การพัฒนาต้นแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนควนขันบาติก ตำบลควนขัน อำเภอเมือง จังหวัดสตูล

Development of E-Commerce Prototypes for Khuan Khan Batik Community Enterprise in Khuan Khan Sub-district, Mueang District, Satun Province

วีนา หาญณรงค์[1*], อารียา ภูมิเวท[2], ณัฐชนันท์ สาแมแน็ง[2], สาโรช เพ็รชทอง[2], พาฝัน รัตนะ[3], นาตยา โชติกุล[4] และ จิตรพงษ์ เจริญจิตร[5]

Weena Hannarong[1*], Ariya Phumiwet[2], Natthachanan Semeenaeng[2], Saroch Phettong[2], Phafan Rattana[3], Nattaya Chotikul[4] and Jittrapong Jaroenjit[5]

[1]อาจารย์, สาขาวิชาระบบสารสนเทศทางธุรกิจ, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยหาดใหญ่

[1]Academic, Business Information Systems, Hatyai Business School, Hatyai University.

[2]นักศึกษาระดับปริญญาตรี, สาขาวิชาระบบสารสนเทศทางธุรกิจ, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยหาดใหญ่

[2]Bachelor student, Business Information Systems, Hatyai Business School, Hatyai University.

[3]อาจารย์, สาขาวิชาระบบสารสนเทศทางธุรกิจ, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยหาดใหญ่

[3]Academic, Business Information Systems, Hatyai Business School, Hatyai University.

[4]อาจารย์, สาขาวิชาการจัดการ, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยหาดใหญ่

[4]Academic, Department of Management, Hatyai Business School, Hatyai University.

[5]อาจารย์, สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ, คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี, มหาวิทยาลัยหาดใหญ่

[5]Academic, Department of Information Technology, Faculty of Science and Technology, Hatyai University.

[*]**Corresponding author, E-mail:** weena@hu.ac.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อออกแบบและพัฒนาต้นแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนควนขันบาติก ตำบลควนขัน อำเภอเมือง จังหวัดสตูล เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์คณะกรรมการกลุ่ม จำนวน 7 คน และแบบสอบถามความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 400 ชุด วิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหาและวิเคราะห์ทางสถิติ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า การออกแบบและพัฒนาต้นแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนควนขันบาติก แบ่งการทำงานเป็น 2 ส่วน คือ ระบบหน้าร้าน และระบบหลังร้าน มีชื่อเว็บไซต์ คือ www.khuankhanbatik.com การใช้งานระบบประกอบด้วยผู้ใช้ 2 กลุ่ม คือ กลุ่มลูกค้า และกลุ่มผู้จำหน่าย ผลการประเมินจากผู้ใช้งานระบบ จำนวน 400 คน พบว่า มีผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 44 และเพศหญิง จำนวน 224 คน คิดเป็นร้อยละ 56 ความพึงพอใจของผู้ใช้งานเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการออกแบบและการจัดรูปแบบ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 ด้านคุณภาพของเนื้อหา อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 ด้านประสิทธิภาพของระบบ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.27 โดยทางกลุ่มได้นำระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไปประยุกต์ใช้เพื่ออำนวยความสะดวกในการจัดการผลิตภัณฑ์ เพิ่มช่องทางการจัด

จำหน่าย ประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง และเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับกลุ่มอื่น ๆ ต่อไป

คำสำคัญ: พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์, ผ้าบาติก, กลุ่มวิสาหกิจชุมชนควนขันบาติก

Abstract

The research aimed to design and develop the electronic commerce prototypes for Khuan Khan Batik Community Enterprise in Khuan Khan Sub-district, Mueang District, Satun Province. The data was collected by the interview with seven committees of Khuan Khan Batik Community. Including, 400 questionnaires for the satisfaction of e-commerce user was employed. The data were analyzed via Content Analysis and the statistics comprising of frequency, percentage, mean, and standard deviation. The findings indicated as follows: The design and develop the electronic commerce prototypes for Khuan Khan Batik Community Enterprise is divided into two sections: the Front-end and the Back-end. E-commerce website is www.khuankhanbatik.com. There are 2 groups of users which are Customers and Suppliers. The results of the evaluation of 400 users on the system found that the respondents were 176 males, representing 44 percent, and 224 females, representing 56 percent. The users' satisfaction on E-Commerce system was at the high level in overall, with the average of 4.20. When it was critiqued in each topic, it found that the design and styling was at the high level with an average of 4.26 in terms of content quality was at the high level with an average of 4.07 and for system performance was at high level with average 4.27. The group has applied the E-Commerce system for being friendly usage on the product management, increasing more channels to sell the products, promoting the products to be more well-known and being a guideline to develop the E-Commerce system of other groups.

Keywords: E-Commerce, Batik, Khuan Khan Batik Community Enterprise

บทนำ

การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยมีแนวโน้มที่จะเจริญเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องจากการที่มีผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เข้าสู่ตลาดมากขึ้น การกำหนดนโยบายของภาครัฐบาลที่มุ่งเน้นการส่งเสริมธุรกิจท้องถิ่นในชุมชนให้มีความเข้าใจและสามารถเข้าถึงช่องทางการทำธุรกรรมออนไลน์และรูปแบบการทำธุรกรรมทางการเงินที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว สาเหตุอีกประการที่ส่งผลต่อการเจริญเติบโตของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย คือคุณลักษณะสำคัญของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ ลูกค้าสามารถเข้าถึงร้านค้าได้จากทุกที่ ลูกค้าสามารถเข้าถึงร้านค้าได้จากทั่วโลก มีมาตรฐานสากล มีความสมบูรณ์ของข้อมูล ผู้ขายและผู้ซื้อสามารถโต้ตอบกันได้ มีความหนาแน่นของสารสนเทศ และสามารถกำหนดกลยุทธ์การตลาดส่วนบุคคลได้ นอกจากนั้นการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ยังมีประโยชน์ต่อผู้ผลิต ผู้ประกอบการ ผู้บริโภค สังคมและชุมชน แต่ผู้ประกอบการที่ต้องการทำการพาณิชย์

อิเล็กทรอนิกส์ ควรมีระบบรักษาความปลอดภัยของร้านค้าที่ได้มาตรฐาน สำหรับผู้บริโภคก็ควรเลือกใช้บริการเว็บไซต์ที่น่าเชื่อถือ มีระบบรักษาความปลอดภัยที่ได้มาตรฐาน (กนกวรรณ กาญจนธานี, 2561)

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนควนขันบาติก ตั้งอยู่ เลขที่ 181 หมู่ที่ 4 ตำบลควนขัน อำเภอเมืองสตูล จังหวัดสตูล โดยมีนางสาวพรพรรณ รักนิยม เป็นประธานกลุ่ม เดิมเป็นกลุ่มยุวเกษตรบ้านไทรงาม ต่อมา พ.ศ. 2540 เกิดภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ มีภัยพิบัติจากธรรมชาติทำให้พืชผลทางการเกษตรเสียหาย มีผลให้สมาชิกขาดรายได้ คณะกรรมการกลุ่มเลยเรียกประชุมปรึกษาหารือเพื่อหาทางแก้ปัญหา สมาชิกได้เสนอการทำผ้าบาติกเพราะสมาชิกหลายคนชอบการวาดภาพ จึงตกลงกันทำผ้าบาติกและใช้เวลาในการศึกษาเรียนรู้การทำผ้าบาติกประมาณ 2 ปีกว่า และได้นำออกจำหน่ายสู่ท้องตลาดให้เห็นและเป็นที่รู้จักจนถึงทุกวันนี้ ดังภาพที่ 1 แสดงตัวอย่างลายผ้าบาติก การดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนควนขันบาติก ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่แวะเวียนมาซื้อสินค้า ซึ่งปัจจุบันลดน้อยลง ทางกลุ่มจึงประสบปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า และการโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง (พรพรรณ รักนิยม. สัมภาษณ์. 2565, 30 กันยายน)

คณะผู้วิจัยจึงได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาต้นแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนควนขันบาติก ตำบลควนขัน อำเภอเมือง จังหวัดสตูล เพื่อออกแบบและพัฒนาต้นแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนควนขันบาติก โดยใช้ LnwShop เป็นเครื่องมือในการพัฒนา เนื่องจากมีระบบหลังบ้านที่สะดวกและง่ายต่อการจัดการของทางกลุ่ม อีกทั้งทางกลุ่มสามารถนำเสนอขายสินค้าใน website เป็นของตัวเอง และนำไปประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย ประชาสัมพันธ์สินค้าให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง และกระจายสินค้าไปสู่ผู้บริโภคอีกช่องทางหนึ่ง

ภาพที่ 1 แสดงตัวอย่างลายผ้าบาติก

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อออกแบบและพัฒนาต้นแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนควนขันบาติก ตำบลควนขัน อำเภอเมือง จังหวัดสตูล

แนวคิด ทฤษฎี กรอบแนวคิด

พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce)

กนกวรรณ กาญจนธานี (2561) กล่าวว่า พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เกิดจากแนวคิดการโอนเงินผ่านทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ และพัฒนาไปเป็นระบบแลกเปลี่ยนข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ แนวคิดของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ประกอบไปด้วยองค์ประกอบ 3 ส่วนหลัก ๆ ได้แก่ การบริหารความสัมพันธ์ของลูกค้า การจัดการโซ่อุปทาน และการวางแผนบริหารทรัพยากรภายในองค์กร

การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สามารถจำแนกประเภทต่าง ๆ ได้หลายลักษณะ โดยสามารถจำแนกตามรูปแบบการปฏิสัมพันธ์กับธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ ธุรกิจแบบบริคและมอร์ต้า เป็นธุรกิจแบบดั้งเดิมที่มีสถานที่หน้าร้านจำหน่ายสินค้าเพียงช่องทางเดียว ธุรกิจแบบคลิกและมอร์ต้า เป็นธุรกิจที่มีร้านค้าแบบบริคและมอร์ต้า และร้านค้าออนไลน์ที่ช่วยสนับสนุนการดำเนินธุรกิจปกติ และธุรกิจแบบคลิกและคลิก เป็นธุรกิจไม่มีสถานที่หรือร้านค้าเพื่อการจำหน่ายสินค้าแต่ติดต่อทางธุรกิจกับลูกค้าจะดำเนินการผ่านเว็บไซต์เท่านั้น และสามารถจำแนกตามหมวดหมู่ของสินค้าและการให้บริการหลัก ๆ ได้แก่ ธุรกิจการสื่อสาร ธุรกิจการโฆษณาใช้เว็บเพจบนอินเทอร์เน็ตเป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์ ธุรกิจการซื้อและจัดส่งสินค้าจำหน่ายสินค้า ธุรกิจการศึกษาทางไกล ธุรกิจฐานข้อมูลออนไลน์ ธุรกิจการประมูลสินค้า ธุรกิจศูนย์การค้าอิเล็กทรอนิกส์ ธุรกิจด้านการเงิน ธุรกิจให้บริการด้านการท่องเที่ยว และธุรกิจซื้อขายหุ้นผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์

รูปแบบของการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce)

กนกวรรณ กาญจนธานี (2561) ได้แบ่งรูปแบบของการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ดังนี้

1. ธุรกิจแบบบริคและมอร์ต้า (Brick and Mortar Business) เป็นธุรกิจแบบดั้งเดิมที่มีสถานที่หน้าร้านจำหน่ายสินค้าเพียงช่องทางเดียว ไม่มีการทำการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ควบคู่กัน ซึ่งธุรกิจแบบดั้งเดิมส่วนใหญ่จะเป็นในลักษณะนี้ เช่น ร้านมิสเตอร์โดนัท แต่ด้วยความก้าวหน้าของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ธุรกิจบริคและมอร์ต้า จึงมีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนรูปแบบไปเป็นธุรกิจแบบคลิก และมอร์ต้า

2. ธุรกิจแบบคลิกและมอร์ต้า (Click and Mortal Business) เป็นธุรกิจที่ร้านค้าแบบบริคและมอร์ต้ารวมทั้งร้านค้าออนไลน์ที่ช่วยสนับสนุนการดำเนินธุรกิจปกติ ซึ่งบางธุรกิจแบบคลิกและมอร์ต้ามีเพียงเว็บไซต์ที่นำเสนอสินค้า และระบุสถานที่จัดจำหน่าย และมีธุรกิจจำนวนมากที่มีเว็บไซต์เพื่อการซื้อขายสินค้าออนไลน์ ตัวอย่างธุรกิจประเภทนี้ เช่น ร้านหนังสือซีเอ็ด ร้านเดอะพิซซ่าคอมพานี

3. ธุรกิจแบบคลิกและคลิก (Click and Click Business) เป็นธุรกิจไม่มีสถานที่หรือร้านค้าเพื่อการจำหน่ายสินค้า ผู้ซื้อไม่สามารถจะเดินทางไปเลือกซื้อสินค้าด้วยตนเองได้ เนื่องจากร้านค้ามีเฉพาะบนเว็บไซต์เท่านั้น ถึงแม้ว่าธุรกิจคลิก และคลิกจะมีสถานที่ทำการ และคลังสินค้าก็ตาม แต่การติดต่อทางธุรกิจกับลูกค้าจะดำเนินการผ่านเว็บไซต์เท่านั้น ตัวอย่างเช่น อเมซอน ลาซาด้า

การออกแบบเว็บเพจ

1. ความเรียบง่าย ได้แก่ มีรูปแบบที่เรียบง่าย ไม่ซับซ้อน และใช้งานได้สะดวก ไม่มีกราฟิกหรือตัวอักษรที่เคลื่อนไหวอยู่ตลอดเวลา ชนิดและสีของตัวอักษรไม่มากจนเกินไปทำให้วุ่นวาย

2. ความสม่ำเสมอ ได้แก่ ใช้รูปแบบเดียวกันตลอดทั้งเว็บไซต์ เช่น รูปแบบของหน้า สไตล์ของกราฟิก ระบบเนวิเกชันและโทนสี ควรมีความคล้ายคลึงกันตลอดทั้งเว็บไซต์

3. ความเป็นเอกลักษณ์ การออกแบบเว็บไซต์ควรคำนึงถึงลักษณะขององค์กร เพราะรูปแบบของเว็บไซต์จะสะท้อนถึงเอกลักษณ์และลักษณะขององค์กรนั้น ๆ เช่น ถ้าเป็นเว็บไซต์ของทางราชการ จะต้องดูน่าเชื่อถือไม่เหมือนสวนสนุก ฯลฯ

4. เนื้อหาที่มีประโยชน์ เนื้อหาเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดในเว็บไซต์ ดังนั้น ควรจัดเตรียมเนื้อหาและข้อมูลที่ผู้ใช้ต้องการให้ถูกต้อง และสมบูรณ์ มีการปรับปรุงและเพิ่มเติมให้ทันเหตุการณ์อยู่เสมอ เนื้อหาไม่ควรซ้ำกับเว็บไซต์อื่น จึงจะดึงดูดความสนใจ

5. ระบบเนวิเกชันที่ใช้งานง่าย ต้องออกแบบให้ผู้ใช้เข้าใจง่ายและใช้งานสะดวก ใช้กราฟิกที่สื่อความหมายร่วมกับคำอธิบายที่ชัดเจน มีรูปแบบและลำดับของรายการที่สม่ำเสมอ เช่น วางไว้ ตำแหน่งเดียวกันของทุกหน้า

6. ลักษณะที่น่าสนใจ หน้าตาของเว็บไซต์จะต้องมีความสัมพันธ์กับคุณภาพขององค์ประกอบต่างๆ เช่น คุณภาพของกราฟิกที่จะต้องสมบูรณ์ การใช้สี การใช้ตัวอักษรที่อ่านง่าย สบายตา การใช้โทนสีที่เข้ากันลักษณะหน้าตาที่น่าสนใจนั้นขึ้นอยู่กับความชอบของแต่ละบุคคล

7. การใช้งานอย่างไม่จำกัด ผู้ใช้ส่วนใหญ่สามารถเข้าถึงได้มากที่สุดเลือกใช้บราวเซอร์ชนิดใดก็ได้ในการเข้าถึงเนื้อหาสามารถแสดงผลได้ทุกระบบปฏิบัติการและความละเอียดหน้าจอต่างๆ กันอย่างไม่มีปัญหาเป็นลักษณะสำคัญสำหรับผู้ใช้ที่มีจำนวนมาก

8. คุณภาพในการออกแบบ การออกแบบและเรียบเรียงเนื้อหาอย่างรอบคอบ สร้างความรู้สึกว่าเว็บไซต์มีคุณภาพ ถูกต้อง และเชื่อถือได้

9. ลิงค์ต่างๆ จะต้องเชื่อมโยงไปหน้าที่มีอยู่จริงและถูกต้อง ระบบการทำงานต่างๆ ในเว็บไซต์จะต้องมีความแน่นอนและทำหน้าที่ได้อย่างถูก (ปิยะดนัย วิเคียน, 2560)

เทคโนโลยีในการสร้างเว็บเพจ

1. ช่องทางออนไลน์ในรูปแบบเว็บไซต์สำเร็จรูป

1.1 LnwShop เป็นเว็บไซต์สำเร็จรูปสำหรับบริหารจัดการร้านค้าออนไลน์เพื่อใช้ในการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ มีระบบหลังบ้านไว้ช่วยในการจัดการข้อมูล ทำให้ง่ายต่อการใช้งาน มีเทมเพลตเว็บไซต์ ใช้ตกแต่งหน้าร้านแบบฟรี ๆ เพียงแค่สมัครสมาชิก พร้อมรองรับสินค้าทุกหมวดหมู่ สามารถกดสินค้าเข้าตะกร้า และเปิดบิลเพื่อรองรับลูกค้า จัดการออเดอร์และสต๊อกจากทุกช่องทางได้อย่างมีประสิทธิภาพทั้ง Lazada, Shopee, Google Shopping, Facebook Shop (แอลเอ็นดับเบิ้ลยูช็อป, 2565)

1.2 Shopee เป็นแพลตฟอร์ม e-commerce ที่ใหญ่ที่สุดในตะวันออกเฉียงใต้และไต้หวัน เป็นช่องทางที่ซื้อขายง่ายที่สุด มีความปลอดภัยและระบบจ่ายเงินที่รัดกุม การเปิดร้านขายสินค้าบน Shopee ทำได้ง่ายมาก ๆ เพียงสมัครสมาชิกบนเว็บไซต์ ก็สามารถวางขายสินค้าได้เลย

จุดเด่นของ Shopee คือ มีกิจกรรมส่งเสริมการขายมากมาย ไม่ว่าจะเป็น โค้ดส่วนลด คูปองแทนเงินสด เหรียญ Coins และยังมีเกมส์ให้เล่นสนุก ๆ เพื่อรับรางวัล และยังมีฟังก์ชันการเสริมสร้างความมั่นใจให้กับผู้ซื้อด้วยการติดดาวและรีวิว โดยร้านที่มีคะแนนดีก็จะได้รับการส่งเสริมการขายจากช้อปปี้ด้วยฟังก์ชั่น “ร้านแนะนำ” ทำให้เพิ่มยอดขายได้มากขึ้น และยังมีการเชื่อมต่อกับบริการขนส่งทั่วประเทศทำให้ผู้ซื้อ – ผู้ขาย ไม่ว่าจะอยู่ที่ไหน ก็สามารถส่ง – รับสินค้าได้สะดวกอีกด้วย

1.3 Lazada เป็นแพลตฟอร์มช้อปปิ้งออนไลน์ที่เหมือนมีห้างสรรพสินค้าอยู่ในมือ เพราะมีสินค้าให้เลือกมากมาย โดยเฉพาะอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ เต็มไปด้วยสินค้าคุณภาพมากมาย และบริการครบ

วงจรไม่แพ้ Shopee ทั้งการขนส่ง การสั่งซื้อ และระบบการชำระเงินที่ครอบคลุมทั้งหมด แตกต่างที่ใน Lazada จะไม่มีสินค้าประเภทอาหารเพียงเท่านั้น

จากข้อมูลช่องทางออนไลน์ในรูปแบบเว็บไซต์สำเร็จรูปข้างต้น นักวิจัยได้เลือกใช้ LnwShop เป็นเครื่องมือในการพัฒนา เนื่องจากมีระบบหลังบ้านที่สะดวกและง่ายต่อการจัดการของทางกลุ่ม อีกทั้งทางกลุ่มสามารถนำเสนอขายสินค้าใน website เป็นของตัวเอง และนำไปประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย ประชาสัมพันธ์สินค้าให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง และกระจายสินค้าไปสู่ผู้บริโภคอีกช่องทางหนึ่ง

2. โดเมนเนม (Domain Name)

โดเมนเนม หรือ ชื่อโดเมน เป็นชื่อที่ตั้งขึ้นเพื่อให้ง่ายต่อการจดจำ เนื่องจากไอพีแอดเดรสนั้นจดจำได้ยากกว่า และเมื่อการเปลี่ยนแปลงไอพีแอดเดรส ผู้ใช้ไม่จำเป็นต้องรับรู้หรือจดจำไอพีแอดเดรสใหม่ ยังคงใช้โดเมนเนมเดิมได้ต่อไปอักขระที่จะใช้ในการตั้งชื่อโดเมนเนม ได้แก่ ตัวอักษรภาษาอังกฤษ ตัวเลข และ(ยัติภังค์) คั่นด้วย (มหัพภาค) โดยปกติ จะขึ้นต้นด้วยตัวอักษร และลงท้ายด้วยตัวอักษรหรือตัวเลข มีความยาวตั้งแต่ 1 ถึง 63 ตัวอักษร ตัวอักษรตัวใหญ่ A - Z หรือตัวอักษรตัวเล็ก ถือว่าเหมือนกัน

3. เว็บโฮสติ้ง (Web Hosting)

เป็นบริการให้เช่าพื้นที่ในการนำเว็บไซต์มาฝากเพื่อให้เว็บไซต์สามารถออนไลน์บนอินเตอร์เน็ตได้ โดยเป็นการให้บริการแบบเบ็ดเสร็จ คือ ผู้ใช้บริการไม่ต้องยุ่งยากกับระบบเว็บเซิร์ฟเวอร์ เพราะทางผู้ให้บริการ Web Hosting จะเตรียมการทุกอย่างไว้ให้เรียบร้อย แต่ต้องทำการ จดโดเมนก่อนจึงจะมาเช่า Web Hosting เพื่อเก็บเว็บไซต์ (บุญเลิศ อรุณพิบูลย์, 2556)

การวัดระดับความพึงพอใจ

สรชัย พิศาลบุตร (2551) ได้กล่าวถึงการวัดระดับความพึงพอใจของลูกค้า หรือผู้ให้บริการว่าสามารถทำได้ 2 วิธี คือ

1. วัดจากการสอบถามความคิดเห็นของลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ เป็นการวัดระดับความพึงพอใจของลูกค้าหรือผู้ใช้บริการจากการสอบถามความคิดเห็นของลูกค้าหรือผู้ใช้บริการโดยตรง ทำได้โดยกำหนดมาตรวัดระดับความพึงพอใจที่ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพของสินค้าหรือบริการนั้น ๆ และกำหนดเกณฑ์ชี้วัดระดับความพึงพอใจจากผลการวัดระดับความพึงพอใจเฉลี่ยที่ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพของสินค้าหรือบริการนั้น ๆ

2. วัดจากตัวชี้วัดคุณภาพการให้บริการที่กำหนดขึ้น โดยการวัดระดับความพึงพอใจของลูกค้าหรือผู้ใช้บริการจากเกณฑ์ชี้วัดระดับคุณภาพสินค้าหรือบริการที่กำหนดขึ้นนี้อาจใช้เกณฑ์คุณภาพระดับต่าง ๆ ที่กำหนดขึ้นโดยผู้ให้บริการ ผู้ประเมินผลการให้บริการ และมาตรฐานกลาง หรือมาตรฐานสากลของการให้บริการนั้น

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

คณิดา ไกรสันติ และคณะ (2566) ศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อส่งเสริมศักยภาพทางการตลาดของผลิตภัณฑ์กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาเซรามิกดินสามน้ำ ชุมชนบ้านบางกล่ำ อำเภอบางกล่ำ จังหวัดสงขลา ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาเซรามิกดินสามน้ำ มีศักยภาพความพร้อมด้านการบริหารจัดการกลุ่ม แต่ยังมีข้อด้อยในช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า มีความต้องการในการจัดทำเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อเพิ่มช่องทางในการประชาสัมพันธ์ และการจัดจำหน่ายสินค้าทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ใช้ซอฟต์แวร์ LnwShop ซึ่งเป็นซอฟต์แวร์สำเร็จรูปสำหรับบริหารจัดการ

ร้านค้าออนไลน์เพื่อใช้ในการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ แบ่งการทำงานเป็น 2 ส่วน คือ ระบบหน้าร้าน และระบบหลังร้าน ความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 ข้อมูลมีความทันสมัย ครบถ้วนสมบูรณ์ การสืบค้นข้อมูลง่าย สะดวก รวดเร็ว การจัดรูปแบบของเว็บไซต์ มีความสวยงาม ทันสมัย และน่าสนใจ เมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ พบว่า ผู้ใช้บริการเว็บไซต์ที่มีปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้งานแตกต่างกัน อย่างนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ประดิษฐ์ สมจันทร์ (2556) ศึกษาวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพันนา ตำบลพันนา อำเภอสว่างแดนดิน จังหวัดสกลนคร การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาหาแนวทางในการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพันนา ตำบลพันนา อำเภอสว่างแดนดิน จังหวัดสกลนคร ผลการวิจัยพบว่า 1) กลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพันนามีความต้องการเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ข้อมูลและผลิตภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพันนา ให้เป็นที่รู้จักในสังคมมากขึ้น 2) ต้องการช่องทางการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าเพื่อให้ทราบถึงความต้องการของตลาดและนำมาประยุกต์ให้กับผลิตภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาตินั้นตรงกับความต้องการของลูกค้ามากยิ่งขึ้น

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ มี 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 คณะกรรมการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนควนขันบาติก ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 7 คน ได้แก่ ประธานกลุ่ม และสมาชิกกลุ่ม ที่เคยซื้อสินค้าออนไลน์จากแหล่งต่าง ๆ กลุ่มที่ 2 กลุ่มลูกค้าที่ซื้อผลิตภัณฑ์ผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 400 คน เนื่องจากประชากรมีขนาดใหญ่ และไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นขนาดตัวอย่างใช้วิธีการคำนวณจากสูตร ไม่ทราบขนาดตัวอย่างของ W.G. Cochran โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ได้ขนาดตัวอย่าง อย่างน้อย 384 คน เพื่อสอบถามความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนควนขันบาติก

2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล มีทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ดังนี้ ส่วนที่ 1 แบบสัมภาษณ์ คณะกรรมการกลุ่มควนขันบาติก จำนวน 7 คน เพื่อศึกษาระบบการทำธุรกิจของกลุ่ม สำหรับใช้ประกอบการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ส่วนที่ 2 ซอฟต์แวร์ LnwShop ซึ่งเป็นเว็บไซต์สำเร็จรูปสำหรับบริหารจัดการร้านค้าออนไลน์เพื่อใช้ในการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ส่วนที่ 3 แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนควนขันบาติก ตำบลควนขัน อำเภอเมือง จังหวัดสตูล จำนวน 400 ชุด

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล ดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

3.1 ก่อนดำเนินการพัฒนาระบบ ใช้แบบสัมภาษณ์คณะกรรมการกลุ่มควนขันบาติก เพื่อศึกษาระบบการทำธุรกิจของกลุ่ม

3.2 พัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ มีขั้นตอน ดังนี้

1) เก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เพื่อศึกษาระบบการทำธุรกิจของกลุ่มควนขันบาติก สำหรับใช้ประกอบการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

2) วิเคราะห์และออกแบบระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าและจากแบบสัมภาษณ์ มาวิเคราะห์เพื่อออกแบบขั้นตอนทำงานของระบบ ดังภาพที่ 2 แสดงขั้นตอนการทำงานของระบบ (Use case diagram) และออกแบบระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ดังนี้

(1) ระบบหน้าร้าน (Front-End) เป็นระบบที่แสดงรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้า โดยส่วนนี้จะเกี่ยวข้องกับลูกค้า ซึ่งสามารถดูข้อมูลรายละเอียดของสินค้าในเว็บไซต์ สมัครสมาชิก สั่งซื้อสินค้า ตรวจสอบสถานะการสั่งซื้อ และแจ้งการชำระเงินกลับไปยังผู้จำหน่าย

(2) ระบบหลังร้าน (Back-End) เป็นส่วนของการจัดการข้อมูลต่าง ๆ ภายในระบบ โดยส่วนนี้จะเกี่ยวข้องกับผู้ดูแลระบบ ซึ่งสามารถดูข้อมูลรายละเอียดของสินค้าในเว็บไซต์ ตรวจสอบข้อมูลการสมัครสมาชิก จัดการข้อมูลสินค้าในเว็บไซต์ให้ทันสมัยอยู่เสมอ ตรวจสอบข้อมูลสถานะการสั่งซื้อของลูกค้า และเรียกดูรายงานสรุปต่าง ๆ

3) พัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

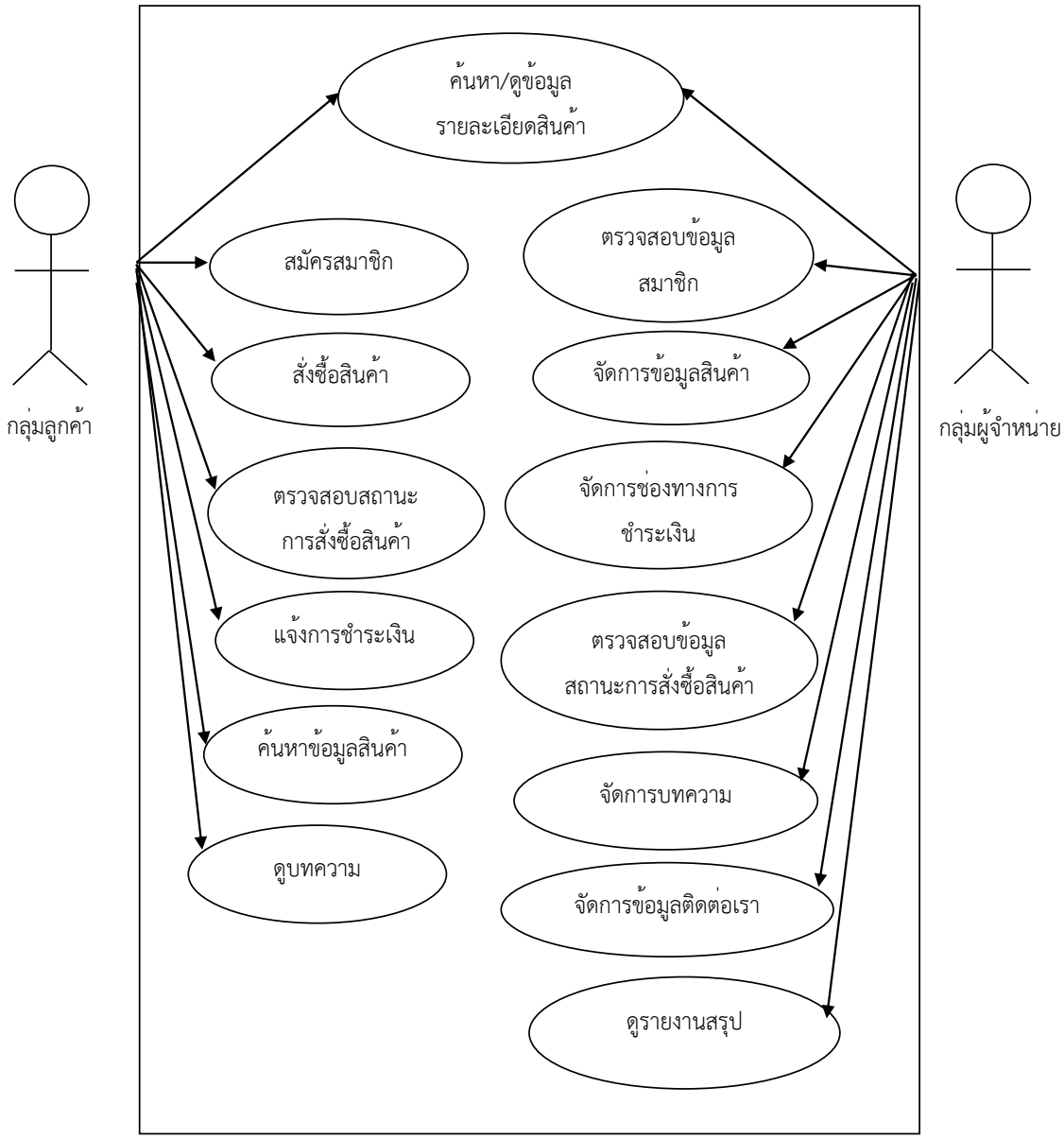
4) นำระบบไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างคณะกรรมการกลุ่มควนขันบาติก

5) ปรับปรุงระบบให้ใช้งานได้จริง

6) จัดทำคู่มือการใช้งานและจัดอภิปรายกลุ่ม เพื่ออธิบายการใช้งานระบบ ถ่ายทอดองค์ความรู้ให้แก่คณะกรรมการกลุ่มควนขันบาติก และนำระบบไปใช้งานจริง

3.3 นำแบบสอบถามความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนควนขันบาติก ตำบลควนขัน อำเภอเมือง จังหวัดสตูล ไปให้กลุ่มลูกค้าที่ซื้อผลิตภัณฑ์ผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ทำการประเมินวัดความพึงพอใจต่อระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ได้พัฒนาขึ้น จำนวน 400 ชุด โดยวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบออนไลน์ ระหว่างวันที่ 1 ตุลาคม 2565 – 30 พฤศจิกายน 2565

4. การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้การวิเคราะห์ทางสถิติจากแบบสอบถามความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนควนขันบาติก ตำบลควนขัน อำเภอเมือง จังหวัดสตูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน



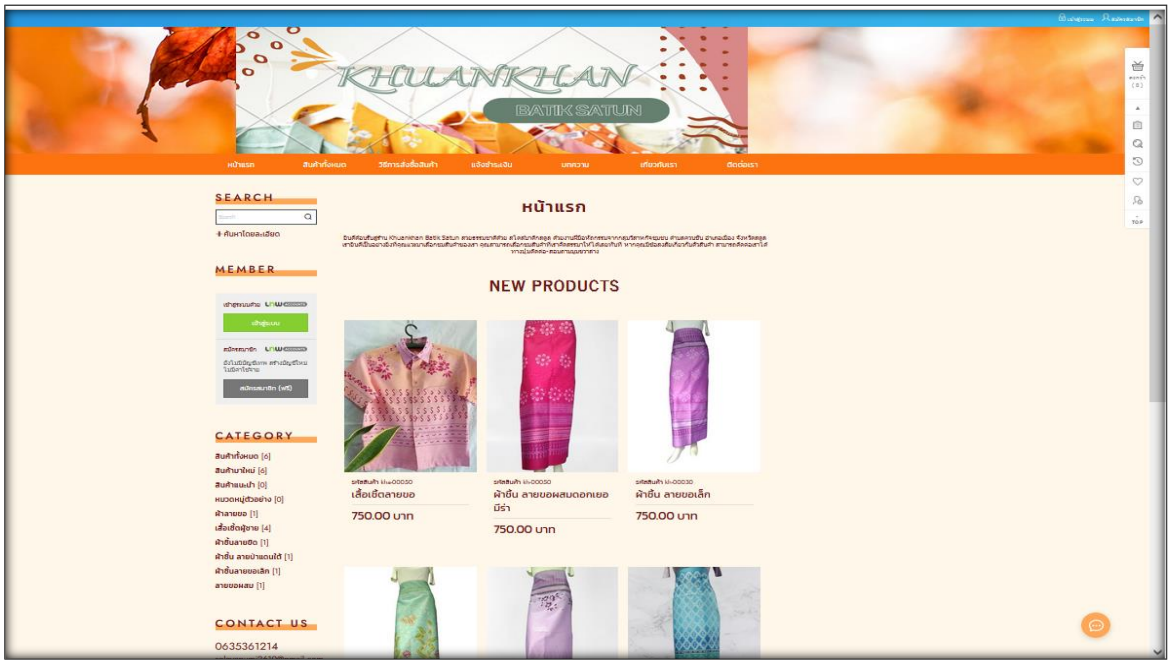
ภาพที่ 2 แสดงขั้นตอนการทำงานของระบบ (Use case diagram)

ผลการวิจัย

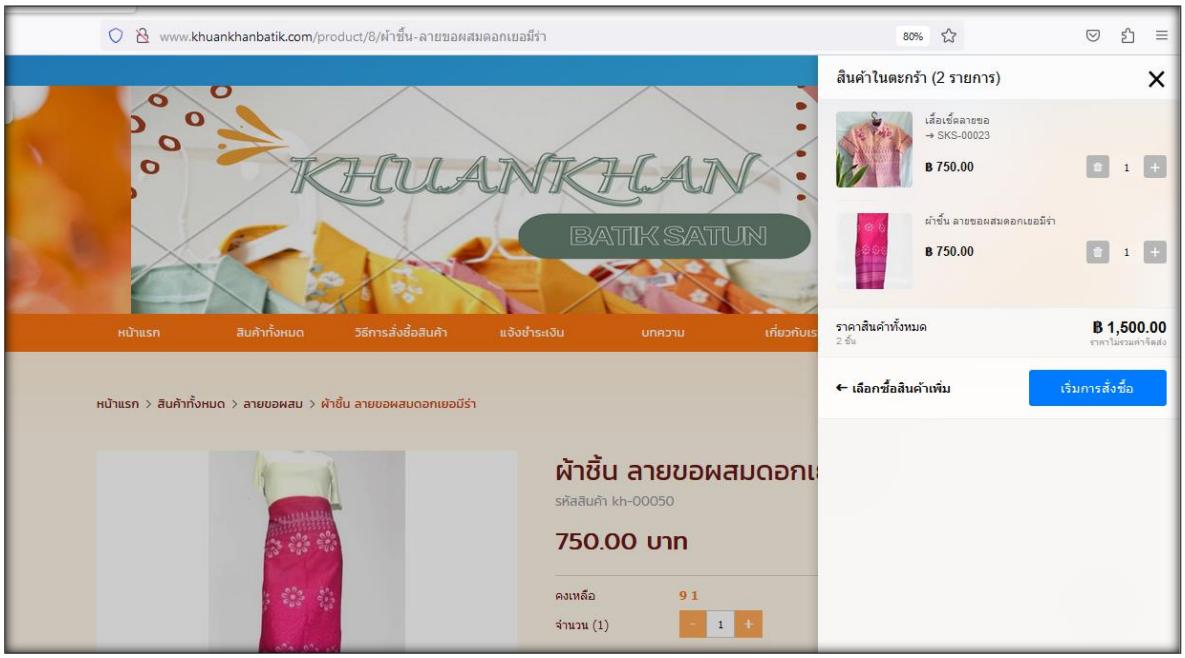
จากการพัฒนาต้นแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนควนขันบาติก ตำบลควนขัน อำเภอเมือง จังหวัดสตูล ชื่อเว็บไซต์ คือ www.khuankhanbatik.com มีการวิเคราะห์และออกแบบขั้นตอนการทำงานของระบบ โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ระบบหน้าร้าน สำหรับกลุ่มลูกค้าเข้าใช้งาน และระบบหลังร้าน สำหรับกลุ่มผู้จัดจำหน่ายหรือผู้ดูแลระบบไว้ใช้จัดการข้อมูล และใช้ LnwShop ซึ่งเป็นเว็บไซต์สำเร็จรูปสำหรับบริหารจัดการร้านค้าออนไลน์เพื่อใช้ในการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ดังภาพที่ 3 แสดงหน้าหลักของเว็บไซต์ ซึ่งในส่วนของหน้าหลัก จะแสดงเมนูหลัก เช่น สินค้าทั้งหมด วิธีการสั่งซื้อสินค้า แจ้งชำระเงิน ตะกร้าสินค้า สมัครสมาชิก เข้าสู่ระบบ สำหรับในส่วนของระบบตะกร้า

สินค้าและการชำระเงิน เมื่อลูกค้าเลือกสินค้าแล้วทำการยืนยันการสั่งซื้อ ระบบก็จะให้ทำการกรอกข้อมูลสำหรับการจัดส่งสินค้า ดังภาพที่ 4 แสดงหน้าตะกร้าสินค้าเพื่อตรวจสอบสินค้าที่จะสั่งซื้อ

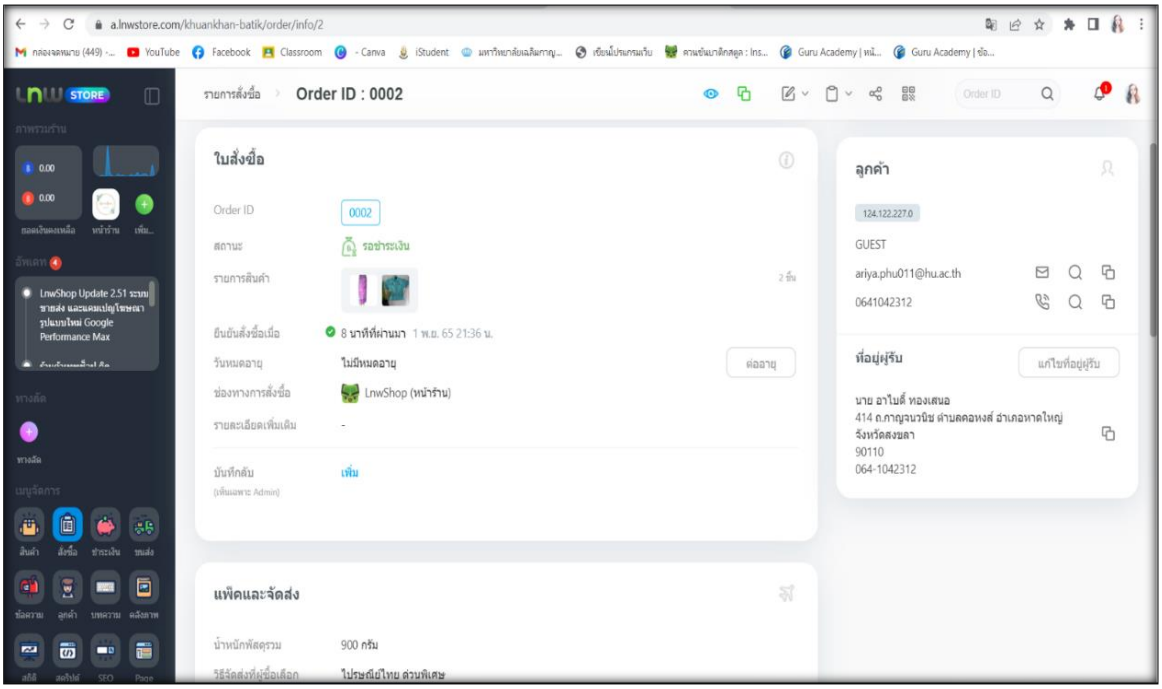
ส่วนการจัดการข้อมูลระบบทั้งหมดจะอยู่ในระบบหลังร้านซึ่งทางผู้จำหน่าย (คณะกรรมการกลุ่ม/ดูแลระบบ) จะต้องทำการล็อคอินเข้าสู่ระบบ ประกอบด้วย การจัดการสินค้า การจัดการส่วนเสริม การจัดการลูกค้า การจัดการระบบ และงานขาย ดังภาพที่ 5 การจัดการข้อมูลหลังร้าน



ภาพที่ 3 แสดงหน้าหลักของเว็บไซต์ www.khuankhanbatik.com



ภาพที่ 4 แสดงหน้าตะกร้าสินค้าเพื่อตรวจสอบสินค้าที่จะสั่งซื้อ



ภาพที่ 5 การจัดการข้อมูลหลังร้าน

สรุปและอภิปรายผล

จากการพัฒนาต้นแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนควนขันบาติก ตำบลควนขัน อำเภอเมือง จังหวัดสตูล มีการวิเคราะห์และออกแบบขั้นตอนการทำงานของระบบ โดยแบ่งการทำงานออกเป็น 2 ส่วน คือ 1) ระบบหน้าร้าน เป็นระบบที่แสดงรายละเอียดที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ภายในร้าน โดยในส่วนนี้จะเป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับลูกค้า สามารถดูรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ สมัครสมาชิก สั่งซื้อผลิตภัณฑ์ ตรวจสอบสถานการณ์สั่งซื้อ และแจ้งการชำระเงินผ่านระบบกลับไปยังผู้จำหน่าย 2) ระบบหลังร้าน เป็นส่วนของการจัดการข้อมูลต่าง ๆ ภายในระบบ ซึ่งในส่วนนี้จะเป็นส่วนของผู้ที่เกี่ยวข้องกับระบบหรือผู้ดูแลระบบ สามารถดูรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ ตรวจสอบข้อมูลการสมัครสมาชิก จัดการรายละเอียดข้อมูลผลิตภัณฑ์ ตรวจสอบสถานะการสั่งซื้อของลูกค้า และดูรายงานสรุปการซื้อขายสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ที่เกิดจากแนวคิดการโอนเงินผ่านทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ และพัฒนาไปเป็นระบบแลกเปลี่ยนข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ โดยสามารถจำแนกตามรูปแบบการปฏิสัมพันธ์กับธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ ธุรกิจแบบบริคและมอร์ต้า เป็นธุรกิจแบบดั้งเดิมที่มีสถานที่หน้าร้านจำหน่ายสินค้าเพียงช่องทางเดียว ธุรกิจแบบคลิกและมอร์ต้า เป็นธุรกิจที่มีร้านค้าแบบบริคและมอร์ต้า และร้านค้าออนไลน์ที่ช่วยสนับสนุนการดำเนินธุรกิจปกติ และธุรกิจแบบคลิกและคลิก เป็นธุรกิจไม่มีสถานที่หรือร้านค้าเพื่อการจำหน่ายสินค้าแต่ติดต่อทางธุรกิจกับลูกค้าจะดำเนินการผ่านเว็บไซต์เท่านั้น (กนกวรรณ กาญจนธานี, 2561) และสอดคล้องกับผลวิจัยของ คณิดา ไกรสันติ และคณะ เรื่อง การพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อส่งเสริมศักยภาพทางการตลาดของผลิตภัณฑ์กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาเซรามิกดินสามน้ำ ชุมชนบ้านบางกล่ำ อำเภอบางกล่ำ จังหวัดสงขลา พบว่ากลุ่มเครื่องปั้นดินเผาเซรามิกดินสามน้ำ มีศักยภาพความพร้อมด้านการบริหารจัดการกลุ่ม แต่ยังมีข้อด้อยในช่องทางการจัดจำหน่วยสินค้า มีความต้องการในการจัดทำเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อเพิ่ม

ช่องทางในการประชาสัมพันธ์ และการจัดจำหน่ายสินค้าทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ใช้ซอฟต์แวร์ LnwShop ซึ่งเป็นซอฟต์แวร์สำเร็จรูปสำหรับบริหารจัดการร้านค้าออนไลน์เพื่อใช้ในการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ แบ่งการทำงานเป็น 2 ส่วน คือ ระบบหน้าร้าน และระบบหลังร้าน มีความพึงพอใจภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 ข้อมูลมีความทันสมัย ครบถ้วนสมบูรณ์ การสืบค้นข้อมูลง่าย สะดวกรวดเร็ว การจัดรูปแบบของเว็บไซต์ มีความสวยงาม ทันสมัย และน่าสนใจ (คณิดา ไกรสันติ และคณะ, 2566) และทำการทดสอบการใช้งานระบบกับกลุ่มผู้จำหน่าย(คณะกรรมการกลุ่ม/ผู้ดูแลระบบ) และได้เก็บรวบรวมข้อมูลผลการประเมินความพึงพอใจการใช้งานจากผู้ที่ได้ทดลองใช้งานระบบจำนวน 400 คน ในช่วงระหว่างวันที่ 1 ตุลาคม 2565 – 30 พฤศจิกายน 2565 โดยแบ่งการประเมินออกเป็น 3 ด้าน คือ ด้านการออกแบบและการจัดรูปแบบ ด้านคุณภาพของเนื้อหา และด้านประสิทธิภาพของระบบ พบว่า มีผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 44 และเพศหญิง จำนวน 224 คน คิดเป็นร้อยละ 56 ความพึงพอใจของผู้ใช้งานเว็บไซต์ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการออกแบบและการจัดรูปแบบ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 ด้านคุณภาพของเนื้อหา อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 ด้านประสิทธิภาพของระบบ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.27 สอดคล้องกับหลักการออกแบบเว็บเพจ ให้ผู้ใช้ใช้งานได้สะดวก มีรูปแบบที่เรียบง่าย ไม่ซับซ้อน และมีความสม่ำเสมอเป็นรูปแบบเดียวกันตลอดทั้งเว็บไซต์ มีความเป็นเอกลักษณ์ เนื้อหาและข้อมูลมีความถูกต้องและสมบูรณ์ มีการปรับปรุงและเพิ่มเติมให้ทันเหตุการณ์อยู่เสมอ มีการออกแบบให้ผู้ใช้เข้าใจง่ายและใช้งานสะดวก (ปิยะดนัย วิเคียน, 2560) และสอดคล้องกับผลวิจัยของ ประดิษฐ์ สมจันทร์ เรื่อง แนวทางการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพันนา ตำบลพันนา อำเภอสว่างแดนดิน จังหวัดสกลนคร พบว่า กลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพันนามีความต้องการเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ข้อมูลและผลิตภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าให้เป็นที่รู้จักในสังคมมากขึ้น และต้องการช่องทางการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าเพื่อให้ทราบถึงความต้องการของตลาดและนำมาประยุกต์ใช้กับผลิตภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าให้ตรงกับความต้องการของลูกค้ามากยิ่งขึ้น (ประดิษฐ์ สมจันทร์, 2561) โดยทางกลุ่มได้นำระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไปประยุกต์ใช้เพื่ออำนวยความสะดวกในการจัดการผลิตภัณฑ์ เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายให้มียอดขายเพิ่มขึ้น และประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างมากขึ้น และเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับกลุ่มอื่น ๆ ต่อไป

ข้อเสนอแนะ

จากการออกแบบและพัฒนาต้นแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนควนขันบาติก ตำบลควนขัน อำเภอเมือง จังหวัดสตูล ควรได้รับการพัฒนาต่อ เพื่อเป็นเว็บไซต์พาณิชย์ที่สมบูรณ์ โดยการนำระบบการจัดส่งสินค้า และระบบการชำระเงินออนไลน์ในรูปแบบต่าง ๆ เข้ามาเสริม และในอนาคตควรมีการเพิ่มเติมในส่วนของข้อมูลที่เป็นภาษาอังกฤษ เพื่อเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสู่ลูกค้าชาวต่างชาติ ให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กนกวรรณ กาญจนธานี. (2561). การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพมหานคร: สหมิตรพัฒนาการพิมพ์.

คณิดา ไกรสันติ, ฐานันท์ ตั้งรุจิกุล, พาฝัน รัตนะ และบุญรัตน์ บุญรัศมี. (2566). การพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อส่งเสริมศักยภาพทางการตลาดของผลิตภัณฑ์กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาเซรามิกดินสามน้ำ ชุมชนบ้านบางกล่ำ อำเภอบางกล่ำ จังหวัดสงขลา. วารสารสังคมศาสตร์และวัฒนธรรม, 7(2), 442-459.

บุญเลิศ อรุณพิบูลย์. (2556). การออกแบบพัฒนาเว็บไซต์. เรียกใช้เมื่อ 30 ธันวาคม 2565 จาก http://www.stks.or.th.

ประดิษฐ์ สมจันทร์. (2561). การพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพันนา ตำบลพันนา อำเภอสว่างแดนดิน จังหวัดสกลนคร. เรียกใช้เมื่อ 30 ธันวาคม 2565 จาก https://www.citethisforme.com/topic-ideas/business-marketing/AGEING-64550275.

ปิยะดนัย วิเคียน. (2560). หลักการออกแบบเว็บไซต์. เรียกใช้เมื่อ 30 ธันวาคม 2565 จาก https://krupiyadanai.wordpress.com.

พรพรรณ รักนิยม. (30 กันยายน 2565). ประวัติความเป็นมาของกลุ่มควนขันบาติก. (นางสาวอารียา ภูมิเวท, ผู้สัมภาษณ์)

พิมลพรรณ อุดมพันธ์. (2560). การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. (พิมพ์ครั้งที่ 1). อุบลราชธานี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี.

ภาวุธ พงษ์วิทยภานุ. (2556). e-Commerce “สุดยอดช่องทางรวย ทุนน้อย ทำง่าย สร้างรายได้ 24 ชั่วโมง”. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น.

สรชัย พิศาลบุตร. (2551). การวิจัยตลาด. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพมหานคร: วิทยพัฒน์.

แอลเอ็นดับเบิ้ลยูช็อป. (2565). คู่มือ LnwShop หน้าเดียวจบ. เรียกใช้เมื่อ 30 ธันวาคม 2565 จาก https://www.lnwshop.com/.