

**การศึกษาโอกาสทางการตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของกลุ่มสตรีทอผ้าไหม
บ้านโพนสว่าง ตำบลนามะเขือ อำเภอสหพันธ์ จังหวัดกาฬสินธุ์**
**A Study on the Marketing Opportunities of Silk Products by the Ban Phon
Sawang Silk Weaving Group, Namakuea Subdistrict, Sahatsakhan District,
Kalasin Province**

สุพิชญา บุญเสริม^{1,*}
Supichaya Boonsrem^{1,*}

Received: December 22, 2024; **Revised:** April 1, 2025; **Accepted:** April 5, 2025;

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงบริบทและโอกาสทางการตลาดของกลุ่มสตรีทอผ้าไหมและกลุ่มสตรีทอผ้าไหมบ้านโพนสว่าง ตำบลนามะเขือ อำเภอสหพันธ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากสมาชิกกลุ่ม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มสตรีทอผ้าไหมบ้านโพนสว่าง มีจำนวน 107 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 41-50 ปี จบการศึกษาระดับประถมศึกษา มีประสบการณ์ในการทอผ้า 11 - 15 ปี และมีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท โอกาสทางการตลาดของกลุ่มคือ 1. รัฐบาลปลูกกระแสนิยมไทยและส่งเสริมการใช้ผ้าไทยทั่วประเทศ 2. จังหวัดกาฬสินธุ์มีนโยบายเรื่องผ้าไหมภูมิปัญญาชาวบ้านเข้าสู่ตลาด 3. กิจกรรมที่จัดถวายเพื่อเทิดพระเกียรติในหลวงและพระราชวงศ์ 4. นโยบายการรณรงค์ให้ประชาชนนิยมแต่งกายด้วยผ้าพื้นเมืองของภาครัฐ เช่น ภาครัฐต้องเสริมสภาพคล่องทางการลงทุนให้ผู้ผลิตผ้าไหมเพื่อเสริมความแข็งแกร่งรองรับการส่งออกผ้าไหมที่ผลิตออกจำหน่ายในปัจจุบันมีปริมาณเพียงพอต่อความต้องการของผู้ซื้อและควรผลักดันผ้าไหมของกลุ่มเข้าระบบบริหารจัดการสินค้าไหมสู่เกษตรกรออกแบบรูปแบบและสีลวดลายของผ้าไหมให้ทันสมัยตรงตามรสนิยมของผู้ซื้อ และมีเทคโนโลยีใหม่ๆ แก่ผู้ผลิตผ้าไหม เพื่อให้สอดคล้องกับความนิยมของตลาด

คำสำคัญ : โอกาสทางการตลาด ผลิตภัณฑ์ผ้าไหม กลุ่มสตรีทอผ้าไหมบ้านโพนสว่าง

Abstract

The objective of this study was to examine the context and marketing opportunities of the silk weaving group and the Ban Phon Sawang silk weaving group in Namakuea Subdistrict, Sahatsakhan District, Kalasin Province. This quantitative research employed questionnaires as the data collection tool, surveying members of the groups. The statistical methods used for data analysis included frequency, percentage, mean, and standard deviation. The results revealed that the Ban Phon

¹ บ้านหนองผ้ออ้อม ตำบลหนองแวง อำเภอสมเด็จ จังหวัดกาฬสินธุ์, Ban Nong Pha Om, Nong Waeng, Somdet, Kalasin Province;
Email: supichaya@gmail.com

Sawang silk weaving group consisted of 17 members, all female, aged between 41 and 50 years old, with education at the primary school level. Their weaving experience ranged from 11 to 15 years, and their monthly income was below 10,000 baht. The identified marketing opportunities for the group include: Government initiatives promoting Thai cultural trends and encouraging the nationwide use of Thai textiles. Kalasin Province's policy to integrate traditional silk weaving wisdom into the market. Activities organized to pay tribute to the King and the royal family. Government campaigns advocating for the public to wear local textiles, such as the provision of investment liquidity support to silk producers to strengthen and support exports. Currently, the volume of silk produced is sufficient to meet consumer demand. It is recommended that the group's silk products be incorporated into the mulberry-silk agricultural product management system. Additionally, the design, color, and patterns of the silk should be modernized to align with consumer preferences. Introducing new technologies to silk producers will help adapt to evolving market trends.

คำสำคัญ : Marketing Opportunities, Silk Products, Ban Phon Sawang Silk Weaving Women Group

1. บทนำ

ผ้า เป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ของการดำรงชีวิตของมนุษย์ นอกจาก อาหาร ที่อยู่อาศัย และยารักษาโรค ในสังคมเกษตรจะมีการทอผ้าเพื่อใช้สอยภายในครอบครัว โดยการถ่ายทอดวิธีการทอผ้าให้แก่สมาชิกที่เป็นเพศหญิง ซึ่งนับว่าเป็นภูมิปัญญาที่ถ่ายทอดเป็นมรดกทาง วัฒนธรรมการทอผ้าของไทยมีมาแต่โบราณ จากอดีตถึงปัจจุบันมนุษย์ได้พัฒนาการทอผ้าทั้ง รูปแบบ เทคนิคการย้อมสี และการออกแบบลวดลาย ซึ่งเมื่อ 3,000 กว่าปีที่มีการพบเศษผ้าไหมของวัฒนธรรมบ้านเชียง ณ จังหวัดอุดรธานี ซึ่งมีการสันนิษฐานว่า ชุมชนในอดีตสามารถเลี้ยงหม่อนและทอผ้าไหมเพื่อเป็นเครื่องนุ่งห่มที่จำเป็นต่อการดำรงชีพ นอกจากนี้ยังพบความเชื่อมโยงทางประวัติศาสตร์ที่ปรากฏตามจารึกของพงศาวดาร ตั้งแต่สมัยอยุธยา กรุงธนบุรี และจนถึงรัชสมัยปัจจุบันในรัชสมัยรัตนโกสินทร์ ที่กล่าวถึงความนิยมในการนำไหมมาทำเครื่องนุ่งห่ม (วิภาวี สีลากุล และ รุ่งนภา กิตติลาภ, 2559; อาริยา พูนวงศ์ษา, 2560)

ผ้าไหมเป็นสินค้าที่ได้รับความนิยมในการนำมาตัดเย็บเป็นเครื่องนุ่งห่ม ทั้งของบุรุษและสตรีช่วยเสริมบุคลิกแก่ผู้สวมใส่ ซึ่งมีคุณสมบัติเด่น คือ สีน เป็นมัน และยืดหยุ่นได้ดีแล้ว ยังมีการพัฒนาและนำมาประยุกต์ใช้กับผลิตภัณฑ์ในด้านอื่นๆ เพิ่มคุณค่าให้แก่สถานที่ที่ตกแต่งและประดับด้วยผ้าไหม จึงทำให้ผ้าไหมได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในปัจจุบัน เช่น ผลิตเป็นผ้าพันคอ ซึ่งมีคุณสมบัติเฉพาะตัวที่สามารถให้ความอบอุ่นได้ในช่วงอากาศที่หนาว และจะเย็นสบายในช่วงอากาศที่ร้อน นอกจากนี้ยังนำไปผลิตเป็นผ้าปูที่นอน ปลอกหมอน กระเป๋า ตัดเย็บเป็นผ้าม่าน หรือเป็นเครื่องประดับตกแต่งบ้านชนิดต่างๆ หรือทำเครื่องใช้ในครัวเรือน เช่น ผ้าปูโต๊ะ ผ้ารองภาชนะ (ธนพล คล้ายรักษ์, 2551) อย่างไรก็ตามในส่วนของศาสนาและพิธีกรรมได้มีการนำผ้าไหมมาใช้ในการประกอบพิธีกรรม อาทิเช่น ในพิธีบวชนาคที่จะต้องให้ผ้าไหมสำหรับนาค ในการสวมใส่ ซึ่งอาจเป็นผ้าขาว หรือผ้าสีม่วง ก็ตาม หรืองานแต่งงานที่บ้านเจ้าสาวจะต้องมอบผ้าไหมให้กับแขกผู้มาร่วมงาน ซึ่งการมอบผ้าไหมมีความสัมพันธ์กับฐานะของเจ้าภาพ (วัฒน์ จูทะวิภาต, 2555) นอกจากนี้ผู้บริโภคส่วนหนึ่งยังจัดซื้อเพื่อให้เป็นของขวัญในโอกาสพิเศษต่างๆ โดยผู้สั่งซื้อจากประเทศต่าง ๆ โดยเฉพาะประเทศญี่ปุ่น และอเมริกา หันมานำเข้าผ้าไหมจากประเทศไทยมากขึ้นเนื่องจากผ้าไหมของประเทศไทยมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวเป็นที่นิยมของชาวต่างประเทศ และต้นทุนเส้นไหมในประเทศมีราคาต่ำกว่าและสามารถผลิตได้ตลอดปี และมีแนวโน้มที่จะสูงขึ้นเรื่อย ๆ เนื่องจากกระแสความนิยมด้านแฟชั่นของโลก และกระแสของวิถีการดำเนิน

ชีวิตของชาวตะวันตก เน้นมานิยมความเป็นเอเชีย สิ่งเหล่านี้ล้วนมีอิทธิพลต่อยอดการจำหน่ายผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทย

ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทยที่ส่งออกไปจำหน่ายต่างประเทศมีทั้งเสื้อผ้าสำเร็จรูปสำหรับบุรุษ สตรีและเด็ก ที่เป็นของใช้ เช่น เนคไท ผ้าพันคอ รวมทั้งของใช้ในบ้านเรือน เช่น ผ้าคลุมเตียง ปลอกหมอน ผ้ารองภาชนะต่าง ๆ มูลค่าส่งออกผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทยในแต่ละปีมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว จากข้อมูลสถิติส่งออกล่าสุด เดือนมกราคม 2561 มูลค่าการส่งออกสิ่งทอของไทยมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 15.38 เปรียบเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา โดยมีมูลค่าการส่งออก 564.26 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และมูลค่าการนำเข้าสิ่งทอของไทยมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นเช่นเดียวกันร้อยละ 25.22 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปี 2549 โดยมีมูลค่าการนำเข้า 452.17 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ, 2561)

ในปี 2561 กรมหม่อนไหมจะพัฒนาระดับสินค้าหม่อนไหมไทยให้มีคุณภาพมาตรฐานเป็นที่ยอมรับและตรงตามความต้องการของตลาดทั้งภายในและต่างประเทศเพิ่มมากขึ้นและยังมีเป้าหมายขับเคลื่อนการดำเนินงานตามนโยบาย “ต่อ เต็ม แต่ง” ของรัฐมนตรีว่าการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์รวมทั้งสานต่อการดำเนินงานตามนโยบายสำคัญของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์เพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและการตลาด พัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านหม่อนไหมทุกระดับ รวมทั้งพัฒนาระบบบริหารจัดการสินค้าหม่อนไหมสู่เกษตร 4.0 เพื่อสร้างความเข้มแข็งและเพิ่มขีดความสามารถรองรับการแข่งขันให้กับสินค้าไหมไทยและผลิตภัณฑ์ไหมในเวทีการค้าโลกในอนาคต ยกกระดับผู้ปลูกหม่อนเลี้ยงไหมให้ก้าวสู่การเป็น Smart Farmer และพัฒนาสินค้าหม่อนไหมสู่ Smart Production

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น จึงเป็นสาเหตุจูงใจที่จะศึกษาโอกาสทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ผ้าไหมกลุ่มสตรีทอผ้าไหมบ้านโพนสวาง ตำบลนามะเขือ อำเภอสหัสขันธ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ เพื่อนำผลวิเคราะห์นี้ไปใช้ประโยชน์ในการตัดสินใจ และยังเป็นแนวทางให้กับผู้ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ผู้ผลิต ผู้จำหน่าย ผู้บริโภค และวงการศึกษาคouldได้นำประโยชน์ที่ได้รับไปเพิ่มระดับการผลิตและการบริโภคอันเป็นการส่งเสริมคุณภาพชีวิต และอนุรักษ์มรดกของไทยไว้ตลอดไป

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาบริบทของกลุ่มสตรีทอผ้าไหมบ้านโพนสวาง ตำบลนามะเขือ อำเภอสหัสขันธ์ จังหวัดกาฬสินธุ์

2.2 เพื่อศึกษาโอกาสทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ผ้าไหม กลุ่มสตรีทอผ้าไหมบ้านโพนสวาง ตำบลนามะเขือ อำเภอสหัสขันธ์ จังหวัดกาฬสินธุ์

3. สมมุติฐานการวิจัย

3.1 สมาชิกกลุ่มสตรีทอผ้าไหมบ้านโพนสวางที่มีเพศ แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับโอกาสทางการตลาดของกลุ่มสตรีทอผ้าไหมบ้านโพนสวาง ตำบลนามะเขือ อำเภอสหัสขันธ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ แตกต่างกัน

3.2 สมาชิกกลุ่มสตรีทอผ้าไหมบ้านโพนสวางที่มีอายุ แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับโอกาสทางการตลาดของกลุ่มสตรีทอผ้าไหมบ้านโพนสวาง ตำบลนามะเขือ อำเภอสหัสขันธ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ แตกต่างกัน

3.3 สมาชิกกลุ่มสตรีทอผ้าไหมบ้านโพนสวางที่มีระดับการศึกษา แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับโอกาสทางการตลาดของกลุ่มสตรีทอผ้าไหมบ้านโพนสวาง ตำบลนามะเขือ อำเภอสหัสขันธ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ แตกต่างกัน

3.4 สมาชิกกลุ่มสตรีทอผ้าไหมบ้านโพนสว่างที่มีประสบการณ์ในการทอผ้า แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับโอกาสทางการตลาดของกลุ่มสตรีทอผ้าไหมบ้านโพนสว่าง ตำบลนามะเขืออำเภอสหัสขันธ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ แตกต่างกัน

3.5 สมาชิกกลุ่มสตรีทอผ้าไหมบ้านโพนสว่างที่มีรายได้ต่อเดือน แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับโอกาสทางการตลาดของกลุ่มสตรีทอผ้าไหมบ้านโพนสว่าง ตำบลนามะเขือ อำเภอสหัสขันธ์จังหวัดกาฬสินธุ์ แตกต่างกัน

4. ทบทวนวรรณกรรม

4.1 ประวัติความเป็นมาของกลุ่มสตรีทอผ้าไหมบ้านโพนสว่าง

กลุ่มสตรีทอผ้าไหมบ้านโพนสว่าง ตั้งอยู่ที่ 155 หมู่ที่ 4 บ้าน โพนสว่าง ตำบลนามะเขือ อำเภอสหัสขันธ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ เนื่องจากชาวบ้านโพนสว่างมีอาชีพทำไร่และทำนาเป็นอาชีพหลักทำให้ผู้เฒ่าผู้แก่เกิด ความคิดขึ้นมาหลังจากเสร็จจากฤดูทำไร่มาแล้วอยากจะมีงานเสริมจึงได้มาปลูกหม่อนเลี้ยงไหม และทอผ้าไหมไว้ใช้เองแล้วยังสามารถขายได้ทำให้มีรายเพิ่มในครัวเรือนแต่ก่อนชาวบ้านจะทอเป็น ของส่วนตัวพอมีการทอผ้าเป็นจำนวนมากขึ้นจึงได้มีการจัดตั้งเป็นกลุ่มโดยมีคุณแม่จันทร์เพ็ญ ภูละมูล เป็นประธานกลุ่มโดยมีการทอผ้ามาเรื่อยๆเป็นเวลานานนับ 20 ปีสมาชิกทุกคนก็เริ่มแก่เฒ่า จึงได้หยุดทอผ้าแต่ยังคงเลี้ยงไหมอยู่นั่นเองซึ่งต่อมาทางหน่วยงานเทศบาลตำบลนามะเขือจึงได้มี การอบรมกลุ่มแม่หม้ายให้มีอาชีพเสริมและช่วยเหลือแม่หม้ายในการหาเลี้ยงสมาชิกในครัวเรือน เนื่องจากไม่มีผู้นำครอบครัว จึงได้ให้มีการจัดอบรมการทอผ้าขึ้นโดยให้ตั้งเป็นกลุ่มปลูกหม่อนเลี้ยง ไหมเหลือ (แม่หม้าย) และให้มีการทอผ้าไหมขายโดยมีหน่วยงานของภาครัฐให้ความช่วยเหลือในเรื่องเพราะพันธุ์ไหมมาให้เลี้ยงจากศูนย์หม่อนไหมเฉลิมพระเกียรติ ฯ และยังคงจัดให้มีการอบรม เรื่องๆก็ได้อีกตั้งกลุ่มขึ้นมาใหม่ซึ่งตอนนั้นก็กลุ่มปลูกหม่อนเลี้ยงไหมเหลือ (แม่หม้าย) ได้เปลี่ยน ประธานกลุ่มจากเดิมคือนางจันทร์เพ็ญ ภูละมูล มาเป็น นางเกสร บุราณเดช และมีสมาชิกภายในกลุ่ม จำนวน 17 คน

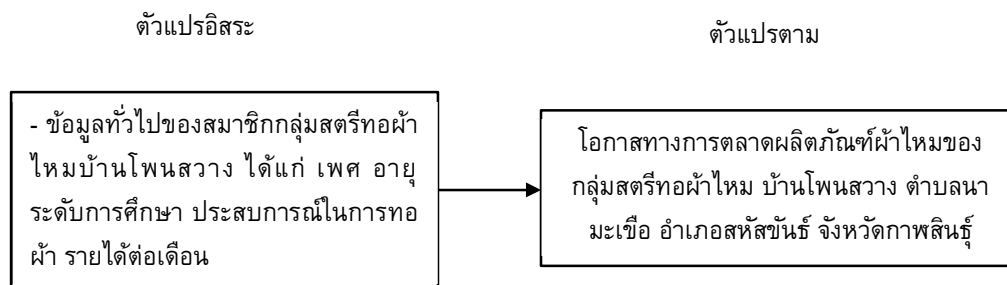
4.2 โอกาสทางการตลาดของผ้าพื้นเมืองและหัตถกรรมไทยในตลาดโลก

การกำหนดนโยบายผลิตภัณฑ์ ถือได้ว่าเป็นนโยบายที่สำคัญประการแรกของการ กำหนดนโยบายส่วนประสมการตลาด ซึ่งมีปัจจัยหลายประการที่จะต้องพิจารณาและวิเคราะห์ถึง ความต้องการหรืออุปสงค์ของตลาดเป็นอันดับแรก ประกอบกับปัจจัยอื่น ๆ ที่มีผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงของผลิตภัณฑ์ ลักษณะแตกต่างของผลิตภัณฑ์ ตลอดจนสามารถวิเคราะห์สาเหตุของ ผลิตภัณฑ์ที่ล้มเหลว รวมทั้งแนวทางแก้ไขต่าง ๆ ซึ่งกิจการจะต้องแสวงหาโอกาสทางการตลาด (Marketing opportunities) สำหรับผลิตภัณฑ์ของกิจการที่นำออกสู่ตลาดนั้น โดยสรุปแล้ว ความสำเร็จของธุรกิจนั้นมีส่วนขึ้นอยู่กับสิ่งแวดล้อมเพื่อหาโอกาส ทางการตลาดในการวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมบริษัทจะพบว่า โอกาสทางการตลาดของธุรกิจทำให้บริษัท วางแผนและกำหนดโปรแกรมทางการตลาดให้ธุรกิจประสบความสำเร็จได้

วัชร ย์สุนเทศ และ ชนิกันต์ พนมอุปถัมภ์ (2563) ได้ได้ศึกษาโอกาสทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ป่านครนารายณ์ 4 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้บริโภคยังมีความต้องการสินค้าที่มีความคงทน สินค้าที่ผลิตจากวัตถุดิบธรรมชาติ ที่มีคุณภาพที่ดีมีความสวยงามของการออกแบบมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ผลิตภัณฑ์ที่มีข้อมูลอธิบายครบถ้วนทำให้มีความน่าสนใจ ด้านราคา พบว่า ผู้บริโภคยอมรับราคาที่จำหน่ายในปัจจุบัน เพราะผลิตภัณฑ์เป็นสินค้าที่ออกแบบมาใหม่ ผู้บริโภคยังไม่เคยมี ด้านช่องทางจำหน่าย พบว่า ผู้บริโภคต้องการสถานที่จำหน่ายที่หาง่าย สะดวก อย่างไรก็ตามพบว่าการนำสื่อออนไลน์มาช่วยในการประชาสัมพันธ์เท่านั้นยังไม่เปิดการขายออนไลน์ และด้านกิจกรรมส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้บริโภคที่ซื้อเป็นประจำจะมีการติดตามข้อมูลข่าวสารของผลิตภัณฑ์อยู่เป็นประจำ แต่ขาดการขยายตลาดโดยเฉพาะตลาดทางสื่อ

ออนไลน์ยังคงมีจำนวนผู้บริโภคน้อย ดังนั้นผู้ประกอบการจะต้องใช้สื่อออนไลน์เพิ่มมากขึ้นเพื่อเป็นช่องทางในการขายและส่งเสริมการตลาดต่อไป

สามารถกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

5. วิธีการดำเนินงานวิจัย

5.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย

สมาชิกกลุ่มสตรีทอผ้าไหมบ้านโพนสว่าง ตำบลนามะเขือ อำเภอสหพันธ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ จำนวนทั้งหมด 17 คน

5.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางระเบียบวิธีการวิจัยที่ใช้ในการศึกษา โดยใช้แนวทางการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการใช้แบบสอบถาม เพื่อตอบคำถามการวิจัย ดังนั้นผู้วิจัยจึงให้ความสำคัญอย่างมากต่อขั้นตอนการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่

แบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อนำไปดำเนินการสอบถามสมาชิกกลุ่มสตรีทอผ้าไหมบ้านโพนสว่าง ตำบลนามะเขือ อำเภอสหพันธ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ รวมทั้งข้อเสนอแนะ โดยแบบสอบถามชุดนี้แบบออกเป็น 4 ตอน คือ

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับ ข้อมูลทั่วไปของสมาชิกในกลุ่ม ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการทอผ้า รายได้ต่อเดือน บทบาทในกลุ่มลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List) โดยข้อความแต่ละข้อจะมีตัวเลือกคำตอบและให้เลือกตอบได้เพียงตัวเลือกเดียวเท่านั้น

ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List) โดยข้อความจะมี 2 แบบ คือ ให้เลือกตอบได้เพียงตัวเลือกเดียว และให้เลือกตอบได้หลายตัวเลือก

ตอนที่ 3 เป็นการถามความคิดเห็นที่มีต่อ โอกาสทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่าของคำตอบ (Rating Scale) ตามแบบวิธีการของ Likert (สุวิมล ติรภานนท์, 2546, หน้า 115-116) เพื่อใช้วัดเกี่ยวกับโอกาสทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ผ้าไหม กลุ่มสตรีทอผ้าไหมบ้านโพนสว่าง ตำบลนามะเขือ อำเภอสหพันธ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ โดยการกำหนดระดับคะแนนตั้งแต่ 1-5 จึงกำหนดคำตอบเป็น 5 ระดับ โดยมีความหมายดังนี้

5 หมายถึง เห็นด้วยในระดับมากที่สุด

4 หมายถึง เห็นด้วยในระดับมาก

3 หมายถึง เห็นด้วยในระดับปานกลาง

2 หมายถึง เห็นด้วยในระดับน้อย

1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยในระดับน้อยที่สุด

จากการให้คะแนนเฉลี่ยดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยได้แบ่งเกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ยโดยใช้เกณฑ์การจัดระดับคะแนนเฉลี่ย (Beat, 1981) โดยการให้คะแนนสำหรับการวัดด้วยมาตราวัดลิเคิร์ตสเกล (Likert Scale) แบบ 5 คะแนน จากน้อยที่สุดไปยังมากที่สุด มีวิธีการกำหนดความกว้างของชั้นข้อมูลดังนี้

ระดับค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 - 1.49 แสดง มีความสำคัญระดับน้อยที่สุด

ระดับค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.50 - 2.49 แสดง มีความสำคัญระดับน้อย

ระดับค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.50 - 3.49 แสดง มีความสำคัญระดับปานกลาง

ระดับค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.50 - 4.49 แสดง มีความสำคัญระดับมาก

ระดับค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.50 - 5.49 แสดง มีความสำคัญระดับมากที่สุด

ตอนที่ 4 เป็นแบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบปลายเปิด (Open-ended Questions) โดยผู้วิจัยจะให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นอย่างอิสระ ซึ่งผู้วิจัยมีจุดมุ่งหมาย เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้มีโอกาสแสดงความคิดเห็นอย่างอิสระเพิ่มเติมนอกเหนือจากการตอบแบบสอบถามตามแนวที่กำหนดไว้เท่านั้น ทำให้ได้มาซึ่งความคิดเห็นอย่างกว้างๆ แล้วผู้วิจัยจะดำเนินการรวบรวมคำตอบจากคำถามปลายเปิดเพื่อนำมาวิเคราะห์ต่อไป

เมื่อมีการสร้างแบบสอบถามเสร็จแล้ว ผู้วิจัยนำแบบสอบถามเสนอให้ผู้ทรงคุณวุฒิทำการตรวจสอบคำถามและเนื้อหาของแบบสอบถาม เพื่อนำแบบสอบถามนั้นมาปรับปรุงแก้ไข ก่อนนำไปดำเนินการสอบถามสมาชิกกลุ่มสตรีทอผ้าไหมบ้านโพนสว่าง ตำบลนามะเขือ อำเภอสหพันธ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ แล้วจึงนำแบบสอบถามที่ได้จากการสอบถามทั้งหมดมาดำเนินการประมวลผลข้อมูล โดยผู้วิจัยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) หาค่าร้อยละค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test และ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA)

1. การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยจะต้องคำนึงถึงความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของข้อมูล ดังนั้นเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยจะต้องเป็นเครื่องมือที่มีคุณภาพ เมื่อสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเสร็จแล้ว ผู้วิจัยจะมีการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือการวิจัย โดยการตรวจสอบความเที่ยงตรงและความน่าเชื่อถือของแบบสอบถามโดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้คือ

2. การตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) ผู้วิจัยจะมีการตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) เพื่อตรวจสอบว่าเครื่องมือสามารถวัดได้ครอบคลุมเนื้อหาหรือตรงตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้หรือไม่ โดยผู้วิจัยได้ประยุกต์ขึ้นจากความรู้ที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง และได้ดัดแปลงคำถามจากงานวิจัยและเอกสารต่างๆ ของนักวิชาการหลายท่าน แล้วนำมาเป็นข้อคำถามในแบบสอบถาม ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ หลังจากนั้นผู้วิจัยได้นำวัตถุประสงค์ของงานวิจัย กรอบแนวความคิด นิยามศัพท์เฉพาะ ตัวบ่งชี้และแบบสอบถามให้นักวิชาการและผู้ทรงคุณวุฒิ 1 ท่านตรวจสอบแบบสอบถามและข้อคำถามว่ามีความเหมาะสม สามารถอ่านเข้าใจได้ มีความสมบูรณ์ของเนื้อหาตรงตามวัตถุประสงค์การวิจัยและมีข้อขัดแย้งของคำถามหรือไม่ จากนั้นผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามนั้นมาปรับปรุงแก้ไข

5.3 การเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะนำเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ได้มีการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือการวิจัยแล้วไปดำเนินการสำรวจข้อมูล เพื่อเก็บข้อมูลจากสมาชิกกลุ่มสตรีทอผ้าไหมบ้านโพนสว่าง ตำบลนามะเขือ อำเภอสหพันธ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ โดยมีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลดังต่อไปนี้คือ

1. สำรวจจำนวนรายชื่อสมาชิกกลุ่มสตรีทอผ้าไหมบ้านโพนสว่าง ตำบลนามะเขือ อำเภอสหพันธ์ จังหวัดกาฬสินธุ์
2. ทำหนังสือขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม เพื่อขอเก็บรวบรวมข้อมูลกับสมาชิกกลุ่มสตรีทอผ้าไหมบ้านโพนสว่าง ตำบลนามะเขือ อำเภอสหพันธ์ จังหวัดกาฬสินธุ์
3. ผู้วิจัย ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลกับสมาชิกกลุ่มสตรีทอผ้าไหมบ้านโพนสว่าง ตำบลนามะเขือ อำเภอสหพันธ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ โดยมีวิธีการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) ควบคู่ไปกับการจดบันทึกข้อมูล และการการสังเกตข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับผู้ให้ข้อมูล จนเสร็จสิ้นการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งภายหลังจากการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างแล้วผู้วิจัยจะสรุปประเด็นเนื้อหาที่สำคัญที่ได้จากการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างต่อไป
4. ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลกับสมาชิกกลุ่มสตรีทอผ้าไหมบ้านโพนสว่าง ตำบลนามะเขือ อำเภอสหพันธ์ จังหวัดกาฬสินธุ์
5. นำแบบสอบถามที่ได้จากการสอบถามทั้งหมดมาตรวจสอบความสมบูรณ์และการลงรหัสเพื่อดำเนินการประมวลผลข้อมูลต่อไป

5.4 การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้มาจากการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอนดังกล่าวข้างต้น เมื่อผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบมาตรฐานของแบบสอบถามแล้วจะเริ่มเก็บข้อมูลจริงจากสมาชิกกลุ่มสตรีทอผ้าไหมบ้านโพนสว่าง ตำบลนามะเขือ อำเภอสหพันธ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ และหลังจากที่เก็บข้อมูลจริงแล้ว ผู้วิจัยจะนำข้อมูลมาประมวลผลด้วยคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) นำเสนอในรูปของร้อยละ (Percentage), ค่าเฉลี่ย (Arithmetic Mean), และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) คำถามเป็นแบบประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับการกำหนดวัดมาตราส่วนระดับ 5 ระดับ ดังต่อไปนี้

ระดับความคิดเห็น	คะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

นำแบบสอบถามที่ลงคะแนนเรียบร้อยแล้ว ไปประมวลผลข้อมูลด้วยโปรแกรมดังนี้ ใช้สถิติค่าเฉลี่ย EMBED Equation.3 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D โดยการแปลผลค่าเฉลี่ย ใช้ทฤษฎีของ (บุญชม ศรีสะอาด. 2545 : 100)

- ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 หมายความว่า มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.51 – 4.50 หมายความว่า มีระดับความคิดเห็นมาก
ค่าเฉลี่ย 2.51 – 3.50 หมายความว่า มีระดับความคิดเห็นปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.51 – 2.50 หมายความว่า มีระดับความคิดเห็นน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.50 หมายความว่า มีระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

2. ใช้สถิติวิเคราะห์ ดังนี้คือ t-test และ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA)

5.5 การใช้สถิติวิเคราะห์ข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติดังนี้

1. ค่าความถี่และค่าร้อยละ เพื่อใช้อธิบายความถี่และร้อยละของข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม ตอนที่ 1 ตอนที่ 2 และตอนที่ 3

2. ค่าเฉลี่ย (Mean) เพื่อใช้อธิบายค่าเฉลี่ยของข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามตอนที่ 3

3. ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อใช้อธิบายความเบี่ยงเบนของข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามตอนที่ 3

6. ผลการวิจัย/ผลการทดลอง

6.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของสมาชิกในกลุ่มสตรีทอผ้าไหมบ้านโพนสว่าง ตำบลนามะเขือ อำเภอสหัสขันธ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ พบดังนี้

สมาชิกในกลุ่มสตรีทอผ้าไหมบ้านโพนสว่าง ตำบลนามะเขือ อำเภอสหัสขันธ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ จำนวน 17 คน ส่วนมากเป็นเพศหญิง จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00

สมาชิกในกลุ่มสตรีทอผ้าไหมบ้านโพนสว่าง ตำบลนามะเขือ อำเภอสหัสขันธ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ จำนวน 17 คน ส่วนมากมีอายุระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 52.94 อายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 29.41 และอายุระหว่าง 51-60 ปี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 17.65

สมาชิกในกลุ่มสตรีทอผ้าไหมบ้านโพนสว่าง ตำบลนามะเขือ อำเภอสหัสขันธ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ จำนวน 17 คน ส่วนมากมีระดับการศึกษาประถมศึกษา จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 52.94 ระดับการศึกษามัธยมศึกษา จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 41.19 และระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.88

สมาชิกในกลุ่มสตรีทอผ้าไหมบ้านโพนสว่าง ตำบลนามะเขือ อำเภอสหัสขันธ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ จำนวน 17 คน ส่วนมากมีประสบการณ์ในการทอผ้า 11 – 15 ปี จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 47.06 ประสบการณ์ในการทอผ้าน้อยกว่า 5 ปี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 17.65 ประสบการณ์ในการทอผ้า 5 - 10 ปี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 17.65 และประสบการณ์ในการทอผ้ามากกว่า 15 ปี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 17.75

สมาชิกในกลุ่มสตรีทอผ้าไหมบ้านโพนสว่าง ตำบลนามะเขือ อำเภอสหัสขันธ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ จำนวน 17 คน ส่วนมากมีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 76.47 และมีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 23.53

สมาชิกในกลุ่มสตรีทอผ้าไหมบ้านโพนสว่าง ตำบลนามะเขือ อำเภอสหัสขันธ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ จำนวน 17 คน ส่วนมากมีตำแหน่ง/หน้าที่ฝ่ายผลิต จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 82.35 ตำแหน่ง/หน้าที่รองประธานฯ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 11.76 ตำแหน่ง/หน้าที่ประธานกลุ่ม จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.88

6.2 ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดของกลุ่มสตรีทอผ้าไหมบ้านโพนสว่าง ตำบลนามะเขือ อำเภอสหัสขันธ์ จังหวัดกาฬสินธุ์

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบดังนี้

1. ความคิดเห็นของสมาชิกในกลุ่มสตรีทอผ้าไหมบ้านโพนสว่าง ตำบลนามะเขือ อำเภอ สหัสขันธ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ จำแนกตามข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่ที่เข้ามาซื้อผ้าไหมเป็นเพศหญิง จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00 ส่วนใหญ่มีอายุ 41-50 ปี จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 82.35 และอายุ 31 - 40 ปี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 17.65 สำหรับกลุ่มลูกค้าที่มาซื้อกลุ่มใหญ่ที่สุดเป็นกลุ่มลูกค้าจากจังหวัด ไกล่เคียง จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 64.71 รองลงมาคือ ลูกค้าจากภาคอื่น ๆ ทั่วประเทศ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 35.29 และลูกค้าจากจังหวัดใกล้เคียง จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 11.76 วัตถุประสงค์ในการซื้อ ส่วนใหญ่ซื้อเพื่อเป็นของฝากและของที่ระลึก จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 70.59 และซื้อเพื่อใช้เอง จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 23.53 ประเภทที่นิยมซื้อใกล้เคียงกันคือ ผ้าไหมลายมัดหมี่ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 35.29 ผ้าขาวม้าไหม จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 29.41 ผ้าชิ้นไหม จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 35.29 และ ผ้าพันคอ,ผ้าคลุมไหล่ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 11.76 โดยส่วนใหญ่นิยมซื้อผ้าไหมที่ขายเป็นผืน จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 94.12 และซื้อผ้าไหมที่ขายเป็นเมตร จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.88 สีของผ้าไหม พบว่าสี ที่ ผู้ซื้อชอบมีจำนวนใกล้เคียงกันคือ คือ สีเหลือง จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 29.41 สีเขียว จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 23.53 ไกล่เคียงกันคือ สีม่วงและสีชมพู/บานเย็น จำนวน 3 คนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 17.65 และสี ฟ้า จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 11.76

2. ความคิดเห็นของสมาชิกในกลุ่มสตรีทอผ้าไหมบ้านโพนสว่าง ตำบลนามะเขือ อำเภอ สหัสขันธ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ จำแนกตามข้อมูลเกี่ยวกับการกำหนดราคา พบว่า ปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการกำหนดราคา ส่วนใหญ่ตั้งโดยพิจารณาตามต้นทุน จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00 ราคาขายผ้าไหมที่ลูกค้าซื้อ ส่วนใหญ่มีราคา 751-1,000 บาท จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 70.59 และราคา 500-750 บาท จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 29.41 ในด้านราคาขายผ้าไหมในปัจจุบันเมื่อเทียบกับราคา ของผ้าพื้นเมืองชนิดอื่นมีความเห็นว่า ราคาใกล้เคียงกัน จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 58.28 และเห็นว่าราคาต่ำกว่า จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 41.18 สำหรับเทคนิคที่สมาชิกในกลุ่มใช้เมื่อเกิดการต่อรองราคามากที่สุด คือ ลดให้เล็กน้อยเพื่อเป็นกำลังใจและ จูงใจลูกค้า จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 82.35 และลดให้ตามที่ผู้ซื้อต้องการ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 17.65

3. ความคิดเห็นของสมาชิกในกลุ่มสตรีทอผ้าไหมบ้านโพนสว่าง ตำบลนามะเขือ อำเภอ สหัสขันธ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ จำแนกตามข้อมูลเกี่ยวกับการจัดจำหน่าย ในด้านระบบของการจัดจำหน่ายส่วนใหญ่เป็นระบบ เงินสด จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00 ปัจจัยที่พิจารณาเลือกที่ตั้งของร้าน คือ ตั้งอยู่ริมถนน จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 47.06 มีที่จอดรถสะดวก จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 35.29 และอยู่ในย่านชุมชน จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 17.65 ลักษณะการจัดตกแต่งร้าน ส่วนใหญ่รักษาเอกลักษณ์ความเป็นไทย จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 64.71 จัดสินค้าเป็นสัดส่วน จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 29.41 และตกแต่งให้ทันสมัย จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.88วิธีการจำหน่ายสินค้าส่วนใหญ่ สมาชิกในกลุ่มจำหน่ายเอง จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 76.47 และออกบูธของทางราชการและภาคเอกชน จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 23.53 ส่วนมากประสบปัญหา ด้านการจัดจำหน่าย คือ ปัญหาด้านการตลาดและส่งเสริมการขาย จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 35.29 สินค้ายังไม่มีความหลากหลาย จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 23.53 ผลิตและส่งเสริมสินค้าไม่ทันตามกำหนด จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 23.53 กลุ่มคู่แข่งมีมากเกินไป จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 11.76 มีราคาแพงเกินไป จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.88 ลูกค้าไม่นิยมซื้อไปสวมใส่ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.88 และสินค้ายังไม่มีความ หลากหลาย จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.88 สำหรับแหล่งที่นำวัตถุดิบมาเพื่อผลิต เกือบทั้งหมดปลูกหม่อน เลี้ยงไหมเอง จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00 รับซื้อจากเครือข่ายผ้าทอด้วยกัน จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ

ละ 35.29 บรรจุภัณฑ์ของผ้าไหม ได้แก่ ห่อด้วยพลาสติกแก้ว จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 64.71 ถุงกระดาษ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 23.53 และถุงพลาสติกหุ้ม จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 11.76

4. ความคิดเห็นของสมาชิกในกลุ่มสตรีทอผ้าไหมบ้านโพนสว่าง ตำบลนามะเขือ อำเภอ สหัสขันธ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ จำแนกตามข้อมูลเกี่ยวกับการส่งเสริมการขาย พบว่า วิธีที่ใช้ในการส่งเสริมการขาย โดยส่วนใหญ่ขึ้นป้ายชื่อกลุ่มให้เห็นเด่นชัด จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 88.24 มีการให้ส่วนลดเมื่อซื้อที่ละมากๆ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.88 และจัดส่งสมาชิกในกลุ่มไปอบรมเพิ่มเติมเพื่อให้มีความรู้มากยิ่งขึ้น จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.88 สำหรับการส่งเสริมการขายในกรณีที่ซื้อสินค้าที่ละ มาก ๆ โดย ส่วนใหญ่ลดราคาให้ให้โดยการแลกแจกหรือแถม จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00 ในส่วนของการช่วยเหลือจากภาครัฐ กลุ่มสตรีทอผ้าไหมบ้านโพนสว่างฯ ต้องการให้ภาครัฐช่วยประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับผ้าไหมของกลุ่ม (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) ส่วนใหญ่ต้องการให้ภาครัฐจัดงานออกร้านเป็นประจำ จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00 หาตลาดในประเทศเพื่อกระจายสินค้าให้ทั่วถึง จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 70.59 โฆษณาให้ความรู้แก่ผู้ที่สนใจ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 23.53 นำผลิตภัณฑ์ออกแสดงทั่วประเทศ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 11.76 หาตลาดเพื่อส่งออกต่างประเทศ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.88 กลุ่มสตรีทอผ้าไหมบ้านโพนสว่างฯ ไม่เคยส่งสมาชิกในกลุ่มไปอบรมความรู้เกี่ยวกับผ้าไหม จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 23.53 และเคยไปอบรม จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 76.47 สำหรับสถานที่ที่เคยเข้ารับการฝึกอบรมมีสองแห่งที่มีระดับเท่ากัน คือ แหล่งผลิตโดยตรงและสถานที่ที่หน่วยงานราชการจัดให้ความรู้ จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 76.47

6.3 ความคิดเห็นของสมาชิกในกลุ่มสตรีทอผ้าไหมบ้านโพนสว่าง ตำบลนามะเขือ อำเภอ สหัสขันธ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ ต่อโอกาสทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ผ้าไหม

ผลการวิจัย ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ความคิดเห็นของสมาชิกในกลุ่มสตรีทอผ้าไหมบ้านโพนสว่าง ตำบลนามะเขือ อำเภอ สหัสขันธ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ ต่อโอกาสทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ผ้าไหม

ด้านการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล
1. ความเพียงพอในการประชาสัมพันธ์ผ้าไหมของภาครัฐในปัจจุบัน	2.82	0.73	ปานกลาง
2. ทางภาครัฐมีการเชิญชวนร้านที่จำหน่าย ผ้าไหม เข้าร่วมโครงการออกร้านจำหน่ายสินค้าพื้นเมืองอยู่เป็นประจำ	3.65	0.49	มาก
3. ผ้าไหมที่ผลิตออกจำหน่ายในปัจจุบันมีปริมาณเพียงพอต่อความต้องการของผู้ซื้อ	4.06	0.66	มาก
4. ความเหมาะสมในการรณรงค์ให้ประชาชนนิยมแต่งกายด้วยผ้าพื้นเมืองของภาครัฐ	4.24	0.83	มาก
5. ควรออกแบบรูปแบบ สีลวดลายของผ้าไหมให้ทันสมัยตรงตามรสนิยมของผู้ซื้อ	3.88	0.86	มาก
6. ควรผลักดันผ้าไหมของกลุ่มเข้าระบบบริหารจัดการสินค้าหม่อนไหมสู่เกษตร 4.0	3.94	0.83	มาก

ตารางที่ 1 ความคิดเห็นของสมาชิกในกลุ่มสตรีทอผ้าไหมบ้านโพนสว่าง ตำบลนามะเขือ อำเภอห้วยซันธุ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ ต่อโอกาสทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ผ้าไหม (ต่อ)

ด้านการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล
7. ภาครัฐและเอกชนควรแนะนำความรู้/ เทคโนโลยีใหม่ๆ แก่ผู้ผลิตผ้าไหม เพื่อให้สอดคล้องกับความนิยมของตลาด	3.82	0.73	มาก
8. การที่ภาครัฐเปิดระบบบริหารจัดการสินค้าหม่อนไหมสู่เกษตรกร 4.0 ส่งผลดีต่อผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมในเวทีการค้าโลกในอนาคต	3.82	0.64	มาก
9. ภาครัฐต้องเสริมสภาพคล่องทางการลงทุนให้ผู้ผลิตผ้าไหมเพื่อเสริมความแข็งแกร่งรองรับการส่งออก	4.12	0.70	มาก
10. ผ้าไหมแพรวาของไทยสร้างชื่อเสียงในตลาดโลกได้ ผ้าไหมของกลุ่มสตรีทอผ้าไหมบ้านโพนสว่างก็สามารถก้าวไปสู่จุดนั้นได้เช่นกัน	4.65	1.32	มากที่สุด
11. จังหวัดกาฬสินธุ์มีนโยบายรื้อฟื้นผ้าไหมภูมิปัญญาชาวบ้านเข้ามุกตลาด	4.47	0.72	มาก
12. รัฐบาลปลุกกระแสนิยมไทยและส่งเสริมการใช้ผ้าไหมทั่วประเทศไทย	4.59	0.71	มากที่สุด
13. กิจกรรมที่จัดถวายเพื่อเกิดพระเกียรติในหลวงและพระราชวงศ์	4.47	0.87	มาก
ภาพรวม	4.04	0.78	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า ภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับ “มาก” ($\bar{X} = 4.04$, S.D. = 0.78) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ผ้าไหมแพรวาของไทยสร้างชื่อเสียงในตลาดโลกได้ ผ้าไหมของกลุ่มสตรีทอผ้าไหมบ้านโพนสว่างก็สามารถก้าวไปสู่จุดนั้นได้เช่นกัน ($\bar{X} = 4.65$, S.D. = 1.32) ระดับความคิดเห็นมากที่สุด, รัฐบาลปลุกกระแสนิยมไทยและส่งเสริมการใช้ผ้าไทยทั่วประเทศไทย ($\bar{X} = 4.59$, S.D. = 0.71) ระดับความคิดเห็นมากที่สุด, จังหวัดกาฬสินธุ์มีนโยบายรื้อฟื้นผ้าไหมภูมิปัญญาชาวบ้านเข้ามุกตลาด ($\bar{X} = 4.47$, S.D. = 0.72) ระดับความคิดเห็นมาก, กิจกรรมที่จัดถวายเพื่อเกิดพระเกียรติในหลวงและพระราชวงศ์ ($\bar{X} = 4.47$, S.D. = 0.87) ระดับความคิดเห็นมาก, ความเหมาะสมในการรณรงค์ให้ประชาชนนิยมแต่งกายด้วยผ้าพื้นเมืองของภาครัฐ ($\bar{X} = 4.24$, S.D. = 0.83) ระดับความคิดเห็นมาก, ภาครัฐต้องเสริมสภาพคล่องทางการลงทุนให้ผู้ผลิตผ้าไหมเพื่อเสริมความแข็งแกร่งรองรับการส่งออก ($\bar{X} = 4.12$, S.D. = 0.7) ระดับความคิดเห็นมาก, ผ้าไหมที่ผลิตออกจำหน่ายในปัจจุบันมีปริมาณเพียงพอต่อความต้องการของผู้ซื้อ ($\bar{X} = 4.06$, S.D. = 0.66) ระดับความคิดเห็นมาก, ควรผลักดันผ้าไหมของกลุ่มเข้าระบบบริหารจัดการสินค้าหม่อนไหมสู่เกษตรกร 4.0 ($\bar{X} = 3.94$, S.D. = 0.83) ระดับความคิดเห็นมาก, ควรออกแบบรูปแบบ สีสัน ลวดลายของผ้าไหมให้ทันสมัยตรงตามรสนิยมของผู้ซื้อ ($\bar{X} = 3.88$, S.D. = 0.86) ระดับความคิดเห็นมาก, ภาครัฐและเอกชนควรแนะนำความรู้/ เทคโนโลยีใหม่ๆ แก่ผู้ผลิตผ้าไหม เพื่อให้สอดคล้องกับความนิยมของตลาด ($\bar{X} =$

3.82 , S.D. = 0.73) ระดับความคิดเห็นมาก, การที่ภาครัฐเปิดระบบบริหารจัดการสินค้าหม่อนไหมสู่เกษตรกร 4.0 ส่งผลดีต่อผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมในเวทีการค้าโลกในอนาคต ($\bar{X}$ = 3.82 , S.D. = 0.64) ระดับความคิดเห็นมาก, ทางภาครัฐมีการเชิญชวนร้านที่จำหน่ายผ้าไหม เข้าร่วมโครงการออกร้านจำหน่ายสินค้าพื้นเมืองอยู่เป็นประจำ ($\bar{X}$ = 3.65 , S.D. = 0.49) ระดับความคิดเห็นมาก และความเพียงพอในการประชาสัมพันธ์ผ้าไหมของภาครัฐในปัจจุบัน ($\bar{X}$ = 2.82 , S.D. = 0.73) ระดับความคิดเห็นปานกลาง

6.4 ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

ผลการวิเคราะห์โดยใช้สถิติวิเคราะห์ ดังนี้คือ t-test และ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นของกลุ่มสตรีทอผ้าไหมบ้านโพนสว่าง จำแนกตามเพศของกลุ่มสตรีทอผ้าไหม พบว่าสมาชิกในกลุ่มทั้งหมดเป็น เพศหญิง จึงไม่สามารถหาค่าความแตกต่างได้
2. ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นของกลุ่มสตรีทอผ้าไหมบ้านโพนสว่าง จำแนกตามอายุของกลุ่มสตรีทอผ้าไหม พบว่า สมาชิกที่มีอายุต่างกันมีความคิดเห็นต่อ โอกาสทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05 (Sig = 0.39)
3. ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นของกลุ่มสตรีทอผ้าไหมบ้านโพนสว่าง จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่าสมาชิกที่มีการศึกษาต่างกันมีความคิดเห็นต่อโอกาสทางการตลาดของ ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05 (Sig = 0.17)
4. ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นของกลุ่มสตรีทอผ้าไหมบ้านโพนสว่าง จำแนกตามประสบการณ์ในการทอผ้า พบว่าสมาชิกที่มีประสบการณ์ในการทอผ้าต่างกันมีความคิดเห็นต่อโอกาสทางการตลาดของ ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05 (Sig = 0.71)
5. ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นของกลุ่มสตรีทอผ้าไหมบ้านโพนสว่าง จำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่าสมาชิกที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกันมีความคิดเห็นต่อโอกาสทางการตลาดของ ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05 (Sig = 0.48)

7. สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัย การศึกษาโอกาสทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ของกลุ่มสตรีทอผ้าไหมบ้านโพนสว่าง ตำบลนามะเขือ อำเภอสหัสขันธ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ สามารถอภิปรายผลในประเด็นที่สำคัญได้ ดังนี้

1. ความคิดเห็นของกลุ่มสตรีทอผ้าไหมบ้านโพนสว่าง ตำบลนามะเขือ อำเภอสหัสขันธ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาด

ผลการวิจัย พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่ที่เข้ามาซื้อผ้าไหมเป็นผู้หญิง มีอายุ 41 - 50 ปี และเป็นลูกค้าที่อยู่ในจังหวัดใกล้เคียง ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ซื้อเพื่อเป็นของฝากและของที่ระลึก นิยมซื้อผ้าขาวม้าและซื้อที่ขายเป็นผืนมากที่สุด แสดงให้เห็นว่าจากการรณรงค์ของภาครัฐให้ผู้ที่ปฏิบัติงานในหน่วยงานราชการสวมใส่ผ้าไทย และผู้ที่ปฏิบัติงานในหน่วยงานราชการส่วนใหญ่อีกจะมีอายุประมาณ 35 - 50 ปีขึ้นไป ซึ่งใกล้เคียงกับผลการวิจัยและที่ เห็นเด่นชัดที่สุดคือกลุ่มลูกค้าผู้หญิงชอบซื้อผ้าไหมเพื่อนำไปตัดเย็บเพื่อสวมใส่เอง หรือซื้อเพื่อเป็นของฝากในโอกาสต่าง ๆ ส่วนที่นิยมซื้อมากที่สุด คือ สีเหลือง ส่วนใหญ่ตั้งราคาโดยพิจารณาตามต้นทุน ลูกค้าส่วนใหญ่อยู่ในระดับกลางสามารถซื้อสินค้าได้ แต่ราคาไม่ควรสูงมากนัก ซึ่งทางกลุ่มก็จะเจาะกลุ่มลูกค้าในระดับนี้ นอกจากนี้ผลการวิจัย พบว่าราคาขายของผ้าไหมในปัจจุบันเมื่อเทียบกับราคาของผ้าพื้นเมืองชนิดอื่นพบว่า มีราคาใกล้เคียงกัน แต่สมาชิกส่วนใหญ่เห็นว่าราคาขายยังไม่เหมาะสมเพราะว่าราคายังไม่ได้มาตรฐาน ส่วนการต่อรองราคาลูกค้าเกือบทุกคนที่เข้ามาซื้อจะต่อรองราคา เมื่อลูกค้ามีการต่อรองราคาสมาชิกส่วนใหญ่จะลดราคา

ให้เล็กน้อยเพื่อเป็นกำลังใจและจูงใจลูกค้า ระบบการจำหน่ายส่วนใหญ่จะเป็นเงินสดเพราะง่ายต่อการจำหน่าย ปัจจัยที่เลือกที่ตั้งร้านส่วนใหญ่จะตั้งอยู่ริมถนนเพราะง่ายต่อการพบเห็น และจัดร้านแบบรักษาเอกลักษณ์ความเป็นไทย เพราะสินค้าที่จำหน่ายเป็นสินค้าพื้นเมือง และส่วนใหญ่สมาชิกในกลุ่มจะจำหน่ายเอง เพราะสามารถให้ความรู้หรืออธิบายเกี่ยวกับสินค้า กรณีเมื่อลูกค้าชักถามได้ และส่วนใหญ่มีปัญหาด้านการตลาดและการส่งเสริมการขาย วัตถุดิบที่ใช้ในการทอผ้ามาจากการปลูกหม่อนเลี้ยงไหมเอง ส่วนบรรจุภัณฑ์ของผ้าไหมมีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้า และแบบยอदनนิยมจะเป็นบรรจุภัณฑ์แบบห่อพลาสติกหรือที่เรียกว่า พลาสติกแก้ว ในด้านการส่งเสริมการขายส่วนใหญ่ใช้วิธีขึ้นป้ายชื่อกลุ่มให้เด่นชัด เพราะที่ตั้งของกลุ่มอยู่ริมถนน ง่ายต่อการพบเห็น ในกรณีที่ลูกค้าซื้อทีละมาก ๆ จึงจะลดราคาให้โดยการแจก หรือแถม นอกจากนี้ผลการวิจัยพบว่า ในด้านการช่วยเหลือจากภาครัฐส่วนใหญ่ต้องการให้ภาครัฐช่วยจัดงานออกร้านเป็นประจำ และสมาชิกส่วนใหญ่เคยเข้ารับการฝึกอบรมความรู้เกี่ยวกับผ้าไหม โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนพล คล้ายรักษ์ (2551) การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อผ้าไหม 2) ศึกษาระดับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าไหม และ 3) เปรียบเทียบระดับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าไหมจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล การวิจัยครั้งนี้รวบรวมข้อมูลจากประชากรจำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถาม ใช้สถิติ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test และ F-test ผลการวิจัย พบว่า

1. ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีพฤติกรรมในการเลือกซื้อผ้าไหม โดยมีเหตุผลที่ซื้อ เนื่องจากเป็นผ้าที่ให้ความรู้สึกหรูหรา สถานที่ซื้อเป็นร้านค้าในบริเวณแหล่งผลิต ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมที่ซื้อคือ ชุดผ้าไหม โดยมีการจ่ายชำระค่าซื้อผ้าไหมด้วยเงินสด มีการพิจารณาการซื้อผ้าไหมทุกครั้งที่ซื้อ และโทนสีผ้าไหมที่ซื้อ คือ สีน้ำเงิน ผู้บริโภคซื้อผ้าไหมครั้งสุดท้าย 1-3 เดือนก่อน ส่วนปริมาณการซื้อผ้าไหมในรอบปีที่ผ่านมา 1-2 ชิ้นซื้อผ้าไหมต่อชิ้นในราคาต่ำกว่า 500 บาท 2. ผู้บริโภคมีการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าไหม โดยพิจารณาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านราคาในระดับมากที่สุด ส่วนด้านการส่งเสริมการขาย และด้านผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคพิจารณาการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าไหมในระดับมาก 3. ผู้บริโภคที่มีเพศ การศึกษา และอาชีพแตกต่างกันมีระดับการตัดสินใจที่มีผลต่อการเลือกซื้อผ้าไหมของผู้บริโภคแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. ความคิดเห็นของกลุ่มสตรีทอผ้าไหมบ้านโปนสว่าง ตำบลนามะเขือ อำเภอสหพันธ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ ที่มีต่อโอกาสทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อโอกาสทางการตลาดของ ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมในด้านบวกทั้งหมด เพราะจากระดับความคิดเห็นที่แปลผลออกมาได้อยู่ในระดับ “มาก” ซึ่งสรุปได้ว่าความคิดเห็นที่มีต่อโอกาสทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ผ้าไหม อยู่ในระดับที่น่าพอใจ โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของ จงกล ผิวดำ (2545) การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของ ข้าราชการ กรณีศึกษา : อำเภอเมือง จังหวัดกระบี่ มีวัตถุประสงค์ เพื่อต้องการทราบปัจจัยที่มี อิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของข้าราชการ และนำผลที่ได้จากการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุง วางแผนการดำเนินธุรกิจจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าไหม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ข้าราชการในอำเภอเมือง จังหวัดกระบี่ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของข้าราชการ กรณีศึกษา : อำเภอเมือง จังหวัดกระบี่ พบว่า ปัจจัยทางวัฒนธรรมความสำคัญอยู่ในระดับมาก คือ เพื่อใช้ในงาน ประเพณี และงานมงคลต่างๆ ปัจจัยทางสังคมความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง คือ เหมาะสมที่จะ เป็นของฝากผู้ใหญ่ บุคคลที่เคารพนับถือ ปัจจัยทางจิตวิทยาความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง คือ ความชอบ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดความสำคัญอยู่ในระดับมาก คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ความสำคัญอยู่ในระดับมาก คือ ความสวยงามของลวดลาย และสีสันทของผ้าไหม ด้านราคาความสำคัญอยู่ในระดับมาก คือ ราคามีความเหมาะสมเมื่อเทียบกับ คุณภาพ ด้านการจัดจำหน่ายความสำคัญอยู่ในระดับมาก คือ การจัดวางสินค้าง่ายต่อการซื้อ ด้าน การส่งเสริมการตลาดความสำคัญอยู่ในระดับมาก คือ

มีส่วนลดพิเศษ ด้านพนักงาน/บุคลากร ความสำคัญอยู่ในระดับมาก คือ การให้คำแนะนำแก่ลูกค้า ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ความสำคัญอยู่ในระดับมาก คือ การจัดวางผลิตภัณฑ์ผ้าไหมในร้าน ด้านกระบวนการบริการ ความสำคัญอยู่ในระดับมาก คือ ความถูกต้องและความสวยงามในการตัดเย็บ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของข้าราชการ กรณีศึกษา: อำเภอเมือง จังหวัดกระบี่ ผู้ประกอบธุรกิจจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าไหมสามารถนำไปใช้เป็นแนวทาง ในการประกอบธุรกิจให้ตอบสนองต่อความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภคได้ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ควรจัดหาผลิตภัณฑ์ผ้าไหมที่มีคุณภาพ มีความหลากหลายของรูปแบบ และความสวยงามของลวดลายและสีสันทัน ด้านราคาควรกำหนดให้เหมาะสมกับคุณภาพและความสวยงามของ ผลิตภัณฑ์ และมีหลายระดับราคาให้ผู้บริโภคได้เลือกซื้อ ด้านการจัดจำหน่าย ควรมีการจัดวาง สินค้าให้ง่ายต่อการซื้อ มีหลากหลายช่องทาง และทำเลที่ตั้งของร้านต้องสะดวกในการซื้อ ด้านการส่งเสริมการตลาดควรให้ส่วนลดพิเศษแก่ลูกค้าและควรจัดแสดงสินค้า และให้บริการหลังการขาย เพื่อเป็นการดึงดูดใจให้ลูกค้าเลือกซื้อเพิ่มมากขึ้น ด้านพนักงาน/บุคลากรควรให้ข้อมูลและ คำแนะนำผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด รวมทั้งให้การต้อนรับและการบริการที่ดี เพื่อเร่งให้ลูกค้าทำการ ตัดสินใจซื้อและสร้างความประทับใจ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพควรจัดวางผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ให้ดึงดูดใจและตกแต่งร้านให้สวยงาม และน่าสนใจ ด้านกระบวนการบริการเจ้าของกิจการควร เป็นผู้รับข้อมูลความต้องการโดยตรงเพื่อจัดหาสินค้าให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าและให้ความ เป็นกันเอง พร้อมทั้งเป็นผู้ตรวจสอบความถูกต้องและความสวยงามในการตัดเย็บก่อนส่งมอบให้ลูกค้า

3. ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของสมาชิกในกลุ่มสตรีทอผ้าไหมบ้านโพนสว่าง ตำบลนามะเขือ อำเภอ สหสขันธ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ ต่อโอกาสทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ผ้าไหม จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการทอผ้า และรายได้ต่อเดือน พบว่าไม่แตกต่างกันซึ่งสอดคล้องกับ ชีรพงษ์ วสันตติกุล (2546) การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อ 1) ศึกษารูปแบบโอกาสทางการตลาดผ้าไหมของจังหวัดบุรีรัมย์ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวกับการพัฒนาธุรกิจผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมของจังหวัดบุรีรัมย์ ประชากร ได้แก่ 1) เจ้าหน้าที่หน่วยงานราชการซึ่งเป็นคณะทำงานส่งเสริมการตลาด และคณะทำงานวิจัยพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์และเทคโนโลยี โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์จังหวัดบุรีรัมย์ 2) เจ้าหน้าที่หน่วยงานเอกชนในจังหวัดบุรีรัมย์ ซึ่งเป็นผู้ประกอบการร้านค้าผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหม 3) ประธานกลุ่มผลิตผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมที่เข้าร่วมโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์จังหวัดบุรีรัมย์ รวมจำนวน 72 คน กลุ่มตัวอย่างจำนวน 55 คน โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบกำหนดจำนวน (Quota sampling) และใช้เครื่องมือที่พัฒนาขึ้นเอง ผลการวิจัยพบว่า 1. รูปแบบการตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมของจังหวัดบุรีรัมย์สู่โอกาสทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ต้องมีการวางแผนเพื่อการพัฒนาผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมเกี่ยวกับคุณภาพของ เนื้อผ้าที่สม่ำเสมอ ลวดลาย สีสันทัน รูปแบบของผลิตภัณฑ์ รวมทั้งต้องมีการรับประกันคุณภาพด้วย ด้านราคา การกำหนดราคาผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมคือ คุณภาพของเส้นไหม ฝีมือและความปราณีตในการทอ รวมทั้งต้องมีการลดราคาให้กับผู้ซื้อโดยเป็นราคาที่ต่ำกว่าร้านค้าปกติด้านการจัดจำหน่าย ภาวะการค้าของตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมตลาดทั้งภายในประเทศและต่างประเทศยังมีความต้องการอยู่มาก กลุ่มลูกค้าเป้าหมายคือตลาดต่างประเทศและตลาดกรุงเทพฯ ส่วนการจัดจำหน่ายผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีประสิทธิภาพคือ การจัดส่งสินค้าที่รวดเร็วและเชื่อถือได้ ด้านการส่งเสริมการตลาด ต้องมีการจัดทำเว็บไซต์เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ (กมลลักษณ์ ชื่นทอง และคณะ, 2567)

8. ข้อเสนอแนะในการวิจัย

สมาชิกกลุ่มสตรีทอผ้าไหมบ้านโพนสว่าง ตำบลนามะเขือ อำเภอสหพันธ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ มีข้อเสนอแนะต่อผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ดังนี้ ภาครัฐควรช่วยประชาสัมพันธ์อย่างจริงจัง ร้อยละ 82.35 ผ้าไหมยังมีราคาถูกเกินไป เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้งานฝีมือ ร้อยละ 76.47 ร้อยละ ควรมีการฝึกอบรมในด้านการพัฒนาฝีมือ ร้อยละ 52.94 อยากได้ตลาดที่สามารถขายได้ทั้งปี ร้อยละ 41.18 ควรเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายให้หลากหลาย เช่น ขายทางออนไลน์ ร้อยละ 35.29 ควรเพิ่มรูปแบบ ลวดลาย สีสันทให้หลากหลายมากยิ่งขึ้น แต่ไม่ขาดความเป็นเอกลักษณ์เดิม ร้อยละ 23.53 ผลิตภัณฑ์ไม่เพียงพอต่อการจำหน่าย ร้อยละ 17.65 ควรจัดทำบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม ร้อยละ 17.65 และยังขาดเงินทุนในการผลิตร้อยละ 5.88

9. เอกสารอ้างอิง

- กมลลักษณ์ ชื่นทอง, ณัฏสวรรณ ศาลางาม, และ สิริวิมล ภาสุวรรณ. (2567). การต่อยอดและพัฒนาผ้าไหมของกลุ่มทอผ้าไหม บ้านป่ายาว ตำบลจารพัด อำเภอศรีบุญเรืองจังหวัดสุรินทร์. *วารสารวิชาการเพื่อพัฒนาท้องถิ่น*, 3(1), 11–26. <https://doi.org/10.14456/ajld.2024.2>
- จกมล ผิวดำ. (2549). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของข้าราชการ กรณีศึกษา: อำเภอเมือง จังหวัดกระบี่. [วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิตไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต.
- ธนพล คล้ายรักษ์. (2551). พฤติกรรมและการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าไหมของผู้บริโภค ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. [วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิตไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- ธีรพงษ์ วัฒนติติก. (2546). รูปแบบการพัฒนาตลาดผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมจังหวัดบุรีรัมย์. [วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิตไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์.
- วัชร ย์สุนเทศ และ ชนิกานต์ พนมอุปถัมภ์. (2563). โอกาสทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ป่านศรนารายณ์. *วารสารราชภัฏเพชรบูรณ์สาร*, 22(1), 63-76.
- วัฒน์ จุฑะวิภาต. (2555). ผ้าทอกับชีวิตคนไทย. *รายงานการวิจัย*. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- วิภาวี สีลากุล และ รุ่งนภา กิตติลาภ. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินงานของกลุ่มผู้ทอผ้าไหมมัดหมี่ในจังหวัดขอนแก่น. *วารสารวิชาการธรรมศาสตร์*, 16(2), 13–22.
- สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ. (2561). รายงานสถานการณ์อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย เดือนมกราคม 2561. <https://thaitextile.org/th/insign/detail.410.1.0.html>.
- อารียา ทุ่งวงศ์ษา. (2560). การส่งเสริมกลุ่มอาชีพผ้าไหมไทย. *วารสารสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม*, 4(1), 53-64.