



ความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อการจัดการผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น: กรณีศึกษากลุ่มผ้าทอนาหมื่นศรี จังหวัดตรัง

Satisfaction of Electronic Commerce System Users for Local Wisdom Product: A Case study of Nameunsri Cloth Weaving Group, Trang Province

ธานนท์ ตั้งรุจิกุล^{1*}, สุวรรณณี เรืองแสน², อัมพวรรณ สังข์พุก³ และพรรณชียา ภู่งศ์ประพันธ์⁴
Thanan Tangrujikul^{1*}, Suwannee Ruangsen², Ampawan Sungpuk³
and Punciya Phupongprapan⁴

¹ อาจารย์, สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหาดใหญ่

¹ Lecturer, Department of Business Computer, Hatyai Business School, Hatyai University

^{2,3,4} เจ้าหน้าที่เลขานุการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหาดใหญ่

^{2,3,4} Secretarial Officer, Hatyai Business School, Hatyai University

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

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อการจัดการผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น: กรณีศึกษากลุ่มผ้าทอนาหมื่นศรี จังหวัดตรัง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือผู้บริหารและสมาชิกของกลุ่มผ้าทอนาหมื่นศรีและผู้ใช้เว็บไซต์จำนวน 400 คน การเก็บรวบรวมข้อมูลใช้แบบสอบถามความพึงพอใจ สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูลคือ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อการจัดการผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น: กรณีศึกษากลุ่มผ้าทอนาหมื่นศรี จังหวัดตรัง ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ (x̄) 4.18 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) 0.57 เมื่อแยกเป็นรายด้าน การใช้งานเว็บไซต์ในส่วนต่าง ๆ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์พบว่าอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ (x̄) 4.20 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) 0.53 และด้านความสวยงามของเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ (x̄) 4.16 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) 0.60 และควรมีระบบการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมเว็บไซต์ และวิเคราะห์ความต้องการของผู้บริโภค เพื่อนำข้อมูลเหล่านั้นมาเพื่อวางแผนการตลาดต่อไป

คำสำคัญ: ความพึงพอใจ, พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์, ผ้าทอนาหมื่นศรี

Abstract

This study aimed to instigate user satisfaction of electronic commerce system for manage local wisdom product: A case study of nameunsri cloth weaving group, Trang Province. The questionnaires were used to collect the leaders and members of the group nameunsri form 400 users. Data were analyzed using percentage, means, and standard deviation.

The finding revealed that of the users' satisfactions towards the effectiveness of electronic commerce systems were average at a higher level. The average is (\bar{x}) 4.18 standard deviation (S.D.) 0.57. Considering each aspect. The use of websites in various fields, the satisfaction of users of e-commerce websites is at a high level. The average is (\bar{x}) 4.20 Standard Deviation (S.D.) 0.53. In addition the beauty of the e-commerce site is very high. Furthermore the average is (\bar{x}) 4.16 standard deviation (S.D.) 0.60 and there should be an additional analysis of visitor behavior and consumer behavior analysis needed for a better marketing plan.

Keywords: Satisfaction, Electronic Commerce, Nameunsri Cloth Weaving

บทนำ

ปัจจุบันเทคโนโลยีได้เป็นที่สนใจของคนทุกมุมโลกทุกสาขา เทคโนโลยีจึงเป็นที่แพร่หลายและถูกนำเทคโนโลยีมาใช้ในการทำงานและดำเนินชีวิตประจำวัน เช่น ด้านการศึกษา ด้านธุรกิจ ด้านวิทยาศาสตร์ ด้านการแพทย์ ด้านการทหาร ฯลฯ การนำคอมพิวเตอร์เข้ามาใช้งานในหน่วยงานต่าง ๆ ทำให้การทำงานในองค์กรหรือหน่วยงานมีการทำงานอย่างเป็นระบบ การนำคอมพิวเตอร์มาใช้งานในองค์กร สามารถพัฒนาการทำงานได้อย่างต่อเนื่องและสร้างความสำเร็จให้กับองค์กรได้

พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) เป็นแนวทางในการทำธุรกิจรูปแบบใหม่ การจำหน่ายสินค้ารูปแบบใหม่ที่ใช้ระบบอินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือสื่อสารในการเป็นช่องทางจำหน่ายสินค้าที่สามารถกระจายข้อมูลสินค้าได้ทั่วโลก ผู้ใช้ระบบอินเทอร์เน็ตสามารถติดต่อซื้อขายกันได้ตลอด 24 ชั่วโมง สามารถโฆษณาสินค้าและบริการออกไปได้ทั่วโลก ลดค่าใช้จ่ายและต้นทุนในการบริหารจัดการได้อย่างมาก เป็นช่องทางที่สามารถเข้าถึงลูกค้าได้โดยตรง เนื่องมาจากอัตราการเติบโตของการใช้อินเทอร์เน็ตและการเพิ่มขึ้นของเว็บไซต์ทางธุรกิจที่มีอย่างต่อเนื่อง ทำให้การประกอบธุรกิจโดยเฉพาะธุรกิจบนอินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางตลาดขนาดใหญ่ของโลกไร้พรมแดนที่สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายได้โดยตรงอย่างรวดเร็ว ไร้ขีดจำกัดของเรื่องเวลาและสถานที่ การแข่งขันทางการค้าเสรีและระหว่างประเทศที่ต้องแข่งขันและชิงความได้เปรียบกันที่ “ความเร็ว” ทั้งการนำเสนอสินค้าผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ มีความสำคัญอย่างยิ่งในสังคมเศรษฐกิจฐานความรู้ พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งของการประกอบธุรกิจในปัจจุบันและได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นเป็นลำดับ (ภาวูธ พงษ์วิทย์ภานู, 2550)

ความพึงพอใจที่มีต่อพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-satisfaction) เป็นผลจากการรับรู้ของความสะดวกในการซื้อสินค้า (Shopping Convenience) การเสนอข้อมูลและสินค้า (Merchandising) การออกแบบเว็บไซต์ (Site Design) และความน่าเชื่อถือในด้านความปลอดภัยทางการเงิน (Security of Financial) และข้อมูลข่าวสาร (Informativeness) (Szymanski, D.M and Hise, R.T. ,2000)

ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อการจัดการผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น: กรณีศึกษากลุ่มผ้าทอนาหมื่นศรี จังหวัดตรัง เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้งานที่มีต่อระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่และนำไปพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าทอนาหมื่นศรีให้เป็นวิสาหกิจชุมชนที่มีการนำเทคโนโลยีไปใช้เพื่อการบริหารจัดการในด้านการตลาดเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการจำหน่ายสินค้าของกลุ่มต่อไป



วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อการจัดการผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น: กรณีศึกษากลุ่มผ้าทอนาหมื่นศรี จังหวัดตรัง

คำถามการวิจัย

ความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อการจัดการผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น: กรณีศึกษากลุ่มผ้าทอนาหมื่นศรี จังหวัดตรัง อยู่ในระดับมาก

แนวคิด ทฤษฎี กรอบแนวคิด

ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

กิติมา ปรีดีติลล (2532) กล่าวว่า ความพึงพอใจหมายถึง ความรู้สึกที่ชอบหรือพอใจที่มีองค์ประกอบและสิ่งจูงใจในด้านต่าง ๆ และเขาได้รับการตอบสนองต่อความต้องการของเขาได้

มณี โพธิเสน (2543) ให้ความหมายของความพึงพอใจว่า เป็นความรู้สึกยินดีเจตคติ ที่ดีของบุคคลเมื่อได้รับการตอบสนองความต้องการของตนทำให้เกิดความรู้สึกดีในสิ่งนั้น ๆ

สมเดช มุงเมือง (2548) ได้กล่าวถึงลำดับขั้นของความต้องการของ Maslow ได้ แบ่งลำดับขั้นความต้องการหลายระดับ ซึ่งเรียงจากต่ำไปหาสูง ดังนี้

1. ความต้องการทางด้านกายภาพ (Physiological Needs) คือความต้องการพื้นฐานที่จำเป็นทั้งหมด เช่น อาหาร น้ำ และอื่น ๆ
2. ความต้องการความมั่นคงปลอดภัย (Safety Needs and Needs for Security) ได้แก่ ความปลอดภัย การปกป้อง และมีความมั่นคงในชีวิตและทรัพย์สิน
3. ความต้องการที่จะเป็นสมาชิกคนหนึ่งในสังคมที่ตนอาศัยหรือทำงานอยู่ (Social Needs) มีความรู้สึกเป็นเจ้าของ ต้องการมีความสัมพันธ์กับผู้อื่น
4. ความต้องการที่จะได้รับการยกย่องนับถือ (Esteem Needs) เป็นความต้องการมีเกียรติยศชื่อเสียง และต้องการได้รับการยอมรับในสายตาของผู้อื่น
5. ความต้องการสูงสุดคือ ความต้องการที่จะทำอะไรสำเร็จด้วยตัวเอง (Needs for Self Actualization) เป็นความปรารถนาที่จะประสบความสำเร็จด้วยตนเอง ด้วยความคิดสร้างสรรค์และใช้ความสามารถพิเศษของตนเองได้อย่างเต็มที่

จากความหมายดังกล่าวสรุปได้ว่าความพึงพอใจ หมายถึงความรู้สึกที่ดีความประทับใจหรือการมีเจตคติที่ดีต่อการกระทำของบุคคลหรือการทำงานนั้น ๆ อย่างไรก็ตาม หากได้มี การค้นพบ หรือวัดความต้องการของมนุษย์ได้อย่างถูกต้องแล้ว องค์การก็จะสามารถที่จะปรับปรุงให้ตรงกับความต้องการของบุคคลได้ซึ่งจะช่วยให้องค์การปรับปรุงผลงาน และทำงานให้สำเร็จลงได้

ความพึงพอใจ คือ ระดับของความรู้สึกส่วนบุคคลโดยเกิดจากประสบการณ์ที่ได้รับที่เติมเต็มต่อความคาดหวัง ความพึงพอใจคือการทำงานของระดับความสัมพันธ์ของความคาดหวังและการรับรู้ประสิทธิภาพ ความคาดหวังเป็นรูปแบบบนความคาดหวังในอดีตที่เหมือนกันหรือในสถานการณ์คล้ายๆ กัน การบอกกล่าวของเพื่อนและคนรู้จัก การบอกจากองค์กรที่จัดทำให้ (Kotler & Clarke, 1987)

ความพึงพอใจคือการตอบสนองลูกค้าด้วยการเติมเต็ม เป็นการตัดสินใจเด่นของสินค้าหรือบริการหรือตัวสินค้าหรือบริการนั่นเอง (Oliver, 1997)



ความพึงพอใจที่มีต่อพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-satisfaction) เป็นผลจากการรับรู้ของความสะดวกในการซื้อสินค้า (Shopping Convenience) การเสนอข้อมูลและสินค้า (Merchandising) การออกแบบเว็บไซต์ (Site Design) ความง่ายในการใช้งาน รูปแบบของบริการ และความน่าเชื่อถือในด้านความปลอดภัยทางการเงิน (Security of Financial) และข้อมูลข่าวสาร (Informativeness) (Szymanski, D.M. and Hise, R.T. ,2000)

การออกแบบเว็บเพจ

วัชรพงศ์ ยะไวทย์ (2543) ได้อธิบายว่า หลักการออกแบบเว็บเพจมี 15 ประการ คือ

- 1) ต้องตัดสินใจให้แน่นอนว่า มีวัตถุประสงค์ในการทำเว็บเพจเพื่ออะไร ซึ่งโดยทั่วไปจะมีอยู่ 3 แบบ คือ เพื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อขายปลีกแบบใส่แคตตาล็อก หรือเพื่อแสดงสินค้าเฉพาะที่เด่น ๆ
- 2) ต้องทราบกลุ่มเป้าหมายว่าเป็นใครและต้องการอะไร เช่น ผู้ที่ซื้อดอกไม้ผ่านเว็บไซต์ ไม่ได้ต้องการดอกไม้ราคาถูก แต่ซื้อเพราะต้องการบอกความในใจให้แก่คนที่รักและห่วงใย เพราะฉะนั้นการออกแบบเว็บเพจก็ควรแสดงภาพของความงามหรือคุณค่ามากกว่าการขายถูก
- 3) ต้องการออกแบบให้เข้าถึงข้อมูลที่กลุ่มเป้าหมายต้องการให้เร็วที่สุดและครบถ้วนที่สุด เช่น การจัดทำหมวดหมู่ของข้อมูล การสามารถส่งผ่านไปยังจุดใดจุดหนึ่งได้ง่าย
- 4) เว็บไซต์ที่ดีจะต้องโหลดข้อมูลได้รวดเร็ว ภายใน 8-15 วินาทีแรก ควรจะดึงดูดความสนใจได้และไม่เกิน 30 วินาทีควรจะโหลดเสร็จ
- 5) ควรมีเมนูเฉพาะหรือที่เป็นชื่อตัด สำหรับหมวดหรือหน้าที่มีผู้เข้าชมจำนวนมาก
- 6) ควรใช้รูปสัญลักษณ์มากกว่าคำบรรยาย แต่ควรทำให้สมดุลกันทั้งสองอย่างเพราะรูปมากไปก็ทำให้โหลดช้า
- 7) หากมีภาพจำนวนมากให้จัดทำเป็นภาพเล็ก ๆ และมีคำอธิบายโดยย่อไว้และทำให้รูปขยายได้เมื่อผู้เยี่ยมชมไปคลิกดูภาพหรือขยายรายละเอียดอื่น ๆ ได้
- 8) ควรเปิดทางเลือกให้ผู้เยี่ยมชมเสมอ ไม่ควรจะบังคับไปในทิศทางใดทิศทางหนึ่งมากเกินไป เช่น ไปเยี่ยมชมหน้าไหนก็เจอแต่แบบฟอร์มลงทะเบียน หากไม่ลงทะเบียนไม่ให้ชมเป็นการปิดกั้นเว็บไซต์มากเกินไป
- 9) ควรออกแบบให้เป็นกันเอง หรือเป็นมิตรกับผู้เยี่ยมชม และควรให้อะไรกับสังคมบ้างเช่นการขายสินค้าหัตถกรรม ก็ควรจะให้ความรู้เกี่ยวกับสิ่งของนั้น ๆ หรือมีเรื่องของประเพณีไทยด้วย
- 10) ในหนึ่งหน้าเว็บเพจไม่ควรจะมีข้อมูลยาวเกิน 3 หน้าจอ หรือ 1 หน้า A4 ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ในการโหลดข้อมูลได้เร็ว และช่วยในการจัดหน้าพิมพ์เก็บเข้าแฟ้มด้วย
- 11) การจัดข้อมูลเท็กซ์ในหน้าเว็บเพจควรจัดเป็นคอลัมน์ไม่เกิน 500 Pixel (ไม่เกิน 60-70 เปอร์เซ็นต์ของความกว้างหน้าจอ) ทั้งนี้เพื่อต่อการอ่าน และไม่ทำให้เบื่อหน่าย
- 12) ไม่ควรใช้วิธีลิงค์ข้อมูลเป็นช่วง ๆ ในหน้าเดียวกัน เพราะนอกจากจะทำให้เสียเวลาในการโหลดข้อมูลแล้ว ก็ยังทำให้ผู้เยี่ยมชมเสียความรู้สึกเมื่อสกอกล้อ่านลงมาอีกครั้งหนึ่งด้วยความไม่รู้
- 13) ควรออกแบบเว็บเพจ ให้สนองตอบต่อทุกเวอร์ชัน หรือทุกค่ายของบราวเซอร์
- 14) ควรออกแบบเว็บเพจ ให้ง่ายต่อการบำรุงรักษา และควรดูแลแก้ไขข้อมูลอยู่เป็นประจำ ซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญที่จะทำให้มีผู้เยี่ยมชมประจำ



15) การออกแบบเว็บเพจในรูปแบบใดนั้น จะขึ้นอยู่กับเป้าหมายและแนวนโยบายที่ได้วางไว้แต่ต้น รวมถึงการออกแบบให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายที่เราต้องการแนวทางในการพัฒนาโปรแกรมหรือเว็บเพจนั้น ๆ ด้วย

ทฤษฎีเกี่ยวกับการประเมินเว็บไซต์

การประเมินคุณภาพเว็บข้อมูลสารสนเทศ

การออกแบบและพัฒนาเว็บได้เพิ่มขึ้นโดยลำดับและนับวันจะยิ่งทวีจำนวนขึ้น ในปัจจุบันมีเว็บเพจออนไลน์ในระบบอินเทอร์เน็ตนับร้อย ๆ ล้านเว็บ แต่มีคำถามสำคัญที่ต้องมาหาคำตอบก็คือ เว็บแบบไหนที่มีคุณภาพดี เว็บแบบใดจึงจะถือว่าเป็นเว็บที่มีคุณค่า และเหมาะสมสำหรับนำมาใช้ประโยชน์ เป็นเรื่องที่ต้องตอบคำถามกันอยู่เสมอและยังไม่มีคำตอบที่ชัดเจน เมื่อพิจารณาแบบประเมินเว็บเพจของ ดร.แนนซี อีเวอร์ฮาร์ท (Everhart, 1996) ภาควิชาบรรณารักษ์และสารสนเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น รัฐนิวยอร์ก สหรัฐอเมริกา ซึ่งกำหนดระดับการให้คะแนนเอาไว้ที่น่าสนใจและน่าจะมาขยายความ เพื่อประโยชน์ในการประเมินคุณภาพของเว็บสำหรับนักออกแบบและพัฒนาเว็บ รวมถึงผู้ที่เกี่ยวข้องในการจัดสารสนเทศผ่านระบบอินเทอร์เน็ต จะได้มีแนวทางในการตรวจสอบและประเมินคุณภาพที่สามารถอธิบายเหตุผลได้ โดยแนวคิดของอีเวอร์ฮาร์ท จะมีด้วยกัน 9 ด้านคือ (ปรัชญนันท์ นิลสุข, 2546)

- 1) ความทันสมัย (Currency)
- 2) เนื้อหาและข้อมูล (Content and Information)
- 3) ความน่าเชื่อถือ (Authority)
- 4) การเชื่อมโยงข้อมูล (Navigation)
- 5) การปฏิบัติจริง (Experience)
- 6) ความเป็นมัลติมีเดีย (Multimedia)
- 7) การให้ข้อมูล (treatment)
- 8) การเข้าถึงข้อมูล (Access)
- 9) ความหลากหลายของข้อมูล (Miscellaneous)

ดังนั้นเพื่อให้เข้าใจถึงเหตุผลและที่มาของระดับการประเมิน จึงจำเป็นต้องขยายความและชี้ให้เห็นว่าเหตุผลที่ต้องประเมินเว็บไซต์ใน แต่ละด้าน ดังนี้

1) ความทันสมัย ความทันสมัยของเว็บไซต์ จัดเป็นหัวข้อสำคัญของการพัฒนาข้อมูลสารสนเทศผ่านระบบอินเทอร์เน็ต เนื่องจากข้อมูลสารสนเทศที่ปรากฏอยู่ในเว็บไซต์จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้งานก็เมื่อข้อมูลนั้นเป็นข้อมูลที่ใหม่ ทันต่อสถานการณ์และได้รับการปรับปรุงแก้ไขตามระยะเวลาอย่างเหมาะสม การประเมินเว็บไซต์ในด้านของความทันสมัยควรประเมินในสามส่วนด้วยกันคือเว็บไซต์แสดงวันที่ปรับปรุงข้อมูลครั้งล่าสุด เป็นสิ่งที่แสดงความชัดเจนของเว็บไซต์ว่าความทันสมัยของข้อมูลระดับใด เพราะเว็บไซต์ที่แสดงถึงวันที่ปรับปรุงข้อมูลทุกวันย่อมแสดงว่าเป็นเว็บที่มีความเป็นปัจจุบันมากที่สุด สำหรับเว็บบางประเภทเช่น เว็บไซต์หนังสือพิมพ์ย่อมจะต้องปรับปรุงข่าวสารและข้อมูลของเว็บเป็นปัจจุบันทุกวัน ก็แสดงวันที่ของหนังสือพิมพ์ที่นำข้อมูลมาออนไลน์ทุกวันอยู่แล้ว เป็นตัวอย่างของความทันสมัยและเป็นปัจจุบัน ในขณะที่เว็บไซต์จำนวนมากไม่ได้แสดงวันที่ปรับปรุงข้อมูลล่าสุด อันทำให้ไม่ทราบว่าข้อมูลดังกล่าวดำเนินการเมื่อใด ก็จะเป็นปัญหาในการนำข้อมูลดังกล่าวไปใช้ประโยชน์



2) เนื้อหาและข้อมูล เว็บไซต์ต้องมีเนื้อหาและข้อมูลที่เป็นประโยชน์ เป็นสิ่งที่ตรวจสอบและวัดความเป็นเว็บไซต์ที่ดีได้ง่าย รวมทั้งสามารถประเมินคุณค่าของเว็บไซต์ได้อย่างชัดเจน โดยเฉพาะถ้าเว็บไซต์มีเนื้อหาข้อมูลที่ตรงตามหลักสูตรและการเรียนการสอนของนักเรียน หรือทำให้เป็นเนื้อหาข้อมูลประกอบการเรียนตามหลักสูตรและน่าสนใจชวนติดตามย่อมเป็นประโยชน์

เมื่อเนื้อหาที่มีความถูกต้องสมบูรณ์สิ่งที่ต้องคำนึงต่อไปคือ เนื้อหาและข้อมูลต้องเป็นไปตามวัตถุประสงค์ในการจัดทำเว็บไซต์ เนื้อหาและข้อมูลตรงตามชื่อและสอดคล้องกับหน่วยงานที่ดำเนินการ อย่างชัดเจน จึงจะถือได้ว่าเว็บไซต์มีความถูกต้อง เนื้อหาและข้อมูลควรจะมีลักษณะเป็นภาษาเขียนเพื่อนำเชื่อถือและสละสลวย มีลักษณะการใช้ภาษาที่สุภาพ ไม่ใช่ภาษาพูด ไม่หยาบคาย และมีการใช้ภาษาที่เป็นทางการการพิมพ์ไม่ผิดพลาด การใช้สระพยัญชนะต่าง ๆ มีความถูกต้องสมบูรณ์ถือว่าเว็บไซต์มีคุณภาพดี

3) ความน่าเชื่อถือ เว็บไซต์ที่มีคุณภาพไม่ใช่เพียงแต่ทันสมัย มีเนื้อหาและข้อมูลที่ดี ความน่าเชื่อถือต่อเว็บไซต์เป็นเรื่องสำคัญในจะนำเอาข้อมูลไปอ้างอิงหรือใช้ประโยชน์ เพราะข้อมูลและเนื้อหา จะได้ถูกนำไปใช้ประโยชน์ก็ด้วยเหตุผลที่ว่าเว็บนั้นน่าเชื่อถือ เช่น ถ้าต้องการข้อมูลเกี่ยวกับโรคติดต่อ ข้อมูลที่น่าเชื่อถือที่สุดก็ควรเป็นข้อมูลของกระทรวงสาธารณสุข หรือโรงพยาบาลต่าง ๆ นั้นหมายความว่า ผู้เข้าไปใช้ประโยชน์จากเว็บก็จะพยายามหาข้อมูลจากเว็บที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่ต้องการ ทันสมัยและมีข้อมูลเนื้อหาที่ดีแต่ที่สำคัญคือเว็บต้องน่าเชื่อถือนั่นเอง

4) การเชื่อมโยงข้อมูล การประเมินเว็บไซต์ที่ดีควรจะแสดงการเชื่อมโยงไปยังส่วนต่าง ๆ ในรูปแบบที่เข้าใจง่าย และอ่านได้อย่างชัดเจน การเชื่อมโยงภายในเว็บไซต์ จะมีชื่อเรียกว่า ลิงค์ (Link) การลิงค์หรือการเชื่อมโยงนั้น ถ้าหน้าแรกสามารถบอกได้ว่า เว็บไซต์นั้นมีการจัดการอย่างไร มีเงื่อนไขในการเชื่อมโยงอย่างไร และมีอย่างไรที่จำเป็นต้องเชื่อมโยงไปบ้าง ลักษณะอย่างนี้อาจจะมีหน้าพิเศษต่างหากที่เรียกว่า แผนที่เว็บไซต์ หรือ site map อีกคำหนึ่ง สำหรับการเชื่อมโยงในลักษณะทั่วไปของเว็บเพจ คือ คำว่า navigation หมายถึงเส้นทางซึ่งเมื่อเปิดเข้าสู่หน้าแรกและมีโฮมเพจ และต้องการเชื่อมโยงหรือไปในเส้นทางใดภายในเว็บไซต์ สิ่งเหล่านี้เรียกว่า navigation bar ดังนั้น ผู้ที่ออกแบบเว็บไซต์ และมีการเชื่อมโยงได้ดี มีการจัดองค์ประกอบที่ดีจะทำให้เว็บไซต์นั้นสามารถเชื่อมโยงได้กับทุกเว็บ และเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของเว็บไซต์

5) การนำไปใช้งานจริง เว็บเพจที่ดีควรมีเนื้อหาเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ และมีการแสดงผลอย่างรวดเร็ว ในเว็บเพจต้องทำให้ผู้เข้าชมรู้สึกไม่เสียเวลา ไม่ไร้ประโยชน์หรือเว็บเพจไม่เป็นไปตามวัตถุประสงค์ ผู้ออกแบบต้องคำนึงเสมอว่า ในการนำไปใช้งานจริง ผู้สืบค้นข้อมูล หรือผู้เข้าชมเว็บเพจย่อมเข้ามาเพื่อคิดว่าเว็บเพจที่จัดทำนั้นมีวัตถุประสงค์ตามหัวเรื่องของเว็บเพจ เช่น เว็บเพจมีวัตถุประสงค์ต้องการเผยแพร่ ข่าวสาร เกี่ยวกับเรื่องเอดส์ เมื่อเข้ามาแล้วก็ควรจะเกี่ยวข้องกับเรื่องราวของเอดส์ ไม่ใช่เป็นการโฆษณาขายยาหรือโฆษณาชวนเชื่อ ซึ่งลักษณะแบบนี้จะไม่เป็นไปตามวัตถุประสงค์ จะทำให้ผู้เข้าชมรู้สึกเสียเวลาในการเข้าเยี่ยมชม นอกจากนั้นเนื้อหาและการออกแบบเมื่อนำไปใช้งานจริงควรคำนึงว่าเว็บเพจต้องเป็นที่ดึงดูดสายตาของผู้เข้าชม ทำให้เกิดความน่าสนใจตลอดเวลา และดึงดูดให้ผู้เข้าชมใช้เวลาในการค้นหาข้อมูลชวนติดตามอยู่ตลอดเวลา

6) ความเป็นมัลติมีเดียความเป็น multimedia สำหรับเว็บไซต์เป็นเรื่องที่ค่อนข้างยาก เนื่องจากเว็บไซต์ต้องออนไลน์อยู่ในระบบอินเทอร์เน็ต ในข้อจำกัดของแบนด์วิท และความเร็วในการนำเสนอ จึงยากที่จะทำให้เว็บไซต์แต่ละเว็บไซต์มีความเป็น multimedia ดังนั้น องค์ประกอบที่สำคัญของความเป็น

multimedia ภายในเว็บไซต์ คือ เสียง ภาพ กราฟิก ภาพเคลื่อนไหว ควรสอดคล้องกับเนื้อหาภายในเว็บ นอกจากนี้ควรจะเป็น multimedia ที่เพิ่มความสนใจให้ผู้เข้าชม ภาพเคลื่อนไหวที่น่าเสนอควรจะมีเวลาที่เหมาะสมและไม่รบกวนเนื้อหา ภาพกราฟิกที่ใช้ไม่ควรมีขนาดใหญ่เกินไปสามารถแสดงผลหรือโหลดขึ้นมาได้อย่างรวดเร็ว สิ่งที่ต้องทำความเข้าใจใน ความเป็น multimedia ของเว็บก็คือ เว็บไซต์ไม่สามารถมีปฏิสัมพันธ์กับผู้เข้าชมได้ทันที เนื่องจากการออกแบบเว็บไม่สามารถทำให้ใช้เทคนิคหรือกระบวนการได้มากมายอย่างที่ เป็น stand alone ภายในระบบ ดังนั้นความเป็น multimedia ของเว็บไซต์ จึงหมายถึงการจัดทำภาพประกอบ เสียง ภาพเคลื่อนไหว ภาพวิดีโอ หรือภาพนิ่ง โดยเป็นการเสริมหรือเพิ่มให้เว็บไซต์มีคุณค่า และที่สำคัญ multimedia ที่นำมาใช้ต้องสอดคล้องกับเนื้อหา และเป็นประโยชน์ในการสร้างความเข้าใจให้กับผู้เข้าชมเว็บไซต์

7) การให้ข้อมูล ในการให้ข้อมูลภายในเว็บไซต์ ข้อมูลที่สำคัญควรจะเข้าถึงได้ง่ายและรวดเร็ว โดยไม่มีความสลับซับซ้อน แต่การนำเสนอข้อมูลควรมีการจัดรูปแบบและหมวดหมู่ของข้อมูลอย่างเป็นระบบ เพื่อให้ง่ายต่อการตรวจสอบและใช้งานข้อมูลเหมือน ความลำเอียงเนื่องจากแนวคิดที่ไม่ตรงกันควรได้รับการแก้ไข แต่ละเว็บไซต์ในกลุ่มของพนักงานจะมีเจ้าหน้าที่บางคนเข้ามาเกี่ยวข้องเพื่อช่วยให้ข้อมูลเป็นไปอย่างเหมาะสม นอกจากนี้ข้อมูลที่ใช้ควรมีเนื้อหาที่ทันสมัย ทันต่อเหตุการณ์ โดยแสดงได้จากวันเวลาที่ปรับปรุง ขณะเดียวกันเมื่อจัดทำเว็บไซต์ตามวัตถุประสงค์แล้ว เว็บไซต์ควรจะสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายของเว็บ ถ้าเว็บไซต์นั้นจัดทำได้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย เช่น กลุ่มนักศึกษา หรือวัยรุ่น ก็จะทำให้เว็บนั้นได้รับความนิยม แสดงถึงคุณภาพของผู้ดำเนินการจัดทำเว็บนั่นเอง

8) การเข้าถึงข้อมูล สิ่งที่สำคัญที่สุดก็คือ เว็บไซต์สามารถแสดงผลข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว เมื่อผู้ใช้เข้าสู่เว็บไซต์ นั้นหมายถึง เมื่อผู้ใช้งานต้องการเข้าสู่เว็บไซต์โดยการพิมพ์ที่อยู่ของเว็บเช่น URL หรือโดเมนเนม (Domain Name) แล้วกดปุ่ม Enter การแสดงผลของหน้าแรกจะต้องปรากฏอย่างรวดเร็วโดยไม่เสียเวลานานจะทำให้ผู้ใช้รู้สึกพึงพอใจ แต่ถ้าเว็บได้ออกแบบให้มีกราฟิก ภาพเคลื่อนไหว และเนื้อหาจำนวนมาก เว็บนั้นก็จะแสดงผลได้ช้า ก็จะทำให้ผู้ใช้รอและเบื่อหน่าย การให้ผู้ใช้รอบ้างย่อมรับได้ แต่ถ้าผู้ใช้รอนานเกินไปก็อาจเบื่อหน่ายและเปลี่ยนไปเว็บอื่นในที่สุด

การเข้าถึงข้อมูลในเว็บไซต์นอกจากจะแสดงผลรวดเร็วแล้ว เว็บไซต์ควรหาได้สะดวกจากเว็บประเภทสืบค้นข้อมูลหรือ Search Engine หรือเว็บได้ Add URL เอาไว้ใน Search Engine เช่น Google หรือ Yahoo ถ้าเป็นในประเทศไทยก็เช่น sanook , sansarn ก็จะทำให้ผู้ใช้สามารถสืบค้นจากเครื่องมือสืบค้นได้รวดเร็ว การโหลดของเว็บได้อย่างรวดเร็วทำให้เสียเวลาน้อยลงในการค้นหาข้อมูล เว็บไซต์ที่แสดงผลจากการค้นหาได้รวดเร็ว ย่อมเป็นที่นิยมของผู้ใช้เพราะค้นเจอเสมอ แสดงว่าเข้าถึงข้อมูลได้รวดเร็ว

9) ความหลากหลายของข้อมูล ประเด็นสำคัญในส่วนของคุณภาพก็คือ เว็บควรมีความหลากหลาย และมีเรื่องที่เป็นประโยชน์หลาย ๆ เรื่อง มีความน่าเชื่อถือและตรวจสอบข้อมูลได้ ข้อมูลนั้นก็จะได้ความนิยมและแนะนำกันให้เข้ามาชมอีก กรณีที่เว็บมีข้อมูลไม่มากมายนัก แต่เว็บมีข้อมูลสำคัญเพียงพอไม่ยาวเกินไป ไม่สั้นมากเกินไปก็เพียงพอใช้ประโยชน์ได้เหมาะสมองค์ประกอบในการประเมินอื่น ๆ

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร ได้แก่ ผู้บริหารและสมาชิกกลุ่มผ้าทอนาหมื่นศรี อำเภอนาโยง จังหวัดตรัง และกลุ่มบุคคลที่ซื้อสินค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
2. กลุ่มตัวอย่าง ผู้บริหารและสมาชิกกลุ่มผ้าทอนาหมื่นศรี อำเภอนาโยง จังหวัดตรัง และกลุ่มบุคคลที่ซื้อสินค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ได้มาโดยวิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ในกรณีที่ไม่ทราบขนาดของประชากรที่แท้จริงโดยใช้สูตรของ W.G.Cochran (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2549) ดังนี้

$$n = \frac{P(1-P)Z^2}{d^2}$$

- เมื่อ n คือ จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ
P คือ สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยต้องการสุ่ม (โดยทั่วไปนิยมใช้ สัดส่วน 30% หรือ 0.30)
Z คือ ระดับนัยสำคัญ 0.05 เท่ากับ 1.96
d คือ สัดส่วนความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ ระดับความเชื่อมั่น 95% สัดส่วนความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.05

$$n = \frac{0.3(1-0.3)1.96^2}{0.05^2}$$
$$= 327 \text{ คน}$$

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อการจัดการผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น: กรณีศึกษากลุ่มผ้าทอนาหมื่นศรี จังหวัดตรัง
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างโดยใช้แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อการจัดการผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น: กรณีศึกษากลุ่มผ้าทอนาหมื่นศรี จังหวัดตรัง
5. การวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับการวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย

ความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อการจัดการผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น: กรณีศึกษา กลุ่มผ้าทอนาหมื่นศรี จังหวัดตรัง

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบสอบถาม

จากกลุ่มตัวอย่างที่คำนวณได้ 327 คน ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเป็น 400 คนเพื่อให้ได้ ข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือมากขึ้น โดยจำแนกตาม เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และจำนวนครั้งในการซื้อ สินค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปโดยการแจกแจงความถี่ และค่าร้อยละ รายละเอียดดังตารางที่ 1



ตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (n=400)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	41	10.50
หญิง	359	89.50
อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	7	1.80
20-30 ปี	261	64.40
31-40 ปี	117	30.00
41-50 ปี	13	3.30
50 ปีขึ้นไป	2	0.50
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	11	2.80
ปริญญาตรี	287	71.00
ปริญญาโท	102	26.20
อาชีพ		
ข้าราชการ	20	5.10
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	148	37.00
พนักงานเอกชน	161	40.80
ธุรกิจส่วนตัว	40	9.30
นักเรียน/นักศึกษา	21	5.40
อื่น ๆ	9	2.30
จำนวนครั้งในการซื้อสินค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์		
ครั้งแรก	55	14.10
2-10 ครั้ง	283	70.00
11-20 ครั้ง	58	14.90
21 ครั้งขึ้นไป	4	1.00

จากตารางที่ 1 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามมีจำนวน 400 คน ปรากฏรายละเอียดดังนี้

- 1) เพศ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 359 คน คิดเป็นร้อยละ 89.50 และเป็นเพศชาย 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.50
- 2) อายุ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุ 20-30 ปี จำนวน 261 คน คิดเป็นร้อยละ 64.40 รองลงมา มีอายุ 31-40 ปี จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 30 และอายุ 41-50 ปี จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.30
- 3) ระดับการศึกษา กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 287 คน คิดเป็นร้อยละ 71.00 รองลงมาคือระดับปริญญาโท จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 26.20 และต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.80



4) อาชีพ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพ พนักงานเอกชน จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 40.80 รองลงมาคือ พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 37.00 และประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 40 คิดเป็นร้อยละ 9.30

5) จำนวนครั้งในการซื้อสินค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ซื้อสินค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 2-10 ครั้ง จำนวน 283 คน คิดเป็นร้อยละ 70 รองลงมาคือ 11-20 ครั้ง จำนวน 58 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 14.90 และครั้งแรก จำนวน 55 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 14.10

ตารางที่ 2 ความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อการจัดการผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น: กรณีศึกษากลุ่มผ้าทอนาหมื่นศรี จังหวัดตรัง

รายการดำเนินการ	\bar{x}	S.D.	ระดับการดำเนินการ
ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์			
ด้านการใช้งานเว็บไซต์ในส่วนต่าง ๆ			
1 ชื่อของเว็บไซต์สื่อความหมายได้ดี	4.16	0.51	มาก
2 เมนูการใช้งาน	4.14	0.48	มาก
3 การลงทะเบียน	4.10	0.54	มาก
4 การสั่งซื้อสินค้า	4.20	0.64	มาก
5 การเรียกดูสินค้า	4.25	0.68	มาก
6 การแจ้งชำระเงิน	4.25	0.67	มาก
7 การค้นหาสินค้า	4.25	0.65	มาก
8 ประเภทหมวดหมู่	4.25	0.65	มาก
9 กระดานกระทู้	4.18	0.65	มาก
10 ข้อมูลสินค้าถูกต้องและชัดเจน	4.18	0.63	มาก
11 ความง่ายต่อการใช้งานเว็บไซต์	4.20	0.61	มาก
12 ภาพรวมของการใช้งาน	4.25	0.60	มาก
ความสวยงามของเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์			
1 ความสวยงามของเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	4.12	0.58	มาก
2 ขนาดตัวอักษร และรูปแบบตัวอักษรมีความสวยงามและอ่านง่าย	4.11	0.53	มาก
3 ภาพประกอบสามารถสื่อความหมาย	4.19	0.64	มาก
4 ความพึงพอใจในภาพรวมด้านความสวยงามและการออกแบบ	4.22	0.62	มาก
รวมค่าเฉลี่ย	4.18	0.57	มาก

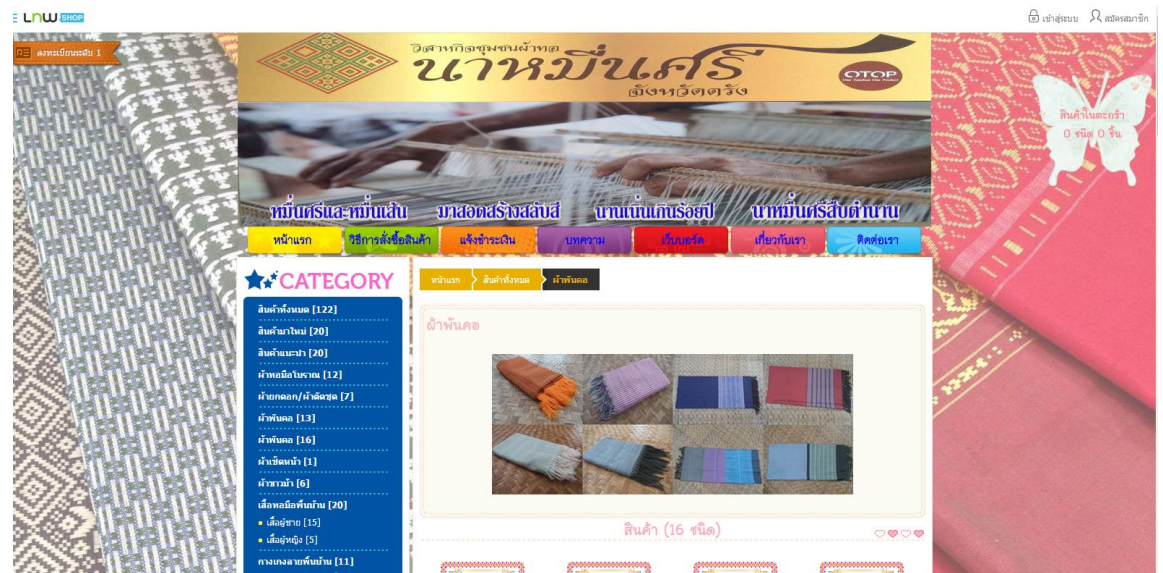
จากตารางที่ 2 สามารถสรุปได้ดังนี้ ความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อการจัดการผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น: กรณีศึกษากลุ่มผ้าทอนาหมื่นศรี จังหวัดตรัง ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ (\bar{x}) 4.18 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) 0.57 แยกเป็นด้านการใช้งานเว็บไซต์พบว่ามี



ความพึงพอใจการเรียกดูสินค้า การแจ้งชำระเงิน การค้นหาสินค้าและประเภทหมวดหมู่ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ (x) 4.25 และด้านความสวยงามของเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์พบว่ามีความพึงพอใจความสวยงามและการออกแบบ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ (x) 4.22



ภาพประกอบที่ 1 ตัวอย่างหน้าจอหลักการซื้อขายสินค้า



ภาพประกอบที่ 2 ตัวอย่างหน้าจอรายการสินค้า



สรุปและอภิปรายผล

ความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อการจัดการผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น: กรณีศึกษากลุ่มผ้าทอนาหมื่นศรี จังหวัดตรัง ความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อการจัดการผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น: กรณีศึกษากลุ่มผ้าทอนาหมื่นศรี จังหวัดตรัง ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ (\bar{x}) 4.18 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) 0.57 แยกเป็นรายด้านพบว่ามีความพึงพอใจด้านการใช้งานเว็บไซต์ต่าง ๆ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ (\bar{x}) 4.20 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) 0.53 และด้านความสวยงามของเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ (\bar{x}) 4.16 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) 0.60 แสดงให้เห็นถึงความพึงพอใจต่อระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นอย่างมาก ซึ่งสอดคล้องกับ Szymanski, D.M. and Hise, R.T. (2000) กล่าวว่าความพึงพอใจที่มีต่อพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-satisfaction) เป็นผลจากการรับรู้ของความสะดวกในการซื้อสินค้า (Shopping Convenience) การเสนอข้อมูลและสินค้า (Merchandising) การออกแบบเว็บไซต์ (Site Design) ความง่ายในการใช้งาน รูปแบบของบริการ และความน่าเชื่อถือในด้านความปลอดภัยทางการเงิน (Security of Financial) และข้อมูลข่าวสาร (Informativeness) และสอดคล้องกับงานวิจัยของ อัญชลี บุญอ่อน (2553) ได้ศึกษาเรื่องการพัฒนาต้นแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับบริษัท โอซีซี จำกัด (มหาชน) ผลการประเมินของผู้ใช้งานพบว่า ผู้ใช้มีความพึงพอใจการใช้งานเว็บเพจอยู่ในระดับปานกลางถึงดีมาก และผลการประเมินความพึงพอใจในส่วนการใช้งานโปรแกรมด้านความสวยงามและความง่ายของโปรแกรมใช้งานของผู้ทดลองใช้งานโปรแกรม พบว่าผู้ใช้มีความพอใจระดับปานกลางถึงดีมาก

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาผลวิจัย ผู้วิจัยขอเสนอแนะควรปรับปรุงด้านระบบการลงทะเบียนให้ง่ายต่อการใช้งานมากขึ้น และส่งเสริมด้านการเรียกดุสินค้า การแจ้งชำระเงิน การค้นหาสินค้าและประเภทหมวดหมู่ ให้มีความเข้าใจและใช้งานให้ง่ายขึ้น

สำหรับหน่วยงานรัฐบาลควรเข้ามาส่งเสริมให้วิสาหกิจชุมชนมีการพัฒนาหรือปรับปรุงเพิ่มช่องทางการขายให้มากขึ้นโดยใช้เทคโนโลยีเข้ามาเพื่อเป็นการเพิ่มรายได้และประชาสัมพันธ์ให้กับทางวิสาหกิจชุมชนนั้น ๆ ต่อไป

คำขอบคุณ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้บริหารมหาวิทยาลัยหาดใหญ่ที่ให้การสนับสนุนทุนวิจัยในครั้งนี้ ตลอดจนส่งเสริมกระบวนการต่าง ๆ เพื่อให้การทำวิจัยสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ขอขอบพระคุณประธานกลุ่มผ้าทอนาหมื่นศรี คุณอารอบ เรืองสังข์ กลุ่มผู้บริหารและสมาชิกกลุ่มผ้าทอนาหมื่นศรี อำเภอนาโยง จังหวัดตรัง ที่ให้ข้อมูลประกอบการวิจัย ตลอดจนทุกท่านที่ให้ความช่วยเหลือผู้วิจัยเสมอมา

เอกสารอ้างอิง

กัลยา วาณิชย์บัญชา. (2549). *การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล*. พิมพ์ครั้งที่ 9.

กรุงเทพมหานคร : ภาควิชาสถิติ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กิติมา ปรีดีติลก. (2532). *การบริหารและการนิเทศการศึกษาเบื้องต้น*. กรุงเทพมหานคร : อักษราพัฒนา.



- มณี โปธิเสน. (2543). *ความพึงพอใจของผู้ปกครองนักเรียนและบุคลากรในโรงเรียนต่อการจัดการศึกษาของโรงเรียนต่อการจัดการศึกษาของโรงเรียนโพธิเสนวิทยาอำเภอท่าบ่อจังหวัดหนองคาย. การค้นคว้าอิสระ การศึกษามหาบัณฑิต (การบริหารการศึกษา) มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.*
- ปรัชญนันท์ นิลสุข. (2546). *การประเมินคุณภาพเว็บไซต์สารสนเทศ. วารสารวิชาการ ปี ที่ 9 ฉบับที่ 1 : สำนักหอสมุดมหาวิทยาลัยรังสิต.*
- ภาวธ พงษ์วิทย์ภานุ. (2550). *e-Commerce “สุดยอดช่องทางรวย ทุนน้อย ทำง่าย สร้างรายได้ 24 ชั่วโมง”* กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- วัชรพงษ์ ยะไวทย์. (2543). *E-commerce และกลยุทธ์เงินบนอินเทอร์เน็ต. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ด ยูเคชั่น. พิมพ์ครั้งที่ 4*
- สมเดช มุงเมือง. (2548). *พฤติกรรมองค์กร. เชียงราย : สยามโฆษณาและการพิมพ์.*
- อัญชลี บุญอ่อน. (2553). *การพัฒนาต้นแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับบริษัท โอซีซี จำกัด (มหาชน). ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร. กรุงเทพมหานคร.*
- Kotler, P., & Clarke, R. N. (1987). *Marketing for health care organizations.* Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Oliver, Richard L. (1997). *Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer.* Irwin/McGraw Hill New York.
- Szymanski, D.M. and Hise, R.T. (2000). *“E-Satisfaction: An initial examination.”* Journal of Retailing. Vol. 76, No. 3. 309 – 322.