

การพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับการจัดการผลิตภัณฑ์กลุ่ม
วิสาหกิจชุมชนสุชาวดี ตำบลปริก อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา

The Development of E-Commerce Systems for Products
Management of Suchawadee Community Enterprise in Prik, Sadao
District, Songkhla Province

คณิดา ไกรสันติ^{1*}

Kanida Kraisanti^{1*}

Abstract

The objectives of this research were to 1) examine the requirements to develop e-commerce systems for products management of Suchawadee Community Enterprise [SCE], 2) enhance e-commerce systems for products management of the enterprise, 3) investigate the satisfaction on e-commerce systems for products management of the enterprise, and 4) compare the satisfaction of using an e-commerce website categorized by individual factors. The data collection was conducted by interviewing seven committees of SCE to study the requirements for the development of e-commerce systems. It also included 400 copies of the questionnaire for the satisfaction of e-commerce systems website users. The data were analyzed via Content Analysis and the statistics comprising of frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test,

¹สาขาวิชาระบบสารสนเทศทางธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหาดใหญ่ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา 90110

¹Business Information Systems, Hatyai Business School, Hatyai University, Hatyai District, Songkhla Province 90110

*ผู้ให้การติดต่อ (Corresponding e-mail: kanida@hu.ac.th)

รับบทความวันที่ 1 เมษายน 2562 แก้ไขวันที่ 14 พฤศจิกายน 2562 รับลงตีพิมพ์วันที่ 20 พฤศจิกายน 2562

and F-test with the Multiple Comparison and the Least Significant Difference (LSD) test. The findings indicated as follows:

1) Suchawadee Community Enterprise needed the development of e-commerce systems for introducing products, publicizing, and increasing the channel of product distribution among national and international customers. The enterprise can serve the purchase orders because their products have already been stocked for distribution. Moreover, it is the conservation of local wisdom from the local herbs for the next generation. 2) The e-commerce systems for product management of SCE was www.otopsuchawadee.com. It is comprised of the front-end system on which the customer can check details of products purchases and the back-end system over which the system administrators were in charge of operating various data on operation. 3) Satisfaction with e-commerce systems for SCE products management was at a high level overall, with an average of 3.56. The website had a well-defined name, was user-friendly, accessible, fast with information searches, and available in a contact channel. The format of its product introduction was outstanding and interesting. The color and size of fonts were legible, and the beauty of website design was at a high level. And 4) Satisfaction with using the e-commerce website was categorized by individual factors represented that the users of website for products management of SCE with a difference of age, educational level, and occupation had a difference of satisfaction using the e-commerce website at .05 level of statistical significance, and the users of the website for products management had a difference by sex, income per month, and purchasing frequency had no difference of satisfaction using the e-commerce website. Users of websites under the age of 20 years and 20-30 years of age are more satisfied with the use of the website, compared with users of websites aged 51 years and over. The most satisfied users are students/ undergraduates, and a personal business career which can be used to make use of online marketing planning target group penetration promoting products in consumer groups that are interested in the needs of consumers quickly and precisely to increase the opportunity to sell more products.

Keywords: E-Commerce, Management, Suchawadee Community Enterprise

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความต้องการในการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สำหรับการจัดการผลิตภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนชนสุชาวดี ตำบลปริก อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา 2) พัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สำหรับการจัดการผลิตภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจ

ชุมชนสุชาวดี ตำบลปริก อำเภอสะเตา จังหวัดสงขลา 3) ศึกษาความพึงพอใจระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สำหรับการจัดการผลิตภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี ตำบลปริก อำเภอสะเตา จังหวัดสงขลา และ 4) เปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล มีวิธีการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์ คณะกรรมการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี จำนวน 7 คน เพื่อศึกษาความต้องการในการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และแบบสอบถามความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 400 ชุด วิเคราะห์ข้อมูล โดยวิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา และวิเคราะห์ทางสถิติ ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) สถิติทดสอบที (t-test) และสถิติทดสอบเอฟ (F-test) เมื่อมีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) ผลการวิจัยพบว่า

1) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี มีความต้องการในการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อนำเสนอสินค้า ประชาสัมพันธ์ และเพิ่มช่องทางในการจัดจำหน่ายสินค้าในกลุ่มลูกค้า ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ โดยมีความสามารถในการรับคำสั่งซื้อสินค้า เนื่องจากทางกลุ่มมีสินค้าผลิตไว้เพื่อรอการจำหน่าย อีกทั้ง ยังเป็นการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นจากสมุนไพรพื้นบ้านให้เป็นที่รู้จักแก่คนรุ่นหลัง 2) ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สำหรับการจัดการผลิตภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี ตำบลปริก อำเภอสะเตา จังหวัดสงขลา มีชื่อเว็บไซต์ คือ www.otopsuchawadee.com แบ่งเป็นระบบหน้าร้าน (Front-end) ลูกค้าสามารถดูรายละเอียดเพื่อสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ และระบบหลังร้าน (Back-end) เป็นส่วนของผู้ดูแลระบบเพื่อจัดการข้อมูลต่าง ๆ 3) ความพึงพอใจระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สำหรับการจัดการผลิตภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี ตำบลปริก อำเภอสะเตา จังหวัดสงขลา ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 มีการตั้งชื่อของเว็บไซต์สื่อความหมายได้ดี ใช้งานง่าย มีการเข้าถึงและค้นหาข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว มีช่องทางการติดต่อสอบถาม รูปแบบการนำเสนอสินค้ามีความโดดเด่นและน่าสนใจ การใช้สีและขนาดของตัวอักษรอ่านง่าย และการออกแบบเว็บไซต์ มีความสวยงามในระดับมาก และ 4) เปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ผู้ใช้บริการเว็บไซต์ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สำหรับการจัดการผลิตภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี ที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และผู้ใช้บริการเว็บไซต์ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สำหรับการจัดการผลิตภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี ที่มีเพศ รายได้ต่อเดือน จำนวนครั้งที่ซื้อที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์ ไม่แตกต่างกัน โดย ผู้ใช้บริการเว็บไซต์ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี และ อายุ 20-30 ปี มีความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์มากกว่า ผู้ใช้บริการเว็บไซต์ที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป และผู้ใช้ที่มีความพึงพอใจส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา และประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว โดยสามารถนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ในการวางแผนการทำการตลาดออนไลน์ การเจาะ

กลุ่มเป้าหมาย การโปรโมทสินค้าในกลุ่มผู้บริโภคที่มีความสนใจตามความต้องการของผู้บริโภค
ได้รวดเร็วและแม่นยำ เพื่อเพิ่มโอกาสในการจำหน่ายสินค้าที่มากขึ้น

คำสำคัญ: พาณิชนียอิเล็กทรอนิกส์ การจัดการ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี

บทนำ

ปัจจุบันเทคโนโลยีสารสนเทศได้เข้ามามีบทบาทเปลี่ยนแปลงชีวิตของมนุษย์และเศรษฐกิจโลก
อย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นเทคโนโลยีสารสนเทศทางด้านฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์ หรือทางด้าน การติดต่อสื่อสาร

ที่ได้รับการพัฒนาให้มีความสามารถมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัด ด้วยขีดความสามารถของเทคโนโลยี
สารสนเทศที่ได้รับการพัฒนาอย่างไม่หยุดยั้ง ประกอบกับการดำเนินงานทางธุรกิจที่ต้องการความรวดเร็ว
ฉับไว เพื่อให้ทันต่อการแข่งขัน จึงทำให้มีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจ
หรือที่เรียกว่า “การพาณิชนียอิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce)” ซึ่งนับเป็นการค้าแบบใหม่ที่นอกจาก
จะช่วยเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงาน ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ขององค์กรแล้ว ยังนำมาประยุกต์ใช้
เป็นกลยุทธ์เพื่อสร้างความได้เปรียบคู่แข่งอีกด้วย (Kanjanasuwat, 2009) พาณิชนียอิเล็กทรอนิกส์จึง
เป็นอีกทางเลือกหนึ่งของการประกอบธุรกิจในปัจจุบัน และได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นตามลำดับ

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี ตำบลปริก อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา เป็นกลุ่มแปรรูปสมุนไพร
บำรุงผิวจากสารสกัดธรรมชาติ ภายใต้แบรนด์ “สุชาวดี” มีผลิตภัณฑ์ของทางกลุ่มจำนวน 17 ชนิด
ได้แก่ โลชั่นนํ้านมแพะ สบู่ก้อนเปลือกมังคุด-นํ้านมแพะ นํ้ามันมะพร้าวสกัดเย็น แชมพูผสมครีมขนาดผม
เป็นต้น โดยผลิตภัณฑ์ทุกชนิดผ่านมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) เครื่องหมายรับรองฮาลาล และ
องค์การอาหารและยา (อย.) จนผลิตภัณฑ์ได้ระดับ 4 ดาว ประจำปี 2553 ตามโครงการคัดสรรสุดยอด
หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP Product Champion) จังหวัดสงขลา ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร
ทั้งนี้ ทางกลุ่มมีการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทั้งปลีกและส่ง นอกจากการนำผลิตภัณฑ์ไปวางจำหน่ายใน
งานแสดงสินค้าโอท็อปต่าง ๆ แล้ว ทางกลุ่มได้นำผลิตภัณฑ์ไปวางจำหน่ายที่ร้านสุชาวดี และร้าน
ผลิตภัณฑ์สุขภาพ รายได้ต่อเดือนขณะนี้อยู่ที่ประมาณ 20,000-50,000 บาท แต่ยังมีข้อด้อยในช่องทาง
การจัดจำหน่ายสินค้า และการโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้า

จากการศึกษาศักยภาพการจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี และแนวทางการพัฒนาศักยภาพ
กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี ตำบลปริก อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา พบว่า ทางกลุ่มมีปัญหาด้าน
ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า และการโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้า หน่วยงานภาครัฐควรให้การส่งเสริม
ด้านการตลาด สนับสนุนด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัย เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับ
สินค้า เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าให้มากขึ้น รวมถึงการโฆษณาและประชาสัมพันธ์สินค้าให้เป็น
ที่รู้จักผ่านสื่อต่าง ๆ โดยเฉพาะการส่งเสริมการขายสินค้าผ่านระบบพาณิชนียอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งเป็นการ
ส่งเสริมการตลาดและเพิ่มยอดขายจากการสั่งซื้อทางออนไลน์ในอนาคต (Kraisanti & Kumsri, 2015)

จากปัญหาการจัดการดังกล่าว ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งต่อกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี ซึ่งจะเป็นโอกาสในการสร้างยอดขายและชื่อเสียงต่อไป ผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาวิจัย เรื่อง การพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับการจัดการผลิตภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี ตำบลปริก อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา เพื่ออำนวยความสะดวกในการจัดการผลิตภัณฑ์ เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายให้มียอดขายเพิ่มขึ้น และประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างมากขึ้น โดยมีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาปรับใช้เพื่อการจัดการด้านการตลาด และเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอื่น ๆ ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความต้องการในการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สำหรับการจัดการผลิตภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี ตำบลปริก อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา
2. เพื่อพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สำหรับการจัดการผลิตภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี ตำบลปริก อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สำหรับการจัดการผลิตภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี ตำบลปริก อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา
4. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

สมมุติฐานการวิจัย

ผู้ให้บริการเว็บไซต์ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แตกต่างกัน

แนวคิด ทฤษฎี กรอบแนวคิด

แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการ

Wiratnipawan (2007) ได้กล่าวว่า “การจัดการ” (Management) เป็นคำที่นิยมใช้เกี่ยวกับการทำธุรกิจ ซึ่งต่างจาก คำว่า “การบริหาร” ที่หมายถึง การดำเนินงานหรือปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐ ในบางครั้งอาจใช้ คำว่า “การบริหารจัดการ” สำหรับ คำว่า “การจัดการ” ส่วนใหญ่นิยมใช้ในภาคธุรกิจที่มีวัตถุประสงค์เพื่อแสวงหาผลกำไรเป็นหลัก

Bangmo (2008) ได้กล่าวว่า “การจัดการ” หมายถึง กระบวนการทำงานหรือกิจกรรมที่กลุ่มบุคคลในองค์การร่วมกันทำงานเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามแนวทางที่กำหนดไว้ 5 ขั้นตอน ประกอบด้วย การวางแผน การจัดองค์การ การบังคับบัญชาสั่งการ การประสานงาน และการควบคุม หรือ อีกความหมาย คือ “การจัดการ” เป็น ศิลปะในการใช้คน เงิน วัสดุอุปกรณ์ และการใช้ทรัพยากรต่าง ๆ ให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การอย่างมีประสิทธิภาพ

การจัดการหรือการบริหารกิจการต่าง ๆ จำเป็นต้องมีทรัพยากรอันเป็นปัจจัยพื้นฐานทางการจัดการ โดยทั่วไปถือว่าทรัพยากรที่จำเป็นของการจัดการมีอยู่ 4 ประการ ซึ่งรู้จักกันในนาม 4 M ได้แก่

1. คน (Man) เป็นผู้ปฏิบัติกิจกรรมขององค์กรนั้น ๆ
2. เงิน (Money) ใช้สำหรับเป็นค่าจ้างและค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ
3. วัสดุสิ่งของ (Material) หมายถึง อุปกรณ์เครื่องใช้ เครื่องมือต่าง ๆ รวมทั้งอาคารสถานที่
4. ความรู้ด้านการจัดการ (Management) หมายถึง ความรู้เกี่ยวกับการจัดการ

ปัจจัยในการบริหารทั้ง 4 ประการนี้ เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการจัดการ เพราะประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการจัดการขึ้นอยู่กับความสมบูรณ์และคุณภาพของปัจจัยดังกล่าว

ในด้านธุรกิจเอกชนหรือการจัดการธุรกิจ ได้กล่าวถึงปัจจัยของการจัดการไว้ว่า มี 6 M โดยเพิ่มเรื่องตลาดจำหน่ายสินค้า และเครื่องจักรสำหรับการผลิต แต่ในปัจจุบันปัจจัยของการจัดการยุคใหม่ มีกล่าวไว้ถึง 8 ประการ หรือ 8 M โดยเพิ่มปัจจัยอีก 2 ปัจจัย คือ ปัจจัยด้านวิธีการทำงาน และปัจจัยด้านเวลา ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

1. คน (Man) เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน
2. เงิน (Money) สำหรับเป็นค่าจ้างและค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ
3. วัสดุสิ่งของ (Material) ได้แก่ อุปกรณ์ เครื่องใช้ และอาคารสถานที่
4. ความรู้ด้านการจัดการ (Management) หมายถึง ความรู้เกี่ยวกับการจัดการ
5. ตลาด (Market) เป็นที่สำหรับจำหน่ายสินค้าและบริการ
6. เครื่องจักรกล (Machine) ใช้สำหรับผลิตสินค้าและบริการ
7. วิธีการทำงาน (Method) หมายถึง วิธีหรือขั้นตอนในการทำงาน
8. เวลา (Minute) หมายถึง เวลาในการดำเนินงาน

จากแนวคิดเกี่ยวกับการจัดการ มีปัจจัยพื้นฐาน คือ คน เงิน และวัสดุอุปกรณ์ โดยผู้วิจัยได้นำมาประยุกต์ใช้ในการสัมภาษณ์เพื่อศึกษาความต้องการในการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับการจัดการผลิตภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี ตำบลปรัก อำเภอสะเตา จังหวัดสงขลา

พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

Laudon and Traver (2007) ได้ให้ความหมายว่า “การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์” (Electronic Commerce) หมายถึง การใช้อินเทอร์เน็ตและเว็บเพื่อทำธุรกรรมทางการค้า หรืออาจกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า เป็นการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อทำธุรกรรมทางการค้าระหว่างองค์กรและบุคคลทั่วไป

Turban and King (2008) ได้ให้ความหมายว่า “การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์” หมายถึง ขั้นตอนการสั่งซื้อ การขาย การเคลื่อนย้าย หรือการแลกเปลี่ยนสินค้า บริการ และสารสนเทศผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์ รวมถึงเครือข่ายอินเทอร์เน็ตด้วย

Kanjanasuwana (2009) ได้ให้ความหมายว่า “การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์” หมายถึง การใช้เทคโนโลยีเป็นสื่อกลางสำหรับแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการระหว่างผู้ที่เกี่ยวข้อง อันได้แก่ ตัวบุคคล องค์กร หรือตัวบุคคลกับองค์กร ทั้งนี้ เพื่อช่วยสนับสนุนและอำนวยความสะดวกในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกองค์กร

Kittidechanuparb (2006) กล่าวว่า พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นช่องทางที่ใช้สำหรับการทำธุรกรรมต่าง ๆ ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งได้แก่ การซื้อขาย การแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการ การติดต่อสื่อสาร การทำธุรกรรมทางการเงินการชำระค่าภาษี การจองตั๋วฟุตบอลผ่านมือถือ ล้วนแล้วแต่เป็นพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ทั้งสิ้น

Kanjanasuwan (2009) ได้แบ่งประเภทของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Commerce) ตามกลุ่มบุคคลหรือองค์กร ที่ทำธุรกรรมร่วมกันได้หลายประเภท ดังนี้

1) Business-to-Business (B2B) เป็นการทำธุรกรรมระหว่างองค์กรธุรกิจกับผู้บริโภคทั่วไป (บริษัท ผู้ผลิต และตัวแทนจำหน่าย) กับ องค์กรธุรกิจด้วยกันเอง เช่น การจัดซื้อ (Purchasing) การจัดจ้าง (Procurement) และการจัดการตัวแทนจำหน่าย (Supplier Management) เป็นต้น โดย B2B มักจะมีการรวมกลุ่มของสมาชิกที่อยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกันเข้าไว้ด้วยกัน เช่น สมาคมอุตสาหกรรมเหล็กไทย กลุ่มธุรกิจการบิน กลุ่มธุรกิจบ้านและที่ดิน ทั้งนี้ เพื่อร่วมกันกำหนดนโยบายหรือมาตรฐานที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจให้เป็นบรรทัดฐานเดียวกัน

2) Business-to-Consumer (B2C) เป็นการทำธุรกรรมระหว่างองค์กรธุรกิจกับผู้บริโภคทั่วไป ซึ่งมีลักษณะเป็นการค้าแบบขายปลีก (Retail) ดังนั้น E-Commerce ประเภทนี้อาจเรียกได้อีกชื่อหนึ่งว่า “Electronic Retailing (E-Retailing หรือ E-Tailing)” ตัวอย่างเว็บไซต์ประเภทนี้ เช่น www.yahoo.com, www.amazon.com และ www.ktpbook.com

3) Consumer-to-Consumer (C2C) เป็นการทำธุรกรรมโดยตรงระหว่างผู้บริโภคกับผู้บริโภค เช่น การขายสินค้ามือสอง การแลกเปลี่ยนสินค้าระหว่างกัน และการรับสมัครงาน เป็นต้น ตัวอย่างเว็บไซต์ประเภทนี้ เช่น www.thaisecondhand.com และ www.jobthai.com

4) Consumer-to-Business (C2B) เป็นการทำธุรกรรมระหว่างผู้บริโภคทั่วไปกับองค์กรธุรกิจ โดยผู้บริโภคจะรวมตัวกันจัดตั้งเป็นกลุ่มสมาชิกหรือสหกรณ์ แล้วทำธุรกรรมกับผู้ประกอบการในนามของกลุ่มสหกรณ์ เพื่อสร้างอำนาจในการเจรจาต่อรองกับผู้ประกอบการ ตัวอย่างเว็บไซต์ประเภทนี้ เช่น www.thaicoperative.com

5) Intrabusiness E-Commerce เป็นการทำธุรกรรมที่ใช้เครือข่ายอินทราเน็ต (Intranet) เป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนข่าวสาร การดำเนินงาน และบริการต่าง ๆ ระหว่างบุคลากรภายในองค์กร เช่น การส่งข้อมูลจากฝ่ายขายไปยังฝ่ายบัญชีเพื่อจัดทำงบการเงิน หรือการร่วมกันออกแบบผลิตภัณฑ์ระหว่างแผนก เป็นต้น

6) Business-to-Employee (B2E) ธุรกรรมประเภทนี้เป็นส่วนหนึ่งของ Intrabusiness E-Commerce แต่จะมุ่งเน้นการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารเฉพาะพนักงานภายในองค์กรเท่านั้น เช่น การประชาสัมพันธ์เพื่อแจ้งข่าวการฝึกอบรมและสวัสดิการต่าง ๆ เป็นต้น

7) Collaborative Commerce (C-Commerce) เป็นการทำธุรกรรมระหว่างองค์กรธุรกิจกับผู้มีส่วนร่วมทางการค้า ได้แก่ กลุ่มคนที่ต้องปฏิสัมพันธ์ร่วมกันภายในห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) เช่น ผู้จำหน่ายวัตถุดิบ บริษัทขนส่งสินค้า และตัวแทนจำหน่าย เป็นต้น

8) Electronic Government (E-Government) เป็นการนำธุรกรรมระหว่างหน่วยงานภาครัฐกับประชาชน บริษัท ห้างร้าน หน่วยงานภาครัฐ ตลอดจนพนักงานภายในองค์กรภาครัฐเอง เช่น ธุรกรรมที่เป็นไปเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับประชาชน เรียกว่า “Government-to-Citizen: G2C” หรือ ธุรกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดซื้อจัดจ้าง (Procurement) ซึ่งการกระทำร่วมกับองค์กรธุรกิจ เรียกว่า “Government-to-Business: G2B” เป็นต้น

9) Exchange-to-Exchange (E2E) เป็นธุรกรรมที่ใช้หลักการเดียวกับ E-Commerce กล่าวคือ เป็นการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร สินค้า และบริการผ่านทางตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ (E-Marketing) ซึ่งเป็นแหล่งชุมชนของผู้ซื้อและผู้ขายหลายราย ตัวอย่างเว็บไซต์ประเภทนี้ เช่น www.asungha.com, www.pantip.com เป็นต้น

10) Nonbusiness E-Commerce เป็นการนำธุรกรรมในหน่วยงานที่ไม่แสวงหาผลกำไร เช่น องค์กรทางศาสนา สถาบันการศึกษา และองค์กรทางสังคม เป็นต้น ซึ่งวัตถุประสงค์ของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ประเภทนี้ อาจจะไม่ได้อำนาจหวังผลกำไรเป็นสิ่งตอบแทน เพียงแต่ต้องการนำระบบอิเล็กทรอนิกส์มาช่วยลดขั้นตอนการปฏิบัติงานให้น้อยลง อันจะช่วยให้ต้นทุนจากการดำเนินงานลดลง และยังช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้าอีกด้วย

หลักการออกแบบเว็บไซต์

Pongthongmueng (2012) ได้ให้ความรู้เกี่ยวกับหลักการสร้างเว็บไซต์ว่ามีกระบวนการในการสร้างและออกแบบเว็บพื้นฐาน 5 ขั้นตอน ดังนี้

1) การวางแผน (Planning) การรวบรวมข้อมูล กำหนดวัตถุประสงค์ กลุ่มเป้าหมาย และการกำหนดขอบเขต เพื่อนำข้อมูลมาสร้างเว็บไซต์

2) การออกแบบ (Design) การนำข้อมูลและแผนที่วางไว้ไปปฏิบัติ โดยกำหนดการเชื่อมโยงและคุณลักษณะที่ต้องใช้ในการออกแบบเว็บไซต์ให้สอดคล้องกันและมีระดับระวางปัญหาต่าง ๆ ในการออกแบบ

3) การพัฒนา (Development) เน้นการตกแต่งและเสริมเครื่องมือต่าง ๆ สำหรับเว็บไซต์ เช่น การกำหนดสี ภาพ การใช้ Flash ช่วยให้เว็บน่าสนใจและเพิ่มเติมเทคนิคต่าง ๆ ของโปรแกรมสนับสนุนการสร้างเว็บ

4) การติดตั้ง (Publishing) การนำเอาเว็บที่สร้างขึ้นเข้าไปติดตั้งในเว็บเซิร์ฟเวอร์ เพื่อให้แสดงผลได้ในระบบอินเทอร์เน็ต หรือจะเรียกว่า การอัปโหลด (Upload)

5) การบำรุงรักษา (Maintenance) เป็นขั้นตอนประเมินผลและติดตามผลการติดตั้งเว็บไซต์ว่ามีข้อขัดข้องหรือต้องปรับปรุงเปลี่ยนแปลงเว็บเพิ่มเติมให้ทันสมัยอยู่เสมอ

การวัดความสำเร็จของระบบ

Boon-aon (2010) ได้อธิบายว่า ความสำเร็จของระบบมีตัวชี้วัดหลายตัว ตัวชี้วัดที่นิยมมากที่สุด ได้แก่

- 1) ระดับการใช้งาน (Utilization)
- 2) ความพึงพอใจของผู้ใช้ต่อระบบ (User Satisfaction)
- 3) ประสิทธิภาพ (Efficiency)
- 4) ประสิทธิผล (Effectiveness)

ปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จหรือความล้มเหลวของระบบ ประกอบด้วย แนวทางศึกษาที่เน้นปัจจัย (Factor Approach) และการมีส่วนร่วมของผู้ใช้ (User Participation) ซึ่งทำให้ผู้ใช้มีบทบาทในการออกแบบให้ตรงกับความต้องการของตนเองได้ และทำให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อระบบ เนื่องจากมีส่วนร่วมในกระบวนการเปลี่ยนแปลง การได้นำความรู้และความเชี่ยวชาญของผู้ใช้จะนำไปสู่การแก้ปัญหาได้ดีกว่าการสนับสนุนจากผู้บริหาร หากระบบงานได้รับการสนับสนุนจากผู้บริหารในทุกระดับ ก็จะมีแนวโน้มที่ทำให้ผู้ใช้และเจ้าหน้าที่ระบบสารสนเทศเกิดทัศนคติที่ดีต่อระบบด้วย

จากแนวคิดเกี่ยวกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หลักการออกแบบเว็บไซต์ และการวัดความสำเร็จของระบบ ผู้วิจัยได้นำมาประยุกต์ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อวิเคราะห์และออกแบบการพัฒนา ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สำหรับการจัดการผลิตภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชน สุขาวิดี ตำบลปริก อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา และการถ่ายทอดองค์ความรู้และการนำระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไปใช้จริง

ความพึงพอใจ

Paosuwan, Patchim, and Chaypanya (2007) ได้กล่าวถึง ความหมายของความพึงพอใจว่า สิ่งที่เราควรจะเป็นไปตามความต้องการ ความพึงพอใจเป็นผลของการแสดงออกของทัศนคติของบุคคลอีกรูปแบบหนึ่ง ซึ่งเป็นความรู้สึกอันเอียงของจิตใจที่มีประสบการณ์ที่มนุษย์เราได้รับอาจจะมากหรือน้อยก็ได้ และเป็นความรู้สึกที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งเป็นไปได้ทั้งทางบวกและทางลบ แต่ก็เมื่อได้สิ่งนั้นสามารถตอบสนองความต้องการ หรือทำให้บรรลุจุดมุ่งหมายได้ ก็จะเกิดความรู้สึกบวก เป็นความรู้สึกที่พึงพอใจ แต่ในทางตรงกันข้าม ถ้าสิ่งนั้นสร้างความรู้สึกผิดหวัง ก็จะทำให้เกิดความรู้สึกทางลบ เป็นความรู้สึกไม่พึงพอใจ

Chaipunya (1998) ได้กล่าวไว้ว่า การวัดความพึงพอใจนั้น สามารถทำได้หลายวิธี ดังต่อไปนี้

1. การใช้แบบสอบถาม โดยผู้ออกแบบสอบถาม ต้องการทราบความคิดเห็นซึ่งสามารถกระทำได้ในลักษณะกำหนดคำตอบให้เลือก หรือตอบคำถามอิสระ คำถามดังกล่าว อาจถามความพอใจในด้านต่าง ๆ เพื่อให้ผู้ตอบทุกคนตอบมาเป็นแบบแผนเดียวกัน มักใช้ในกรณีที่ต้องการข้อมูลกลุ่มตัวอย่างมาก ๆ วิธีนี้นับเป็นวิธีที่นิยมใช้กันมากที่สุดในการวัดทัศนคติ รูปแบบของแบบสอบถามจะใช้มาตรวัดทัศนคติ ซึ่งที่นิยมใช้ในปัจจุบันวิธีหนึ่ง คือ มาตราส่วนแบบลิเคิร์ท ประกอบด้วยข้อความที่แสดงถึงทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งเร้าอย่างใดอย่างหนึ่งที่มีคำตอบที่แสดงถึงระดับความรู้สึก 5 คำตอบ เช่น มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

2. การสัมภาษณ์ เป็นวิธีการที่ผู้วิจัยจะต้องออกไปสอบถามโดยการพูดคุย โดยมีการเตรียมแผนงานล่วงหน้า เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นจริงมากที่สุด

3. การสังเกต เป็นวิธีวัดความพึงพอใจ โดยการสังเกตพฤติกรรมของบุคคลเป้าหมายไม่ว่าจะแสดงออกจากการพูดจา กริยา ท่าทาง วิธีนี้ต้องอาศัยการกระทำอย่างจริงจัง และสังเกตอย่างมีระเบียบแบบแผน วิธีนี้เป็นวิธีการศึกษาที่เก่าแก่ และยังเป็นที่ยอมรับใช้อย่างแพร่หลายจนถึงปัจจุบัน

จากการศึกษาการวัดความพึงพอใจ สรุปได้ว่าการวัดความพึงพอใจ เป็นการบอกถึงความชอบของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด ซึ่งสามารถวัดได้หลายวิธี เช่น การสัมภาษณ์ การใช้แบบสอบถาม ความคิดเห็น และการใช้แบบสำรวจความรู้สึก ผู้วิจัยได้นำมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบสอบถามเพื่อศึกษาความพึงพอใจระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สำหรับการจัดการผลิตภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชน สุขาวิดี ตำบลปริก อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา

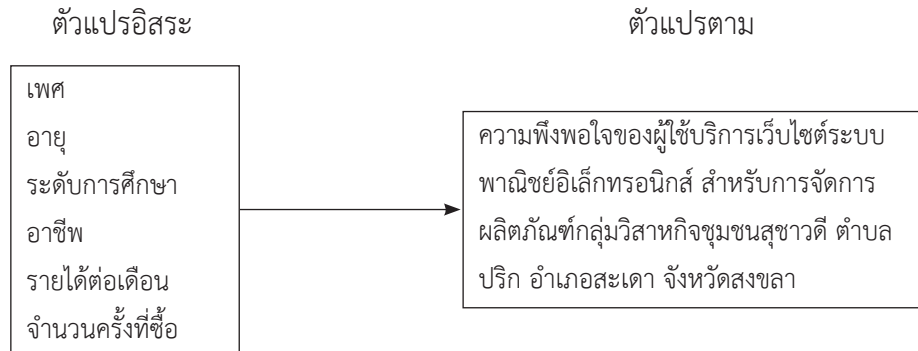
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Kiadrasamee (2015) ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชันออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชันออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งได้แก่ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ในเรื่องของ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน รวมถึงปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 405 คน ผ่านทางแบบสอบถามออนไลน์ และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ผลทางสถิติ ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจผลต่อการซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชันออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 4 ปัจจัย โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ 1) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจัดจำหน่าย และยอมรับเทคโนโลยี 2) ปัจจัยด้านความปลอดภัยและความน่าเชื่อถือ 3) ปัจจัยด้านราคา คุณภาพ และความหลากหลายของสินค้าในแอปพลิเคชัน และความตรงต่อเวลาในการจัดส่งสินค้า 4) ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ การสื่อสารกับผู้บริโภค และความมีชื่อเสียงของแอปพลิเคชัน ในส่วนของการศึกษาความแตกต่างของปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ผลวิจัยพบว่า อาชีพที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชันออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลแตกต่างกัน โดยกลุ่มนักเรียน นักศึกษา มีค่าเฉลี่ยการตัดสินใจซื้อ มากกว่าผู้ที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ซึ่งจากผลการวิจัยผู้ประกอบการและนักพัฒนาแอปพลิเคชันสามารถนำไปพัฒนาระบบปฏิบัติการของแอปพลิเคชันซื้อขายสินค้าออนไลน์ให้มีประสิทธิภาพ และตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้นได้

Chaitirasakul and Gulid (2013) ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้ซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตเท่านั้น จำนวนทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี อาชีพเป็นนักเรียน/

นักศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท และภูมิลำเนาอยู่กรุงเทพมหานคร จากการทดสอบสมมติฐาน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และ 0.01 พบว่า ผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตที่มีอายุแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้านความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ต และด้านจำนวนครั้งที่สั่งซื้อสินค้า แตกต่างกัน และผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตที่มีอาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้านความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ต แตกต่างกัน

กรอบแนวคิดในการวิจัย



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ มี 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 คณะกรรมการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาติ ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 7 คน ได้แก่ ผู้นำกลุ่ม (ประธาน และคณะกรรมการกลุ่ม) และสมาชิกกลุ่ม กลุ่มที่ 2 กลุ่มลูกค้าที่ซื้อผลิตภัณฑ์ผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 400 คน เนื่องจากประชากรมีขนาดใหญ่ และไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้น ขนาดตัวอย่างใช้วิธีการคำนวณจากสูตรไม่ทราบขนาดตัวอย่างของ W.G. Cochran โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ได้ขนาดตัวอย่าง อย่างน้อย 384 คน เพื่อสอบถามความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สำหรับการจัดการผลิตภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาติ ตำบลปรัง อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา

2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล มีทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ดังนี้ ส่วนที่ 1 แบบสัมภาษณ์คณะกรรมการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาติ จำนวน 7 คน เพื่อศึกษาความต้องการในการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ส่วนที่ 2 ซอฟต์แวร์ OpenCart ซึ่งเป็นซอฟต์แวร์สำเร็จรูปสำหรับบริหารจัดการร้านค้าออนไลน์เพื่อใช้ในการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ส่วนที่ 3 แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สำหรับการจัดการผลิตภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาติ ตำบลปรัง อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา จำนวน 400 ชุด

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล ดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

3.1 ก่อนดำเนินการพัฒนาระบบ ใช้แบบสัมภาษณ์คณะกรรมการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี เพื่อศึกษาความต้องการในการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

3.2 พัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ มีขั้นตอน ดังนี้

1) เก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ความต้องการในการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

2) วิเคราะห์และออกแบบระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

3) พัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

4) นำระบบไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างคณะกรรมการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี

5) ปรับปรุงระบบให้ใช้งานได้จริง

6) จัดทำคู่มือการใช้งานและจัดอภิปรายกลุ่ม เพื่ออธิบายการใช้งานระบบ ถ่ายทอดองค์ความรู้ให้แก่คณะกรรมการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี และนำระบบไปใช้งานจริง

3.3 นำแบบสอบถามความพึงพอใจของระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับการจัดการผลิตภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี ตำบลปริก อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ไปให้กลุ่มลูกค้าที่ซื้อผลิตภัณฑ์ผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ทำการประเมินวัดความพึงพอใจต่อระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ได้พัฒนาขึ้น จำนวน 400 ชุด โดยวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบออนไลน์ ระหว่างวันที่ 1 กรกฎาคม 2561 - วันที่ 30 กันยายน 2561

4. การวิเคราะห์ข้อมูล มี 2 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) จากการศึกษาความต้องการในการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ทางสถิติ จากแบบสอบถามความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สำหรับการจัดการผลิตภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี ตำบลปริก อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) สถิติทดสอบที (t-test) และสถิติทดสอบเอฟ (F-test) เมื่อมีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกันจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD)

ผลการวิจัย

1. ความต้องการในการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สำหรับการจัดการผลิตภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี ตำบลปริก อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา

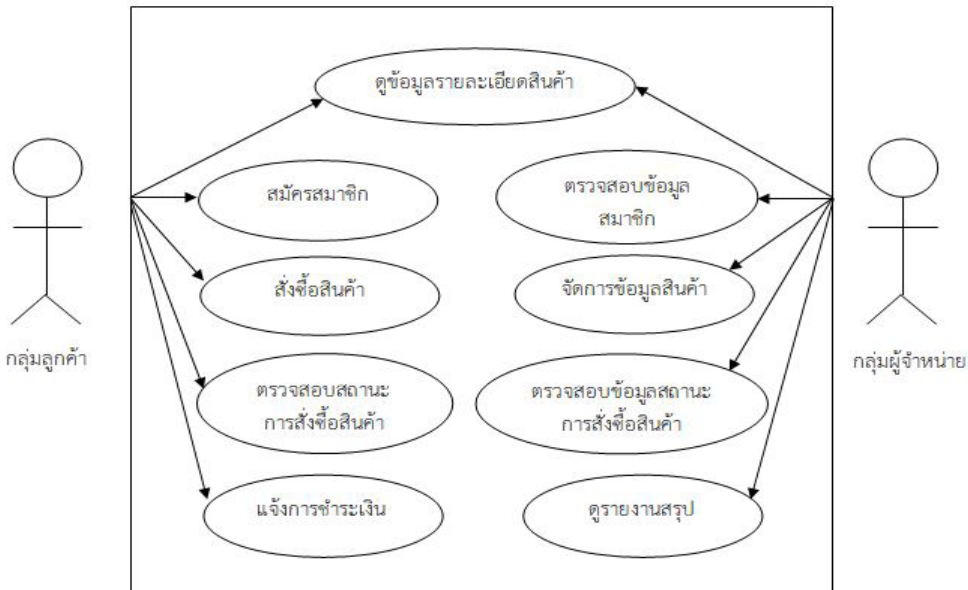
ข้อมูลทั่วไปของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี ตำบลปริก อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา เป็นเพศหญิง จำนวน 6 คน และเพศชาย จำนวน 1 คน อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 35-65 ปี การศึกษาอยู่ในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี อาชีพหลักเป็นเกษตรกร รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 3,000-5,000 บาท และมีรายได้ของกลุ่มจากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดีต่อเดือนเฉลี่ย 20,000-50,000 บาท จำนวนผลิตภัณฑ์ที่ขายได้ต่อเดือน 500-1,000 ชิ้น กลุ่มลูกค้าหลักของกลุ่มส่วนใหญ่เป็นวัยทำงาน

ภาคธุรกิจ และพ่อค้าคนกลาง ทางกลุ่มมีสมาชิกที่มีความรู้ความสามารถในการใช้คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต จำนวน 2 คน ปัจจุบันมีการใช้เฟซบุ๊ก และไลน์เป็นช่องทางในการบอกข้อมูลข่าวสารหรือขายสินค้า อุปกรณ์ที่ใช้ในการเข้าสู่อินเทอร์เน็ต ส่วนใหญ่ใช้โทรศัพท์มือถือ โดยสมาชิกกลุ่มมีประสบการณ์ในการซื้อสินค้าผ่านทางอินเทอร์เน็ต จำนวน 2 คน ทางกลุ่มมีความต้องการเพิ่มช่องทางในการจำหน่ายสินค้า ซึ่งคาดว่าหากมีระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สามารถช่วยเพิ่มช่องทางในการจำหน่ายสินค้าได้มากขึ้น

ความรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี ตำบลปริก อำเภอสะเตา จังหวัดสงขลา สมาชิกกลุ่มยังไม่มีความรู้เรื่องการขายสินค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ แต่มีการใช้เฟซบุ๊ก และไลน์เป็นช่องทางในการบอกข้อมูลข่าวสารหรือขายสินค้า ทางกลุ่มมีความต้องการในการจัดการทำเว็บไซต์ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อนำเสนอสินค้า เพิ่มช่องทางในการจัดจำหน่ายสินค้า และการประชาสัมพันธ์ อีกทั้ง ยังเป็นการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นจากสมุนไพรพื้นบ้านให้เป็นที่รู้จักแก่คนรุ่นหลัง โดยมีความสามารถในการรับคำสั่งซื้อสินค้า เนื่องจากทางกลุ่มมีสินค้าผลิตไว้เพื่อรอการจำหน่าย และมีการผลิตสินค้าตามคำสั่งซื้อสินค้าบ้างในบางครั้ง ต้องการวิธีจัดส่งสินค้าทางพัสดุไปรษณีย์ และต้องการรับชำระเงินจากลูกค้าผ่านทางบริการของธนาคาร

ดังนั้น ทางกลุ่มจะต้องมีการเตรียมความพร้อมในส่วนของบุคลากรในการจัดการข้อมูลการซื้อ-ขาย ผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งนักวิจัยจะมีการถ่ายทอดองค์ความรู้และจัดอบรมการใช้งานระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้แก่ผู้ดูแลระบบของทางกลุ่ม ซึ่งทางกลุ่มสามารถทบทวนเพิ่มเติมจากคู่มือการใช้งานระบบได้อีกทาง

2. ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สำหรับการจัดการผลิตภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี ตำบลปริก อำเภอสะเตา จังหวัดสงขลา ชื่อเว็บไซต์ คือ www.otopsuchawadee.com มีการวิเคราะห์และออกแบบขั้นตอนการทำงานของระบบ โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ระบบหน้าร้าน สำหรับกลุ่มลูกค้าเข้าใช้งาน และระบบหลังร้าน สำหรับกลุ่มผู้จัดจำหน่ายไว้ใช้จัดการข้อมูล และใช้ซอฟต์แวร์ OpenCart ซึ่งเป็นซอฟต์แวร์สำเร็จรูปสำหรับบริหารจัดการร้านค้าออนไลน์เพื่อใช้ในการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สำหรับการจัดการผลิตภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี ตำบลปริก อำเภอสะเตา จังหวัดสงขลา ดังแสดงในรูปที่ 2



รูปที่ 2 การทำงานของระบบ (Use Case Diagram)

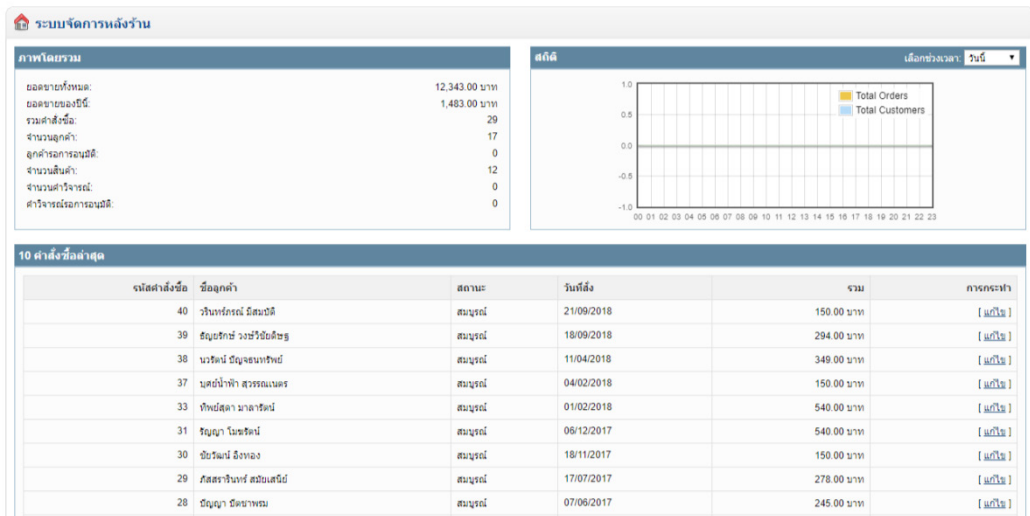
ขอบเขตของระบบแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ระบบหน้าร้าน และระบบหลังร้าน ดังนี้

1) ระบบหน้าร้าน (Front-end) เป็นระบบที่แสดงรายละเอียดที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ภายในร้าน โดยในส่วนนี้จะเป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับลูกค้า ซึ่งลูกค้าสามารถดูรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ สมัครสมาชิก สั่งซื้อผลิตภัณฑ์ ตรวจสอบสถานะการสั่งซื้อ และสามารถแจ้งการชำระเงินผ่านระบบกลับไปยังผู้จำหน่าย ดังแสดงในรูปที่ 3

2) ระบบหลังร้าน (Back-end) เป็นส่วนของการจัดการข้อมูลต่าง ๆ ภายในระบบ ซึ่งในส่วนนี้จะเป็นส่วนของผู้ที่เกี่ยวข้องกับระบบ หรือผู้ดูแลระบบ ซึ่งสามารถดูรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ ตรวจสอบข้อมูลการสมัครสมาชิก จัดการรายละเอียดข้อมูลผลิตภัณฑ์ ตรวจสอบสถานะการสั่งซื้อของลูกค้า และดูรายงานสรุปการซื้อขายสินค้าได้ ดังแสดงในรูปที่ 4



รูปที่ 3 หน้าหลักการซื้อขายผลิตภัณฑ์



รูปที่ 4 หน้าหลักระบบการจัดการหลังร้าน

3. ความพึงพอใจระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับการจัดการผลิตภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชน
 สุขาวดี ตำบลปริก อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา

ข้อมูลเบื้องต้นของผู้ตอบแบบสอบถามความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ระบบพาณิชย์
 อิเล็กทรอนิกส์สำหรับการจัดการผลิตภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุขาวดี ตำบลปริก อำเภอสะเดา จังหวัด
 สงขลา จำนวน 400 คน กลุ่มที่สนใจส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-30 ปี และ 31-40 ปี
 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน รองลงมา คือ
 ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท และมีจำนวนครั้งในการซื้อสินค้า
 ผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 2-10 ครั้ง

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับการจัดการผลิตภัณฑ์ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุขชาติ ตำบลปริก อำเภอสะเตา จังหวัดสงขลา ภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการใช้งานเว็บไซต์ในส่วนต่าง ๆ มีการตั้งชื่อของเว็บไซต์สื่อความหมายได้ดี อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 รองลงมา มีการเข้าถึงและค้นหาข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 และมีช่องทางการติดต่อสอบถามและให้ข้อเสนอแนะ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 ตามลำดับ มีความพึงพอใจโดยรวมด้านการใช้งานเว็บไซต์ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 และในส่วนของด้านความสวยงามและการออกแบบเว็บไซต์ รูปแบบการนำเสนอสินค้ามีความโดดเด่นและน่าสนใจ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 รองลงมา มีการใช้สีและขนาดของตัวอักษร อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 และมีความพึงพอใจโดยรวมด้านความสวยงามและการออกแบบเว็บไซต์ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51

4. เปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทำการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สำหรับการจัดการผลิตภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุขชาติ ตำบลปริก อำเภอสะเตา จังหวัดสงขลา ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน จำนวนครั้งที่ซื้อ ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แตกต่างกัน รายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 1 การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างเพศต่อความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับการจัดการผลิตภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุขชาติ

	N	Mean	S.D.	t	Sig.
ชาย	87	3.57	.493	.083	.934
หญิง	313	3.56	.681		

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ใช้บริการเว็บไซต์ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับการจัดการผลิตภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุขชาติ ที่มีเพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 2 การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอายุต่อความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์ระบบพาดิขัยอเล็กทรอนิกส์สำหรับการจัดการผลิตภัณฑักรูมิวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี

	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์	ระหว่างกรูมิ	6.914	4	1.728	4.296	.002*
	ภายในกรูมิ	158.924	395	.402		
	รวม	165.838	399			

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ใช้บริการเว็บไซต์ระบบพาดิขัยอเล็กทรอนิกส์สำหรับการจัดการผลิตภัณฑักรูมิวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี ที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์แตกต่างกัน โดยผู้ใช้บริการเว็บไซต์ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์มากกว่าผู้ใช้บริการเว็บไซต์ที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป และผู้ใช้บริการเว็บไซต์ที่มีอายุ 20-30 ปี มีความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์มากกว่าผู้ใช้บริการเว็บไซต์ที่มีอายุ 31-40 ปี และ 51 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ผู้ใช้บริการเว็บไซต์ที่มีอายุ 31-40 ปี มีความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์มากกว่าผู้ใช้บริการเว็บไซต์ที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และผู้ใช้บริการเว็บไซต์ที่มีอายุ 41-50 ปี มีความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์มากกว่าผู้ใช้บริการเว็บไซต์ที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตารางที่ 3 การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษาต่อความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์ระบบพาดิขัยอเล็กทรอนิกส์สำหรับการจัดการผลิตภัณฑักรูมิวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี

	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ความพึงพอใจการใช้บริการเว็บไซต์	ระหว่างกรูมิ	3.440	3	1.147	2.796	.040*
	ภายในกรูมิ	162.398	396	.410		
	รวม	165.838	399			

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ใช้บริการเว็บไซต์ระบบพาดิขัยอเล็กทรอนิกส์สำหรับการจัดการผลิตภัณฑักรูมิวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์ แตกต่างกัน โดยผู้ใช้บริการเว็บไซต์ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์น้อยกว่าผู้ใช้บริการเว็บไซต์ที่มีระดับการศึกษาปริญญาเอก และผู้ใช้บริการเว็บไซต์

ที่มีระดับการศึกษาปริญญาโท มีความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์น้อยกว่า ผู้ใช้บริการเว็บไซต์ที่มีระดับการศึกษาปริญญาเอก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4 การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอาชีพต่อความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับการจัดการผลิตภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี

	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ความพึงพอใจการใช้บริการเว็บไซต์	ระหว่างกลุ่ม	4.942	5	0.988	2.421	.035*
	ภายในกลุ่ม	160.895	394	.408		
	รวม	165.838	399			

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ใช้บริการเว็บไซต์ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับการจัดการผลิตภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี ที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์แตกต่างกัน โดยผู้ให้บริการเว็บไซต์ที่มีอาชีพข้าราชการ มีความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์น้อยกว่า ผู้ใช้บริการเว็บไซต์ที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว และนักเรียน/นักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 พนักงานเอกชน และนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์มากกว่า ผู้ใช้บริการเว็บไซต์ที่มีอาชีพอื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 5 การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างรายได้ต่อเดือนต่อความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับการจัดการผลิตภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี

	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ความพึงพอใจการใช้บริการเว็บไซต์	ระหว่างกลุ่ม	2.037	4	0.509	1.228	.298
	ภายในกลุ่ม	160.801	395	.415		
	รวม	165.838	399			

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้ใช้บริการเว็บไซต์ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับการจัดการผลิตภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี ที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 6 การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างจำนวนครั้งที่ซื้อต่อความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับการจัดการผลิตภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชน สุชาวดี

	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ความพึงพอใจการใช้บริการเว็บไซต์	ระหว่างกลุ่ม	0.655	3	0.218	0.523	.667
	ภายในกลุ่ม	165.183	396	.417		
	รวม	165.838	399			

จากตารางที่ 6 พบว่า ผู้ใช้บริการเว็บไซต์ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับการจัดการผลิตภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี ที่มีจำนวนครั้งที่ซื้อของแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์ ไม่แตกต่างกัน

สรุปและอภิปรายผล

จากการศึกษาวิจัย การพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับการจัดการผลิตภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี ตำบลปรึก อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา

1. ความต้องการระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อการจัดการผลิตภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี ตำบลปรึก อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา พบว่า ทางกลุ่มมีความต้องการในการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อนำเสนอสินค้า ประชาสัมพันธ์ และเพิ่มช่องทางในการจัดจำหน่ายสินค้าในกลุ่มลูกค้าทุกระดับ ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ โดยมีความสามารถในการรับคำสั่งซื้อสินค้า เนื่องจากทางกลุ่มมีสินค้าผลิตไว้เพื่อรอการจำหน่าย และมีการผลิตสินค้าตามคำสั่งซื้อสินค้าบ้างในบางครั้ง ต้องการวิธีจัดส่งสินค้าทางพัสดุไปรษณีย์ และต้องการรับชำระเงินจากลูกค้าผ่านช่องทางบริการของธนาคาร ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีด้านการจัดการ การจัดการหรือการบริหารกิจการต่าง ๆ จำเป็นต้องมีทรัพยากรอันเป็นปัจจัยพื้นฐานทางการจัดการ โดยทั่วไปถือว่าทรัพยากรที่จำเป็นของการจัดการมีอยู่ 4 ประการ ซึ่งรู้จักกันในนาม 4 M ได้แก่ คน เป็นผู้ปฏิบัติกิจกรรมขององค์การนั้น ๆ เงิน ใช้สำหรับเป็นค่าจ้างและค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ วัสดุสิ่งของ หมายถึง อุปกรณ์เครื่องใช้ เครื่องมือต่าง ๆ รวมทั้งอาคารสถานที่ และความรู้ด้านการจัดการ หมายถึง ความรู้เกี่ยวกับการจัดการ (Bangmo, 2008)

2. พัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สำหรับการจัดการผลิตภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี ตำบลปรึก อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา มีชื่อเว็บไซต์ คือ www.otopsuchawadee.com แบ่งการทำงานออกเป็น 2 ส่วน คือ 1) ระบบหน้าร้าน เป็นระบบที่แสดงรายละเอียดที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ภายในร้าน โดยในส่วนนี้จะเป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับลูกค้า สามารถดูรายละเอียดของผลิตภัณฑ์

สมัครสมาชิก สั่งซื้อผลิตภัณฑ์ ตรวจสอบสถานะการสั่งซื้อ และแจ้งการชำระเงินผ่านระบบกลับไปยังผู้จำหน่าย 2) ระบบหลังร้าน เป็นส่วนของการจัดการข้อมูลต่าง ๆ ภายในระบบ ซึ่งในส่วนนี้ จะเป็น ส่วนของผู้ที่เกี่ยวข้องกับระบบ หรือผู้ดูแลระบบ สามารถดูรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ ตรวจสอบข้อมูล การสมัครสมาชิก จัดการรายละเอียดข้อมูลผลิตภัณฑ์ ตรวจสอบสถานะการสั่งซื้อของลูกค้า และดู รายงานสรุปการซื้อขายสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง การใช้ เทคโนโลยีเป็นสื่อกลางสำหรับแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการระหว่างผู้ที่เกี่ยวข้อง อันได้แก่ ตัวบุคคล องค์กร หรือตัวบุคคลกับองค์กร ทั้งนี้ เพื่อช่วยสนับสนุนและอำนวยความสะดวกในการดำเนินกิจกรรม ต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกองค์กร (Kanjanasuwana, 2009)

3. ความพึงพอใจระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สำหรับการจัดการผลิตภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชน สุชาวดี ตำบลปรัก อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา พบว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบในภาพรวมอยู่ใน ระดับมาก มีการตั้งชื่อของเว็บไซต์สื่อความหมายได้ดี การเข้าถึงและค้นหาข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว มี ช่องทางการติดต่อสอบถาม รูปแบบการนำเสนอสินค้า มีความโดดเด่นและน่าสนใจ การใช้สีและขนาด ของตัวอักษรอ่านง่าย และมีความสวยงามในการออกแบบเว็บไซต์ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎี การวัดความสำเร็จของระบบ ได้อธิบายว่า ความสำเร็จของระบบมีตัวชี้วัดหลายตัว ตัวชี้วัดที่นิยมมากที่สุด ได้แก่ ระดับการใช้งาน ความพึงพอใจของผู้ใช้ต่อระบบ ประสิทธิภาพ และประสิทธิผล (Boon-aon, 2010) และสอดคล้องกับแนวคิดการวัดความพึงพอใจ เป็นการบอกถึงความชอบของบุคคลที่มีต่อ สิ่งหนึ่งสิ่งใด ซึ่งสามารถวัดได้หลายวิธี เช่น การสัมภาษณ์ การใช้แบบสอบถามความคิดเห็น และการ ใช้แบบสำรวจความรู้สึก (Chaipunya, 1998)

4. เปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จำแนกตามปัจจัย ส่วนบุคคล ของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สำหรับการจัดการผลิตภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจ ชุมชนสุชาวดี ตำบลปรัก อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา พบว่า ผู้ใช้บริการเว็บไซต์ระบบพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ สำหรับการจัดการผลิตภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี ที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์ แตกต่างกัน และผู้ใช้บริการเว็บไซต์ระบบพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ สำหรับการจัดการผลิตภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี ที่มีเพศ รายได้ต่อเดือน จำนวน ครั้งที่ซื้อ ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์ ไม่แตกต่างกัน โดยผู้ใช้บริการเว็บไซต์ ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี และ อายุ 20-30 ปี มีความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์มากกว่า ผู้ใช้บริการ เว็บไซต์ที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป และผู้ใช้ที่มีความพึงพอใจส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา และประกอบ อาชีพธุรกิจส่วนตัว ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดความพึงพอใจ คือ ความพึงพอใจเป็นผลของการแสดงออก ของทัศนคติของบุคคลอีกรูปแบบหนึ่ง และเป็นความรู้สึกที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งเป็นไปได้ทั้งทางบวก และทางลบ สามารถตอบสนองความต้องการ หรือทำให้บรรลุจุดมุ่งหมายได้ ก็จะทำให้เกิดความรู้สึกบวก เป็นความรู้สึกที่พึงพอใจ แต่ในทางตรงกันข้าม ถ้าสิ่งนั้นสร้างความรู้สึกผิดหวัง ก็จะทำให้เกิดความรู้สึก ทางลบ เป็นความรู้สึกไม่พึงพอใจ (Paosuwan et al., 2007) และสอดคล้องกับแนวคิดการวัดความ พึงพอใจ เป็นการบอกถึงความชอบของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด ซึ่งสามารถวัดได้หลายวิธี เช่น การสัมภาษณ์

การใช้แบบสอบถามความคิดเห็น และการใช้แบบสำรวจความรู้สึก (Chaipunya, 1998) อีกทั้งยังสอดคล้องกับผลวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชันออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งได้แก่ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ในเรื่องของ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผลวิจัย พบว่า อาชีพที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชันออนไลน์ ของกลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลแตกต่างกัน โดยกลุ่มนักเรียน นักศึกษา มีค่าเฉลี่ยการตัดสินใจซื้อมากกว่าผู้ที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ซึ่งจากผลการวิจัยผู้ประกอบการและนักพัฒนาแอปพลิเคชันสามารถนำไปพัฒนาระบบปฏิบัติการของแอปพลิเคชันซื้อขายสินค้าออนไลน์ให้มีประสิทธิภาพ และตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้นได้ (Kiadrasamee, 2015) และสอดคล้องกับผลวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ซึ่งพบว่า ผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตที่มีอายุแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้านความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ต และด้านจำนวนครั้งที่สั่งซื้อสินค้า แตกต่างกัน และผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตที่มีอาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้านความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ต แตกต่างกัน (Chaitirasakul & Gulid, 2013) โดยสามารถนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ในการวางแผนการทำการตลาดออนไลน์ การเจาะกลุ่มเป้าหมาย การโปรโมทสินค้าในกลุ่มผู้บริโภคที่มีความสนใจตามความต้องการของผู้บริโภคได้รวดเร็ว และแม่นยำ เพื่อเพิ่มโอกาสในการจำหน่ายสินค้าที่มากขึ้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัย

1. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี ตำบลปริก อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา มีความต้องการทำการค้าด้วยระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ แต่ขาดความรู้และความเข้าใจในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ดังนั้นทางกลุ่มจะต้องมีการเตรียมความพร้อมในส่วนของคุณคลากรในการจัดการข้อมูลการซื้อขายผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งนักวิจัยได้มีการถ่ายทอดองค์ความรู้และจัดอบรมการใช้งานระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไปแล้ว ซึ่งทางกลุ่มสามารถทบทวนเพิ่มเติมจากคู่มือการใช้งานระบบได้
2. องค์กรบริหารส่วนตำบล หรือองค์กรบริหารส่วนจังหวัด ควรมีส่วนช่วยส่งเสริมกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ในการนำเสนอสินค้าให้กับผู้ที่มาเยี่ยมชมเว็บไซต์ขององค์กรบริหารส่วนตำบล หรือองค์กรบริหารส่วนจังหวัด ให้สามารถค้นหาสินค้าได้ หรืออาจจะใช้เว็บไซต์ของหน่วยงานราชการเป็นตัวกลางในการนำเสนอสินค้า หรือเชื่อมโยงมาสู่เว็บไซต์ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับการจัดการผลิตภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี ตำบลปริก อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา และควรนำผลการวิจัยไปเป็นแนวทางให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอื่น ๆ เพื่อใช้เป็นช่องทางในการจัดจำหน่ายสินค้า และประชาสัมพันธ์กลุ่มให้เป็นที่รู้จักเพิ่มขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- Bangmo, S. (2008). *Organization and management* (5th ed.). Bangkok: Wittayaphat. [in Thai]
- Boon-aon, A. (2010). *Development of e-commerce prototype for OCC public company limited* (Master's thesis). Silpakorn University, Bangkok. [in Thai]
- Chaipunya, P. (1998). *Farmers' satisfaction on mixed farming activities under agriculture restructuring and production system project adjustment, Chiang Rai Province* (Master's thesis). Chiang Mai University, Chiang Mai. [in Thai]
- Chaitirasakul, J., & Gulid, N. (2013). Factors affecting using behavior for E-Commerce of internet users. *Srinakharinwirot Business Journal*, 4(1), 18-34. [in Thai]
- Kanjanasuwan, T. (2009). *E-Commerce*. Bangkok: KTP Comp & Consult. [in Thai]
- Kiadrasamee, J. (2015). *Factor affecting the decision making on purchasing products from the online application in bangkok metropolitan region* (Master's thesis). Thammasat University, Bangkok. [in Thai]
- Kittidechanuparb, P. (2006). *OS commerce*. Bangkok: Innovation Media Printing. [in Thai]
- Kraisanti, K., & Kumsri, R. (2015). *Management potential of Suchawadee Community Enterprise in Prik, Sadao District, Songkhla* (Research report). Songkhla: Hatyai University. [in Thai]
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2007). *E-Commerce: Business technology society* (3rd ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hill.
- Paosuwan, K., Patchim, T., & Chaypanya, S. (2007). *Expectation and satisfaction of studying at Suan Dusit Rajabhat University Phitsanulok Center* (Research report). Bangkok: Suan Dusit Rajabhat University. [in Thai]
- Pongthongmueng, J. (2012). *Web Design*. Retrieved from <http://www.gotknow.org/posts/190393> [in Thai]
- Turban, E., & King, D. (2008). *Electronic commerce 2008 (A material perspective)*. New Jersey: Pearson Prentice Hill.
- Wiratnipawan, W. (2007). *Management according to the moral guidelines and the sufficiency economy guidelines*. Bangkok: SE-EDUCATION Public Company. [in Thai]