

ความพึงพอใจการใช้ต้นแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์หนึ่งตะลุง จังหวัดพัทลุง
The Satisfaction Using of Electronic Commerce Prototype for Nungtalung,
Phattalung Province.

พาฝัน รัตนะ¹, ธนู แก้วรุ่ง², นันทวัฒน์ แก้วสาคร², ศุภาวรรณ แสงเขียว² และธรรานันท์ ตั้งรุจิกุล^{1*}
Phafan Rattana¹, Thanu Kaewrung², Nantawat Kaewsakon², Supawan Sangkhew² and
Thanan Tangrujikul^{1*}

¹ อาจารย์, สาขาวิชาระบบสารสนเทศทางธุรกิจ, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยหาดใหญ่

¹ Lectuer, Department of Business Information System, Hatyai Business School, Hatyai University.

² นักศึกษาาระดับปริญญาตรี, สาขาวิชาระบบสารสนเทศทางธุรกิจ, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยหาดใหญ่

² Bachelor student, Business Information System, Hatyai Business School, Hatyai University.

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

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจการใช้ต้นแบบระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์หนึ่งตะลุง จังหวัดพัทลุง กลุ่มตัวอย่างใช้วิธีเลือกแบบเจาะจง ได้แก่ กลุ่มผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ จำนวน 5 คน และบุคคลทั่วไป จำนวน 45 คน รวม 50 คน เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลใช้วิธีทางสถิติ สถิติที่ใช้ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า 1) ต้นแบบระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ มีระบบการใช้งานแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ ระบบหน้าร้านสำหรับกลุ่มลูกค้า และระบบหลังร้านสำหรับกลุ่มผู้จำหน่าย 2) ความพึงพอใจของผู้ใช้งานต้นแบบระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์หนึ่งตะลุง จังหวัดพัทลุง พบว่า ผู้ใช้งานต้นแบบระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านเนื้อหาอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 และด้านการออกแบบและการจัดรูปแบบเว็บไซต์อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 โดยต้นแบบระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สามารถใช้งานได้จริงและเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าได้ตรงตามความต้องการ

คำสำคัญ: ความพึงพอใจ, ต้นแบบ, พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

Abstract

The purpose of this research was to study the satisfaction using of electronic commerce prototype for nungtalung, phattalung province. The sample group used the specific selection method, consisting of a group of 5 executives and officers and 45 people, a total of 50 people. The data were collected by using questionnaires. The data analysis using statistical methods. The statistics used are Frequency distribution, percentage, mean, standard deviation. The research results: The prototype of electronic commerce system there are usage systems divided into 2 parts, namely the storefront system for customer groups and the back system for the supplier group. The satisfaction of users of electronic commerce prototype systems for nungtalung, phattalung province found that. The users of the prototype of the electronic commerce system had satisfaction in overall is at a high level, with an average value of 4.04. When considering in each aspect, it is found that the content is at a high level, with an average value of 4.05 and the website design and formatting is at a high level, with an average of 4.03. The prototype of the electronic commerce system can be used practically and increase distribution channels to meet the needs.

Keywords: Satisfaction, Prototype, Electronic Commerce

บทนำ

ด้วยความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีในปัจจุบันส่งผลให้รูปแบบการขายซื้อสินค้าและบริการรวมทั้งพฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป จากวิถีชีวิตที่เร่งรีบขึ้นความสะดวกสบายในการซื้อสินค้าที่เพิ่มขึ้น ด้วยช่องทางการจำหน่ายที่หลากหลายรวมทั้งประเด็นเรื่องระดับราคาสินค้าและบริการที่มีแนวโน้มลดต่ำลงจากการแข่งขันที่รุนแรงขึ้นของภาคธุรกิจ จึงทำให้ช่องทางออนไลน์สามารถตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี โดยจะเห็นได้จากยอดขายสินค้าในตลาด e-commerce ของประเทศไทยที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง ดังภาพที่ 1 นอกจากนี้ยังพบว่าชนิดสินค้าที่ขายผ่านช่องทางออนไลน์ส่วนมีความหลากหลายมากขึ้นเมื่อเทียบกับในอดีตและกระจายอยู่ในเกือบทุกประเภทสินค้า ย่อมปฏิเสธไม่ได้ว่าในอนาคตเราอาจจะได้เห็นความหลากหลายมากยิ่งขึ้น และทุกประเภทสินค้านี้มีโอกาสที่จะปรับไปสู่การขายในตลาดออนไลน์เพิ่มมากขึ้น จากผลการสำรวจมูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศเติบโตอย่างต่อเนื่องระหว่าง 8 - 10% ต่อปี โดย ETDA ได้จัดเก็บสถิติมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2557 และเมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา พบว่าจากจำนวนเพียง 9.3 ล้านคน ในปี พ.ศ. 2551 ปัจจุบันมีคนใช้มากถึง 45 ล้านคน (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน))

มูลค่า e-Commerce

ในประเทศไทย ปี 2560 และคาดการณ์ปี 2561

etda DQ ETDA

อัตราการเติบโต

มูลค่า e-Commerce ปี 2560

2,762,503.22

ล้านบาท

มูลค่า e-Commerce ปี 2561

3,150,232.96

ล้านบาท

14.04%

รวม
B2B + B2C + B2G



CC BY

Source: Value of e-Commerce Survey 2561, ETDA

ภาพที่ 1 มูลค่าตลาด e-commerce ในประเทศไทย

ที่มา : www.etda.or.th

พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) เป็นแนวทางในการทำธุรกิจรูปแบบใหม่ การจำหน่ายสินค้ารูปแบบใหม่ที่ใช้ระบบอินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือสื่อสารในการเป็นช่องทางการจำหน่ายสินค้าที่สามารถกระจายข้อมูลสินค้าได้ทั่วโลก ผู้ใช้ระบบอินเทอร์เน็ตสามารถติดต่อซื้อขายกันได้ตลอด 24 ชั่วโมง ลดค่าใช้จ่ายและต้นทุนในการบริหารจัดการได้อย่างมาก เป็นช่องทางที่สามารถเข้าถึงลูกค้าได้โดยตรง รวดเร็ว ไร้ขีดจำกัดของเรื่องเวลาและสถานที่ ทำให้ผู้ประกอบการต้องปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงนี้ ผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ที่เป็นสินค้าเกี่ยวกับวัฒนธรรมท้องถิ่น อาจได้รับผลกระทบจากคู่แข่งทำให้ผู้ประกอบการต้องปรับตัวเพื่อประคองธุรกิจให้อยู่รอดท่ามกลางการแข่งขันที่รุนแรง (โอภาส เอี่ยมสิริวงศ์, 2556) ศูนย์ศิลปหัตถกรรมบางแก้ว จังหวัดพัทลุง ตั้งอยู่ที่ 329 ม.6 ต.ท่ามะเดื่อ อ.บางแก้ว จ.พัทลุง เป็นศูนย์จำหน่ายสินค้าของฝากพวงกุญแจและรูปตัวหนังตะลุง แต่ด้วยความที่เป็นจังหวัดที่เล็กและสถานที่ท่องเที่ยวอยู่รอบนอกตัวเมือง จึงทำให้ไม่สามารถจำหน่ายผลิตภัณฑ์ได้เท่าที่ควร และไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวได้ ทางผู้วิจัยจึงเห็นว่าการมีเว็บไซต์เพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์จะเป็นการเพิ่มช่องทางการติดต่อซื้อขายสินค้าให้สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้และลดปัญหาเรื่องสถานที่จำหน่ายสินค้าได้เป็นอย่างมาก และยังเป็นการเพิ่มความสะดวกสบายให้กับผู้บริโภคด้วย เพราะผู้บริโภคไม่จำเป็นต้องมาดูและเลือกซื้อสินค้าถึงหน้าร้านที่จัดจำหน่ายด้วยตนเอง ยังสามารถทำให้ซื้อขายสินค้าได้ตลอด 24 ชม

เว็บไซต์ www.nangtalungs.com เป็นเว็บไซต์ต้นแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของศูนย์ศิลปหัตถกรรมบางแก้ว เพื่อจำหน่ายสินค้าของฝากพวงกุญแจและรูปตัวหนังตะลุง เป็นการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าให้มีโอกาสทางการตลาดที่มากขึ้นและช่วยในเรื่องประชาสัมพันธ์สินค้า ช่วยลดต้นทุนการบริหารงานและเพิ่มความทันสมัยทำให้สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้มากขึ้น โดยไม่จำเป็นต้องเปิดหน้าร้านจริงหรือรอขายตามงานแสดงสินค้า ซึ่งถ้าหากเว็บไซต์นี้สามารถสร้างความพึงพอใจได้หรือเป็นที่สนใจของลูกค้าจะทำให้เกิดการซื้อสินค้าอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะส่งผลให้เกิดการเข้ามาใช้งานเว็บไซต์มากขึ้น อันจะนำไปสู่ความพึงพอใจการใช้งานเว็บไซต์ www.nangtalungs.com ซึ่งเป็นต้นแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ได้พัฒนาขึ้นเพื่อนำผลไปใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาให้เป็นเว็บไซต์มาตรฐานต่อไป



วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาความพึงพอใจการใช้ต้นแบบระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์หนึ่งตระกูล จังหวัดพัทลุง

แนวคิด ทฤษฎี

ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

อรรถพร คำคม (2546). กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ทศนคติ หรือระดับความพึงพอใจของบุคคลต่อกิจกรรมต่างๆ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงประสิทธิภาพของกิจกรรมนั้น ๆ โดยเกิดจากพื้นฐานของการรับรู้ค่านิยมและประสบการณ์ที่แต่ละบุคคลได้รับระดับของความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อกิจกรรมนั้น ๆ สามารถตอบสนองความต้องการแก่บุคคลนั้นได้

สายจิตร์ สิงหเสนี. (2546). กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งเป็นไปได้ทั้งทางบวกและทางลบ แต่ถ้าเมื่อใดที่สิ่งนั้นสามารถตอบสนองความต้องการหรือทำให้บรรลุจุดมุ่งหมายได้ก็จะเกิดความรู้สึกทางบวกแต่ในทางตรงกันข้าม ถ้าสิ่งใดสร้างความรู้สึกผิดหวังไม่บรรลุจุดมุ่งหมายก็จะทำให้เกิดความรู้สึกทางลบเป็นความรู้สึกไม่พึงพอใจ

จากความหมายดังกล่าวสรุปได้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึงความรู้สึกที่ดีความประทับใจหรือการมีเจตคติที่ดีต่อการกระทำของบุคคลหรือการทำงานนั้น ๆ อย่างไรก็ตามหากได้มีการค้นพบหรือวัดความต้องการของมนุษย์ได้อย่างถูกต้องแล้ว องค์การก็จะสามารถที่จะปรับปรุงให้ตรงกับความต้องการของบุคคลได้ซึ่งจะช่วยให้องค์การปรับปรุงผลงาน และทำงานให้สำเร็จลงได้

ทฤษฎีเกี่ยวกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง การใช้อินเทอร์เน็ตและเว็บเพื่อทำธุรกรรมทางการค้าหรืออาจกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า เป็นการนำเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อทำธุรกรรมทางการค้าระหว่างองค์กรและบุคคลทั่วไป (ทวีศักดิ์ กาญจนสุวรรณ, 2552) โดยแบ่งนัยสำคัญออกเป็น 5 ประเด็น คือ

- 1) กระบวนการธุรกิจ (Business Process) หมายถึง การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นการทำธุรกิจแบบอิเล็กทรอนิกส์ โดยใช้เครือข่ายอิเล็กทรอนิกส์แทนที่การดำเนินการในรูปแบบเดิม
- 2) บริการ (Service) หมายถึง การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นเครื่องมือที่ช่วยองค์กร บริษัท และ ผู้บริโภค ลดปัญหาต้นทุนด้านงานบริการ ตลอดจนเพิ่มประสิทธิภาพของการบริการให้รวดเร็วขึ้น เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับบริการโดยตรงถึงบ้าน
- 3) การเรียนรู้ (Learning) หมายถึง การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ทำให้เกิดองค์กรแห่งการเรียนรู้ผ่านระบบออนไลน์จากหน่วยงานต่าง ๆ เช่น โรงเรียน มหาวิทยาลัย บริษัทและสถาบันอื่นๆ เป็นต้น
- 4) การประสานความร่วมมือ (Collaboration) หมายถึง การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ทำให้เกิดการทำงานร่วมกันระหว่างบุคลากรทั้งภายในและภายนอกองค์กร
- 5) ชุมชน (Community) หมายถึง การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ทำให้เกิดชุมชนใหม่ ซึ่งเป็นสถานที่สำหรับพบปะ และเปลี่ยนความรู้ ข่าวสาร ตลอดจนทำการค้า

ทฤษฎีเกี่ยวกับการตลาดออนไลน์

ณัฐพล ไยไพโรจน์ (2558) ได้กล่าวว่า การตลาดออนไลน์ (Online marketing) หมายถึง การทำการตลาดทางอินเทอร์เน็ต เพื่อขายสินค้า โฆษณาประชาสัมพันธ์ สร้างการเรียนรู้ สร้างการรับรู้ และบริการให้ถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายรับทราบและเข้าใจ เพื่อสามารถสั่งซื้อสินค้าผ่านอุปกรณ์ต่าง ๆ เช่น โฆษณามีเดีย อีเมล เว็บไซต์ เป็นต้น



ภารัฐชนรัตน์ ภูวิจิตร (2558) ได้กล่าวว่า การตลาดออนไลน์ (Online marketing) หมายถึงการนำสินค้ามาขายผ่านอินเทอร์เน็ต โดยมีเว็บไซต์ร้านค้าเป็นของตนเองหรือเปิดร้านขายผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย เช่น เฟสบุ๊ก (Facebook), อินสตาแกรม (Instagram) ซึ่งลูกค้าจะเห็นสินค้าจากรูปภาพ และรายละเอียดผ่านหน้าเว็บไซต์สามารถซื้อโดยการโอนเงินให้ทางร้านค้าและรอของมาส่งที่หน้าบ้าน โดยไม่ต้องออกไปซื้อสินค้าเอง

กลยุทธ์ 4Cs สำหรับส่งเสริมการตลาดออนไลน์

ในการทำการตลาดออนไลน์สำหรับยุคดิจิทัลนั้นให้ความสำคัญกับผู้บริโภค เพราะการตลาดในยุคดิจิทัล ผู้บริโภคสามารถเป็นได้ทั้งผู้รับสาร ผู้ส่งสาร และผู้สร้างสาร ดังนั้นทฤษฎี 4Cs เป็นกลยุทธ์สำคัญในการทำการตลาดออนไลน์ (ณัฐพล ไยไพโรจน์, 2558) ประกอบด้วย

1) Consumer ต้องคำนึงถึงต้นทุนที่ผู้บริโภคต้องจ่ายเพื่อให้ได้สินค้าโดยแนวคิดนี้เป็นการตั้งราคาเพื่อให้ทั้งผู้ขายและผู้บริโภคอยู่รอดได้ การกำหนดราคาต้องคำนึงถึงต้นทุนของผู้บริโภคที่ต้องจ่ายทั้งหมด รวมถึงค่ารถ ค่าเดินทาง และค่าเสียเวลาด้วย ซึ่งลูกค้าออนไลน์ คือ กลุ่มที่เลือก สินค้าที่ตอบสนองต่อความต้องการ (Need) ด้วยการใช่วิธีค้นหาด้วยเว็บบไซต์ เสิร์ชเอ็นจินต่าง ๆ เช่น Google, Yahoo เป็นต้น

2) Cost ราคาต้องเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า สำหรับการทำการตลาดออนไลน์นั้น สามารถช่วยลดต้นทุนในด้านต่าง ๆ เช่น ค่าเช่าร้านเนื่องจากไม่จำเป็นต้องมีหน้าร้าน ค่าน้ำ ค่าไฟ รวมถึง ค่าจ้างพนักงานขาย ดังนั้นจึงควรตั้งราคาที่ไม่สูงเกินไป ซึ่งจะส่งผลต่อความดึงดูดให้ซื้อสินค้า

3) Convenience สถานที่จัดจำหน่าย หรือช่องทางการจัดจำหน่ายช่วยเพิ่มความสะดวกสบายให้แก่ลูกค้า โดยการให้บริการจัดส่งถึงที่หากกล่าวถึงช่องทางการจัดจำหน่ายสำหรับ การตลาดแบบออฟไลน์ หมายถึง การมีร้านหลายสาขา แต่เป็นช่องทางการจัดจำหน่ายในโลกออนไลน์สามารถมีหลายช่องทาง เช่น โซเชียลเน็ตเวิร์ค เว็บบไซต์ การส่งอีเมล ซึ่งเป็นการสร้างโอกาสในการขายหรือขยายธุรกิจให้เพิ่มขึ้น

4) Communication ช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย เน้นสร้างความไว้วางใจความเป็นกันเองและความจริงใจให้แก่ ผู้บริโภคมากกว่ามุ่งไปที่การขายอย่างเดียว

ทฤษฎีเกี่ยวกับเว็บบไซต์

การออกแบบโครงสร้างหน้าเว็บบไซต์ การออกแบบโครงสร้างหน้าเว็บบไซต์ สามารถจำแนกออกเป็น 3 รูปแบบใหญ่ ๆ ดังนี้ (อิศกร วงษ์คำชัย, 2558)

1) การออกแบบเว็บบไซต์ ที่เน้นการนำเสนอเนื้อหาเป็นหลัก การออกแบบลักษณะนี้จะใช้โครงสร้างของตารางเป็นหลัก เพื่อใส่ข้อความแบบหน้าสารบัญและมีรูปภาพขนาดเล็กประกอบ โดยให้ความสำคัญกับการนำเสนอเนื้อหามากกว่ารูปภาพ เช่น เว็บบไซต์สนุกดอทคอม

2) การออกแบบเว็บบไซต์ที่เน้นภาพกราฟิกเป็นหลัก เว็บบไซต์ลักษณะนี้จะไม่เน้นข้อความที่แสดงภายในเว็บบไซต์ โดยจะเน้นที่การแสดงออกทางกราฟิกและสามารถสร้างการเชื่อมโยงภาพจากกราฟิกไปยังเว็บบเพจอื่น ๆ เช่น เว็บบไซต์ยานยนต์ที่ต้องการสื่อสารด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม

3) การออกแบบเว็บบไซต์ที่มีทั้งภาพและเนื้อหา เว็บบไซต์ลักษณะนี้จะให้ความสำคัญและมีการผสมผสานกันระหว่างรูปภาพที่สวยงามและเนื้อหาที่เหมาะสม โดยมีการใช้กราฟิกเพื่อทำรูปภาพให้เกิดสวยงาม เป็นต้น

ส่วนประกอบในหน้าเว็บบเพจ สามารถจำแนกออกเป็น 4 ส่วนหลักดังต่อไปนี้ (อิศกร วงษ์คำชัย, 2558)



1) ส่วนหัวของเว็บเพจ (Page Header) ใช้สื่อแสดงชื่อของเว็บไซต์ หัวข้อเว็บเพจย่อ ย่อ ตราสัญลักษณ์ รายการเลือก และรายการเชื่อมโยงข้อมูลภายในเว็บไซต์ ถือว่ามีส่วนความสำคัญมากที่สุดเนื่องจากผู้ชม จะมองเห็นก่อนบริเวณอื่น

2) ส่วนของเนื้อหา (Page Body) อยู่ตรงกลางหน้าเว็บเพจ ใช้แสดงเนื้อหาภายในเว็บเพจนั้น ซึ่งประกอบไปด้วยรูปภาพ ข้อความ ภาพกราฟิก ตารางข้อมูล และอื่น ๆ

3) ส่วนท้าย (Page Footer) อยู่ด้านล่างสุดของหน้าเว็บเพจ ส่วนนิยามวางระบบนำทาง ภายในของเว็บเพจ โดยเป็นลิงค์ข้อความง่าย ๆ ข้อความแสดงลิขสิทธิ์และอีเมลแอดเดรสของผู้ดูแลเว็บไซต์

4) ส่วนคอลัมน์การเชื่อมโยง (Page Sidebar) เป็นส่วนเพิ่มที่สร้างขึ้นภายในเว็บไซต์เพื่ออำนวยความสะดวกให้ผู้เข้าชมเว็บไซต์ ในการเชื่อมโยงข้อมูลต่าง ๆ ที่สำคัญ เช่น การแนะนำสินค้าหรือบริการ ใหม่ ๆ

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรที่และกลุ่มตัวอย่างใช้ในการศึกษาคั้งนี้ ได้แก่ กลุ่มผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ศูนย์ ศิลปหัตถกรรมบางแก้ว จังหวัดพัทลุง และบุคคลทั่วไปที่ทดลองใช้ต้นแบบระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ดังนี้ กลุ่มผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ จำนวน 5 คน และบุคคลทั่วไปที่ซื้อผลิตภัณฑ์จากของศูนย์ศิลปหัตถกรรมบางแก้ว จังหวัดพัทลุง 45 คน รวม 50 คน เก็บข้อมูลระหว่างวันที่ 1 กุมภาพันธ์ - 30 เมษายน 2562

2. เครื่องมือการวิจัย แบบประเมินความพึงพอใจการออกแบบเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

3. การดำเนินงาน

1) ศึกษากระบวนการทำธุรกิจของผลิตภัณฑ์ของศูนย์ศิลปหัตถกรรมบางแก้ว จังหวัดพัทลุง

2) วิเคราะห์และออกแบบต้นแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษา

ค้นคว้าและจากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ เพื่อออกแบบต้นแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

3) ศึกษาเทคโนโลยีในการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ โปรแกรม Lnwshop

4) ทำการสร้างและทดลองใช้งานต้นแบบระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

5) จัดโดเมนเนมระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

6) ประเมินผลการใช้งานต้นแบบระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

7) สรุปผลการดำเนินงานวิจัยและจัดทำรายงาน

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล เก็บข้อมูลจากแบบสอบถามความพึงพอใจการใช้ต้นแบบระบบพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์

5. การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์เชิงสถิติ สถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน



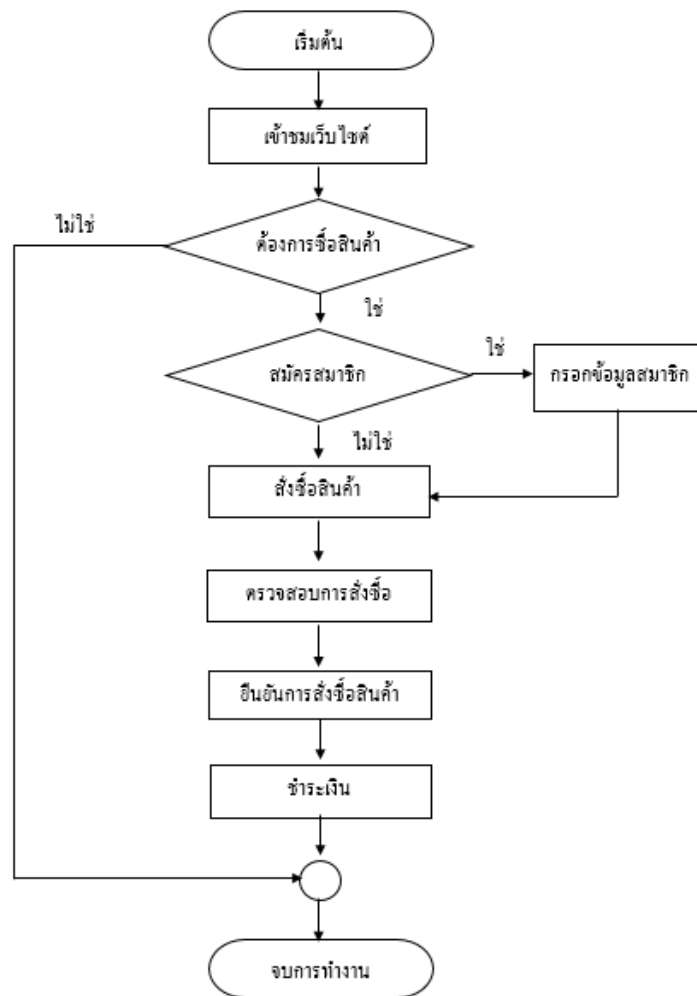
ผลการวิจัย

การพัฒนาต้นแบบระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์หนึ่งตระกูล จังหวัดพัทลุง จากการวิเคราะห์ถึง ความรู้ความสามารถของผู้ใช้งานในการดูแลเว็บไซต์หลังจากที่มีการส่งมอบระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ แล้วนั้นไม่มีความสามารถในเรื่องการเขียน Code หรือปรับแต่งเว็บไซต์ตั้งนั้นเพื่อการดูแลและสะดวกใน การปรับปรุงข้อมูลต่าง ๆ ผู้จัดทำจึงเลือกใช้ Software สำเร็จรูปเพื่อให้ผู้ดูแลระบบสามารถที่จะบริหาร จัดการได้ โดยใช้โปรแกรม Lnwshop ในการจัดทำระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพราะปรับแต่งได้ง่ายไม่ จำเป็นต้องเป็นโปรแกรมเมอร์ที่เรียนการเขียนเว็บไซต์ สามารถวางเนื้อหาและรูปภาพต่าง ๆ ได้ทันทีอย่าง ง่าย ๆ แก้ไขได้ตลอดเวลาและไม่ยุ่งยากเกินไป มีระบบ Admin ที่สามารถจัดการดูแลเว็บไซต์ สะดวกและ รวดเร็ว ประหยัดงบประมาณเพราะมีราคาและค่าใช้จ่ายถูกกว่าการเขียนเว็บไซต์ขึ้นเอง

ต้นแบบระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่พัฒนาขึ้นวิเคราะห์กระบวนการทำงานได้ตามภาพที่ 2 และ มีขอบเขตของระบบแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ระบบหน้าร้าน (Front-end) และระบบหลังร้าน (Back-end) มีรายละเอียดดังนี้

1. ระบบหน้าร้าน (Front-end) เป็นระบบที่แสดงรายละเอียดที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ภายใน ร้าน โดยในส่วนนี้จะเป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับลูกค้า ดังนี้

- (1) สามารถดูรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ได้
- (2) สามารถสมัครสมาชิกได้
- (3) สามารถสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ได้
- (4) สามารถตรวจสอบสถานะการสั่งซื้อได้



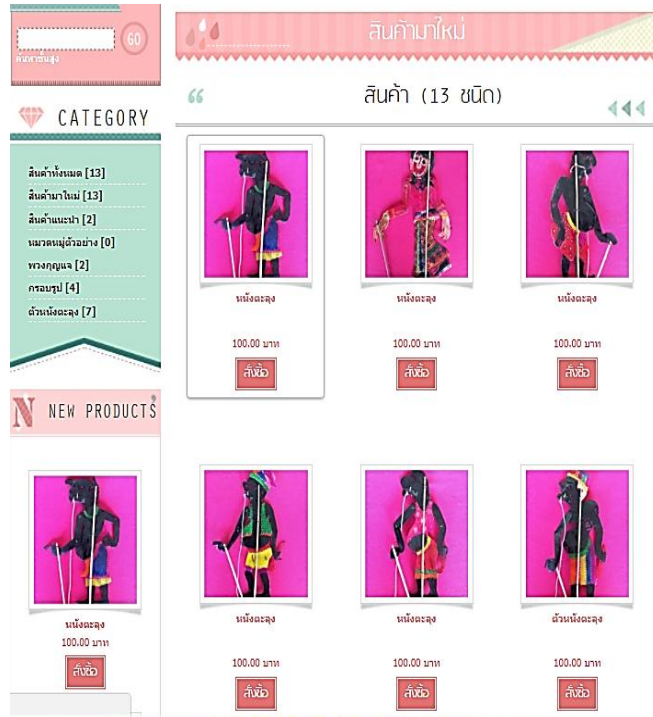
ภาพที่ 2 แสดงขั้นตอนการทำงานของระบบ (Flowchart)

- (5) สามารถแจ้งการชำระเงินผ่านระบบกลับไปยังผู้จำหน่าย
- (6) สามารถค้นหาสินค้าได้
- (7) ข้อมูลติดต่อร้านค้า

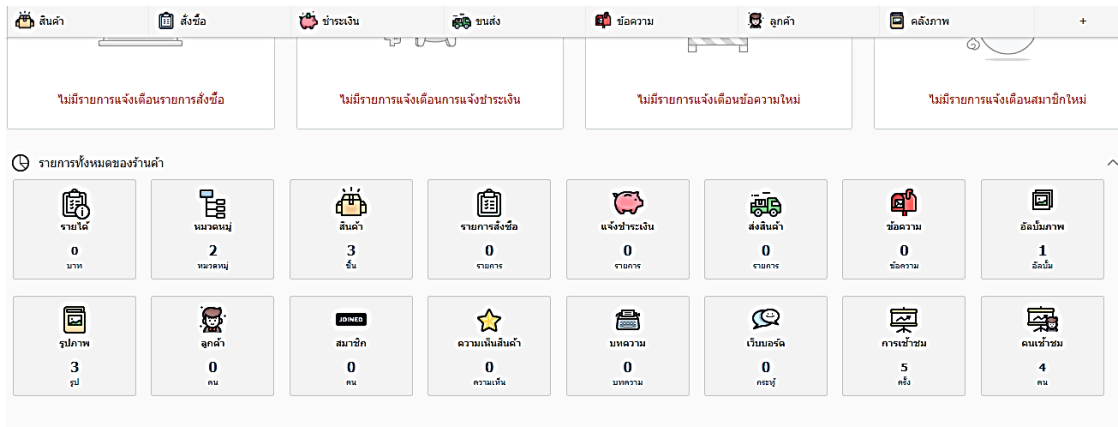
2. ระบบหลังร้าน (Back-end) เป็นส่วนของการจัดการข้อมูลต่าง ๆ ภายในระบบเป็นส่วนของผู้ดูแลระบบ มีคุณสมบัติดังนี้

- (1) สามารถดูรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ได้
- (2) สามารถตรวจสอบข้อมูลการสมัครสมาชิกได้
- (3) สามารถจัดการรายละเอียดข้อมูลผลิตภัณฑ์ได้
- (4) สามารถตรวจสอบสถานะการสั่งซื้อของลูกค้าได้
- (5) สามารถดูรายงานสรุปการซื้อขายสินค้าได้

ผลการทดสอบระบบ หน้าร้าน (Front-end)
 เข้าหน้าเว็บไซต์ www.nangtalungs.com



ผลการทดสอบระบบ หลังร้าน (Back-end)



ภาพที่ 4 การจัดการข้อมูลหลังร้าน



จากการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้ต้นแบบระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์หนึ่งตระกูล จังหวัดพัทลุง ได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ทดลองใช้งานระบบ จำนวน 50 คน ได้แก่ กลุ่มผู้บริหาร ละเจ้าหน้าที่ จำนวน 5 คน และบุคคลทั่วไป 45 คน ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า เป็นเพศหญิง ร้อยละ 56.7 และเพศชาย ร้อยละ 43.3 อายุ 21-30 ปี ร้อยละ 43.3 และอายุ 31-40 ปี ร้อยละ 33.3 การศึกษาในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 66.7 และระดับปริญญาโท ร้อยละ 20 อาชีพพนักงานบริษัทร้อยละ 46.7 และนักศึกษาร้อยละ 23.3

ตารางที่ 1 ความพึงพอใจผู้ใช้งานต้นแบบระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์หนึ่งตระกูล จังหวัดพัทลุง

รายการดำเนินการ	\bar{x}	S.D.	ระดับการดำเนินการ
ด้านการออกแบบและการจัดรูปแบบเว็บไซต์			
1 ชื่อของเว็บไซต์สื่อความหมายได้ดี	4.05	0.53	มาก
2 เมนูการใช้งาน	4.02	0.52	มาก
3 การลงทะเบียน	4.01	0.54	มาก
4 การสั่งซื้อสินค้า	4.10	0.54	มาก
5 การเรียกดูสินค้า	4.05	0.55	มาก
6 การแจ้งชำระเงิน	4.02	0.57	มาก
7 การค้นหาสินค้า	4.09	0.55	มาก
8 ประเภทหมวดหมู่	3.91	0.51	มาก
9 กระดานกระทู้	4.02	0.55	มาก
10 ข้อมูลสินค้าถูกต้องและชัดเจน	4.11	0.63	มาก
11 ความง่ายต่อการใช้งานเว็บไซต์	4.00	0.51	มาก
รวมรายด้าน	4.03	0.54	มาก
ด้านเนื้อหา			
1 ความสวยงามของเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	4.07	0.58	มาก
2 ขนาดตัวอักษร และรูปแบบตัวอักษรมีความสวยงามและอ่านง่าย	4.03	0.53	มาก
3 ภาพประกอบสามารถสื่อความหมาย	4.04	0.60	มาก
รวมรายด้าน	4.05	0.57	มาก
รวมค่าเฉลี่ย	4.04	0.55	มาก

ความพึงพอใจของผู้ใช้งานต้นแบบระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.55 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านเนื้อหาอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.57 โดยความสวยงามของเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 4.07 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.58 รองลงมาภาพประกอบสามารถสื่อความหมาย มีค่าเฉลี่ย 4.04 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.60 และด้านการออกแบบและการจัดรูปแบบเว็บไซต์อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.54 โดยข้อมูลสินค้าถูกต้องและชัดเจนมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 4.11 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.63 รองลงมาการสั่งซื้อสินค้า มีค่าเฉลี่ย 4.10 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.54 การใช้งานต้นแบบระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สามารถใช้งานได้จริงและเพิ่มช่องทางในการจัดจำหน่ายสินค้าได้ตรงความต้องการ



สรุปและอภิปรายผล

ต้นแบบระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์หนึ่งตระกูล จังหวัดพัทลุง แบ่งการทำงานออกเป็น 2 ส่วน คือ 1) ระบบหน้าร้าน (Front-end (เป็นระบบที่แสดงรายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ภายในร้าน ลูกค้าสามารถดูรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ สมัครสมาชิก สั่งซื้อผลิตภัณฑ์ ตรวจสอบสถานะการสั่งซื้อและแจ้งการชำระเงินผ่านระบบกลับไปยังผู้จำหน่าย 2) ระบบหลังร้าน (Back-endเป็นส่วนของการจัดการข้อมูล (ต่าง ๆ ภายในระบบ ส่วนนี้จะเป็นส่วนผู้ดูแลระบบซึ่งสอดคล้องกับ โอบาส เอี่ยมสิริวงศ์) 2557(กล่าวหาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นการประกอบธุรกิจการค้าผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ ซึ่งหลักการของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คือการเข้าเยี่ยมชมคือการเข้าไปดูข้อมูลสินค้า การสมัครสมาชิก ระบบตะกร้าสินค้า ระบบชำระเงิน และการจัดส่งสินค้า ในปัจจุบันโดยมีระบบอินเทอร์เน็ตเป็นสื่อกลางในการเชื่อมโยงผู้ซื้อและผู้ขายให้สามารถค้าขายกันได้ ทำให้ประหยัดค่าใช้จ่ายและเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจและ ความพึงพอใจของผู้ใช้ต้นแบบระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านเนื้อหาอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 และด้านการออกแบบและการจัดรูปแบบเว็บไซต์อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 ซึ่งสอดคล้องกับจตุพร ศิลพรชัยและสุภาภรณ์ มงคลเสถียร) 2558แม่วาง .ได้ศึกษาการพัฒนาบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ร้านบ้านบนดอย อ (เชียงใหม่ ระบบที่พัฒนาขึ้นมีกระบวนการทำงานหลัก.จ5 ระบบ ดังนี้ ระบบจัดการสินค้า ระบบจัดการหมวดสินค้า ระบบจัดการเว็บไซต์ ระบบจัดการสมาชิก และระบบจัดการการสั่งซื้อ ผลการศึกษา พบว่า ผู้ใช้งานเว็บไซต์มีความพึงพอใจในด้านการออกแบบและจัดรูปแบบเว็บไซต์ในระดับมากที่สุด มีความพึงพอใจในด้านความสามารถในการทำงานในระดับมาก และมีความพึงพอใจในด้านเนื้อหาในระดับมาก สอดคล้องกับ เกศแก้ว ประดิษฐ์)2561พัฒนาช่องทางจัดจําหน่ายผลิตภัณฑ์ข้าวด้วยระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านบ่อขอ อำเภอดงตาล จังหวัดนครราชสีมา ผลประเมินประสิทธิภาพของระบบด้าน Functional Requirement Test อยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ย 4.12 ด้าน Functional Test อยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ย 4.23 ด้าน Usability Test อยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ย 4.42 และด้าน Security Test อยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ย 4.17 โดยภาพรวมประสิทธิภาพการทำงานของระบบสำหรับกลุ่มผู้ใช้มีความพึงพอใจอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ย 4.24

ข้อเสนอแนะในการวิจัย

- 1) ปัญหาและอุปสรรคของต้นแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ผู้จำหน่ายยังขาดความเข้าใจในเรื่องพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ทำให้เกิดความสับสนในการใช้งานและไม่มีคนดูแลในการพัฒนาต่อขยายระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ต่อไป
- 2) ควรเพิ่มการขายสินค้าประเภทอื่นๆ เพื่อเป็นการทดสอบตลาดและเพิ่มโอกาสในการขายสินค้า
- 3) เพิ่มเติมของข้อมูลที่เป็นภาษาอังกฤษ เพื่อเพิ่มช่องทางการจัดจําหน่ายสู่ลูกค้าชาวต่างชาติ

เอกสารอ้างอิง

เกศแก้ว ประดิษฐ์. (2561). การพัฒนาช่องทางจัดจําหน่ายผลิตภัณฑ์ข้าวด้วยระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านบ่อขอ อำเภอดงตาล จังหวัดนครราชสีมา. วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม, 6(2), 152-164.



- จตุพร ศิลพรชัยและสุภาภรณ์ มงคลเสถียร.(2558). *การพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ร้านค้าบนบดออย อ.แม่วาง จ. เชียงใหม่*. (รายงานวิจัย). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา.
- ณัฐพล ไยไพโรจน์. (2558). *Digital marketing: Concept & case study อัปเดต 2015*. นนทบุรี: ไอดีซี พรีเมียร์.
- ธัชกร วงษ์คำชัย. (2558). *ออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์ (ทฤษฎีและปฏิบัติ พร้อมกรณีศึกษา)*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ทวีศักดิ์ กาญจนสุวรรณ. (2552). *พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce)*. กรุงเทพฯ : เคทีพี คอมพ์แดนด์ คอนซัลท์.
- ภารัญชนรัตน์ ภูวิจิตร. (2558). *เปิดร้านออนไลน์ให้รวยด้วยเว็บ&โซเชียล*.กรุงเทพฯ: โปรวิชั่น.
- สายจิตร สิงหนะณี. (2546). *ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการครูศูนย์การศึกษาออกโรงเรียนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*. วิทยานิพนธ์ มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน). (2562). *E-Commerce ไทย*. สืบค้นจาก <https://www.etda.or.th/content/etda-เผย-อีคอมเมิร์ซ-ไทย-โตต่อเนื่อง-2561-3-2-ล้าน-ล้านบาท.html>. [18 มิถุนายน 2563].
- อรรถพร คำคม. (2546). *การให้บริการสินเชื่อของธนาคารอาคารสงเคราะห์ : ศึกษาจากความคิดเห็นของผู้ใช้บริการฝ่ายกิจการสาขากรุงเทพและปริมณฑล*. วิทยานิพนธ์ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐศาสตร์, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- โอภาส เอี่ยมสิริวงศ์. (2557). *วิทยาการคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ*. กรุงเทพฯ :ซีเอ็ดดูเคชั่น