

การพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อสนับสนุนการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ชุมชนของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

Development of Electronic Commercial System to Support Local Product Selling of Ayutthaya Province

ชุตินา นิ่มนวล¹

Chutima Nimnual¹

¹อาจารย์ สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

E-mail : chu_2550@hotmail.com โทร. 08-6126-1081

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษากระบวนการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน และ 2) เพื่อออกแบบและพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สนับสนุนผลิตภัณฑ์ชุมชน ของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้จากการสัมภาษณ์ สังเกตแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างคือ หัวหน้ากลุ่มงานส่งเสริมการพัฒนาชุมชนจังหวัด เจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชนจังหวัดและอำเภอพระนครศรีอยุธยา เจ้าหน้าที่อุตสาหกรรมจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พาณิชย์จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และผู้ประกอบการกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน สรุปได้ดังนี้

1. ข้อมูลกระบวนการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน ของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

1.1 กระบวนการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน เป็นการขายเอง สถานที่จัดจำหน่ายทั่วไป ณ ที่ทำการของกลุ่มแต่ละอำเภอ ร้านค้าโอท็อป ที่ศาลากลางจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ทั้งที่ใกล้เคียงและมีผู้มารับไปจำหน่ายตลาดหลายแห่ง รวมทั้งออกงานที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยาจัดขึ้น เช่น งานมรดกโลก งานโอท็อปของพัฒนาชุมชน เป็นต้น

1.2 รูปแบบการจัดจำหน่ายส่วนใหญ่ลูกค้ามาซื้อ และรับของด้วยตนเอง หรือโทรศัพท์มาสั่งซื้อและมารับของเอง การจัดจำหน่ายเป็นการขายส่ง การปลีก นายหน้า ตัวแทนมารับไปจำหน่าย และผู้บริโภคทั่วไป

1.3 กลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์ชุมชนโอท็อป ส่วนใหญ่เจ้าของคนเดียว และเป็นผู้ประกอบการรายเดียว กลุ่มร้านค้าที่ให้ความร่วมมือคือ กลุ่มมาตรฐานที่กลุ่มได้รับ รางวัลชนะเลิศ การประกวดสานตะกร้าจากเส้นพลาสติก งานส่งเสริมการจำหน่ายสินค้าโอท็อป รางวัลสินค้า 4 ดาว จากระดับประเทศ รางวัลสินค้า 5 ดาว และ 3 ดาว จากพัฒนาชุมชนจังหวัด

1.4 หน่วยงานที่ให้การสนับสนุน พัฒนาชุมชนจังหวัด แรงงานจังหวัด และสำนักงานองค์การการค้าภายในได้รับการสนับสนุนด้านสถานที่ขาย และฝึกอบรมการทำบรรจุภัณฑ์

1.5 ปัญหาการจัดจำหน่ายที่กลุ่มต้องการปรับปรุงมากที่สุดคือ การจัดตั้งศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนที่เป็นมาตรฐานในการจัดจำหน่ายทางเว็บไซต์

2. การออกแบบและพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อเพิ่มช่องทางการขายและบริการให้กับชุมชนของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

การออกแบบและพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้วยภาษา PHP โดย Dreamweaver cs5 เป็นส่วนที่ช่วยในการออกแบบและพัฒนา ซึ่งประกอบด้วยส่วนของหน้าหลัก มีประเภทของสินค้า อำเภอ สมุทรสาขิก ตะกร้าสินค้า แจ้งการชำระเงิน และสถานที่ติดต่อ ส่วนประเภทของสินค้า ซึ่งประกอบด้วย อาหาร เครื่องดื่ม เครื่องแต่งกาย ของใช้เครื่องประดับ และสมุนไพร การสมัครสมาชิก ประกอบด้วย Login Username Password E-mail ชื่อ นามสกุล ที่อยู่ เบอร์โทร ส่วนการสั่งซื้อ ประกอบด้วยเมนูตะกร้าสินค้า รหัสสินค้า ชื่อสินค้า ราคาต่อหน่วย จำนวน ราคารวม ส่วนการชำระเงิน ก็ประกอบด้วยบัญชีธนาคาร เลขที่บัญชี และแจ้งการชำระเงิน

คำสำคัญ : การพัฒนาระบบ พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ผลិតภัณฑ์

Abstract

The objectives of this study were 1) to study the distribution of local products, and 2) to design and develop electronic products to support the community at Ayutthaya Province. The tools in this study used to collect information from the interview. The questionnaire was tested in Chief of promoting the development of the Community in Community officials and Ayutthaya, Officials of Industry Commercial Ayutthaya Community groups and entrepreneurs. Summarized as follows:

1. The data distributor community Ayutthaya Province

1.1 The distributor community It sells itself The general distributor at the office of the District OTOP shops, the town hall of Ayutthaya. Both nearby and have been sold to many markets. The party was held at the Ayutthaya World Heritage tasks such as OTOP development of the community.

1.2 Forms of distribution, most customers come to buy. And the self or telephone ordering and pick your own. Distribution is a wholesale and retail broker-dealers to come and consumers.

1.3 Professional groups, community OTOP products. The sole owner and is the operator of the sole. The shop is a collaborative group. The group received standard award winners the contest, basket weaving strands of plastic. Actively promote the sale of OTOP products awarded 4 stars by the nationally acclaimed product 5 stars and 3 stars by the Community.

1.4 The agency provides support Community Provincial Labor And the Office of Internal Trade Organization backed the place of sale and training package.

1.5 The problem of distribution groups that want to improve the most. The establishment of product standards was the community as a distribution site.

2. Design and development of electronic commerce to increase sales channels and service to the community of Ayutthaya.

Design and development of electronic commerce in PHP using Dreamweaver cs5 part in design and development. Consisting of Home there is a category of its district Register Shopping Cart Payment. Location and contact the type of goods This includes food, drink, costumes. Use of herbs and jewelry subscription consists Login Username Password E-mail your name, address and telephone orders. The menu consists of a shopping cart Code Name Price per unit amount of the total price paid. It includes bank account numbers and payment.

Keywords : Development System e-commerce Product

บทนำ

จากการศึกษาสภาพปัญหาชุมชนของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ยังมีการจัดเก็บข้อมูลสินค้าผลิตภัณฑ์โอท็อปเอาไว้หลากหลายเว็บไซต์ ทั้งแบบที่จัดทำขึ้นมาเองของหน่วยงานและองค์กร หรือเป็นแบบฝากขายสินค้าตามเว็บไซต์ต่าง ๆ หรืออาจจะเป็นการเก็บข้อมูลในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ไฟล์ ทำให้เกิดความยุ่งยากต่อการสืบค้นและบริการจัดการร้านค้า/สินค้า ปรับปรุง เพิ่มเติมทั้งตัวสินค้าและรายละเอียดสินค้า การฝากข้อมูลสินค้าเอาไว้โดยให้เจ้าหน้าที่ดูแลเว็บไซต์นั้นบริหารจัดการเองข้อมูลที่มีอยู่อาจไม่ตรงกับความเป็นจริง หรือบางเว็บไซต์ก็เป็นเพียงการนำเสนอสินค้าเท่านั้นไม่สามารถทำการสั่งซื้อสินค้าบนระบบอินเทอร์เน็ตได้ ส่วนตัวสินค้าของโอท็อปนั้น มีความหลากหลายทำให้การจัดหมวดหมู่นั้นลำบากต่อการฝากขายบนอินเทอร์เน็ต

ปัจจุบันการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-commerce) กำลังก้าวเข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน เนื่องจากการเชื่อมโยง ผู้ผลิต ผู้ซื้อ ผู้ขาย ผู้กระจายสินค้าและกระบวนการทางธุรกิจต่าง ๆ เข้าด้วยกัน โดยใช้เครือข่ายอินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือในการเชื่อมโยง สามารถติดต่อสื่อสารทางการค้ากันได้ตลอด 24 ชั่วโมง ซึ่งถือว่าการปรับเปลี่ยนโครงสร้างในการดำเนินธุรกิจ และพร้อมกับเข้ามาพลิกรูปแบบใหม่ของการทำธุรกิจ รูปแบบเดิมอีก ทั้งการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้เป็นที่ยอมรับว่าเป็นช่องทางการค้าที่ช่วยสร้างโอกาสในการทำธุรกิจโดยเฉพาะธุรกิจขนาดเล็กและกลาง ซึ่งสามารถทำการค้าบนเครือข่ายและแข่งขันกับธุรกิจขนาดใหญ่ได้ เนื่องจากการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ใช้กำลังคนน้อย ลดต้นทุนในการผลิตโดยรวม สามารถขยายฐานลูกค้าครอบคลุมทั่วโลก และมีความคล่องตัวสูงในการดำเนินการทางธุรกิจ

เนื่องมาจากอัตราการเติบโตของการใช้อินเทอร์เน็ตและการเพิ่มขึ้นของเว็บไซต์ทางธุรกิจที่มีอย่างต่อเนื่อง ทำให้การประกอบธุรกิจโดยเฉพาะธุรกิจบนอินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางการตลาดขนาดใหญ่ของโลกไร้พรมแดนที่สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายได้โดยตรงอย่างรวดเร็ว ไร้ขีดจำกัดของเรื่องเวลาและสถานที่ การแข่งขันทางการค้าเสรีและระหว่างประเทศที่ต้องแข่งขันและชิงความได้เปรียบกันที่ “ความเร็ว” ทั้งการนำเสนอสินค้าผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ มีความสำคัญอย่างยิ่งในสังคมเศรษฐกิจฐานความรู้ พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งของการประกอบธุรกิจในปัจจุบัน และได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นเป็นลำดับ

พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Commerce) หรืออีคอมเมิร์ซ (E-Commerce) เริ่มขึ้น เมื่อประมาณต้นทศวรรษที่ 1970 โดยเริ่มจากการโอนเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ระหว่างหน่วยงาน ระยะแรกของการเริ่มต้นใช้งานระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ผู้ที่เกี่ยวข้องส่วนมากเป็นบริษัทดำเนินธุรกิจขนาดใหญ่ ขณะที่เทคโนโลยีด้านพาณิชย์

อิเล็กทรอนิกส์ก็พัฒนาขึ้น ธุรกิจทั่วไปจึงให้ความสำคัญ รวมทั้งระบบเครือข่ายเพราะอินเทอร์เน็ตโดยรวมมีประสิทธิภาพ รวมทั้งก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ที่มีความสะดวกและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น

ดังนั้น ผู้วิจัยมีความต้องการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อสนับสนุนการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อเป็นการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า การติดต่อสื่อสารที่มีความสะดวก รวดเร็ว และทันสมัยมากขึ้น หากชุมชนประสบความสำเร็จในการดำเนินงานก็จะเป็นแนวทางให้กับวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ใกล้เคียง และชุมชนอื่นต่อไป

วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

2.1 เพื่อศึกษากระบวนการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน ของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

2.2 เพื่อพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สนับสนุนผลิตภัณฑ์ชุมชน ของจังหวัด

พระนครศรีอยุธยา

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร คือ สมาชิกกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน กลุ่มละ 4 คน 16 อำเภอ จำนวน 64 คน

2. กลุ่มตัวอย่างคือ สมาชิกของกลุ่มผลิตภัณฑ์ของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งได้มาจากการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 48 คน ประกอบด้วย คณะอนุกรรมการโอท็อปจังหวัด/อำเภอ จำนวน 2 คน พัฒนาชุมชนจังหวัด/อำเภอ จำนวน 3 คน เจ้าของโอท็อปชุมชน จำนวน 6 คน ผู้ใช้ทั่วไป จำนวน 31 คน ผู้ดูแลระบบ จำนวน 6 คน

2.1 รวบรวมข้อมูลที่ได้จากแบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถาม การสังเกต การร่วมประชุม และจากการติดตามการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนในพื้นที่ ตลอดจนเอกสารของกลุ่มชุมชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง นำมาตรวจสอบความถูกต้อง และจำแนกตามกลุ่มข้อมูล เพื่อให้ได้คำตอบตามวัตถุประสงค์ให้สมบูรณ์ทุกประเด็น

2.2 นำข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์ ตามขอบเขตของการวิจัย เพื่อนำไปสู่การพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยการสร้างเว็บไซต์สนับสนุนการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน ของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งอาศัยความร่วมมือกับมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

2.3 การพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อสนับสนุนการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน ของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีวงจรการทำงานที่เป็นลำดับ 7 ขั้นตอนคือ 1) ความเข้าใจปัญหา 2) ศึกษาความเป็นไปได้ 3) วิเคราะห์ 4) ออกแบบ 5) สร้างหรือพัฒนาระบบ 6) การปรับเปลี่ยน และ 7) บำรุงรักษา

ผลการวิจัย

ผลการวิจัย พบว่า

1. กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม จำนวนทั้งสิ้น 48 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 33 คน คิดเป็นค่าร้อยละ 68.80 รองลงมาเป็นเพศชาย จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 31.20 การศึกษาปริญญาตรี จำนวน 24 คน คิดเห็นร้อยละ 50.00 และต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 กลุ่มผู้ใช้ส่วนใหญ่คือ กลุ่มผู้ใช้ทั่วไป จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 64.60 รองลงมาคือกลุ่มเจ้าของผลิตภัณฑ์โอท็อป จำนวน 6 คน คิดเป็น

ร้อยละ 12.50 กลุ่มผู้ดูแลระบบ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 กลุ่มพัฒนาชุมชนจังหวัด/อำเภอ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 6.30 และกลุ่มคณะอนุกรรมการโอท็อปจังหวัด/อำเภอ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 4.20

2. การใช้งานเว็บไซต์ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน ของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย (\bar{x} = 4.31, S.D.) = 0.64 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า เมนูข้อความที่แสดงในระบบสื่อความหมายให้เข้าใจง่าย (\bar{x} = 4.40, S.D = 0.57) ความง่ายในการเรียนรู้การใช้งานระบบ มีค่าเฉลี่ย (\bar{x} = 4.38, S.D. = 0.60) การแบ่งส่วนการทำงานของระบบสามารถใช้งานได้ง่าย มีค่าเฉลี่ย (\bar{x} = 4.38, S.D. = 0.60) การใช้สีของตัวอักษรและรูปภาพมีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย (\bar{x} = 4.38, S.D = 0.60) การสมัครสมาชิกมีความง่าย มีค่าเฉลี่ย (\bar{x} = 4.3, S.D. = 0.65) การค้นหาข้อมูลของสินค้าสามารถทำได้อย่างรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย (\bar{x} = 4.27, S.D. = 0.64) การปรับปรุงข้อมูลของสินค้าสามารถทำได้อย่างรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย (\bar{x} = 4.21, S.D. = 0.71) และมีระบบรักษาความปลอดภัยที่มีค่าเฉลี่ย (\bar{x} = 4.21, S.D = 0.65) น้อยที่สุด

3. การพัฒนาและออกแบบระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อเพิ่มช่องทางการขายและบริการให้กับชุมชนของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ยังไม่มีการจัดเก็บข้อมูลสินค้า/ผลิตภัณฑ์ โอท็อปไว้ที่เว็บไซต์หรือฝากขายสินค้าไว้ตามเว็บไซต์ต่างๆ ซึ่งกระบวนการจัดจำหน่าย มีทั้งขายปลีก และรับคำสั่งซื้อจากผู้บริโภค โดยเฉพาะสำนักงานหน่วยงานราชการซื้อหาไปเป็นของฝากของที่ระลึกอย่างกว้างขวาง จัดจำหน่ายในศูนย์ราชการและการออกร้านในงานประเพณีงานประจำปี งานมรดกโลก และเมืองทองธานี

4. จากการเปรียบเทียบระดับความพอใจในการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา แยกตามเพศ วุฒิกการศึกษา และกลุ่มผู้ใช้ พบว่าระดับความพึงพอใจในการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ไม่แตกต่างกันในทุกด้าน

สรุปและข้อเสนอแนะ

1. ข้อมูลทั่วไปและกระบวนการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน ของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ดังนี้
 - 1.1 กลุ่มอำเภอพระนครศรีอยุธยา ผู้นำกลุ่มคือ นายศักดิ์สิทธิ์ อิ่มแล่ม ผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม แคปหมูไร้มัน
 - 1.2 กลุ่มอำเภอบางปะหัน ผู้นำกลุ่มคือ นายสมชาย ต้นสน ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเครื่องใช้และเครื่องประดับ กระلامะพร้าว ซ้ออู้ ซอด้วง เป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำจากวัสดุที่หาง่ายทำเป็นรูปแบบได้หลายอย่าง ทั้งงานฝีมือและสวยงามเป็นเครื่องใช้ต่างๆ ได้
 - 1.3 กลุ่มอำเภอบ้านแพรก ผู้นำกลุ่ม นายธนกรณ์ บุญกุศล ศูนย์บริการส่งเสริมเศรษฐกิจฐานราก อำเภอบ้านแพรก จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มกระเช้า พัดसार
 - 1.4 กลุ่มอำเภอบางบาล ผู้นำกลุ่มคือ นางมยุรี ศรีนาค ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มขนมไทย ทองหยอดฝอยทอง ขนมชั้น วุ้น มะพร้าวแก้ว
 - 1.5 กลุ่มอำเภอมหาราช ผู้นำกลุ่มคือ นางสมบัติ คงเจริญ เจ้าของผลิตภัณฑ์คือ นายสมชาติ คงเจริญ ที่อยู่ 41/1 หมู่ 3 ตำบลท่าตอ อำเภอมหาราช จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม มะม่วงกวน ส้มลิ้ม

1.6 กลุ่มอำเภอนครหลวง ผู้นำกลุ่มคือ นายพลีษฐ์ นาคะบุตร เจ้าของผลิตภัณฑ์คือคุณนุชจริย์ สิทธิพรหมณ์ และคุณสมศรี สุทธิพรหมณ์ ที่อยู่ 88 หมู่ 7 ตำบลท่าช้าง อำเภอนครหลวง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม มีดโต้อีสาน มีดโต้บั้งตัด มีดโต้หัวกลม มีดบางปลายแหลม มีดโต้หัวตัด มีดบาง

1.7 กลุ่มอำเภอนครสวรรค์ ผู้นำกลุ่มคือ นางสาวสุเมธา ทองเสริมสุข เจ้าของผลิตภัณฑ์คือคุณสุพัตรา คงขำ ที่อยู่ 43 หมู่ 3 ตำบลหนองนาถ อำเภอนครสวรรค์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 13130 ผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม ตะกร้าสานเส้นพลาสติก ได้แก่ กระเป๋า ตะกร้า กล่องบรรจุสิ่งของ พัด

1.8 กลุ่มอำเภอนครราชสีมา ผู้นำกลุ่มคือนางอำภา คงเกษม ที่อยู่ 23/3 ตำบลพระแก้ว อำเภอนครราชสีมา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มประเภทลูกประคบ การบูรหอม ยาหม่อง

2. การพัฒนาและออกแบบระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อเพิ่มช่องทางการขายและบริการให้กับชุมชนของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

การศึกษาจากแบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถาม การร่วมประชุมและจากการติดตามการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนในพื้นที่ พบว่า ยังไม่มีการจัดเก็บข้อมูลสินค้า/ผลิตภัณฑ์ OTOP ไว้ที่เว็บไซต์หรือฝากขายสินค้าไว้ตามเว็บไซต์ต่างๆ ซึ่งกระบวนการจัดจำหน่าย มีทั้งขายปลีก และรับคำสั่งซื้อจากผู้บริโภค โดยเฉพาะสำนักงานหน่วยงานราชการซื้อหาไปเป็นของฝากของที่ระลึกอย่างกว้างขวาง จัดจำหน่ายในศูนย์ราชการและออกร้านในงานประเพณีงานประจำปี งานมรดกโลก และเมืองทองธานี

3. การตอบแบบสอบถาม

3.1 ข้อมูลทั่วไปแยกตามเพศ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 68.80 รองลงมาเป็นเพศชาย จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 31.20 ผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามวุฒิการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 24 คน คิดเห็นร้อยละ 50.00 และต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 ผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามกลุ่มผู้ใช้ส่วนใหญ่คือ กลุ่มผู้ใช้ทั่วไป จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 64.60 รองลงมาคือกลุ่มเจ้าของผลิตภัณฑ์โอท็อป จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 กลุ่มผู้ดูแลระบบ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 กลุ่มพัฒนาชุมชนจังหวัด/อำเภอ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 6.30 และกลุ่มคณะอนุกรรมการโอท็อปจังหวัด/อำเภอ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 4.20

3.2 การใช้งานเว็บไซต์ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน ของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ภาพรวมการประเมิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.64 เมนูข้อความ ที่แสดงในระบบสื่อความหมายให้เข้าใจง่าย 4.40 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.57 ความง่ายในการเรียนรู้การใช้งานระบบ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.60 การแบ่งส่วนการทำงานของระบบสามารถใช้งานได้ง่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.60 การใช้สีของตัวอักษรและรูปภาพมีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.60 การสมัครสมาชิกมีความง่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.65 การค้นหาข้อมูลของสินค้าสามารถทำได้อย่างรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.64 การปรับปรุงข้อมูลของสินค้าสามารถทำได้อย่างรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.71 และมีระบบรักษาความปลอดภัยที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.65

4. จากการเปรียบเทียบระดับความพอใจในการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา แยกตามเพศ วุฒิการศึกษา และกลุ่มผู้ใช้ พบว่า ระดับความพึงพอใจในการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ไม่แตกต่างกันในทุกด้าน

ข้อเสนอแนะ

1. จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการชุมชน ของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีความต้องการให้ปรับปรุงมากที่สุดขณะนี้คือ การทำศูนย์จำหน่ายเพื่อรองรับการประเมินมาตรฐาน การจัดจำหน่ายทางเว็บไซต์ รวมทั้งด้านเงินทุน และต้องการให้ชุมชนท้องถิ่นช่วยสนับสนุนร่วมกับการจัดท่องเที่ยวในชุมชน

2. จากการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้กับชุมชน ของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา นั้น จากการวิจัยและสำรวจข้อมูลเห็นว่าทางกลุ่มผู้ประกอบการไม่มีเจ้าหน้าที่ ดังนั้น กลุ่มงานพัฒนาชุมชนของจังหวัด หรืออำเภอ ควรจัดหาเจ้าหน้าที่มาดูแลการด้านการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และควรเปิดเว็บไซต์เพื่อขายสินค้าทางอินเทอร์เน็ตนั้น จำเป็นต้องมีการปรับปรุงหน้าร้านหรือเว็บไซต์ของเราอยู่ตลอดเวลา เพื่อเพิ่มความน่าสนใจในการเข้าเยี่ยมชม รวมทั้งต้องมีบริการหลังการขายสินค้าด้วย เช่น การให้ข้อมูลในการขายสินค้านั้น หรือเปิดอีเมลเพื่อให้ลูกค้าติดต่อ มีข้อเสนอแนะซึ่งเป็นช่องทางการตลาดให้กับสินค้าตัวใหม่ และสร้างสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าเก่า รวมทั้งผู้ประกอบการต้องติดตามข้อมูลข่าวสาร ความเคลื่อนไหวอย่างใกล้ชิด

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อสนับสนุน การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน ของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ครั้งนี้ ได้รับการสนับสนุนทุนวิจัยงบประมาณแผ่นดิน ปี 2558 จากมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างยิ่ง ที่ทำให้บุคลากรของคณะวิทยาการจัดการได้รับการพัฒนาศักยภาพด้านงานวิจัย รวมถึงการทำให้คณะวิทยาการจัดการได้รับผลการประเมินคุณภาพการศึกษาในระดับที่สูงขึ้น

ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชนจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เจ้าหน้าที่อุตสาหกรรมจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พาณิชย์จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และผู้ประกอบการกลุ่มผลิตภัณฑ์ อำเภอพระนครศรีอยุธยา อำเภอบางปะหัน อำเภอบ้านแพรก อำเภอบางบาล อำเภอมหาราช อำเภอนครหลวง อำเภอท่าเรือ อำเภอภาชี ที่ได้ให้ข้อมูลการทำงานวิจัยในครั้งนี้

สุดท้ายขอขอบคุณ รองศาสตราจารย์ถ้ายอง ปลั่งกลาง ที่ให้คำปรึกษา และแนะนำด้านการเขียนงานวิจัย ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่สถาบันวิจัยและพัฒนาที่ช่วยแนะนำการทำเอกสารต่าง ๆ เป็นอย่างดี และขอบคุณคณะวิทยาการจัดการ ที่เอื้อทรัพยากรในการทำโครงการวิจัยครั้งนี้จนเสร็จสิ้นสมบูรณ์

เอกสารอ้างอิง

กิตติเดช ปัจจุสมัย. (2547). การขายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ผ่านระบบเครือข่าย Internet.

กรรมกรัง สวรรค์โพธิพันธ์. (2550). ออกแบบเว็บไซต์ให้ผู้ใช้ Designing Web Usability. สำนักพิมพ์เคทีพี.

กิตติ ภัคดีวัฒนะกุล และทวีศักดิ์ กาญจนสุวรรณ. (2547). คัมภีร์ การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์.

สำนักพิมพ์เคทีพี.

กิตติ ภัคดีวัฒนะกุล และพนิดา พาณิชกุล. (2546). คัมภีร์ การวิเคราะห์และออกแบบระบบ.

สำนักพิมพ์เคทีพี.

พิชณ สุขเสริฐ. (2551). พัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อสนับสนุนการขายของร้านไม่เงินไม่ทอง.

- พิทยา การเร็ว. (2552). พัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ประกาศขายรถยนต์มือสอง กรณีศึกษา จังหวัดเชียงราย.
- ทวีศักดิ์ กาญจนสุวรรณ. (2552). พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce). สำนักพิมพ์ เคทีพี
- ธนวัฒน์ วัฒนชัยธรรม. และวัฒนาพร วัฒนชัยธรรม. (2550). ระบบศูนย์กลางข้อมูลสินค้าหนึ่ง ตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดนครสวรรค์บนระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต.
- วรรณภา สุโภชน์. (2550). ปัจจัยความสำเร็จในการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษา ธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มอุตสาหกรรมแฟชั่น.
- สำนักนายกรัฐมนตรี. (2544). ว่าด้วยคณะกรรมการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์. ประกาศ ณ วันที่ 7 กันยายน 2544.
- Turban, King and Team. (2008.). **Electronic Commerce2008 (A Managerial Perspective)**, Pearson Prentice Hall.
- Pourshaid, Alireza and Thomas Tran, trans. 2007. **A Visualization Approach for Modeling Trust in E-commerce**. Canada : University of Ottawa.
- Patel, Kuntalkumar P., trans. (2006). **Decision Support System Based E-commerce Model and It's Functioning**. India : Nirma University.
- Bai, Ying, Jianfeng Cai and Yongbo Qian, trans. (2006). **E-commerce Model Based on Sustainable Competitiveness**. China : Northwestern Polytechnical University.