

## บทที่ 4 ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาความต้องการจำเป็นด้านเนื้อหาของลูกค้าชาวไทย และชาวต่างชาติที่มีต่อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือคณะผู้วิจัยได้แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

### 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบเก็บข้อมูลเพื่อวิเคราะห์เนื้อหาประกอบผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือที่มีในปัจจุบัน

เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อวิเคราะห์เนื้อหาประกอบผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือที่มีในปัจจุบัน คณะผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

**ตารางที่ 4.1** ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบเก็บข้อมูลเพื่อวิเคราะห์เนื้อหาประกอบผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือที่มีในปัจจุบัน

ที่	แบบเก็บข้อมูลเพื่อการวิเคราะห์เนื้อหาประกอบของผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือที่มีในปัจจุบัน	จำนวน (N=30)	ร้อยละ
1	รหัสผลิตภัณฑ์	5	16.66
2	ชื่อผลิตภัณฑ์	30	100
3	ราคาต่อหน่วย	30	100
4	รายละเอียดของผลิตภัณฑ์	25	83.33
5	ประเภทของผลิตภัณฑ์	20	66.66
6	รางวัลที่ได้รับ	10	33.33
7	ระดับดาวที่ได้รับ	5	16.66
8	ช่องทางจัดจำหน่ายหรือติดต่อ	30	100
9	ชื่อเจ้าของผลิตภัณฑ์	13	43.33
10	ประวัติความเป็นมาของผลิตภัณฑ์	8	26.66
11	วัตถุดิบที่ใช้ทำผลิตภัณฑ์	21	70
12	วิธีการดูแลรักษาผลิตภัณฑ์	11	36.66
13	ขั้นตอนการทอผ้า	9	30
14	สีที่ใช้ย้อม	5	16.66
15	ช่องทางการจัดส่ง	16	53.33

จากตารางที่ 4.1 พบว่า เนื้อหาประกอบผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือที่มีในปัจจุบันที่พบมากที่สุดจาก 30 ตัวอย่างคือ 1) ชื่อผลิตภัณฑ์ 2) ราคาต่อหน่วย 3) ช่องทางจัดจำหน่ายหรือติดต่อ คือเป็น ร้อยละ 100 รองลงมาคือ รายละเอียดของผลิตภัณฑ์ คิดเป็น ร้อยละ 83.33 และ วัตถุดิบที่ใช้ทำผลิตภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 70 ตามลำดับ

#### 4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากความต้องการจำเป็นด้านเนื้อหาของลูกค้าชาวไทยและชาวต่างชาติที่มีต่อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือ

เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาความต้องการจำเป็นด้านเนื้อหาของลูกค้าชาวไทยและชาวต่างชาติที่มีต่อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือ

#### ตารางที่ 4.2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการจำเป็นด้านเนื้อหาของลูกค้าชาวไทยที่มีต่อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการจำเป็นด้านเนื้อหาที่มีต่อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลผล
1. เนื้อหาเกี่ยวกับรหัสผลิตภัณฑ์ของผ้าไหมทอมือเป็นสิ่งจำเป็น	3.18	0.86	ปานกลาง
2. เนื้อหาเกี่ยวกับชื่อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือเป็นสิ่งจำเป็น	3.67	0.70	มาก
3. เนื้อหาเกี่ยวกับราคาต่อหน่วยของผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือเป็นสิ่งจำเป็น	4.60	0.62	มากที่สุด
4. เนื้อหาเกี่ยวกับรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ของผ้าไหมทอมือเป็นสิ่งจำเป็น	4.01	0.70	มาก
5. เนื้อหาเกี่ยวกับประเภทของผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือเป็นสิ่งจำเป็น	4.01	0.58	มาก
6. เนื้อหาเกี่ยวกับรางวัลที่ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือได้รับเป็นสิ่งจำเป็น	3.76	0.79	มาก
7. เนื้อหาเกี่ยวกับระดับดาวที่ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือได้รับเป็นสิ่งจำเป็น	3.84	0.78	มาก
8. เนื้อหาเกี่ยวกับช่องทางจัดจำหน่ายหรือติดต่อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือเป็นสิ่งจำเป็น	4.40	0.64	มาก
9. เนื้อหาเกี่ยวกับชื่อเจ้าของผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือเป็นสิ่งจำเป็น	3.65	0.82	มาก
10. เนื้อหาเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือเป็นสิ่งจำเป็น	3.65	0.95	มาก
11. เนื้อหาเกี่ยวกับวัตถุดิบที่ใช้ทำผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือเป็นสิ่งจำเป็น	4.10	0.69	มาก
12. เนื้อหาเกี่ยวกับวิธีการดูแลรักษาผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือเป็นสิ่งจำเป็น	4.44	0.67	มาก
13. เนื้อหาเกี่ยวกับขั้นตอนการทอผ้าไหมทอมือเป็นสิ่งจำเป็น	3.76	0.94	มาก
14. เนื้อหาเกี่ยวกับสีที่ใช้ย้อมผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือ	4.13	0.63	มาก

ความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการจำเป็นด้าน เนื้อหาที่มีต่อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือ เป็นสิ่งจำเป็น	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	แปลผล
15. เนื้อหาเกี่ยวกับช่องทางการจัดส่งหากสั่งซื้อ ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือเป็นสิ่งจำเป็น	4.65	0.61	มากที่สุด
<b>เฉลี่ยรวม</b>	<b>3.99</b>	<b>0.42</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.2 สามารถวิเคราะห์ได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นลูกค้าชาวไทยมีความต้องการจำเป็นด้านเนื้อหาต่อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.99$ ,  $SD = 0.42$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อโดยเรียงลำดับความต้องการจากมากไปน้อย พบว่า ข้อที่มีความเฉลี่ยความต้องการจำเป็นมากที่สุด คือ เนื้อหาเกี่ยวกับช่องทางการจัดส่งหากสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือ ( $\bar{X} = 4.65$ ,  $SD = 0.61$ ) รองลงมา คือ เนื้อหาเกี่ยวกับราคาต่อหน่วยของผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือเป็นสิ่งจำเป็น ( $\bar{X} = 4.60$ ,  $SD = 0.62$ ) เนื้อหาเกี่ยวกับวิธีการดูแลรักษาผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือเป็นสิ่งจำเป็น ( $\bar{X} = 4.44$ ,  $SD = 0.67$ ) เนื้อหาเกี่ยวกับช่องทางจัดจำหน่ายหรือติดต่อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือเป็นสิ่งจำเป็น ( $\bar{X} = 4.40$ ,  $SD = 0.64$ ) เนื้อหาเกี่ยวกับสีที่ใช้ย้อมผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือเป็นสิ่งจำเป็น ( $\bar{X} = 4.13$ ,  $SD = 0.63$ ) เนื้อหาเกี่ยวกับวัตถุดิบที่ใช้ทำผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือเป็นสิ่งจำเป็น ( $\bar{X} = 4.10$ ,  $SD = 0.69$ ) เนื้อหาเกี่ยวกับประเภทของผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือเป็นสิ่งจำเป็น ( $\bar{X} = 4.01$ ,  $SD = 0.58$ ) เนื้อหาเกี่ยวกับรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ของผ้าไหมทอมือเป็นสิ่งจำเป็น ( $\bar{X} = 4.01$ ,  $SD = 0.70$ ) เนื้อหาเกี่ยวกับระดับดาวที่ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือได้รับเป็นสิ่งจำเป็น ( $\bar{X} = 3.84$ ,  $SD = 0.78$ ) เนื้อหาเกี่ยวกับขั้นตอนการทอผ้าไหมทอมือเป็นสิ่งจำเป็น ( $\bar{X} = 3.76$ ,  $SD = 0.94$ ) เนื้อหาเกี่ยวกับรางวัลที่ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือได้รับเป็นสิ่งจำเป็น ( $\bar{X} = 3.76$ ,  $SD = 0.79$ ) เนื้อหาเกี่ยวกับชื่อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือเป็นสิ่งจำเป็น ( $\bar{X} = 3.67$ ,  $SD = 0.70$ ) เนื้อหาเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือเป็นสิ่งจำเป็น ( $\bar{X} = 3.65$ ,  $SD = 0.95$ ) เนื้อหาเกี่ยวกับชื่อเจ้าของผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือเป็นสิ่งจำเป็น ( $\bar{X} = 3.65$ ,  $SD = 0.82$ ) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยความต้องการจำเป็นน้อยที่สุด คือ เนื้อหาเกี่ยวกับรหัสผลิตภัณฑ์ของผ้าไหมทอมือเป็นสิ่งจำเป็น ( $\bar{X} = 3.18$ ,  $SD = 0.86$ )

ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละความสำคัญของช่องทางการรับข่าวสารของลูกค้าชาวไทย

รายการ	การรับข่าวสาร							
	มาก		ปานกลาง		น้อย		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. โซเชียลเน็ตเวิร์ค	346	86.50	31	7.80	17	4.30	394	98.50
2. โซเชียลมีเดีย	43	10.80	279	69.80	42	10.50	364	91.00
3. เสิร์ชเอนจิน	51	12.80	35	8.80	264	66.00	350	87.50
4. เว็บไซต์เซอร์	26	6.50	18	4.50	25	6.30	69	17.30
5. แอปพลิเคชันต่างๆ บน เครื่องคอมพิวเตอร์ หรือ อุปกรณ์พกพา	16	4.00	18	4.50	25	6.30	59	14.80
6. โทรศัพท์ระบบดิจิทัล	20	5.00	24	6.00	16	4.00	60	15.00
7. เว็บไซต์ต่าง ๆ	26	6.50	14	3.50	21	5.30	61	15.30
8. อีเมลล์	4	1.00	7	1.80	37	9.30	48	12.00
9. ข้อความผ่าน โทรศัพท์เคลื่อนที่	4	1.00	11	2.80	32	8.00	47	11.80
10. การสนทนาผ่าน โทรศัพท์เคลื่อนที่	18	4.50	11	2.80	19	4.80	48	12.00

จากตารางที่ 4.3 ความสำคัญของช่องทางการรับข่าวสาร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นลูกค้าชาวไทยให้ความสำคัญในการรับข้อมูลข่าวสารมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 1) ด้านโซเชียลเน็ตเวิร์คมากที่สุด มีผู้เลือกคำตอบ 394 ตัวเลือก โดยมีการรับข้อมูลข่าวสารมากจำนวน 346 คน รับข่าวสารปานกลางจำนวน 31 คน และรับข่าวสารน้อยจำนวน 17 คน รองลงมาคือ 2) ด้านโซเชียลมีเดีย มีผู้เลือกคำตอบทั้งหมด 364 ตัวเลือก โดยมีการรับข้อมูลข่าวสารมากจำนวน 43 คน รับข้อมูลข่าวสารปานกลาง จำนวน 279 คน และ รับข้อมูลข่าวสารน้อยจำนวน 42 คน และ 3) ด้านเสิร์ชเอนจิน มีผู้เลือกคำตอบทั้งหมด 350 ตัวเลือก โดยมีการรับข้อมูลข่าวสารมาก จำนวน 51 คน รับข้อมูลข่าวสารปานกลาง จำนวน 35 คน และ น้อย จำนวน 264 คน ส่วนด้านที่มีการรับข้อมูลข่าวสารน้อยที่สุด คือ 8) อีเมลล์ มีผู้เลือกคำตอบเพียง 47 ตัวเลือกเท่านั้น แบ่งออกเป็น รับข้อมูลข่าวสารมากจำนวน 4 คน รับข้อมูลข่าวสารปานกลาง จำนวน 11 คน และ รับข้อมูลข่าวสารน้อย จำนวน 32 คน

**ตารางที่ 4.4** ความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการจำเป็นด้านเนื้อหาของลูกค้าชาวต่างชาติที่มีต่อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการจำเป็นด้านเนื้อหาที่มีต่อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลผล
1. เนื้อหาเกี่ยวกับรหัสผลิตภัณฑ์ของผ้าไหมทอมือเป็นสิ่งจำเป็น	3.29	1.14	ปานกลาง
2. เนื้อหาเกี่ยวกับชื่อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือเป็นสิ่งจำเป็น	3.77	0.83	มาก
3. เนื้อหาเกี่ยวกับราคาต่อหน่วยของผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือเป็นสิ่งจำเป็น	4.23	0.81	มาก
4. เนื้อหาเกี่ยวกับรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ของผ้าไหมทอมือเป็นสิ่งจำเป็น	3.73	1.03	มาก
5. เนื้อหาเกี่ยวกับประเภทของผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือเป็นสิ่งจำเป็น	3.83	0.82	มาก
6. เนื้อหาเกี่ยวกับรางวัลที่ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือได้รับเป็นสิ่งจำเป็น	3.06	1.08	ปานกลาง
7. เนื้อหาเกี่ยวกับระดับดาวที่ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือได้รับเป็นสิ่งจำเป็น	3.16	1.16	ปานกลาง
8. เนื้อหาเกี่ยวกับช่องทางจัดจำหน่ายหรือติดต่อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือเป็นสิ่งจำเป็น	4.01	0.89	มาก
9. เนื้อหาเกี่ยวกับชื่อเจ้าของผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือเป็นสิ่งจำเป็น	3.02	1.09	ปานกลาง
10. เนื้อหาเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือเป็นสิ่งจำเป็น	3.24	1.32	ปานกลาง
11. เนื้อหาเกี่ยวกับวัตถุดิบที่ใช้ทำผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือเป็นสิ่งจำเป็น	3.89	1.01	มาก
12. เนื้อหาเกี่ยวกับวิธีการดูแลรักษาผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือเป็นสิ่งจำเป็น	4.09	0.88	มาก
13. เนื้อหาเกี่ยวกับขั้นตอนการทอผ้าไหมทอมือเป็นสิ่งจำเป็น	3.35	1.28	ปานกลาง
14. เนื้อหาเกี่ยวกับสีที่ใช้อยู่ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือเป็นสิ่งจำเป็น	3.94	0.88	มาก
15. เนื้อหาเกี่ยวกับช่องทางการจัดส่งหากสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือเป็นสิ่งจำเป็น	4.15	0.77	มาก
<b>เฉลี่ยรวม</b>	<b>3.65</b>	<b>0.64</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.4 สามารถวิเคราะห์ได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นลูกค้าชาวต่างชาติมีความต้องการจำเป็นด้านเนื้อหาต่อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.65$ ,  $SD = 0.64$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อโดยเรียงลำดับความต้องการจากมากไปน้อย พบว่า ข้อที่มีความเฉลี่ยความต้องการจำเป็นมากที่สุด คือ เนื้อหาเกี่ยวกับราคาต่อหน่วยของผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือเป็นสิ่งจำเป็น ( $\bar{X} = 4.23$ ,  $SD = 0.81$ ) รองลงมา คือ เนื้อหาเกี่ยวกับช่องทางการจัดส่งหากสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือ ( $\bar{X} = 4.15$ ,  $SD = 0.77$ ) เนื้อหาเกี่ยวกับวิธีการดูแลรักษาผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือเป็นสิ่งจำเป็น ( $\bar{X} = 4.09$ ,  $SD = 0.88$ ) เนื้อหาเกี่ยวกับช่องทางจัดจำหน่ายหรือติดต่อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือเป็นสิ่งจำเป็น ( $\bar{X} = 4.01$ ,  $SD = 0.89$ ) เนื้อหาเกี่ยวกับสีที่ใช้ย้อมผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือเป็นสิ่งจำเป็น ( $\bar{X} = 3.94$ ,  $SD = 0.88$ ) เนื้อหาเกี่ยวกับวัตถุดิบที่ใช้ทำผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือเป็นสิ่งจำเป็น ( $\bar{X} = 3.89$ ,  $SD = 1.01$ ) เนื้อหาเกี่ยวกับประเภทของผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือเป็นสิ่งจำเป็น ( $\bar{X} = 3.83$ ,  $SD = 0.82$ ) เนื้อหาเกี่ยวกับชื่อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือเป็นสิ่งจำเป็น ( $\bar{X} = 3.77$ ,  $SD = 0.83$ ) เนื้อหาเกี่ยวกับรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ของผ้าไหมทอมือเป็นสิ่งจำเป็น ( $\bar{X} = 3.73$ ,  $SD = 1.03$ ) เนื้อหาเกี่ยวกับขั้นตอนการทอผ้าไหมทอมือเป็นสิ่งจำเป็น ( $\bar{X} = 3.35$ ,  $SD = 1.28$ ) เนื้อหาเกี่ยวกับรหัสผลิตภัณฑ์ของผ้าไหมทอมือเป็นสิ่งจำเป็น ( $\bar{X} = 3.29$ ,  $SD = 1.14$ ) เนื้อหาเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือเป็นสิ่งจำเป็น ( $\bar{X} = 3.24$ ,  $SD = 1.32$ ) เนื้อหาเกี่ยวกับระดับดาวที่ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือได้รับเป็นสิ่งจำเป็น ( $\bar{X} = 3.16$ ,  $SD = 1.16$ ) เนื้อหาเกี่ยวกับรางวัลที่ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือได้รับเป็นสิ่งจำเป็น ( $\bar{X} = 3.06$ ,  $SD = 1.08$ ) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยความต้องการจำเป็นน้อยที่สุด คือ เนื้อหาเกี่ยวกับชื่อเจ้าของผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือเป็นสิ่งจำเป็น ( $\bar{X} = 3.02$ ,  $SD = 1.09$ )

ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละความสำคัญของช่องทางการรับข่าวสารของลูกค้าชาวต่างชาติ

รายการ	การรับข่าวสาร							
	มาก		ปานกลาง		น้อย		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. โซเชียลเน็ตเวิร์ค	229	57.30	71	17.80	73	18.30	373	93.30
2. โซเชียลมีเดีย	20	5.00	95	23.80	69	17.30	184	46.00
3. เสิร์ชเอนจิน	57	14.20	59	14.80	35	8.80	151	37.80
4. เว็บบราวเซอร์	10	2.50	9	2.30	10	2.50	29	7.20
5. แอปพลิเคชันต่างๆ บนเครื่องคอมพิวเตอร์ หรืออุปกรณ์พกพา	24	6.00	65	16.30	71	17.80	160	40.00
6. โทรศัพท์ระบบดิจิทัล	7	1.80	28	7.00	7	1.80	42	10.50
7. เว็บไซต์ต่างๆ	41	10.30	62	15.50	71	17.80	174	43.50
8. อีเมลล์	1	0.30	5	1.30	22	5.50	28	7.00
9. ข้อความผ่าน โทรศัพท์เคลื่อนที่	-	-	1	0.30	22	5.50	23	5.80
10. การสนทนาผ่าน โทรศัพท์เคลื่อนที่	9	2.30	6	1.50	18	4.50	33	8.30

จากตารางที่ 4.5 ความสำคัญของช่องทางการรับข่าวสาร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นลูกค้าชาวต่างชาติ ให้ความสำคัญในการรับข้อมูลข่าวสารมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 1) ด้านโซเชียลเน็ตเวิร์คมากที่สุด มีผู้เลือกคำตอบ 373 ตัวเลือก โดยมีการรับข้อมูลข่าวสารมากจำนวน 229 คน รับข่าวสารปานกลางจำนวน 71 คน และรับข่าวสารน้อยจำนวน 73 คน รองลงมาคือ 2) ด้านโซเชียลมีเดีย มีผู้เลือกคำตอบทั้งหมด 184 ตัวเลือก โดยมีการรับข้อมูลข่าวสารมากจำนวน 20 คน รับข้อมูลข่าวสารปานกลาง จำนวน 95 คน และ รับข้อมูลข่าวสารน้อยจำนวน 69 คน และ 7) ด้านเว็บไซต์ต่างๆ มีผู้เลือกคำตอบทั้งหมด 174 ตัวเลือก โดยมีการรับข้อมูลข่าวสารมาก จำนวน 41 คน รับข้อมูลข่าวสารปานกลาง จำนวน 62 คน และ น้อย จำนวน 71 คน ส่วนด้านที่มีการรับข้อมูลข่าวสารน้อยที่สุด คือ 9) ข้อความผ่านโทรศัพท์ มีผู้เลือกคำตอบเพียง 23 ตัวเลือกเท่านั้น แบ่งออกเป็น รับข้อมูลข่าวสารปานกลาง จำนวน 1 คน และ รับข้อมูลข่าวสารน้อย จำนวน 22 คน

**ตารางที่ 4.6** ความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการจำเป็นด้านเนื้อหาของลูกค้าชาวไทยและชาวต่างชาติที่มีต่อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการจำเป็นด้านเนื้อหาที่มีต่อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลผล
1. เนื้อหาเกี่ยวกับรหัสผลิตภัณฑ์ของผ้าไหมทอมือเป็นสิ่งจำเป็น	3.23	1.01	ปานกลาง
2. เนื้อหาเกี่ยวกับชื่อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือเป็นสิ่งจำเป็น	3.72	0.77	มาก
3. เนื้อหาเกี่ยวกับราคาต่อหน่วยของผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือเป็นสิ่งจำเป็น	4.42	0.74	มาก
4. เนื้อหาเกี่ยวกับรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ของผ้าไหมทอมือเป็นสิ่งจำเป็น	3.87	0.89	มาก
5. เนื้อหาเกี่ยวกับประเภทของผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือเป็นสิ่งจำเป็น	3.92	0.71	มาก
6. เนื้อหาเกี่ยวกับรางวัลที่ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือได้รับเป็นสิ่งจำเป็น	3.41	1.01	ปานกลาง
7. เนื้อหาเกี่ยวกับระดับดาวที่ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือได้รับเป็นสิ่งจำเป็น	3.50	1.04	ปานกลาง
8. เนื้อหาเกี่ยวกับช่องทางจัดจำหน่ายหรือติดต่อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือเป็นสิ่งจำเป็น	4.20	0.80	มาก
9. เนื้อหาเกี่ยวกับชื่อเจ้าของผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือเป็นสิ่งจำเป็น	3.33	1.01	ปานกลาง
10. เนื้อหาเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือเป็นสิ่งจำเป็น	3.45	1.17	ปานกลาง
11. เนื้อหาเกี่ยวกับวัตถุดิบที่ใช้ทำผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือเป็นสิ่งจำเป็น	3.99	0.87	มาก
12. เนื้อหาเกี่ยวกับวิธีการดูแลรักษาผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือเป็นสิ่งจำเป็น	4.27	0.80	มาก
13. เนื้อหาเกี่ยวกับขั้นตอนการทอผ้าไหมทอมือเป็นสิ่งจำเป็น	3.55	1.14	มาก
14. เนื้อหาเกี่ยวกับสีที่ใช้ย้อมผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือเป็นสิ่งจำเป็น	4.04	0.77	มาก
15. เนื้อหาเกี่ยวกับช่องทางการจัดส่งหากสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือเป็นสิ่งจำเป็น	4.40	0.74	มาก
<b>เฉลี่ยรวม</b>	<b>3.82</b>	<b>0.57</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.6 สามารถวิเคราะห์ได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นลูกค้าชาวไทยและชาวต่างชาติมีความต้องการจำเป็นด้านเนื้อหาต่อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.82$ ,  $SD = 0.57$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อโดยเรียงลำดับความต้องการจากมากไปน้อย พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยความต้องการจำเป็นมากที่สุด คือ เนื้อหาเกี่ยวกับราคาต่อหน่วยของผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือเป็นสิ่งจำเป็น ( $\bar{X} = 4.42$ ,  $SD = 0.74$ ) รองลงมา คือ เนื้อหาเกี่ยวกับช่องทางการจัดส่งหากลสิ่งซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือ ( $\bar{X} = 4.40$ ,  $SD = 0.74$ ) เนื้อหาเกี่ยวกับวิธีการดูแลรักษาผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือเป็นสิ่งจำเป็น ( $\bar{X} = 4.27$ ,  $SD = 0.80$ ) เนื้อหาเกี่ยวกับช่องทางจัดจำหน่ายหรือติดต่อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือเป็นสิ่งจำเป็น ( $\bar{X} = 4.20$ ,  $SD = 0.80$ ) เนื้อหาเกี่ยวกับสีที่ใช้อย้อมผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือเป็นสิ่งจำเป็น ( $\bar{X} = 4.04$ ,  $SD = 0.77$ ) เนื้อหาเกี่ยวกับวัตถุดิบที่ใช้ทำผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือเป็นสิ่งจำเป็น ( $\bar{X} = 3.99$ ,  $SD = 0.87$ ) เนื้อหาเกี่ยวกับประเภทของผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือเป็นสิ่งจำเป็น ( $\bar{X} = 3.92$ ,  $SD = 0.71$ ) เนื้อหาเกี่ยวกับรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ของผ้าไหมทอมือเป็นสิ่งจำเป็น ( $\bar{X} = 3.87$ ,  $SD = 0.89$ ) เนื้อหาเกี่ยวกับชื่อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือเป็นสิ่งจำเป็น ( $\bar{X} = 3.72$ ,  $SD = 0.77$ ) เนื้อหาเกี่ยวกับขั้นตอนการทอผ้าไหมทอมือเป็นสิ่งจำเป็น ( $\bar{X} = 3.55$ ,  $SD = 1.14$ ) เนื้อหาเกี่ยวกับระดับดาวที่ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือได้รับเป็นสิ่งจำเป็น ( $\bar{X} = 3.50$ ,  $SD = 1.04$ ) เนื้อหาเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือเป็นสิ่งจำเป็น ( $\bar{X} = 3.45$ ,  $SD = 1.17$ ) เนื้อหาเกี่ยวกับรางวัลที่ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือได้รับเป็นสิ่งจำเป็น ( $\bar{X} = 3.41$ ,  $SD = 1.01$ ) เนื้อหาเกี่ยวกับชื่อเจ้าของผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือเป็นสิ่งจำเป็น ( $\bar{X} = 3.33$ ,  $SD = 1.01$ ) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยความต้องการจำเป็นน้อยที่สุด คือ เนื้อหาเกี่ยวกับรหัสผลิตภัณฑ์ของผ้าไหมทอมือเป็นสิ่งจำเป็น ( $\bar{X} = 3.23$ ,  $SD = 1.01$ )

**ตารางที่ 4.7** จำนวนและร้อยละความสำคัญของช่องทางการรับข่าวสารของลูกค้าชาวไทยและชาวต่างชาติ

รายการ	การรับข่าวสาร							
	มาก		ปานกลาง		น้อย		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. โซเชียลเน็ตเวิร์ค	575	71.90	102	12.8	90	11.30	767	95.90
2. โซเชียลมีเดีย	63	7.90	374	46.80	111	13.90	548	68.50
3. เสิร์ชเอนจิน	108	13.50	94	11.80	299	37.4	501	62.60
4. เว็บไซต์เซอร์	36	4.50	27	3.40	35	4.40	98	12.30
5. แอปพลิเคชันต่างๆ บน เครื่องคอมพิวเตอร์ หรือ อุปกรณ์พกพา	40	5.00	83	10.40	96	12.00	219	27.40
6. โทรศัพท์ระบบดิจิทัล	27	3.40	52	6.50	23	2.90	102	12.80
7. เว็บไซต์ต่าง ๆ	67	8.40	76	9.50	92	11.50	235	29.40
8. อีเมล	5	0.60	12	1.50	59	7.40	76	9.50
9. ข้อความผ่าน โทรศัพท์เคลื่อนที่	4	0.50	12	1.50	54	6.80	70	8.80
10. การสนทนาผ่าน โทรศัพท์เคลื่อนที่	27	3.40	17	2.10	37	4.60	81	10.10

จากตารางที่ 4.7 สามารถวิเคราะห์ได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในการรับข้อมูลข่าวสารมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 1) ด้านโซเชียลเน็ตเวิร์คมากที่สุด มีผู้เลือกคำตอบ 767 ตัวเลือก โดยมีการรับข้อมูลข่าวสารมากจำนวน 575 คน รับข่าวสารปานกลางจำนวน 102 คน และรับข่าวสารน้อยจำนวน 90 คน รองลงมาคือ 2) ด้านโซเชียลมีเดีย มีผู้เลือกคำตอบทั้งหมด 548 ตัวเลือก โดยมีการรับข้อมูลข่าวสารมากจำนวน 63 คน รับข้อมูลข่าวสารปานกลาง จำนวน 374 คน และ รับข้อมูลข่าวสารน้อยจำนวน 111 คน และ 3) ด้านเสิร์ชเอนจิน มีผู้เลือกคำตอบทั้งหมด 501 ตัวเลือก โดยมีการรับข้อมูลข่าวสารมาก จำนวน 108 คน รับข้อมูลข่าวสารปานกลาง จำนวน 94 คน และ น้อย จำนวน 299 คน ส่วนด้านที่มีการรับข้อมูลข่าวสารน้อยที่สุด คือ 9) ข้อความผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยมีผู้เลือกคำตอบเพียง 70 ตัวเลือกเท่านั้น แบ่งออกเป็น รับข้อมูลข่าวสารมากจำนวน 4 คน รับข้อมูลข่าวสารปานกลาง จำนวน 12 คน และ รับข้อมูลข่าวสารน้อย จำนวน 54 คน

ในส่วนที่ 3 ซึ่งเป็นความคิดเห็นและข้อเสนอแนะทั่วไป พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามได้มีข้อเสนอแนะสามารถสรุปได้ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามชาวไทยต้องการให้ผู้ประกอบการจัดทำสื่อที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของตนให้ชัดเจน ข้อเท็จจริงเกี่ยวกับสินค้า แสดงราคาและภาพประกอบ การชำระค่าสินค้าพร้อมช่องทางการชำระสินค้า หลักฐานการส่งสินค้า และที่อยู่ติดต่อที่ชัดเจน เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถตัดสินใจในการซื้อสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการได้ง่ายมากยิ่งขึ้น และควรทำเนื้อหาที่เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าใหม่ เช่น กลุ่มวัยรุ่นให้มากยิ่งขึ้น

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามชาวต่างชาติต้องการให้ผู้ประกอบการจัดทำสื่อที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของตนให้ชัดเจน ควรแสดงหมายเลขทะเบียนการค้า ข้อมูลการชำระค่าสินค้าพร้อมช่องทางการชำระสินค้า หลักฐานการส่งสินค้าว่าส่งออกวันไหนสินค้าจะถึงมือผู้รับเมื่อไร หรือ tracking number และสี ขนาด และสินค้าที่มีจำหน่ายในสต็อกสินค้าให้ชัดเจน

#### 4.3 ผลการวิเคราะห์เนื้อหาประกอบผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือในการสื่อสารทางการตลาดสำหรับลูกค้าชาวไทยและชาวต่างชาติเพื่อหาแนวทางการพัฒนาเนื้อหาประกอบผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือในการสื่อสารทางการตลาดสำหรับลูกค้าชาวไทยและชาวต่างชาติ

เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาเนื้อหาประกอบผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือในการสื่อสารทางการตลาดสำหรับลูกค้าชาวไทยและชาวต่างชาติ คณะผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

แนวทางการพัฒนาเนื้อหาประกอบผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือในการสื่อสารทางการตลาดสำหรับลูกค้าชาวไทยและชาวต่างชาติ คือ เนื้อหาควรเป็นเนื้อหาพื้นฐานที่จำเป็นต่อการตัดสินใจในการซื้อของลูกค้า เช่น 1) ชื่อผลิตภัณฑ์ ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าพร้อมภาพประกอบ 2) ราคาต่อหน่วย 3) ช่องทางจัดจำหน่ายหรือติดต่อ โดยเน้นการทำสื่อในรูปแบบที่ทันสมัยเพื่อเข้าถึงลูกค้ากลุ่มที่ซื้อผ้าไหมทอมืออยู่แล้ว และลูกค้ากลุ่มใหม่ เช่นกลุ่มวัยรุ่น เป็นต้น มีเนื้อหาเพิ่มเติมที่สำคัญคือ ช่องทางการจัดส่งและหลักฐานการส่งสินค้า วิธีการดูแลรักษาผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือ การชำระค่าสินค้าพร้อมช่องทางการชำระสินค้า หลักฐานการส่งสินค้า หมายเลขทะเบียนการค้า สินค้าที่มีจำหน่ายในสต็อกสินค้า เป็นต้น โดยนำเนื้อหาที่จำเป็นเหล่านี้ไปบรรจุไว้ในช่องทางการรับข่าวสารของลูกค้าที่เป็นที่นิยมได้แก่ 1) โซเชียลเน็ตเวิร์ค 2) โซเชียลมีเดีย และ 3) เสิร์ชเอนจิน หรือในเว็บไซต์ต่างๆ เป็นต้น