

ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อเพิ่มศักยภาพการบริหารจัดการ ศูนย์หัตถกรรมหล่อทองเหลือง บ้านปะอาว

E-Commerce for Added Potential of Management for Ban Pa-ao Bronzeware Center

ชนิษฐา อินทะแสง *

วีรดา โชติพันธ์ **

สันทนีย์ กิจเพิ่มเกียรติ ***

บทคัดย่อ

การพัฒนาบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อเพิ่มศักยภาพในการบริหารจัดการศูนย์หัตถกรรมหล่อทองเหลือง บ้านปะอาว นี้มีวัตถุประสงค์เพื่อขยายฐานลูกค้า เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เป็นแหล่งเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทองเหลือง บ้านปะอาว ตลอดจนการส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพของปราชญ์ท้องถิ่น

โดยการพัฒนาบบในรูปแบบเว็บเพจบนระบบปฏิบัติการวินโดวส์เอ็กซ์พี ใช้ภาษาพีเอชพี ในการออกแบบและพัฒนา ส่วนติดต่อผู้ใช้ และใช้โปรแกรมมายเอสคิวแอลในการจัดการฐานข้อมูล แบ่งผู้ใช้งานระบบออกเป็น 2 ส่วน คือ 1) ส่วนลูกค้า แบ่งการทำงานเป็น 5 ระบบ คือระบบสมาชิก ระบบตะกร้าสินค้า ระบบค้นหาสินค้า ระบบแจ้งโอนเงิน และระบบตอบคำถาม 2) ส่วนของพนักงานแบ่งการทำงานเป็น 5 ระบบ คือระบบบริหารร้าน ระบบควบคุมร้าน ระบบดูแลสมาชิก ระบบตรวจสอบคำสั่งซื้อ และระบบตอบคำถาม การประเมินผลระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของศูนย์หัตถกรรมหล่อทองเหลืองบ้านปะอาว ใช้แบบสอบถามจากผู้ใช้งาน 28 คน แบ่งเป็นพนักงาน 5 คน ลูกค้าสมาชิก 10 คน ลูกค้าทั่วไป 13 คน

ผลการประเมินการทำงานของระบบ พบว่าผู้ใช้งานมีความพึงพอใจในการใช้งานระบบอยู่ในระดับปานกลาง ถึงมากที่สุด โดยผู้ใช้งานมีความพึงพอใจระดับมาก ร้อยละ 77.85 เนื่องจากระบบสามารถเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย เป็นแหล่งเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทองเหลือง และสามารถสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพของปราชญ์ท้องถิ่น ซึ่งบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

ABSTRACT

The development of e-commerce system for added potential of management for Ban Pa-ao Bronzeware Center was aimed to expand marketing coverage, to increase distribution channels, to be a source of knowledge for the public to learn about Ban Pa-ao bronzeware, and to promote and support the potential development of the local wise men.

This e-commerce system was developed as a web page on Window XP by using PHP script language and MySQL database program. The PHP was applied to design and develop a user interface whereas the MySQL database was used as the database server. The program is divided into two sessions; the customer and the staff. The customer session consists of the membership section, basket trading system, product searching, customer service, and a receipt-invoice process. The staff session consists of the subscribing system, membership system, ordering, payment system, and FAQ. The system was evaluated with a survey from twenty-eighth users including 5 staff members, 10 members, and 13 non-members. The results of the study were as follows:

The evaluation of this system showed that users rated moderate to the highest levels of satisfaction toward the developed e-commerce. And the majority of the users (77.85%) were satisfied at a high level. This finding might be due to the reason that the system provided more channels to distribute products. It helped disseminate the local knowledge of bronzeware. It also supported the potential development of the local wisdom as a purpose of the study.

* , ** , *** อาจารย์ประจำ คณะวิทยาการคอมพิวเตอร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

คำสำคัญ : ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์, หัตถกรรมเครื่องทองเหลืองบ้านปะอาว, ตลาดออนไลน์

Keywords : e-commerce system, Ban Pa-ao Bronzeware, Online Marketing

บทนำ

การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Commerce) หรืออีคอมเมิร์ซ (e-Commerce) หมายถึง การทำธุรกรรมผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ในทุก ๆ ช่องทางที่เป็นอิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ อินเทอร์เน็ต และระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สามารถกระทำผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ การโอนเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ การโฆษณาในอินเทอร์เน็ต แม้กระทั่งซื้อขายออนไลน์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อลดค่าใช้จ่ายและเพิ่มประสิทธิภาพขององค์กร โดยการลดบทบาทของความสำคัญขององค์ประกอบทางธุรกิจลง เช่น ทำเลที่ตั้ง อาคารประกอบการ โกดังเก็บสินค้า ห้องแสดงสินค้า รวมถึงพนักงานขาย พนักงานแนะนำสินค้า พนักงานต้อนรับลูกค้า เป็นต้น ดังนั้นจึงลดข้อจำกัดของระยะทางและเวลาในการทำธุรกรรมลงได้ (โสภาส เอี่ยมสิริวงศ์, 2556 : 17) จุดเด่นของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คือการประหยัดค่าใช้จ่ายและเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ โดยลดความสำคัญขององค์ประกอบของธุรกิจที่มองเห็นจับต้องได้ เช่น อาคารที่ทำการ ห้องจัดแสดงสินค้า คลังสินค้า พนักงานขายและพนักงานให้บริการต้อนรับลูกค้า เป็นต้น ดังนั้น ข้อจำกัดทางภูมิศาสตร์ คือ ระยะทางและเวลาทำการแตกต่างกัน จึงไม่เป็นอุปสรรคต่อการทำธุรกิจอีกต่อไป เป็นธุรกิจที่สามารถดำเนินการได้ตลอด 24 ชั่วโมง และยังช่วยขยายตลาดออกไปได้ทั่วโลกได้แบบไร้พรมแดน (สิบทิศ รัตนวงษ์, 2557 : 9)

ตลาดออนไลน์ (Online Marketing) เป็นช่องทางดำเนินธุรกิจอีกทางหนึ่งที่ทุกคนสามารถใช้ประโยชน์ ได้อย่างเต็มที่ เนื่องจากอินเทอร์เน็ตเป็นทั้งเครื่องมือการค้า ช่องทางการจำหน่าย และช่องทางโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าได้อย่างกว้างขวาง ซึ่ง e-Commerce ได้เปลี่ยนแปลงรูปแบบการค้า และเปลี่ยนแปลงวิถีการดำเนินชีวิตของมนุษย์ ดังนั้นจึงไม่ควรมองข้าม e-Commerce ดังกล่าวไปได้เลย เพราะสังคมออนไลน์เติบโตขึ้นทุกวัน การทำงานในรูปแบบ Work at Home ก็มีอัตราการเพิ่มสูงขึ้น ซึ่งกลุ่มคนออนไลน์เหล่านี้จะนิยมใช้บริการออนไลน์เป็นอย่างมาก เช่น online banking, ซื้อของออนไลน์, chat, หาเพื่อน, หาคู่แข่งออนไลน์ เป็นต้น ซึ่งพฤติกรรมของสังคมออนไลน์ดังกล่าวสามารถเพิ่มโอกาสหารายได้ให้แก่ผู้ทำ e-Commerce ได้อย่างมาก สินค้าที่นิยมนำมาทำธุรกิจ e-Commerce ส่วนใหญ่จะเป็นสินค้าที่ผู้ซื้อรู้จักอยู่แล้ว ซึ่งลูกค้าเลือกซื้อได้จากทุกที่ เช่น หนังสือ ของเล่น เครื่องใช้ไฟฟ้า ดอกไม้ เครื่องประดับ เพลง video game ซอฟต์แวร์ ข้อมูลจากซีดีรอม เป็นต้น

หัตถกรรมพื้นบ้านเป็นผลงานที่ชาวบ้านในท้องถิ่นสร้างสรรค์ขึ้นมาด้วยฝีมือของตนเอง เพื่อประโยชน์ใช้สอยตามความจำเป็นขั้นพื้นฐานในการดำรงชีวิตซึ่งมีพื้นฐานมาจากสิ่งแวดล้อม ขนบธรรมเนียมหรือความเชื่อที่สืบทอดกันมา กลุ่มหัตถกรรมเครื่องทองเหลือง บ้านปะอาว ตำบลหนองซอน อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี เป็นกลุ่มหัตถกรรมขนาดใหญ่ที่ผลิตงานหัตถกรรมโบราณมานานกว่า 200 ปี หรือรุ่นที่ 5 ของอายุคน (นิภาพร ทับหูน, 2553 : 17) ซึ่งถือว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดอุบลราชธานี โดยช่างฝีมือของชาวบ้านปะอาว จะมีชื่อเสียงในการหล่อเครื่องเบญจรงค์ต่าง ๆ ด้วยทองเหลืองที่มีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ เป็นงานหัตถกรรมพื้นบ้านที่นับวันจะเลือนหายไป การสร้างสรรค์ผลงานของกลุ่มหัตถกรรม ได้แก่ การหล่อพระพุทธรูป การหล่อระฆัง การทำเขียนหมาก หรือการรับทำต้นแบบตามคำสั่งซื้อของลูกค้า ซึ่งผลิตภัณฑ์ที่ผลิตได้ยังไม่แพร่หลายในกลุ่มผู้ซื้อมากนัก

ดังนั้นคณะผู้วิจัย จึงได้ศึกษาค้นคว้าและจัดทำระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของศูนย์หัตถกรรมหล่อทองเหลืองบ้านปะอาว จังหวัดอุบลราชธานี เพื่อเป็นการขยายช่องทางในการแนะนำสินค้า และเป็นการเพิ่มยอดขายของชุมชนอีกช่องทางหนึ่ง ด้วยค่าใช้จ่ายที่ไม่สูงแต่มีประสิทธิภาพมากในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้า สามารถที่จะยกระดับการค้าของชุมชนให้มีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้นและสามารถซื้อขายสินค้าผ่านเว็บไซต์ได้ตลอด 24 ชั่วโมง มีรูปแบบการติดต่อลูกค้าใหม่ ๆ เช่น การพิมพ์คุยสนทนาผ่านหน้าเว็บ หรือแชท (Chat) เพื่อสนับสนุนลูกค้าของชุมชนได้ และมีการติดต่อผ่านระบบที่เรียกว่าอีเมล (Email) ช่วยให้มีหน้าร้านการขายสินค้าที่ใคร ๆ ก็สามารถที่จะเข้าถึงได้ง่าย ผ่านหน้าร้านที่เรียกว่าโฮมเพจ (Homepage) เป็นการส่งเสริมการค้าขายในรูปแบบใหม่ผ่านทางอินเทอร์เน็ต และเพิ่มการปรับแต่งเว็บไซต์และกระบวนการต่าง ๆ ของเว็บไซต์ ตั้งแต่การออกแบบ เขียนโปรแกรมและการโปรโมทเว็บไซต์ เพื่อให้ติดอันดับต้น ๆ ของเครื่องมือค้นหาเว็บไซต์ต่าง ๆ (Search Engine) เช่น Google, MSN, Yahoo, AOL เป็นต้น เพื่อยกระดับการบริหารจัดการศูนย์หัตถกรรมหล่อทองเหลือง บ้านปะอาว ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์

เพื่อพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของศูนย์หัตถกรรมหล่อทองเหลือง บ้านปะอ่าว จังหวัดอุบลราชธานี

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1. พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นช่องทางที่ใช้สำหรับการทำธุรกรรมต่าง ๆ ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งได้แก่ การซื้อขาย การแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการ การติดต่อสื่อสาร การทำธุรกรรมทางการเงิน การชำระค่าภาษี การจองตั๋วฟุตบอลผ่านมือถือ ล้วนแล้วแต่เป็นพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ทั้งสิ้น (ปริตตา กิตติเตชานุกาภ, 2549 : 25)

กิตติ ภัคดิวัฒนกุล และทวีศักดิ์ กาญจนสุวรรณ (2547 : 5-6) แบ่งพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ 1) การค้าระหว่างองค์กรธุรกิจ (Business-to-Business : B2B) การค้าระหว่างผู้ประกอบการกับลูกค้าโดยตรง (Business-to-Consumer : B2C) การค้าระหว่างผู้บริโภคกับผู้บริโภค (Customer-to-Customer : C2C) และการค้าระหว่างผู้บริโภคกับผู้ประกอบการ (Customer-to-Business : C2B) 2) กลุ่มธุรกิจที่ไม่ค้ากำไร ได้แก่ การทำธุรกรรมของผู้ประกอบการและพนักงานภายในองค์กร (Intra business e-Commerce) การทำธุรกรรมระหว่างองค์กรกับพนักงาน (Business-to-Employee : B2E) การทำธุรกรรมระหว่างภาครัฐกับประชาชน (Government-to-Citizen : G2C) การทำธุรกรรมระหว่างพนักงานกับผู้ร่วมธุรกิจ การทำธุรกรรมโดยอาศัยอีคอมเมิร์ซ (Exchange-to-Exchange: E2E) ในการวิจัยครั้งนี้ได้ทำการศึกษา กลุ่มการค้าระหว่างผู้ประกอบการกับลูกค้าโดยตรง (B2C) เพราะเป็นการขายสินค้าไปยังผู้บริโภคทั่วโลกโดยตรง ไม่มีตัวกลาง ไม่ว่าจะเป็นผู้นำเข้า ผู้จัดจำหน่าย พ่อค้าส่ง และพ่อค้าปลีก ทั้งนี้จะส่งผลให้สามารถทำกำไรได้มากขึ้น เนื่องจากไม่ต้องแบ่งกำไรให้พ่อค้าคนกลาง สำหรับโครงสร้างพื้นฐานที่เป็นองค์ประกอบสำคัญในการนำมาใช้สนับสนุนและพัฒนาระบบของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์นั้น สามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ส่วน ได้แก่ 1) ระบบเครือข่ายเป็นการเชื่อมต่อระหว่างคอมพิวเตอร์ 2) เครื่องขึ้นไป 2) ช่องทางการติดต่อสื่อสาร สำหรับการติดต่อระหว่างผู้ใช้บริการและผู้ให้บริการ 3) การจัดรูปแบบและการเผยแพร่เนื้อหาในรูปแบบสื่อประสมซึ่งผสมกันระหว่างภาพนิ่ง เสียง ข้อความ และภาพเคลื่อนไหว 4) ระบบรักษาความปลอดภัยซึ่งช่วยอำนวยความสะดวก ความปลอดภัย และความเชื่อมั่นในการสั่งซื้อสินค้าและบริการของผู้ใช้บริการ

2. ประโยชน์และอุปสรรคของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

เนตรดาว โทธีรัตน์, พิมาย วงศ์ทา และชไมพร สืบสุโท (2554) ได้กล่าวถึงประโยชน์และอุปสรรคของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไว้ ดังนี้

2.1 ประโยชน์ของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

2.2.1 ประโยชน์ต่อองค์กร

- 1) ช่วยเพิ่มช่องทางการขายและจัดจำหน่ายสินค้ามากขึ้น โดยสามารถเข้าถึงลูกค้าได้ทั่วทุกมุมโลก
- 2) สามารถประหยัดต้นทุนในการดำเนินงาน เช่น การจ้าง พนักงาน การเช่าสถานที่ เป็นต้น
- 3) สามารถนำเสนอสินค้าให้ลูกค้าได้ตามความต้องการได้ดียิ่งขึ้น

2.2.2 ประโยชน์สำหรับผู้บริโภค

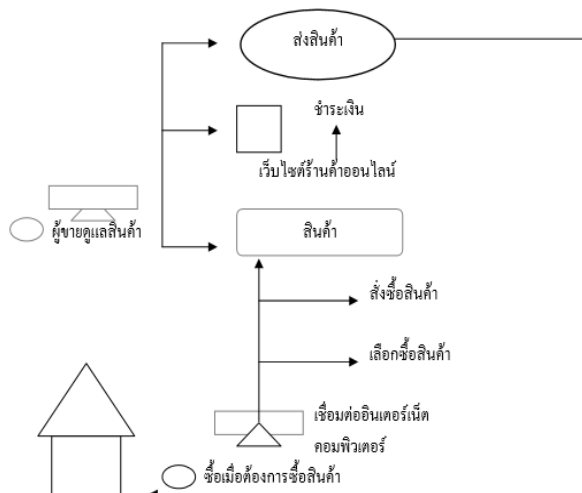
- 1) สามารถสั่งซื้อสินค้าและบริการได้ทุกที่ทุกเวลา ผ่านทางเว็บไซต์บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต
- 2) สามารถดูรายละเอียดของสินค้าและบริการรวมทั้งการเปรียบเทียบได้สะดวกขึ้น
- 3) สามารถรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าและบริการได้ ตลอดเวลาผ่านบริการทางอีเมล หรือผ่านทาง การเยี่ยมชมในหน้าเว็บไซต์ขององค์กรธุรกิจนั้น ตลอดจนการแลกเปลี่ยนแสดงความคิดเห็นต่าง ๆ ผ่านกระดานบอร์ดออนไลน์

2.2 อุปสรรคของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

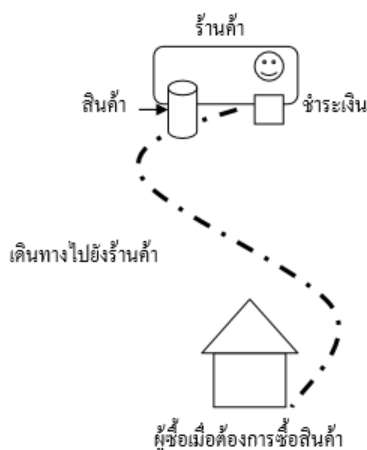
อุปสรรคสำคัญต่อการพัฒนาการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย คือการขาดความเข้าใจของผู้ซื้อที่ยังกลัวการค้าแบบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ในมาตรฐานด้านคุณภาพ ความน่าเชื่อถือ และในส่วนของความปลอดภัย ในการทำการซื้อขาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลัวว่าจะถูกเอาข้อมูลบัตรเครดิตไปใช้ในทางที่ไม่ชอบ หรือกลัวข้อมูลส่วนตัว จะถูกเปิดเผย

3. ความแตกต่างของลักษณะการค้าโดยทั่วไปกับการค้าแบบระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ลักษณะการค้าทั่วไปไม่มีความแตกต่างกับลักษณะการค้าแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์หลายประการ ซึ่งกระบวนการทำงานของการค้าสองแบบดังกล่าว แสดงให้เห็นในภาพประกอบ 1 และภาพประกอบ 2 ตามลำดับ



ภาพประกอบ 1 กระบวนการทำงานของการค้าระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์



ภาพประกอบ 2 กระบวนการทำงานของการค้าทั่วไป

วิธีการดำเนินงานวิจัย

1. การศึกษาและรวบรวมข้อมูล

คณะผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากสมาชิกของศูนย์หัตถกรรมหล่อทองเหลืองบ้านปะอาว โดยการสอบถามสัมภาษณ์เกี่ยวกับความต้องการระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และรวบรวมเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อเพิ่มศักยภาพการบริหารจัดการ

2. ขั้นตอนการวิเคราะห์ปัญหาและความต้องการของระบบ

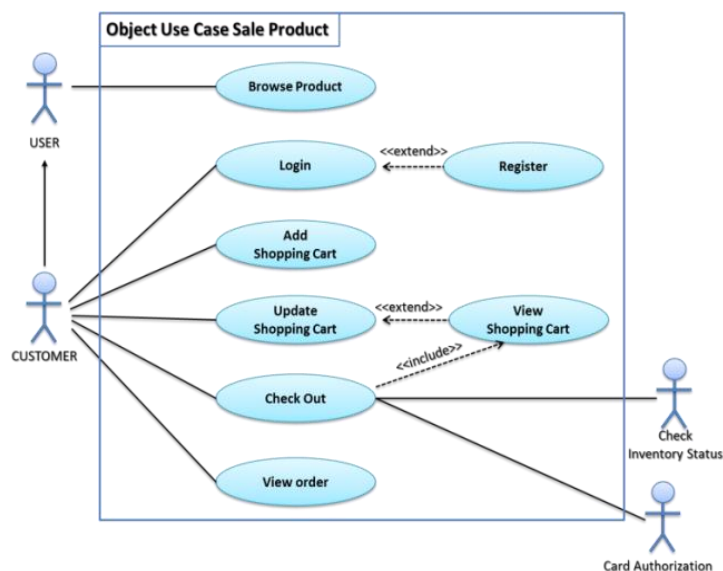
คณะผู้วิจัยได้สอบถามความต้องการระบบจากสมาชิกของศูนย์หัตถกรรมหล่อทองเหลือง บ้านปะอาว พบว่า ศูนย์หัตถกรรมหล่อทองเหลืองมีความสนใจ และต้องการให้ทีมผู้วิจัยให้ความช่วยเหลือในการพัฒนาเว็บไซต์ เพื่อการนำเสนอสินค้าไปยังกลุ่มผู้ใช้งานที่สุด ทั้งกลุ่มลูกค้าในประเทศและต่างประเทศ นอกจากการนำเสนอขายสินค้าแล้ว ยังต้องการให้ข้อมูล

ข่าวสารเกี่ยวกับการประกอบการของกลุ่ม เพื่อเผยแพร่ให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย โดยสามารถสรุปประเด็นขอบเขตความต้องการของระบบได้ ดังนี้

- 2.1 มีการกำหนดสิทธิ์การเข้าระบบ
- 2.2 สามารถสืบค้นข้อมูลสินค้า
- 2.3 สามารถตรวจสอบสินค้าคงเหลือ
- 2.4 สามารถยกเลิกคำสั่งซื้อ
- 2.5 สามารถออกรายงานต่างๆ ได้
- 2.6 การจัดการภาษี
- 2.7 การจัดการบทวิจารณ์สินค้า

3. การออกแบบระบบ

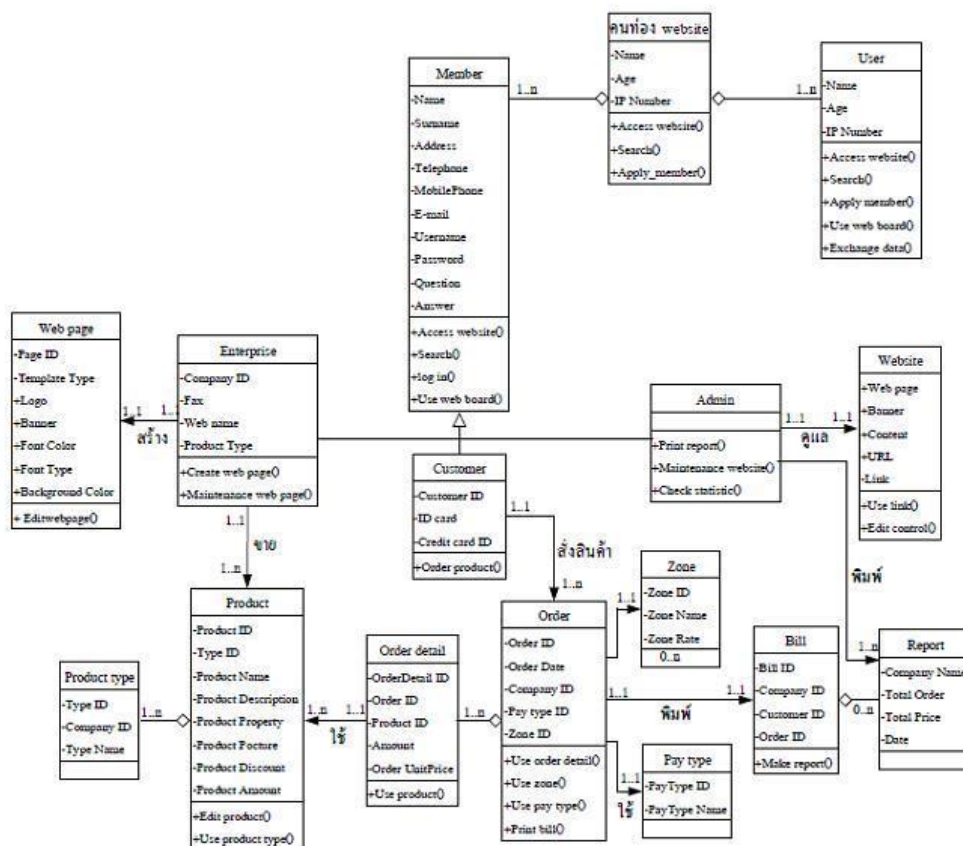
หลังจากศึกษาและรวบรวมข้อมูลวิเคราะห์ปัญหาและความต้องการของผู้ใช้ระบบแล้ว นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์และออกแบบระบบ โดยใช้ Use case Diagram ภาพประกอบ 3



ภาพประกอบ 3 Use case diagram ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของศูนย์หัตถกรรมหล่อทองเหลือง

จากภาพประกอบ 3 การกำหนดคุณสมบัติของระบบ ผู้ใช้ (User) สามารถค้นหารายละเอียดของสินค้า (Browse Product) ได้ด้วยตนเอง ในกรณีของการพิจารณา พบว่าแอดดอร์ คือลูกค้า (Customer) จะต้องมีการลงทะเบียน (Register) เพื่อบันทึกข้อมูลที่จำเป็นในการลงทะเบียน รวมทั้งชื่อผู้ใช้งานและรหัสผ่านสำหรับเข้าสู่ระบบ (Log in) โดยลูกค้าสามารถเลือกสินค้าที่ต้องการเข้าสู่การสั่งซื้อ (Add Shopping Cart) และเมื่อสั่งซื้อสินค้าแล้วจะสามารถตรวจสอบยอดรวมและราคาสินค้าที่ปรากฏในรถเข็นได้ (View Shopping Cart) นอกจากนี้หากพบข้อผิดพลาดจากการสั่งซื้อ ลูกค้าสามารถแก้ไขสินค้าในรถเข็น (Update Shopping Cart) ที่ได้สั่งซื้อไปแล้ว

หลังจากการออกแบบระบบโดยใช้ Use case diagram แล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์ ทำให้สามารถออกแบบตารางข้อมูล โดยใช้ระบบจัดการฐานข้อมูล MySQL ประกอบไปด้วยตารางข้อมูล 16 ตาราง และนำเสนอเป็น E-R Diagram ดังภาพประกอบ 4



ภาพประกอบ 4 Entity Relationship Diagram ของระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของศูนย์หัตถกรรมหล่อทองเหลือง

4. ขั้นตอนการพัฒนาาระบบ

ระบบพัฒนาขึ้นด้วยระบบปฏิบัติการ Window XP ใช้ภาษา PHP ปรับปรุงแก้ไขส่วนที่ติดต่อกับผู้ใช้และผู้ดูแลระบบโดยใช้โปรแกรม Macromedia Dreamweaver และใช้ระบบจัดการฐานข้อมูล MySQL

5. ขั้นตอนการประเมินผลระบบ

การประเมินผลระบบ พิจารณาจากความพึงพอใจจากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้งานระบบจำนวน 28 คน ประกอบด้วย พนักงาน 5 คน ลูกค้าสมาชิก 10 คน ลูกค้าทั่วไป 13 คน โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนของแบบประเมินความพึงพอใจของ Likert (1967) 5 ระดับ ดังนี้

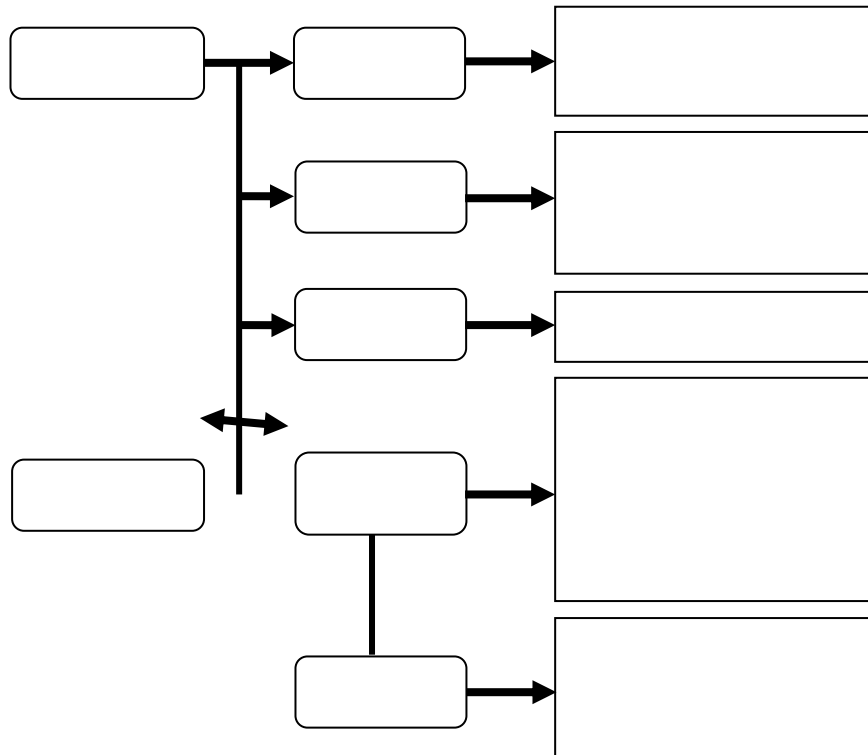
- 5 คะแนน หมายถึง ผู้ที่มีความพึงพอใจต่อระบบ มากที่สุด
- 4 คะแนน หมายถึง ผู้ที่มีความพึงพอใจต่อระบบ มาก
- 3 คะแนน หมายถึง ผู้ที่มีความพึงพอใจต่อระบบ ปานกลาง
- 2 คะแนน หมายถึง ผู้ที่มีความพึงพอใจต่อระบบ น้อย
- 1 คะแนน หมายถึง ผู้ที่มีความพึงพอใจต่อระบบ น้อยที่สุด

สรุปผล

1. ผลการพัฒนาาระบบ

การพัฒนาาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อเพิ่มศักยภาพในการบริหารจัดการ ศูนย์หัตถกรรมหล่อทองเหลือง บ้านปะอว จังหวัดอุบลราชธานี พบว่าระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่พัฒนาขึ้นสามารถเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย และเป็นแหล่งเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทองเหลือง บ้านปะอว นอกจากนี้ยังอำนวยความสะดวกให้แก่ การจัดการระบบสั่งซื้อ

สินค้าของทางศูนย์ให้ง่ายขึ้น ผลการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของศูนย์หัตถกรรมหล่อทองเหลือง บ้านปะอาว ประกอบด้วยส่วนต่าง ๆ ดังแสดงในแผนผังเว็บไซต์ในภาพประกอบ 5



ภาพประกอบ 5 แผนผังเว็บไซต์ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของศูนย์หัตถกรรมหล่อทองเหลือง

2. ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบ

หลังจากที่ทีมผู้วิจัยได้พัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เรียบร้อยแล้วได้นำระบบไปติดตั้งให้ชุมชนได้ทดลองใช้ และประเมินความพึงพอใจในการใช้ระบบ ดังแสดงในตาราง 1

ตาราง 1 ระดับความพึงพอใจต่อการใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยผู้ใช้งานจำนวน 28 คน

ประเด็นคำถาม	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ชื่อของเว็บไซต์	4(14.29)	22(78.57)	2(7.14)	-	-
2. เว็บเพจหน้าแรก	2(7.14)	22(78.57)	4(14.29)	-	-
3. ส่วนเมนูต่าง ๆ	-	24(85.71)	4(14.29)	-	-
4. ส่วนลงทะเบียน	4(14.29)	22(78.57)	2(7.14)	-	-
5. ส่วนบัญชีของฉันทัน	4(14.29)	24(85.71)	-	-	-
6. ส่วนสั่งซื้อ	4(14.29)	22(78.57)	2(7.14)	-	-
7. การเรียกดูข้อมูลสินค้า	4(14.29)	24(85.71)	-	-	-
8. ส่วนชำระค่าสินค้า	6(21.43)	20(71.43)	2(7.14)	-	-
9. ส่วนค้นหาสินค้า	8(28.57)	20(71.43)	-	-	-
10. ส่วนคำวิจารณ์	4(14.29)	18(64.28)	6(21.43)	-	-
รวม	14.29	77.85	7.86		

จากตาราง 1 แสดงผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อเพิ่มศักยภาพในการบริหารจัดการศูนย์หัตถกรรมหล่อทองเหลือง จำนวน 28 คน ประกอบด้วยพนักงาน 5 คน ลูกค้าสมาชิก 10 คน ลูกค้าทั่วไป 13 คน โดยใช้แบบสอบถามซึ่งผลการประเมิน พบว่าผู้ใช้มีความพึงพอใจในระบบโดยรวมอยู่ในระดับมาก ร้อยละ 77.85 ซึ่งประเด็นที่ผู้ใช้มีความพึงพอใจมากที่สุด คือส่วนค้นหาสินค้า รองลงมาคือส่วนของการชำระค่าสินค้า

อภิปรายผล

การพัฒนาาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อเพิ่มศักยภาพในการบริหารจัดการ ศูนย์หัตถกรรมหล่อทองเหลือง บ้านปะอาว จังหวัดอุบลราชธานี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อขยายฐานลูกค้า เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายและเป็นแหล่งเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทองเหลือง บ้านปะอาว นอกจากนี้ยังอำนวยความสะดวกให้แก่ การจัดการระบบสั่งซื้อสินค้าของทางศูนย์ให้ง่ายขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เบนจามิน ชนะคช และคณะ (2558) ซึ่งได้ศึกษาและพัฒนาาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อเพิ่มศักยภาพการบริหารจัดการ ผ้าทอยกดอกเมืองนครเพื่อสร้างโอกาสทางธุรกิจของกลุ่ม และเพื่อยกระดับการบริหารจัดการของสินค้าในกลุ่มสมาชิก และเนตรดาว โทธีรัตน์, พิมา ยวงค์ทา และชไมพร สืบสุโท (2554 : 386-372) ที่ศึกษาการพัฒนาาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยการมีส่วนร่วมของกลุ่มสตรีทอผ้าลายสายฝน ตำบลบ้านกิว อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง ซึ่งผลจากการศึกษาพบว่า กลุ่มสตรีทอผ้าลายสายฝน บ้านกิว มีความต้องการใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าผลิตภัณฑ์ผ้าทอ เพื่อสร้างโอกาสทางธุรกิจของกลุ่ม ต้องการนำเสนอข้อมูลของกลุ่มให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายและการนำเสนอขายสินค้าแก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งสอดคล้องกับ Kosiur D. (1998) ที่กล่าวว่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ก่อให้เกิดประโยชน์มากมายกับธุรกิจ ทั้งในปัจจุบันและอนาคตซึ่งไม่เพียงแต่จะสร้างโอกาสใหม่ของการประกอบธุรกิจเข้าสู่ลูกค้ากลุ่มใหม่ ทำให้การทำธุรกิจนั้นดำเนินไปอย่างสะดวกและรวดเร็ว สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น

ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบ จำนวน 28 คน ประกอบด้วยพนักงาน 5 คน ลูกค้าสมาชิก 10 คน ลูกค้าทั่วไป 13 คน โดยใช้แบบสอบถาม ผลการประเมินพบว่า ผู้ใช้มีความพึงพอใจในระบบโดยรวมอยู่ในระดับมาก ร้อยละ 77.85 ซึ่งประเด็นที่ผู้ใช้มีความพึงพอใจมากที่สุดคือ ส่วนค้นหาสินค้า รองลงมาคือ ส่วนของการชำระค่าสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับ ณฐมน อังกูรธนโชติ (2555) ได้พัฒนาาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ของร้านบ้านหม้อ แอนดิคราฟท์ ซึ่งพบว่าผู้ใช้ระบบมีความพึงพอใจในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่พัฒนาขึ้น เพราะระบบสามารถลดขั้นตอนการสั่งซื้อ และ Ha, Y. (2012) ยังพบว่าอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการซื้อสินค้าคือ คุณภาพของสารสนเทศในระบบ เพราะเมื่อผู้ซื้อสินค้าเข้ามาใช้งานเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ผู้ซื้อจะพิจารณาถึงข้อมูลของเว็บไซต์เป็นอันดับแรก

ข้อเสนอแนะ

จากการพัฒนาาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าหัตถกรรมเครื่องทองเหลือง ตลอดจนส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพของปราญญ์ท้องถิ่น สำหรับการพัฒนาระบบขั้นต่อไปควรมี การเพิ่มช่องทางการรับชำระเงินให้หลากหลายมากขึ้น เช่น PayPal บิทคอยน์ (BTC) เป็นต้น เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าเพิ่มมากยิ่งขึ้น ในการสั่งซื้อ และรับชำระเงิน ทั้งระบบ CRM (Customer Relationship Management) เพิ่มเติมเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อสินค้า ตลอดจนสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ลูกค้าได้เป็นอย่างดี

รายการอ้างอิง

- กิตติ ภักดีวัฒนกุล และทวีศักดิ์ กาญจนสุวรรณ. (2547). *คัมภีร์การค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ = E-commerce*. กรุงเทพฯ: เคทีพี คอมพิวเตอร์คอนซัลท์.
- ณฐมน อังกูรธนโชติ. (2555). *การพัฒนาาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของร้านบ้านหม้อแอนดิคราฟท์*. วิทยาสตรมหาบัณฑิต (เทคโนโลยีสารสนเทศและการจัดการ). เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- นิภาพร หับหุ่น. (2553). *เครื่องทองเหลืองหัตถศิลป์สูงค่าจากภูมิปัญญาโบราณ.ครบรอบอุบลราชธานี 200 ปี*. อุบลราชธานี: บริษัทชวนพิมพ์ จำกัด.

- เนตรดาว โทธีรัตน์, พิมาย์ วงศ์ท่า และชไมพร สีสู่โท. (2554). การพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์โดยการมีส่วนร่วมของกลุ่มสตรีผ้าลายสายฝน ตำบลบ้านกิว อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง การประชุมวิชาการมหาวิทยาลัยขอนแก่น ประจำปี 2554 "การพัฒนาอนาคตชนบทไทย : ฐานรากที่มั่นคงเพื่อการพัฒนาประเทศไทยอย่างยั่งยืน" 27-29 มกราคม 2554. หน้า 386-372.
- ปรีดา กิตติเดชาณุภาพ. (2549). *Os Commerce*. กรุงเทพฯ: อินโนเวลชั่น มีเดีย พรินติ้ง.
- สิบทิศ รัตนะวงษ์. (2557). ปัจจัยทางการเงินที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อ : *M-Commerce* (รายงานผลการวิจัย). กรุงเทพฯ: คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- โอภาส เอี่ยมสิริวงศ์. (2556). *พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (มุมมองด้านการบริหาร) : (A Manageril Perspective)*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- David Kosiur. (1998). *เปิดโลกการค้าอิเล็กทรอนิกส์ (Understanding Electronic Commerce)*. (ฉันทวัฒน์ พิซผล, ผู้แปล) พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: บริษัท โปรวิชั่น จำกัด.
- Rensis LiKert. (1967). "The Method of Constructing and Attitude Scale". In *Reading in fishbeic, M (Ed.), Attitude Theory and Measurement (pp.90-95)*. New York: wiley & Son.
- Young Ha. (2012). "Role of web site design quality in satisfaction and word of mouth generation", *Online Information Review*. 23(1): 79-97.