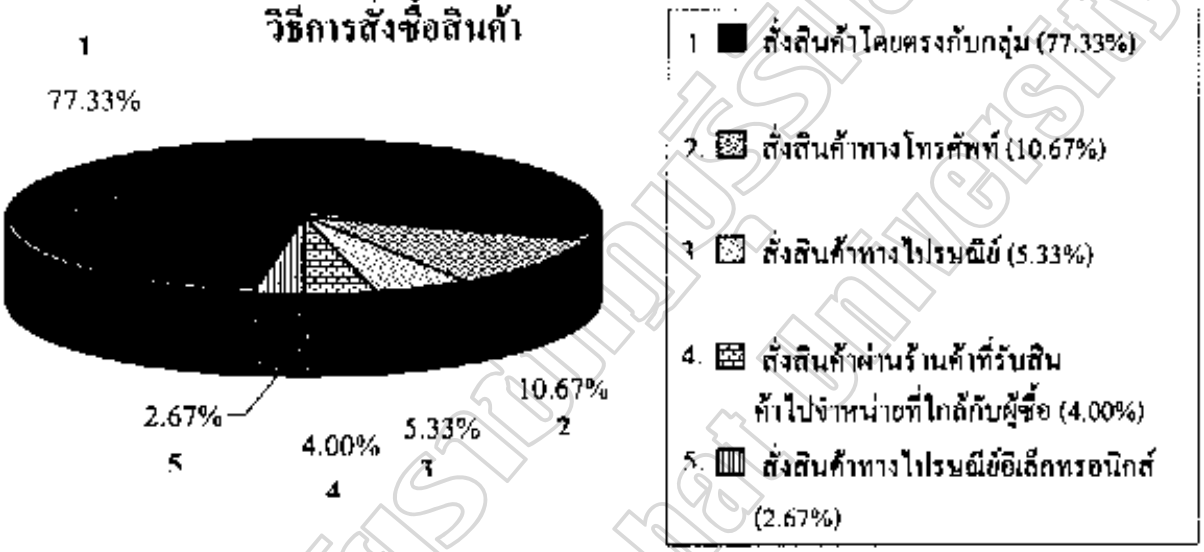
จากภาพประกอบ 8 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ (ร้อยละ 58.00) มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ต้องการนำเสนอสินค้าเป็นกลุ่มลูกค้าในประเทศ รองลงมา คือ กลุ่มลูกค้าในประเทศและต่างประเทศ (ร้อยละ 34.67) และผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนน้อยที่สุด (ร้อยละ 7.33) มีลูกค้าเป้าหมายเป็นกลุ่มลูกค้าต่างประเทศ



ภาพประกอบ 9 แผนภูมิแสดงจุดประสงค์ที่ต้องการนำเสนอสินค้าของกลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้านบ้านหนองครอบ ตำบลสองชั้น อำเภอกระสัง จังหวัดบุรีรัมย์

จากภาพประกอบ 9 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ (ร้อยละ 59.33) มีจุดประสงค์ในการนำเสนอสินค้าเพื่อขายสินค้า รองลงมา คือ ช่วยสร้างภาพพจน์ให้แก่สินค้าและกลุ่ม (ร้อยละ 18.00) และผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนน้อยที่สุด (ร้อยละ 6.67) มีจุดประสงค์ในการนำเสนอสินค้าเพื่อโฆษณาสินค้า

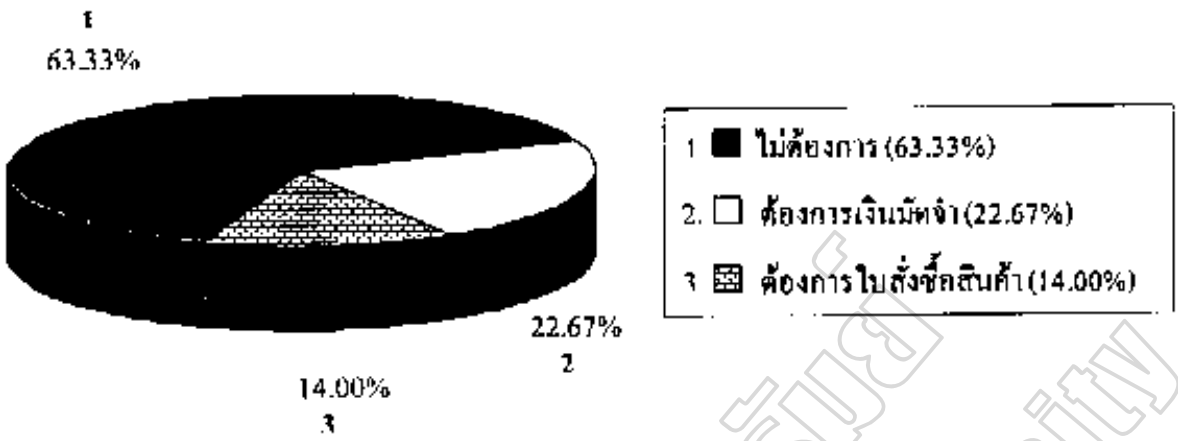
2. ความต้องการวิธีการสั่งซื้อสินค้า



ภาพประกอบ 10 แผนภูมิแสดงวิธีการสั่งซื้อสินค้าของกลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้านบ้านหนองครอบ ตำบลสองชั้น อำเภอกระสัง จังหวัดบุรีรัมย์

จากภาพประกอบ 10 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ (ร้อยละ 77.33) ต้องการให้สั่งซื้อสินค้าโดยตรงกับกลุ่ม รองลงมา คือ ต้องการให้สั่งซื้อสินค้าทางโทรศัพท์ (ร้อยละ 10.67) และผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนน้อยที่สุด (ร้อยละ 2.67) ต้องการให้สั่งซื้อสินค้าทางไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ Buriram Rajabhat University



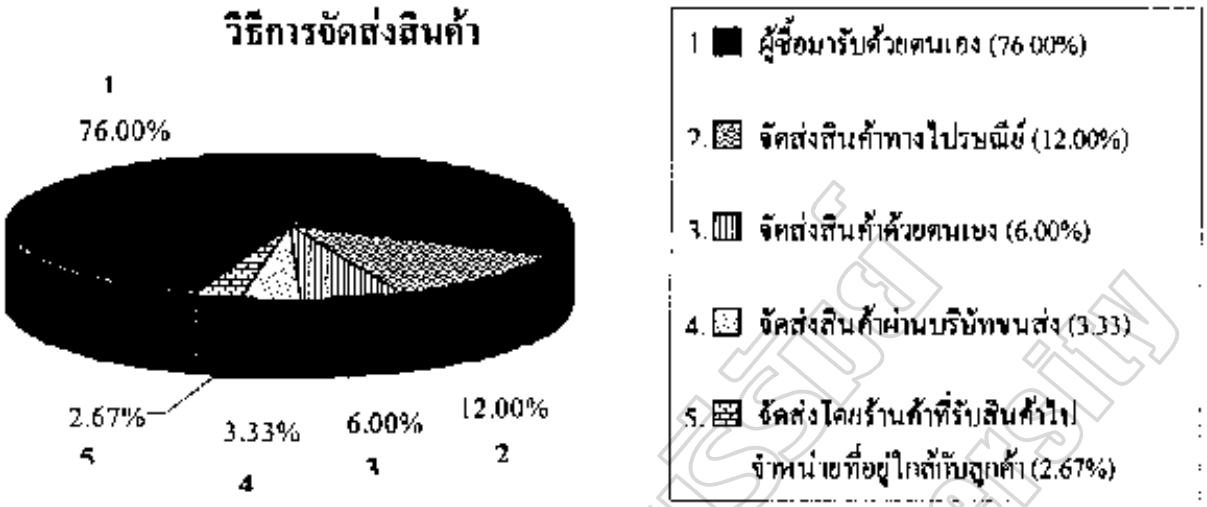
ภาพประกอบ 11 แผนภูมิแสดงหลักประกันในการสั่งซื้อสินค้าของกลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้านบ้านหนองครอบ ตำบลสองชั้น อำเภอกระสัง จังหวัดบุรีรัมย์

จากภาพประกอบ 11 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ (ร้อยละ 63.33) ไม่ต้องการหลักประกันในการสั่งซื้อสินค้า รองลงมา คือ ต้องการเงินมัดจำในการสั่งซื้อสินค้า (ร้อยละ 22.67) และผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนน้อยที่สุด (ร้อยละ 14.00) ต้องการใบสั่งซื้อสินค้า

ภาพประกอบ 12 แผนภูมิแสดงความสามารถในการรับคำสั่งซื้อสินค้าของกลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้านบ้านหนองครอบ ตำบลสองชั้น อำเภอกระสัง จังหวัดบุรีรัมย์

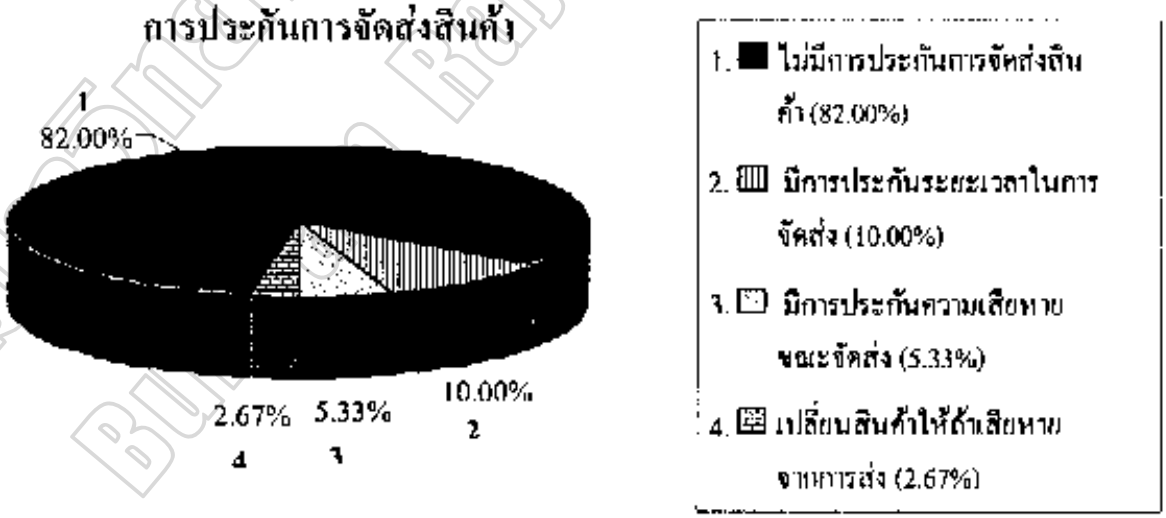
จากภาพประกอบ 12 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ (ร้อยละ 70.00) มีการผลิตสินค้าไว้มากเพื่อรอการจำหน่าย รองลงมา คือ มีสินค้าผลิตไว้ไม่มากและจะมีการผลิตเมื่อมีคำสั่งซื้อ (ร้อยละ 15.33) และผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนน้อยที่สุด (ร้อยละ 14.67) จะผลิตสินค้าเมื่อมีคำสั่งซื้อเท่านั้น

3. ความต้องการวิธีการจัดส่งสินค้า



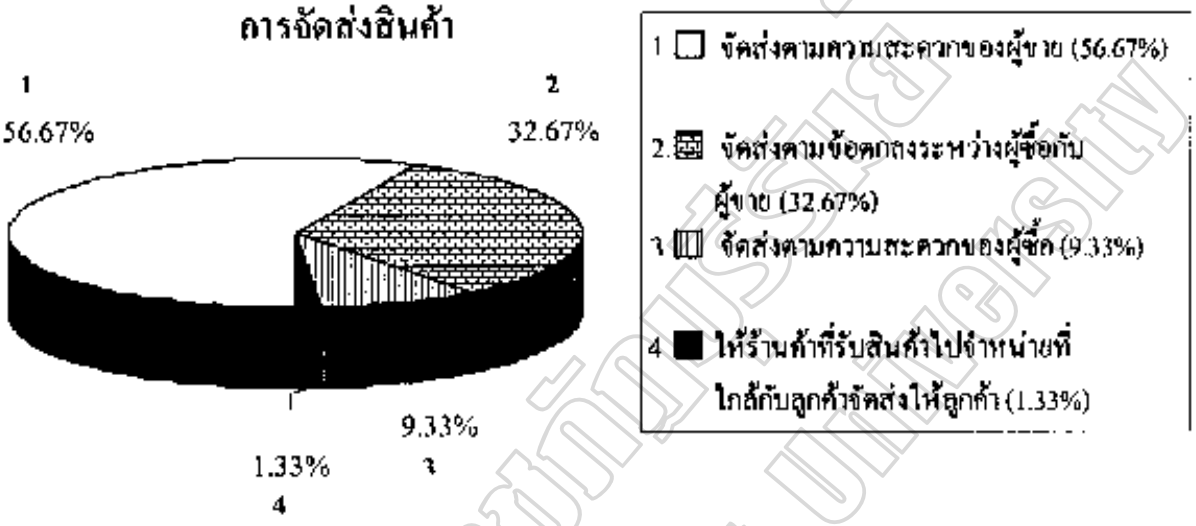
ภาพประกอบ 13 แผนภูมิแสดงวิธีการจัดส่งสินค้าของกลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้าน บ้านหนองครอบ ตำบลสองชั้น อำเภอกระสัง จังหวัดบุรีรัมย์

จากภาพประกอบ 13 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ (ร้อยละ 76.00) ต้องการจัดส่งสินค้าด้วยการให้ผู้ซื้อมารับสินค้าด้วนตนเอง รองลงมา คือ ต้องการจัดส่งสินค้าทางไปรษณีย์ (ร้อยละ 12.00) และผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนน้อยที่สุด (ร้อยละ 2.67) ต้องการจัดส่งสินค้าโดยให้ร้านค้าที่รับสินค้าไปจำหน่ายที่อยู่ใกล้กับลูกค้าเป็นผู้จัดส่งสินค้า



ภาพประกอบ 14 แผนภูมิแสดงการประกันการจัดส่งสินค้าของกลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้าน บ้านหนองครอบ ตำบลสองชั้น อำเภอกระสัง จังหวัดบุรีรัมย์

จากภาพประกอบ 14 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ (ร้อยละ 82.00) ไม่มีการประกันการจัดส่งสินค้า รองลงมา คือ มีการประกันระยะเวลาในการจัดส่งสินค้า (ร้อยละ 10.00) และผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนน้อยที่สุด (ร้อยละ 2.67) มีการเปลี่ยนสินค้าให้ถ้าเกิดความเสียหายจากการจัดส่งสินค้า

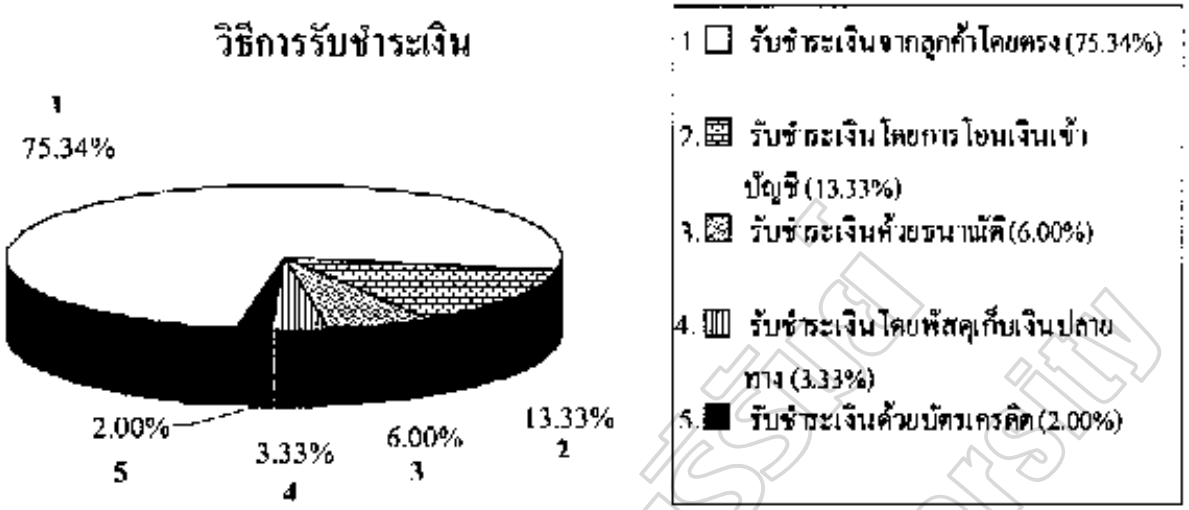


ภาพประกอบ 15 แผนภูมิแสดงการจัดส่งสินค้าของกลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้านบ้านหนองครอบ ตำบลสองชั้น อำเภอกระสัง จังหวัดบุรีรัมย์

จากภาพประกอบ 15 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ (ร้อยละ 56.67) ต้องการจัดส่งสินค้าตามความสะดวกของผู้ขาย รองลงมา คือ ต้องการจัดส่งสินค้าตามข้อตกลงระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขาย (ร้อยละ 32.67) และผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนน้อยที่สุด (ร้อยละ 1.33) ต้องการให้ร้านค้าที่รับสินค้าไปจำหน่ายที่อยู่ใกล้กับลูกค้าเป็นผู้จัดส่งสินค้าให้

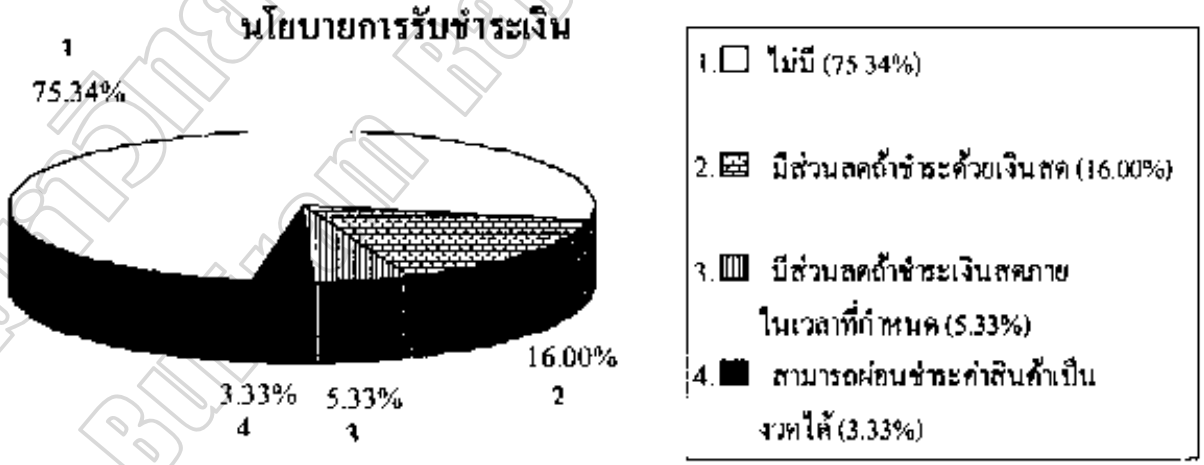
มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ Buriram Rajabhat University

4. ความต้องการวิธีการชำระเงิน



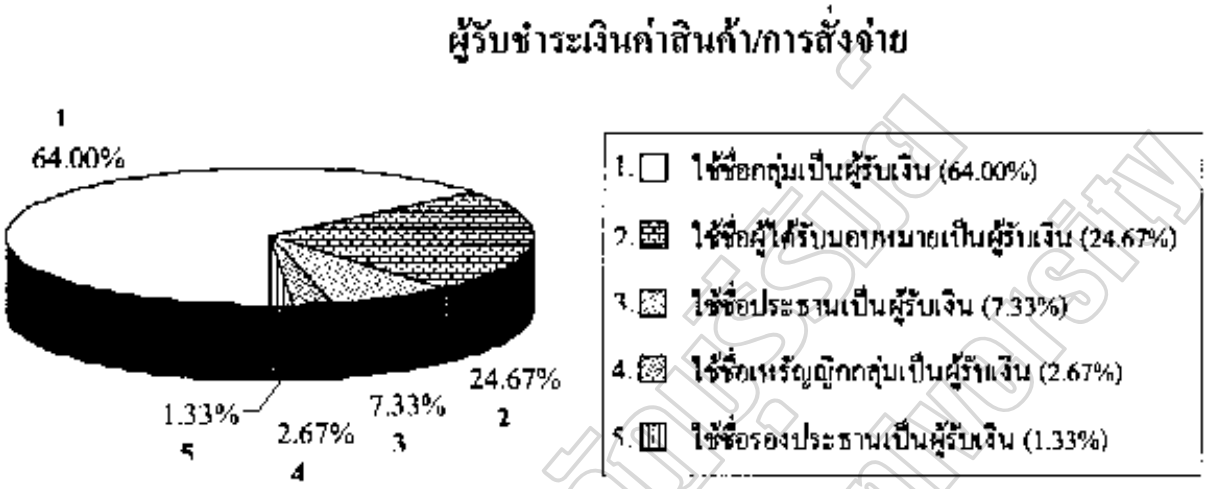
ภาพประกอบ 16 แผนภูมิแสดงวิธีการรับชำระเงินของกลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้านบ้านหนองครอบ ตำบลสองชั้น อำเภอกระสัง จังหวัดบุรีรัมย์

จากภาพประกอบ 16 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ (ร้อยละ 75.34) ต้องการรับชำระเงินจากลูกค้าโดยตรง รองลงมา คือ ต้องการรับชำระเงินโดยการโอนเงินเข้าบัญชี (ร้อยละ 13.33) และผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนน้อยที่สุด (ร้อยละ 2.00) ต้องการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต



ภาพประกอบ 17 แผนภูมิแสดงนโยบายการรับชำระเงินของกลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้านบ้านหนองครอบ ตำบลสองชั้น อำเภอกระสัง จังหวัดบุรีรัมย์

จากภาพประกอบ 17 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ (ร้อยละ 75.34) ไม่มีนโยบายในการรับชำระเงิน รองลงมา คือ มีส่วนลดถ้าชำระด้วยเงินสด (ร้อยละ 16.00) และผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนน้อยที่สุด (ร้อยละ 3.33) สามารถผ่อนชำระค่าสินค้าเป็นงวดได้



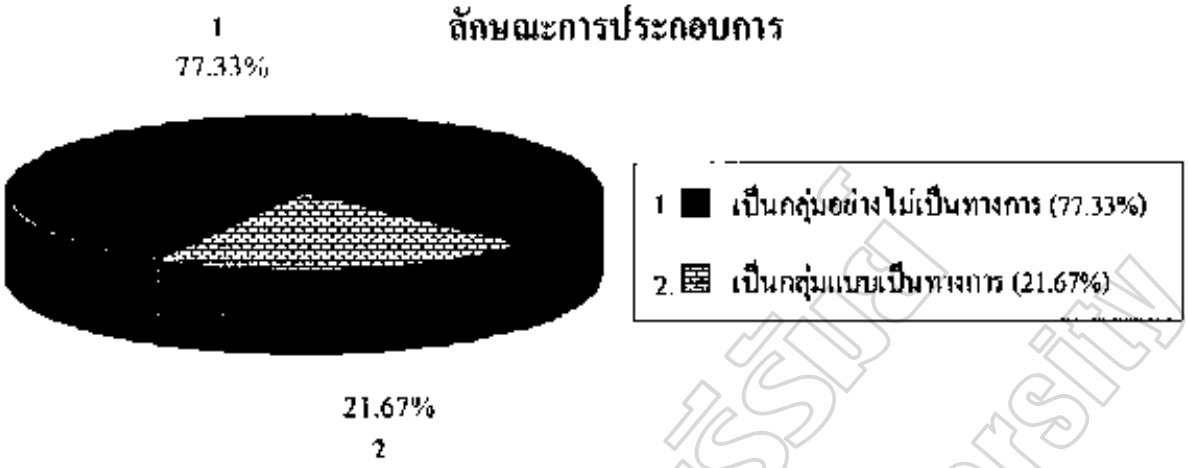
ภาพประกอบ 18 แผนภูมิแสดงผู้รับชำระเงินของกลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้าน บ้านหนองครอบ ตำบลสองชั้น อำเภอกระสัง จังหวัดบุรีรัมย์

จากภาพประกอบ 18 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ (ร้อยละ 64.00) ต้องการใช้ชื่อกลุ่มเป็นในการรับชำระเงินค่าสินค้า รองลงมา คือ ต้องการใช้ชื่อผู้ที่ได้รับมอบหมายเป็นผู้รับชำระเงินค่าสินค้า (ร้อยละ 24.67) และผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนน้อยที่สุด (ร้อยละ 1.33) ต้องการใช้ชื่อรองประธานกลุ่มเป็นผู้รับชำระเงินค่าสินค้า

ตอนที่ 3 รูปแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่เหมาะสมในการนำสินค้าของชุมชนออกสู่ตลาดด้วยระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

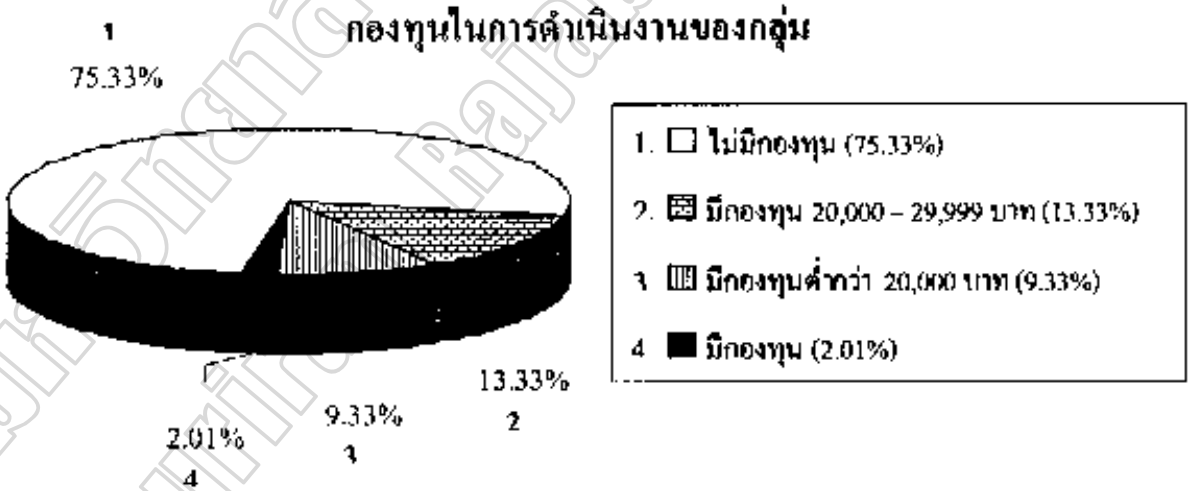
การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่เหมาะสมในการนำสินค้าของชุมชนออกสู่ตลาดด้วยระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปแผนภูมิแสดงร้อยละ ดังนี้

1. ลักษณะการประกอบการของผู้ผลิตและผู้ซื้อ



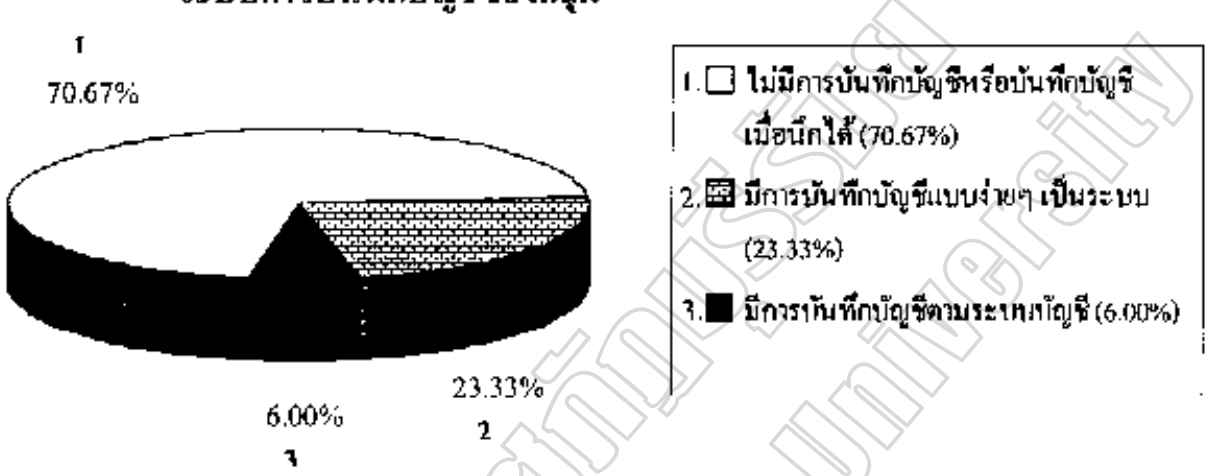
ภาพประกอบ 19 แผนภูมิแสดงลักษณะการประกอบการของกลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้าน บ้านหนองตรอบ ตำบลสองชั้น อำเภอกระสัง จังหวัดบุรีรัมย์

จากภาพประกอบ 19 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ (ร้อยละ 77.33) มีความคิดเห็นว่าการประกอบการของกลุ่มเป็นกลุ่มอย่างไม่เป็นทางการ รองลงมา คือ เป็นกลุ่มแบบเป็นทางการ (ร้อยละ 21.67)



ภาพประกอบ 20 แผนภูมิแสดงกองทุนในการดำเนินงานของกลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้าน บ้านหนองตรอบ ตำบลสองชั้น อำเภอกระสัง จังหวัดบุรีรัมย์

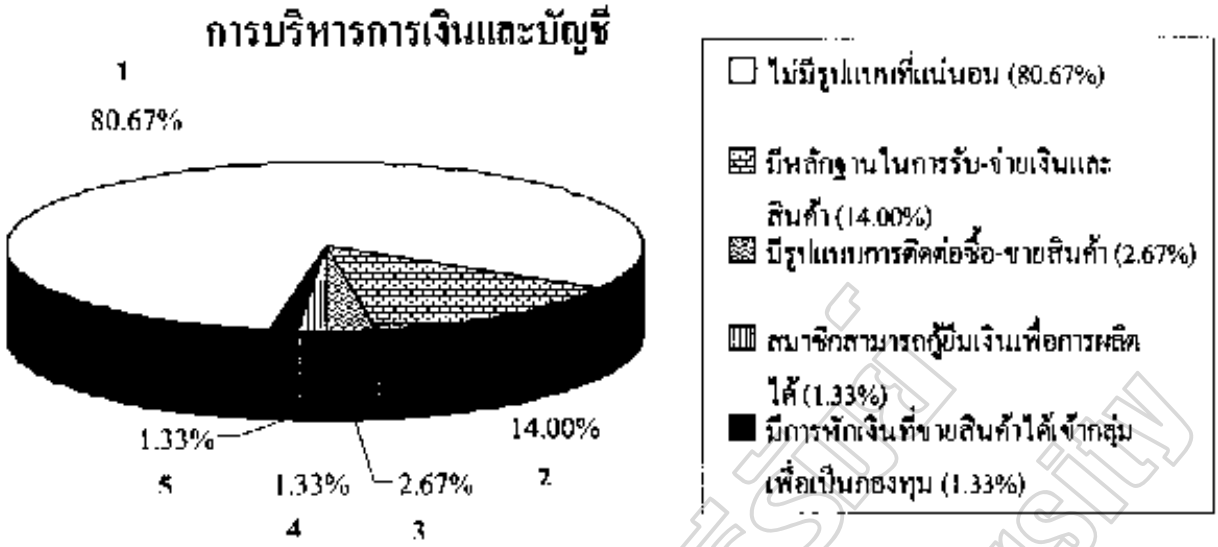
จากภาพประกอบ 20 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ (ร้อยละ 75.33) มีความคิดเห็นว่ากลุ่มไม่มีเงินทุนในการดำเนินงาน รองลงมา คือ มีกองทุนในการดำเนินงาน 20,000 – 29,999 บาท (ร้อยละ 3.33) และผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนน้อยที่สุด (ร้อยละ 2.01) มีความคิดเห็นว่ากลุ่มมีกองทุนในการดำเนินงานแต่ไม่ทราบจำนวนเงินกองทุน



ภาพประกอบ 21 แผนภูมิแสดงระบบการบันทึกบัญชีของกลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้าน บ้านหนองครอบ ตำบลสองชั้น อำเภอกระสัง จังหวัดบุรีรัมย์

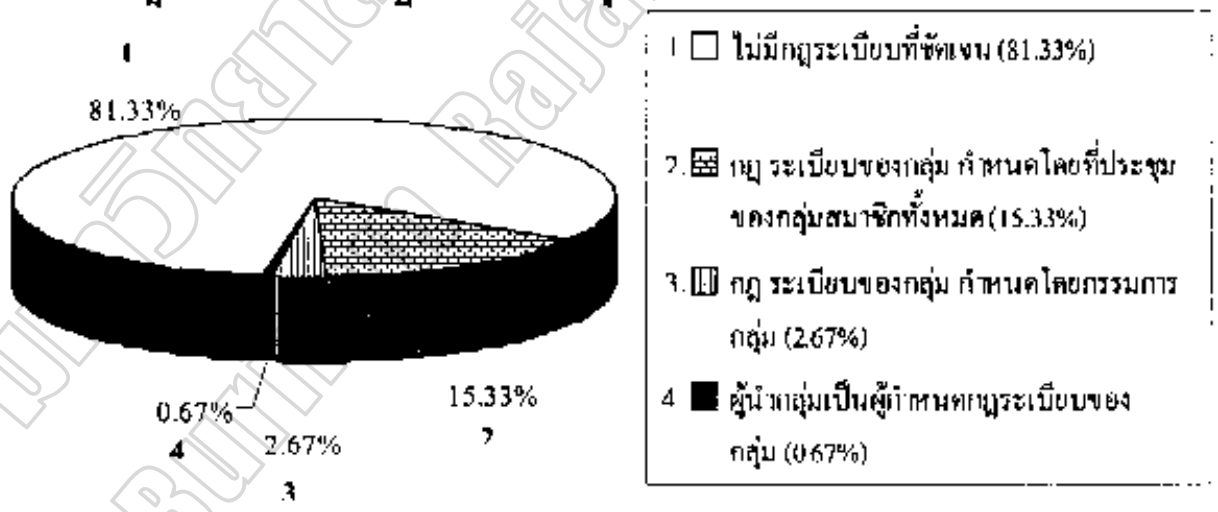
จากภาพประกอบ 21 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ (ร้อยละ 70.67) มีความคิดเห็นว่ากลุ่มไม่มีการบันทึกบัญชีหรือบันทึกบัญชีเมื่อนึกได้ รองลงมา คือ มีการบันทึกบัญชีแบบง่ายๆ เป็นระบบ (ร้อยละ 23.33) และผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนน้อยที่สุด (ร้อยละ 6.00) มีการบันทึกบัญชีตามระบบบัญชี

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ Buriram Rajabhat University



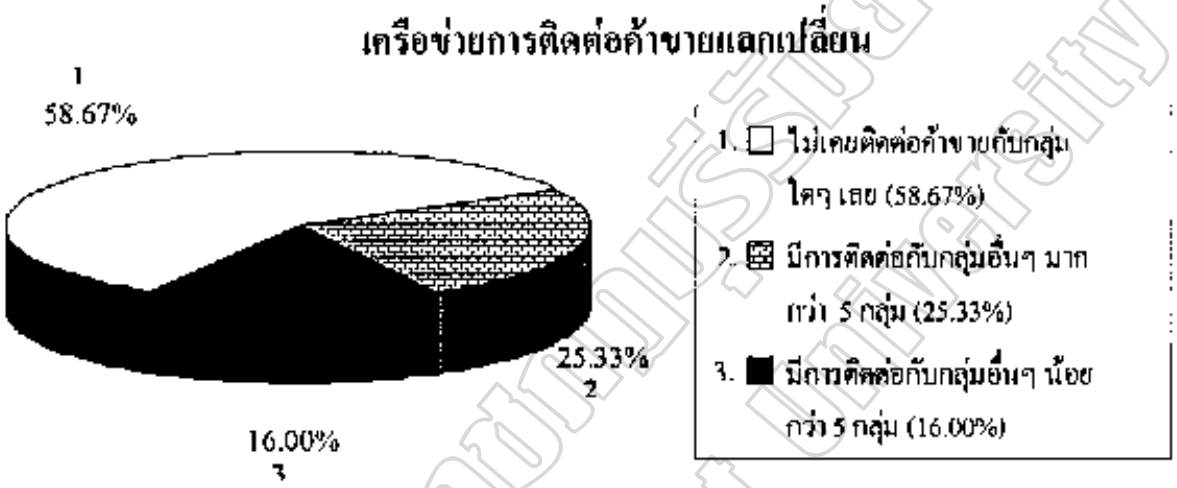
ภาพประกอบ 22 แผนภูมิแสดงการบริหารการเงินและบัญชีของกลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้านบ้านหนองครอบ ตำบลสองชั้น อำเภอกระสัง จังหวัดบุรีรัมย์

จากภาพประกอบ 22 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ (ร้อยละ 80.67) มีความคิดเห็นว่าการบริหารการเงินและบัญชีของกลุ่มไม่มีรูปแบบที่แน่นอน รองลงมา คือ มีหลักฐานในการรับจ่ายเงินและสินค้า (ร้อยละ 14.00) และผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนน้อยที่สุด



ภาพประกอบ 23 แผนภูมิแสดงกฎระเบียบและการบริหารงานของกลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้านบ้านหนองครอบ ตำบลสองชั้น อำเภอกระสัง จังหวัดบุรีรัมย์

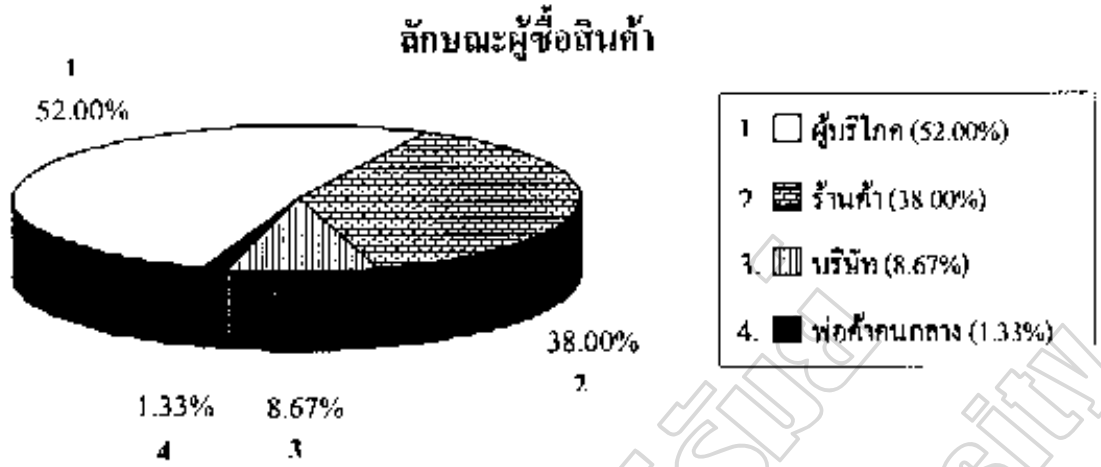
จากภาพประกอบ 23 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ (ร้อยละ 81.33) มีความคิดเห็นว่ากลุ่มไม่มีกฎระเบียบในการปฏิบัติงานของกลุ่มที่ชัดเจน รองลงมา คือ กฎระเบียบในการปฏิบัติงานของกลุ่มกำหนดโดยที่ประชุมของกลุ่มสมาชิกทั้งหมด (ร้อยละ 15.33) และผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนน้อยที่สุด (ร้อยละ 0.67) มีความคิดเห็นว่าผู้นำกลุ่มเป็นผู้กำหนดกฎระเบียบในการปฏิบัติงานของกลุ่ม



ภาพประกอบ 24 แผนภูมิแสดงเครือข่ายการติดต่อซื้อขายแลกเปลี่ยนของกลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้านบ้านหนองครอก ตำบลสองชั้น อำเภอกระสัง จังหวัดบุรีรัมย์

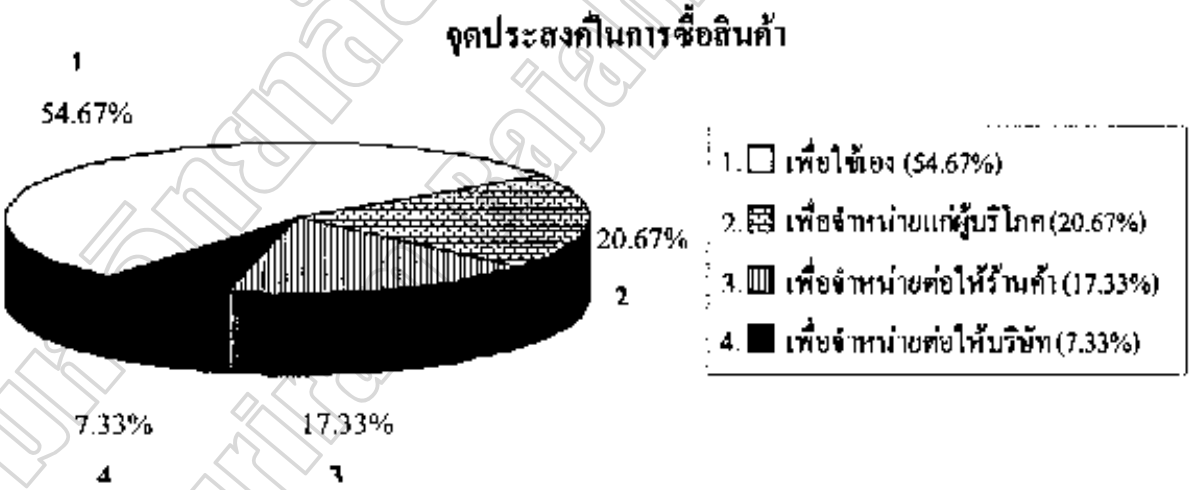
จากภาพประกอบ 24 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ (ร้อยละ 58.67) ไม่เคยติดต่อค้าขายกับกลุ่มใดๆ เลย รองลงมา คือ มีการติดต่อกับกลุ่มอื่นๆ มากกว่า 5 กลุ่ม (ร้อยละ 25.33) และผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนน้อยที่สุด (ร้อยละ 16.00) มีการติดต่อกับกลุ่มอื่นๆ น้อยกว่า 5 กลุ่ม

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ Buriram Rajabhat University



ภาพประกอบ 25 แผนภูมิแสดงลักษณะผู้ซื้อสินค้าของกลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้าน บ้านหนองครอบ ตำบลสองชั้น อำเภอกระสัง จังหวัดบุรีรัมย์

จากภาพประกอบ 25 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ (ร้อยละ 52.00) มีความคิดเห็นว่าผู้ซื้อสินค้า คือ ผู้บริโภค รองลงมา คือ ร้านค้า (ร้อยละ 38.00) และผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนน้อยที่สุด (ร้อยละ 1.33) มีความคิดเห็นว่าผู้ซื้อสินค้า คือ พ่อค้าคนกลาง

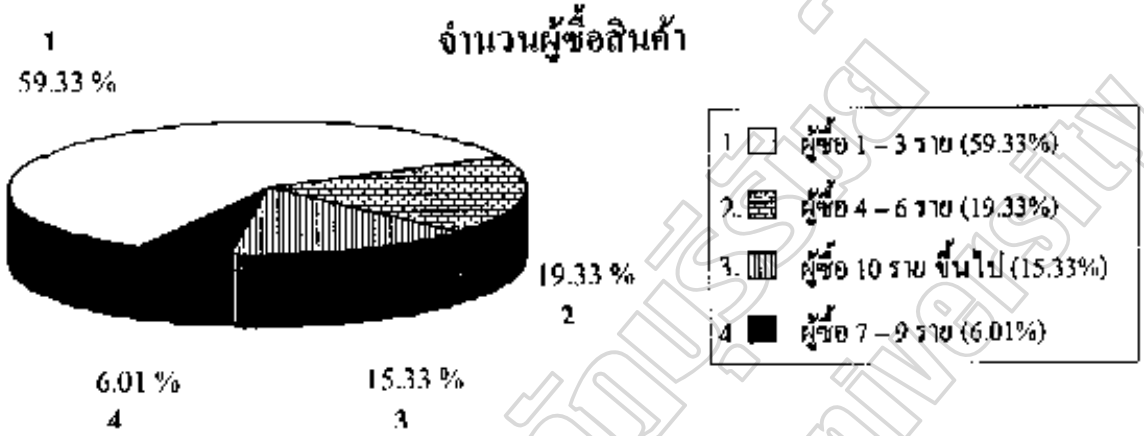


ภาพประกอบ 26 แผนภูมิแสดงจุดประสงค์ในการซื้อสินค้าของลูกค้ากลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้านบ้านหนองครอบ ตำบลสองชั้น อำเภอกระสัง จังหวัดบุรีรัมย์

จากภาพประกอบ 26 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ (ร้อยละ 54.67) มีความคิดเห็นว่าจุดประสงค์ในการซื้อสินค้าของลูกค้า คือ เพื่อใช้เอง รองลงมา คือ เพื่อจำหน่าย

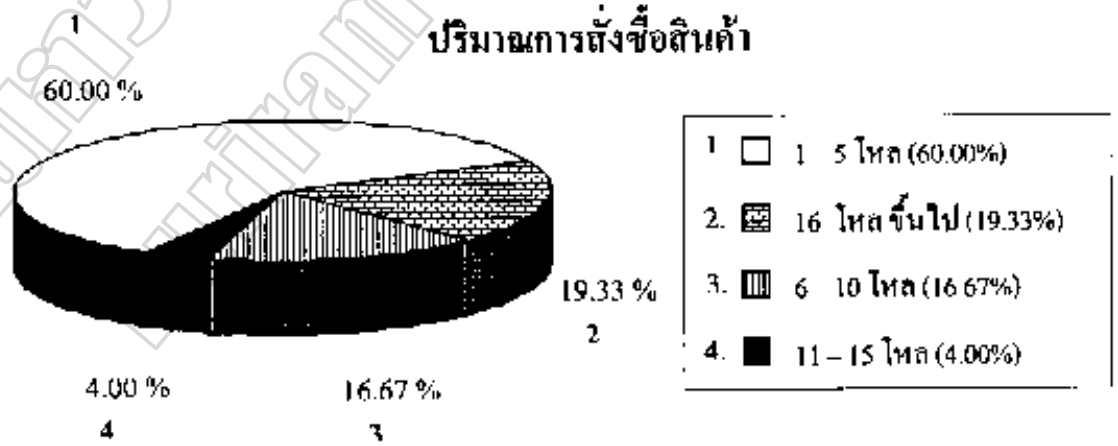
แก่ผู้บริโภค (ร้อยละ 20.67) และผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนน้อยที่สุด (ร้อยละ 7.33) เพื่อจำหน่ายให้บริษัท

2. จำนวนผู้ซื้อและปริมาณการสั่งซื้อ



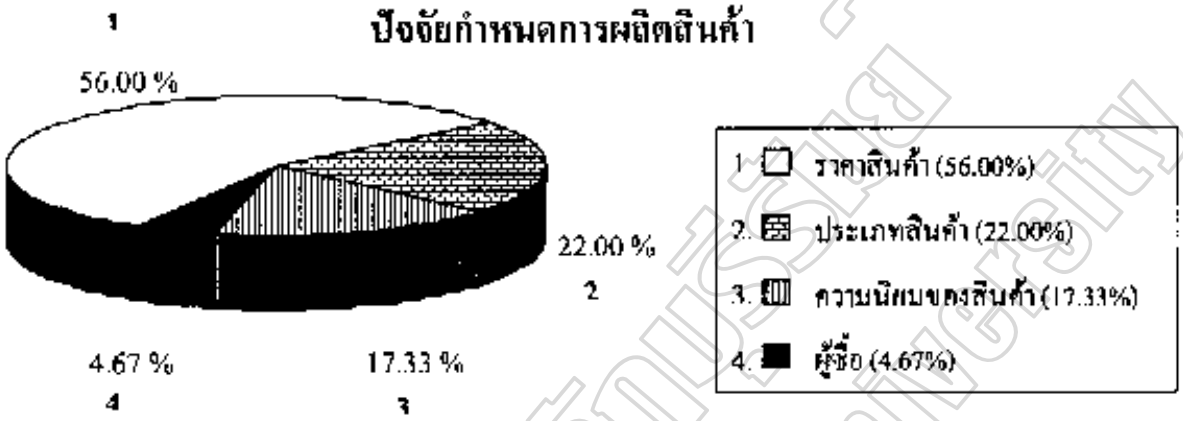
ภาพประกอบ 27 แผนภูมิแสดงจำนวนผู้ซื้อสินค้าของกลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้านบ้านหนองครอบ ตำบลสองชั้น อำเภอกระสัง จังหวัดบุรีรัมย์

จากภาพประกอบ 27 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ (ร้อยละ 59.33) มีความคิดเห็นว่ามีจำนวนผู้ซื้อสินค้า 1 – 3 ราย รองลงมา คือ มีผู้ซื้อสินค้า 4 – 6 ราย (ร้อยละ 19.33) และผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนน้อยที่สุด (ร้อยละ 6.01) มีความคิดเห็นว่ามีจำนวนผู้ซื้อสินค้า 7 – 9 ราย



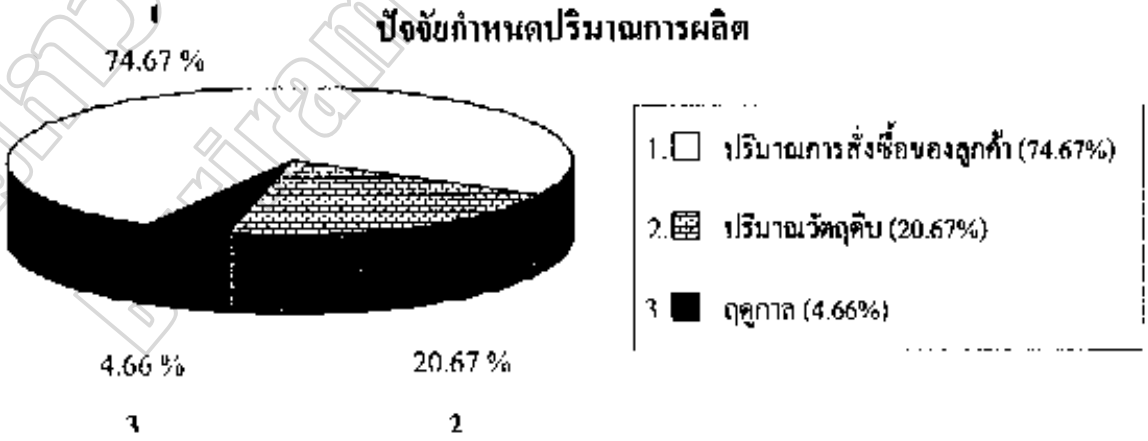
ภาพประกอบ 28 แผนภูมิแสดงปริมาณการสั่งซื้อสินค้าของลูกค้ากลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้านบ้านหนองครอบ ตำบลสองชั้น อำเภอกระสัง จังหวัดบุรีรัมย์

จากภาพประกอบ 28 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ (ร้อยละ 60.00) มีความคิดเห็นว่ามีปริมาณการสั่งซื้อสินค้า 1 – 5 โหล รองลงมา คือ 16 โหลขึ้นไป (ร้อยละ 19.33) และผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนน้อยที่สุด (ร้อยละ 4.00) มีความคิดเห็นว่ามีปริมาณการสั่งซื้อสินค้า 11 – 15 โหล



ภาพประกอบ 29 แผนภูมิแสดงปัจจัยกำหนดการผลิตสินค้าของกลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้านบ้านหนองครอบ ตำบลสองชั้น อำเภอกระสัง จังหวัดบุรีรัมย์

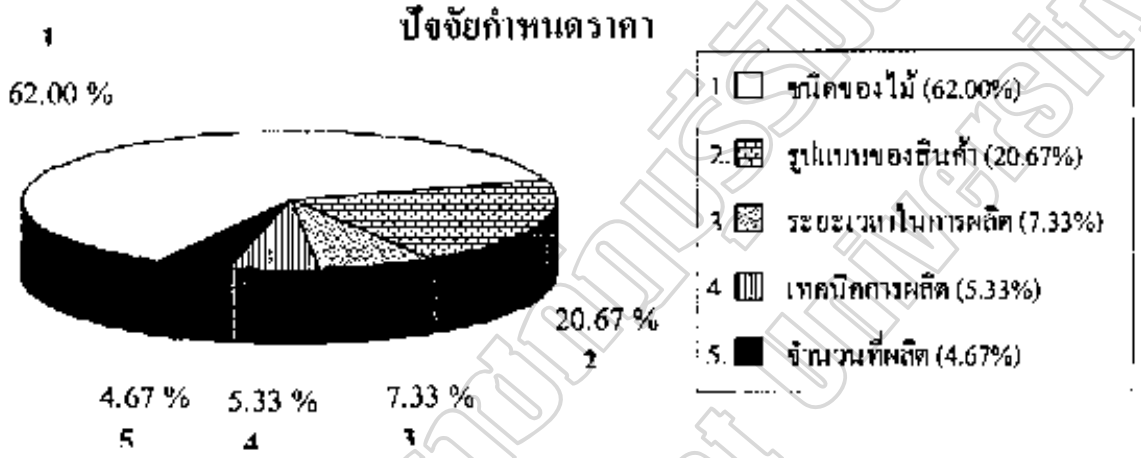
จากภาพประกอบ 29 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ (ร้อยละ 56.00) มีความคิดเห็นว่าปัจจัยกำหนดการผลิตสินค้า คือ ราคาสินค้า รองลงมา คือ ประเภทสินค้า (ร้อยละ 22.00) และผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนน้อยที่สุด (ร้อยละ 4.67) มีความคิดเห็นว่าปัจจัยกำหนดการผลิตสินค้า คือ ผู้ซื้อสินค้า



ภาพประกอบ 30 แผนภูมิแสดงปัจจัยกำหนดปริมาณการผลิตสินค้าของกลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้านบ้านหนองครอบ ตำบลสองชั้น อำเภอกระสัง จังหวัดบุรีรัมย์

จากภาพประกอบ 30 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ (ร้อยละ 74.67) มีความคิดเห็นว่าปัจจัยกำหนดปริมาณการผลิต คือ ปริมาณการสั่งซื้อของลูกค้า รองลงมา คือ ปริมาณวัตถุดิบในการผลิตสินค้า (ร้อยละ 20.67) และผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนน้อยที่สุด (ร้อยละ 4.66) มีความคิดเห็นว่าปัจจัยกำหนดปริมาณการผลิต คือ ฤดูกาล

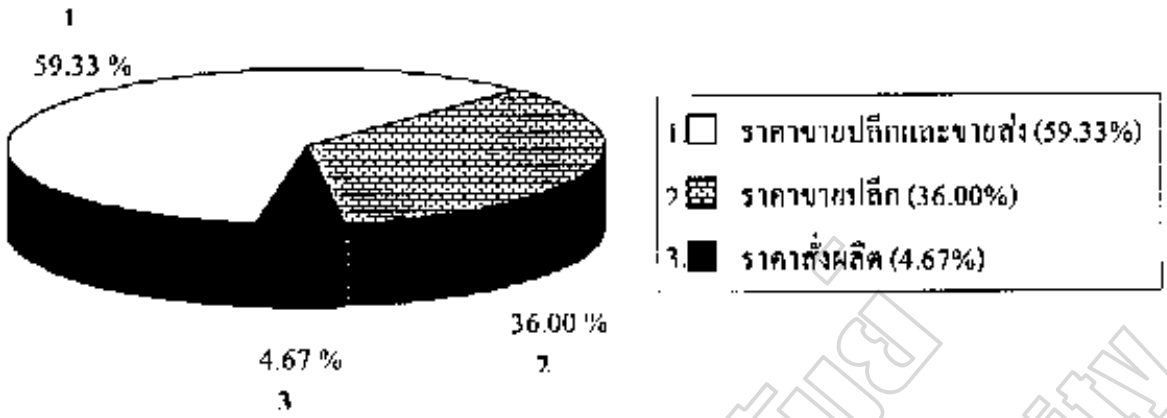
3. ราคาสินค้า



ภาพประกอบ 31 แผนภูมิแสดงปัจจัยกำหนดราคาสินค้าของกลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้าน บ้านหนองครอบ ตำบลสองชั้น อำเภอกระสัง จังหวัดบุรีรัมย์

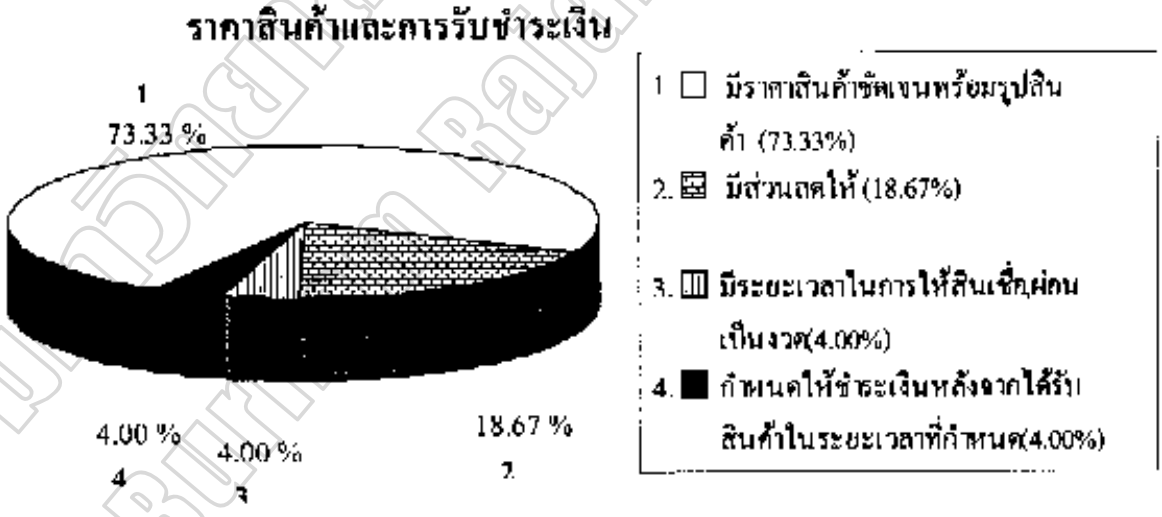
จากภาพประกอบ 31 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ (ร้อยละ 62.00) มีความคิดเห็นว่าปัจจัยกำหนดราคา คือ ชนิดของไม้ รองลงมา คือ รูปแบบของสินค้า (ร้อยละ 20.67) และผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนน้อยที่สุด (ร้อยละ 4.67) มีความคิดเห็นว่าปัจจัยกำหนดราคา คือ จำนวนสินค้าที่ผลิต

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ Buriram Rajabhat University



ภาพประกอบ 32 แผนภูมิแสดงราคาขายสินค้าของกลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้าน บ้านหนองครอบ ตำบลสองชั้น อำเภอกระสัง จังหวัดบุรีรัมย์

จากภาพประกอบ 32 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ (ร้อยละ 59.33) มีความคิดเห็นว่าราคาขายสินค้ามีทั้งราคาขายปลีกและขายส่ง รองลงมา คือ ราคาขายปลีก (ร้อยละ 36.00) และผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนน้อยที่สุด (ร้อยละ 4.67) มีความคิดเห็นว่าราคาขายสินค้ามีราคาสั่งผลิต

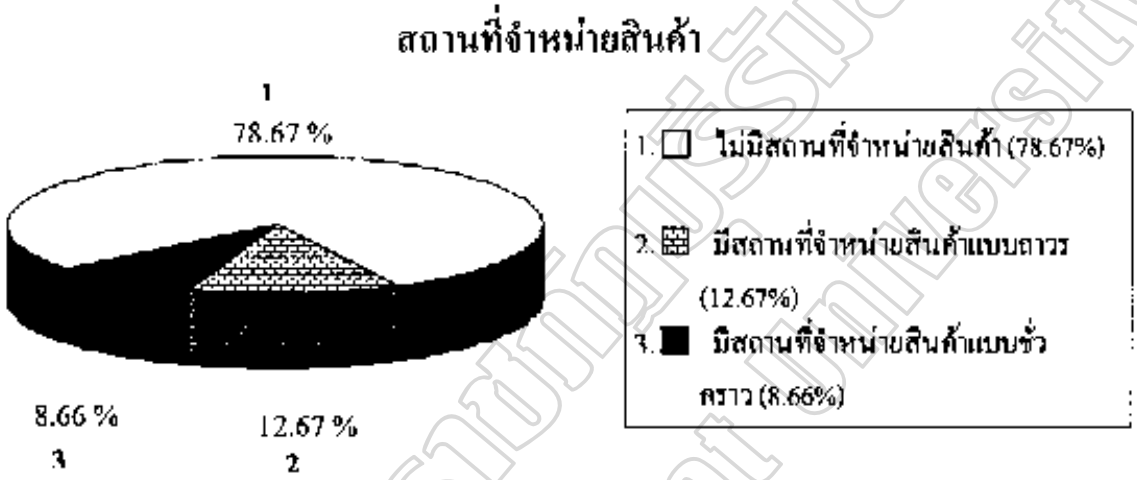


ภาพประกอบ 33 แผนภูมิแสดงราคาสินค้าและการรับชำระเงินของกลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้านบ้านหนองครอบ ตำบลสองชั้น อำเภอกระสัง จังหวัดบุรีรัมย์

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ Buriram Rajabhat University

จากภาพประกอบ 33 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ (ร้อยละ 73.33) มีความคิดเห็นว่าราคาสินค้าชัดเจนพร้อมรูปสินค้า รองลงมา คือ มีส่วนลดให้ (ร้อยละ 18.67) และผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนน้อยที่สุด (ร้อยละ 4.00) มีความคิดเห็นว่ามีการกำหนดให้ชำระเงินหลังจากได้รับสินค้าในระยะเวลาที่กำหนด

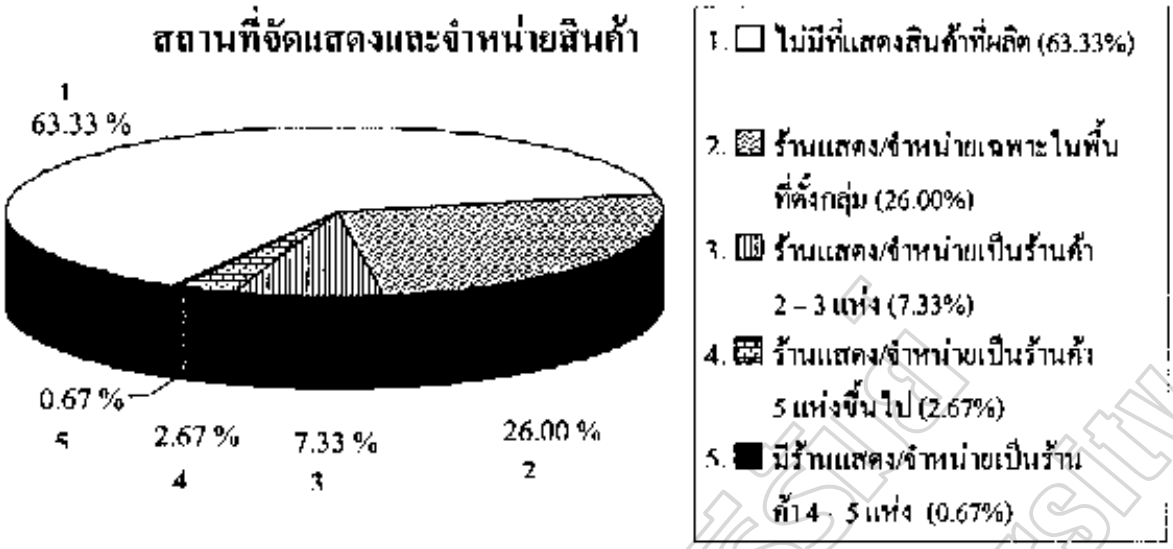
4. สถานที่จำหน่ายสินค้า



ภาพประกอบ 34 แผนภูมิแสดงสถานที่จัดจำหน่ายสินค้าของกลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้านบ้านหนองครบ ตำบลสองชั้น อำเภอกระสัง จังหวัดบุรีรัมย์

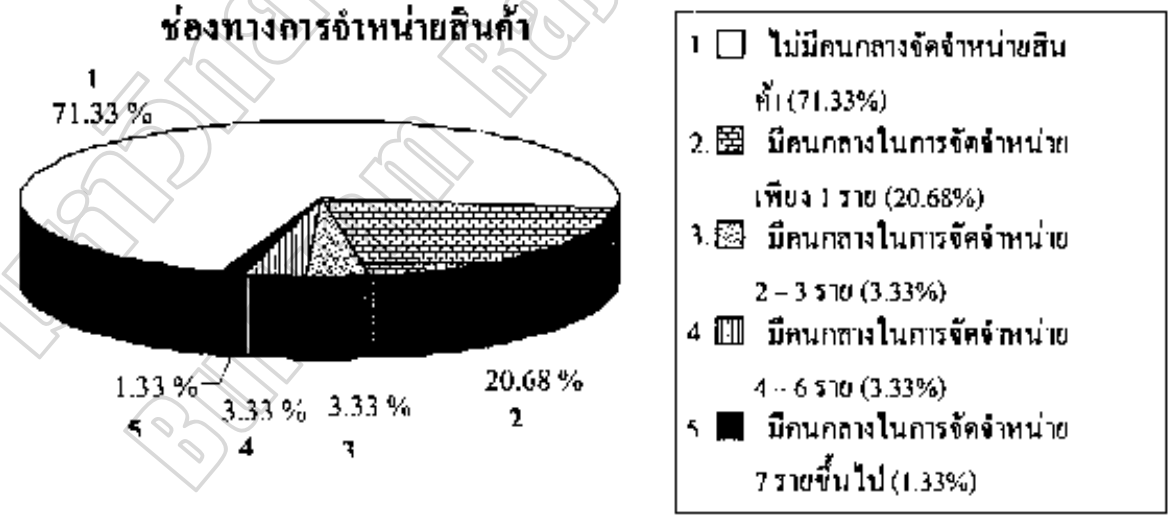
จากภาพประกอบ 34 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ (ร้อยละ 78.67) มีความคิดเห็นว่ากลุ่มไม่มีสถานที่จำหน่ายสินค้า รองลงมา คือ มีสถานที่จำหน่ายสินค้าแบบถาวร (ร้อยละ 12.67) และผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนน้อยที่สุด (ร้อยละ 8.66) มีความคิดเห็นว่ามีสถานที่จำหน่ายสินค้าแบบชั่วคราว

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ Buriram Rajabhat University



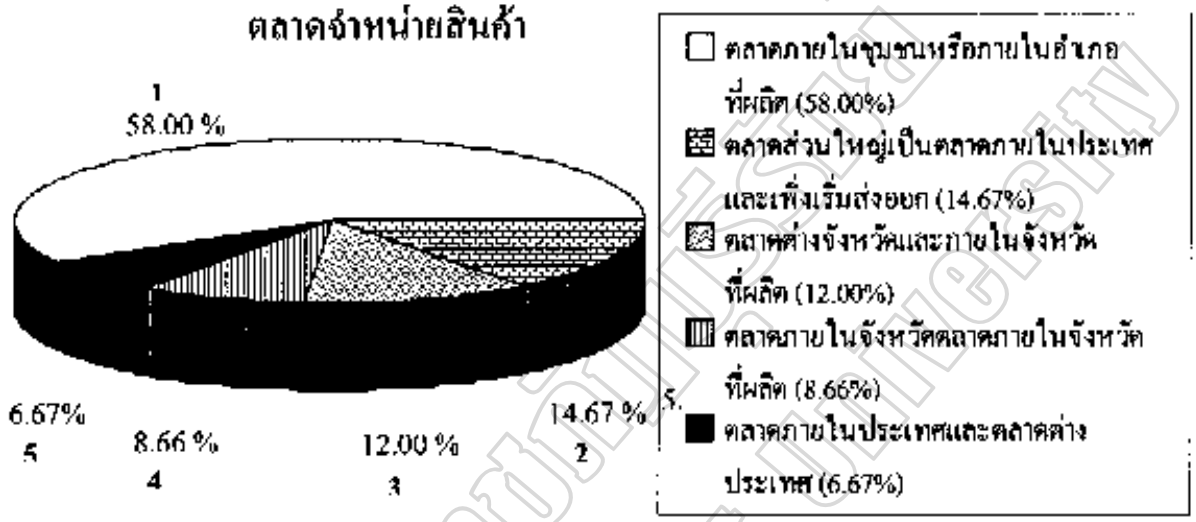
ภาพประกอบ 35 แผนภูมิแสดงสถานที่จัดแสดงและจำหน่ายสินค้าของกลุ่มหัตถกรรม พื้นบ้านบ้านหนองครอบ ตำบลสองชั้น อำเภอกระสัง จังหวัดบุรีรัมย์

จากภาพประกอบ 35 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ (ร้อยละ 63.33) มีความคิดเห็นว่ากลุ่มไม่มีสถานที่แสดงสินค้าที่ผลิต รองลงมา คือ มีร้านแสดงและจำหน่ายสินค้าเฉพาะในพื้นที่ตั้งกลุ่ม (ร้อยละ 26.00) และผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนน้อยที่สุด (ร้อยละ 0.67) มีความคิดเห็นว่ากลุ่มมีร้านค้าแสดงและจำหน่ายสินค้าเป็นร้านค้า 4 – 5 แห่ง



ภาพประกอบ 36 แผนภูมิแสดงช่องทางการจำหน่ายสินค้าของกลุ่มหัตถกรรม พื้นบ้านบ้านหนองครอบ ตำบลสองชั้น อำเภอกระสัง จังหวัดบุรีรัมย์

จากภาพประกอบ 36 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ (ร้อยละ 71.33) มีความคิดเห็นว่าไม่มีคนกลางในการจัดจำหน่ายสินค้า รองลงมา คือ มีคนกลางในการจัดจำหน่ายสินค้าเพียง 1 ราย (ร้อยละ 20.68) และผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนน้อยที่สุด (ร้อยละ 1.33) มีคนกลางในการจัดจำหน่ายสินค้า 7 รายขึ้นไป

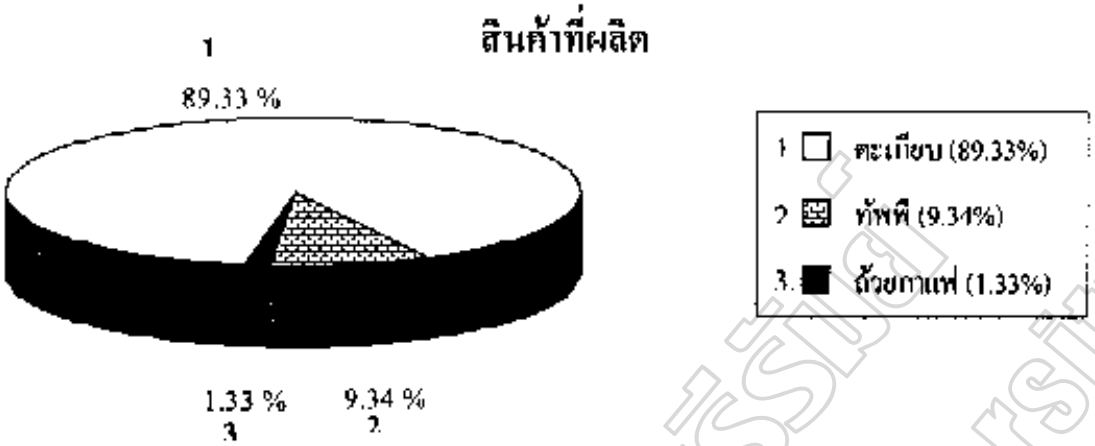


ภาพประกอบ 37 แผนภูมิแสดงแหล่งจำหน่ายสินค้าของกลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้านบ้านหนองครอบ ตำบลสองชั้น อำเภอกระสัง จังหวัดบุรีรัมย์

จากภาพประกอบ 37 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ (ร้อยละ 58.00) มีความคิดเห็นว่าตลาดในการจำหน่ายสินค้าเป็นตลาดภายในชุมชนหรือภายในอำเภอที่ผลิต รองลงมา คือ ตลาดส่วนใหญ่เป็นตลาดภายในประเทศและเพิ่งเริ่มส่งออก (ร้อยละ 14.67) และผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนน้อยที่สุด (ร้อยละ 6.67) มีความคิดเห็นว่าตลาดในการจำหน่ายสินค้าเป็นตลาดภายในประเทศและตลาดต่างประเทศ

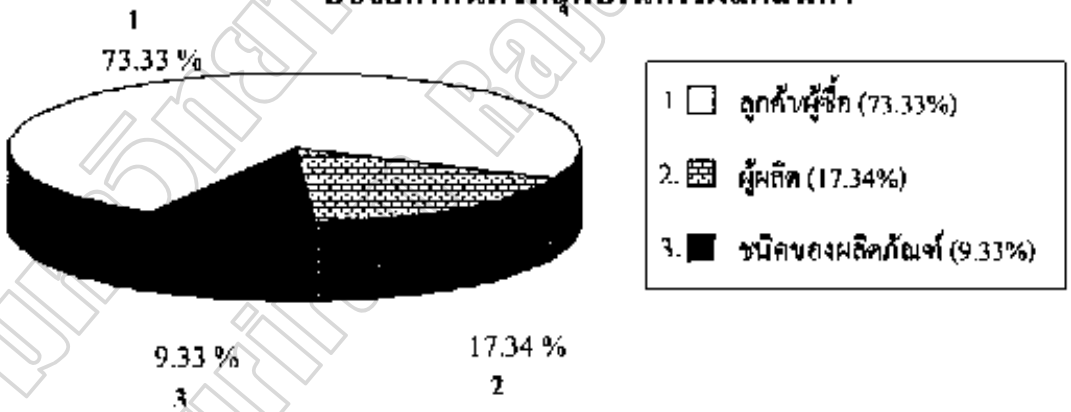
มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ Buriram Rajabhat University

5. สินค้า



ภาพประกอบ 38 แผนภูมิแสดงสินค้าที่ผลิตของกลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้าน บ้านหนองครอบ ตำบลสองชั้น อำเภอกระสัง จังหวัดบุรีรัมย์

จากภาพประกอบ 38 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ (ร้อยละ 89.33) มีความคิดเห็นว่าสินค้าที่ผลิต คือ ตะเกียบ รองลงมา คือ ทัพพี (ร้อยละ 9.34) และผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนน้อยที่สุด (ร้อยละ 1.33) มีความคิดเห็นว่าสินค้าที่ผลิต คือ ถ้วยกาแฟ

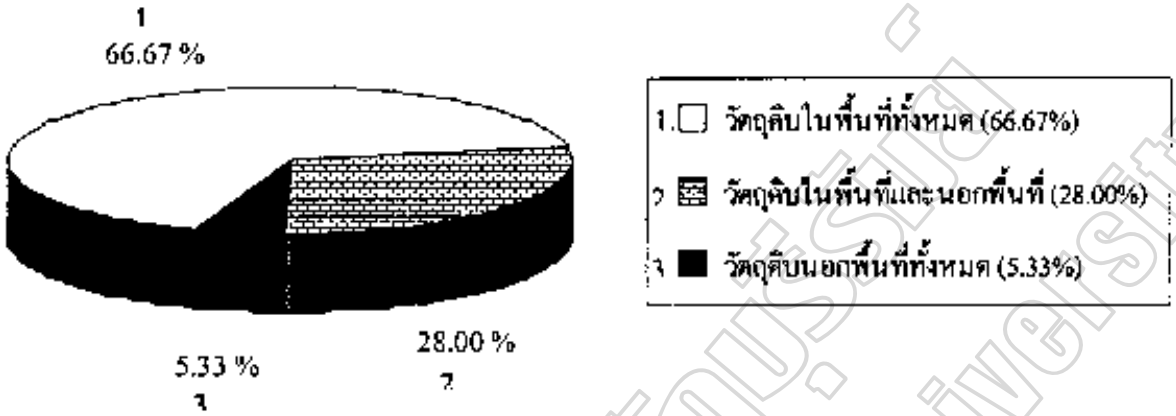


ภาพประกอบ 39 แผนภูมิแสดงปัจจัยกำหนดวัตถุดิบในการผลิตสินค้าของกลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้านบ้านหนองครอบ ตำบลสองชั้น อำเภอกระสัง จังหวัดบุรีรัมย์

จากภาพประกอบ 39 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ (ร้อยละ 73.33) มีความคิดเห็นว่าปัจจัยกำหนดวัตถุดิบในการผลิตสินค้า คือ ลูกค้าหรือผู้ซื้อ รองลงมา คือ ผู้ผลิต

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ Buriram Rajabhat University

(ร้อยละ 17.34) และผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนน้อยที่สุด (ร้อยละ 9.33) มีความคิดเห็นว่าปัจจัยกำหนดวัตถุดิบในการผลิตสินค้า คือ ชนิดของผลิตภัณฑ์

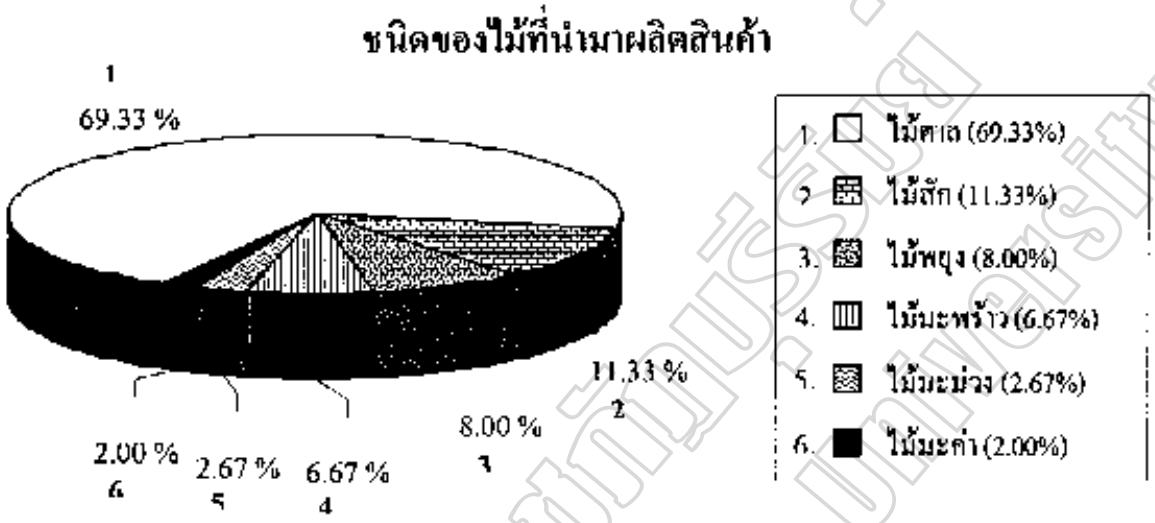


ภาพประกอบ 40 แผนภูมิแสดงแหล่งวัตถุดิบในการผลิตสินค้าของกลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้านบ้านหนองครอบ ตำบลสองชั้น อำเภอกระสัง จังหวัดบุรีรัมย์

จากภาพประกอบ 40 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ (ร้อยละ 66.67) มีความคิดเห็นว่าแหล่งวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตสินค้าเป็นวัตถุดิบในพื้นที่ทั้งหมด รองลงมา คือ วัตถุดิบในพื้นที่และนอกพื้นที่ (ร้อยละ 28.00) และผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนน้อยที่สุด (ร้อยละ 5.33) มีความคิดเห็นแหล่งวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตสินค้าเป็นวัตถุดิบนอกพื้นที่ทั้งหมด

ภาพประกอบ 41 แผนภูมิแสดงปัจจัยกำหนดลักษณะสินค้าของกลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้านบ้านหนองครอบ ตำบลสองชั้น อำเภอกระสัง จังหวัดบุรีรัมย์

จากภาพประกอบ 41 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ (ร้อยละ 80.00) มีความคิดเห็นว่าปัจจัยกำหนดลักษณะสินค้า คือ ประเภทของไม้ รองลงมา คือ คำสั่งซื้อของลูกค้า (ร้อยละ 11.33) และผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนน้อยที่สุด (ร้อยละ 2.00) มีความคิดเห็นว่าปัจจัยกำหนดลักษณะสินค้า คือ ราคาสินค้า

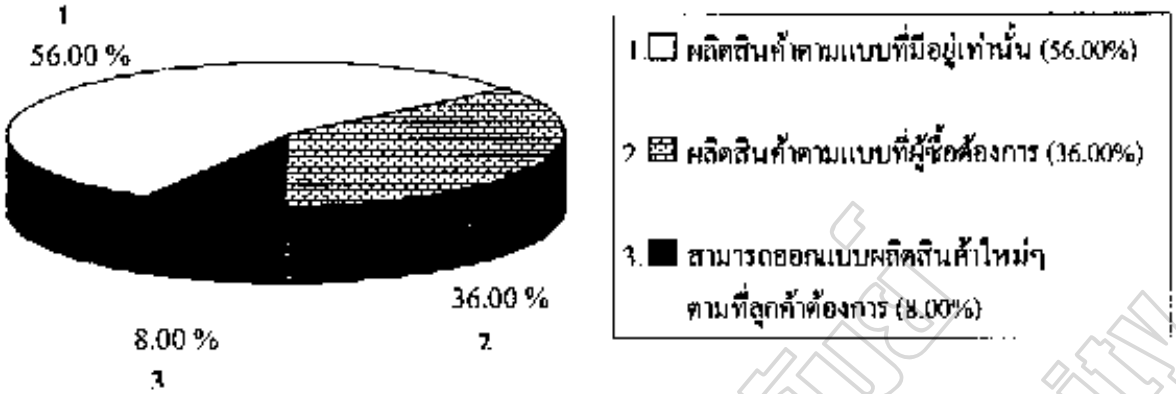


ภาพประกอบ 42 แผนภูมิแสดงชนิดของไม้ที่นำมาผลิตสินค้าของกลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้านบ้านหนองครอก ตำบลสองชั้น อำเภอกระสัง จังหวัดบุรีรัมย์

จากภาพประกอบ 42 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ (ร้อยละ 59.33) มีความคิดเห็นว่าชนิดของไม้ที่นำมาผลิตสินค้า คือ ไม้ตาล รองลงมา คือ ไม้สัก (ร้อยละ 11.33) และผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนน้อยที่สุด (ร้อยละ 2.00) มีความคิดเห็นว่าชนิดของไม้ที่นำมาผลิต คือ ไม้มะค่า

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ Buriram Rajabhat University

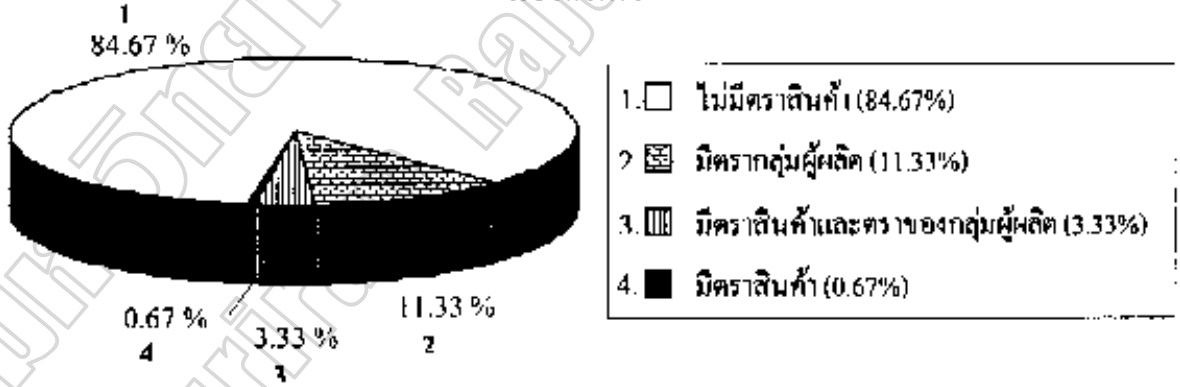
ความสามารถในการผลิต



ภาพประกอบ 43 แผนภูมิแสดงความสามารถในการผลิตสินค้าของกลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้านบ้านหนองครอบ ตำบลสองชั้น อำเภอกระสัง จังหวัดบุรีรัมย์

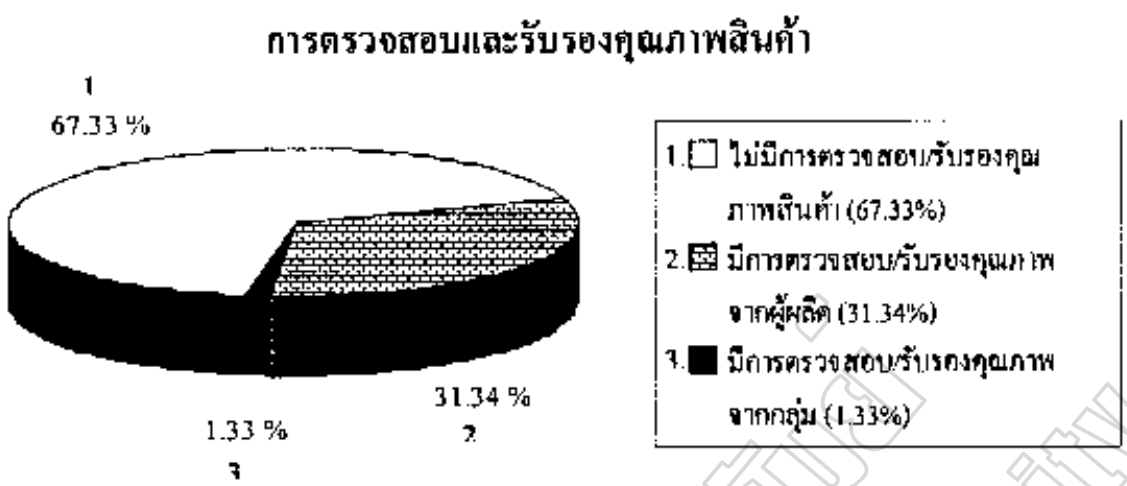
จากภาพประกอบ 43 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ (ร้อยละ 56.00) มีความคิดเห็นว่ากลุ่มสามารถผลิตสินค้าแบบที่มีอยู่เท่านั้น รองลงมา คือ สามารถผลิตสินค้าตามแบบที่ผู้ซื้อต้องการ (ร้อยละ 36.00) และผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนน้อยที่สุด (ร้อยละ 8.00) มีความคิดเห็นว่าสามารถออกแบบผลิตสินค้าใหม่ๆ ตามที่ลูกค้าต้องการ

ตราสินค้า



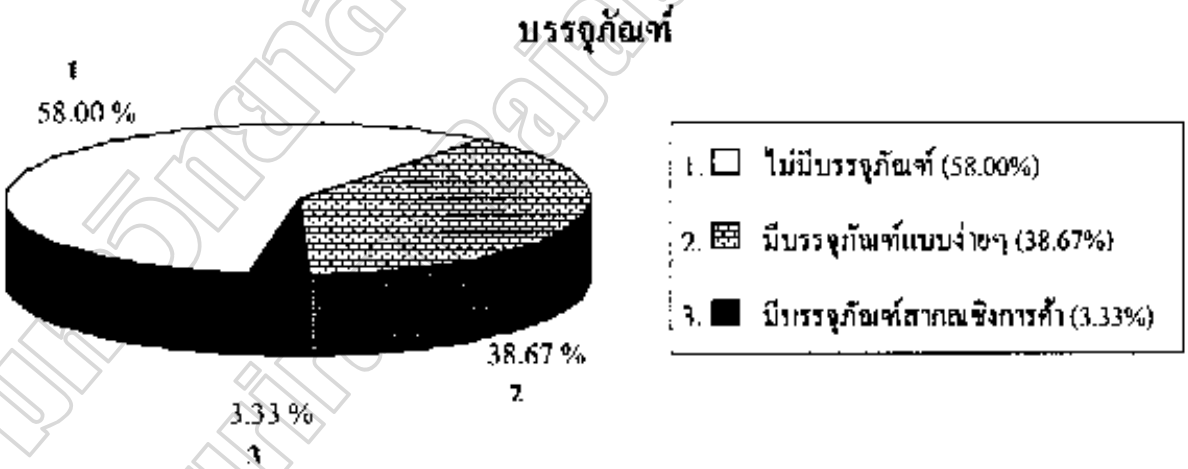
ภาพประกอบ 44 แผนภูมิแสดงการตรวจสอบและรับรองคุณภาพสินค้าของกลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้านบ้านหนองครอบ ตำบลสองชั้น อำเภอกระสัง จังหวัดบุรีรัมย์

จากภาพประกอบ 44 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ (ร้อยละ 84.67) มีความคิดเห็นว่ากลุ่มไม่มีตราสินค้า รองลงมา คือ มีตรากลุ่มผู้ผลิต (ร้อยละ 11.33) และผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนน้อยที่สุด (ร้อยละ 0.67) มีความคิดเห็นว่ามีตราสินค้า



ภาพประกอบ 45 แผนภูมิแสดงตราสินค้าของกลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้าน บ้านหนองครอบ ตำบลสองชั้น อำเภอกระสัง จังหวัดบุรีรัมย์

จากภาพประกอบ 45 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ (ร้อยละ 67.33) มีความคิดเห็นว่าไม่มีการตรวจสอบและรับรองคุณภาพสินค้า รองลงมา คือ มีการตรวจสอบและรับรองคุณภาพสินค้าจากผู้ผลิต (ร้อยละ 31.34) และผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนน้อยที่สุด (ร้อยละ 1.33) มีความคิดเห็นว่ามีการตรวจสอบและรับรองคุณภาพจากกลุ่ม

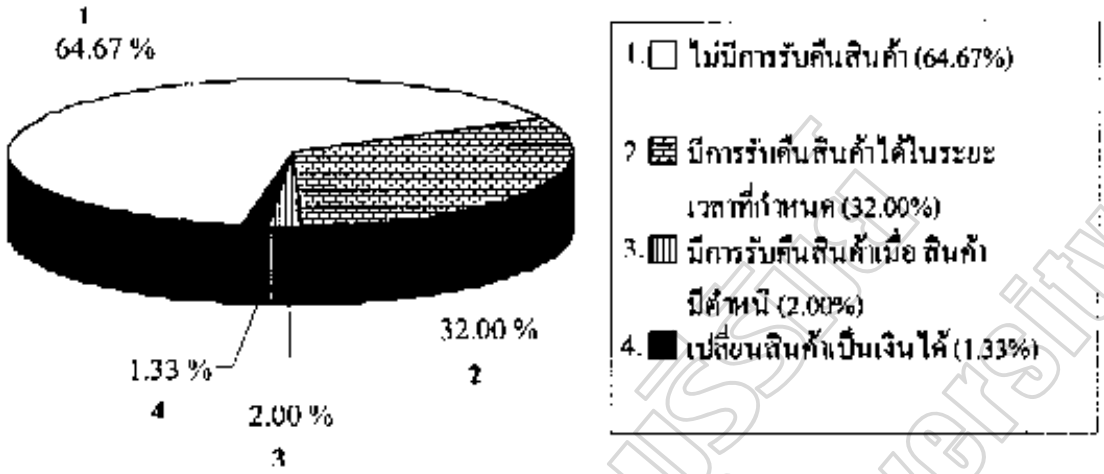


ภาพประกอบ 46 แผนภูมิแสดงบรรจุภัณฑ์สินค้าของกลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้าน บ้านหนองครอบ ตำบลสองชั้น อำเภอกระสัง จังหวัดบุรีรัมย์

จากภาพประกอบ 46 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ (ร้อยละ 58.00) มีความคิดเห็นว่าไม่มีบรรจุภัณฑ์ รองลงมา คือ มีบรรจุภัณฑ์แบบง่ายๆ (ร้อยละ 38.67) และผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนน้อยที่สุด (ร้อยละ 3.33) มีความคิดเห็นว่ามีบรรจุภัณฑ์สากลเชิงการค้า

6. การส่งเสริมการขาย

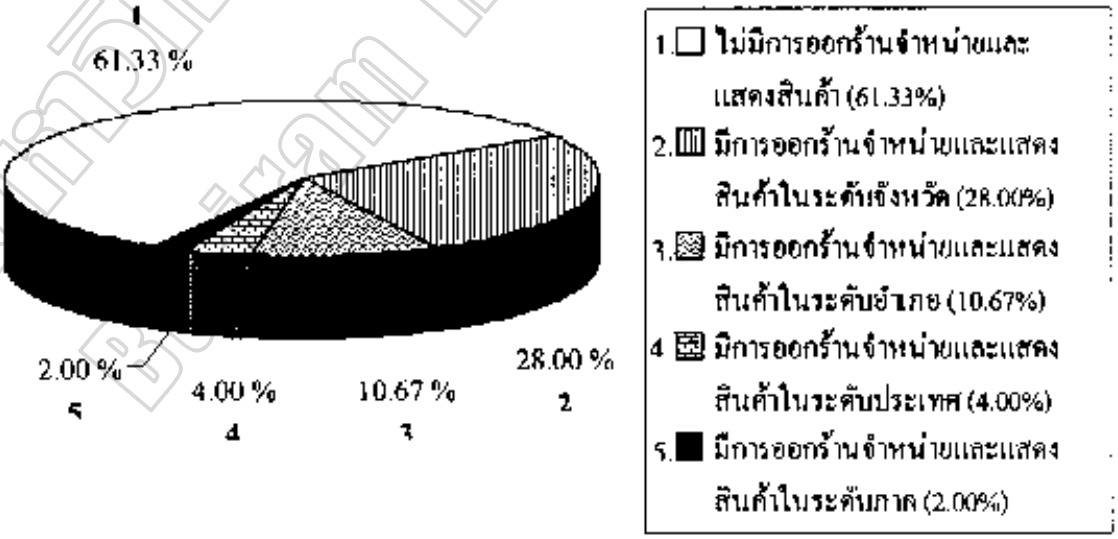
การรับคืนสินค้า



ภาพประกอบ 47 แผนภูมิแสดงการส่งเสริมการขายเกี่ยวกับการรับคืนสินค้าของกลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้านบ้านหนองครอบ ตำบลสองชั้น อำเภอกระสัง จังหวัดบุรีรัมย์

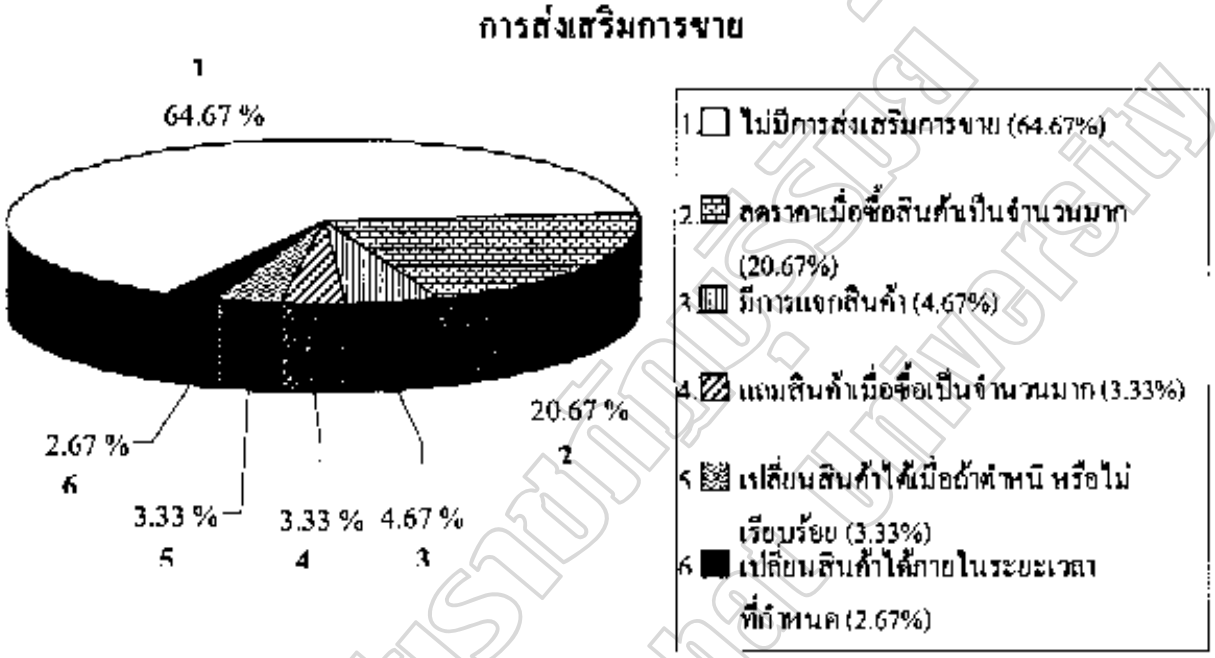
จากภาพประกอบ 47 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ (ร้อยละ 64.67) มีความคิดเห็นว่าไม่มีการรับคืนสินค้า รองลงมา คือ มีการรับคืนสินค้าได้ในระยะเวลาที่กำหนด (ร้อยละ 32.00) และผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนน้อยที่สุด (ร้อยละ 1.33) มีความคิดเห็นว่ามีการเปลี่ยนสินค้าเป็นเงินได้

การออกร้านจำหน่ายและแสดงสินค้า



ภาพประกอบ 48 แผนภูมิแสดงการออกร้านจำหน่ายและแสดงสินค้าของกลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้านบ้านหนองครอบ ตำบลสองชั้น อำเภอกระสัง จังหวัดบุรีรัมย์

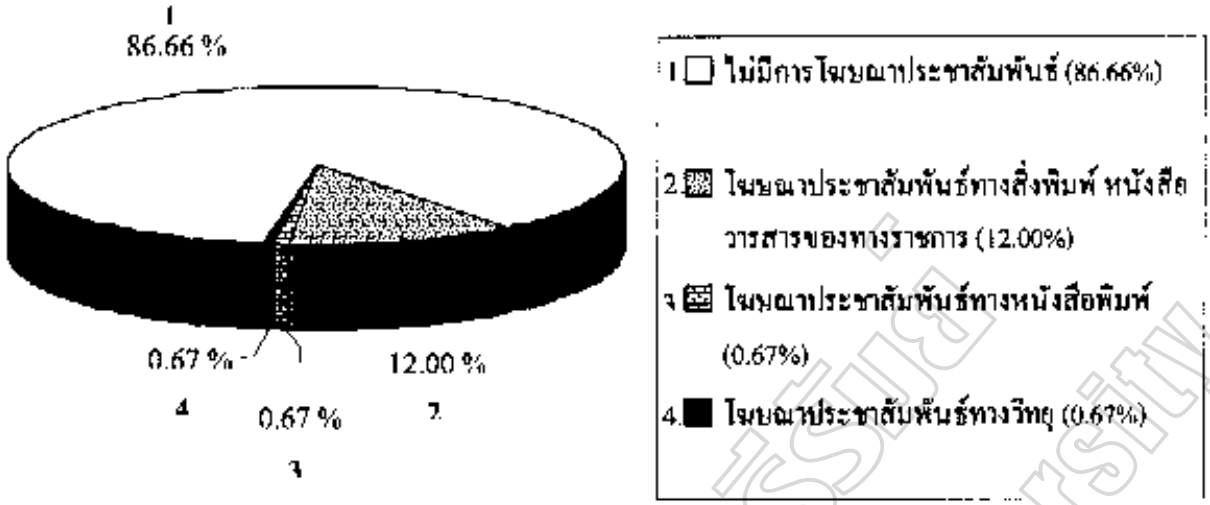
จากภาพประกอบ 48 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ (ร้อยละ 61.33) มีความคิดเห็นว่ากลุ่มไม่มีการออกร้านจำหน่ายและแสดงสินค้า รองลงมา คือ มีการออกร้านจำหน่ายและแสดงสินค้าในระดับจังหวัด (ร้อยละ 28.00) และผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนน้อยที่สุด (ร้อยละ 2.00) มีความคิดเห็นว่ามีการออกร้านจำหน่ายและแสดงสินค้าในระดับภาค



ภาพประกอบ 49 แผนภูมิแสดงการส่งเสริมการขายสินค้าของกลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้านบ้านหนองครอบ ตำบลสองชั้น อำเภอกระสัง จังหวัดบุรีรัมย์

จากภาพประกอบ 49 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ (ร้อยละ 64.67) มีความคิดเห็นว่าไม่มีการส่งเสริมการขาย รองลงมา คือ ลดราคาเมื่อซื้อสินค้าเป็นจำนวนมาก (ร้อยละ 20.67) และผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนน้อยที่สุด (ร้อยละ 2.67) มีความคิดเห็นว่าให้เปลี่ยนสินค้าได้ในระยะเวลาที่กำหนด

การโฆษณาประชาสัมพันธ์

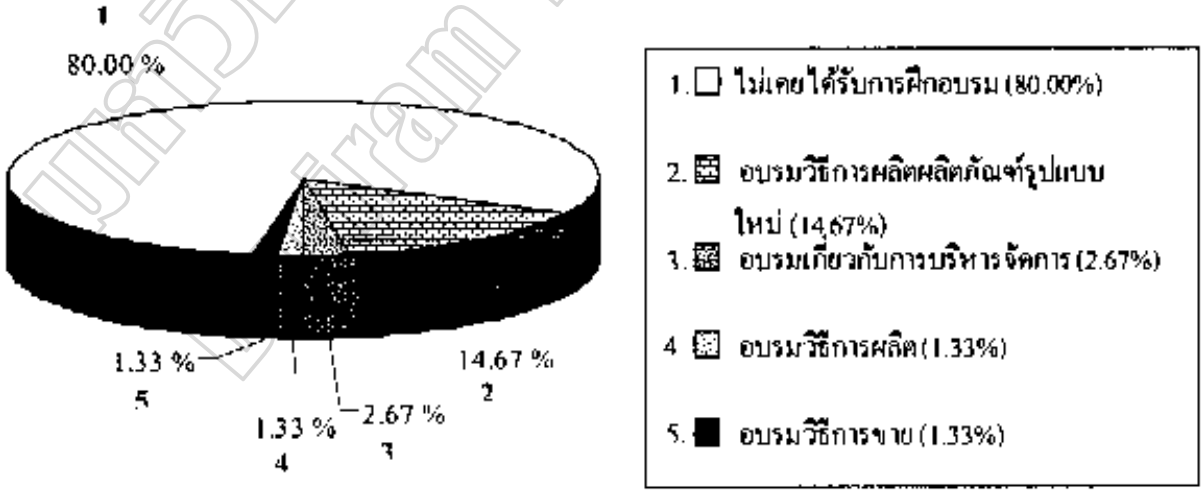


ภาพประกอบ 50 แผนภูมิแสดงการโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าของกลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้านบ้านหนองครอบ ตำบลสองชั้น อำเภอกระสัง จังหวัดบุรีรัมย์

จากภาพประกอบ 50 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ (ร้อยละ 86.66) ไม่มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ รองลงมา คือ โฆษณาประชาสัมพันธ์ทางสิ่งพิมพ์ หนังสือ วารสารของทางราชการ (ร้อยละ 12.00) และผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนน้อยที่สุด (ร้อยละ 0.67) มีความคิดเห็นว่ามีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางวิทยุ

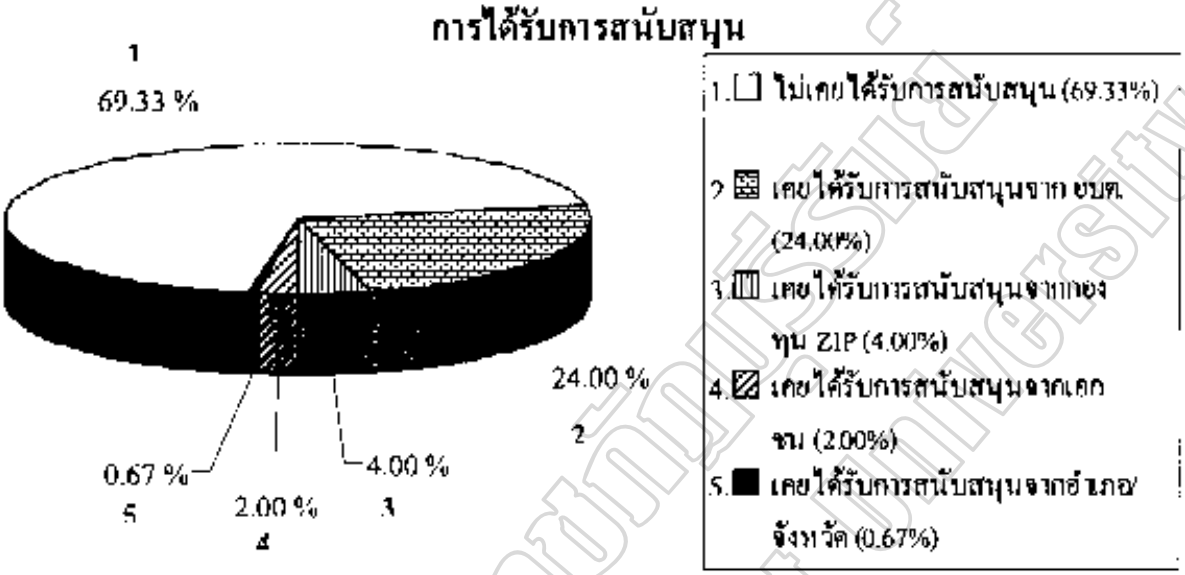
7. การส่งเสริมสนับสนุน

การได้รับการฝึกอบรม



ภาพประกอบ 51 แผนภูมิแสดงการได้รับการฝึกอบรมของกลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้านบ้านหนองครอบ ตำบลสองชั้น อำเภอกระสัง จังหวัดบุรีรัมย์

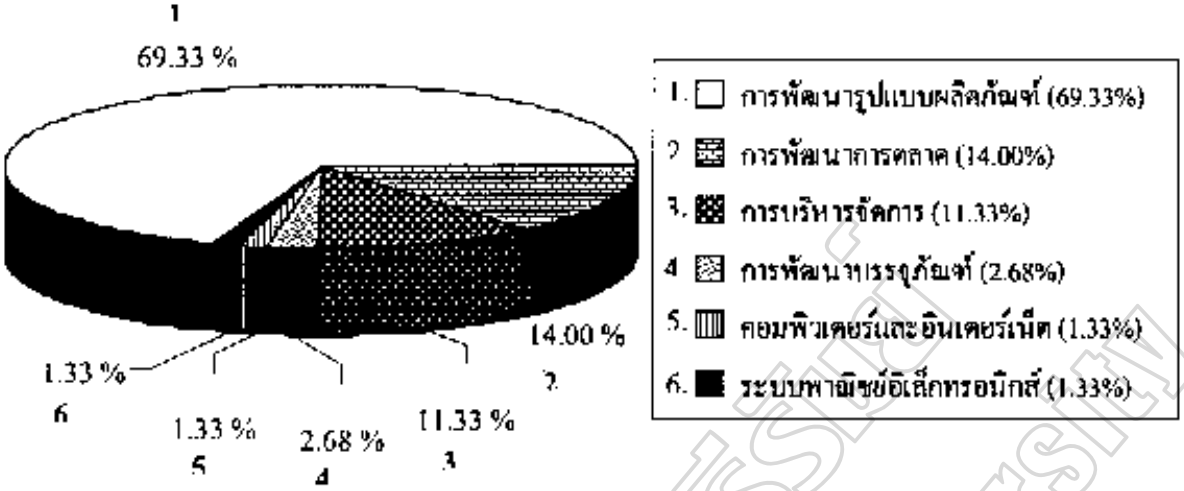
จากภาพประกอบ 51 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ (ร้อยละ 80.00) มีความคิดเห็นว่าไม่เคยได้รับการฝึกอบรม รองลงมา คือ อบรมวิธีการผลิตผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ (ร้อยละ 14.67) และผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนน้อยที่สุด (ร้อยละ 1.33) มีความคิดเห็นว่า มีการอบรมวิธีการขาย



ภาพประกอบ 52 แผนภูมิแสดงการได้รับการสนับสนุนของกลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้าน บ้านหนองครอบ ตำบลสองชั้น อำเภอกระสัง จังหวัดบุรีรัมย์

จากภาพประกอบ 52 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ (ร้อยละ 69.33) มีความคิดเห็นว่าไม่เคยได้รับการสนับสนุน รองลงมา คือ เคยได้รับการสนับสนุนจากองค์การบริหารส่วนตำบล (ร้อยละ 24.00) และผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนน้อยที่สุด (ร้อยละ 0.67) มีความคิดเห็นว่าเคยได้รับการสนับสนุนจากอำเภอและจังหวัด

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ Buriram Rajabhat University



ภาพประกอบ 53 แผนภูมิแสดงหลักสูตรที่ต้องการให้มีการจัดอบรมของกลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้านบ้านหนองครอบ ตำบลสองชั้น อำเภอกระสัง จังหวัดบุรีรัมย์

จากภาพประกอบ 53 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ (ร้อยละ 69.33) มีความคิดเห็นว่าต้องการให้จัดหลักสูตรฝึกอบรมเกี่ยวกับการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ หลักสูตรการพัฒนาการตลาด (ร้อยละ 14.00) และผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนน้อยที่สุด (ร้อยละ 1.33) มีความคิดเห็นว่าต้องการให้จัดหลักสูตรคอมพิวเตอร์และอินเตอร์เน็ตและหลักสูตรระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความต้องการในการใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อนำเสนอสินค้าของชุมชนของกลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้านบ้านหนองครอบ ตำบลสองชั้น อำเภอกระสัง จังหวัดบุรีรัมย์ นำเสนอผลการวิเคราะห์ดังนี้

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความต้องการในการใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อนำเสนอสินค้าของชุมชน มีผู้เสนอความคิดเห็นแบ่งเป็นคณะคณะกรรมการ 2 คน และสมาชิก 1 คน โดยคณะคณะกรรมการมีความคิดเห็นว่า มีต้องการใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อนำเสนอสินค้าไปจำหน่ายในต่างประเทศ ทำให้เสนอขายสินค้าได้ไกลยิ่งขึ้น ซึ่งจะทำให้ยอดขายและรายได้เพิ่มขึ้น ส่วนสมาชิก มีความคิดเห็นว่า ถ้าใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อนำเสนอ สินค้าจะทำให้สามารถขายสินค้าได้แม้จะอยู่ที่บ้าน ประหยัดค่าใช้จ่าย