



การพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อส่งเสริมศักยภาพ
ทางการตลาดของผลิตภัณฑ์กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาเซรามิกดินสามน้ำ
ชุมชนบ้านบางกล่ำ อำเภอบางกล่ำ จังหวัดสงขลา*

THE DEVELOPMENT OF ELECTRONIC COMMERCE SYSTEM TO
ENHANCE POTENTIAL MARKETING OF THE CERAMIC DIN SAM NAM
IN BAN BANG KLAM COMMUNITY, BANG KLAM DISTRICT,
SONGKHLA PROVINCE

คณิดา ไกรสันติ

Kanida Kraisanthi

ฐานันท์ ตั้งรุจิกุล

Thanan Tangrujikul

พาฝัน รัตนะ

Phafan Rattana

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหาดใหญ่ สงขลา

Hatyai Business School, Hatyai University, Songkhla, Thailand

บุญรัตน์ บุญรัมย์

Boonrad Boonradsamee

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา

Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Srivijaya, Songkhla, Thailand

E-mail: kanida@hu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาศักยภาพความพร้อมกลุ่มเครื่องปั้นดินเผาเซรามิกดินสามน้ำ ชุมชนบ้านบางกล่ำ อำเภอบางกล่ำ จังหวัดสงขลา 2) พัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อส่งเสริมศักยภาพทางการตลาดของผลิตภัณฑ์กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาเซรามิกดินสามน้ำ 3) ศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อส่งเสริมศักยภาพทางการตลาดของผลิตภัณฑ์กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาเซรามิกดินสามน้ำ และ 4) เปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์ คณะกรรมการกลุ่ม จำนวน 8 คน และ

* Received 4 February 2023; Revised 23 February 2023; Accepted 26 February 2023



แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 400 ชุด วิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหาและวิเคราะห์ทางสถิติ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติทดสอบทีและสถิติทดสอบเอฟ ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาเซรามิกดินสามน้ำ มีศักยภาพความพร้อมด้านการบริหารจัดการกลุ่ม แต่ยังมีข้อด้อยในช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า มีความต้องการในการจัดทำเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อเพิ่มช่องทางในการประชาสัมพันธ์ และการจัดจำหน่ายสินค้าทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ มีชื่อเว็บไซต์ คือ www.dinsamnam.com แบ่งการทำงานเป็น 2 ส่วน คือ ระบบหน้าร้าน และระบบหลังร้าน ความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 ข้อมูลมีความทันสมัย ครบถ้วนสมบูรณ์ การสืบค้นข้อมูลง่าย สะดวกรวดเร็ว การจัดรูปแบบของเว็บไซต์ มีความสวยงาม ทันสมัย และน่าสนใจ เมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ พบว่า ผู้ใช้บริการเว็บไซต์ที่มีปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้งานแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

คำสำคัญ: พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์, ศักยภาพทางการตลาด, กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาเซรามิกดินสามน้ำ

Abstract

The research aimed to 1) examine the readiness potential of the Ceramic Din Sam Nam in Ban Bang Klam Community, Bang Klam District, Songkhla Province, 2) develop the electronic commerce (e-commerce) system to enhance the marketing potential of the Ceramic Din Sam Nam, 3) investigate the satisfaction of e-commerce user to enhance the marketing potential of the Ceramic Din Sam Nam, and 4) compare the satisfaction of using E-Commerce website categorized by individual factors. This research is a mixed method. The data was collected by the interview with eight committees of Bang Klam Community. Including, 400 questionnaires for the satisfaction of e-commerce user was employed. The data were analyzed via Content Analysis and the statistics comprising of frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test, and F-test. The findings indicated as follows: The Ceramic Din Sam Nam in Ban Bang Klam Community had the readiness potential for group management in the form of a committee. Whereas there are disadvantages in the product distribution channel. The need for e-commerce website creation is required to

advertise the product and increase the channel for public relations and product distribution in both national and international level. E-commerce website is www.dinsamnam.com. It is divided into two sections: the Front-end and the Back-end. Concerning the satisfaction of e-commerce user, it revealed that the overall satisfaction was at the high level with the average of 4.23. The information is modern, complete, searching for information is easy, convenient, and rapid. The design and format of the website are beautiful, up-to-date, and attractive. And Compare the satisfaction of using E-Commerce website represented that the users of website with a difference of individual factors had a difference of satisfaction on using the e-commerce website at .05 level of statistical significance.

Keywords: Electronic Commerce, Marketing Potential, The Ceramic Din Sam Nam

บทนำ

แนวโน้มการค้าโลกได้เข้าสู่ระบบออนไลน์และเติบโตอย่างต่อเนื่องทุกปี เทคโนโลยีและอินเทอร์เน็ตเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้ประกอบการจะต้องทำความเข้าใจและนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ปัจจุบันการซื้อขายสินค้าทางออนไลน์เป็นที่นิยมและแพร่หลายอย่างมาก จะเห็นได้จากการเพิ่มขึ้นของมูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-commerce) ในประเทศไทย เติบโตอย่างต่อเนื่องทุกปี พฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปอย่างเห็นได้ชัด การประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ เพิ่มความสะดวกรวดเร็ว และเป็นช่องทางที่ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สามารถสู้กับบริษัทใหญ่ ๆ และออกสู่ตลาดโลกได้ ซึ่งพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นการเพิ่มช่องทางการขายสินค้าทำให้มีโอกาสนในการขายสินค้าได้มากขึ้นและปัจจุบันพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้รับความน่าเชื่อถือจากลูกค้าเป็นอย่างมากในการสั่งซื้อสินค้าผ่านทางเว็บไซต์ (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2564)

กลุ่มบางกล่ำดินเผา ตั้งอยู่เลขที่ 39 หมู่ที่ 1 ตำบลบางกล่ำ อำเภอบางกล่ำ จังหวัดสงขลา เป็นกลุ่มเครื่องปั้นดินเผา “ดินสามน้ำ” มีผลิตภัณฑ์ที่มีความโดดเด่นในด้านความคิดสร้างสรรค์โดยใช้แรงบันดาลใจจากแนวความคิดภูมิปัญญาในท้องถิ่น ใช้วัสดุธรรมชาติในชุมชนเพิ่มเติมเสน่ห์ให้สินค้า เป็นเครื่องปั้นดินเผาพร้อมสมัย มีการพัฒนาให้สอดคล้องกับวัฒนธรรมท้องถิ่นจนทำให้เกิดความโดดเด่นและแตกต่าง ในอดีตอำเภอบางกล่ำ มีชื่อเสียงด้านเครื่องปั้นดินเผาโดยเฉพาะดินเหนียวที่มีเนื้อละเอียดซึ่งเกิดจากการทับถมของตะกอนดิน ทั้งน้ำจืด น้ำเค็มและน้ำกร่อย จนกลายเป็น “ดินสามน้ำ” โดยคุณชาญชัย ทิพย์มณี ลูกหลานชาวบาง



กล่าว เห็นความสำคัญของภูมิปัญญาท้องถิ่น จึงรื้อฟื้นการผลิตเครื่องปั้นดินเผาขึ้นอีกครั้ง และได้มีการรวมตัวก่อตั้งกิจการบางกล่ำดินเผาขึ้นในชุมชน เริ่มจากการผลิตเครื่องปั้นเป็นภาชนะของเด็กเล่น ของที่ระลึก ของใช้ ของประดับตกแต่งบ้าน ต่อมาได้พัฒนาการผลิตจากเครื่องปั้นดินเผาแบบพื้นบ้าน มาสู่งานเครื่องปั้นดินเผาแบบเคลือบสีหรือเซรามิก ผลิตภัณฑ์ มี 2 ประเภท แบ่งเป็น เครื่องใช้และของตกแต่ง มีสมาชิกในกลุ่ม จำนวน 20 คน แบ่งโครงสร้างการทำงานกลุ่มออกเป็น ประธานกลุ่ม รองประธานกลุ่ม ประชาสัมพันธ์ เทรย์นิกและกรรมการ จุดเด่นของผลิตภัณฑ์เซรามิกดินสามน้ำบางกล่ำ คือความละเอียดของเนื้อดินเหนียว ซึ่งผ่านกระบวนการหมักเก็บอย่างดีก่อนเข้าสู่เตาเผาด้วยอุณหภูมิความร้อน ที่ 1,250 องศาเซลเซียส จนได้สีสวยงามเป็นธรรมชาติ โดยเฉพาะเหมาะสำหรับการตกแต่งบ้านเรือน โรงแรม รีสอร์ท สปา หรือที่พักตากอากาศ ซึ่งผลิตภัณฑ์ทุกชิ้นจะผ่านการศึกษาและออกแบบให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายอย่างเหมาะสมที่สุด (ชาญชัย ทิพย์มณี, 2560)

จากจุดเริ่มต้นทำเพื่อสืบสานภูมิปัญญาของชุมชนให้คงอยู่ จนสินค้าติดตลาดและมียอดขายอย่างต่อเนื่อง จึงผลิตสินค้าเชิงพาณิชย์ โดยยึดมั่นผลิตชิ้นงานจากวัสดุธรรมชาติในท้องถิ่นเพื่อสะท้อนเอกลักษณ์ชาวบางกล่ำสู่ตลาด แต่ปัจจุบันทางกลุ่มเครื่องปั้นดินเผาจากชุมชนบางกล่ำ กำลังประสบปัญหาเรื่องช่องทางการตลาด โดยมีช่องทางในการจัดจำหน่ายสินค้าคือการบอกต่อจากลูกค้าที่เคยซื้อสินค้าไปและการได้รับคัดเลือกให้ออกแสดงสินค้าตามงาน OTOP ที่จังหวัดจัดขึ้น ซึ่งจะเห็นได้ว่าช่องทางในการจัดจำหน่ายสินค้านั้นน้อยมาก คณะผู้วิจัยจึงได้หารือร่วมกับกลุ่มบางกล่ำดินเผาถึงแนวทางการพัฒนาชุมชนฯ และเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าให้กับชุมชนเพื่อความยั่งยืน ซึ่งได้เสนอแนวทางเกี่ยวกับการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อส่งเสริมศักยภาพทางการตลาดของผลิตภัณฑ์กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาเซรามิกดินสามน้ำ ชุมชนบ้านบางกล่ำ อำเภอบางกล่ำ จังหวัดสงขลา เพื่ออำนวยความสะดวกในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างมากขึ้น เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายให้มียอดขายเพิ่มขึ้น นำไปสู่ชุมชนเข้มแข็งอย่างเป็นระบบและยั่งยืน โดยมีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาปรับใช้เพื่อการส่งเสริมช่องทางการตลาด และเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาระบบสารสนเทศสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอื่น ๆ ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาศักยภาพความพร้อมกลุ่มเครื่องปั้นดินเผาเซรามิกดินสามน้ำ ชุมชนบ้านบางกล่ำ อำเภอบางกล่ำ จังหวัดสงขลา
2. พัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อส่งเสริมศักยภาพทางการตลาดของผลิตภัณฑ์กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาเซรามิกดินสามน้ำ
3. ศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อส่งเสริมศักยภาพทางการตลาดของผลิตภัณฑ์กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาเซรามิกดินสามน้ำ

4. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ มี 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 คณะกรรมการกลุ่มบาง
กล้าดินเผา ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 8 คน
ได้แก่ ผู้นำกลุ่ม (ประธาน และคณะกรรมการกลุ่ม) และสมาชิกกลุ่ม ที่เคยซื้อสินค้าออนไลน์
จากแหล่งต่าง ๆ กลุ่มที่ 2 กลุ่มลูกค้าที่ซื้อผลิตภัณฑ์ผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จำนวน
400 คน เนื่องจากประชากรมีขนาดใหญ่ และไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นขนาด
ตัวอย่างใช้วิธีการคำนวณจากสูตร ไม่ทราบขนาดตัวอย่างของ W.G. Cochran โดยกำหนด
ระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ได้ขนาดตัวอย่าง
อย่างน้อย 384 คน เพื่อสอบถามความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ระบบพาณิชย์
อิเล็กทรอนิกส์

2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล มีทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ดังนี้ ส่วนที่
1 แบบสัมภาษณ์ คณะกรรมการกลุ่มบางกล้าดินเผา จำนวน 8 คน เพื่อศึกษาศักยภาพและ
ความพร้อมในการจัดหาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ส่วนที่ 2 ซอฟต์แวร์ LnwShop ซึ่งเป็น
ซอฟต์แวร์สำเร็จรูปสำหรับบริหารจัดการร้านค้าออนไลน์เพื่อใช้ในการพัฒนาระบบพาณิชย์
อิเล็กทรอนิกส์ ส่วนที่ 3 แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ระบบพาณิชย์
อิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 400 ชุด ซึ่งเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้รับการตรวจสอบความเที่ยงตรง
เชิงเนื้อหาจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน โดยพิจารณาดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถาม โดย
กำหนดเกณฑ์ในการคัดเลือกข้อคำถามเท่ากับ 0.5 ขึ้นไป ซึ่งผลการหาคุณภาพ พบว่า ข้อ
คำถามมีค่าดัชนีความสอดคล้องอยู่ระหว่าง 0.67 - 1.00 ซึ่งถือว่าผ่านเกณฑ์ทุกข้อตามเกณฑ์ที่
กล่าวในสุวิมล ติรกานันท์ ว่าข้อคำถามควรมีค่า IOC เข้าใกล้ 1 หากต่ำกว่า 0.5 ควรปรับปรุง
จากนั้นนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย จำนวน 30
คน เพื่อพิจารณาคุณภาพของแบบสอบถามในด้านความเชื่อมั่น (Reliability) โดยวิธีการ
วิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ของครอนบาค (Cronbach's alpha) พบว่า ค่าความเชื่อมั่นของ
แบบสอบถามมีค่าเท่ากับ 0.92 ซึ่งถือว่ามีความสามารถนำไปใช้ได้ (สุวิมล ติรกานันท์, 2550)
ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ของ Jacops, L. C. และ Fraenkel, R. J. & Wallen, E. N. ซึ่งระบุว่าค่า
ความเชื่อมั่นไม่ควรต่ำกว่า 0.70 (Jacops, L. C., 1991) ; (Fraenkel, R. J. & Wallen, E. N.,
2006)



3. การเก็บรวบรวมข้อมูล ดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

3.1 ก่อนดำเนินการพัฒนาระบบ ใช้แบบสัมภาษณ์คณะกรรมการกลุ่มบางกล่ำดินเผา เพื่อศึกษาศักยภาพและความพร้อมในการจัดทำระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

3.2 พัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ มีขั้นตอน ดังนี้

3.2.1 เก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ด้านศักยภาพและความพร้อมในการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

3.2.2 วิเคราะห์และออกแบบระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

3.2.3 พัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

3.2.4 นำระบบไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างคณะกรรมการกลุ่มบางกล่ำดินเผา

3.2.5 ปรับปรุงระบบให้ใช้งานได้จริง

3.2.6 จัดทำคู่มือการใช้งานและจัดอภิปรายกลุ่ม เพื่ออธิบายการใช้งานระบบ ถ่ายทอดองค์ความรู้ให้แก่คณะกรรมการกลุ่มบางกล่ำดินเผา และนำระบบไปใช้งานจริง

3.3 นำแบบสอบถามความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อส่งเสริมศักยภาพทางการตลาดของผลิตภัณฑ์กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาเซรามิกดินสามน้ำ ไปให้กลุ่มลูกค้าที่ซื้อผลิตภัณฑ์ผ่านระบบ ทำการประเมินความพึงพอใจต่อระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ได้พัฒนาขึ้น จำนวน 400 ชุด โดยวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบออนไลน์

4. การวิเคราะห์ข้อมูล มี 2 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content analysis) จากการศึกษาศักยภาพและความพร้อมในการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ทางสถิติจากแบบสอบถามความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติทดสอบที และสถิติทดสอบเอฟ เมื่อมีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกันจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD)

ผลการวิจัย

1. ศักยภาพความพร้อมกลุ่มเครื่องปั้นดินเผาเซรามิกดินสามน้ำ ชุมชนบ้านบางกล่ำ อำเภอบางกล่ำ จังหวัดสงขลา

1.1 ข้อมูลศักยภาพและความพร้อมด้านการบริหารจัดการกลุ่ม

กลุ่มบางกล่ำดินเผา เป็นการรวมกลุ่มกันของสมาชิกในชุมชน จำนวน 20 คน มีนายชาญชัย ทิพย์มณี เป็นประธานกลุ่ม มีการบริหารจัดการกลุ่มในรูปแบบของ



คณะกรรมการ โดยผู้นำกลุ่มมีแนวคิดในการสืบสานภูมิปัญญาด้านการผลิตเครื่องปั้นดินเผาของชุมชนให้คงอยู่ สมาชิกล้วนเป็นชาวบ้านในชุมชนเท่านั้น เพื่อเป็นการสร้างและกระจายรายได้ให้คนในชุมชน มีการจัดทำบัญชีรายรับรายจ่ายอย่างง่าย เพื่อบริหารจัดการรายได้ของทางกลุ่ม มีแหล่งวัตถุดิบหลักในท้องถิ่น ผลงานมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของชาวบางกล่ำ เชรามิก "ดินสามน้ำ" โดยผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาจัดทำหน่วยทั้งปลีกและส่ง แต่ยังมีข้อด้อยในช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า และการโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้า เนื่องจากเป็นสินค้างานฝีมือ มีเอกลักษณ์เป็นของตัวเอง จึงมีราคาขายค่อนข้างสูง มีการส่งเสริมการขายโดยการประชาสัมพันธ์กลุ่มให้เป็นที่รู้จักผ่านทางเฟสบุ๊กแฟนเพจ “บางกล่ำดินเผา” อีกทั้งมีการรวบรวม ถ่ายทอด และแลกเปลี่ยนภูมิปัญญาท้องถิ่นในการผลิตเครื่องปั้นดินเผา มีกระบวนการเรียนรู้ด้านต่าง ๆ อยู่ตลอดเวลา มีการเชื่อมโยงเครือข่ายในด้านต่าง ๆ จากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน โดยสามารถแยกเป็นประเด็นตามศักยภาพความพร้อมทางการตลาด ได้ดังนี้

1.1.1 ด้านผลิตภัณฑ์ กลุ่มบางกล่ำดินเผา มีผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา จัดจำหน่ายทั้งปลีกและส่ง นอกจากการนำผลิตภัณฑ์ไปวางจำหน่ายในงานแสดงสินค้าโอท็อปต่าง ๆ แล้ว ทางกลุ่มได้นำผลิตภัณฑ์ไปวางจำหน่ายที่ร้านทางไท ห้างสรรพสินค้าโอเดียน หาดใหญ่ และจัดส่งให้ลูกค้ากลุ่มโรงแรมและรีสอร์ท ในจังหวัดภูเก็ต แต่ยังมีข้อด้อยในช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า และการโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้า

1.1.2 การกำหนดราคา ทางกลุ่มมีต้นทุนในการผลิตเครื่องปั้นดินเผา โดยแบ่งเป็นชิ้นเล็ก ต้นทุนประมาณ 150 บาทต่อชิ้น ตั้งราคาขายประมาณ 350 บาท และชิ้นใหญ่ ต้นทุนประมาณ 1,500 บาทต่อชิ้น ตั้งราคาขายประมาณ 3,500 บาท เนื่องจากเป็นสินค้างานฝีมือ ไม่ซ้ำแบบ ไม่ซ้ำลาย มีเอกลักษณ์เป็นของตัวเอง จึงมีราคาขายค่อนข้างสูง

1.1.3 การส่งเสริมการขาย กลุ่มบางกล่ำดินเผา มีการส่งเสริมการขาย โดยการประชาสัมพันธ์กลุ่มให้เป็นที่รู้จัก ผ่านทางเฟสบุ๊กแฟนเพจ “บางกล่ำดินเผา” เช่น วิดีโอการผลิตเครื่องปั้นดินเผา วิดีโอการสอนอบรมการปั้นจากน้อง ๆ ที่มาเยี่ยมชมกลุ่ม รายละเอียดคอร์สสอนปั้นดินเผาให้กับผู้ที่สนใจ และภาพการมาเยี่ยมชมทางกลุ่ม เป็นต้น และผู้วิจัย ได้เสนอให้ทางกลุ่ม จัดทำของที่ระลึกให้กับลูกค้า ในโอกาสต่าง ๆ เช่น เทศกาลปีใหม่ เทศกาลสงกรานต์ เช่น โรงแรม รีสอร์ท เพื่อแจกไปยังลูกค้าที่เข้าพักห้องพักราคาสูง โดยทำแท็กแขวนไว้เพื่อโชว์ข้อมูลของทางกลุ่มบางกล่ำดินเผา เป็นการประชาสัมพันธ์สินค้าอีกช่องทางหนึ่ง

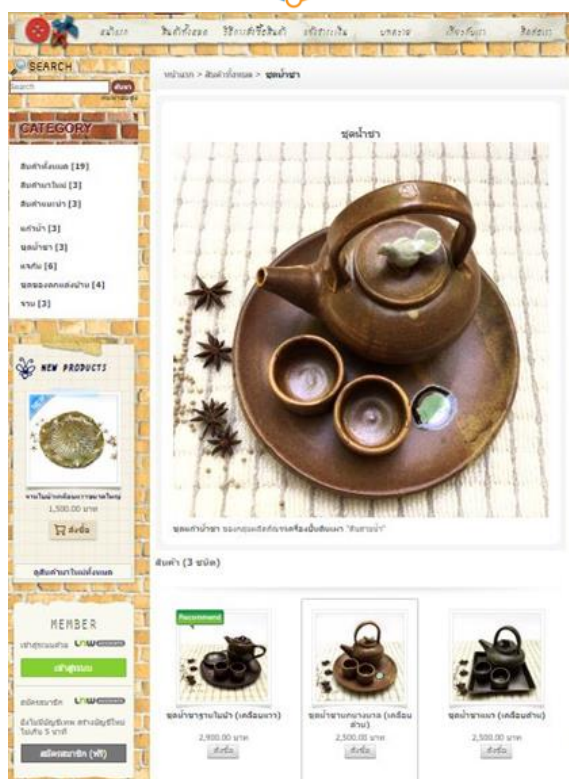
1.1.4 การจัดจำหน่าย กลุ่มบางกล่ำดินเผา มีการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาทั้งปลีกและส่ง นอกจากการนำผลิตภัณฑ์ไปวางจำหน่ายในงานแสดงสินค้าโอท็อปต่าง ๆ แล้ว ทางกลุ่มได้นำผลิตภัณฑ์ไปวางจำหน่ายที่ร้านทางไท ห้างสรรพสินค้าโอเดียน หาดใหญ่ และจัดส่งให้ลูกค้ากลุ่มโรงแรมและรีสอร์ท ในจังหวัดภูเก็ต แต่ยังมีข้อด้อยในช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า และการโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้า



1.2 ความรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของสมาชิกกลุ่มบางลำดინเผา กลุ่มบางลำดინเผา มีความรู้เรื่องการขายสินค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ในระดับปานกลาง มีความต้องการในการจัดการทำเว็บไซต์ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อนำเสนอสินค้าของทางกลุ่ม เพิ่มช่องทางในการประชาสัมพันธ์ และการจัดจำหน่ายสินค้าทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ อีกทั้งยังเป็นการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น การผลิตเครื่องปั้นดินเผา ให้เป็นที่รู้จักแก่คนรุ่นหลังต่อไป โดยมีความสามารถในการรับคำสั่งซื้อสินค้าจากลูกค้า ส่วนใหญ่จะมีสินค้าผลิตไว้เพื่อรอการจำหน่าย และการผลิตสินค้าตามคำสั่งซื้อสินค้า ต้องการวิธีจัดส่งสินค้าโดยการส่งทางพัสดุไปรษณีย์ หรือบริษัทขนส่งเอกชน คิดค่าจัดส่งตามน้ำหนักของสินค้าที่สั่งซื้อ และต้องการรับชำระเงินจากลูกค้าผ่านช่องทางบริการของธนาคาร

ดังนั้น ทางกลุ่มจะต้องศึกษาและทำความเข้าใจเกี่ยวกับการซื้อ-ขาย ผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งนักวิจัยจะมีการถ่ายทอดองค์ความรู้และจัดอบรมการใช้งานระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้แก่ผู้ดูแลระบบของทางกลุ่ม ซึ่งทางกลุ่มสามารถทบทวนเพิ่มเติมจากคู่มือการใช้งานระบบได้อีกทาง

2. ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อส่งเสริมศักยภาพทางการตลาดของผลิตภัณฑ์กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาเซรามิกดินสามน้ำ ชื่อเว็บไซต์ คือ www.dinsamnam.com มีการวิเคราะห์และออกแบบขั้นตอนการทำงานของระบบ โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ระบบหน้าร้าน (Front-end) เป็นระบบที่แสดงรายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ภายในร้าน โดยในส่วนนี้จะเป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับลูกค้า ซึ่งลูกค้าสามารถดูรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ สมัครสมาชิกเข้าสู่ระบบ สั่งซื้อผลิตภัณฑ์ ตรวจสอบสถานะการสั่งซื้อ และสามารถแจ้งการชำระเงินผ่านระบบกลับไปยังผู้จำหน่าย และระบบหลังร้าน (Back-end) เป็นส่วนของการจัดการข้อมูลต่าง ๆ ภายในระบบ ซึ่งในส่วนนี้จะเป็นส่วนของผู้จำหน่ายหรือผู้ดูแลระบบ ซึ่งสามารถดูรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ เข้าสู่ระบบ ตรวจสอบข้อมูลการสมัครสมาชิก จัดการรายละเอียดข้อมูลผลิตภัณฑ์ ตรวจสอบสถานะการสั่งซื้อของลูกค้า และดูรายงานสรุปการซื้อขายสินค้าได้ และใช้ซอฟต์แวร์ LnwShop ซึ่งเป็นซอฟต์แวร์สำเร็จรูปสำหรับบริหารจัดการร้านค้าออนไลน์ เพื่อใช้ในการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ดังแสดงในภาพที่ 1 แสดงหน้าหลักระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อส่งเสริมศักยภาพทางการตลาดของผลิตภัณฑ์กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาเซรามิกดินสามน้ำ



ภาพที่ 1 แสดงหน้าหลักระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

3. ความพึงพอใจระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อส่งเสริมศักยภาพทางการตลาดของผลิตภัณฑ์กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาเซรามิกดินสามน้ำ

ข้อมูลเบื้องต้นของผู้ตอบแบบสอบถามความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 400 คน พบว่า กลุ่มที่สนใจส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31-40 ปี และ 41-50 ปี สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาโทมากที่สุด รองลงมาคือระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน รองลงมาประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีรายได้ต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท รองลงมา มีรายได้ต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท และมีจำนวนครั้งในการซื้อสินค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 2-10 ครั้ง มากที่สุด

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านคุณภาพของเนื้อหา (Content) ข้อมูลมีความทันสมัย น่าสนใจ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 รองลงมา เนื้อหา มีความชัดเจน ถูกต้อง น่าเชื่อถือ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 และ รายละเอียดของข้อมูล มีความถูกต้องและครบถ้วนสมบูรณ์ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 ตามลำดับ มีความพึงพอใจโดยรวมด้านคุณภาพของเนื้อหา อยู่ในระดับ



มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 และด้านความสะดวกในการใช้งานเว็บไซต์ การสืบค้นข้อมูลง่าย และสะดวก อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 รองลงมา มีการเข้าถึงข้อมูลและค้นหาข้อมูลได้ง่ายและรวดเร็ว อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 และมีช่องทางการติดต่อสอบถามและให้ข้อเสนอแนะ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 ตามลำดับ มีความพึงพอใจโดยรวมด้านความสะดวกในการใช้งานเว็บไซต์ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 และในส่วนของการออกแบบและการจัดรูปแบบของเว็บไซต์ มีความสวยงาม ความทันสมัย และน่าสนใจของเว็บไซต์ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 รองลงมา มีการใช้สีและขนาดของตัวอักษร อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 และมีการจัดวางเมนูการใช้งานมีความครบถ้วน อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 ตามลำดับ และมีความพึงพอใจโดยรวม ด้านความสวยงามและการออกแบบเว็บไซต์ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26

4. เปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทำการทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อส่งเสริมศักยภาพทางการตลาดของผลิตภัณฑ์กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาเซรามิกดินสามน้ำ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน จำนวนครั้งที่ซื้อที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แตกต่างกัน รายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 1 การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างเพศต่อความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์ระบบ พาณิชนียอิเล็กทรอนิกส์ของผลิตภัณฑ์กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาเซรามิกดินสามน้ำ

	N	Mean	SD	t	Sig
ชาย	118	4.08	.671	-3.136	.002*
หญิง	282	4.29	.510		

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ใช้บริการเว็บไซต์ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ที่มีเพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์ แตกต่างกัน โดยเพศหญิงมีความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์มากกว่าเพศชาย



ตารางที่ 2 การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอายุต่อความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผลิตภัณฑ์กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาเซรามิกดินสามน้ำ

	แหล่งความแปรปรวน	SS	Df	MS	F	Sig
ความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์	ระหว่างกลุ่ม	14.468	4	3.617	12.399	.000***
	ภายในกลุ่ม	115.221	395	.292		
	รวม	129.689	399			

*** มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ใช้บริการเว็บไซต์ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์ แตกต่างกัน โดยผู้ใช้บริการเว็บไซต์ที่มีอายุ 20-30 ปี มีความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์มากกว่า ผู้ใช้บริการเว็บไซต์ที่มีอายุ 41-50 ปี และผู้ใช้บริการเว็บไซต์ที่มีอายุ 31-40 ปี มีความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์มากกว่า ผู้ใช้บริการเว็บไซต์ที่มีอายุ 41-50 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

ตารางที่ 3 การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษาต่อความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผลิตภัณฑ์กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาเซรามิกดินสามน้ำ

	แหล่งความแปรปรวน	SS	Df	MS	F	Sig
ความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์	ระหว่างกลุ่ม	10.663	3	3.554	11.825	.000***
	ภายในกลุ่ม	119.026	396	.301		
	รวม	129.689	399			

*** มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ใช้บริการเว็บไซต์ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์ แตกต่างกัน โดยผู้ให้บริการเว็บไซต์ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์มากกว่า ผู้ใช้บริการเว็บไซต์ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และมากกว่าปริญญาโท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ผู้ใช้บริการเว็บไซต์ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์มากกว่า ผู้ใช้บริการเว็บไซต์ที่มีระดับการศึกษาปริญญาโท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 และผู้ให้บริการเว็บไซต์ที่มีระดับการศึกษาปริญญาโท มีความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์น้อยกว่า ผู้ใช้บริการ



เว็บไซต์ที่มีระดับการศึกษาปริญญาเอก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4 การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอาชีพต่อความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผลิตภัณฑ์กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาเซรามิกดินสามน้ำ

	แหล่งความ แปรปรวน	SS	Df	MS	F	Sig
ความพึงพอใจการใช้ บริการเว็บไซต์	ระหว่างกลุ่ม	7.068	5	1.414	4.542	.000***
	ภายในกลุ่ม	122.620	394	.311		
	รวม	129.689	399			

*** มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ใช้บริการเว็บไซต์ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์ แตกต่างกัน โดยผู้ให้บริการเว็บไซต์ที่มีอาชีพข้าราชการ มีความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์น้อยกว่า ผู้ใช้บริการเว็บไซต์ที่มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ผู้ใช้บริการเว็บไซต์ที่มีอาชีพข้าราชการ มีความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์น้อยกว่า ผู้ใช้บริการเว็บไซต์ที่มีอาชีพพนักงานเอกชน ธุรกิจส่วนตัว และนักเรียน/นักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 และน้อยกว่าอาชีพอื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 5 การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างรายได้ต่อเดือนต่อความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผลิตภัณฑ์กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาเซรามิกดินสามน้ำ

	แหล่งความ แปรปรวน	SS	Df	MS	F	Sig
ความพึงพอใจการใช้ บริการเว็บไซต์	ระหว่างกลุ่ม	4.742	4	1.185	3.747	.005**
	ภายในกลุ่ม	124.947	395	.316		
	รวม	129.689	399			

** มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้ใช้บริการเว็บไซต์ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์ แตกต่างกัน โดยผู้ให้บริการเว็บไซต์ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มีความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์มากกว่า ผู้ใช้บริการเว็บไซต์ที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ



.05 และมากกว่าผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 40,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ผู้ใช้บริการเว็บไซต์ที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000 - 20,000 บาท มีความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์มากกว่า ผู้ใช้บริการเว็บไซต์ที่มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 40,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 และผู้ใช้บริการเว็บไซต์ที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001 - 40,000 บาท มีความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์มากกว่า ผู้ใช้บริการเว็บไซต์ที่มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 40,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตารางที่ 6 การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างจำนวนครั้งที่ซื้อต่อความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผลิตภัณฑ์กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาเชรามิกดินสามน้ำ

	แหล่งความแปรปรวน	SS	Df	MS	F	Sig
ความพึงพอใจการใช้บริการเว็บไซต์	ระหว่างกลุ่ม	3.967	3	1.322	4.165	.006**
	ภายในกลุ่ม	125.722	396	.317		
	รวม	129.689	399			

** มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 6 พบว่า พบว่า ผู้ใช้บริการเว็บไซต์ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ที่มีจำนวนครั้งที่ซื้อของแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์ แตกต่างกัน โดยผู้ใช้บริการเว็บไซต์ที่มีจำนวนครั้งที่ซื้อครั้งแรก มีความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์น้อยกว่า ผู้ใช้บริการเว็บไซต์ที่มีจำนวนครั้งที่ซื้อ 11 - 20 ครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผู้ใช้บริการเว็บไซต์ที่มีจำนวนครั้งที่ซื้อ 2 - 10 ครั้ง มีความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์น้อยกว่า ผู้ใช้บริการเว็บไซต์ที่มีจำนวนครั้งที่ซื้อ 11 - 20 ครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และมีความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์มากกว่า ผู้ใช้บริการเว็บไซต์ที่มีจำนวนครั้งที่ซื้อ 21 ครั้งขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผู้ใช้บริการเว็บไซต์ที่มีจำนวนครั้งที่ซื้อ 11 - 20 ครั้ง มีความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์มากกว่า ผู้ใช้บริการเว็บไซต์ที่มีจำนวนครั้งที่ซื้อ 21 ครั้งขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

อภิปรายผล

จากการศึกษาวิจัย การพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อส่งเสริมศักยภาพทางการตลาดของผลิตภัณฑ์กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาเชรามิกดินสามน้ำ ชุมชนบ้านบางกล้า อำเภอบางกล้า จังหวัดสงขลา



1. ศักยภาพความพร้อมกลุ่มเครื่องปั้นดินเผาเซรามิกดินสามน้ำ พบว่า มีศักยภาพความพร้อมด้านการบริหารจัดการกลุ่ม มีการบริหารจัดการในรูปแบบของคณะกรรมการสมาชิกล้วนเป็นชาวบ้านในชุมชน เพื่อเป็นการสร้างและกระจายรายได้ให้คนในชุมชน มีการจัดทำบัญชีรายรับรายจ่ายอย่างง่าย มีแหล่งวัตถุดิบหลักในท้องถิ่น สินค้าเป็นงานฝีมือไม่ซ้ำแบบ ไม่ซ้ำลาย มีเอกลักษณ์เป็นของตัวเอง มีแนวคิดในการสืบสานภูมิปัญญาด้านการผลิตเครื่องปั้นดินเผาของชุมชนให้คงอยู่ แต่ยังมีข้อด้อยในช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า และการโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้า อีกทั้งมีการรวบรวม ถ่ายทอด และแลกเปลี่ยนภูมิปัญญาท้องถิ่นในการผลิตเครื่องปั้นดินเผา มีกระบวนการเรียนรู้ด้านต่าง ๆ อยู่ตลอดเวลา มีการเชื่อมโยงเครือข่ายในด้านต่าง ๆ จากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ซึ่งสอดคล้องกับความหมายของการประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชน หมายถึง การดำเนินงานเพื่อให้ได้รับรู้ศักยภาพและความสามารถของวิสาหกิจชุมชนหรือเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน ในเรื่องทิศทางของวิสาหกิจชุมชน การวางแผนดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน การบริหารจัดการ การจัดการความรู้และข้อมูลข่าวสาร การบริหารสมาชิกวิสาหกิจชุมชน กระบวนการจัดการสินค้าและบริการ และผลลัพธ์การดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน เพื่อเป็นข้อมูลให้วิสาหกิจชุมชนใช้ประโยชน์ในการกำหนดแนวทางพัฒนาตนเอง และหน่วยงานภาคีที่เกี่ยวข้องใช้พิจารณากำหนดแนวทางส่งเสริมสนับสนุนตามศักยภาพ (กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน, 2563) และสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับการตลาดของ อีริกตี นวรัตน์ ณ อยุรยา หมายถึง ระบบของปฏิบัติการกิจกรรมทางธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการวางแผน การกำหนดราคาการ ส่งเสริมการตลาดและการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อจะตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคทั้งที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน และผู้บริโภคที่คาดหวังในอนาคต (อีริกตี นวรัตน์ ณ อยุรยา, 2552) กลุ่มบางกล้าดินเผา มีความต้องการในการจัดการทำเว็บไซต์ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อนำเสนอสินค้าของทางกลุ่มเพิ่มช่องทางในการประชาสัมพันธ์ และการจัดจำหน่ายสินค้าทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดด้านการตลาดออนไลน์ของ ภาวูธ พงษ์วิทยพานู ได้เน้นความสำคัญโดยการนำอินเทอร์เน็ตมาใช้ในการสื่อสารสามารถโต้ตอบกับลูกค้าได้ ข้อมูลในเว็บไซต์จะต้องมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา และลูกค้าสามารถสั่งซื้อสินค้าได้ทันที โดยนำข้อมูลพฤติกรรมของลูกค้าและข้อมูลจากทะเบียนประวัติที่เรามีอยู่มาปรับเปลี่ยนข้อมูลในเว็บไซต์ให้เหมาะสมกับลูกค้าแต่ละราย เพื่อตอบสนองความต้องการให้ตรงกับลูกค้ามากที่สุด (ภาวูธ พงษ์วิทยพานู, 2551) และยังสอดคล้องกับผลวิจัยของ ประดิษฐ์ สมจันทร์ เรื่อง แนวทางการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพันนา ตำบลพันนา อำเภอสว่างแดนดิน จังหวัดสกลนคร พบว่า กลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพันนามีความต้องการเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ข้อมูลและผลิตภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าให้เป็นที่รู้จักในสังคมมากขึ้น และต้องการช่องทางการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า เพื่อให้ทราบถึงความต้องการของตลาด



และนำมาประยุกต์ใช้กับผลิตภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าให้ตรงกับความต้องการของลูกค้ามากยิ่งขึ้น (ประดิษฐ์ สมจันทร์, 2561)

2. การพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อส่งเสริมศักยภาพทางการตลาดของผลิตภัณฑ์กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาเซรามิกดินสามน้ำ มีชื่อเว็บไซต์ คือ www.dinsamnam.com แบ่งการทำงานออกเป็น 2 ส่วน คือ 1) ระบบหน้าร้าน เป็นระบบที่แสดงรายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ภายในร้าน โดยในส่วนนี้จะเป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับลูกค้า สามารถดูรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ สมัครสมาชิก เข้าสู่ระบบ สั่งซื้อผลิตภัณฑ์ ตรวจสอบสถานะการสั่งซื้อ และแจ้งการชำระเงินผ่านระบบกลับไปยังผู้จำหน่าย 2) ระบบหลังร้าน เป็นส่วนของการจัดการข้อมูลต่าง ๆ ภายในระบบ ซึ่งในส่วนนี้จะเป็นส่วนของผู้ที่เกี่ยวข้องกับระบบ หรือผู้ดูแลระบบ สามารถดูรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ เข้าสู่ระบบ ตรวจสอบข้อมูลการสมัครสมาชิก จัดการรายละเอียดข้อมูลผลิตภัณฑ์ ตรวจสอบสถานะการสั่งซื้อของลูกค้า และสามารถดูรายงานสรุปการซื้อขายสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง ขั้นตอนการสั่งซื้อ การขาย การเคลื่อนย้าย หรือการแลกเปลี่ยนสินค้า บริการ และสารสนเทศผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (Turban, E., & King, D., 2008) และตามแนวคิดของ พิมลพรรณ อุดมพันธ์ กล่าวว่า พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นการซื้อขายสินค้าและบริการบนเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันบนอุปกรณ์เคลื่อนที่ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตระหว่างบุคคลกับบุคคล องค์กรธุรกิจกับบุคคล และองค์กรธุรกิจกับองค์กรธุรกิจ (พิมลพรรณ อุดมพันธ์, 2560)

3. ความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อส่งเสริมศักยภาพทางการตลาดของผลิตภัณฑ์กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาเซรามิกดินสามน้ำ พบว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 ด้านคุณภาพของเนื้อหา ข้อมูลมีความทันสมัย น่าสนใจ มีความชัดเจน ถูกต้อง น่าเชื่อถือ และครบถ้วนสมบูรณ์ ด้านความสะดวกในการใช้งานเว็บไซต์ การสืบค้นข้อมูลง่ายและสะดวก รวดเร็ว มีช่องทางการติดต่อสอบถามและให้ข้อเสนอแนะ ด้านการออกแบบและการจัดรูปแบบของเว็บไซต์ มีความสวยงาม ความทันสมัย และน่าสนใจ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับการประเมินความพึงพอใจของ พัฒนพรหมณี และคณะ สรุปได้ว่า การประเมินความพึงพอใจในงานเป็นการประเมินความรู้สึก ความคิด และพฤติกรรม สามารถประเมินได้ด้วย วิธีการสังเกต การสัมภาษณ์ และการสอบถาม (พัฒนา พรหมณี และคณะ, 2563) และสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบเว็บไซต์ของ ศรีบุตร แจ่มเจริญ สรุปได้ว่า ในการออกแบบเว็บไซต์ที่มีประสิทธิภาพนั้นต้องคำนึงถึง องค์ประกอบสำคัญ คือ ความเรียบง่าย ความสม่ำเสมอ ความเป็นเอกลักษณ์ เนื้อหาระบบเนวิเกชัน คุณภาพของสิ่งที่ปรากฏให้เห็นในเว็บไซต์ ความสะดวกของการใช้ในสภาพต่าง ๆ ความคงที่ในการออกแบบ และความคงที่ในการทำงานของระบบ (ศรีบุตร แจ่มเจริญ, 2558) อีกทั้งยังสอดคล้องกับผลวิจัยของ ชัชวาลย์ ศรีประทุม เรื่อง การศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบการซื้อขายทางอินเทอร์เน็ต พบว่า การออกแบบเว็บไซต์ในการซื้อขายที่เหมาะสมนั้น ประกอบไปด้วย



สิ่งสำคัญ คือ ต้องนำเสนอสินค้าหรือบริการที่น่าสนใจ ข้อมูลมีความทันสมัย กระชับพอเหมาะ มีความรวดเร็วในการค้นหา และมีตัวช่วยในการสืบค้น (ชัชวาลย์ ศรีประทุม, 2554)

4. เปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อส่งเสริมศักยภาพทางการตลาดของผลิตภัณฑ์กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาเซรามิกดินสามน้ำ พบว่า ผู้ใช้บริการเว็บไซต์ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และจำนวนครั้งที่ซื้อ ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แตกต่างกัน โดยผู้ใช้ที่มีความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุ 20 - 30 ปี รองลงมาคือ 31 - 40 ปี มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจและนักเรียน/นักศึกษา มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท รองลงมาคือ 30,001 - 40,000 บาท มีจำนวนครั้งที่ซื้อ 11 - 20 ครั้ง ทั้งนี้ กลุ่มลูกค้าที่มีความพึงพอใจในการใช้งานระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ช่วงอายุ 20 - 30 ปี และ 31 - 40 ปี ซึ่งเป็นวัยที่คุ้นเคยกับการใช้งานระบบอินเทอร์เน็ต และมีความชำนาญในการใช้งานระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ และเป็นนักเรียน/นักศึกษา ซึ่งกลุ่มคนเหล่านี้มักให้ความสนใจสินค้างานฝีมือที่ไม่ซ้ำแบบ ไม่ซ้ำลาย มีเอกลักษณ์เป็นของตัวเอง มักต้องการความสะดวกในการสั่งซื้อสินค้า ดังนั้น สามารถใช้เป็นข้อมูลในการทำการตลาดออนไลน์ให้ถูกกลุ่มเป้าหมาย เพื่อตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าได้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภคของ ภิเชก ชัยนิรันดร์ กล่าวว่า กระบวนการตัดสินใจและการกระทำของบุคคล (ผู้บริโภค) เกี่ยวกับการซื้อและการใช้สินค้านั้นหมายความว่าก่อนที่ธุรกิจจะขายสินค้าออนไลน์นั้น จะต้องเข้าใจผู้บริโภคก่อนว่าอะไรเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลให้ผู้บริโภค ซื้อหรือไม่ซื้อ และหากซื้อ ซื้อที่ไหน ซื้อเมื่อไหร่ และซื้ออย่างไร เมื่อเข้าใจธุรกิจดังกล่าวแล้ว จึงกำหนดส่วนผสมทางการตลาดที่สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคดังกล่าว (ภิเชก ชัยนิรันดร์, 2551) และสอดคล้องกับผลวิจัยของ ชนิตา เสถียรโชค เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ซื้อสินค้าผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์บน Lazada พบว่า ปัจจัยด้านเพศและปัจจัยด้านรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ซื้อสินค้าผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์บน Lazada ที่แตกต่างกัน (ชนิตา เสถียรโชค, 2560) และสอดคล้องกับผลวิจัยของ ธนภัทร เรืองขาน เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพผ่านร้านค้าออนไลน์ พบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ อันได้แก่ อายุ เพศ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกัน จะมีการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพผ่านร้านค้าออนไลน์ที่แตกต่างกัน (ธนภัทร เรืองขาน, 2557) โดยสามารถนำข้อมูลไปใช้ในการประเมินแนวโน้มความต้องการของผู้ซื้อ กำหนดกลุ่มลูกค้า



เป้าหมาย และกลยุทธ์ทางการตลาดให้ตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อสินค้าผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ต่อไปได้

สรุป/ข้อเสนอแนะ

กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาเซรามิกดินสามน้ำ ชุมชนบ้านบางกล่ำ อำเภอบางกล่ำ จังหวัดสงขลา มีศักยภาพความพร้อมและความต้องการในการจัดทำเว็บไซต์ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อเพิ่มช่องทางในการประชาสัมพันธ์สินค้าของทางกลุ่ม และการจัดจำหน่ายสินค้าทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ โดยได้พัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ มีชื่อเว็บไซต์ คือ www.dinsamnam.com แบ่งการทำงานออกเป็น 2 ส่วน คือ ระบบหน้าร้านลูกค้าสามารถดูรายละเอียดเพื่อสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ และระบบหลังร้าน เป็นส่วนของผู้ดูแลระบบเพื่อจัดการข้อมูลต่าง ๆ กลุ่มลูกค้าที่มีความพึงพอใจในการใช้งานระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มากที่สุด ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ช่วงอายุ 20 - 30 ปี และ 31 - 40 ปี ซึ่งเป็นวัยที่คุ้นเคยกับการใช้งานระบบอินเทอร์เน็ต และมีความชำนาญในการใช้งานระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และประกอบอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ และเป็นนักเรียน/นักศึกษา ซึ่งกลุ่มคนเหล่านี้มักให้ความสนใจสินค้างานฝีมือที่ไม่ซ้ำแบบ ไม่ซ้ำลาย มีเอกลักษณ์เป็นของตัวเอง มักต้องการความสะดวกในการสั่งซื้อสินค้า ดังนั้น สามารถนำข้อมูลไปใช้ในการประเมินแนวโน้มความต้องการของผู้ซื้อ กำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และกลยุทธ์ทางการตลาดให้ตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อสินค้าผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ได้ เว็บไซต์ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ควรได้รับการพัฒนาต่อ เพื่อเป็นเว็บไซต์พาณิชย์ที่สมบูรณ์ ในด้านความสะดวกของการใช้งานเว็บไซต์ โดยการนำระบบการจัดส่งสินค้า และระบบการชำระเงินออนไลน์ในรูปแบบต่าง ๆ เข้ามาเสริมและเพิ่มเติมในส่วนของคุณสมบัติที่เป็นภาษาอังกฤษ เพื่อเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายสู่ลูกค้าชาวต่างชาติ ให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน. (2563). คู่มือการประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชน. เรียกใช้เมื่อ 12 ตุลาคม 2563 จาก <https://smce.doae.go.th>
- ชนิตา เสถียรโชค. (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ซื้อสินค้าผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์บน Lazada. ใน ดุษฎีนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชัชวาลย์ ศรีประทุม. (2554). การศึกษารูปแบบการซื้อขายทางอินเทอร์เน็ต. ใน ดุษฎีนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต.



- ชาญชัย ทิพย์มณี. (27 ตุลาคม 2560). ประวัติความเป็นมาของกลุ่มบางกล่ำดินเผา. (นางสาว คณิดา ไกรสันติ, ผู้สัมภาษณ์)
- ธนภัทร เรืองขาน. (2557). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อ สุขภาพผ่านร้านค้าออนไลน์. ใน ดุษฎีนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชา บริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด.
- ธีรกิตติ นวรัตน์ ณ อยู่ยยา. (2552). การตลาดบริการ: แนวคิดและกลยุทธ์. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ประดิษฐ์ สมจันทร์. (2561). การพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มทอผ้าย้อมสี ธรรมชาติบ้านพันทนา ตำบลพันทนา อำเภอสว่างแดนดิน จังหวัดสกลนคร. เรียกใช้เมื่อ 10 ตุลาคม 2561 จาก <https://www.citethisforme.com/topic-ideas/business-marketing/AGEING-64550275>
- พัฒนา พรหมมณี และคณะ. (2563). แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจและการสร้างแบบสอบถาม ความพึงพอใจในงาน. วารสารวิชาการสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย, 26(1), 59-66.
- พิมลพรรณ อุดมพันธ์. (2560). การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. (พิมพ์ครั้งที่ 1). อุบลราชธานี: โรง พิมพ์มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี.
- ภาวุธ พงษ์วิทยภานุ. (2551). การตลาดออนไลน์. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพมหานคร: รีไว ว่า.
- ภิเชก ชัยนิรันดร์. (2551). บันทึกความสำเร็จธุรกิจดอทคอม. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ด ยูเคชั่น.
- ศรีบุตร แจ่มเจริญ. (2558). ทฤษฎีเกี่ยวกับการออกแบบเว็บไซต์. เรียกใช้เมื่อ 10 ตุลาคม 2561 จาก <http://patamweb.blogspot.com>
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2564). ภาพรวมของธุรกิจ e-Commerce. เรียกใช้เมื่อ 10 มิถุนายน 2564 จาก <http://www.etcha.or.th>
- สุวิมล ติรกานนท์. (2550). ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์: แนวทางปฏิบัติ. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Fraenkel, R. J. & Wallen, E. N. (2006). How to design and evaluate research in education. (6th ed.). Boston: McGraw-Hill.
- Jacobs, L. C. (1991). Test Reliability, IU Bloomington Evaluation Services and Testing (Best). Indiana: Indiana University Blomington.
- Turban, E., & King, D. (2008). Electronic commerce 2008 (A material perspective). New Jersey: Pearson Prentice Hill.