

การศึกษาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และแนวทางการเพิ่มขีดความสามารถทางการตลาดออนไลน์ของธุรกิจชุมชนในจังหวัดนครสวรรค์

The study of the electronic commerce system and the opportunity to maximize the ability of community business online marketing, Nakhon Sawan Province.

ลฎาภา แผนสุวรรณ¹

จิตาพัชญ์ ไชยสิทธิ์²

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัญหาและกลยุทธ์ทางการตลาดออนไลน์ของผลิตภัณฑ์ธุรกิจชุมชนในจังหวัดนครสวรรค์สำหรับสนับสนุนแนวทางเพิ่มขีดความสามารถทางการตลาดออนไลน์ เพื่อพัฒนาโมเดลพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และศึกษาความพึงพอใจของโมเดลพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับตลาดออนไลน์ โดยมีกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจชุมชน ผู้ซื้อสินค้าธุรกิจชุมชน และบุคคลทั่วไปซึ่งอาศัยในเขตจังหวัดนครสวรรค์ มีขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง จากผลการวิเคราะห์ด้วยวิธีการ SWOT วิเคราะห์อำนาจทางการแข่งขัน จึงได้แนวทางการเพิ่มขีดความสามารถทางการตลาดออนไลน์ของธุรกิจชุมชนในจังหวัดนครสวรรค์ คือ การพัฒนาโมเดลพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ธุรกิจชุมชนจังหวัดนครสวรรค์ โดยพัฒนาในรูปแบบเว็บไซต์ที่สามารถรองรับการทำงานบนหน้าจออุปกรณ์เครือข่ายได้ทุกอุปกรณ์ (Responsive Web) เช่น ระบบอินเทอร์เน็ตบนคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล (Desktop Internet) หรือระบบอินเทอร์เน็ตเคลื่อนที่ (Mobile Internet) (ไอโฟน (iPhone) ไอแพด (iPad) แท็บเล็ต (Tablet) และอื่นๆ) ซึ่งอุปกรณ์เหล่านี้จะมีหน้าจอแตกต่างกันไปตามขนาดความกว้างของเครื่อง เพื่อเป็นเครื่องมือในการติดต่อสื่อสารในด้านต่าง ๆ และเป็นการเพิ่มการประชาสัมพันธ์สินค้าอีกหนึ่งช่องทาง โดยความพึงพอใจการทำงานของโมเดลพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ธุรกิจชุมชนจังหวัดนครสวรรค์จากกลุ่มตัวอย่างพบว่า ความพึงพอใจในการใช้งานระบบสารสนเทศในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53

คำสำคัญ: ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์, การเพิ่มขีดความสามารถทางการตลาดออนไลน์, ธุรกิจชุมชน

¹ สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

398 หมู่ 9 ถนนสวรรค์วิถี ตำบลนครสวรรค์ตก อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ 60000

อีเมลล์: ladapha.p@nsru.ac.th

² สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

398 หมู่ 9 ถนนสวรรค์วิถี ตำบลนครสวรรค์ตก อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ 60000

อีเมลล์: naricha.c@nsru.ac.th

Abstract

This research aims to study the problems and online marketing strategies of community business product in Nakhon Sawan province to build support online marketing capabilities to develop e-commerce models and studies of satisfaction with e-commerce model for online marketing. There are sample groups, including community business operators, the customer of community business products and general people living in Nakhon Sawan province about 400 sample sizes. The results were analyzed by means of SWOT analysis and competitive power. The approach to online marketing capabilities of the business community has developed a website format for the responsive web that can be all supported on the device's screen such as the Internet system on the personal computer or mobile, iPhone, iPad, tablet and others which these devices have different screens. The result found that satisfaction of the electronic business model, using the information system in the overall was at the highest level that an average of 4.53.

Keywords: Community Strength; Sufficiency Economic

บทนำ

จากอัตราการเติบโตของการใช้อินเทอร์เน็ตและการเพิ่มขึ้นของเว็บไซต์ทางธุรกิจที่มีอย่างต่อเนื่อง ทำให้การประกอบธุรกิจโดยเฉพาะธุรกิจบนอินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางการตลาดขนาดใหญ่ของโลก ไร้พรมแดนที่สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายได้โดยตรงอย่างรวดเร็ว ไร้ขีดจำกัดของเรื่องเวลาและสถานที่ การแข่งขันทางการค้าเสรีและระหว่างประเทศที่ต้องแข่งขันและชิงความได้เปรียบกันที่ “ความเร็ว” ทั้งการนำเสนอสินค้าผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ มีความสำคัญอย่างยิ่งในสังคมเศรษฐกิจฐานความรู้ พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งของการประกอบธุรกิจในปัจจุบัน ที่ช่วยผู้ประกอบการในการเพิ่มยอดขาย ลดค่าใช้จ่ายและประชาสัมพันธ์กิจการให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น จากผลการสำรวจสถานภาพพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2557 ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ พบว่า ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของไทยมีส่วนของธุรกิจขนาดเล็ก (มีคนทำงาน 1- 5 คน) มากที่สุด คือ ร้อยละ 70.30 เป็นธุรกิจประเภท B2C ร้อยละ 80.4 และการดำเนินงานธุรกิจส่วนใหญ่จะขายสินค้าและบริการผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และมีการขายหน้าร้านด้วย ร้อยละ 61.6 ธุรกิจ e-Commerce มียอดขายผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ทั้งสิ้น ประมาณ 768,014 ล้านบาท (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2557 : ออนไลน์) แสดงให้เห็นถึงการขยายตัวของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง

ธุรกิจชุมชนในจังหวัดนครสวรรค์ เป็นหนึ่งในกิจกรรมการพัฒนาชุมชนที่มีหลากหลายแนวทาง แต่ภายหลังภาวะวิกฤติเศรษฐกิจของประเทศไทย กิจกรรมนี้ดูจะกลายเป็นความหวังในการฟื้นฟูเศรษฐกิจชุมชน

ของทางราชการ จนถึงกับมีประกาศเป็นหนึ่งนโยบายเศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเองของกระทรวงมหาดไทย (มงคล ตำนานินทร์, 2541 : คำนิยาม) และไม่เพียงแต่ทางราชการเท่านั้น นักวิชาการและองค์กรพัฒนาเอกชน ก็ได้คาดหวังให้ธุรกิจชุมชนเป็นตัวนำในการทำให้ชุมชนเข้มแข็งขึ้น ด้วยการดึงดูดรายได้จากภาคเมืองเข้าสู่ ชนบทบ้างและช่วยป้องกันต่อรองมิให้เกิดการแลกเปลี่ยนที่ไม่เป็นธรรมมากเกินไป (ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ, 2542 : 21) ธุรกิจชุมชนในจังหวัดนครสวรรค์หลายชุมชน มีการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการ ประกอบธุรกิจ แต่ปัญหาของธุรกิจชุมชนในจังหวัดนครสวรรค์ เกิดจากธุรกิจชุมชนมีหลากหลายรูปแบบ หลากหลายชุมชน กระจัดกระจายไม่ประสานสัมพันธ์เหนียวแน่น ความรู้ความสามารถในการจัดการเชิงธุรกิจ ออนไลน์ การพัฒนาด้านเทคโนโลยีมีน้อย และความสามารถทางการตลาดของธุรกิจชุมชนมีจำกัด จึงทำให้ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ไม่อาจแข่งขันในตลาด และเนื่องจากในปัจจุบันมีการทำระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เกิดขึ้นใหม่ทุกวัน อำนาจการตัดสินใจเข้าชมและตัดสินใจซื้อสินค้าในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นของ ลูกค้าเพียงฝ่ายเดียว ธุรกิจชุมชนจึงต้องสร้างระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ดึงดูดความสนใจให้เข้าชมและ กระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจซื้อสินค้า โดยการบริหารจัดการระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้ประสบผลสำเร็จต้อง อาศัยปัจจัยหลายประการ เช่น ความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์ ความปลอดภัยในการชำระเงิน การจัดส่งสินค้า การโฆษณาประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ให้เป็นที่รู้จัก และบริการหลังการขายเพื่อให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการ เป็นต้น

ดังนั้นผู้ศึกษาจึงต้องการศึกษาปัญหาและกลยุทธ์การตลาดของระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ธุรกิจ ชุมชนจังหวัดนครสวรรค์ในปัจจุบัน เพื่อเป็นแนวทางการเพิ่มขีดความสามารถทางการตลาดออนไลน์ของ ผลิตภัณฑ์ธุรกิจชุมชนในจังหวัดนครสวรรค์ เพิ่มพูนขีดความสามารถของธุรกิจชุมชน ทำให้เกิดความได้เปรียบ แข่งแข่งขัน (Comparative Advantage) และการเปิดตลาดเสรีการค้าและบริการกับประชาคมอาเซียน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัญหาและกลยุทธ์ทางการตลาดออนไลน์ของผลิตภัณฑ์ธุรกิจชุมชนในจังหวัด นครสวรรค์สำหรับสนับสนุนแนวทางเพิ่มขีดความสามารถทางการตลาดออนไลน์
2. เพื่อพัฒนาโมเดลพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ธุรกิจชุมชนจังหวัดนครสวรรค์เพื่อเพิ่มขีดความสามารถใน การซื้อ-ขายสินค้าและสร้างความได้เปรียบทางแข่งขันของชุมชนจังหวัดนครสวรรค์
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของโมเดลพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับตลาดออนไลน์

วิธีการดำเนินการวิจัย

การดำเนินการวิจัยในครั้งนี้ มีกระบวนการในการดำเนินการที่ประกอบด้วยขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษาและรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จากการค้นคว้าหาข้อมูล ตามห้องสมุด อินเทอร์เน็ต และ ผู้มีประสบการณ์ทางการวิจัย
2. ศึกษาและสำรวจข้อมูลเบื้องต้นในสนาม โดยการสัมภาษณ์พูดคุยกับจากผู้ประกอบการธุรกิจ ชุมชน ผู้ซื้อสินค้าธุรกิจชุมชนและบุคคลทั่วไปในเขตจังหวัดนครสวรรค์ ทั้งนี้จากการศึกษาพบว่าในจังหวัด

นครสวรรค์มีธุรกิจชุมชนเกิดขึ้นจำนวนมากกว่า 350 ธุรกิจ แต่ก็ยังไม่เป็นที่สนใจหรือเป็นที่รู้จักกับผู้ซื้อหรือบุคคลทั่วไป ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาแนวทางการเพิ่มขีดความสามารถทางการตลาดออนไลน์ของธุรกิจชุมชนในจังหวัดนครสวรรค์

3. สร้างแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-Structure Interview) เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล และศึกษา แนวทางเพิ่มขีดความสามารถทางการตลาดออนไลน์และความต้องการข้อมูล ซึ่งกระบวนการในการจัดเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการธุรกิจชุมชน ผู้ซื้อสินค้าธุรกิจชุมชน และบุคคลทั่วไปในเขตจังหวัดนครสวรรค์ จำนวน 400 คน คน จากการสุ่ม

4. นำแบบสัมภาษณ์ที่ได้มาทำการสังเคราะห์และวิเคราะห์ข้อมูลปัญหา ความต้องการและกลยุทธ์การตลาดของระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ธุรกิจชุมชนจังหวัดนครสวรรค์ในปัจจุบัน ด้วยวิธี SWOT วิเคราะห์อำนาจทางการแข่งขันและการวิเคราะห์ส่วนผสมทางการตลาด หลังจากนั้นผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้มาสร้างเป็นแบบสอบถามการศึกษาความต้องการใช้ข้อมูลการออกแบบและพัฒนาโมเดลพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ธุรกิจชุมชนจังหวัดนครสวรรค์

5. สร้างแบบสอบถามการศึกษาความต้องการใช้ข้อมูลการออกแบบและพัฒนาโมเดลพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ธุรกิจชุมชนจังหวัดนครสวรรค์ โดยดำเนินการสอบถามจากผู้ประกอบการธุรกิจชุมชน ผู้ซื้อสินค้าธุรกิจชุมชน และบุคคลทั่วไปในเขตจังหวัดนครสวรรค์ จำนวน 400 คน

6. นำแบบสอบถามที่ได้มาทำการวิเคราะห์หาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จากมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ตามแบบของลิเคิร์ต (Likert) ที่ได้จากการตอบแบบสอบถาม

7. วิเคราะห์และออกแบบฐานข้อมูลโมเดลพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ธุรกิจชุมชนจังหวัดนครสวรรค์ โดยวิเคราะห์ในด้านภาพรวมของขีดความสามารถพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ธุรกิจชุมชนจังหวัดนครสวรรค์ จากนั้นออกแบบระบบฐานข้อมูลโดยใช้ฐานข้อมูลฐานข้อมูลมายเอสคิวแอล (MySQL)

8. ออกแบบและพัฒนาโมเดลพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ธุรกิจชุมชนจังหวัดนครสวรรค์ โดยกำหนดให้โมเดลพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ธุรกิจชุมชนจังหวัดนครสวรรค์ที่พัฒนาขึ้นสามารถแสดงผลได้บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต และพัฒนาเว็บไซต์ด้วยโปรแกรมภาษาพีเอชพี (PHP) ในรูปแบบของเว็บไซต์ที่สามารถรองรับการทำงานบนหน้าจออุปกรณ์เครือข่าย (Responsive Web)

9. ทำการติดตั้งและทดสอบการใช้งานโมเดลพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ธุรกิจชุมชนจังหวัดนครสวรรค์

10. สร้างแบบประเมินความพึงพอใจการใช้งานโมเดลพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ธุรกิจชุมชนจังหวัดนครสวรรค์

11. ทำการประเมินความพึงพอใจในการใช้งานโมเดลพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ธุรกิจชุมชนจังหวัดนครสวรรค์ โดยสอบถามจากผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนและบุคคลทั่วไปในเขตจังหวัดนครสวรรค์ จำนวน 400 คน

12. นำแบบประเมินความพึงพอใจที่ได้มาทำการวิเคราะห์หาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จากมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ตามแบบของลิเคิร์ต (Likert) วิเคราะห์การประเมินความพึงพอใจในการใช้งานผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนและบุคคลทั่วไปในเขตจังหวัดนครสวรรค์ เพื่อศึกษามุมมองความเปลี่ยนแปลงของการใช้งานผู้ประกอบการธุรกิจชุมชน ผู้ซื้อสินค้าธุรกิจชุมชนและบุคคลทั่วไปในเขตจังหวัดนครสวรรค์

13. สรุปผลการวิจัย และจัดทำรูปเล่มโครงงานดำเนินงาน และนำเสนอผลการดำเนินงานโครงการ

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์การศึกษาแนวทางการเพิ่มขีดความสามารถทางการตลาดออนไลน์ของธุรกิจชุมชนในจังหวัดนครสวรรค์

การศึกษารวบรวมข้อมูลแนวทางการเพิ่มขีดความสามารถทางการตลาดออนไลน์ของธุรกิจชุมชนในจังหวัดนครสวรรค์ โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่ประกอบด้วย ผู้ประกอบการธุรกิจชุมชน จำนวน 123 คน ผู้ซื้อสินค้าธุรกิจชุมชน จำนวน 133 คน และบุคคลทั่วไป จำนวน 144 คน ด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก ซึ่งผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาวิเคราะห์ด้วยวิธีการ SWOT วิเคราะห์อำนาจทางการแข่งขัน โดยมีผลการศึกษาดังนี้

1.1 จุดแข็ง (Strength)

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกโดยสอบถามจากผู้ประกอบการธุรกิจชุมชน ผู้ซื้อสินค้าธุรกิจชุมชนและบุคคลทั่วไป ผู้วิจัยสามารถสรุปจุดแข็งได้ดังนี้

1.1.1 สินค้า จากการสัมภาษณ์จะเห็นได้ว่าตัวสินค้าของทุกธุรกิจชุมชนเป็นสินค้าที่ได้คุณภาพผลิตจากวัตถุดิบที่ดี ใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติเป็นส่วนใหญ่ มีรูปแบบเป็นเอกลักษณ์เป็นของตนเอง มีความสะอาด ปลอดภัย และใส่ใจต่อผู้บริโภค

1.1.2 ขั้นตอนการผลิต ในการผลิตสินค้าแต่ละขั้นตอนของธุรกิจชุมชน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นงานที่ทำด้วยมือล้วนๆ ไร้เครื่องจักรอุตสาหกรรมมาเกี่ยวข้อง (Handmade) ผู้ผลิตเป็นบุคคลที่มีความถนัดในงานและมีฝีมือในการผลิตสินค้า

1.2.3 ผู้ประกอบการขาดความรู้ ความเข้าใจในระบบ

1.2 จุดอ่อน (Weakness)

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกโดยสอบถามจากผู้ประกอบการธุรกิจชุมชน ผู้ซื้อสินค้าธุรกิจชุมชนและบุคคลทั่วไป ผู้วิจัยสามารถสรุปจุดอ่อนได้ดังนี้

1.2.1 การประชาสัมพันธ์ เนื่องจากการประชาสัมพันธ์จะใช้วิธีปากต่อปาก จึงทำให้การเป็นที่รู้จักของสินค้าเป็นไปอย่างช้า ๆ และเป็นที่รู้จักในวงแคบ อีกทั้งยังมีการออกร้านตามงาน OTOP ต่าง ๆ แต่เนื่องจากในแต่ละปีมีการจัดงานน้อยครั้ง และบางทีก็ไกลจากสถานที่ตั้ง

1.2.2 การรับออเดอร์จากลูกค้า ในการรับออเดอร์จากลูกค้าจะเป็นการรับทางโทรศัพท์ ทางหน้าร้านโดยตรง ทำให้การรับออเดอร์จากลูกค้านั้นเกิดผิดพลาดได้ เนื่องจากใช้วิธีการจดและจำ

1.2.3 การเข้าใจในเทคโนโลยี ผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนส่วนใหญ่ไม่ค่อยมีความเข้าใจในเทคโนโลยีที่มีความยุ่งยากและซับซ้อน

1.3 โอกาส (Opportunity)

เนื่องจากในปัจจุบันเทคโนโลยีมีความก้าวหน้ามากขึ้น มีช่องทางการสื่อสารที่มีให้เลือกมากมาย การประชาสัมพันธ์ที่มีหลายรูปแบบ

1.4 อุปสรรค (Threat)

1.4.1 ลูกค้า โดยลูกค้าส่วนใหญ่ของธุรกิจชุมชนจะเป็นลูกค้าที่อยู่ในพื้นที่หรือบริเวณใกล้เคียง

1.4.2 ลูกค้ายังไม่มีความไว้วางใจในการซื้อขายผ่านระบบอินเทอร์เน็ต และความปลอดภัยของข้อมูลเท่าที่ควร

1.4.3 การยอมรับในเทคโนโลยี ซึ่งผู้ซื้อของธุรกิจชุมชนโดยส่วนใหญ่จะเป็นผู้มีอายุที่มาก จึงไม่ค่อยเชื่อถือในระบบของเทคโนโลยี และจะไม่ยอมรับเทคโนโลยีที่มีการใช้งานที่ยุ่งยาก

2. ผลการศึกษาความต้องการในการใช้ข้อมูลการออกแบบและพัฒนาโมเดลพาณิชย์

อิเล็กทรอนิกส์ธุรกิจชุมชนจังหวัดนครสวรรค์

2.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่เกี่ยวข้องกับความต้องการในการใช้ข้อมูลการออกแบบและพัฒนาโมเดลพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ธุรกิจชุมชนจังหวัดนครสวรรค์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 286 คน คิดเป็นร้อยละ 71.50 และเพศชาย จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 28.50 มีช่วงอายุระหว่าง 21-30 ปี จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.25 ช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.00 ช่วงอายุระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.75 ช่วงอายุระหว่าง 51-60 ปี จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.25 ช่วงอายุระหว่าง 61-70 ปี จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.50 และช่วงอายุระหว่าง 71 ปีขึ้นไป จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.25 คน มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 30.75 อาชีพข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 26.25 อาชีพพนักงาน/ เจ้าหน้าที่บริษัท จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.00 อาชีพ

เกษตรกร จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.50 อาชีพนักเรียน/ นักศึกษา จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.50 และอาชีพอื่นๆ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 25,000 บาท จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 26.75 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 23.25 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.75 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.25 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.75 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 บาท จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.25

ผลการศึกษาความต้องการในการใช้ข้อมูลการออกแบบและพัฒนาโมเดลพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ธุรกิจชุมชนจังหวัดนครสวรรค์พบว่า

1) ความต้องการใช้ข้อมูลการออกแบบและพัฒนาโมเดลพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ธุรกิจชุมชนจังหวัดนครสวรรค์ ส่วนผู้ประกอบการ โดยแสดงการหาจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วยรายละเอียดตามตารางดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1 ความต้องการใช้ข้อมูลการออกแบบและพัฒนาโมเดลพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ธุรกิจชุมชนจังหวัดนครสวรรค์ ส่วนผู้ประกอบการ

รายการ	ความต้องการใช้ข้อมูล		ความหมาย
	$\bar{X}$	<i>S. D.</i>	
1. ระบบหน้าร้าน	4.52	0.638	มากที่สุด
2. ระบบสั่งซื้อ	4.34	0.824	มาก
3. ระบบจัดการ	4.66	0.681	มากที่สุด
4. ระบบชำระเงิน	4.26	0.882	มาก
5. ระบบขนส่งสินค้า	4.24	0.833	มาก

จากตารางที่ 1 การวิเคราะห์ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง ความต้องการใช้ข้อมูลการออกแบบและพัฒนาโมเดลพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ธุรกิจชุมชนจังหวัดนครสวรรค์ ส่วนผู้ประกอบการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ประกอบการมีความต้องการใช้ข้อมูลระบบจัดการ ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66 ความต้องการใช้ข้อมูลระบบหน้าร้าน ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 และ ความต้องการใช้ข้อมูลระบบสั่งซื้อ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34

2) ความต้องการใช้ข้อมูลการออกแบบและพัฒนาโมเดลพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ธุรกิจชุมชนจังหวัดนครสวรรค์ ส่วนผู้ซื้อ โดยแสดงการหาจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วยรายละเอียดตามตารางดังต่อไปนี้

ตารางที่ 2 ความต้องการใช้ข้อมูลการออกแบบและพัฒนาโมเดลพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ธุรกิจชุมชนจังหวัดนครสวรรค์ ส่วนผู้ซื้อ

รายการ	ความต้องการใช้ข้อมูล		ความหมาย
	$\bar{X}$	<i>S. D.</i>	
1. ระบบหน้าร้าน	4.30	0.831	มาก
2. ระบบสั่งซื้อ	4.27	0.829	มาก
3. ระบบจัดการ	3.96	1.000	มาก
4. ระบบชำระเงิน	4.42	0.799	มาก
5. ระบบขนส่งสินค้า	4.20	0.873	มาก

จากตารางที่ 2 การวิเคราะห์ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง ความต้องการใช้ข้อมูลการออกแบบและพัฒนาโมเดลพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ธุรกิจชุมชนจังหวัดนครสวรรค์ ส่วนผู้ซื้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ซื้อมีความต้องการใช้ข้อมูลระบบชำระเงิน ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 ความต้องการใช้ข้อมูลระบบหน้าร้าน ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 และ ความต้องการใช้ข้อมูลระบบสั่งซื้อ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27

3) ความต้องการใช้ข้อมูลการออกแบบและพัฒนาโมเดลพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ธุรกิจชุมชนจังหวัดนครสวรรค์ ส่วนส่วนบุคคลทั่วไป โดยแสดงการหาจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วยรายละเอียดตามตารางดังต่อไปนี้

ตารางที่ 3 ความต้องการใช้ข้อมูลการออกแบบและพัฒนาโมเดลพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ธุรกิจชุมชนจังหวัดนครสวรรค์ ส่วนบุคคลทั่วไป

รายการ	ความต้องการใช้ข้อมูล		ความหมาย
	$\bar{X}$	<i>S. D.</i>	
1. ระบบหน้าร้าน	4.49	0.782	มาก
2. ระบบสั่งซื้อ	4.34	0.823	มาก
3. ระบบจัดการ	3.81	0.838	มาก
4. ระบบชำระเงิน	4.27	0.863	มาก
5. ระบบขนส่งสินค้า	4.14	0.853	มาก

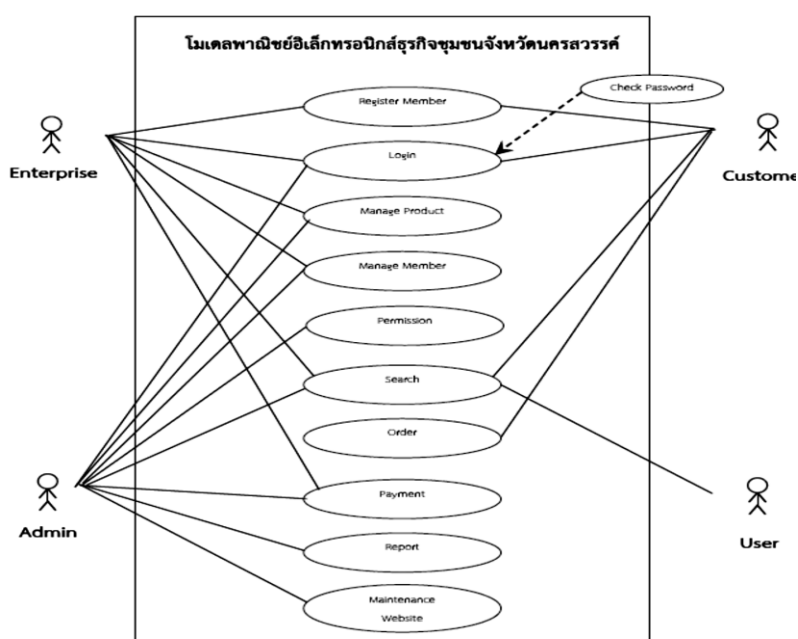
จากตารางที่ 3 การวิเคราะห์ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง ความต้องการใช้ข้อมูลการออกแบบและพัฒนาโมเดลพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ธุรกิจชุมชนจังหวัดนครสวรรค์ ส่วนบุคคลทั่วไป พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นบุคคลทั่วไป มีความต้องการ

ใช้ข้อมูลระบบหน้าร้าน ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 ความต้องการใช้ข้อมูลระบบสั่งซื้อ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 และ ความต้องการใช้ข้อมูลระบบชำระเงิน ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27

3. ผลการออกแบบและพัฒนาโมเดลพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ธุรกิจชุมชนจังหวัด

นครสวรรค์

1) การออกแบบระบบโมเดลพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ธุรกิจชุมชนจังหวัดนครสวรรค์จะใช้แผนภาพแสดงการทำงานของผู้ใช้ระบบ (Use case Diagram) ออกแบบการทำงานของผู้ใช้ระบบโมเดลพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ธุรกิจชุมชนจังหวัดนครสวรรค์ ดังภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 1 Use Case Diagram ของโมเดลพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ธุรกิจชุมชนจังหวัดนครสวรรค์

จากภาพที่ 1 แสดงกิจกรรมของโมเดลพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ธุรกิจชุมชนจังหวัดนครสวรรค์ โดยมีกิจกรรมหลัก ๆ 10 กิจกรรม ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้เกี่ยวข้องกับ Enterprise, Admin, Customer และ User โดย Use Case Diagram ของระบบช่วยพัฒนาเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ มีหน้าที่ดังต่อไปนี้

Enterprise คือ ผู้ประกอบการธุรกิจชุมชน

Admin คือ ผู้ดูแลระบบ

Customer คือ ผู้ซื้อสินค้าธุรกิจชุมชน

User คือ ผู้ใช้งานทั่วไป

กิจกรรม Register Member นั้นเป็นการสมัครสมาชิก ซึ่งผู้ที่มาสมัครสมาชิกได้นั้น คือ Enterprise และ Customer โดยผู้สมัครจะต้องกรอกรายละเอียดต่าง ๆ ให้กับระบบ เพื่อเข้าไปทำกิจกรรมพัฒนาเว็บไซต์หรือซื้อสินค้าผ่านทางเว็บไซต์ต่อไป

กิจกรรม Log in เป็นการเข้าสู่ระบบ เพื่อที่จะเข้าไปทำกิจกรรมอื่น ๆ ต่อไป ซึ่งผู้ที่เข้าสู่ระบบได้ จะต้องทำการสมัครสมาชิกก่อน โดยผู้ที่สามารถเข้าสู่ระบบได้ ได้แก่ Enterprise Customer และ Admin การเข้าสู่ระบบนี้ผู้ที่ต้องการเข้าสู่ระบบจะต้องทำการป้อน username และ password ให้ถูกต้อง จึงจะทำการเข้าสู่ระบบได้

กิจกรรม Manage Product เป็นส่วนที่จัดการกับข้อมูลสินค้า ผู้ที่ใช้งานในส่วนนี้คือ Admin และ Enterprise โดยจะต้องสมัครสมาชิกก่อน ในส่วนของ Enterprise จะสามารถทำการเพิ่มสินค้า ลบสินค้า และปรับปรุงข้อมูลสินค้า โดยที่จะสามารถจัดการกับสินค้าในส่วนของธุรกิจของตนเองเท่านั้น

กิจกรรม Manage Member เป็นส่วนที่จัดการกับข้อมูลสมาชิก ผู้ที่ใช้งานในส่วนนี้คือ Admin และ Enterprise โดยจะต้องสมัครสมาชิกก่อน ซึ่ง Admin จึงจะทำการเพิ่มข้อมูลสมาชิก ลบข้อมูลสมาชิก และปรับปรุงข้อมูลข้อมูลสมาชิกได้ทั้งหมด แต่ในของ Enterprise จะสามารถปรับปรุงข้อมูลของส่วนตัวของตนเองเท่านั้น

กิจกรรม Permission เป็นส่วนที่จัดการสิทธิ์ผู้ใช้ ผู้ที่ใช้งานในส่วนนี้คือ Admin โดยจะทำการกำหนดสิทธิ์การเข้าถึงข้อมูลต่าง ๆ ของผู้ใช้งาน

กิจกรรม Search เป็นส่วนที่ใช้ในการค้นหาข้อมูลต่าง ๆ ซึ่งผู้ใช้ทุกคนสามารถใช้งานในส่วนนี้ได้โดยไม่ต้องทำการสมัครเป็นสมาชิกแต่อย่างใด แม้กระทั่งผู้เยี่ยมชมเว็บทั่วไป เมื่อป้อนข้อมูลที่ต้องการค้นหา ระบบจะทำการค้นหาข้อมูลและแสดงผลให้เห็นบนหน้าเว็บทันที

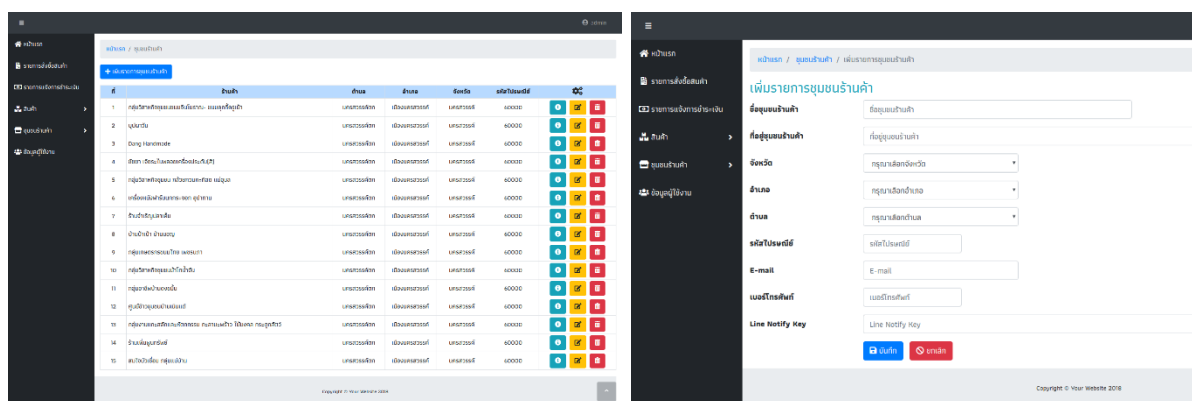
กิจกรรม Order เป็นส่วนที่ใช้ในการสั่งซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์ ผู้ที่ใช้งานในส่วนนี้คือลูกค้า (Customer) โดยลูกค้าจะต้องทำการสมัครสมาชิกก่อน เมื่อลูกค้าต้องการสินค้าให้หยิบสินค้านั้นลงตะกร้าสินค้าพร้อมทั้งบอกจำนวนที่ต้องการซื้อ เมื่อสั่งซื้อเรียบร้อยแล้วระบบจะทำการคำนวณราคาสินค้า จากนั้นลูกค้าจะต้องกรอกข้อมูลการชำระเงิน สุดท้ายระบบจะให้หมายเลขการสั่งซื้อกับลูกค้าเพื่อใช้เป็นหมายเลขอ้างอิงสำหรับลูกค้าในการติดต่อกับผู้ประกอบการในภายหลัง

กิจกรรม Payment เป็นส่วนที่ใช้ในการตรวจสอบการชำระเงิน ผู้ที่ใช้งานในส่วนนี้คือ Admin และ Enterprise โดยหลังจากที่ลูกค้าทำการชำระเงินข้อมูลการชำระเงินจะถูกส่งมาที่ Admin และเมื่อลูกค้ามีการยืนยันการรับสินค้าเรียบร้อยแล้ว Admin จะทำการโอนเงินค่าสินค้าไปให้กับทาง Enterprise

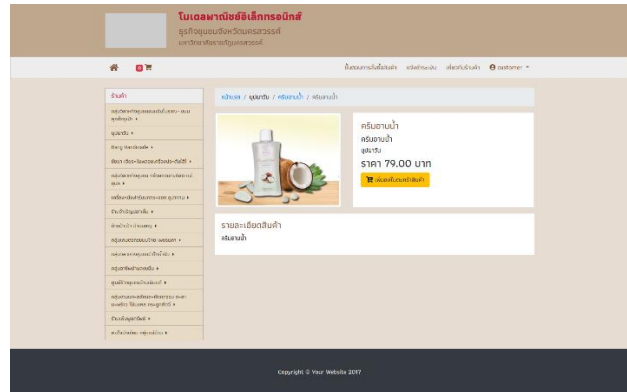
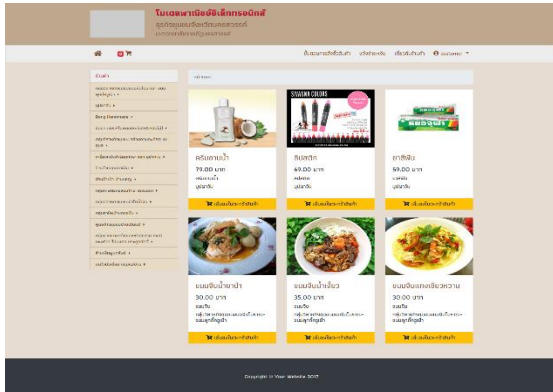
กิจกรรม Report เป็นส่วนสำหรับ Admin และ Enterprise ที่ใช้ในการออกไปเสร็จและออกรายงานการจำหน่ายสินค้าให้กับผู้ประกอบการและ Admin รับทราบยอดการจำหน่ายสินค้าแต่ละช่วงเวลา

กิจกรรม Maintenance website เป็นส่วนสำหรับ Admin เพื่อใช้ในการดูแลและปรับปรุงเว็บไซต์ให้มีความถูกต้องและทันสมัยอยู่เสมอ

2) การพัฒนาโมเดลพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ธุรกิจชุมชนจังหวัดนครสวรรค์จะใช้แผนภาพแสดงการทำงานของผู้ใช้ระบบ (Use case Diagram) ออกแบบการทำงานของใช้ระบบโมเดลพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ธุรกิจชุมชนจังหวัดนครสวรรค์ ซึ่งในการพัฒนาโมเดลพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จะทำการพัฒนาในรูปแบบเว็บไซต์ด้วยโปรแกรมภาษาพีเอชพี (PHP) ในรูปแบบของเว็บไซต์ที่สามารถรองรับการทำงานบนหน้าจออุปกรณ์เครือข่าย (Responsive Web) ดังภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 2 ระบบการจัดการข้อมูลของ ผู้ดูแลระบบ (Admin)



ภาพที่ 3 ระบบหน้าร้าน

4. ผลการศึกษาความพึงพอใจของโมเดลพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับตลาดออนไลน์

จากการศึกษาความพึงพอใจของโมเดลพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับตลาดออนไลน์โมเดลพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ธุรกิจชุมชนจังหวัดนครสวรรค์ โดยการวิเคราะห์ความพึงพอใจ 5 ด้าน มีผลความพึงพอใจดังนี้

ตารางที่ 4 ความพึงพอใจของโมเดลพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับตลาดออนไลน์โมเดลพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ธุรกิจชุมชนจังหวัดนครสวรรค์

รายการ	ความต้องการใช้ข้อมูล		ความหมาย
	$\bar{X}$	$S.D.$	
1. ด้านคุณภาพของเนื้อหา	4.58	0.731	มากที่สุด
2. ด้านคุณภาพบริการ	4.38	0.819	มาก
3. ด้านการออกแบบและการจัดรูปแบบเว็บไซต์	4.66	0.695	มากที่สุด
4. ด้านประสิทธิภาพและประโยชน์ของระบบ	4.63	0.707	มากที่สุด
5. ด้านการใช้งานระบบในภาพรวม	4.40	0.815	มาก
รวม	4.53	0.753	มากที่สุด

จากตารางที่ 4 การวิเคราะห์ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง ความพึงพอใจของโมเดลพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับตลาดออนไลน์โมเดลพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ธุรกิจชุมชนจังหวัดนครสวรรค์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53 ทั้งนี้เมื่อแบ่งรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจด้านการออกแบบและการจัดรูปแบบเว็บไซต์ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66 ความพึงพอใจด้านประสิทธิภาพและประโยชน์ของระบบในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.63 และ ความพึงพอใจด้านคุณภาพของเนื้อหา ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.58 ตามลำดับ

สรุปผลและอภิปรายการวิจัย

1. เมื่อทำการศึกษา ปัญหา อุปสรรค และข้อจำกัดของแนวทางการเพิ่มขีดความสามารถทางการตลาดออนไลน์ของธุรกิจชุมชนในจังหวัดนครสวรรค์ด้วยวิธีการการสัมภาษณ์เชิงลึกและนำข้อมูลมาวิเคราะห์ด้วยวิธีการ SWOT วิเคราะห์อำนาจทางการแข่งขัน ซึ่งสามารถสรุปประเด็นสำคัญได้ดังนี้

- 1) ผู้ประกอบการขาดความรู้ ความเข้าใจในระบบ
- 2) ขาดการประชาสัมพันธ์ที่ดี
- 3) การผิดพลาดในการรับออเดอร์จากลูกค้า
- 4) ลูกค้ายังไม่มีความไว้วางใจในการซื้อขายผ่านระบบอินเทอร์เน็ตและความปลอดภัยของข้อมูล

เท่าที่ควร

5) การยอมรับในเทคโนโลยี ซึ่งผู้ซื้อของธุรกิจชุมชนโดยส่วนใหญ่จะเป็นผู้มีอายุที่มาก จึงไม่ค่อยเชื่อถือในระบบของเทคโนโลยี และจะไม่ยอมรับเทคโนโลยีที่มีการใช้งานที่ยุ่งยาก

2. การศึกษาความต้องการในการใช้ข้อมูลการออกแบบและพัฒนาโมเดลพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ธุรกิจชุมชนจังหวัดนครสวรรค์ โดยได้สอบถามในส่วนของผู้ประกอบการ ส่วนผู้ซื้อ และบุคคลทั่วไป โดยแสดงการหาจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า

1) ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ประกอบการมีความต้องการใช้ข้อมูลระบบจัดการ ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66 ความต้องการใช้ข้อมูลระบบหน้าร้าน ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 และ ความต้องการใช้ข้อมูลระบบสั่งซื้อ ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34

2) ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ซื้อมีความต้องการใช้ข้อมูลระบบชำระเงิน ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 ความต้องการใช้ข้อมูลระบบหน้าร้าน ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 และ ความต้องการใช้ข้อมูลระบบสั่งซื้อ ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27

3) ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นบุคคลทั่วไป มีความต้องการใช้ข้อมูลระบบหน้าร้าน ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 ความต้องการใช้ข้อมูลระบบสั่งซื้อ ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 และ ความต้องการใช้ข้อมูลระบบชำระเงิน ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27

โดยสามารถสรุปข้อมูลความต้องการในภาพรวมของผู้ตอบแบบสอบถาม ดังตาราง

ตารางที่ 4 ความต้องการใช้ข้อมูลการออกแบบและพัฒนาโมเดลพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ธุรกิจชุมชนจังหวัดนครสวรรค์

ประเภทของผู้ตอบแบบสอบถาม	ความต้องการใช้ข้อมูลในภาพรวม		ความหมาย
	$\bar{X}$	<i>S. D.</i>	
1. ผู้ประกอบการ	4.40	0.771	มาก
2. ผู้ซื้อ	4.23	0.866	มาก
3. บุคคลทั่วไป	4.21	0.832	มาก

3. การออกแบบระบบโมเดลพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ธุรกิจชุมชนจังหวัดนครสวรรค์จะใช้แผนภาพแสดงการทำงานของผู้ใช้ระบบ (Use case Diagram) โดยมีกิจกรรมหลัก ๆ 10 กิจกรรม ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้เกี่ยวข้องกับ Enterprise, Admin, Customer และ User ดังนี้ 1)กิจกรรม Register Member 2) กิจกรรม Log in 3) กิจกรรม Manage Product 4) กิจกรรม Manage Member 5) กิจกรรม Permission 6) กิจกรรม Search 7) กิจกรรม Order 8) กิจกรรม Payment 9) กิจกรรม Report และ 10) กิจกรรม Maintenance website ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ศิริวรรณ สิริสินวิบูลย์และเปรมพร เขมาวุฒ (2549) ได้ศึกษาเรื่อง ระบบช่วยสร้างเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ออกแบบการทำงานของผู้ใช้ระบบโมเดลพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ธุรกิจชุมชนจังหวัดนครสวรรค์ ซึ่งในการพัฒนาโมเดลพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จะทำการพัฒนาในรูปแบบเว็บไซต์ด้วยโปรแกรมภาษาพีเอชพี (PHP) ในรูปแบบของเว็บไซต์ที่สามารถรองรับการทำงานบนหน้าจออุปกรณ์เครือข่าย (Responsive Web)

4. การศึกษาความพึงพอใจของโมเดลพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับตลาดออนไลน์โมเดลพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ธุรกิจชุมชนจังหวัดนครสวรรค์ โดยการวิเคราะห์ความพึงพอใจ 5 ด้าน โดยแสดงการหาจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยความพึงพอใจของโมเดลพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับตลาดออนไลน์โมเดลพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ธุรกิจชุมชนจังหวัดนครสวรรค์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53 ทั้งนี้เมื่อแบ่งรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจด้านการออกแบบและการจัดรูปแบบเว็บไซต์ ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66 ความพึงพอใจด้านด้านประสิทธิภาพและประโยชน์ของระบบ ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.63 และ ความพึงพอใจด้านคุณภาพของเนื้อหา ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.58 ตามลำดับ

ข้อเสนอแนะ

1. ควรสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มธุรกิจชุมชน ให้มีความตระหนักและมีทัศนคติว่ากลุ่มเป็นส่วนหนึ่งและเป็นความภาคภูมิใจของชุมชน เพื่อที่จะได้สร้างสมาชิกเครือข่ายของกลุ่มให้มากขึ้นและได้รับการสนับสนุนกิจกรรมต่าง ๆ ของกลุ่มธุรกิจชุมชน
2. ควรนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาถ่ายทอดให้กับคนรุ่นหลัง หรือนำภูมิปัญญาชาวบ้านเข้ามามีส่วนร่วมกับโรงเรียน สถานศึกษา โดยการจัดทำเป็นหลักสูตรท้องถิ่น เพื่ออนุรักษ์และปลูกฝังให้เยาวชนรุ่นหลังมีสำนึกรักบ้านเกิดและเรียนรู้ชุมชนของตนเอง
3. มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์สามารถเป็นสื่อกลางในการให้ความรู้ เช่น สถานที่การฝึกอบรม ตลอดจนการติดตามผลจากการวิจัยและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง
4. จังหวัดและพัฒนาชุมชนจังหวัด ควรให้ความช่วยเหลือและสนับสนุนให้กลุ่มธุรกิจชุมชนมีช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้กว้างขึ้น เพื่อที่จะช่วยให้ผลิตภัณฑ์มีชื่อเสียงและสามารถสร้างรายได้ให้เพิ่มมากขึ้นและเป็นกลุ่มที่พัฒนาอย่างยั่งยืน
5. หน่วยงานของรัฐหรือผู้เกี่ยวข้อง หรือคนในชุมชนควรที่จะให้ความสนใจเกี่ยวกับการนำทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาเพิ่มมูลค่า เพื่อที่จะให้เป็นเอกลักษณ์และเพื่อเสริมสร้างให้คนในชุมชนมีรายได้เสริมจากการประกอบอาชีพหลัก

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยจากสถาบันวิจัยมหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ การจัดงานวิจัยฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยดี ขอขอบพระคุณสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ที่ให้การสนับสนุนและขอแนะนำในการเบิกจ่ายงบประมาณเกี่ยวกับการดำเนินงานวิจัย และขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิที่กรุณาการตรวจสอบและให้คำแนะนำในการปรับปรุงรายงานวิจัยเล่มนี้จนเสร็จสมบูรณ์ ขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ให้ความอนุเคราะห์ด้านข้อมูลการดำเนินงานเพื่อให้ได้ข้อมูลสำหรับการทำวิจัยที่สมบูรณ์

เอกสารอ้างอิง

- ชื่นจิตต์ แจ้งเจนกิจ. 2556. IMC & Marketing Communication กลยุทธ์การสื่อสารการตลาด. สำนักพิมพ์ BrandAgebooks. กรุงเทพฯ.
- ทวีศักดิ์ กาญจนสุวรรณ. 2552. คัมภีร์การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ : E-Commerce. บริษัท เคทีพี คอมพ์ แอนด์ คอนซัลท์ จำกัด. กรุงเทพฯ.
- ภิเชก ชัยนิรันดร์. 2556. E-Commerce และ Online Marketing. บริษัท โปรวิชั่น จำกัด. กรุงเทพฯ.
- วิทยา จารุงศ์โสภณ. 2556. กลยุทธ์ราคา: Pricing & Marketing Profitability. บริษัท แพลน พรินท์ติ้ง จำกัด. กรุงเทพฯ.
- ศิริวรรณ สิริสินวิบูลย์. 2548. ระบบช่วยสร้างเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. สารนิพนธ์ ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศ. สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.
- อรชร มณีสงฆ์. 2546. การตลาดทางตรง = Direct marketing. สำนักพิมพ์ The Knowledge Center. เชียงใหม่.
- โอภาส เอี่ยมสิริวงศ์. 2556. พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (มุมมองด้านการบริหาร) : E-COMMERCE (A MANAGERIAL PERSPECTIVE). บริษัท ซีเอ็ดดูเคชั่น จำกัด. กรุงเทพฯ.