

การขยายช่องทางการตลาดออนไลน์สินค้าหัตถกรรมชุมชน ตำบลมะขุนหวาน อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่โดยใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ Expanding Online Market Channel for Community Handicrafts Product of Makhunwhan Sub-District, Sanpatong District, Chiang Mai Province by Using E-Commerce System

จารุณี ภัทรวงษ์ธนา^{1*}

¹ภาควิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น
เลขที่ 120 ถนนมหิดล ตำบลหายยา อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 50100

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับขยายช่องทางการตลาดออนไลน์สินค้าหัตถกรรมชุมชน ตำบลมะขุนหวาน อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่โดยใช้กระบวนการวิจัยและพัฒนาแบบผสมผสาน ด้านงานวิจัยเชิงคุณภาพเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก รูปแบบที่มีโครงสร้าง เลือกรับทราบในการสัมภาษณ์แบบเจาะจง ประกอบด้วยเจ้าของกิจการที่จำหน่ายสินค้าหัตถกรรมชุมชน ตำบลมะขุนหวาน จำนวน 2 ราย ประเด็นสัมภาษณ์ได้แก่ การจัดจำหน่ายสินค้ารูปแบบเดิม ประสบการณ์ในการจัดส่งสินค้า ความเป็นไปได้ของการจัดจำหน่ายสินค้าออนไลน์ และความต้องการระบบออนไลน์ หลังจากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้วยโปรแกรมโอเพนซอร์ส จูมล่าลายไทย และประเมินผลการใช้งานระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์โดยใช้แบบสอบถามกับผู้เชี่ยวชาญ เจ้าของกิจการ และผู้ใช้งานทั่วไป จำนวน 20 คน

ผลการสัมภาษณ์พบว่า การจัดจำหน่ายสินค้าแบบเดิมคือ เข้ามาสั่งซื้อจากร้านค้าภายในชุมชน หรือในกรณีที่เคยติดต่อกันใช้วิธีสั่งซื้อทางโทรศัพท์ เจ้าของกิจการทำการจัดส่งสินค้าผ่านทางไปรษณีย์ ในส่วนของการจัดทำร้านค้าออนไลน์มีความเป็นไปได้เนื่องจากเจ้าของกิจการและบุตรหลานสามารถใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตในการสื่อสารได้ ความต้องการในด้านการพัฒนาระบบประกอบด้วย การนำเสนอสินค้า วิธีการสั่งซื้อ วิธีการจัดส่งสินค้าที่ชัดเจน ด้านการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ประกอบด้วย เว็บไซต์หลักในการแนะนำร้านค้าและเว็บไซต์จำหน่ายสินค้าที่พัฒนาจากซอฟต์แวร์ CMS (Content Management

* ผู้เขียนหลัก
อีเมล: jarunee@feu.edu



System) โดยใช้ภาษา PHP และฐานข้อมูล MySQL เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ประกอบด้วย การนำเสนอสินค้า การขายสินค้าผ่านทางร้านค้าออนไลน์ ส่วนของผู้ดูแลระบบ ประกอบด้วยระบบการจัดการร้านค้าและสินค้า การประเมินผลการใช้งานระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สรุปผลโดยใช้ค่าเฉลี่ยเลขคณิต โดยใช้เกณฑ์ของการแปลความหมายแบบการใช้ขอบเขตที่แท้จริง จากผู้ใช้งาน 3 กลุ่มได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญเจ้าของกิจการ และผู้ใช้งานทั่วไป พบว่า ผลการประเมินด้านเนื้อหาของเว็บไซต์เท่ากับ 4.40 จัดอยู่ในระดับดี ผลการประเมินด้านการออกแบบเว็บไซต์ เท่ากับ 4.26 จัดอยู่ในระดับดี ผลการประเมินด้านกระบวนการทำงานของระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เท่ากับ 4.40 จัดอยู่ในระดับดี

คำสำคัญ

ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สินค้าหัตถกรรมชุมชน

Abstract

The objective of this research is development e-commerce system for expanding online market channel for handicrafts product of Makhunwhan Sub-District, Sanpatong District, Chiang Mai Province. The research and development process using mixed methods. The qualitative research data was collected using in-depth interviews, semi-structured format. To choose population is purposive type interviews include two owner of handicrafts shop in the Makhunwhan district. Issues interviews are sales style of traditional products , experienced delivery, the possibility of distribution online and needs online. Then the data acquired with application development, electronic commerce using open source Joomla Laithai and evaluate the use of electronic commerce by questionnaire with stakeholders 20 people.

The result of interviews found that in the past, customer was to purchase from a store within the community or order by phone whenever been dealing. The owners will delivery by Thai post office. The online store development is possibility because the owners and their children can use the Internet to communicate. System requirements include presented products, how to buy, how to deliver clear. The electronic commerce system development consists of website to recommended shops and product sales website developed by CMS software, using PHP and database MySQL. E-commerce websites include product presentation, online store. The administrator part contains stores management system and products. The result of evaluated the use electronic commerce system using the arithmetic mean using the Exact Limits criteria to interpret. Results of the evaluation by three groups of users are experts, owner and user found evaluation of the content is 4.40 is a good level, evaluation of site design 4.26 is a good level and evaluation of process of the electronic commerce is 4.40 is a good level.

Keywords

E-Commerce System, Handicrafts Product

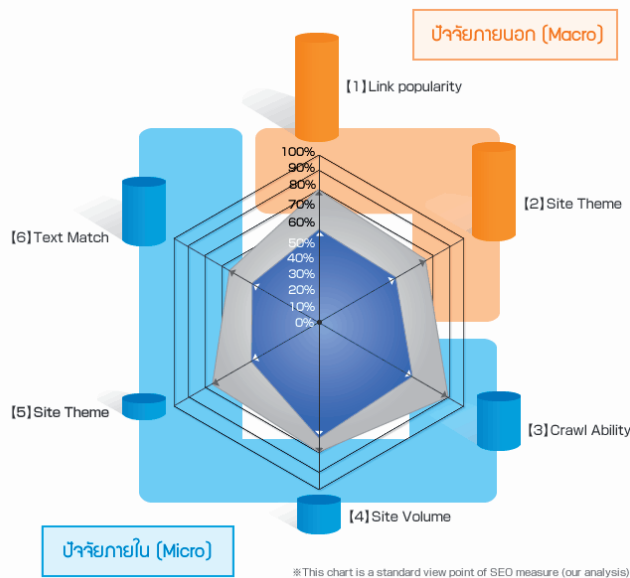
บทนำ

ปัจจุบันเป็นยุคที่มีการแข่งขันสูงในด้านธุรกิจ และเป็นยุคที่มีการติดต่อสื่อสารแบบไร้พรมแดน การตลาดออนไลน์จึงเป็นทางเลือกใหม่ที่ใช้ช่วยในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ธุรกิจ เนื่องจากการตลาดออนไลน์ สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ในเวลาอันรวดเร็ว สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้แบบเฉพาะเจาะจง และสามารถเข้าถึงลูกค้าได้ทั่วโลก ที่สำคัญราคาค่าโฆษณาต่ำเมื่อเทียบกับการโฆษณาประชาสัมพันธ์แบบอื่น สามารถช่วยให้ผู้ขายประหยัดค่าใช้จ่าย และสามารถให้บริการลูกค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง โดยใช้เครือข่ายอินเทอร์เน็ตหรือที่เรียกว่าตลาดออนไลน์มาช่วยเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าหรือบริการให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น

ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าเป็นอีกหนึ่งองค์ประกอบที่สำคัญของส่วนประสมทางการตลาด สำหรับในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การจัดการช่องทางจำหน่ายสินค้าจะแตกต่างจากช่องทางการจัดจำหน่ายปกติ เนื่องจากเทคโนโลยีบนเว็บช่วยให้ผู้ผลิตสามารถติดต่อซื้อ-ขายสินค้าได้โดยตรงโดยไม่ต้องผ่านพ่อค้าคนกลาง นับเป็นวิธีที่สะดวกและช่วยลดต้นทุนค่านายหน้า ตลอดจนองค์กรสามารถรับรู้ความต้องการของลูกค้าได้ดีขึ้น (ทวีศักดิ์ กาญจนสุวรรณ, 2552, 123) ประเทศไทยกำลังก้าวเข้าสู่ประชาคมอาเซียนซึ่งนักวิเคราะห์หลายคนเชื่อจะก่อให้เกิดทั้งผลดีและผลเสียต่อระบบเศรษฐกิจ ฉะนั้นพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อาจเป็นอีกทางออกหนึ่งที่ช่วยรับมือกับผลกระทบที่จะเกิดขึ้นในอนาคตได้ (ปริศนา เพชรบุญนิน, 2556, 43-44) โดยที่แรงผลักดันให้มีการพัฒนาการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เกิดจากความต้องการประสบความสำเร็จของธุรกิจ ซึ่งความสำเร็จของธุรกิจไม่ได้ขึ้นอยู่กับการดำเนินงานภายในองค์กรอย่างเดียว แต่ยังขึ้นอยู่กับปัจจัยอื่น เช่น สภาพเศรษฐกิจ สังคม คู่แข่ง และเทคโนโลยีเป็นต้น ซึ่งจำแนกแรงผลักดันให้มีการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ออกเป็น 2 ประการ คือ การปฏิวัติสู่ยุคดิจิทัล และสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ (ทวีศักดิ์ กาญจนสุวรรณ, 2552, 7-9)

การพัฒนาพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้ประสบผลสำเร็จจำเป็นต้องมีการทำการตลาดผ่านเครื่องมือค้นหาบนอินเทอร์เน็ต (Search Engine Marketing) หรือ "SEM" ซึ่งเป็นการผสมคำกันระหว่างคำว่า "Search Engine" หมายถึงเครื่องมือค้นหาบนอินเทอร์เน็ต และคำว่า "Marketing" หรือ การตลาด ดังนั้นคำว่า "SEM" หรือ "Search Engine Marketing" จึงหมายถึง "การทำการตลาดผ่านเครื่องมือค้นหาบนอินเทอร์เน็ต" การทำการตลาดผ่านเครื่องมือค้นหาบนอินเทอร์เน็ตประกอบไปด้วยในส่วนของ Paid Search หรือ Search Advertising ซึ่งเป็นส่วนของโฆษณาที่มีค่าใช้จ่ายเป็นรายคลิกในรูปแบบของ PPC (Pay Per Click) และในส่วนของ Organic Search หรือ Natural Search ซึ่งเป็นส่วนผลการค้นหาจากระบบของ Search Engine โดยเรียกการทำการตลาดในส่วนนี้ว่า SEO (Search Engine Optimization) การทำการตลาดผ่านเครื่องมือค้นหาบนอินเทอร์เน็ตเป็นการทำการตลาดออนไลน์บน Search Result Page โดยการทำโปรโมชันกับ

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายซึ่งเป็นผู้ใช้งาน Search Engine เพื่อให้รู้จักเว็บไซต์สินค้าหรือบริการและนำมาซึ่งยอดผู้ใช้เว็บไซต์และเพิ่มโอกาสในการขายสินค้าและบริการให้มากยิ่งขึ้น เนื่องจากในปัจจุบันมีเว็บไซต์อยู่มากมาย การทำการตลาดผ่านเครื่องมือค้นหาบนอินเทอร์เน็ตจึงมีบทบาทสำคัญที่จะช่วยให้เว็บไซต์แข่งขันกับคู่แข่งได้ อีกทั้งการทำการตลาดผ่านเครื่องมือค้นหาบนอินเทอร์เน็ต ยังเป็นการทำการตลาดที่มีประสิทธิภาพและตรงเป้าหมาย เพราะในการค้นหาข้อมูลในแต่ละครั้งของผู้ใช้ Search Engine จำเป็นต้องใช้คำสำคัญ (Keyword) เป็นตัวกำหนดขอบเขต เมื่อป้อน Keyword ลงในช่องค้นหา Search Engine จะประมวลผลและแสดงออกมาเป็นรายการของเว็บไซต์ที่มีเนื้อหาตรงกับ Keyword นั้นๆ ไว้ในหน้าแสดงผลการค้นหา (Search Result Page) หากเว็บไซต์อยู่ในอันดับที่ดีมากเท่าไร ก็จะเพิ่มโอกาสให้มีคนเปิดเข้าไปดูมากขึ้นเท่านั้น และนำมาซึ่งยอดผู้ใช้บริการหรือยอดขายที่เพิ่มมากขึ้น การทำ "SEO" หรือ "Search Engine Optimization" คือ วิธีการปรับแต่งเว็บไซต์ซึ่งรวมถึงการปรับปรุงเนื้อหาและการเพิ่มลิงก์ที่มีคุณภาพมายังเว็บไซต์ เพื่อให้เว็บไซต์ติดอยู่ในอันดับต้นๆ บน Search Result Page หรือหน้าแสดงผลการค้นหาของ Search Engine อาทิ Google, Yahoo!, Bing เป็นต้น การให้คะแนนนั้นขึ้นอยู่กับกฎเกณฑ์ของแต่ละ Search Engine ได้กำหนดขึ้น จึงเรียกวิธีที่การปรับแต่งเว็บไซต์ให้ติดอยู่ในอันดับต้นๆ บนหน้าผลการค้นหาว่า "SEO" หรือ "Search Engine Optimization" ระบบการจัดอันดับการแสดงผลใน Search Result Page มีชื่อเรียกว่า อัลกอริทึม (Algorithm) แต่ละ Search Engine จะมีระบบ Algorithm ที่แตกต่างกันและจะมีการปรับปรุงให้ทันสมัยอยู่เสมอๆ จึงจำเป็นต้องสร้างเว็บไซต์ให้มีคุณภาพตาม Algorithm เพื่อให้เว็บไซต์สามารถทำอันดับได้ดีมากที่สุด



ภาพที่ 1: แสดงมุมมองมาตรฐานของการวัด SEO
ที่มา: อาณัติไทยแลบบอราทอรี่ส์, ม.ป.ป.

สามารถสรุป Algorithm ที่ใช้ในการจัดอันดับเว็บไซต์ได้เป็น 2 ปัจจัย คือ 1) ปัจจัยภายใน (On-page / Micro) เช่น โครงสร้างของเว็บไซต์ ความเร็วในการโหลดหน้าเว็บไซต์ จำนวนหน้าภายในเว็บไซต์ คุณภาพและปริมาณของเนื้อหา การเลือกใช้ Keyword และการวางประโยคในส่วนต่างๆ 2) ปัจจัยภายนอก (Off-Page / Macro) เช่น ปริมาณลิงค์จากเว็บไซต์อื่น (Backlinks) รวมทั้งเนื้อหาและคุณภาพของลิงค์จากเว็บไซต์อื่นที่เชื่อมโยงมายังเว็บไซต์ที่พัฒนาขึ้น โดยส่วนมากแล้ว วิธีการสำหรับการทำ SEO ให้ประสบความสำเร็จมากที่สุด ประกอบด้วยวิธีการต่างๆ ดังนี้ 1) การปรับปรุงโครงสร้างเว็บไซต์ให้เป็นมิตรกับ Search Engine และผู้ใช้ เช่น การเลือกใช้โครงสร้างเมนูและ URL ที่ Search Engine สามารถอ่านได้ง่าย การทำหน้าเว็บไซต์ให้โหลดได้รวดเร็ว เป็นต้น 2) การใส่ Keyword เป้าหมายอย่างพอเหมาะในส่วนที่มีความสำคัญต่างๆ ภายในเว็บไซต์ เช่น Title Tag, Meta Description, H1 tag, H2 tag, เนื้อหาส่วนที่เป็น Plain Text ควรหลีกเลี่ยงการใช้ Keyword ซ้ำๆ กันเป็นจำนวนมากเพื่อไม่ให้ Keyword Spam หรือ Keyword Stuffing 3) การเพิ่มเติมเนื้อหาที่มีคุณภาพในหน้าที่ทำ SEO และสร้างหน้าเว็บใหม่ๆ ขึ้นมา โดยเนื้อหาต้องเขียนขึ้นเอง ไม่คัดลอกมาจากที่อื่น ให้ข้อมูลที่เจาะลึกและมีประโยชน์เพื่อเป็นเนื้อหาที่มีคุณภาพมากที่สุดในสายตาของ Search Engine 4) การปรับปรุงเว็บไซต์ให้ทันสมัยอย่างสม่ำเสมอ อาจทำได้โดยการเพิ่มบทความ ข่าวสาร โปรโมชัน หรือผลงาน เป็นต้น 5) การเพิ่ม Backlinks จากเว็บไซต์อื่นที่มีความน่าเชื่อถือและมีเนื้อหาหรือบริบทเกี่ยวข้องกับเว็บไซต์หรือ Keyword ของเว็บไซต์อย่างค่อยเป็นค่อยไป ควรทยอยเพิ่มไปเรื่อยๆ เพื่อให้ดูเป็นธรรมชาติ ป้องกันการโดนปฏิเสธจาก Search Engine โดยเฉพาะจาก Google (อาอูนไทยแลบบอราทอรี่ส์, ม.ป.ป.)

ในชุมชนหลายแห่ง มีสินค้าที่เป็นงานหัตถกรรมพื้นบ้านของชุมชนที่มีคุณภาพและมีคุณค่าเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน เป็นแหล่งรายได้สำหรับชุมชน เนื่องจากใช้แรงงานและองค์ความรู้ที่เกิดจากในชุมชน ในด้านการจัดจำหน่าย ชุมชนส่วนใหญ่ยังขาดช่องทางการตลาดโดยเฉพาะช่องทางการตลาดออนไลน์ ซึ่งยังไม่เป็นที่รู้จักในชุมชนพื้นบ้าน ทำให้สินค้าหัตถกรรมพื้นบ้านของชุมชนยังไม่เป็นที่รู้จักกันอย่างกว้างขวาง ส่งผลให้การหารายได้จากผลิตภัณฑ์ชุมชนไม่สามารถหารายได้ที่ยั่งยืน เศรษฐกิจชุมชนยังไม่สามารถเจริญเติบโตอย่างมีคุณภาพ

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจทำโครงการวิจัยการขยายช่องทางการตลาดออนไลน์สินค้าหัตถกรรมชุมชน ตำบลมะขุนหวาน อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ขึ้นโดยมีกรอบของการวิจัยที่ครอบคลุมการจัดทำระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้แก่ชุมชน รวมถึงการสร้างควมยั่งยืนให้แก่ชุมชนด้วยการจัดการอบรมวิธีการใช้และการพัฒนาต่อยอดให้แก่ชุมชนเพื่อให้ชุมชนสามารถพัฒนาต่อยอดในอนาคตได้หลังจากจบโครงการวิจัย

วัตถุประสงค์

เพื่อพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับขยายช่องทางการตลาดออนไลน์สินค้าหัตถกรรมชุมชน ตำบลมะขุนหวาน อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่

วิธีการวิจัย

วิธีการวิจัยออกมี 4 ขั้นตอนดังนี้

1. ขั้นตอนที่ 1 ขั้นตอนของการศึกษาและรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วยกระบวนการย่อย ดังนี้

- 1.1 การค้นคว้าเชิงเอกสารที่เป็นงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

- 1.2 การศึกษาระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ประเด็นในการศึกษาเพื่อสำรวจสินค้าหัตถกรรมชุมชน เก็บรวบรวมข้อมูล โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก รูปแบบกึ่งมีโครงสร้าง เลือกประชากรในการสัมภาษณ์แบบเจาะจง ประกอบด้วยเจ้าของกิจการที่จำหน่ายสินค้าหัตถกรรมชุมชน ตำบลมะขุนหวาน จำนวน 2 ราย โดยมี ประเด็นสัมภาษณ์ ได้แก่ การจัดจำหน่ายสินค้ารูปแบบเดิม ประสบการณ์ในการจัดส่งสินค้า ความเป็นไปได้ของการจัดจำหน่ายสินค้าออนไลน์ และความต้องการระบบออนไลน์

2. ขั้นตอนที่ 2 ขั้นพัฒนาระบบ โดยเริ่มจากปฏิบัติการถอดบทเรียน โดยให้นักศึกษามีส่วนร่วมในการวิเคราะห์ข้อมูลสินค้า การจัดแบ่งหมวดหมู่สินค้า การปรับแต่งสินค้าและการนำเข้าสู่ข้อมูลสินค้าเข้าสู่ระบบ ประกอบด้วยกระบวนการย่อยดังนี้

- 2.1 เก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากเครื่องมือทุกประเภททั้งกล้องถ่ายรูป แบบสัมภาษณ์ การสังเกต แบบบันทึกพิเศษที่ได้วิเคราะห์และสรุปเบื้องต้น และจากเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้องนำมาจำแนกข้อมูลออกเป็น หมวดหมู่ตามประเด็นที่ทำการศึกษา

- 2.2 ออกแบบโครงสร้างของเว็บไซต์ทั้งในส่วนหลัก และเว็บไซต์ในการจัดจำหน่ายสินค้า

- 2.3 จัดทำระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ตามโครงสร้างของเว็บไซต์

- 2.4 ทดสอบระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์โดยให้นักศึกษามีส่วนร่วมในการทดสอบระบบการใช้งาน

- 2.5 จัดกิจกรรมฝึกอบรมการบริหารจัดการระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อสร้างความยั่งยืนในการขยายช่องทางการตลาดโดยใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้แก่ชุมชนโดยนักศึกษามีส่วนร่วมในการเป็นผู้ช่วยวิทยากรในการจัดอบรม

3. ขั้นตอนที่ 3 ขั้นตอนของการทำการตลาดออนไลน์ ประกอบด้วยกระบวนการย่อยดังนี้

- 3.1 วิเคราะห์ Keyword เว็บไซต์ ผ่าน Google Keyword Tool สำหรับการทำการปรับแต่ง SEO โดยใช้ปัจจัยภายใน (SEO On-Page)

- 3.2 สร้าง Site Map ผ่านเว็บไซต์ <http://www.xml-sitemaps.com/> เพื่อให้สะดวกต่อการเข้าถึงของ Search Engine

- 3.3 สร้างไฟล์ ไรบอต (Robot) เพื่อให้ Search Engine มาเก็บข้อมูลในหน้าเว็บไซต์

- 3.4 ลงทะเบียนเว็บไซต์ (Add URL) ไปยังเว็บไซต์ Search Engine เพื่อให้เว็บไซต์ถูกเก็บไว้ในระบบ

4. ขั้นตอนที่ 4 ประเมินผลการใช้งานเว็บไซต์จากผู้ใช้งานผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญเจ้าของกิจการและผู้ใช้งานทั่วไป จำนวน 20 คนโดยใช้แบบสอบถามแบบมาตราประมาณค่า (Rating Scale) โดยแบ่งระดับความคิดเห็นเป็น 5 ระดับ

ผลการวิจัย

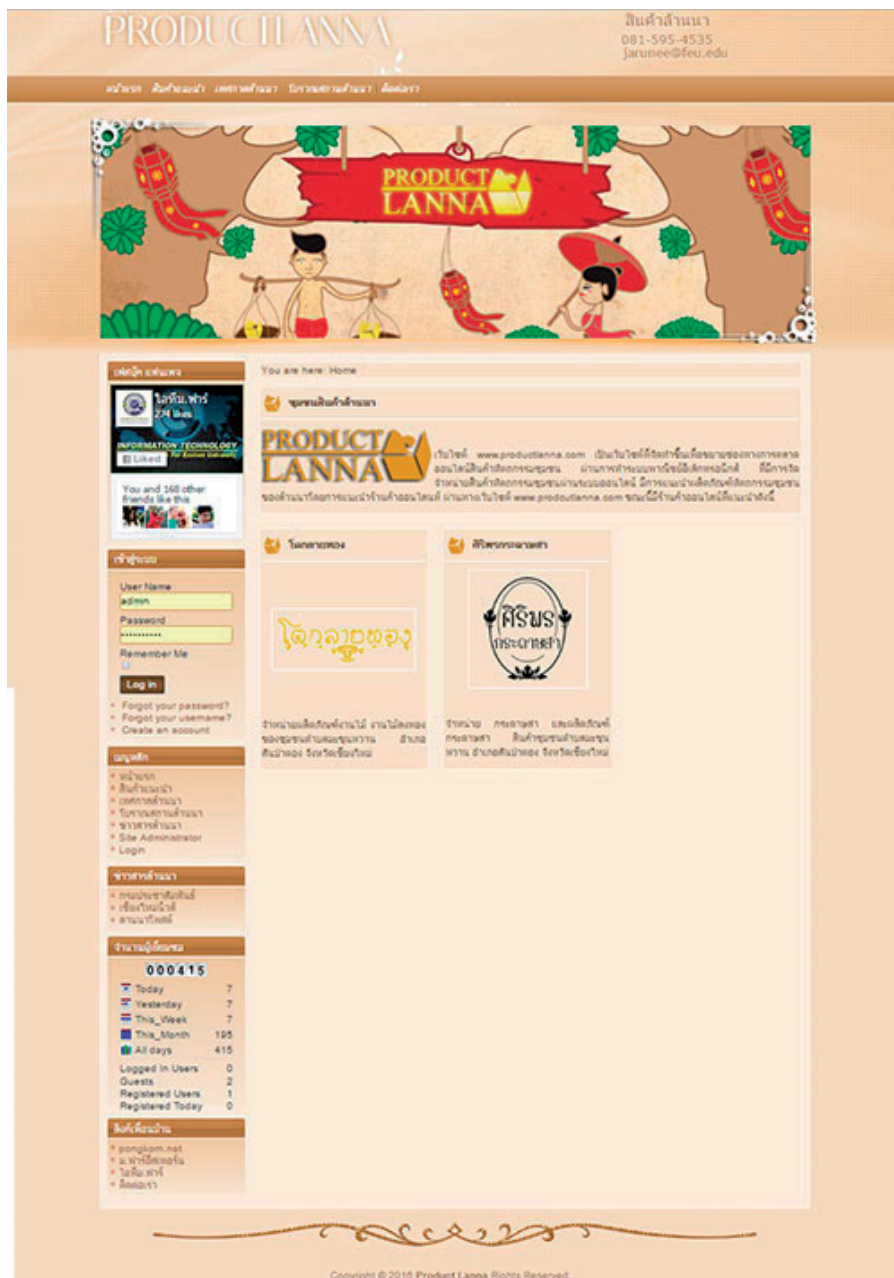
1. ผลจากการสัมภาษณ์เจ้าของกิจการที่จำหน่ายสินค้าหัตถกรรมชุมชนตำบลมะขูนหวาน ดังภาพที่ 1

ตารางที่ 1

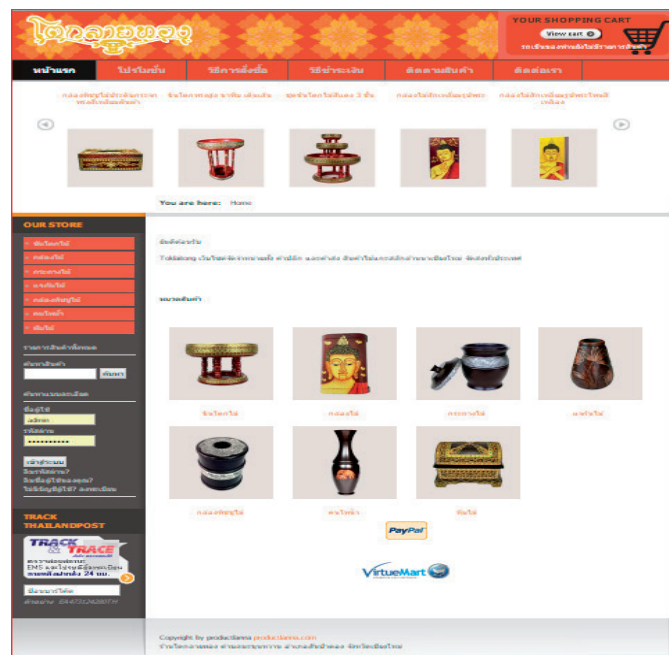
สรุปผลการสัมภาษณ์เจ้าของกิจการ

ลำดับที่	ประเด็นการสัมภาษณ์	ร้านศิริพรกระดาศา	ร้านโตกलयทอง
1.	การจัดจำหน่ายสินค้ารูปแบบเดิม	- จัดจำหน่ายภายในแหล่งผลิต - การสั่งซื้อผ่านทางโทรศัพท์ - การออกงานตามสถานที่ต่างๆ เช่น งานโอท็อป	- จัดจำหน่ายภายในแหล่งผลิต และในร้านค้าชุมชน - อำเภอสันป่าตอง
2.	ประสบการณ์ในการจัดส่งสินค้า	- ลูกค้ารับเอง - จัดส่งทางบริษัทขนส่ง	- ลูกค้ารับเอง - จัดส่งทางไปรษณีย์
3.	ความเป็นไปได้ของการจัดจำหน่ายสินค้าออนไลน์	- สินค้าประกอบด้วยกระดาศา และผลิตภัณฑ์จากกระดาศา สามารถจำหน่ายผ่านระบบออนไลน์ได้	- สินค้าประกอบด้วยขันโตกไม้ กล้องไม้ไผ่ของ และพานไม้สามารถจำหน่ายผ่านระบบออนไลน์ได้
4.	ความต้องการระบบออนไลน์	- ต้องการเนื่องจากคิดว่าน่าจะเป็นการเพิ่มช่องทางในการจัดจำหน่ายสินค้าได้	- ต้องการเนื่องจากคิดว่าน่าจะเป็นการเพิ่มช่องทางในการจัดจำหน่ายสินค้าได้

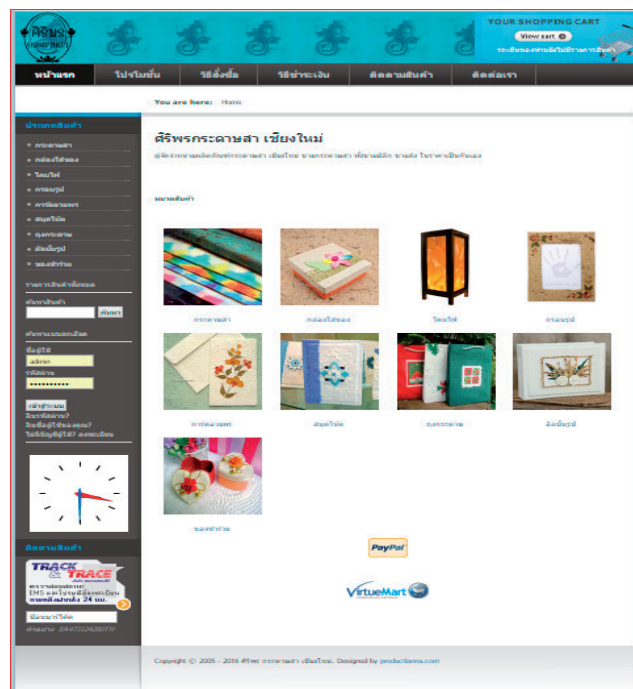
2. ผลลัพธ์ด้านการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ประกอบด้วยหน้าเว็บไซต์หลักและหน้าเว็บไซต์ร้านค้า ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2: แสดงหน้าเว็บไซต์หลักในการแนะนำร้านค้าออนไลน์ (www.productlanna.com)

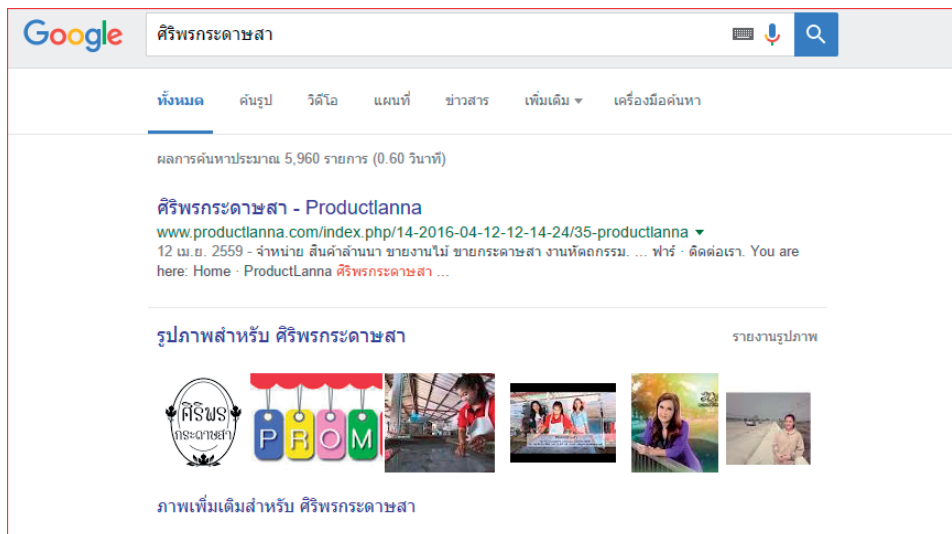


ภาพที่ 3: หน้าเว็บไซต์ร้านค้าออนไลน์ในการจำหน่ายสินค้าผลิตภัณฑ์จากไม้ (โตกลายทอง)
(www.productlanna.com/toklaitong)

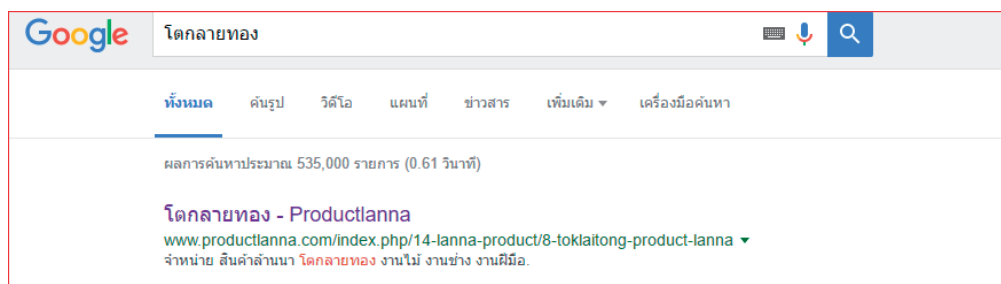


ภาพที่ 4: แสดงหน้าเว็บไซต์ร้านค้าออนไลน์ในการจำหน่ายสินค้าผลิตภัณฑ์จากกระดาษสา (ศิริพรกระดาษสา) (www.productlanna.com/siriporn)

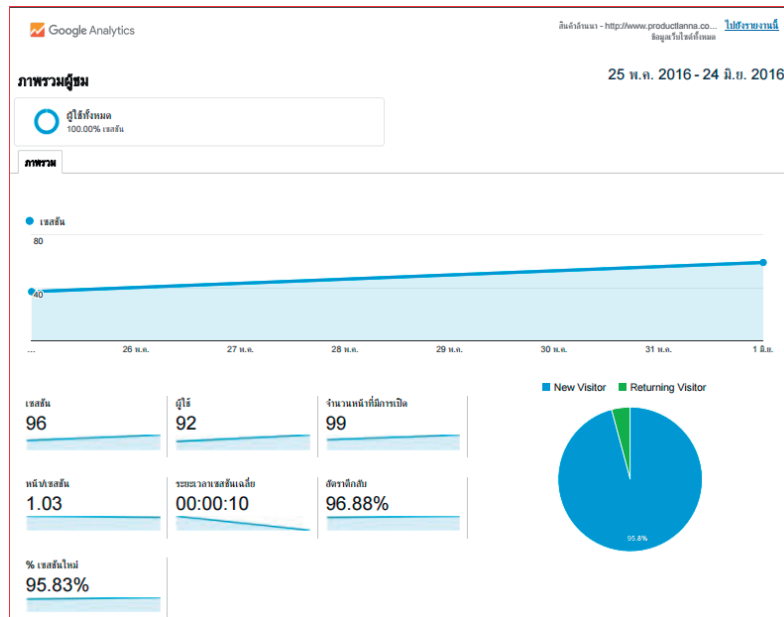
3. ผลการดำเนินงานในส่วนของการตลาดออนไลน์ประกอบด้วย ผลของการค้นหาจาก Keyword ที่ระบุไว้ในกระบวนการของการทำ SEO ดังภาพที่ 5 – ภาพที่ 7



ภาพที่ 5 : แสดงผลการค้นหาโดยใช้ Keyword ศิริพระดาสา



ภาพที่ 6 : แสดงผลการค้นหาโดยใช้ Keyword ศิริพระดาสา



ภาพที่ 7: แสดงผลการเข้าใช้งานเว็บไซต์จาก Google Analytic

4. ผลการประเมินโครงการวิจัยการขยายช่องทางการตลาดออนไลน์สินค้าหัตถกรรมชุมชน ตำบลมะขุนหวาน อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่โดยใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยแบ่ง ผลประเมินออกเป็น 4 ด้านได้ผลดังนี้

4.1 ผลการประเมินด้านเนื้อหาของเว็บไซต์ พบว่า เนื้อหามีความชัดเจน ถูกต้อง คิดเป็น 4.20 การจัดหมวดหมู่ของเนื้อหาสะดวกต่อการค้นหา คิดเป็น 4.60 ความถูกต้องในการเชื่อมโยงภายในเว็บไซต์ คิดเป็น 4.60 ความถูกต้องในการเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์อื่น คิดเป็น 4.60 ความเหมาะสมของช่องทางการติดต่อสอบถามและให้ข้อเสนอแนะ คิดเป็น 4.00

4.2 ผลการประเมินด้านการออกแบบเว็บไซต์ พบว่า การจัดรูปแบบในเว็บไซต์ง่ายต่อการอ่าน และการใช้งาน คิดเป็น 4.60 หน้าหลักของเว็บไซต์มีความสวยงาม มีความทันสมัย น่าสนใจ คิดเป็น 4.00 สีที่ใช้ในการออกแบบเว็บไซต์มีความเหมาะสม คิดเป็น 4.20 สีพื้นหลังกับสีตัวอักษรมีความเหมาะสมต่อการอ่าน คิดเป็น 4.20 ขนาดตัวอักษร และรูปแบบตัวอักษร มีความสวยงามและอ่านได้ง่ายคิดเป็น 4.20 ความเร็วในการแสดงผล ภาพ ตัวอักษร และข้อมูลต่างๆคิดเป็น 4.20 ภาพประกอบสามารถสื่อความหมายได้ คิดเป็น 4.40

4.3 ผลการประเมินด้านกระบวนการระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ พบว่า ชื่อสินค้าและราคา มีความถูกต้อง ชัดเจน คิดเป็น 4.40 การจัดหมวดหมู่ของสินค้าสะดวกต่อการค้นหา คิดเป็น 4.40 ความสะดวกในการเรียกดูสินค้า คิดเป็น 4.40 ขั้นตอนการสั่งซื้อมีความชัดเจน คิดเป็น 4.20 ขั้นตอนการชำระเงินมีความชัดเจน คิดเป็น 4.00 ขั้นตอนการสมัครสมาชิกมีความสะดวก คิดเป็น 4.60 แคตตาล็อกสินค้า

มีถูกต้อง คิดเป็น 4.60 การสั่งซื้อสินค้ามีความถูกต้อง คิดเป็น 4.60 การตรวจสอบสถานะของสินค้าที่จัดส่ง มีความสะดวก คิดเป็น 4.40 ระบบสามารถลดขั้นตอนในการสั่งซื้อสินค้า คิดเป็น 4.40 ระบบสามารถอำนวยความสะดวกในการสั่งซื้อสินค้า คิดเป็น 4.60 ระบบมีความครบถ้วนตามกระบวนการของระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คิดเป็น 4.20

4.4 ผลการประเมินด้านการขยายช่องทางการตลาด พบว่า ระบบสามารถเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายคิดเป็น 4.60 ระบบสามารถขยายฐานลูกค้า คิดเป็น 4.00 ระบบสามารถประชาสัมพันธ์ร้านค้า ได้ คิดเป็น 4.60 ระบบสามารถแจ้งข่าวสารแก่ลูกค้าได้ คิดเป็น 4.20 ระบบสามารถส่งเสริมการตลาดหรือโปรโมชั่นแก่ลูกค้าได้ คิดเป็น 4.40 ระบบอำนวยความสะดวกให้กับทั้งธุรกิจและผู้บริโภค คิดเป็น 3.80 ระบบสามารถขยายช่องทางการตลาดได้ คิดเป็น 4.20

อภิปรายผลการวิจัย

ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นรูปแบบทางการค้าที่มีบทบาทสำคัญทั้งในปัจจุบันและอนาคต เนื่องจากความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสารที่มีการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วรวมถึงความจำเป็นของสภาพแวดล้อม เศรษฐกิจ และสังคมที่ไร้ขอบเขตจำกัดทั้งด้านเวลาและสถานที่ ผู้คนจึงจำเป็นต้องปรับตัวเพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงในทุกๆ ด้านที่เกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลา ทั้งนี้จากการสำรวจการเติบโตด้านร้านค้าออนไลน์ของประเทศไทยพบว่า ตลาดของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยมีอัตราการเจริญเติบโตที่สูงและเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในลักษณะก้าวกระโดด จึงเป็นโอกาสอันดีต่อการขยายตัวด้านการซื้อขายสินค้าและบริการทางออนไลน์ (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2556, 4)

จากผลการประเมินความพึงพอใจในการใช้งานทั้ง 3 กลุ่มได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญ เจ้าของกิจการ และผู้ใช้งานทั่วไป อาศัยหลักการทางสถิติในการแปลผลโดยใช้ค่าเฉลี่ยเลขคณิต กำหนดเกณฑ์ของการแปลความหมายแบบการใช้ขอบเขตที่แท้จริงมีค่าเท่ากับ 4.35 ซึ่งอยู่ในระดับดี ดังนั้นสามารถสรุปภาพรวมของการขยายช่องทางการตลาดออนไลน์สินค้าหัตถกรรมชุมชนตำบลมะขุนหวาน อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่โดยใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สามารถเป็นตัวช่วยในการขยายช่องทางการตลาดของชุมชนได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของอัญชลี บุญอ่อน (2553, 67) ที่กล่าวว่าไว้ว่าในการนำระบบอิเล็กทรอนิกส์ระบบเครือข่ายและเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการดำเนินธุรกิจ เป็นการลดขั้นตอนในการดำเนินธุรกิจ อีกทั้งยังเพิ่มความสะดวกรวดเร็วและความถูกต้องในการดำเนินงานทางธุรกิจ ส่งผลให้ลูกค้ามีความสะดวกในการสั่งซื้อสินค้าจากที่ไหนก็ได้และสามารถสั่งซื้อได้ตลอดเวลา โดยไม่ต้องเดินทางมาที่เคาน์เตอร์หรือศูนย์จำหน่ายของบริษัท เป็นการเพิ่มช่องทางในการขายและขยายตลาด

สรุป

การดำเนินธุรกิจสามารถนำเอาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาช่วยขยายช่องทางการตลาดออนไลน์สินค้าหัตถกรรมชุมชน ตำบลมะขุนหวาน อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าในส่วนของการทำงานร้านค้าออนไลน์มีความเป็นไปได้ เนื่องจากเจ้าของกิจการและบุคลากรสามารถใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตในการสื่อสารได้ เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ประกอบด้วย การนำเสนอสินค้า การขายสินค้าผ่านทางร้านค้าออนไลน์ ส่วนของผู้ดูแลระบบ ประกอบด้วย ระบบการจัดการร้านค้าและสินค้า การประเมินผลการใช้งานระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จากผู้ใช้งาน 3 กลุ่มได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญ เจ้าของกิจการ และผู้ใช้งานทั่วไป พบว่า ผลการประเมินจัดอยู่ในระดับดี ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะ คือ ชุมชนควรได้รับการส่งเสริมให้มีการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายและการประชาสัมพันธ์ออนไลน์เพิ่มมากขึ้นเนื่องจากเป็นช่องทางที่เปิดโอกาสให้สามารถนำเสนอสินค้าได้ โดยไม่มีข้อจำกัดในด้านระยะทาง ระยะเวลาและไม่จำเป็นต้องใช้งบประมาณที่สูงจนเกินความสามารถได้ สำหรับข้อเสนอแนะสำหรับการพัฒนาต่อยอดงานวิจัย ควรเพิ่มความรู้อีกแก่ผู้ประกอบการในด้านช่องทางการชำระเงินผ่านเว็บไซต์ของร้านค้าออนไลน์ ด้วยเงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-Money) และควรพัฒนาต่อยอดเป็นแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือเพื่อสะดวกต่อการใช้งานได้เพิ่มมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า.(2556). DBD New Wave e-Commerce. **ต้นสายปลายธุรกิจ**. 4 (20), 4.
ทวีศักดิ์ กาญจนสุวรรณ. (2552). **การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์(E-Commerce)**. กรุงเทพฯ: เคทีพี คอมพ์ แอนด์ คอนซัลท์.
ปริศนา เพชรบุญณิน. (2556). พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กับสังคมไทย. **วารสารวิชาการปทุมวัน**. 3(7), 43-44.
อัญชลี บุญอ่อน. (2553). **การพัฒนาต้นแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับบริษัทไอซีซี จำกัด (มหาชน)**.
วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
อาอุนไทยแลบบอราทอรี่ส์. (มปป). **SEM (Search Engine Marketing)**. สืบค้นเมื่อ 1 เมษายน 2559 ,
จาก http://seo-web.aun-thai.co.th/what_is_sem.