

**การพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับการผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชน กลุ่ม
แม่บ้านควนน้ำใส จังหวัดสตูล**

**Development of E-Commerce for Small and Micro Community Enterprise
Kuan Namsai Housewife Group, Satun Province**

กรกมล ซุ่นสุวรรณ^{1*}, ธัชตะวัน ชนะกุล², ณัฐพล ท่งเย็น³, จุฑามณี มีโชค⁴ และวารางคณา เอ็มเล่ง⁵
Kornkamol Soonsuwon^{1*}, Touchtawan Chanakul², Nattapol Tungyen³,
Jutamanee Meechok⁴ and Warangkana Amleng⁵

^{1,2} อาจารย์, สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ, คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหาดใหญ่

^{1,2} Lecturer, Department of Business Computer, Faculty of Business Administration, Hatyai University.

^{3,4,5} นักศึกษา, สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ, คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหาดใหญ่

^{3,4,5} Student, Department of Business Computer, Faculty of Business Administration, Hatyai University.

* Corresponding author, E-mail: kornkamol@hu.ac.th

บทคัดย่อ

การพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับผลิตภัณฑ์กลุ่มแม่บ้านควนน้ำใส จังหวัดสตูล มีวัตถุประสงค์ เพื่อออกแบบและพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแม่บ้านควนน้ำใส จังหวัดสตูล โดยการประยุกต์ใช้โปรแกรมเวิร์ดเพรส ร่วมกับการ โปรโมทเว็บไซต์ ผลการวิจัยพบว่า ระบบสามารถเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าในรูปแบบออนไลน์ และสามารถเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านควนน้ำใสได้ และจากการประเมินประสิทธิภาพและความพึงพอใจที่มีต่อระบบจากสมาชิกในกลุ่ม อยู่ในเกณฑ์ดี

คำสำคัญ: พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์, เวิร์ดเพรส

Abstract

The purposes of this study were to design and development of electronic commerce for Small and Micro Community Enterprise Kuan Namsai Housewife Group, Satun Province and additional distribution channels for products. By using WordPress for web application and Search Engine Optimization. The results showed that the system can be added distribution channels for online products and can be increased channel promote products. The system evaluation result showed that overall satisfaction with the E-Commerce was at a high level.

Keywords: electronic commerce Search Engine Optimization, WordPress



บทนำ

แนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน เป็นอีกแนวทางหนึ่งที่สร้างเศรษฐกิจ สังคม เพื่อให้ชุมชนมีความยั่งยืน โดยรู้จักใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นที่ตนเองมีอยู่อย่างชาญฉลาด อดทน พยายาม อดทน (2556) ได้ศึกษาเศรษฐกิจในเขตลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา พบว่ามีความได้เปรียบทางด้านเศรษฐกิจ มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ทั้งภาคการท่องเที่ยว การใช้จ่าย การส่งออก และด้านเทคโนโลยี ชาวบ้านที่รวมกลุ่มกันดำเนินกิจกรรมวิสาหกิจชุมชนยังมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อช่วยในการบริหารจัดการค่อนข้างน้อย โดยเฉพาะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อช่วยในด้านการตลาด การนำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการติดต่อสื่อสารการค้าในธุรกิจ ในรูปแบบต่างๆ โดยการดำเนินธุรกิจในปัจจุบันมีการแข่งขันสูง ผู้ประกอบธุรกิจจึงต้องมีการปรับตัว และใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัย เพื่อนำมาเพิ่มประสิทธิภาพและสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน Digital Economy หรือ เศรษฐกิจดิจิทัล จึงเป็นเศรษฐกิจที่ต้องอาศัยเทคโนโลยีสารสนเทศหรือ อินเทอร์เน็ตมาสร้างอาชีพหรือกิจกรรมทางเศรษฐกิจ รวมทั้งการนำเทคโนโลยีการสื่อสารและ โทรคมนาคมมาใช้ในการพัฒนาธุรกิจหรืออุตสาหกรรมต่างๆ อย่างกว้างขวาง

วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านควนน้ำใส มีการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นในด้านการทำขนมพื้นเมือง ผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม ประกอบด้วย ขนมลากรอบ ขนมไข่โบราณ ขนมบุหงาบูตะ ขนมกลีบลำดวน ขนมทองม้วน ขนมทองพับ ขนมถั่วอัด ขนมปะการัง และขนมกลีบบัว และผลิตภัณฑ์ที่ขึ้นชื่อของกลุ่มแม่บ้านควนน้ำใส ได้แก่ ขนมลากรอบ ไข่ไก่ ขนมลากรอบ ไข่ไก่ ได้เข้าร่วมคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทยในปี พ.ศ. 2546 และสามารถผ่านเกณฑ์การคัดสรรในระดับ 3 ดาว สำหรับช่องทางการจัดจำหน่ายมีการเปิดรับคำสั่งซื้อจากลูกค้าโดยตรงและจำหน่ายงาน OTOP ซึ่งฐานข้อมูลลูกค้ายังค่อนข้างแคบและยังไม่แพร่หลาย จากการสอบถามสมาชิกในกลุ่มมีความต้องการขยายหรือเพิ่มช่องทางการตลาดใหม่ๆ โดยเฉพาะตลาดออนไลน์ เพื่อให้ลูกค้าต่างพื้นที่เข้าถึงผลิตภัณฑ์ได้มากยิ่งขึ้น

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีแนวคิดที่จะทำการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้กับวิสาหกิจชุมชนเพิ่มช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านควนน้ำใส จังหวัดสตูล เพื่อเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างมากขึ้น โดยมีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาปรับใช้เพื่อการจัดการด้านการตลาด และเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอื่น ๆ ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านควนน้ำใส จังหวัดสตูล
2. เพื่อเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านควนน้ำใส จังหวัดสตูล



แนวคิด ทฤษฎี กรอบแนวคิด

1. การค้าอิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce)

Electronic Commerce การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์หรือการทำธุรกรรมทางเศรษฐกิจที่ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น การซื้อขายสินค้าและบริหาร การโฆษณาสินค้า การโอนเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น เพื่อพัฒนาระบบอินเทอร์เน็ตให้สามารถซื้อขายสินค้าผ่านทางระบบเว็บไซต์ที่เรียกว่า “การค้าอิเล็กทรอนิกส์หรืออีคอมเมิร์ซ (E-Commerce)” ซึ่งช่วยในการประหยัดค่าใช้จ่ายช่วยลดขั้นตอนความยุ่งยากเกี่ยวกับการสั่งซื้อสินค้าและยังช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจระบบอีคอมเมิร์ซได้เข้ามาแทนที่วิธีการซื้อขายสินค้าในรูปแบบเก่า ๆ ภายในระยะเวลาอันรวดเร็วในขณะเดียวกันบริษัทผู้พัฒนาซอฟต์แวร์ก็เร่งพัฒนาซอฟต์แวร์ให้มีความสามารถในการสร้างเว็บไซต์รวมทั้งสร้างระบบอีคอมเมิร์ซให้ง่ายต่อการใช้งานมากขึ้น (อดิศักดิ์ จันทร์มิน, 2548) ลักษณะขั้นตอนการสั่งซื้อสินค้าจากเว็บไซต์ที่พบเห็นทั่วไปนั้นจะมีรูปแบบและวิธีการเดียวกัน โดยสามารถแยกออกได้เป็น 2 ส่วนหลัก คือ

1) ระบบหน้าร้าน (Store Front) คือ หน้าเว็บสำหรับใช้ในการสั่งซื้อสินค้าหรือบริการต่าง ๆ จากร้านค้า เช่น การขาย การชำระเงิน และการขนส่ง

2) ระบบหลังร้าน (Back Office) คือ หน้าเว็บที่ใช้เฉพาะบุคลากรของร้านค้าซึ่งผู้ใช้งานภายนอกไม่สามารถเข้ามาในส่วนนี้ได้ ประโยชน์เพื่อกำหนดรายละเอียดต่างๆ ที่เกี่ยวกับตัวสินค้าหน้าเว็บร้านค้า เป็นต้น บริการหลังการขาย การติดต่อภายในบริษัท เช่น ระบบบัญชี คลังสินค้า ระบบสั่งซื้อสินค้าและวัตถุดิบส่งผลิตตลอดจนบริการลูกค้าหลังการขาย

2. ประเภทกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce)

กรมสรรพากร (www.rd.go.th, 2559) ได้จัดประเภทกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ดังนี้

1) เว็บไซต์แสดงรูป และราคาสินค้า (Catalog Website) หมายถึง เว็บไซต์ที่ผู้ประกอบการจัดทำขึ้นมาเพื่อทำหน้าที่เป็นห้องแสดงสินค้า รายการราคาสินค้า ประชาสัมพันธ์รายการสินค้าโปรโมชั่น ณ ช่วงเวลานั้น ทั้งนี้อาจเน้นไปทางโฆษณาสินค้าตัวใหม่ๆ แต่ไม่ได้มีการซื้อขายสินค้าออนไลน์แต่อย่างใด เว็บไซต์ประเภทนี้จะไม่มีการซื้อขาย ไม่มีตะกร้าในการซื้อขาย แต่จะมีเพียงรูปภาพ หรือรายการสินค้าพร้อมราคาเท่านั้น

2) เว็บไซต์เพื่อการขายสินค้า (e-Shopping) หมายถึง เว็บไซต์ที่ผู้ประกอบการสร้างขึ้นเพื่อเป็นตัวแทนของกิจการ ส่วนใหญ่จะใช้ชื่อกิจการเป็นชื่อเว็บไซต์โดยไม่มีคำอื่นต่อท้าย กิจการจะสร้างกิจกรรมบนเว็บไซต์แบบเต็มรูปแบบ โดยจะมีกิจกรรมต่างๆ มีการเคลื่อนไหวปรับปรุง เปลี่ยนแปลงเว็บไซต์ให้ทันสมัยตลอดเวลา มีผู้เข้าชมเป็นจำนวนมาก ในส่วนของการขายสินค้า จะมีระบบการรับชำระค่าสินค้า มีตะกร้าให้เลือกสินค้า มีระบบการตรวจสอบการส่งของ มีระบบต่างๆ อีกมากมาย เพื่ออำนวยความสะดวกให้ลูกค้า



3) การขายสินค้าบนชุมชนเว็บไซต์โดยผู้ขายไม่มีเว็บไซต์เป็นของตนเอง (Community Web) หมายถึง ชุมชนเว็บไซต์ซึ่งเป็นที่รวมตัวของคนที่มีความสนใจคล้ายๆ กัน โดยทางเว็บไซต์ ได้จัดทำเว็บไซต์แล้วอนุญาตให้ สมาชิกนำสินค้าต่างๆ มาโพสต์ขายได้ด้วย ส่วนใหญ่จะติดต่อกันทางโทรศัพท์หรือ e-mail ที่ให้ไว้บนเว็บไซต์ แล้วคุยกันนอกรอบเพื่อตกลงเรื่องราคา ซึ่งมักจะใช้การชำระราคาค่าสินค้าด้วยวิธีการโอนเงินผ่านบัญชีธนาคาร และรับสินค้าทางไปรษณีย์

4) เว็บไซต์เพื่อการประมูลขายสินค้า (electronic auction) คือ การประมูลสินค้าและบริการผ่านอินเทอร์เน็ต ทำให้ผู้ซื้อและผู้ขายเห็นความเคลื่อนไหวของราคาขณะประมูลแบบเรียลไทม์ (real time) โดยไม่มีข้อจำกัดเรื่องเวลา และสถานที่เข้ามาเกี่ยวข้อง

5) เว็บไซต์ห้างสรรพสินค้าออนไลน์ (Shopping Mall) หมายถึง ห้างสรรพสินค้าออนไลน์ มีการแบ่งเนื้อที่เว็บไซต์เป็นขนาดเล็กๆ จัดเป็นหมวดหมู่ เพื่อให้ผู้ประกอบการที่สนใจมาเช่าหน้าร้านเพื่อประกอบธุรกิจ มีระบบจัดการเว็บไซต์ร้านค้าไว้บริการผู้ประกอบการ เช่น ระบบตะกร้าสั่งซื้อสินค้า ระบบรับชำระเงิน ระบบการตรวจเช็คสต็อก ระบบช่วยร้านค้าประชาสัมพันธ์สินค้าระบบเว็บไซต์ เป็นต้น

3. แนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบเว็บไซต์ 7C

การออกแบบเว็บไซต์ให้ประสบความสำเร็จ ผู้ใช้ต้องเข้าถึงข้อมูลได้ง่ายและน่าสนใจที่จะเข้าใช้บริการ แนวคิดตามหลักมีดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, 2546)

1) การออกแบบรูปลักษณ์ (Context) เป็นการวางโครงสร้างของการจัดองค์ประกอบบนหน้าเว็บเพื่อสื่อความหมายให้ง่ายต่อการรับรู้และการใช้งานเครื่องมือบนหน้าเว็บไซต์ มีการจัดหมวดหมู่ในคอลัมน์เชื่อมโยง จุดเชื่อมโยงใช้ได้จริงทุกจุด การบอกรายละเอียดของสถานที่ติดต่อเว็บ มีการแสดงข้อมูลโดยแยกเป็นกลุ่มข้อมูลบนหน้าเว็บ มีการอ้างอิงแหล่งที่มา

2) การออกแบบเนื้อหา (Content) เป็นการนำเสนอข้อมูลบนเว็บ โดยอาจอยู่ในรูปของข้อความ (Text) รูปภาพ (Picture) หรือมัลติมีเดีย (Multimedia) ที่เป็นสื่อผสมทั้งภาพและเสียงก็ได้ เพื่อให้เกิดความน่าสนใจ มีการจัดวางข้อมูลอ่านง่าย ชัดเจน สะดวกต่อการเลือกชม มีรายละเอียดของสินค้าและการบริการครบถ้วน มีการปรับปรุงข้อมูลให้เป็นปัจจุบันเสมอ มีการเลือกใช้สื่อให้เหมาะสมกับลักษณะของข้อมูล ความรวดเร็วในการแสดงผลของรูปภาพ ความรวดเร็วในการแสดงผลของภาพเคลื่อนไหว ความรวดเร็วในการโหลดข้อมูล

3) การออกแบบชุมชนเพื่อการติดต่อสื่อสาร (Community) เป็นการออกแบบเว็บไซต์เพื่อให้มีแหล่งหรือสถานที่นัดพบสำหรับผู้สนใจในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์สร้าง เพื่อแลกเปลี่ยนทัศนคติ ข้อคิดเห็น และข้อมูลข่าวสารระหว่างกัน การออกแบบชุมชนเพื่อการติดต่อสื่อสาร (Community) เว็บไซต์สำหรับร้านค้าปลีกวัตถุประสงค์สร้างขนาดกลางและขนาดย่อม ประกอบด้วย กระดานข่าว การจัดกลุ่มหัวข้อสนทนา การแสดงรายละเอียดหัวข้อสนทนา



4) การออกแบบการปรับแต่ง (Customization) เป็นรูปแบบการให้บริการที่ช่วยผู้ใช้ให้สามารถปรับแต่งการใช้งานเว็บไซต์ให้เหมาะสมกับผู้ใช้บริการ ได้แก่ การปรับแต่งรูปแบบ ขนาดตัวอักษร สีพื้นหลัง สีตัวอักษร และภาษาที่ใช้ในการสื่อสาร

5) การออกแบบการติดต่อสื่อสาร (Communication) เป็นลักษณะการออกแบบให้มีช่องทางการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ใช้งานกับเว็บไซต์สำหรับร้านค้าได้ง่ายหรือเป็นการสื่อสารแบบสองทาง ยิ่งช่องทางสื่อสารมีมากก็จะทำให้ผู้ใช้สามารถเข้าถึงข้อมูลและบริการของเว็บไซต์ได้มากขึ้นเท่านั้น เช่น โทรศัพท์เคลื่อนที่ บริการข้อมูลผ่าน SMS และ E-Mail เป็นต้น

6) การออกแบบการเชื่อมต่อเว็บไซต์ (Connection) เป็นการออกแบบเว็บไซต์เพื่อติดต่อสื่อสารไปยังเว็บไซต์ปลายทางที่เกี่ยวข้องกับเพื่อเป็นการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างกัน ตลอดจนเป็นการอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าหรือผู้เยี่ยมชมในการเข้าถึงข้อมูลปลายทางที่สนใจได้โดยตรง ประกอบด้วย กล้องคำอธิบายการเชื่อมโยงเว็บ เว็บเชื่อมโยงปลายทางสามารถใช้งานได้จริงทุกเว็บ

7) การออกแบบการทำธุรกรรม (Commerce) เป็นการออกแบบขั้นตอนการทำรายการสั่งซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์ การทำธุรกรรมนับเป็นหัวใจสำคัญของระบบการออกแบบการทำธุรกรรม (Commerce) ประกอบด้วย มีการอธิบายรายละเอียดวิธีการสั่งซื้อสินค้า ระบบการลงทะเบียนสมาชิก ระบบรักษาความปลอดภัยสำหรับข้อมูลส่วนบุคคล ระบบชำระเงิน

4. ซอฟต์แวร์สำหรับพัฒนาระบบ

1) เวิร์ดเพรสส์ (Word Press) เป็นโปรแกรมช่วยสร้างเว็บไซต์ เขียนด้วยภาษาพีเอชพีและใช้ฐานข้อมูล MySQL ปัจจุบันเวิร์ดเพรสส์ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากจากบล็อกเกอร์ทั่วโลก เนื่องจากเป็นระบบที่มีความยืดหยุ่นในการใช้งาน อีกทั้งยังมีผู้ที่สร้าง โปรแกรมเสริม (Plugin) รูปแบบการแสดงผล (Theme) รวมทั้งระบบอื่นๆ ที่สามารถใช้งานร่วมกับเวิร์ดเพรสส์ได้เป็นจำนวนมาก จึงทำให้เวิร์ดเพรสส์ได้รับความนิยมอย่างยิ่ง

โปรแกรมเสริม (Plugins) ที่ช่วยเพิ่มความสามารถให้กับเวิร์ดเพรสส์ ในแบบที่เราต้องการ หรือแม้แต่ตัดแปลงการสำหรับการใช้งานเฉพาะด้าน เช่น การใช้ปลั๊กอิน Woo Commerce เพื่อสร้างร้านค้าขายสินค้าออนไลน์ เป็นต้น

2) ฐานข้อมูล MySQL เป็นระบบจัดการฐานข้อมูลเชิงสัมพันธ์ โดยใช้ภาษา SQL จัดเป็นซอฟต์แวร์โอเพนซอร์ส (Open Source) ความสามารถของโปรแกรมฐานข้อมูล MySQL เป็นระบบการจัดการบัญชีผู้ใช้ ระบบการเข้าใช้ฐานข้อมูล ระบบการสำรองข้อมูล ระบบคืนสภาพข้อมูล ระบบโอนข้อมูลไปยังโปรแกรมฐานข้อมูลอื่นๆ และจัดเก็บข้อมูลได้หลายชนิด เช่น รูปภาพ ข้อความ ตัวเลข และอื่นๆ อีกมากมาย ด้วยความสามารถเหล่านี้จึงทำให้มีผู้ใช้งานโปรแกรมเพิ่มมากขึ้น



4. Search Engine Optimization

Search Engine Optimization (SEO) เป็นเทคนิคในการปรับแต่งเว็บไซต์ด้วยเทคนิคต่างๆ ในการทำให้เว็บไซต์ติดอันดับต้นๆ ในสืบค้นผ่านโปรแกรมค้นหา (Search Engine) ได้แก่ google.com yahoo.com และ Bing.com (จตุภูมิ จวนชัยภูมิ, 2555)

การทำ SEO จะต้องเข้าใจความต้องการของผู้เยี่ยมชม มีดังนี้ (ณัฐพล ไยไพโรจน์, 2558)

1) การใช้คำสั้น ๆ และเข้าใจง่าย ผู้เยี่ยมชมเว็บไซต์ต้องการอ่านเนื้อหาที่ตนเองสนใจ และเนื้อหาที่ช่วยเอื้อต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ จึงควรใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายเพื่อให้เข้าถึงได้ ผู้เยี่ยมชมได้มากขึ้น

2) การใส่คีย์เวิร์ดสำคัญในคำแรกของชื่อเรื่อง จะช่วยให้การค้นหาของบอตได้มากกว่าการใส่คีย์เวิร์ดไว้ตรงกลาง หรือตอนท้ายชื่อเรื่อง

3) ใส่ Link เว็บไซต์ชื่อดังลงในเนื้อหา ได้แก่ บทความ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์หรือบริการ ซึ่งเปรียบเสมือนการเพิ่มช่องทางให้บอตเจอเว็บไซต์ได้ง่ายขึ้น

4) การเพิ่มคีย์เวิร์ดหลักใน 100 คำแรกของบทความ ทำให้บอตค้นหาเว็บไซต์ได้ง่ายขึ้น

5) การจัดการความเร็วอินเทอร์เน็ตมีผลต่อจำนวน Traffic หรือจำนวนผู้เยี่ยมชมเว็บไซต์เป็นอย่างมาก

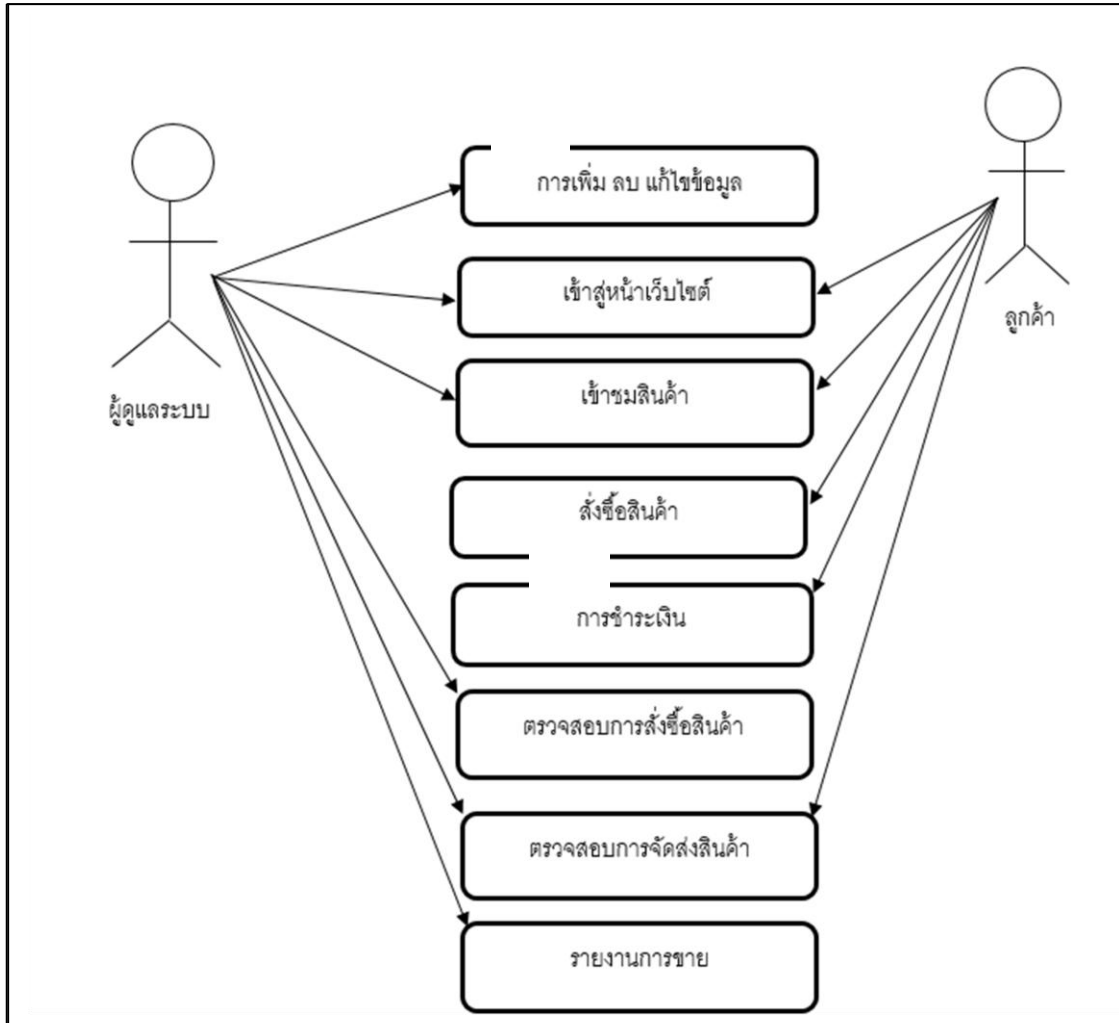
6) ติดตั้งปุ่ม Social Media บนหน้าเว็บไซต์ ได้แก่ facebook, Twitter, Pinterest และ Instagram เป็นต้น ช่วยให้เกิดการแชร์ข้อมูลสู่เว็บไซต์เครือข่ายสังคมกว่า 70%

7) จัดทำแผนผังเว็บไซต์ (Site Map) จะช่วยให้บอตสามารถเก็บข้อมูลในแต่ละเพจได้อย่างรวดเร็ว ในกรณีที่มีสินค้าจำนวนมากควรมีการจัดหมวดหมู่ให้ชัดเจน เพื่อความสะดวกในการจัดการเว็บไซต์ และผู้เยี่ยมชมสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ง่ายขึ้น

8) Submission เว็บไซต์ เป็นขั้นตอนการทำให้บอตค้นหาเว็บไซต์ได้เร็วขึ้น มีหลายเว็บไซต์ที่ให้บริการ Submission เว็บไซต์ ได้แก่ Google Webmasters, Bing.com เป็นต้น

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ศึกษาความต้องการในการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
2. ออกแบบและพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านควนน้ำใสเป็นระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านควนน้ำใส มีการกำหนดบทบาท



ภาพประกอบที่ 1 แสดง Use Case Diagram ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านควนน้ำใส

ผู้ใช้งาน ออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

- 1) ลูกค้า สามารถเข้าชมข้อมูลสินค้าหน้าเว็บไซต์ สั่งซื้อสินค้า ชำระเงิน ตรวจสอบสถานะการณสั่งซื้อ และตรวจสอบสถานะการจัดส่งได้
- 2) ผู้ดูแลระบบ สามารถเพิ่ม ลบ แก้ไข ข้อมูลเว็บไซต์ ข้อมูลสินค้า ตรวจสอบการสั่งซื้อ ตรวจสอบการจัดส่ง และดูรายงานการขายได้



ผลการวิจัย

จากการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับสหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านควนน้ำใส ซึ่งประกอบด้วย หน้าแรกของระบบ ข้อมูลร้านค้า ข้อมูลสินค้า วิธีการสั่งซื้อและชำระเงิน แจ้งการชำระเงิน และติดต่อเรา มีรายละเอียด ดังนี้

1. หน้าหลักของเว็บไซต์ www.kwsatun.com แสดงข้อมูลทั่วไปและ Facebook Page

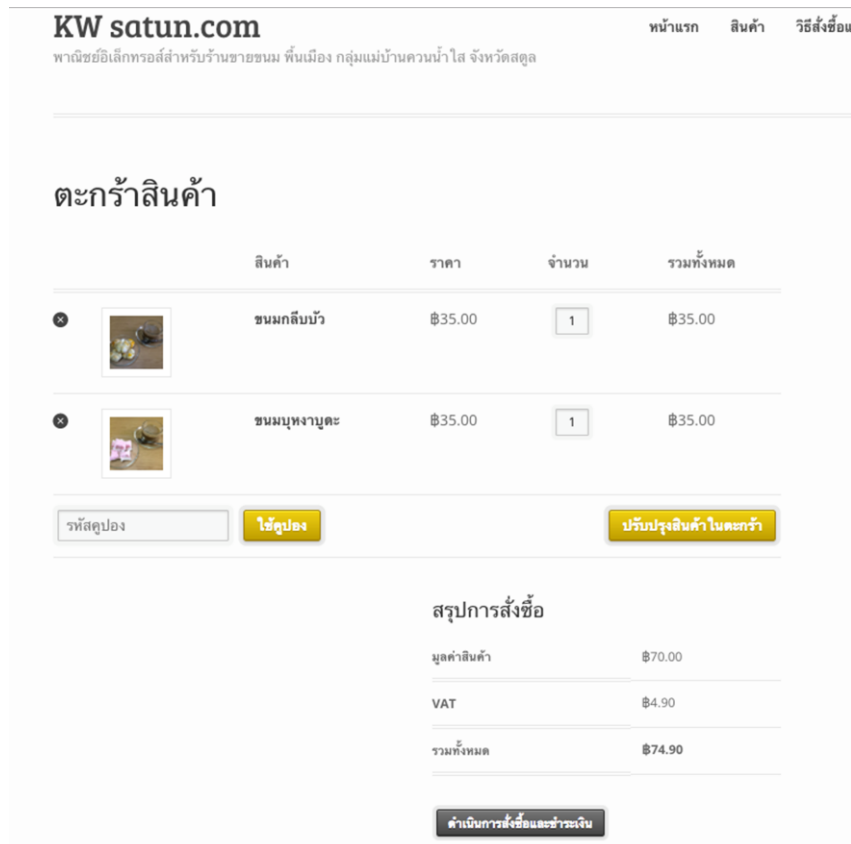


ภาพประกอบที่ 3 แสดงหน้าแรกของเว็บไซต์

2. การสั่งซื้อสินค้า ระบบมีการแสดงข้อมูล ชื่อสินค้าและราคา สามารถเลือกแสดงรายการ เรียงลำดับตามความนิยม เรียงลำดับสินค้าใหม่ เรียงลำดับจากราคาต่ำไปสูง และเรียงลำดับจากราคาสูงไปต่ำ ลูกค้าสามารถเลือกผลิตภัณฑ์และหยิบใส่ตะกร้าเพื่อทำการสั่งซื้อ และเขียนบทวิจารณ์สินค้าชนิดนั้นๆ ได้

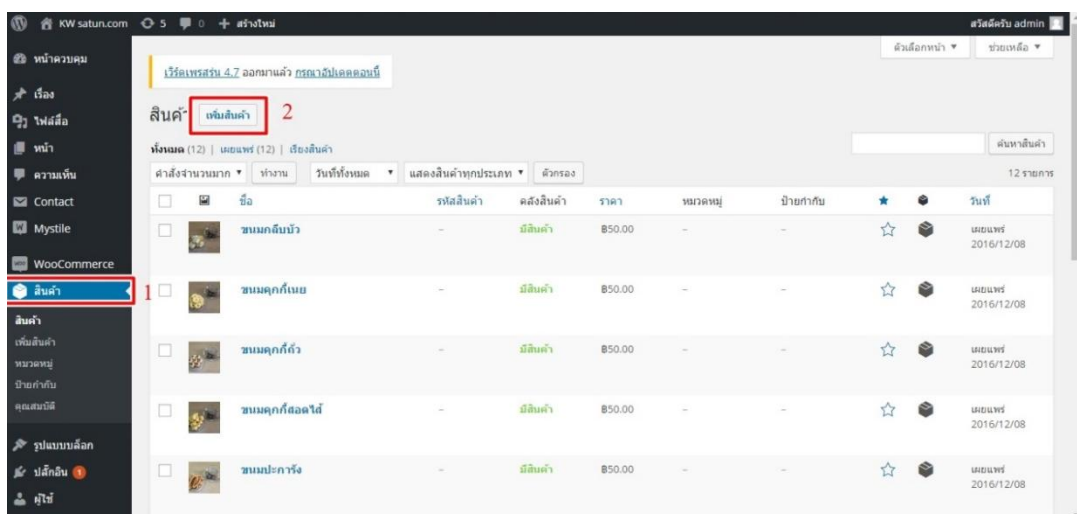


ภาพประกอบที่ 4 แสดงข้อมูลสินค้า



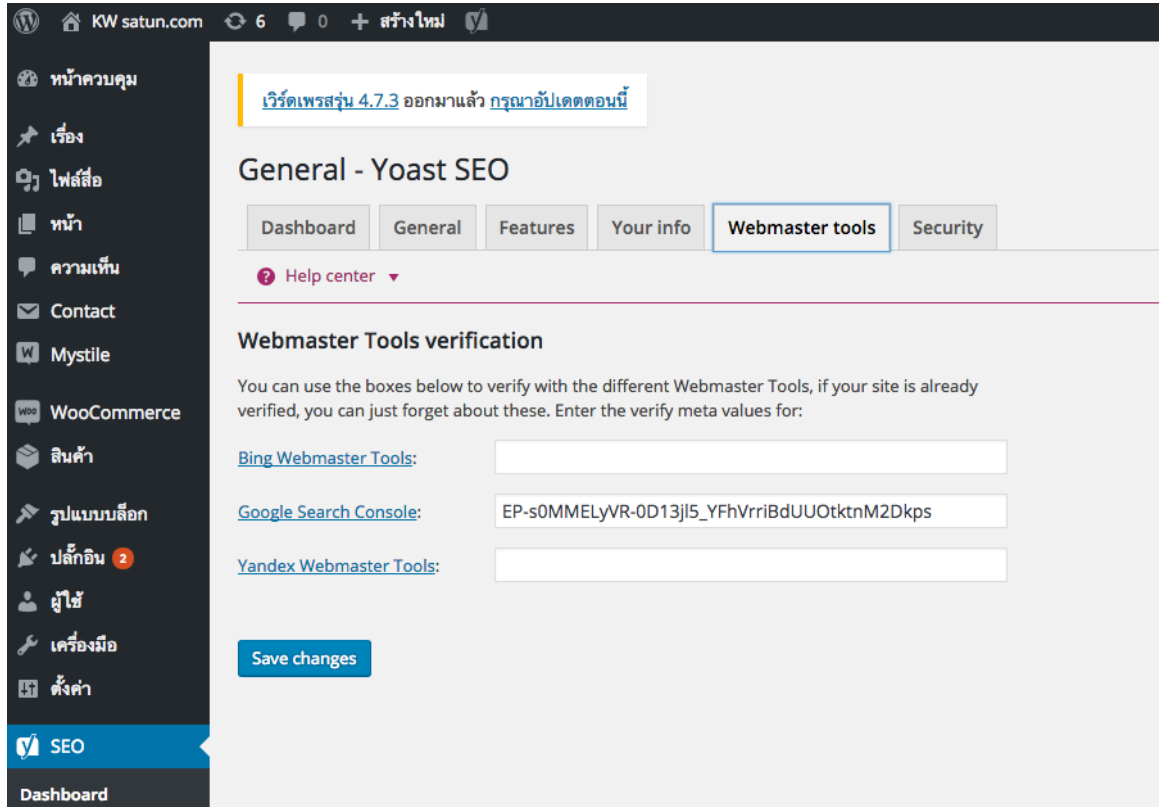
ภาพประกอบที่ 5 แสดงการสั่งซื้อสินค้า

3. การจัดการในส่วนผู้ดูแลระบบ สามารถจัดการข้อมูลเว็บไซต์และข้อมูลสินค้ารวมถึงรายงานต่าง ๆ ได้



ภาพประกอบที่ 6 แสดงการจัดการข้อมูลในส่วนผู้ดูแลระบบ

4. การจัดการ Search Engine Optimization (SEO) ด้วยโปรแกรมเสริม Yoast SEO ร่วมกับ Google Webmaster Tool



ภาพประกอบที่ 7 แสดงการตั้งค่า Webmaster Tools

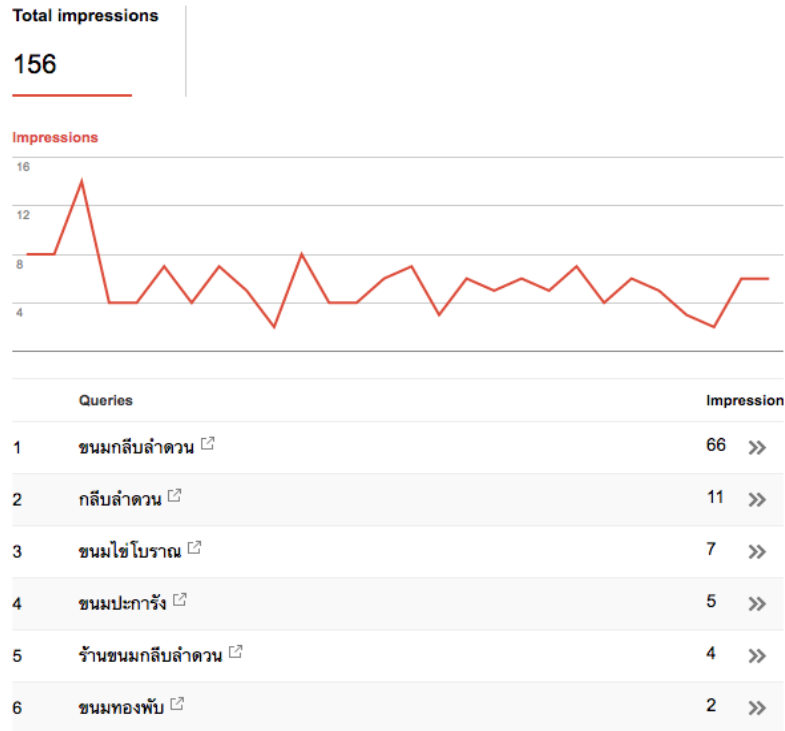
สรุปและอภิปรายผล

การพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สหกิจศึกษาหจกชุมชนกลุ่มแม่บ้านควนน้ำใส จังหวัดสตูล โดย การประยุกต์ใช้ WordPress ในการพัฒนาระบบรวมกับการจัดทำ SEO ด้วย Google Webmaster และ โปรแกรมเสริม Social Media ช่วยเพิ่มช่องทางในการจัดจำหน่ายสินค้าในรูปแบบออนไลน์ และสามารถ เพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านควนน้ำใสได้ ผลการประเมิน ความพึงพอใจการใช้งานระบบจากสมาชิกในกลุ่ม จำนวน 19 คน มีผลการประเมินโดยรวมอยู่ในระดับดี ค่าเฉลี่ย 4.17 โดยแบ่งการประเมินออกเป็น 3 ด้าน ดังนี้

- 1) ระดับความพึงพอใจด้านการออกแบบการใช้งานระบบ อยู่ในระดับมาก
- 2) ระดับความพึงพอใจด้านการใช้งานระบบ อยู่ในระดับมาก
- 3) ประสิทธิภาพของระบบ อยู่ในระดับมาก



ผลจากการจัดทำ SEO ด้วย Google Webmaster Tool พบว่า ผลิตภัณฑ์ที่มีจำนวนครั้งจากการค้นหา / เปิดหน้าค้นหา ผ่าน Google ใน 3 อันดับแรก ได้แก่ 1) ขนมกลีบลำดวน 2) ขนมไขโบราณ และ 3) ขนมปะการัง



ภาพประกอบที่ 8 แสดงผลรวม Impressions จากการค้นหาผ่าน Google search

เอกสารอ้างอิง

กรมสรรพากร. (10 พฤศจิกายน 2559). *กิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์*. สืบค้นจาก <http://www.rd.go.th/publish/53537.0.html>

จตุภูมิ จวนชัยภูมิ. (2555). *การปรับแต่งเว็บไซต์เพื่อรองรับการจัดอันดับมหาวิทยาลัยโลก: กรณีศึกษาเว็บไซต์คณะวิทยาการสารสนเทศ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*. สืบค้นจาก http://www.journal.msu.ac.th/upload/articles/article756_44681.pdf

ณัฐพล ไยไพโรจน์. (2558). *Digital Marketing: Concept & Case Study*. นนทบุรี: โรงพิมพ์ไอดีซี พรีเมียร์ จำกัด.

จงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร และคณะ. (2556). *แนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในเขตลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา.มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์*.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2546). *การบริหารการค้าปลีก*. กรุงเทพฯ : บริษัท ธรรมสาร จำกัด.

อดิศักดิ์ จันทร์มิน. (2548). *การเขียนโปรแกรมบนอินเทอร์เน็ต*. มหาสารคาม: โรงพิมพ์มหาสารคาม.

เอกชัย วงษ์ศิริ. *Wordpress สร้างหน้าร้านออนไลน์*. กรุงเทพฯ: ชัคเชส มีเดีย.