

การสร้างเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อการขายภาพวาด  
ของคณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

E-COMMERCE WEBSITE CREATION  
FOR SELLING ARTS OF FACULTY OF FINE & APPLIED ARTS,  
BURAPHA UNIVERSITY

โชติกา จุ้นจิ้น<sup>1\*</sup> และ รุ่งอาทิตย์ บูชาอินทร์<sup>2</sup>

Chotika Junjeen<sup>1\*</sup> and Rungathit Buchain<sup>2</sup>

วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ชลบุรี ประเทศไทย<sup>1\*</sup>

คณะภูมิสารสนเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ชลบุรี ประเทศไทย<sup>2</sup>

Graduate School of Commerce Burapha University, Chonburi, Thailand<sup>1\*</sup>

Faculty of Geoinformatics Burapha University, Chonburi, Thailand<sup>2</sup>

Email: nookcho@gmail.com<sup>1\*</sup>

Received: 2018-06-10

Revised: 2018-10-22

Accepted: 2019-02-03

## บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษารูปแบบและแนวทางการออกแบบเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อการขายภาพวาดของคณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา 2) เพื่อสร้างเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อการขายภาพวาดของคณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา 3) เพื่อทราบความพึงพอใจในการใช้งานเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อการขายภาพวาดของคณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสานวิธี ได้แก่ การวิจัยเชิงคุณภาพ การวิจัยเชิงปฏิบัติการและการวิจัยเชิงปริมาณ ในขั้นตอนการวิจัยเชิงคุณภาพผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 18 คน จากนั้นนำข้อมูลมาวิเคราะห์และออกแบบเว็บไซต์ ในขั้นตอนการวิจัยเชิงปฏิบัติการผู้วิจัยได้เขียนโปรแกรมเพื่อสร้างเป็นเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อการขายภาพวาดของคณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา และในขั้นตอนสุดท้าย คือ การวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้ทดลองใช้งานเว็บไซต์

พาดิษย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อการขายภาพวาดของคณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา และประเมินความพึงพอใจในการใช้งานเว็บไซต์จากกลุ่มผู้ที่สนใจในภาพวาดและผู้ที่เข้ามาใช้งานเว็บไซต์จำนวน 100 คน

**คำสำคัญ:** พาดิษย์อิเล็กทรอนิกส์ เว็บไซต์ ภาพวาด

## ABSTRACT

This study has 3 objectives; 1. to explore approaches to designing an e-commerce website for selling arts of the Faculty of Fine & Applied Arts at Burapha University, 2. to create an e-commerce website for selling arts of the Faculty of Fine & Applied Arts at Burapha University, and 3. to understand user's satisfaction with the e-commerce website for selling arts of the Faculty of Fine & Applied Arts at Burapha University. In the study, a mixed-method approach was applied, combining qualitative, experimental, and quantitative methods. In the qualitative research, the data were collected by in-depth interview method of 18 key informants, the data were analyzed for designing the e-commerce website for selling arts of the Faculty of Fine & Applied Arts at Burapha University. In the experimental research, the programming codes were written to create the e-commerce website for selling arts of the Faculty of Fine & Applied Arts at Burapha University. Then, in the quantitative research, assessed the satisfaction of 100 participants, who visited the website and who were interested in paintings.

**Keywords:** E-commerce, website, Arts

## บทนำ

ปัจจุบันมีภาพวาดถูกสร้างสรรค์ออกมา มากมายไม่ว่าจะมาจากจิตรกรมือใหม่และจิตรกร มืออาชีพ สืบเนื่องจากการส่งเสริมทางภาค การศึกษาที่มีการเปิดการเรียนการสอนด้าน ศิลปะ ซึ่งเป็นอีกการเรียนและอาชีพที่หลายคน มองข้าม ในอดีตจนถึงปัจจุบันคณะศิลปกรรม

มหาวิทยาลัยบูรพาได้มีการเรียนการสอนที่ มุ่งเน้นให้นักศึกษาวาดภาพและแสดงฝีมือของ ตนเองออกมารวมไปถึงการผสมผสานกับไอเดีย ที่สร้างสรรค์ เพื่อนำผลงานของตนเองส่งให้กับ อาจารย์เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและความ สวยงามของภาพวาดและยังส่งเสริมให้ยึดเป็น

อาชีพหลัก แต่หลังจากนั้นภาพวาดต่าง ๆ นี้ ได้ถูกเก็บและวางไว้โดยไร้ประโยชน์เนื่องจากเจ้าของภาพวาดมองไม่เห็นถึงมูลค่าของภาพวาดที่ถูกสร้างสรรค์มาด้วยฝีมือของตนเองนั้นมีค่ามากแค่ไหน จึงทำให้ในทุกปีคณะศิลปกรรมมหาวิทยาลัยบูรพาที่มีภาพวาดของนักศึกษาอยู่เป็นจำนวนไม่ต่ำกว่า 100-200 ภาพต่อปี ถือว่ามีจำนวนมากแต่สวนทางกับช่องทางการจัดจำหน่ายภาพวาด

ในปัจจุบันโลกของธุรกิจการค้าออนไลน์เติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้สืบเนื่องมาจากเทคโนโลยีที่ก้าวหน้าทำให้การเข้าถึงอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคที่มีความสะดวก รวดเร็วและง่ายดายแค่เพียงปลายนิ้วสัมผัส ซึ่งในปี 2557 ที่ผ่านมารัฐกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce) ของไทยได้เติบโตขึ้นแบบก้าวกระโดด ซึ่งปัจจัยที่สำคัญนั้นมาจากการที่ธุรกิจต่าง ๆ ได้มองว่าในเวลาอันสั้น E-commerce เป็นช่องทางการขายหลักในการเข้าถึงผู้บริโภค การดำเนินธุรกิจการสั่งซื้อสินค้าทางออนไลน์ผ่านทางอินเทอร์เน็ตจึงเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่ได้รับคามนิยมเป็นอย่างมาก ดังนั้นระบบสั่งซื้อสินค้าออนไลน์นั้นจึงมีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องการได้รับการพัฒนา เพื่อให้มีความทันสมัย รวดเร็ว สะดวกสบายและตรงตามความต้องการของลูกค้าอยู่ตลอดเวลา อันนำไปสู่การเติบโตของผู้นำทางธุรกิจที่เพิ่มมากขึ้นและดีขึ้น ผนวกกับในการศึกษาข้อมูลพบว่าในประเทศไทยมีผู้ประกอบการที่ทำธุรกิจอีคอมเมิร์ซทั้งหมดหลัก ๆ 8 กลุ่มอุตสาหกรรม

ได้แก่ อุตสาหกรรมการผลิต อุตสาหกรรม การค้าปลีกและการค้าส่ง อุตสาหกรรมบริการขนส่ง อุตสาหกรรมกาให้บริการที่พัก อุตสาหกรรม ข้อมูลข่าวสารและการสื่อสาร อุตสาหกรรม การประกันภัย อุตสาหกรรมศิลปะ ความบันเทิง และนันทนาการ และอุตสาหกรรมกาบริการ ด้านอื่น ๆ ซึ่งอุตสาหกรรมศิลปะเป็นหนึ่งในนั้น

จากปัญหาและข้อมูลที่ได้ศึกษามาข้างต้น ผู้วิจัยจึงมองเห็นช่องทางการจัดจำหน่าย รวมไปถึงการสร้างรายได้และเพิ่มคุณค่าให้แก่ภาพวาดของนิสิตนักศึกษาคณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา โดยการนำเทคโนโลยีการขายสินค้าออนไลน์เข้ามาช่วยในการจัดจำหน่ายและประชาสัมพันธ์ภาพวาด ทำให้ภาพวาดมีมูลค่าเพิ่มคุณค่าให้กับภาพวาด รวมไปถึงยังสร้างรายได้ให้กับนิสิตนักศึกษาคณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา โดยการออกแบบและสร้างเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อการขายภาพวาดขึ้น ซึ่งในการสร้างเว็บไซต์ครั้งนี้ ผู้วิจัยยังต้องการที่จะเปิดกว้างให้กับนักวาดภาพที่ไม่ได้มีชื่อเสียงแต่มีฝีมือได้มาแสดงผลงานและขายภาพของตนเองในเว็บไซต์ได้อีกด้วย รวมไปถึง ธุรกิจเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อการขายภาพวาดในประเทศไทยยังไม่เคยมีมาก่อน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงต้องการที่จะทำการสร้างเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อการขายภาพวาด ของคณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา เพื่อเป็นอีกหนึ่งทางเลือกในการซื้อภาพวาด ทราบข้อมูลและผลงานของผู้วาดภาพ ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้ตระหนักถึงคุณลักษณะ

สำคัญของเว็บไซต์ที่จะต้องตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค สะดวกสบาย และมีความถูกต้องแม่นยำ

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษารูปแบบและแนวทางการออกแบบเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อการขายภาพวาดของคณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
2. เพื่อสร้างเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อการขายภาพวาดของคณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
3. เพื่อทราบความพึงพอใจในการใช้งานเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อการขายภาพวาดของคณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

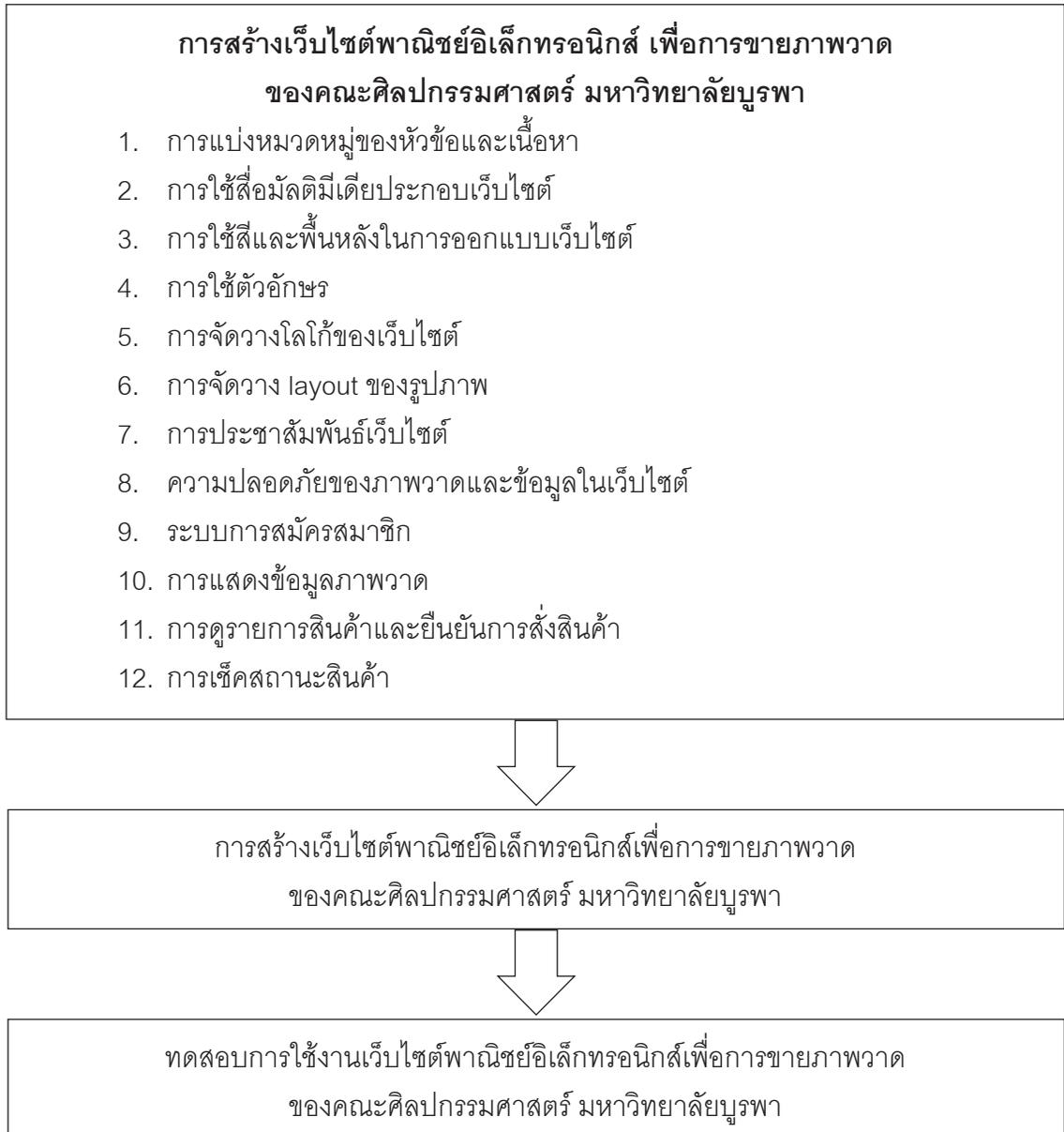
### ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา การวิจัยครั้งนี้จัดทำขึ้นเพื่อสร้างเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อเป็นสื่อกลางในการขายภาพวาดระหว่างศิลปินผู้เป็นเจ้าของผลงานภาพวาด และผู้ที่นิยมหรือสนใจในผลงานภาพวาดให้สามารถมีช่องทางในการสื่อสารเพื่อแสดงและจัดจำหน่ายผลงาน และสามารถเลือกซื้อผลงานได้

ขอบเขตของประชากร การสัมภาษณ์แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ ผู้รู้และผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับภาพวาดและผู้รู้และผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับการเขียนเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ขอบเขตกลุ่มของผู้ใช้งานเว็บไซต์แบ่งออกเป็น ผู้ที่สนใจในภาพวาดและผู้ซื้อที่เข้ามาใช้งานเว็บไซต์

### กรอบแนวคิดของการวิจัย



## ระเบียบวิธีวิจัย

### ระเบียบวิธีวิจัยดังนี้

#### 1. การวิจัยเชิงคุณภาพ

1.1 การสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้เชี่ยวชาญทางการเขียนโปรแกรมและผู้เชี่ยวชาญทางด้านศิลปะจำนวน 18 ท่าน โดยใช้วิธีสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจงตามเกณฑ์และคุณสมบัติของผู้เชี่ยวชาญในด้านต่าง ๆ ได้แก่

กลุ่มที่ 1 อาจารย์ผู้สอนศิลปะในคณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา 3 ท่าน และนิสิตและนักศึกษาในคณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา 10 ท่าน

กลุ่มที่ 2 ผู้รู้และผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับการเขียนโปรแกรม 5 ท่าน ได้แก่ ผู้พัฒนาเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 5 คน

1.2 การวิจัยเชิงเอกสารศึกษาหลักการและรูปแบบในการทำงานและการขายสินค้าผ่านเว็บไซต์ออนไลน์ และรูปแบบคำถามในการตั้งคำถาม รวมถึงการศึกษาปัญหาของภาพวาดที่มีอยู่โดยไม่ได้ใช้ประโยชน์ และไม่มีช่องทางการจัดจำหน่าย และข้อมูลเบื้องต้นในการทำสร้างธุรกิจเกี่ยวกับภาพวาด เพื่อนำมาออกแบบแบบสัมภาษณ์ โดยการออกแบบสัมภาษณ์ จะแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่

##### 1.2.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

1.2.2 แนวคำถามด้านการออกแบบเว็บไซต์ เพื่อนำไปใช้ในการสร้างเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อการขายภาพวาดของคณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

##### 1.2.3 แนวคำถามในส่วนของคุณภาพ

ที่จำเป็นในการออกแบบในส่วนต่างๆของเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อการขายภาพวาดของคณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

1.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ที่มีลักษณะข้อมูลปลายเปิดที่ได้รับการตรวจสอบความตรงและถูกต้องของข้อความถามกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยจากผู้เชี่ยวชาญ โดยผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกเป็นรายบุคคล

#### 2. การวิจัยเชิงปฏิบัติการ

##### 2.1 ขั้นวางแผน

1. การศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการวิจัยเชิงคุณภาพ ผสมกับการศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมจากเอกสารต่าง ๆ ของการออกแบบและการสร้างเว็บไซต์รวมถึงความรู้ที่ได้จากการเรียนและการทำงานด้านการพัฒนาและออกแบบเว็บไซต์มาโดยตรง

2. การสรุปผลการวิจัย ผู้วิจัยได้ใช้ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูล มาทำการวิเคราะห์และกำหนดหัวข้อเพื่อให้ได้ข้อสรุปตรงตามความต้องการของผู้ใช้งานและความถูกต้องของการออกแบบเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อการขายภาพวาดของคณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

##### 2.2 ขั้นลงมือปฏิบัติ

หลังจากการสรุปผลและกำหนดหัวข้อในการสร้างเว็บไซต์ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเขียนโปรแกรมเพื่อทำการสร้างเว็บไซต์ด้วยภาษา C# ผ่านโปรแกรม Visual studio 2015 เชื่อมต่อฐานข้อมูล Microsoft SQL server

### 2.3 ชั้นสังเกตการณ์

ในชั้นตอนนี้ผู้วิจัยได้ใช้วิธีสังเกตการณ์ โดยทำการจดบันทึกการใช้งานการสังเกตการใช้งานเว็บไซต์ในแต่ละส่วน และแบบประเมินผล

### 2.4 ชั้นสะท้อนผล

ในชั้นสะท้อนผลผู้วิจัยได้ทำการจดบันทึกการใช้งานเว็บไซต์ หลังจากนั้นได้ทำการวิเคราะห์ และประเมินผลเบื้องต้นเพื่อทราบข้อมูลและปัญหาของการใช้งานเว็บไซต์ โดยผ่านการอภิปรายและสรุปปัญหาเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อการขายภาพวาดของคณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ในครั้งต่อไป

## 3. การวิจัยเชิงปริมาณ

3.1 การประเมินผลการใช้งานเว็บไซต์ หลังจากผู้วิจัยได้ทำการสร้างเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อการขายภาพวาดของคณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพาเสร็จเรียบร้อยแล้ว ได้กำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง คือ ผู้ที่มีความสนใจในการซื้อภาพวาดและผู้ใช้งานเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 100 คน โดยแบ่งแบบประเมินความพึงพอใจออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

3.1.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้แสดงความคิดเห็น จำนวน 4 ข้อ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุดและอาชีพ

3.1.2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อการขายภาพวาด ของคณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา มีหัวข้อดังนี้

- ด้านการออกแบบและการจัดรูปแบบ
- ด้านคุณภาพของเนื้อหา
- ระดับความพึงพอใจโดยภาพรวม

3.1.3 ข้อเสนอแนะอื่นๆ ที่ต้องการให้มีการปรับปรุง โดยการทำแบบประเมินความพึงพอใจกลุ่มตัวอย่างจะต้องทำแบบประเมินผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อการขายภาพวาด ของคณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ที่ผู้วิจัยได้ทำการสร้างขึ้นมา ทั้งนี้จะสามารถทำแบบประเมินความพึงพอใจได้ หลังจากการใช้งานเว็บไซต์ครบทุกกระบวนการ โดยสมมุติแบบ ในแต่ละข้อแบบประเมินความพึงพอใจจะแบ่งคะแนนออกเป็น 5 ระดับ

การแปลความหมายแต่ละด้านของแบบประเมินความพึงพอใจในการใช้งานเว็บไซต์ด้วยค่าเฉลี่ย (Mean) และตีความหมายของคะแนนเฉลี่ยตามเกณฑ์ของ ชัชวาลย์ เรื่องประพันธ์ (Ruengprapapan, 1996) ดังตารางที่ 1

## ตารางที่ 1 การแปลความหมายคะแนน

คะแนน	แปลความหมาย
1.00-1.80	น้อยที่สุด
1.81-2.60	น้อย
2.61-3.40	ปานกลาง
3.41-4.20	มาก
4.21-5.00	มากที่สุด

การวิเคราะห์ข้อมูลการประเมินความพึงพอใจในการใช้งานเว็บไซต์ของการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อวิเคราะห์สถิติ ใช้การวิเคราะห์สถิติพรรณนา ด้วยการแจกแจงความถี่เป็นจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยเลขคณิต

### สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัย

#### สรุปผลการวิจัย

จากการเก็บรวบรวม วิเคราะห์ข้อมูล และศึกษารูปแบบและออกแบบเว็บไซต์ เพื่อใช้ในการสร้างเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อการขายภาพวาดออนไลน์ ของคณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ผู้วิจัยสามารถสรุปผลในแต่ละส่วน ได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 สรุปผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

ผลสรุปที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญในด้านศิลปะและผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ผู้วิจัยได้รูปแบบและความถูกต้องในการออกแบบเว็บไซต์พาณิชย์

อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อการขายภาพวาด ของคณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ดังนี้

1. ผลการวิจัยส่วนของคำถามในการออกแบบเว็บไซต์

1.1 ส่วนหัวของเว็บไซต์ ควรมีการจัดวางโลโก้ไว้ทางด้านบนข้างซ้าย และสีของหัวเว็บไซต์ควรเป็นสีดำ

1.2 ส่วนเนื้อหาของเว็บไซต์ ควรมีการจัดแบ่งหมวดหมู่ของหัวข้อและเนื้อหาจากประเภทของภาพวาดโดยจัดแบ่งประเภทของภาพวาดออกเป็นหุ่นนิ่ง (still light), ทิวทัศน์ (view), คน (figure /portrait), สัตว์ (animal), งานสร้างสรรค์ (creative painting), ไทยสากล (Thai contemporary) ควรรู้ใช้แบนเนอร์ (รูปภาพเคลื่อนไหว) มาประกอบในการแสดงภาพหรือนำเสนอภาพทั้งหมดที่มี โดยใช้สีขาวเป็นสีพื้นหลัง ซึ่งสีขาวเป็นสีที่เหมาะสมที่สุดและเป็นสีที่ไม่รบกวนสายตาและไม่แยงความสนใจของผู้ซื้อไปจากภาพวาด การใช้ตัวอักษรนั้นควรเป็น

ตัวอักษรที่มีรูปแบบของตัวอักษรที่อ่านง่าย ในส่วนของการจัดวาง layout ของการแสดงผล ภาพวาดเพื่อให้ผู้ซื้อเลือกซื้อได้ง่าย สะดวกสบาย และมีความสวยงามนั้นควรจะจัดวางภาพวาด แถวละ 3 ภาพ

1.3 การประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ ควรมีการประชาสัมพันธ์โดยการแชร์ผ่านเฟสบุ๊ค จัดทำ QR code รวมไปถึงการซื้อ Social application การทำ SEO จัดทำโบรชัวร์และจัดแสดงเว็บไซต์ในงานนิทรรศการ

2. ผลการวิจัยส่วนของข้อมูลที่จำเป็นในการออกแบบเว็บไซต์

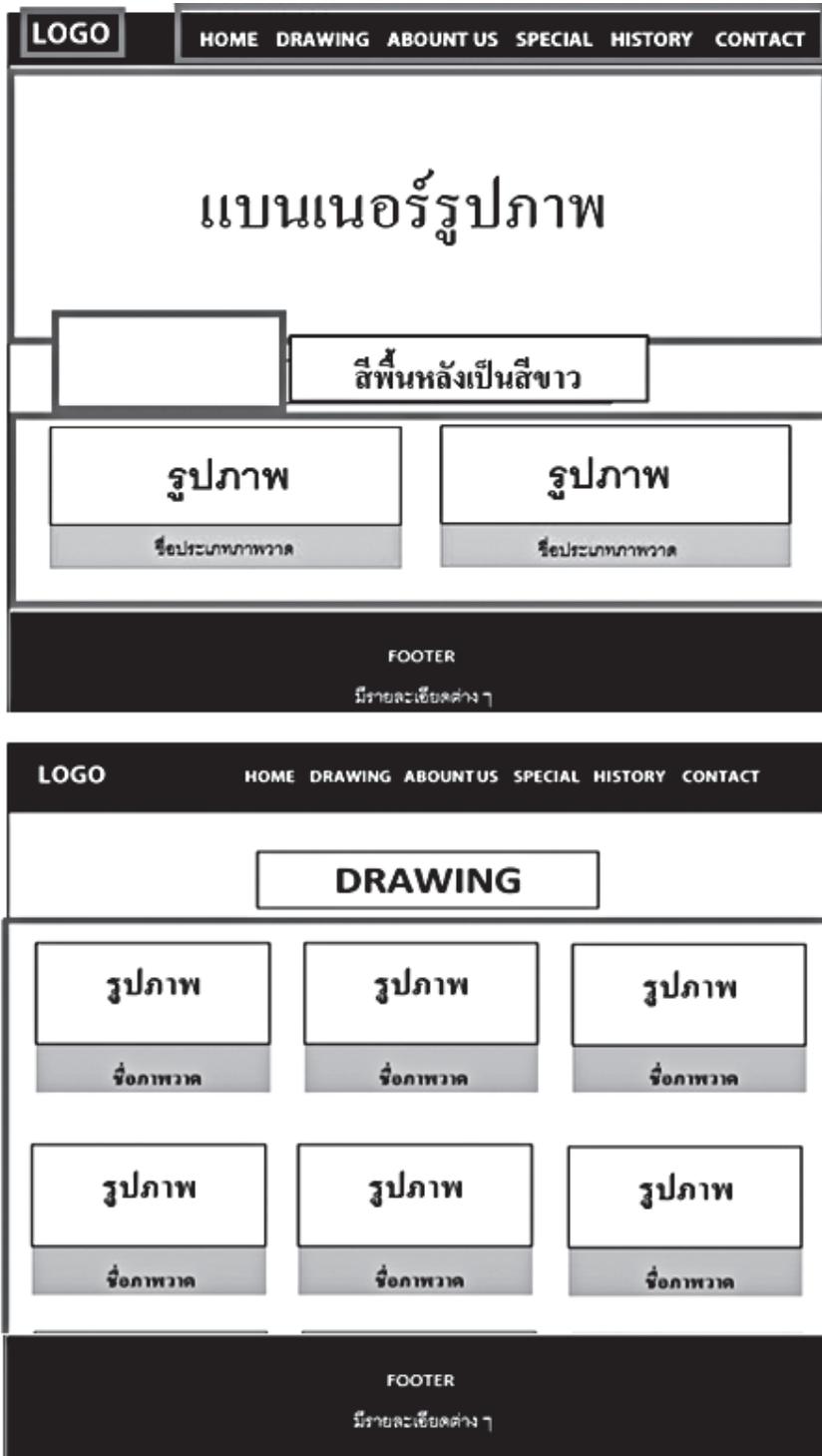
2.1 ส่วนความปลอดภัยในการดูข้อมูลที่สำคัญต่างๆ จะต้องมีการเข้าสู่ระบบก่อนทุกครั้งซึ่งในการเข้าสู่ระบบจะต้องมีการกรอกข้อมูล

คือ username และ password เพื่อเป็นการยืนยันตัวตน

2.2 ส่วนการแสดงผลข้อมูลภาพวาด นอกจากภาพวาดแล้วจะต้องมีการแสดง ชื่อของภาพวาด แนวความคิด ราคา ขนาดของภาพวาด รูปแบบ เทคนิค และชื่อศิลปิน เพื่อให้ผู้ซื้อที่มีความเข้าใจและทราบรายละเอียดของภาพวาดให้ได้ครบถ้วน

2.3 ส่วนการดูรายการสินค้าและยืนยันการสั่งซื้อสินค้า ต้องมีการแสดงข้อมูล ชื่อภาพ ราคา ราคารวม ที่อยู่ในการจัดส่ง ปุ่มยืนยันการสั่งซื้อ และช่องทางการชำระเงิน

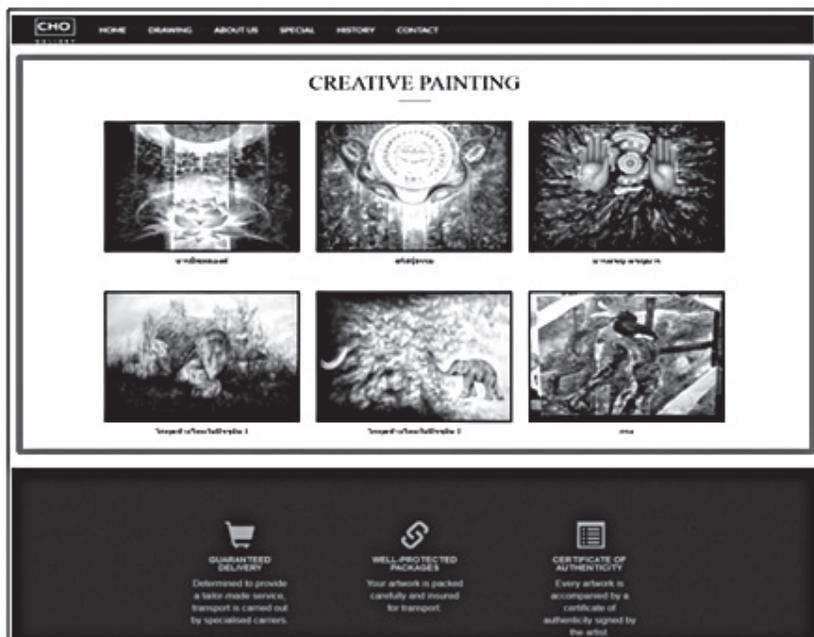
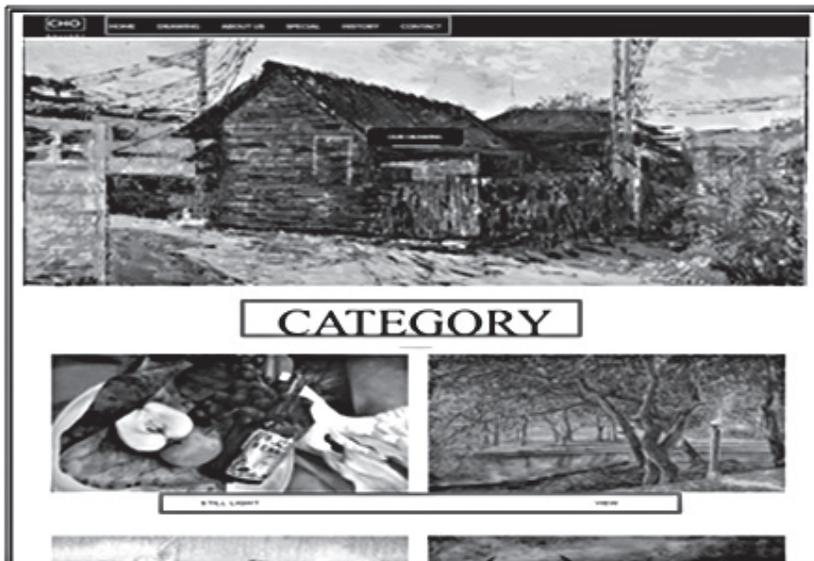
2.4 ส่วนการเช็คสถานะสินค้า ต้องมีการแสดงข้อมูล เลขใบสั่งซื้อ จำนวน ราคารวม สถานะการสั่งซื้อ และวันที่สั่งซื้อ



ภาพที่ 1 การออกแบบเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อการขายภาพวาด ของคณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

ส่วนที่ 2 สรุปผลการวิจัยเชิงปฏิบัติการ  
ผลสรุปที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ  
และการออกแบบสามารถทำการสร้างเว็บไซต์

พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อการขายภาพวาด  
ของคณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา  
ได้ดังนี้



ภาพที่ 2 การสร้างเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อการขายภาพวาด ของคณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

## อภิปรายผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 อภิปรายผลข้อมูลเชิงคุณภาพ

ผลการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์พบว่าการออกแบบเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ควรจัดวางโลโก้ไว้มุมบนด้านซ้ายของเว็บไซต์ เนื่องจากเป็นตำแหน่งที่คุ้นตาเนื่องจากเวลาอ่านหนังสือหรือมองสิ่งต่าง ๆ คนเรามักจะกวาดสายตาจากทางด้านซ้ายไปขวาซึ่งทำให้มองเห็นมุมซ้ายก่อนเป็นอันดับแรก การจัดแบ่งหมวดหมู่ควรแบ่งตามประเภทของสินค้าเพื่อให้ผู้ใช้งานหรือผู้ซื้อสามารถเลือกดูสินค้าได้ง่ายและสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น ควรใช้สีที่มีมิติมีเดียมาประกอบเพื่อให้เว็บไซต์มีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้นโดยใช้แบนเนอร์ (ป้ายโฆษณาสินค้า) ซึ่งแสดงเป็นภาพถ่ายของตัวสินค้าที่สามารถเปลี่ยนภาพสินค้าได้แบบอัตโนมัติหรือผู้ใช้งานสามารถเลื่อนเปลี่ยนเพื่อดูสินค้าได้เองซึ่งมีขนาดใหญ่เมื่อโชว์ในเว็บไซท์จะทำให้สินค้ามีความน่าสนใจและดึงดูดความสนใจของผู้เข้าชมเว็บไซต์ได้มากยิ่งขึ้นรวมถึงยังสามารถแนะนำสินค้าได้ครบถ้วน เลือกใช้สีขาวเป็นสีพื้นหลังของเว็บไซต์เพื่อช่วยให้สินค้าเด่นเนื่องจากเป็นสีที่สะอาดตาและไม่ทำให้ผู้ซื้อละสายตาจากสินค้าได้ การใช้ตัวอักษรในเว็บไซท์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ควรเป็นตัวอักษรที่อ่านง่ายดูแล้วสบายตาและไม่ควรใช้รูปแบบของตัวอักษรเกิน 3 - 4 รูปแบบตัวอักษรเพราะจะทำให้ดูรกสายตาจนเกินไป โดยรวมแล้วตัวอักษรต้องไม่เด่นจนเกินไปเนื่องจากเราต้องการนำเสนอสินค้า

การจัดวาง Layout ของการแสดงผลภาพสินค้าเพื่อให้ผู้ซื้อเลือกได้ง่ายสะดวกสบายและสวยงามคือ จัดวางภาพสินค้าแถวละ 3 ภาพ ซึ่งดูไม่มากเกินไปและเหมาะสมรวมไปถึงแสดงผลภาพสินค้าให้เห็นได้ชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับบทความจากเว็บไซต์ดีไซน์สคูล (Designschool, 2558) กล่าวว่าหลักการออกแบบเว็บไซต์ E-commerce ให้สวยงามน่าใช้งาน ภาพสินค้าต้องใหญ่และเน้นสีที่โดดเด่น ทำภาพสินค้าให้ใหญ่และสามารถเห็นได้ชัดเจน ต่อมาคือ ความเรียบง่ายการใช้ตัวอักษรที่สะอาดตาดูดีบวกกับภาพสินค้าที่ใหญ่อาจจะทำให้ผู้ใช้งานสนใจมากกว่าเดิม แนะนำสินค้าให้ครบถ้วน ใช้ตัวอักษรบนเว็บไซต์ให้มีเอกลักษณ์ เลือกใช้ฟอนต์ที่มีเอกลักษณ์และมีความเชื่อมโยงกับสินค้าหรือออกแบบโลโก้ให้มีสไตล์ ง่ายต่อการค้นหา เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ดีนั้นควรจะต้องหาสินค้าได้โดยเร็ว กดสั่งซื้อแล้วไม่ดึงไปหน้าอื่น แบนด์เนอร์ต้องเลื่อนเปลี่ยนสินค้าได้

ผลการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์พบว่ามีข้อมูลที่จำเป็นในการออกแบบเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในส่วนของความปลอดภัยในการดูข้อมูลสำคัญคือให้ผู้ใช้กรอก Username และ Password เพื่อยืนยันตัวตนก่อนการเข้าสู่ข้อมูลที่สำคัญต่าง ๆ ซึ่งสอดคล้องกับ พรรณีสวนเพลง (Suanpang, 2011) ได้วิจัยการพัฒนา ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวพบว่า การทดสอบความถูกต้องของการทำงานของระบบและตรวจสอบเพื่อป้องกันความผิดพลาดของระบบดังนี้ 1) การป้องกัน

ความผิดพลาดที่เกิดจากการป้อนข้อมูลของผู้ใช้งานระบบจะทำการตรวจสอบการป้อนข้อมูล ถ้าผู้ใช้ป้อนข้อมูลไม่ครบถ้วนระบบจะแจ้งข้อความเตือนผู้ใช้ 2) การตรวจสอบความถูกต้องในการเข้าใช้ระบบ ระบบจะทำการตรวจสอบ username และ password ของผู้ใช้งานก่อน log in เข้าสู่ระบบถ้าผู้ใช้ป้อนข้อมูล username หรือ password ผิด ระบบจะแสดงความแจ้งเตือนแก่ผู้ใช้ และ 3) การตรวจสอบความถูกต้องในการประมวลผลข้อมูลในการประมวลผลระบบ จะทำการตรวจสอบข้อมูลที่ผู้ใช้ป้อนเข้าไป โดยส่วนของข้อมูลที่เป็นข้อมูลเฉพาะระบบ จะทำการตรวจสอบ ถ้าข้อมูลนั้นซ้ำกับข้อมูลที่มีอยู่แล้วในระบบ ระบบจะแสดงข้อความแจ้งเตือนแก่ผู้ใช้ ต่อมาในส่วนของการแสดงข้อมูลสินค้าข้อมูลที่จะเป็นควรมี ชื่อสินค้า รายละเอียดสินค้า ราคา ขนาด ชื่อผู้ผลิต ส่วนของการดูรายการสินค้าและยืนยันการสั่งซื้อสินค้า คือ ชื่อภาพ ราคา ราคารวมที่อยู่ในการจัดส่ง และปุ่มยืนยันการสั่งซื้อ ช่องทางการชำระเงิน ข้อมูลที่จำเป็นในส่วนของการเช็คสถานะสินค้า คือ เลขใบสั่งซื้อ จำนวน ราคารวม สถานะการสั่งซื้อ วันที่สั่งซื้อ

ผลการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์พบว่า การออกแบบเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ควรมีการแบ่งการทำงานแต่ละส่วนของเว็บไซต์ ดังนี้ สามารถสมัครสมาชิกและแก้ไขข้อมูลส่วนตัว และสามารถดูข้อมูลต่าง ๆ ของสินค้า ข้อมูลผู้ขายสินค้า การสั่งซื้อสินค้า ข้อมูลการสั่งซื้อ การแจ้งชำระเงิน การกรอกข้อมูลแจ้งการ

เปลี่ยนสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับบทความจากเว็บไซต์ (Sites, 2560) กล่าวว่าองค์ประกอบสำคัญของเว็บไซต์ที่ทำการค้าแบบ E-commerce ควรมีระบบการทำงานดังนี้ ในส่วนของระบบหน้าร้าน ส่วนประกอบที่สำคัญของการค้าแบบ E-commerce คือ ใช้แสดงข้อมูลสินค้าภายในร้านค้า รวมถึงระบบการค้นหาข้อมูลสินค้านโยบายการค้าและข้อมูลเกี่ยวกับบริษัท เป็นระบบต่อเนื่องจากหน้าร้าน ถูกใช้เมื่อลูกค้าต้องการสั่งซื้อสินค้า ระบบจะแสดงรายการสินค้าที่ถูกสั่งซื้อพร้อมคำนวณราคาค่าใช้จ่ายให้ทราบด้วย ลูกค้าสามารถปรับเปลี่ยนรายการสินค้าได้จนกว่าจะเข้าถึงขั้นตอนการชำระเงิน

ส่วนที่ 2 อภิปรายผลการวิจัยเชิงปฏิบัติการ

ผลการสร้างเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ผู้วิจัยได้นำข้อสรุปจากการทำวิจัยเชิงคุณภาพมาทำการสร้างเว็บไซต์ในการสร้างเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยหลังจากการสร้างเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และทำการวัดผลจากการสังเกตและการจดบันทึกจากการใช้งานของผู้ใช้งานจริง พบว่าผู้วิจัยได้ทำการสร้างเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ออกมาได้ตรงตามความต้องการของผู้ใช้งานและเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่สร้างขึ้นมานั้นสามารถใช้งานได้จริง

ส่วนที่ 3 อภิปรายผลการวิจัยเชิงปริมาณ

ผลการทดลองใช้งานจริงของเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และการประเมินความพึงพอใจพบว่าผู้ใช้งานเว็บไซต์มีความพึงพอใจ

มากที่สุด ไม่ว่าจะเป็นในด้านคุณภาพของเนื้อหา ซึ่งในการออกแบบเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การแสดงเนื้อหาและการให้ข้อมูลของสินค้า ควรมีคุณภาพและถูกต้องมากที่สุด สอดคล้องกับ เว็บไซต์ไลฟ์พีเคอาร์ยู (Lifeatpkru, 2560) กล่าวว่าความสำคัญของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ควรมีดังนี้ การให้ข้อมูลรายละเอียดของตัวสินค้า หรือบริการอย่างมาพอและความหนาแน่นและคุณภาพของข้อมูล ในด้านการออกแบบเว็บไซต์ และด้านความพึงพอใจโดยรวมได้ผลออกมาว่าการออกแบบเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ตรงตามความต้องการของผู้ใช้งาน สามารถนำไปใช้งานได้จริงและเว็บไซต์มีการทำงานที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับ จตุพร ศิลพรชัย (Silpornchai, 2014) ได้พัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ร้านบ้านบนดอย อำเภอแม่วาง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าผู้ใช้มีความพึงพอใจ มากที่สุดในด้านการออกแบบและจัดรูปแบบ ด้านความสามารถในการทำงานและด้านเนื้อหา จึงสรุปผลได้ว่าระบบมีการทำงานที่มีประสิทธิภาพ

และตรงตามความต้องการของผู้ใช้งาน โดยที่ระบบสามารถนำมาใช้งานได้จริง

### ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. เนื่องจากในครั้งนี้เป็นการทำวิจัย โดยการศึกษารูปแบบและการออกแบบเว็บไซต์ ที่ถูกต้องและเหมาะสมเพื่อนำไปสร้างเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ซึ่งยังไม่ได้ลงลึกในด้านการตลาด ในการศึกษาครั้งต่อไปควรมีการศึกษา ปัจจัยทางด้านการตลาดร่วมด้วย

2. ควรมีการพัฒนาเพิ่มเติมในส่วนของการชำระเงินแบบอัตโนมัติ หรือผ่านบัตรเครดิต เพื่อเพิ่มความสะดวกรวดสบายให้แก่ลูกค้า

3. ควรมีการศึกษาปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ด้านกฎหมายเพิ่มเติม เพื่อนำมาใช้ในการทำธุรกิจออนไลน์

4. ควรมีการศึกษางานศิลปะด้านอื่น ๆ ที่นอกเหนือจากงานด้านจิตรกรรม เพื่อให้มีงานศิลปะที่หลากหลาย

## REFERENCES

- Bureesri, A. (2014). Developing internet-based lessons E-commerce system development program, High Vocational Certificate in Computer Business, Narathiwat Technical College. Princess of Naradhiwas University Journal Of Humanities And School Sciences, 6(3), 133-143. (in Thai)
- Brandbuffet. (2017). Digital movement statistics around the word for 2017. Retrieved January 3, 2018, from <https://www.brandbuffet.in.th/2017/02/digital-overview-global-stat-2017/> (in Thai)
- Clarke, J. B., & Wheeler, S. J. (1992). A view of the phenomenon of caring in nursing practice. *Journal of Advance Nursing*, 17, 1283-1290.
- Colaizzi, P. F. (1978). Psychological research as a phenomenologist view it. In R. S. Valle and M.
- Designschool. (2018). Principles of E-commerce Website Design. Retrieved January 2, 2018, from <https://www.grappik.com/create-ecommerce-website>, accessed on 2015.
- Eamsiriwong, O. (2013). E-commerce (managerial perspective). Bangkok: SE-ED. (in Thai)
- King. (Eds) Existential-phenomenological alternatives for psychology. NY: Oxford University Press.
- Lifeatpkru. (2017). What are characteristics of a good E-commerce Website? Retrieved January 2, 2018, from <https://lifeatpkru.wordpress.com> (in Thai)
- Ngamwong, R. & Pinrattanaporn, R. (2015). E-commerce system on mobile phone for 'One Tambon [District], One Product' (OTOP), Ratchasima province: case study of Pak Tong Chai career development center. Nakhon Ratchasima: Faculty of Business Administration Raiamangala University Of Technology Isan. (in Thai)
- Phoongamdee, S. (2004). Art business. Bangkok: My Book Publishing. (in Thai)
- Phosa-aad, S. (2017). Developing E-commerce system with virtual reality for augmenting virtual buying experience. Bangkok: Science and Technology Infrastructure Databank (STDB). (in Thai)
- Pitchayasoontorn, P. (2014). Basic arts and design. Bangkok: Chulalongkorn University Press. (in Thai)

- Piyaket, R. et al. (2004). Analytical study project on development of E-commerce operators. Creative Art Business / Online Print. Retrieved from January 8, 2018 from [http://www.dbd.go.th/images/content/total\\_01.html](http://www.dbd.go.th/images/content/total_01.html) (in Thai)
- Silpornchai, J. (2014). The development of electronic commerce system for Ban-Bon-Doi Shop, Mae Wang, Ching Mai. Master of Science Program in Computer Science, Rajamangala University of University of Technology Lanna. (in Thai)
- Sites. (2017). Selling process in E-commerce. Retrieved December 10, 2018, from <https://sites.google.com/site>.
- Suanpang, P. (2011). The development E-commerce systems for Thai tourism industry. Bangkok: Suan Disit University.
- Wongkietkajorn, P. (2016). Learning methods for qualitative research. Bangkok: Panyachon Distributor. (in Thai)
- .....