

แบบเสนอข้อเสนอโครงการวิจัย (Research Project)

ประกอบการเสนอของบประมาณปี พ.ศ. 2562

ประเภททุน: โครงการวิจัยทำหยาไทยและโครงการวิจัยตอบสนองนโยบายเป้าหมายรัฐบาลตามระเบียบ
วาระแห่งชาติ ปี 2561
กลุ่มเรื่องนวัตกรรมเพื่อการพัฒนาพื้นที่

ชื่อแผนงานวิจัย: การบูรณาการการพัฒนาปัจจัยการผลิต การสร้างมูลค่าเพิ่มและการบริหารจัดการ
การตลาดเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของเกษตรกรผู้ปลูกสับปะรดจังหวัดราชบุรี
: The Integration of the Production Factors Development, Product Value
Addition and Marketing Management to Enhance the Quality of Life of
Pineapple Agriculturists in Ratchaburi

ชื่อชุดโครงการวิจัย: การพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายสับปะรดผลสดและผลิตภัณฑ์แปรรูปสับปะรด จังหวัด
ราชบุรี
: The Development of Distribution channels of Pineapple Agriculturists
and Processed Pineapple Products in Ratchaburi

ชื่อโครงการวิจัยย่อย: การพัฒนาช่องทางจัดจำหน่ายด้วยเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับสับปะรดผลสด
และผลิตภัณฑ์แปรรูปสับปะรดจังหวัดราชบุรี
: Development of E-commerce Channel for Pineapples and Processed
Pineapple Products in Ratchaburi

ความสอดคล้อง: กรอบการวิจัยที่ 3: การบริหารจัดการการตลาด

เป้าหมายที่ : มุ่งเน้นการวิจัยเพื่อพัฒนาช่องทางการตลาดใหม่ๆ เพื่อการเข้าถึงของผู้ซื้อและ
ผู้ขายสับปะรด การพัฒนาการบริหารจัดการการตลาดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน การสร้างความเข้มแข็ง
ให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน การพัฒนาระบบและกลไกการตลาดอย่างมีส่วนร่วมของเกษตรกรและการพัฒนา
เทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อส่งเสริมการจำหน่ายสับปะรด

ประเด็นโจทย์วิจัยที่ 3.2 : การสร้างเครือข่ายส่งเสริมการตลาดเพื่อจำหน่ายสับปะรดผลสด
และผลิตภัณฑ์แปรรูปสับปะรด

รายชื่อคณะวิจัย

1. หัวหน้าโครงการ : (ชื่อ -สกุล ภาษาไทย) เจนคณิต สุขสัมฤทธิ์
(ชื่อ -สกุล ภาษาอังกฤษ) Jenkanit Sugsamrit
คุณวุฒิ /ระดับการศึกษา : บธ.ม. การตลาด/ปริญญาโท
หน่วยงาน:คณะวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง
ที่อยู่ : 46 หมู่ 3 ต.จอมบึง อ.จอมบึง จ.ราชบุรี 70150
โทรศัพท์:090-9822808
E-mail:janekanit.js@gmail.com
2. ผู้ร่วมวิจัย : (ชื่อ -สกุล ภาษาไทย)สุจิตตรา จันทร์ลอย
(ชื่อ -สกุล ภาษาอังกฤษ) Suchitra Chanloy
คุณวุฒิ /ระดับการศึกษา : ศศ.ม. เทคโนโลยีการศึกษา /ปริญญาโท
หน่วยงาน:สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง
ที่อยู่ : 46 หมู่ 3 ตำบลจอมบึง อำเภอจอมบึง จังหวัดราชบุรี 70150
โทรศัพท์:090-08988106
E-mail:chantra3008@gmail.com
3. ผู้ร่วมวิจัย : (ชื่อ -สกุล ภาษาไทย) สมัชญา ต้นวราโชติ
(ชื่อ -สกุล ภาษาอังกฤษ) Samatchayar Tanwarachot
คุณวุฒิ /ระดับการศึกษา :วท.บ.วิทยาการคอมพิวเตอร์/ปริญญาตรี
หน่วยงาน:สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง
ที่อยู่ : 46 หมู่ 3 ตำบลจอมบึง อำเภอจอมบึง จังหวัดราชบุรี 70150
โทรศัพท์:087-5680296
E-mail: thittajunne@gmail.com

ชื่อโครงการวิจัย

การพัฒนาช่องทางจัดจำหน่ายด้วยเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับสับประรดผลสดและผลิตภัณฑ์แปรรูปสับประรดจังหวัดราชบุรี

Development of E-commerce Channel for Pineapples and Processed Pineapple Products in Ratchaburi

ชื่อหัวหน้าโครงการ: เจนคณิต สุขสัมฤทธิ์

หน่วยงานต้นสังกัด: คณะวิทยาการจัดการ

หน่วยงานร่วมโครงการ :

ระยะเวลาดำเนินการ : 12 เดือน

งบประมาณที่เสนอขอ: 250,000 บาท

1. ความสำคัญและที่มาของปัญหาการวิจัย

จากการจัดเวทีประชาคมโครงการวิจัยการสร้างมูลค่าผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจฐานรากจากพืชเศรษฐกิจชุมชนสับประรดจังหวัดราชบุรีของมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึงที่ได้รับการจัดสรรทุนสนับสนุนการวิจัยจากเครือข่ายองค์กรบริหารงานวิจัยแห่งชาติ (คอบช.) และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) เป็นผู้บริหารจัดการทุนและได้ดำเนินการต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2559-ปี 2561 นั้น ทำให้เมื่อวันที่ 1 พ.ค. 2561 ได้มีการจัดเวทีประชาคมขึ้น ณ ห้องประชุมสุพจน์ มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง โดยสถาบันวิจัยและพัฒนา เพื่อพูดคุยในทุกภาคส่วนในการพัฒนาต่อไปนั้น ในมิติทางการตลาดเมื่อได้ร่วมรับฟัง สามารถสรุปประเด็นพอสังเขบดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ ประเด็นทางด้านผลผลิตมีปัจจัยหลายประการที่ส่งผลต่อผลผลิต คือ

- สภาพอากาศเปลี่ยนแปลงส่งผลต่อรสชาติ จำนวน และปริมาณของผลผลิตส่งผลกระทบต่อปริมาณและจังหวะเวลาที่วางขายในตลาด
- ผลผลิตที่เหลือล้นตลาดอาจนำไปแปรรูป หรือมีการจำหน่าย เช่น เปลือก แกน ใบ
- ไม่ได้นำผลที่ศึกษาจากแปลงต้นแบบไปใช้งานจริงอย่างเต็มรูปแบบ
- ไม่มีความรู้ในการแปรรูปให้ตรงความต้องการของตลาดและการแปรรูปยังไม่มีควมหลากหลายหรือมีการแปรรูปแล้วแต่ก็ยังไม่ได้มาตรฐาน เช่น น้ำสับประรดที่มีรสชาติไม่คงที่ เก็บได้ไม่นาน รวมทั้งยังไม่มีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามและโดดเด่น
- ไม่ได้นำจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ไปใช้ประโยชน์

ด้านราคา

- ราคาผลสดตกต่ำจากกลไกตลาดรวมทั้งการส่งเข้าโรงงาน

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

- ใช้ช่องทางเดิมคือ ผ่านคนกลาง และส่งเข้าโรงงาน โดยไม่รู้จะขายที่ไหนได้อีกเพราะ

คู่แข่งและต้นทุนค่าขายไม่สูง

- การจัดส่ง และการนำส่งสินค้ามีทางเลือกน้อย
- โรงงานไม่รับซื้อจากเหตุผล ล้นตลาด ไม่ได้ขนาด ไม่ได้คุณภาพตามเงื่อนไข

ด้านการส่งเสริมการตลาด

- ยังไม่มีการสื่อสารไปยังผู้บริโภคอย่างแพร่หลาย
- ใช้คนกลางในการสื่อสารการตลาดส่วนใหญ่

และจากการลงพื้นที่สัมภาษณ์ชุมชนเพิ่มเติม พบว่า 1) ผลผลิตจากผลสด ยังใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายแบบเดิม คือ ผ่านคนกลาง กับส่งโรงงาน แต่ราคาต่ำ เพราะมีผู้ผลิตจำนวนมาก จึงต้องนำไปขายตามตลาดสดต่างๆ ทั้งในจังหวัดราชบุรีและในจังหวัดใกล้เคียง ทำให้พอขายได้บ้าง โดยมีความต้องการที่อยากมีช่องทางการขายเพิ่มมากขึ้น 2) ผลิตภัณฑ์แปรรูปยังขาดมาตรฐานและคุณภาพที่ตรงกันในการผลิตแต่ละครั้ง การจัดจำหน่ายมีเพียงการไปออกบูทและเฟสบุ๊ค ซึ่งช่องทางหลักที่มีรายได้คือการออกบูทและการสั่งซื้อจากหน่วยงานราชการที่เข้ามาสนับสนุนตั้งแต่แรกโดยมีความต้องการที่อยากมีเครือข่ายการท่องเที่ยวมาแวะซื้อสินค้า หรือนำสินค้าไปขายอยากได้ช่องทางการขายมากกว่าเดิมโดยเป็นช่องทางที่ใช้ต้นทุนไม่มาก และไม่ต้องการเดินทางไกล เพราะเป็นทั้งผู้ผลิตและจัดจำหน่าย บรรจุภัณฑ์ไม่สวยงาม รวมทั้งผลสดที่มีคุณภาพจะขาดตลาดในบางเวลา ทำให้ไม่มีวัตถุประสงค์การแปรรูป

รวมทั้งจากการที่ พิมมัญญภัทร สุพรรณพงษ์, 2561 ได้สรุปประเด็นที่ค้นพบในเวทีประชาคมโดยให้เกณฑ์ส่วนประสมทางการตลาดเพื่อการจัดกลุ่มปัญหาในการพัฒนาต่อยอดประเด็นที่ค้นพบจากการศึกษาบริบทเชิงพื้นที่ มีมิติด้านการตลาดที่สามารถนำมาพัฒนาต่อยอดได้หลายประเด็นโดยเฉพาะส่วนประสมทางการตลาดด้านสินค้า การจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาดซึ่งมีความถี่สูงแสดงได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงความถี่ของประเด็นที่ค้นพบโดยแนวคิดส่วนประสมทางการตลาด

ข้อ	ประเด็นที่ค้นพบ	ส่วนประสมทางการตลาด			
		Product	Price	Place	Promotion
1	สภาพอากาศเปลี่ยนแปลงส่งผลต่อรสชาติของผลผลิตที่ต่างกันในแต่ละฤดูกาล	✓			
2	การแปรรูปมักทำเมื่อผลผลิตล้นตลาดและในช่วงเวลาที่ผลสดขาดตลาดในบางเวลาทำให้ไม่มีวัตถุประสงค์การแปรรูป	✓			
3	ไม่รู้จะขายที่ไหนได้อีกนอกจากช่องทางเดิมๆขาดการจัดจำหน่ายในช่องทางที่หลากหลาย			✓	
4	ไม่มีความรู้ในการแปรรูปให้ตรงความต้องการของตลาดผลิตภัณฑ์แปรรูปยังขาดมาตรฐานและคุณภาพที่ตรงกันในการผลิตแต่ละครั้ง	✓			
5	ไม่มีการสร้างจุดเด่นให้ผลิตภัณฑ์ในพื้นที่				✓
6	การจัดส่ง และการนำส่งสินค้ามีทางเลือกน้อย			✓	
7	น้ำสับประรดรสชาติไม่คงที่ เก็บได้ไม่นาน เป็นตะกอน	✓			
8	มีส่วนผสมจากสับประรดเหลือทิ้งจากการจำหน่าย เช่น เปลือก แกน ใบ	✓			
9	ผลิตภัณฑ์แปรรูปมีน้อยรายการรสชาติความแตกต่างจากพื้นที่อื่นๆ	✓			
10	เกษตรกรผู้ปลูกสับประรดส่วนใหญ่อยู่ในวัยกลางคน ระดับการศึกษาอยู่ในระดับประถมศึกษา ซึ่งอาจจะส่งผลกระทบต่อการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ในการตลาด			✓	✓
11	ผลิตภัณฑ์ไม่สามารถจำหน่ายในตลาดที่มีกำลังการซื้อสูง	✓	✓	✓	✓

12	สับปะรดจังหวัดราชบุรีเป็นผลผลิตของท้องถิ่นที่มีชื่อเสียงมานานมีสีเหลืองสวย กลิ่นหอมรสชาติหวานฉ่ำไม่กัดลิ้น	✓			✓
13	ไม่มีตราสินค้าที่สะท้อนเอกลักษณ์ของท้องถิ่น				✓
14	ขาดการบูรณาการผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นกับการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ อยากรได้เครือข่ายการท่องเที่ยวมาแวะซื้อสินค้า หรือนำสินค้าไปขาย	✓		✓	✓
15	การจัดจำหน่ายมีเพียงการไปออกบูทและเฟสบุ๊ค ซึ่งช่องทางหลักที่มีรายได้คือการออกบูทและการสั่งซื้อจากหน่วยงานราชการที่เข้ามาสนับสนุนตั้งแต่แรก			✓	
16	อยากรได้อัตลักษณ์ของชุมชนที่สะท้อนในผลิตภัณฑ์อย่างชัดเจน				✓
17	ขาดการบริหารจัดการระบบร้านจัดจำหน่าย			✓	
18	บรรจุภัณฑ์เป็นสินค้าราคาประหยัด ตัวบรรจุภัณฑ์ขาดการตกแต่งให้ดูมีมูลค่าและความปลอดภัยในการรับประทานส่งผลต่อภาพลักษณ์สินค้า	✓			✓
19	ขาดการวิเคราะห์จุดแข็งของสินค้าและบริบทที่จะนำมาสื่อสารการตลาด				✓
20	ขาดการสื่อสารการตลาดต่อเนื่องในช่องทางที่หลากหลาย				✓
21	จุดจัดจำหน่ายขาดระบบการจัดการที่ดีขาดความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบให้ดึงดูดใจ			✓	
22	ขาดการจัดการการผลิตสินค้าแปรรูปที่ต่อเนื่องมีผลต่อการรับรายการสั่งซื้อ	✓			✓
23	สมาชิกกลุ่มบางส่วนยังไม่ค่อยให้ความสำคัญกับการรวมกลุ่มขายในช่องทางการจัดจำหน่ายของกลุ่มสังเกตจากการมีส่วนร่วมน้อย			✓	
รวมความถี่จากประเด็นที่ค้นพบด้วยหัวข้อส่วนประสมทางการตลาด		11	1	9	11

จากสิ่งที่กล่าวมาข้างต้น ทำให้มีโอกาสในการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายของผู้ผลิตและจัดจำหน่ายสับปะรดผลสดและแปรรูปที่มีความต้องการที่จะขายให้ได้มากยิ่งขึ้นในช่องทางต่างๆ ประกอบกับการตลาดในปัจจุบัน เป็นการตลาดที่ต้องให้ความสำคัญกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีในโลกออนไลน์ที่ส่งผลให้เกิดระบบธุรกิจแบบใหม่ ที่ทำให้ผู้ผลิตผู้ขายสินค้าได้ติดต่อสัมพันธ์โดยตรงกับลูกค้าผู้ซื้อแบบไม่จำกัดจำนวนและตลอดเวลา 24 ชั่วโมง รวมถึงต้นทุนในการเข้าถึงและสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในโลกออนไลน์ที่ค่อนข้างต่ำ ทำให้ธุรกิจแบบคนกลางที่ได้กำไรส่วนต่างหายไป ราคาสินค้าก็ถูกลง อำนาจการแสวงหาและต่อรองกลับไปอยู่ในมือของผู้ซื้อสินค้าแบบเต็มร้อยเปอร์เซ็นต์ สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้เป็นธรรมชาติของการขายสินค้าในโลกออนไลน์ที่ต้องทำความเข้าใจ (สุเมธ สุขมงคล, 2558, หน้า 62) เว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นซอฟต์แวร์ที่นิยมใช้งานบนอินเทอร์เน็ตเพื่อตอบสนองวิถีการดำเนินชีวิตของคนยุคนี้ที่ใช้เวลากับการใช้อินเทอร์เน็ตมากขึ้นจนเกิดเป็นสังคมออนไลน์ นอกจากนี้ยังสามารถขายสินค้าได้บนเว็บไซต์ ซึ่งสินค้าที่เหมาะสมสำหรับขายผ่านเว็บไซต์ในตลาดอาเซียน คือสินค้าที่มีเรื่องราวหรือประวัติประกอบการขาย เพื่อสร้างความสนใจได้มากขึ้นและสินค้าเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) ที่ไม่เน้นไปที่กลุ่มลูกค้าทั่วไป ทำให้ผู้ขายสินค้าสามารถเจาะและเข้าถึงลูกค้าเฉพาะกลุ่มได้ง่าย (สุเมธ สุขมงคล, 2558, หน้า 10) ซึ่งการตลาดออนไลน์ในปัจจุบันมีความหลากหลายทั้งการทำตลาดออนไลน์ที่ฝากขายกับการตลาดออนไลน์ที่ผู้ขายดำเนินการด้วยตนเอง การทำเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เป็นช่องทางในการขายและสื่อสารแบบครบวงจรที่ผู้ขายดำเนินการเอง โดยผู้ขายจะเป็นเจ้าของเว็บไซต์ที่สามารถบริหารจัดการกระบวนการตั้งแต่การเข้าถึงและสื่อสารกับลูกค้าที่เปรียบเสมือนหน้าร้านจนถึงการจัดเตรียมและส่งมอบสินค้าให้กับลูกค้าที่เปรียบเสมือนหลังร้าน และเนื่องจากสับปะรดเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นทั้งผลสดและแปรรูปของเกษตรกร จึงเหมาะสมกับการใช้

เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่เป็นการตลาดเชิงรับ (Defensive Marketing) เพราะเป็นการตลาดที่มีความเสี่ยงต่ำ

4.2 ทุนเดิมของทีมีวิจัยในการทำงานร่วมกับหน่วยงาน/ภาคีในพื้นที่ (ระบุงานเดิม ผลงานที่ค้นพบ) และจุดแข็งของทีมีวิจัยที่เชื่อมโยงกับการตอบโจทย์ของพื้นที่ที่เลือก (เชื่อมโยงกับโจทย์)

จากทุนเดิมของทีมีวิจัยในการทำงานร่วมกับหน่วยงาน/ภาคีในพื้นที่ ผู้วิจัยมีจุดแข็งที่สำคัญ คือ 1) ผู้วิจัยร่วมเป็นทีมงานในการวิจัยโครงการใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) เป็นเครื่องมือในการสร้างมาตรฐานและตราสินค้าเพื่อสร้างความเชื่อมั่นของผู้บริโภคต่อคุณภาพของสับปะรดในจังหวัดราชบุรี ร่วมกับผู้เชี่ยวชาญศาสตราจารย์สัจจา ไกรศรีรัตน์ ระยะที่ 1 2) ผู้วิจัยเป็นอาจารย์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึงที่มีการทำงานร่วมกับหน่วยงาน/ภาคีในพื้นที่ เนื่องจากเป็นภารกิจของการเป็นมหาวิทยาลัยอุดมศึกษาเพื่อพัฒนาท้องถิ่น 3) ผู้วิจัยเป็นอาจารย์ที่สอนสาขาวิชาการตลาด จึงมีประสบการณ์และองค์ความรู้ที่สามารถนำไปช่วยเหลือชุมชนได้ 4) ผู้วิจัยมีทีมงานที่มีความรู้ความสามารถในการจัดทำเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

นอกจากนี้งานวิจัยในระยะที่ 1 มีงานที่สามารถนำมาต่อยอดในงานวิจัยนี้ได้คือ งานของทรงเกียรติ อิงคามระธรและคณะ (2561) ที่ให้ข้อเสนอแนะในงานวิจัย เรื่อง การพัฒนาเกษตรกรผู้ปลูกสับปะรดจังหวัดราชบุรี ให้เป็น Smart Farmer ต้นแบบ ว่าให้เกษตรกรอำเภอบ้านคาและคณะกรรมการผู้ปลูกสับปะรดแปลงใหญ่ตำบลหนองพันจันทร์ ควรนำจุดที่ควรพัฒนาของเกษตรกรในด้านการใช้ข้อมูลสำหรับการวางแผนการผลิต ด้านการบริหารผลผลิตและการตลาด รวมทั้งทักษะด้าน Digital เพื่อยกระดับเกษตรกรให้ผ่านเกณฑ์ Smart Farmer ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ และงานของ ชฎาพร โพคัยสุวรรณและคณะ (2561) ได้จัดทำระบบควบคุมคุณภาพมาตรฐานสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไทยสับปะรดบ้านคา จำนวน 38 ราย และสัจจา ไกรศรีรัตน์และคณะ (2561) มีข้อเสนอแนะว่า ควรทำการประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภคได้รับทราบถึงผลิตภัณฑ์สับปะรดราชบุรี จุดเด่นและความเป็นเอกลักษณ์ ตลอดจนการได้รับการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ให้กว้างขวางมากขึ้น ทั้งในแง่ของการให้ความรู้ความเข้าใจผลิตภัณฑ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์และการรู้จักสับปะรดราชบุรี จากเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความต้องการที่จะพัฒนาเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้กับผู้จัดจำหน่ายสับปะรดผลสดและผลิตภัณฑ์แปรรูป เพราะเป็นการช่วยขยายช่องทางการจัดจำหน่ายให้มีความหลากหลาย ต้นทุนการดำเนินงานต่ำ สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็วและการพัฒนาเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จะสามารถพัฒนาไปสู่กลยุทธ์ทางการตลาดได้หลากหลายมากขึ้น

2. วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

1. เพื่อศึกษาศักยภาพของเกษตรกรเกี่ยวกับความสามารถในการบริหารจัดการการขายผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
2. เพื่อพัฒนาเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับสับปะรดผลสดและผลิตภัณฑ์แปรรูปสับปะรดจังหวัดราชบุรี ที่ผู้บริโภคพึงพอใจ

3. คำถามการวิจัย

1. เกษตรกรผู้ปลูกและจัดจำหน่ายสับปะรดผลสดที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์(GI) “สับปะรดบ้านคา” และผู้ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูปสามารถนำGI มาใช้ประโยชน์และมีช่องทางการจัดจำหน่ายเดิมอย่างไร
2. การบริหารจัดการซื้อขายผลิตภัณฑ์ผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ควรมีกระบวนการดำเนินงานอย่างไร
3. การออกแบบเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ง่ายกับการใช้งานในการจัดจำหน่ายสับปะรดผลสดและสับปะรดแปรรูปควรเป็นอย่างไร

4. แนวคิดและเป้าหมาย

แนวคิด	เป้าหมาย	รูปธรรม
- การใช้ประโยชน์จากการมีสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ GI ของ “สับปะรดบ้านคา”	สร้างมูลค่าผลิตภัณฑ์ด้วยการนำสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ GI ของ “สับปะรดบ้านคา” ให้เกิดประโยชน์	- ข้อมูลเกษตรกรหรือทายาทที่สามารถดูแลระบบเว็บไซต์เกี่ยวกับการจัดจำหน่ายสับปะรดผลสดและผลิตภัณฑ์แปรรูปกับเกษตรกรที่ได้รับมาตรฐานสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์
- การพิจารณากระบวนการบริหารจัดการขายผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ - ปัจจัยความสำเร็จของเว็บไซต์แบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	ค้นหากลุ่มตัวอย่างจากเกษตรกรและทายาทผู้ที่มีศักยภาพในกระบวนการและความสามารถในการใช้เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	- กลุ่มทดลองที่เป็นเกษตรกรเข้าใจในกระบวนการขายผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
- แนวทางการพัฒนาออกแบบเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ - การบริหารจัดการเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	การพัฒนาเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้กับกลุ่มทดลองที่เป็นเกษตรกรและทายาทผู้ปลูกสับปะรด	- เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีความทันสมัยและง่ายต่อการซื้อขายได้ครบวงจร

5. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce)

ความสำคัญของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce)

การทำการค้า และการทำธุรกิจส่วนใหญ่ในอดีตต้องมีหน้าร้านค้า การมีร้านค้าขายของที่มีทำเลและที่ตั้งจริง เป็นการแสดงสินค้าและบริการต่างๆ ให้ผู้บริโภคทราบและเข้าถึงข้อมูลต่างๆ ที่ทางร้านได้นำเสนอ

เป็นจุดขายของแต่ละร้าน แต่ในปัจจุบันเทคโนโลยีสามารถสร้างความเจริญมั่งคั่งในทางเศรษฐกิจได้อย่างรวดเร็ว เนื่องจากเทคโนโลยีมีความสำคัญอย่างมากในการตอบสนองความต้องการ ความสะดวกสบาย และเติบโตอย่างรวดเร็วมาโดยตลอด เทคโนโลยีเครือข่ายอินเทอร์เน็ตจึงเป็นเครือข่ายขนาดใหญ่ที่เชื่อมโยงติดต่อสื่อสารข้อมูลไปได้ทั่วโลก เป็นสังคมออนไลน์ขนาดใหญ่ที่มีการสื่อสารด้วยภาพ เสียง และข้อความผ่านเครื่องมือที่รองรับอินเทอร์เน็ต ซึ่งมีผลทำให้รูปแบบของการค้าและธุรกิจได้เข้าสู่ในระบบออนไลน์ โดยมีเทคโนโลยีเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่ทำให้รูปแบบธุรกิจข้างต้นได้เปลี่ยนแปลงไป ธุรกิจร้านค้าออนไลน์จัดว่าเป็นส่วนหนึ่งของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ซึ่งการทำธุรกิจในลักษณะของธุรกิจการซื้อขายของออนไลน์ หรือพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) จะมีการเจริญเติบโตตลอดเวลา เนื่องมาจากอัตราการเจริญเติบโตของการใช้อินเทอร์เน็ต และการเพิ่มขึ้นของเว็บไซต์ทางธุรกิจมีอย่างต่อเนื่อง ทำให้การประกอบธุรกิจ โดยเฉพาะธุรกิจบนอินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางการตลาดขนาดใหญ่ของโลกไร้พรมแดนที่สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายได้อย่างรวดเร็ว ไร้ขีดจำกัดในเรื่องของเวลาและสถานที่ การแข่งขันทางการค้าเสรีและระหว่างประเทศที่ต้องแข่งขันและชิงความได้เปรียบกันที่ “ความเร็ว” ทั้งการนำเสนอสินค้าและการให้บริการ การให้ต้นทุนที่ต่ำรวมถึงการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อลูกค้า ส่งผลให้การทำการค้าผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์มีความสำคัญอย่างยิ่งในสังคมเศรษฐกิจเชิงสารสนเทศพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งของการประกอบธุรกิจในปัจจุบัน และได้รับความนิยมนิยมเพิ่มขึ้นเป็นลำดับ (ญาณวุฒิ เสวตติติกุล, 2557)

องค์ประกอบหลักของร้านค้าออนไลน์

จากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลโดยอาศัยพื้นฐานจากแนวคิด ทฤษฎี และเอกสารที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบหลักของร้านค้าออนไลน์ พบว่า นักการตลาดบนเว็บ ต่างก็พูดถึงวิธีการที่ทำอะไรที่จะทำให้คนเข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์แล้วมีอารมณ์อยากกลับมาเยี่ยมชมอีก โดยคุณลักษณะสำคัญในการออกแบบเว็บไซต์ที่น่าสนใจ และสามารถสื่อสารกับผู้ใช้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ ได้กล่าวไว้ในทำนองเดียวกันว่า ในการทำเว็บไซต์ให้ประสบความสำเร็จ และมีคนเข้ามาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง จะต้องประกอบไปด้วยองค์ประกอบหลายประการที่จะทำให้เว็บไซต์นั้นน่าสนใจและน่าที่จะเข้ามาใช้บริการ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2546: 77 อ้างใน ญาณวุฒิ เสวตติติกุล, 2557)

แนวความคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะสำคัญ หรือองค์ประกอบหลักของร้านค้าออนไลน์บนเว็บไซต์มีดังนี้

1. Content – เนื้อหา ข้อมูล

ถือเป็นส่วนสำคัญและเป็นหัวใจหลักอันดับหนึ่งของการที่จะให้เว็บไซต์น่าสนใจ โดยรูปแบบของข้อมูล (Content) ที่มีให้บริการในเว็บไซต์นั้นมีหลายรูปแบบต้องมีการปรับปรุงเนื้อหาให้ทันสมัยอยู่เสมอ มีการใช้สื่อต่างๆ เช่น รูปภาพ ตัวหนังสือ เสียง ภาพเคลื่อนไหว และรูปแบบที่เหมาะสม เพื่อสร้างความประทับใจ เพื่อให้เว็บไซต์มีความน่าสนใจเพิ่มมากขึ้น เพื่อกระตุ้นให้ผู้ใช้เว็บไซต์มีความตื่นตาตื่นใจ และไม่เกิดความเบื่อหน่ายขณะใช้เว็บไซต์ในการหาข้อมูลที่ต้องการ หรือเพื่อสร้างความบันเทิงให้กับตนเองซึ่งเว็บไซต์จะประสบความสำเร็จหรือไม่ก็คือ เนื้อหา และการถ่ายทอดสื่อสารข้อมูลและการออกแบบกราฟฟิกในเว็บที่ดีเป็นปัจจัย

สำคัญที่จะช่วยทำให้เว็บไซต์ใช้งานได้ง่ายและตรงกับกลุ่มผู้ใช้ที่เรากำหนดไว้ สำหรับการทำให้เว็บไซต์ข้อมูลที่ดีให้นำเข้าไปอ่านและใช้บริการครบถ้วน

- 1.1 ข้อมูลใหม่สดเสมอ – ควรหมั่นอัปเดตข้อมูลในเว็บไซต์อยู่เสมอ
- 1.2 ข้อมูลมีความถูกต้อง – ข้อมูล ในเว็บไซต์ควรมีข้อมูลที่ครบถ้วนถูกต้องและสอดคล้องกัน
- 1.3 อ้างอิงถึงแหล่งที่มาของข้อมูล

2. Community – ช่องทางการสื่อสารเป็นที่สำหรับชุมชนหรือสังคมในเว็บไซต์

ในโลกออนไลน์เว็บไซต์ก็ถือเป็นบริการรูปแบบหนึ่งที่สามารถนำมาใช้และสร้างให้เกิด Community ได้ซึ่งผู้ที่อยู่ใน Community ภายในเว็บไซต์ จะรู้สึกได้ว่า เว็บไซต์นั้นๆจะเหมือนกับสังคมอีกสังคมหนึ่งของผู้ใช้งาน ที่สามารถเข้าไปมีปฏิสัมพันธ์ มีการพูดคุย ทำกิจกรรมต่างๆ กับคนอื่นๆในเว็บไซต์นั้นๆได้ ซึ่งทั้งหมดนี้จะก่อให้เกิดความสัมพันธ์ ระหว่างผู้ใช้บริการที่อยู่ใน Community ของเว็บไซต์ซึ่งการมี Community ในเว็บไซต์จะช่วยทำให้เว็บไซต์มีผู้มาใช้อย่างต่อเนื่อง มีข้อมูล Content ที่มาจากผู้ใช้เข้ามาในเว็บไซต์ ซึ่งถือเป็นข้อมูลที่เจ้าของเว็บไม่ต้องเป็นผู้ผลิต ทำให้ลดต้นทุนและเวลาในการหาข้อมูลมาใส่ในเว็บด้วยซึ่งข้อมูลเหล่านี้จะเปลี่ยนแปลงไปตามรูปแบบและกลุ่มคนที่เข้ามาอยู่ใน Community ซึ่งการเลือกใช้อุปกรณ์ประกอบด้านกราฟฟิก และการจัดวางเนื้อหาบนเว็บที่ดี จะช่วยให้เว็บไซต์สามารถสื่อสารข้อมูลที่ต้องการได้อย่างโดดเด่นและชัดเจนในขณะที่การใช้อย่างไม่เหมาะสมจะทำให้เว็บไซต์ดูสับสนขัดแย้งในตนเอง และใช้งานยากกราฟฟิคดีไซน์เนอร์มีหน้าที่จัดเนื้อหาที่ต้องการสื่อสาร ถ่ายทอดลงไปในเว็บไซต์โดยการสร้าง Community ให้เกิดขึ้นในเว็บไซต์มีหลายรูปแบบในการนำมาใช้ ได้แก่ เว็บบอร์ด (Web Board) ห้องแชตรูม (Chat Room) พิกโพสต์ (Pic Post) ไดอารี่หรือบล็อก (Diary or Blog) ข่าว (News) และ เมลลิ่งลิสต์ (Mailing List) และรวมถึงเว็บไซต์ เป็นต้น

3. Customization – การจัดหน้าร้านให้ตรงใจผู้ชม

การจัดหน้าร้านให้ตรงใจผู้ชมมีเทคนิค 2 ประการ คือ การจัดบริการที่จำเพาะเจาะจงเฉพาะบุคคล (Personalization) และมีการติดตามพฤติกรรมการใช้งานของผู้เข้ามาใช้บริการ (Tailoring) เพื่อปรับปรุงเว็บไซต์ของตนให้ตรงใจผู้เข้ามาใช้บริการฝ่ายการตลาดอาจใช้คุณสมบัติในการโต้ตอบ (Interactive) ของเว็บเพจในการเรียกร้องความสนใจจากลูกค้า หรือนำมาใช้ในการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับบรรณนิยและความสะดวกของลูกค้านั้นๆรายเว็บไซต์ได้กลายเป็นแหล่งข่าวสารที่สามารถนำเสนอรายละเอียดข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมลูกค้า ความชอบ ความต้องการ และรูปแบบการซื้อสินค้า ซึ่งองค์กรต่างๆ สามารถนำไปใช้ในการจัดรายการกระตุ้นยอดขาย เลือกชนิดของสินค้าหรือบริการและการกำหนดราคา ข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้าโดยอาจได้รับการขอให้ผู้เข้าชมเว็บทำการลงทะเบียนออนไลน์และป้อนข้อมูลส่วนตัวลงไปด้วย บางองค์กรเลือกใช้เครื่องมือซอฟต์แวร์ในการเก็บข้อมูลของลูกค้า และติดตามกิจกรรมของผู้เข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์ด้วยเครื่องมือซอฟต์แวร์ที่นำมาใช้องค์กรสามารถทราบได้ว่าลูกค้าแต่ละคนเข้ามาค้นหาข้อมูลเป็นจำนวนกี่ครั้ง เว็บเพจที่ลูกค้านิยมเข้ามาใช้ และเส้นทางที่ลูกค้าเข้าไปเยี่ยมชมเว็บไซต์ต่าง ๆ จากข้อมูลเหล่านี้องค์กรสามารถนำไปวิเคราะห์หาความต้องการและพฤติกรรมของลูกค้าเพื่อสร้างเว็บไซต์ที่สามารถตอบสนองได้ดีกว่าเดิม

4. Commerce – การค้าขายผ่านเว็บไซต์

การทำการค้าขายผ่านเว็บไซต์ซึ่งสามารถสร้างรายได้ให้กับเว็บไซต์ได้ เว็บไซต์ที่ไม่ใช่เว็บ E-Commerce แต่เป็นเว็บไซต์ประเภทต่างๆ เช่น เว็บข้อมูล (Content) เว็บโปรแกรมมิ่ง เว็บCommunity ก็สามารถทำE-Commerceได้E-Commerceหรือการค้าขายผ่านอินเทอร์เน็ต อาจจะเป็นส่วนหนึ่งที่สามารถนำไปเพิ่ม หรือเสริมให้กับเว็บไซต์ทุกประเภทได้ เพื่อให้เว็บไซต์มีบริการและมีข้อมูลที่หลากหลายให้กับผู้ใช้บริการภายในเว็บไซต์ โดยอาจคำนึงถึงองค์ประกอบที่ช่วยให้การทำE-Commerce ประสบความสำเร็จในเว็บไซต์ได้แก่ การเลือกสินค้าที่น่าสนใจและเหมาะสม นอกจากนี้ ควรระมัดระวังในการใช้วัฒนธรรมหรือศัพท์เฉพาะในการเผยแพร่เนื้อหาบนเว็บ เพราะบ่อยครั้งแม้ผู้ใช้จะพูดภาษาเดียวกันแต่อาจเข้าใจความหมายของสิ่งเหล่านี้แตกต่างกัน ดังนั้นการสื่อสารความคิดหรือเนื้อหาต่างๆบนเว็บไซต์นั้นเป็นเรื่องที่ควรระมัดระวัง เมื่อเรื่องนั้นเป็นเรื่องที่ละเอียดอ่อน เช่น ศาสนา การเมือง วัฒนธรรม เป็นต้น

องค์ประกอบหลักของร้านค้าออนไลน์กลุ่มที่ 2 คือ กลุ่มที่มีความถี่หรือกลุ่มที่มีองค์ประกอบของนักวิชาการ 2 ท่าน มีทั้งสิ้น 2 ด้าน ได้แก่ Context และ Communication โดยมีรายละเอียดดังนี้

4.1 Context – การออกแบบ

การออกแบบแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนหน้าที่ของเว็บไซต์ (Function issues) ได้แก่ โครงสร้างของเว็บไซต์ การเชื่อมโยงหัวข้อ ความสามารถของเว็บไซต์ เช่น ความสามารถในการดาวน์โหลด ความเป็นอิสระในการใช้กับหลากหลายซอฟต์แวร์ และอีกส่วนคือส่วนความสวยงามของเว็บไซต์ (Aesthetical issues) ได้แก่ รูปแบบของเว็บไซต์ สี สัน ขนาดตัวอักษร สร้างความรู้สึกให้กับผู้ใช้บริการ สิ่งสำคัญที่สุดที่ต้องทำในการออกแบบเว็บไซต์ช่วงแรกก็คือ จะต้องตัดสินใจก่อนว่าจะเผยแพร่ข้อมูลอะไรจะจัดการข้อมูลอย่างนั้นได้อย่างไร และมั่นใจได้อย่างไรว่าข้อมูลนั้นสมบูรณ์และทันสมัยที่สุด โดยการวางแผนอย่างรอบคอบจะทำให้เราพัฒนาเว็บไซต์ที่ประสบความสำเร็จ และสามารถเป็นประโยชน์สำหรับกลุ่มเป้าหมายของเราได้

4.2 Communication – การสื่อสาร

การพิจารณาถึงวิธีการที่ผู้ใช้สามารถเข้าถึงเว็บไซต์ได้ง่ายและรวดเร็วหรือเป็นการสื่อสารแบบสองทางหรือเป็นช่องทางในการสื่อสารและติดต่อกับผู้ใช้บริการในเว็บไซต์นอกเหนือจากการสื่อสารผ่านเว็บไซต์อย่างเดียวยังมีช่องทางอื่นๆ ที่สามารถเข้าถึงข้อมูลในเว็บไซต์มากเท่าไรก็จะทำให้ผู้ใช้สามารถเข้าถึงข้อมูลและบริการในเว็บไซต์ได้มากขึ้นเท่านั้นนอกจากนี้ช่องทางในการสื่อสารและติดต่อกับผู้ใช้บริการในเว็บไซต์ของหลายคนมักจะคิดว่าการทำเว็บไซต์จะมีเพียงแค่นำจอคอมพิวเตอร์เท่านั้นที่สามารถเป็นช่องทางในการสื่อสารกับผู้ใช้ได้เท่านั้น แต่จริงๆแล้วสิ่งที่มีอยู่ในเว็บไซต์คือ ข้อมูล (Content) หรือบริการ (Service) ซึ่งเว็บไซต์เป็นเพียงแค่ “ช่องทาง” ในการ “เข้าถึง” ข้อมูลหรือบริการเหล่านั้นทางหนึ่งเท่านั้น ซึ่งยังมีอีกหลายช่องทางที่ผู้ใช้บริการสามารถเลือกและนำมาประยุกต์ใช้เพื่อเป็นช่องทางในการสื่อสารให้ผู้ใช้สามารถเข้าถึงข้อมูลได้ เพราะยังมีช่องทางในการสื่อสารกับผู้ใช้ได้มากเท่าไร ก็จะทำให้ผู้ใช้สามารถเข้าถึงข้อมูลและบริการในเว็บไซต์ได้มากขึ้นเท่านั้นและองค์ประกอบหลักของร้านค้าออนไลน์กลุ่มที่ 3 คือ กลุ่มที่มีความถี่หรือกลุ่มที่มี

องค์ประกอบของนักวิชาการเพียง 1 ท่าน มีทั้งสิ้น 2 ด้าน ได้แก่ Convenience และ Connection โดยมีรายละเอียดดังนี้

4.2.1 Convenience – ง่ายและสะดวก

การออกแบบเว็บไซต์ให้สามารถใช้งานได้อย่าง “ง่ายและสะดวก” (Web Usability)ซึ่งการทำให้เว็บไซต์สามารถใช้งานได้ง่ายสะดวก จะช่วยทำให้ผู้ใช้งานเว็บไซต์สามารถเข้าถึงข้อมูลหรือบริการต่างๆของเว็บไซต์ได้อย่างถูกต้องและครบถ้วน ซึ่งจะทำให้เว็บไซต์สามารถตอบสนองการใช้งานกับผู้ใช้ได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ ซึ่งการจะทำการอย่างไรถึงจะทำให้เว็บไซต์สามารถใช้งานง่ายและสะดวกสามารถทำได้จากการศึกษาข้อมูลต่างๆ เช่น พฤติกรรมของผู้ใช้บริการ ข้อมูลสถิติของเว็บไซต์ (ช่วงเวลาที่เข้ามาบ่อยๆ รุ่นของ internet Browser ขนาดของหน้าจอ) และข้อมูลอื่นๆแล้วนำข้อมูลเหล่านี้มารวบรวมและวิเคราะห์ เพื่อนำมาปรับปรุงการออกแบบและการบริการภายในเว็บ

4.2.2 Connection – การเชื่อมโยง

ช่องทางในการสื่อสารและติดต่อกับผู้ให้บริการในเว็บไซต์ และรวมลิงค์เว็บไซต์ เป็นการรวบรวมรายชื่อเว็บไซต์ที่น่าสนใจและแบ่งออกเป็นหมวดหมู่ เพื่อให้ผู้ใช้สามารถค้นหาเว็บไซต์ที่ต้องการได้อย่างง่ายดายหรือบางครั้งก็จะมีคำอธิบายหรือบริการในเว็บไซต์นั้น ๆ ด้วย

แนวคิดเรื่องอินเทอร์เน็ตและเว็บไซต์ (Internet and Website)

อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่มีเครือข่ายขนาดใหญ่ ทำให้เกิดการสื่อสารรูปแบบใหม่ โดยผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์ เป็นตัวเชื่อมโยงระหว่างระบบเครือข่าย (Network) จำนวนมหาศาลทั่วโลกเข้าด้วยกัน ภายใต้หลักเกณฑ์มาตรฐานเดียวกัน คือ ใช้โปรโตคอลเดียวกันคือ TCP/IP (Transmission Control Protocol/Internet Protocol) เป็นสื่อกลางให้การสื่อสารคอมพิวเตอร์ที่ติดต่อกันเป็นเครือข่ายและสามารถติดต่อถึงกันได้ทั่วโลก ทำให้ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตสามารถเชื่อมต่อแลกเปลี่ยนข้อมูลได้สะดวก รวดเร็ว ไม่ว่าข้อมูลเหล่านั้นอาจจะเป็นตัวอักษร ข้อความหรือเสียง แต่ประโยชน์ เพื่ออำนวยความสะดวกในการบริการสื่อสารข้อมูล (ศรีหญิง ศรีชชา, 2544 อ่างใน รพีภัทร มานะสุนทร, 2558)

นอกจากนี้อินเทอร์เน็ตยังมีบริการที่หลากหลาย ได้แก่ การรับส่งข่าวสารและแสดงความคิดเห็น บริการด้านการติดต่อสื่อสาร การโอนถ่ายข้อมูล เช่น FTP (File Transfer Protocol) การค้นหาข้อมูล และบริการข้อมูลมัลติมีเดีย เช่น เวิลด์ไวด์เว็บ (WorldWide Web : www.) หรือเว็บไซต์ (Website) ซึ่งล้วนเป็นที่นิยมของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เวิลด์ไวด์เว็บเป็นบริการที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากและเป็นสื่อที่เหมาะสมสำหรับการประยุกต์เพื่อการประชาสัมพันธ์มากที่สุด (สมชัย อักษรารักษ์ ,2548 อ่างใน รพีภัทร มานะสุนทร, 2558)

เวิลด์ไวด์เว็บเป็นการนำเสนอข้อมูลต่างๆในลักษณะหน้ากระดาษอิเล็กทรอนิกส์ ที่เรียกว่าเว็บเพจ (Web Page) ซึ่งสามารถบรรจุข้อความ รูปภาพ และเสียงไว้รวมกันได้ โดยมีการออกแบบและตกแต่งสวยงาม หน้าแรกของเว็บเพจเรียกว่าโฮมเพจ (Home Page) เมื่อนำเว็บเพจหลายๆหน้ามารวมกันในแหล่ง

เดียวกันจะเรียกว่า “เว็บไซต์” ซึ่งเป็นคำพูดที่ใช้อินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่มักคุ้นเคยและ นำมาใช้แทนคำว่าเวิร์ลด์ไวด์เว็บ การใช้งานเว็บไซต์ผู้ใช้จะต้องอาศัยโปรแกรมเรียกดูเว็บที่เรียกว่า เว็บเบราว์เซอร์ (Web Browser) เป็นตัวเชื่อมต่อเข้าสู่ระบบอินเทอร์เน็ต ซึ่งโปรแกรมเว็บเบราว์เซอร์ที่ได้รับความนิยมในปัจจุบัน ได้แก่ Internet Explorer , Mozilla Firefox และ Opera เป็นต้น

ประเภทของสื่อเว็บไซต์ปัจจุบันมีเว็บไซต์บนอินเทอร์เน็ต เปิดให้บริการหลายรูปแบบ สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภทใหญ่ๆ คือ

1.เว็บไซต์บริการเนื้อหา (Content Service Website) เป็นเว็บไซต์ที่ออกแบบและพัฒนาขึ้นมาเพื่อเน้นการให้บริการข่าวสารข้อมูลเป็นสำคัญเว็บไซต์มักมีขนาดใหญ่เนื่องจากมีขนาดใหญ่เนื่องจากมีเว็บเพจจำนวนมาก การจัดการเว็บไซต์ต้องดีเพื่อให้สามารถเชื่อมโยงข้อมูลในแต่ละหน้าได้อย่างถูกต้องและใช้งานได้สะดวก ได้แก่เว็บไซต์บริการข่าว เช่น เว็บไซต์บีบีซี (www.bbc.co.uk) ของประเทศอังกฤษ หรือเว็บไซต์ผู้จัดการออนไลน์ (www.manager.co.th) ในประเทศไทย และเว็บไซต์ที่เน้นให้บริการข้อมูลข่าวสารเฉพาะเรื่อง ซึ่งมีตั้งแต่เว็บไซต์ส่วนบุคคล เช่น เว็บไซต์วิชาการดอทคอม (www.vrcharkarn.com) ที่เน้นเผยแพร่ความรู้ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีจนถึงเว็บไซต์ขององค์การที่ให้ความรู้เรื่องที่ดินมีความเชี่ยวชาญเฉพาะ เช่น www.most.go.th ของกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เป็นต้น

2. เว็บไซต์นำเสนอ (Present Website) เป็นเว็บไซต์เพื่อแสดงตัวให้เป็นที่รู้จักแก่สาธารณชน โดยมีเนื้อหาเน้นการให้ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลเกี่ยวกับเจ้าของเว็บไซต์เพื่อสร้างความรู้จัก และสร้างภาพลักษณ์ที่ดี ซึ่งอาจจัดทำในฐานะองค์การหรือตัวบุคคลก็ได้ อาจนำเสนอบริการ หรือข้อมูลต่างๆที่เป็นประโยชน์กับผู้ใช้ อินเทอร์เน็ตมารวมอยู่ด้วยเพื่อสร้างความน่าสนใจและดึงดูดให้มีการกลับมาใช้ซ้ำอีก เช่น เว็บไซต์ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (www.set.or.th) ที่มีทั้งข้อมูลแนะนำองค์การ บริการข่าวสาร ความรู้ด้านการลงทุน และบริการต่างๆ

3. เว็บไซต์บริการ (Service Website) เป็นเว็บไซต์ที่มุ่งให้บริการแบบออนไลน์ในรูปแบบต่างๆทั้งบริการทั่วไปสำหรับผู้ใช้อินเทอร์เน็ต ได้แก่ บริการติดต่อสื่อสาร บริการค้นหาข้อมูล บริการแลกเปลี่ยนข่าวสารและความคิดเห็น (เว็บบอร์ด) หรือ บริการดาวน์โหลด เช่น เว็บไซต์ยาฮูดอทคอม (www.yahoo.com) เว็บไซต์สนุกดอทคอม (www.sanook.com) และบริการธุรกรรมต่างๆ ได้แก่ บริการ e-Service ของภาครัฐ เช่น เว็บไซต์กรมสรรพากร (www.rd.go.th) เว็บไซต์กรมพัฒนาธุรกิจการค้า (www.dbd.go.th) หรือเว็บไซต์บริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เช่น อีเบย์ดอทคอม (www.ebay.co.th)

ความสำคัญของสื่อเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์

ในภาวะที่โลกเปลี่ยนแปลงไปสู่โลกาภิวัตน์ ประเทศต่างๆมีการเชื่อมโยงกันแบบไร้พรมแดน การทำธุรกิจการค้าไม่ได้จำกัดอยู่แต่เฉพาะภายในประเทศ หรือเฉพาะในภูมิภาคเท่านั้น แต่มีการขยายขอบเขตออกไปในระดับโลก และมีผลให้การทำธุรกิจเกิดการแข่งขันในด้านความเร็วมากขึ้น ทำให้นักประชาสัมพันธ์

ต้องการเครื่องมือสื่อสารที่มีประสิทธิภาพเหนือกว่าสื่อเดิมในหลายด้าน ซึ่งสื่อเว็บไซต์เป็นทางเลือกหนึ่งที่สามารถเข้ามาตอบสนองความต้องการดังกล่าวได้ด้วยเหตุผลดังต่อไปนี้

1. สื่อเว็บไซต์สามารถเข้าถึงได้จากทุกที่ทั่วโลกโดยไม่มีข้อจำกัดด้านภูมิศาสตร์ และเข้าถึงได้ตลอดเวลาเพราะเปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง และสามารถเป็นสะพานเชื่อมโยงให้ทุกคนเข้าหากันได้อย่างสะดวกง่ายดาย

2. เว็บไซต์เป็นสื่อที่สามารถรวบรวมและเชื่อมโยงข้อมูลที่เกี่ยวข้องกันจากหลายแหล่งมาไว้ในที่เดียวกัน อีกทั้งมีเครื่องมือช่วยในการค้นหาข้อมูลที่ผู้รับต้องการได้ด้วย

3. สื่อเว็บไซต์สามารถเสนอเนื้อหาเฉพาะเรื่อง เจาะลึกรายละเอียดเพื่อตอบสนองความต้องการเฉพาะกลุ่ม จึงเป็นสื่อที่นักประชาสัมพันธ์สามารถใช้เพื่อเข้าถึงเป้าหมายเฉพาะกลุ่มได้

4. องค์กรที่ต้องการมีสื่อเป็นของตนเองเพื่อทำหน้าที่เป็นประตูเปิดรับการติดต่อสื่อสารจากภายนอก หรือเป็นแหล่งข้อมูลที่เผยแพร่จากภายนอกหรือเป็นแหล่งข้อมูลที่เผยแพร่สู่ภายนอก ตลอดจนเป็นช่องทางการตลาดที่ติดต่อกับคนทั่วโลกสามารถอาศัยสื่อเว็บไซต์เป็นเครื่องมือตอบสนองความต้องการของตนเองได้ง่ายกว่าสื่ออื่นๆ เพราะสื่อเว็บไซต์สร้างง่าย ลงทุนน้อย

5. เว็บไซต์เป็นแหล่งข้อมูลที่มีเนื้อหาหลากหลายครอบคลุมทุกประเภท ทั้งข่าวสาร สารความรู้ และความบันเทิง และยังเป็นแหล่งการบริการแบบออนไลน์ที่ไม่มีในสื่ออื่น ๆ ทำให้ประชากรโลกนับพันล้านคนอาศัยเว็บไซต์ในการทำกิจกรรมต่างๆ ตั้งแต่การติดต่อสื่อสารระหว่างกันติดตามข่าวสาร ค้นหาข้อมูล ซื้อขายสินค้า หรือทำธุรกรรมทางธุรกิจด้วยเหตุผลดังกล่าวมาข้างต้น เว็บไซต์จึงเป็นสื่อที่มีความสำคัญต่อนักประชาสัมพันธ์ที่ต้องการถึงกลุ่มเป้าหมายทั้งในระดับกว้าง และ ระดับที่เจาะเฉพาะกลุ่มซึ่งสื่ออื่นๆ แม้ทำได้ก็ไม่ดีเท่าสื่อเว็บไซต์

จุดเด่นของสื่อเว็บไซต์

1. **ผลิตง่ายและรวดเร็ว** การผลิตเนื้อหาของสื่อเว็บไซต์ไม่ซับซ้อนยุ่งยากเหมือนสื่อเดิมโดยสามารถประมวลข้อมูลรูปแบบต่างๆ นำมาประกอบและจัดทำเป็นเว็บเพจ แล้วส่งข้อมูลขึ้นแสดงบนเว็ลด์ไวด์เว็บได้ด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์เพียงเครื่องเดียว ดังนั้นการปรับปรุง (update) เนื้อหาจึงทำได้ง่ายทำให้สามารถสื่อสารสู่ผู้รับได้รวดเร็ว

2. **เลือกกลุ่มเป้าหมายได้** กล่าวคือ สื่อเว็บไซต์สามารถกำหนดกลุ่มเป้าหมายได้หลายระดับ เริ่มตั้งแต่ระดับกลุ่มกว้างๆ ที่กำหนดด้วยอายุเป็นเกณฑ์ เช่น เว็บพอร์ทัล (Web Portal) ที่รองรับกลุ่มผู้ใช้ขนาดใหญ่ด้วยบริการอันหลากหลายในเว็บเดียว กลุ่มที่สนใจเฉพาะด้านเช่น เว็บข่าว เว็บไอที และแคบลงไปจนถึงเว็บเฉพาะเรื่อง เช่น เว็บของกลุ่มผู้ใช้สินค้ารถยนต์ยี่ห้อใดยี่ห้อหนึ่ง เป็นต้น

3. **สื่อสารโต้ตอบกันได้** สื่อเดิมส่วนใหญ่ทำงานในลักษณะสื่อสารทางเดียว (One-way Communication) จึงวัดผลการตอบรับได้ยาก แต่สื่อเว็บไซต์มีลักษณะสื่อสารสองทาง (Two-way Communication) มีช่องทางให้ผู้รับสามารถสื่อสารกลับมาได้ (Interactive) ทำให้รับรู้การตอบรับหรือวัดผลสะท้อนกลับ (Impact) ได้รวดเร็ว

4. **เชื่อมโยงข้อมูลกันได้** ข่าวสารข้อมูลที่ปรากฏในเว็บเพจใดเว็บเพจหนึ่งสามารถกำหนดให้เชื่อมโยงไปยังข้อมูลอื่นๆ เพื่อดูรายละเอียดเพิ่มเติม หรือดูข้อมูลที่เกี่ยวข้องได้ โดยการกำหนด Hyperlink ที่ข้อความนั้น ความสามารถในการเชื่อมโยงข้อมูล ระหว่างกันแบบนี้ทำให้สื่อเว็บไซต์แตกต่างจากสื่อเดิมอย่างสิ้นเชิง

5. **เรียกดูซ้ำได้** ข้อมูลที่แสดงบนสื่อเว็บไซต์จะถูกจัดเก็บไว้ที่เซิร์ฟเวอร์เพื่อเรียกดูซ้ำๆ ได้อีก ทั้งสามารถสืบค้นได้ง่ายได้และรวดเร็วทันใจด้วยเครื่องมือสืบค้น เช่น เสิร์ชเอ็นจิน (Search Engine) ที่มีให้เลือกใช้ได้ตามความพอใจ

6. **ไม่จำกัดเวลาและสถานที่** สื่อเว็บไซต์ให้บริการตลอด 24 ชั่วโมงไม่มีวันหยุด

แนวคิดชุมชนสังคมออนไลน์ (Social Network Site: SNS)

มนุษย์เป็นสังคมที่ต้องการมีการสื่อสารข้อมูลถึงกันและกันซึ่งในสมัยโบราณมนุษย์สื่อสารข้อมูลด้วยวิธีการที่ไม่ซับซ้อนนักเช่น ปากเปล่า ม้าเร็ว และนกพิราบสื่อสาร ต่อมาได้มีการปรับเปลี่ยนการสื่อสารข้อมูลเป็นจดหมายโทรเลข โทรศัพท์ วิทยุ จากนั้นเมื่อเข้าสู่ยุคที่มีเครือข่ายคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตเข้ามาเกี่ยวข้อง การสื่อสารข้อมูลของมนุษย์ มีการปรับเปลี่ยนเป็นสื่อที่เกี่ยวข้องกับอิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น เช่น บริการ IRC (Internet Relay Chat) โปรแกรมพูดคุย (chat programs) จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic mail หรือ E-mail) และเว็บบอร์ด (Web board) จวบจนถึงปัจจุบัน มนุษย์เริ่มมีการสื่อสารข้อมูลในชีวิตประจำวันถึงกันและกันด้วยการใช้สื่อสังคมออนไลน์ (รพีภัทร มานะสุนทร, 2558)

นิยามของเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network Site: SNS) เป็นเว็บไซต์ที่มีความเป็นปัจเจกบุคคลสามารถกระทำการต่างๆ ดังนี้

1. สร้างข้อมูลส่วนตัวบนพื้นที่สาธารณะหรือกึ่งสาธารณะในระบบที่มีขอบเขต
2. เชื่อมต่อข้อมูลต่างๆ ของกลุ่มผู้ใช้งานที่ยอมให้มีการแบ่งปันข้อมูลไปยังกลุ่มผู้ใช้งานต่างๆ ที่ติดต่อสื่อสารกันได้
3. สามารถเลือกเข้าชมและเลือกไม่รับชมการเชื่อมต่อข้อมูลไปยังผู้ใช้งานอื่นๆ ภายในระบบได้ การตั้งชื่อของการเชื่อมต่อเหล่านี้จะมีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น (Boyd & Ellison, 2007) สิ่งที่ทำให้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network Site) มีความพิเศษไม่ใช่เพียงแค่การที่ยอมให้ปัจเจกบุคคล ได้พบปะกับบุคคลแปลกหน้าได้เท่านั้น แต่ยังทำให้กลุ่มผู้ใช้งานสามารถเชื่อมต่อเครือข่ายสังคมซึ่งกันและกันได้
4. สามารถโต้ตอบกับผู้ใช้ได้ทันทีตามที่ควรกำหนดจุดที่ผู้ใช้สามารถแสดงความคิดเห็น เช่น ใส่อีเมลล์ของผู้ที่ทาลงเว็บเพจโดยจะต้องเขียนไว้ในส่วนล่างสุดของเว็บเพจนั้นไม่ควรแทรกไว้ตำแหน่งใดๆ ของจอภาพ เพราะผู้ใช้อาจหาไม่พบ
5. การใส่ภาพประกอบควรใส่รูปภาพที่สามารถสื่อความหมายกับผู้ที่ได้ตรงตามวัตถุประสงค์ การใช้รูปภาพเพื่อเป็นพื้นหลังไม่ควรเน้นสีสันที่ฉูดฉาดมากนักเพราะอาจจะไปลดความเด่นชัดของเนื้อหา ควรใช้ภาพที่มีสีสันอ่อนไม่สว่างจนเกินไปตัวอักษรที่นำมาแสดงก็เช่นกัน ควรเลือกขนาดที่อ่านง่ายไม่มีสีสันและลวดลายเกินความจำเป็นอีกประการหนึ่งคือรูปภาพที่นำมาประกอบนั้นไม่ควรมีขนาดใหญ่หรือมีจำนวนมากเกินไปเพราะอาจทำให้เนื้อหาสาระของเว็บเพจนั้นถูกลดความสำคัญลง

6. เข้าสู่กลุ่มเป้าหมายได้อย่างถูกต้อง การกำหนดกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจนย่อมทำให้ผู้สร้างกำหนดเนื้อหาและเรื่องราวเพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้

7. ใช้งานง่าย สิ่งสำคัญอีกอย่างของการใช้เว็บเพจคือ ต้องใช้งานง่าย ถ้าใช้งานง่ายโอกาสที่จะประสบความสำเร็จก็มีเยอะ

8. เป็นมาตรฐานเดียวกัน เว็บเพจที่สร้างขึ้นมานั้นอาจมีจำนวนข้อมูลมากมายหลายหน้า การทำให้ผู้ใช้งานไม่เกิดการสับสนกับข้อมูลนั้นจำเป็นต้องกำหนดข้อมูลให้เป็นมาตรฐานเดียวกันโดยอาจแบ่งเนื้อหาออกเป็น ส่วน หรือ จัดเป็นกลุ่ม เป็นหมวดหมู่ เพื่อความเป็นระเบียบน่าใช้งาน

ขนาดของเว็บเพจ (Webpage)

1. จำกัดขนาดแฟ้มของแต่ละหน้า โดยการกำหนดขีดจำกัดเป็นกิโลไบต์สำหรับ “น้ำหนัก” ซึ่งหมายถึง จำนวนรวมกิโลไบต์ของกราฟิกทั้งหมดในหน้าโดยรวมภาพพื้นหลังด้วย1 จำนวนแฟ้มของแต่ละหน้า โดยการกำหนดขีดจำกัดเป็นกิโลไบต์สำหรับขนาดน้ำหนักของหน้า ซึ่งหมายถึงจำนวนรวมกิโลไบต์ของภาพกราฟิกทั้งหมดทั้งหน้า โดยรวมภาพพื้นหลังด้วย ใช้แคชของเว็บเบราว์เซอร์ โปรแกรมค้นผ่านที่ใช้กันในปัจจุบันนี้จะเก็บบันทึกภาพกราฟิกไว้ในแคช (Cache)ซึ่งหมายถึงโปรแกรมเก็บกราฟิกไว้ในฮาร์ดดิสก์ เพื่อที่โปรแกรมจะได้ไม่ต้องบรรจุภาพเดียวกันนั้นมากกว่า 1 ครั้ง ซึ่งเป็นผลดีต่อการนำภาพนั้นมาเสนอซ้ำเมื่อใดก็ได้ นับเป็นการจัดหน้า

2. กำหนดความยาวของหน้าให้สั้น โดยการกำหนดจำนวนของข้อความที่บรรจุในแต่ละหน้า โดยมีความยาวระหว่าง 200 – 500 คำ

3. นำสารสนเทศที่สำคัญสุดเอาไปไว้ในส่วนบนของหน้า ถ้าเปรียบเทียบเว็บไซต์กับสถานที่แห่งหนึ่ง เนื้อหาที่มีค่าที่สุดจะอยู่ในส่วนหน้า ซึ่งก็คือส่วนบนสุดของจำภาพนั่นเอง ถ้าไม่ต้องการให้ผู้อ่านพลาดสาระสำคัญของเนื้อหาก็คงใส่ไว้บนสุดของหน้า

4. ใช้ความได้เปรียบของตาราง ตารางจะเป็นสิ่งที่อำนวยความสะดวกและช่วยนำออกแบได้เป็นอย่างมาก การใช้ตารางจำเป็นสำหรับหน้าเว็บที่ซับซ้อนโดยเฉพาะเมื่อต้องการใช้คอลัมน์ ตารางจะใช้ได้เป็นอย่างดีเมื่อต้องการจัดระเบียบหน้า เช่น การแยกกราฟิก หรือเครื่องมือนำทางออกจากข้อความ หรือจัดแบ่งข้อความออกเป็นคอลัมน์

ลักษณะของตัวอักษร

ตระกูล (Family) ของตัวอักษรจะประกอบด้วยรูปแบบพื้นฐาน 3 แบบ คือ ตัวปกติ , ตัวหนา, และ ตัวเอียง อย่างไรก็ตามตัวอักษรใน หลายๆตระกูลได้ออกแบบให้มีความหลากหลายมากขึ้นในหลายๆลักษณะ เช่น ลักษณะน้ำหนักตัวอักษรจากเบาามามาก (ultra light) ไปจนถึงเข้มมาก (ultra black) ลักษณะความกว้างแบบหนาแน่น(condensed)จนถึงแบบแผ่กว้าง (extended)และยังมีลักษณะอื่นๆอีกมากมาย (ธวัชชัย ศรีสุเทพ, 2544:256อ้างในรพีภัทร มานะสุนทร, 2558)

ตัวเอนเป็นตัวอักษรที่อ่านได้ยากดังนั้นไม่ควรใช้ตัวเอนสำหรับข้อความที่ยาวมากเกินไป (ถนอมพร เลหาจรัสแสง, 2545:168อ้างใน รพีภัทร มานะสุนทร, 2558)

การจัดข้อความในหน้าเว็บ

การจัดตำแหน่งของตัวอักษรในแต่ละส่วนมีผลต่อความรู้สึกของเอกสารโดยที่การจัดตำแหน่งแต่ละแบบจะให้ความรู้สึกที่ต่างกัน ตัวอักษรที่ถูกจัดให้ชิดด้านซ้ายโดยที่ปล่อยให้ด้านขวามีลักษณะไม่สม่ำเสมอ จะให้ความรู้สึกไม่เป็นทางการและจะอ่านได้ง่ายกว่าชิดขอบด้านขวา โดยทั่วไปแล้วจะพยายามหลีกเลี่ยงการชิดขอบขวา ยกเว้นเมื่อมีความเหมาะสมกับรูปแบบจริงๆ ส่วนตัวอักษรที่มีการปรับระยะให้ชิดขอบทั้งซ้ายและขวาเป็นที่นิยมใช้ในหนังสือพิมพ์และจุลสาร พร้อมกับให้ความรู้สึกที่เป็นทางการ ในภาษา HTML สามารถจัดตำแหน่งตัวอักษรได้ด้วยคำสั่ง ALIGN เลือกค่าเป็น left, right, center, justify(รพีภัทร มานะสุนทร, 2558)

การใช้สีตัวอักษร และสีพื้น

ความแตกต่างของตัวอักษรกับพื้นนั้นเกิดจาก ความหนักเบาของเส้นตัวอักษร แสงสว่าง สีของตัวอักษรและสีพื้นซึ่งมีอิทธิพลต่อความยากง่ายในการอ่านและส่งผลกระทบต่อเนื้อหาของสารที่ต้องการสื่อ เลือกใช้สีที่เหมาะสมก่อให้เกิดผลดังนี้

1. สร้างความสนใจให้ผู้เยี่ยมชมทั้งนี้ผลมาจากความแตกต่างกันของสี
2. ก่อให้เกิดผลทางจิตวิทยา เนื่องจากสีมีผลต่ออารมณ์ของผู้เยี่ยมชม
3. ทำให้จำได้ง่ายเมื่ออธิบายถึงสิ่งใดสิ่งหนึ่งและอ้างถึงสีของสิ่งนั้นจะสามารถระลึกถึงได้ง่าย
4. สร้างบรรยากาศที่ดีเนื่องจากการเลือกใช้สีที่เหมาะสมทำให้เกิดความพอใจและความสบายตาให้แก่ผู้ดู

ข้อพิจารณาสำหรับการใช้สีบนตัวอักษร ข้อความ คือ จะต้องให้ชัดเจนอ่านง่าย ควรเว้นการใช้สีตรงกันข้ามในปริมาณเท่าๆกันบนพื้นที่เดียวกันหรือใกล้เคียงกันเพราะจะทำให้ผู้ดูต้องเพ่งมองมากยิ่งขึ้น ทำให้เกิดภาพซ้อนพร่ามัว โดยเฉพาะส่วนที่เป็นเนื้อหาสาระ เช่นตัวอักษรสีแดงบนพื้นเขียว ความเด่นชัดของข้อความที่ต้องการจะเน้นด้วยความต่างของสีจึงควรคำนึงเรื่องค่าน้ำหนักของสี (Tone of Colour) ให้มากที่สุด

พื้นหลังที่มีลวดลายมากจะทำให้เว็บเพจมีความยากลำบากในการอ่าน การใช้การอ่าน การใช้สีร้อนที่มีความเปรียบต่างสูงจะทำให้ไม่สบายตาในการอ่านเช่นกันดังนั้นไม่ควรใช้สีพื้นที่มีลวดลายเกินความจำเป็น ควรใช้สีเย็นเป็นพื้นหลังจะทำให้เว็บเพจนั้นน่าอ่านยิ่งกว่า

สีเป็นเครื่องมือที่มีความสำคัญมากในการออกแบบเว็บไซต์เนื่องจากสีสามารถสื่อถึงความรู้สึกอารมณ์ และช่วยสร้างความสัมพันธ์ระหว่างสถานที่กับเวลาดังนั้นสีจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยเสริมสร้างความหมายขององค์ประกอบให้กับเว็บเพจได้เป็นอย่างดี ประโยชน์ของสีในรูปแบบต่างๆมีดังนี้(ประเวศน์ วงษ์คำชัย, 2552:132อ้างใน รพีภัทร มานะสุนทร, 2558)

1. สีสามารถชักนำสายตาผู้อ่านให้ไปยังทุกบริเวณในหน้าเว็บเพจผู้อ่านจะมีการเชื่อมโยงความรู้สึกกับบริเวณของสีในรูปแบบของสีในรูปแบบที่คาดหวังได้การเลือกเฉดสีและตำแหน่งสีในหน้าเว็บ สามารถนำทางให้ผู้อ่านติดตามเนื้อหาในบริเวณต่างๆตามที่กำหนดได้

2. สีช่วยเชื่อมโยงบริเวณที่ได้รับการออกแบบเข้าด้วยกันผู้อ่านจะมีความรู้สึกกว่าบริเวณที่มีสีเดียวกันจะมีความสำคัญเท่ากันวิธีการเชื่อมโยงแบบนี้ช่วยจัดกลุ่มของข้อมูลที่มีความสัมพันธ์อย่างไม่เด่นชัดเข้ากัน
3. สีสามารถนำไปใช้ในการแบ่งบริเวณต่างๆออกจากกัน
4. สีสามารถใช้ในการดึงดูดความสนใจของสายตาผู้อ่านเนื่องจากมักจะมองไปยังสีที่มีลักษณะเด่นและผิดปกติเสมอการออกแบบเว็บไซต์ด้วยการเลือกใช้สีอย่างรอบคอบไม่เพียงแต่จะกระตุ้นความสนใจของผู้อ่านเท่านั้นยังช่วยหน่วงเหนี่ยวให้อยู่ในเว็บไซต์ได้นานขึ้น ส่วนเว็บไซต์ที่ใช้สีไม่เหมาะสมเหมือนเป็นการขับไล่ผู้ชมไปสู่เว็บอื่นที่มีการออกแบบที่ดีกว่า
5. สีสามารถสร้างอารมณ์โดยรวมของเว็บเพจและกระตุ้นความรู้สึกตอบสนองจากผู้ชมได้นอกเหนือจากความรู้สึกที่ได้รับจากสีตามหลักจิตวิทยา แล้วผู้ชมยังอาจมีอารมณ์และความรู้สึกสัมพันธ์กับสีบางสีหรือบางกลุ่มเป็นพิเศษ
6. สีช่วยสร้างระเบียบให้กับข้อความต่างๆ เช่น การใช้สีแยกส่วนระหว่างหัวเรื่อง กับ ตัวเรื่อง หรือการสร้างความแตกต่างให้กับข้อความบางส่วนโดยใช้สีแดงสำหรับคำเตือน หรือใช้สีเทา สำหรับสิ่งที่เป็นทางเลือก
7. นอกเหนือจากการใช้สีช่วยในการออกแบบแล้วสียังสามารถส่งเสริมเอกลักษณ์ขององค์กรหรือหน่วยงานนั้นๆได้ด้วยการใช้สีที่เป็นเอกลักษณ์ขององค์กรมาเป็นโทนสีหลักของเว็บไซต์

เทคโนโลยีที่ใช้ในการพัฒนาระบบ

1. Windows 7 Ultimate
2. Adobe Dreamweaver CS5 ใช้ตกแต่งเว็บไซต์
3. Adobe Photoshop CS5 ใช้ตกแต่งรูปภาพ
4. Microsoft Office Word ใช้พิมพ์รายงาน
5. My SQL ทำระบบฐานข้อมูล
6. PHP เขียน Script เพื่อสร้างเว็บไซต์
7. Appserverจำลองเซิร์ฟเวอร์

AppServ คือ โปรแกรมที่รวบรวมเอา Open Source Software หลายๆ อย่างมารวมกันโดยมี Package หลัก คือ 1. PHP 2. My SQL

โปรแกรมต่างๆที่นำมารวบรวมไว้ทั้งหมดนี้ได้ทำการดาวน์โหลดจาก Official Release ทั้งสิ้นโดยตัว AppServ จึงให้ความสำคัญว่าทุกสิ่งทุกอย่างจะต้องให้เหมือนกับต้นฉบับเราจึงไม่ได้ตัดทอนหรือเพิ่มเติมอะไรที่แปลกไปกว่า Official Release แต่อย่างไรก็ตามแต่มีบางส่วนเท่านั้นที่เราได้เพิ่มประสิทธิภาพจากการติดตั้งให้สอดคล้องการทำงานแต่ละคนโดยที่การเพิ่มประสิทธิภาพนี้ไม่ได้เข้าไปรวมในส่วนของ Original Package เลยแม้แต่น้อยเพียงแค่เป็นการกำหนดค่า Config เท่านั้นเช่น Apache ก็จะเป็นในส่วนของ https.conf, PHP ก็จะเป็นส่วนของ pop.ini, My SQL ก็จะเป็นในส่วนของ my.ini ดังนั้นเราจึงรับประกันได้ว่าโปรแกรม AppServ สามารถทำงานและความเสถียรของระบบได้เหมือนกับ Official Release ทั้งหมด

ข้อดีของ Appserv

1. มีโครงสร้างที่ไม่ซับซ้อน
2. ใช้งานเรียกดูข้อมูลได้ง่าย
3. ทำให้สามารถสร้าง Webpage ได้ง่าย
4. สามารถใช้ในการติดต่อกับฐานข้อมูล
5. ใช้สำหรับจำลองให้เป็น Server

AppServ ที่นำมาใช้ในระบบคือโปรแกรมต่างๆ ที่นำมารวบรวมไว้ทั้งหมด เช่น PHP, MySQL, php My Admin เพื่อการทดสอบหรือใช้งานภาษาในการพัฒนาโปรแกรมพัฒนาระบบต่างๆ หรือเว็บไซต์

1. PHP เขียน Script เพื่อสร้างเว็บไซต์

PHP คือภาษาคอมพิวเตอร์จำพวก Scripting Language ภาษาจำพวกนี้คำสั่งต่าง ๆ จะเก็บอยู่ในไฟล์ที่เรียกว่า Script และเวลาใช้งานต้องอาศัยตัวแปรชุดคำสั่ง ตัวอย่างของภาษาสคริปต์เช่น JavaScript, Perl เป็นต้น ลักษณะของPHP ที่แตกต่างจากภาษาสคริปต์อื่นๆ คือ PHP ได้รับการพัฒนาและออกแบบมาเพื่อใช้งานในการสร้างแบบ HTML โดยสามารถสอดแทรกหรือแก้ไขเนื้อหาได้โดยอัตโนมัติ ดังนั้นจึงกล่าวว่า PHP เป็นภาษาที่เรียกว่า Server-side หรือ HTML-embedded scripting language นั่นคือในทุก ๆ ครั้งก่อนที่เครื่องคอมพิวเตอร์ซึ่งให้บริการเป็น web server จะส่งหน้าเว็บเพจที่เขียนด้วย PHP ให้เรามันจะทำการประมวลผลตามคำสั่งที่มีอยู่ให้เสร็จเสียก่อน แล้วค่อยส่งผลลัพธ์ที่ได้ให้เรา ผลลัพธ์ที่ได้นั่นคือเว็บเพจที่เราเห็นนั่นเอง ถือว่าPHP เป็นเครื่องมือที่สำคัญชนิดหนึ่งที่ช่วยให้เราสามารถสร้าง Dynamic Webpages (เว็บที่มีการตอบโต้กับผู้ใช้) ได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีลูกเล่นมากขึ้น PHP เป็นผลงานที่เติบโตมาจากกลุ่มของนักพัฒนาในเชิงเปิดเผยต้นฉบับ หรือ Open Source ดังนั้น PHP จึงมีการพัฒนาไปอย่างรวดเร็ว และแพร่หลายโดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อใช้ร่วมกับ Apache Webserver ระบบปฏิบัติการอย่างเช่น Linux หรือ FreeBSD เป็นต้น ในปัจจุบัน PHP สามารถใช้ร่วมกับ Webserver ระบบปฏิบัติการอย่างเช่นระบบปฏิบัติการอย่างเช่น windows95/98/NT

ข้อดีของ PHP

1. ใช้ได้ฟรี
2. ง่ายต่อการศึกษา เพราะมีรูปแบบโครงสร้างที่ไม่ซับซ้อน
3. เรียนรู้ง่ายเนื่องจาก PHP ผ่งเข้าไปใน HTML และใช้โครงสร้างและไวยากรณ์ภาษาง่ายๆ
4. เร็วและมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะเมื่อใช้กับ Apache Webserver เพราะไม่ต้องใช้โปรแกรมจากภายนอก
5. ใช้ร่วมกับ XML ได้ทันที
6. ใช้กับระบบแฟ้มข้อมูลได้
7. ใช้กับข้อมูลตัวอักษรได้อย่างมีประสิทธิภาพ

8. ใช้กับโครงสร้างข้อมูลแบบ Scalar, Array, Associative array
9. ใช้กับการประมวลผลได้
10. มีประสิทธิภาพสูงและเสถียรภาพ สามารถพัฒนาเว็บแอปพลิเคชันตั้งแต่เว็บไซต์ขนาดเล็กไปจนถึงขนาดใหญ่ได้

PHP ที่นำมาใช้ในระบบ คือ ใช้สำหรับจัดทำเว็บไซต์

2. My SQL ทำระบบฐานข้อมูล

ภาษาสอบถามข้อมูล หรือภาษาจัดการข้อมูลอย่างมีโครงสร้าง มีการพัฒนาภาษาคอมพิวเตอร์และโปรแกรมฐานข้อมูลที่รองรับมากมาย เพราะจัดการข้อมูลได้ง่าย เช่น MySQL, PostgreSQLs หรือ MS Access เป็นต้น สำหรับโปรแกรมฐานข้อมูลที่ได้รับความนิยมคือ MySQL เป็น Open Source ที่ใช้งานได้ทั้งใน Linux และ Windows ใช้ในการจัดการฐานข้อมูลจัดเก็บข้อมูล เพิ่ม ลบ แก้ไข และค้นหา รวมทั้งการจัดเรียงข้อมูล

PHP MYAdmin Database Managerphp

My Admin เป็นโปรแกรมหนึ่งที่ติดมากับ Appserv เพื่อใช้สำหรับการจัดการฐานข้อมูล เช่น สร้าง/ลบฐานข้อมูล สร้าง/ลบตาราง จัดการ Field ต่าง ๆ ของข้อมูล รวมทั้งการประมวลผลคำสั่ง SQL เป็นต้น ซึ่งพัฒนาสคริปต์ภาษา PHP ใช้บริหารฐานข้อมูลออนไลน์ผ่านทางเว็บไซต์ มีเครื่องมือที่ช่วยในการจัดการที่ง่ายและคล่องตัวใช้สำหรับจัดการฐานข้อมูล สร้าง/ลบฐานข้อมูล สร้างและจัดการตาราง เช่น เพิ่มแถบข้อมูล ลบแถบข้อมูล แก้ไขแถบข้อมูล หรือลบตาราง เพิ่มหรือแก้ไข Field ต่าง ๆ ของข้อมูลรวมทั้งการประมวลผลคำสั่ง SQL

ข้อดีของภาษา SQL

1. เป็นภาษาใช้ง่าย
2. ฐานข้อมูลมีขนาดเล็ก
3. มีความปลอดภัยในระดับที่ดี
4. มีความต้องการทรัพยากรต่ำ
5. สามารถประยุกต์ใช้ได้โดยง่าย

PHP MyAdmin Database Managerphp ที่นำมาใช้ในระบบ คือ การบริหารฐานข้อมูลออนไลน์ผ่านทางเว็บไซต์ มีเครื่องมือที่ช่วยในการจัดการที่ง่ายและคล่องตัวใช้สำหรับจัดการฐานข้อมูล สร้าง/ลบข้อมูล สร้างและจัดการตาราง เช่นเพิ่มแถบข้อมูล, ลบแถบข้อมูล, แก้ไขแถบข้อมูล หรือลบตาราง เพิ่มหรือแก้ไข Field ต่าง ๆ ของข้อมูลรวมทั้งการประมวลผล คำสั่ง SQL

ซอฟต์แวร์เกี่ยวกับการออกแบบและตกแต่งโปรแกรม

Adobe Dreamweaver CS5

เป็นโปรแกรมสร้างเว็บเพจเสมือนจริงที่มีเครื่องมือช่วยในการสร้างเว็บไซต์เป็นไปด้วยความสะดวก รวดเร็วและช่วยในการออกแบบตกแต่งหน้าเว็บเพจต่าง ๆ ให้แสดงผลออกมาอย่างสวยงามและตรงความ

ต้องการผู้ใช้ และช่วยลดภาวะสคริปต์ด้วยตนเองให้น้อยลงด้วยการใช้เอกสารเว็บที่ทำงานในลักษณะ HTML จัดวางข้อความ รูปภาพ ตาราง ฟอรัม ต่าง ๆ ภายในเว็บ Adobe Dreamweaver CS5 ที่นำมาใช้ในระบบคือ ช่วยในการสร้างเว็บไซต์เป็นไปด้วยความสะดวกรวดเร็วและช่วยในการออกแบบตกแต่งหน้าเว็บเพจต่าง ๆ ให้แสดงผลออกมาอย่างสวยงามและตรงตามความต้องการของผู้ใช้

Adobe Photoshop CS5

Adobe Photoshop CS5 โปรแกรมสร้างและแก้ไขรูปภาพ อย่างมืออาชีพโดยเฉพาะนักออกแบบในทุกวงการยอมรับโปรแกรมตัวนี้ดี โปรแกรม Photoshop เป็นโปรแกรมที่เครื่องมือมากมายเพื่อนสนับสนุนการสร้างงานประเภทสิ่งพิมพ์ งานวิดีโอทัศน์ งานนำเสนอ งานมัลติมีเดีย ตลอดจนงานออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์ ใช้ในการแก้ไข ตกแต่ง ตัดต่อรูปภาพต่าง ๆ เพื่อนำภาพต่าง ๆ มาใช้ในการสร้างระบบ

Adobe Photoshop CS5 ที่นำมาใช้ในระบบ คือ ช่วยในการสร้างรูปภาพ และแก้ไขรูปภาพ ตกแต่ง ตัดต่อรูปภาพต่าง ๆ เพื่อนำภาพต่าง ๆ มาใช้ในการสร้างระบบให้ดูสวยงามมากยิ่งขึ้น

ซอฟต์แวร์เกี่ยวกับการจัดทำเอกสาร

Microsoft Office Word

โปรแกรม Microsoft Office Word เป็นโปรแกรมประมวลผลคำที่นิยมใช้กันมาอยู่ในปัจจุบัน เพราะมีคุณลักษณะที่ดี เช่น การจัดรูปแบบสะดวกรวดเร็ว ฯลฯ และมีประโยชน์การจัดเก็บเอกสารและการปรับแก้ไข พื้นฐานการใช้โปรแกรมตั้งแต่การเปิดส่วนประกอบต่าง ๆ เช่น แท็บเมนู แท็บเครื่องมือ มุมมอง และการจัดการไฟล์เอกสาร เช่น การเปิด การปิด การบันทึก และการออกจากโปรแกรม ฯลฯ อีกทั้งยังรองรับภาษาไทยได้ด้วยใช้ในการจัดทำรายงานเอกสารต่าง ๆ ในการศึกษาข้อมูลวิเคราะห์และการออกแบบระบบ Microsoft Office Word ที่นำมาใช้ในระบบ คือ ช่วยในการจัดทำเอกสารรูปแบบโครงการ จัดรูปแบบ การจัดเก็บเอกสาร และการปรับปรุงแก้ไขเอกสาร

จัดการคลังสินค้า

วิธีจัดการคลังสินค้าให้มีประสิทธิภาพนั้น จำเป็นต้องพิจารณาดังต่อไปนี้

1. แยกประเภทสินค้าด้วยรหัสสินค้า

ทำการแยกประเภทสินค้าด้วยรหัสสินค้าและติดป้าย Label หรือ Barcode (ถ้ามี)ให้กับสินค้าทุกชิ้น และทำการอ้างอิงให้ตรงกับรายการสินค้าที่ลงขายในร้านค้าออนไลน์

2. แยกประเภทสินค้าด้วยความเร็วในการขาย

แยกประเภทสินค้าที่ขายเร็ว-ช้าออกจากกัน และจัดให้สินค้าขายเร็ว อยู่ในพื้นที่ที่เข้าถึงได้ง่าย เพื่อให้สะดวกในการนำสินค้ามาบรรจุหีบห่อ

3. จัดการ Stock Keeping Unit (SKU)

กำหนด Stock Keeping Unit (SKU) ให้กับสินค้าที่ขายให้มีความแตกต่างกันชัดเจน เพื่อความสะดวกสำหรับคนจัดสินค้าให้สามารถจัดสินค้าที่ผู้ซื้อสั่งได้ถูกต้องตรงตามรายการสั่งซื้อ และช่วยให้การจัดการสต็อกในระบบหลังร้านมีประสิทธิภาพมากขึ้น

4. กำหนดจำนวนสินค้าในคลัง

ระบุจำนวนสินค้าแต่ละประเภทที่มีในคลังสินค้าจริง โดยส่วนใหญ่ร้านค้าจะสามารถจัดส่งสินค้าที่มีในคลังได้รวดเร็ว จึงทำให้ร้านค้าสามารถกำหนดระยะเวลาเตรียมสินค้าเพื่อจัดส่งในระบบได้เร็วขึ้น ซึ่งเป็นตัวเลือกที่ดีให้กับผู้ซื้อที่ต้องการสินค้าเร็ว

5. รู้ระยะเวลาจัดส่งสินค้าจากผู้ผลิต

กำหนดระยะเวลาในการส่งสินค้าแต่ละตัว ในกรณีมีรายการสั่งซื้อเข้ามาเกินจำนวนสินค้าในคลังจริง และยังมีความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง ร้านค้าสามารถปรับเพิ่มจำนวนสินค้าในคลังที่ระบบหลังร้าน เพื่อให้ลูกค้ายังสามารถสั่งซื้อได้ แต่ควรปรับเพิ่มระยะเวลาเตรียมสินค้าเพื่อจัดส่งให้สอดคล้องกับวันที่สินค้าจากผู้ผลิตจะมาถึงที่ร้านค้า เพื่อไม่ให้เกิดการจัดส่งสินค้าไปยังผู้ซื้อเกิดความล่าช้ากว่ากำหนด ซึ่งอาจทำให้ผู้ซื้อขอคืนเงินหรือให้คะแนนความพึงพอใจในระดับต่ำได้

6. จัดระเบียบให้กับสถานที่เก็บสินค้า

- 6.1 ทำรายการสถานที่เก็บสินค้าทุกชั้น เช่น สถานที่ตั้งคลังสินค้า เลขที่ชั้นวางสินค้า
- 6.2 ทำป้ายกำกับชั้นวางสินค้า โดยมีเลขที่ชั้นวางสินค้ากำกับในทุกชั้น
- 6.3 ทำรายการสินค้าทั้งหมดที่วางอยู่ในชั้นวางสินค้าแต่ละชั้นพร้อมบอกจำนวนชั้นทั้งหมด
- 6.4 หากมีการนำสินค้าออกจากชั้นวาง ให้ทำการหักจำนวนสินค้าออกจากรายการที่หน้าชั้นวาง และหักจากรายการสินค้าที่บันทึกไว้ด้วย เพื่อการตรวจสอบสต็อกสินค้าในภายหลัง

7. ตรวจสอบคลังสินค้าประจำ

ร้านค้าควรกำหนดวันที่ต้องเช็คสต็อก เช่น ทุกวัน ทุกสัปดาห์ หรือทุกเดือน เพื่อเป็นการตรวจสอบจำนวนสินค้าคงคลัง เปรียบเทียบกับจำนวนสินค้าที่ขายได้ และนำมาคำนวณยอดรายได้ กำไร และวางแผนการสั่งซื้อสินค้าต่อไป

8. เตรียมกล่องพัสดุล่วงหน้า

จัดซื้อกล่องพัสดุสำหรับส่งสินค้าไว้ล่วงหน้า เพื่อให้การบรรจุและจัดส่งสินค้าทำได้รวดเร็วยิ่งขึ้น ทั้งนี้ ร้านค้าควรเตรียมกล่องในหลายขนาดที่เพียงพอในการบรรจุสินค้าชิ้นเดียว และหลายชิ้นใน 1 รายการสั่งซื้อ โดยทำการประเมินจากรายการสั่งซื้อที่เคยเกิดขึ้น แต่อย่าเผื่อกล่องหลายขนาดเกินไป เพราะร้านค้าต้องลงทุนซื้อกล่องด้วยเงินสดล่วงหน้า หากซื้อมาแล้วไม่ได้ใช้ก็จะทำให้ต้นทุนจมอยู่ที่จุดนี้มากไป

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จักรกฤษณ์ หมั่นวิชาและคณะ (2559) ศึกษาการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับสินค้ากระจุดบ้านทะเลน้อย จังหวัดพัทลุง มีวัตถุประสงค์เพื่อออกแบบและสร้างต้นแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าของกลุ่มสินค้ากระจุดบ้านทะเลน้อย จังหวัดพัทลุง ซึ่งเป็นการพัฒนาจากความต้องการของผู้นำกลุ่มสินค้ากระจุดบ้านทะเลน้อย จังหวัดพัทลุง สำหรับการใช้งานเว็บไซต์ประกอบด้วย 3 กลุ่ม คือ 1) กลุ่มผู้ใช้บริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สามารถเข้าชมเว็บไซต์เลือกซื้อ

สินค้าและตอบแบบสอบถามความพึงพอใจ 2) กลุ่มผู้นำแม่บ้านเกษตรกรบ้านทะเลน้อย และ 3) ผู้ดูแลระบบสามารถเพิ่ม ลบ แก้ไข ข้อมูลต่างๆ และปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัยอยู่เสมอ จากการประเมินผู้ใช้ จำนวน 55 คน พบว่า ผู้ดูแลระบบมีความพึงพอใจด้านการใช้งานอยู่ในระดับปานกลางถึงดี ผู้ใช้บริการและผู้นำกลุ่มแม่บ้านทะเลน้อย มีความพึงพอใจด้านความสวยงามและความเข้าใจง่ายของการใช้งานเว็บไซต์อยู่ในระดับปานกลางถึงดี

รพีภัทร มานะสุนทร (2558) ศึกษาการพัฒนาเว็บไซต์และการสร้างสังคมออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์ธุรกิจชุมชนในเขตอำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม งานวิจัยมีจุดประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาและรวบรวมข้อมูลปัจจัยพื้นฐานของธุรกิจชุมชน, ความต้องการในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ธุรกิจ และสัดส่วนการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในปัจจุบัน 2) ออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์ รวมถึงสร้างสังคมออนไลน์เพื่อใช้เป็นช่องทางประชาสัมพันธ์ธุรกิจชุมชน 3) ติดตามข้อเสนอแนะของกลุ่มผู้ประกอบการและผู้เยี่ยมชมเว็บไซต์ เพื่อใช้เป็นแนวทางพัฒนาเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ธุรกิจชุมชนต่อไปในอนาคต กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัย คือ ธุรกิจชุมชน ที่อยู่ในพื้นที่เขตพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม จำนวน 133 แห่ง เครื่องมือที่ใช้ คือแบบสำรวจสถานประกอบการ และแบบประเมินความพึงพอใจของธุรกิจชุมชน ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการมีความพึงพอใจต่อความสวยงาม ความทันสมัย น่าสนใจของหน้าเว็บไซต์ การจัดรูปแบบในเว็บไซต์ต่อการอ่านและการใช้งาน เมนูต่างๆ ในเว็บไซต์ใช้งานได้ง่าย ขนาดตัวอักษร และรูปแบบตัวอักษร อ่านได้ง่ายและสวยงาม ภาพรวมความพึงพอใจในคุณภาพของเนื้อหา อยู่ในระดับมากที่สุด ผู้ประกอบการมีความพึงพอใจต่อความเหมาะสมของข้อมูล อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งเป็นส่วนของเนื้อหาของธุรกิจชุมชนที่ทางทีมงานเก็บรวบรวมมาต้องเพิ่มเติมให้ดียิ่งขึ้นในภาพรวมด้านความพึงพอใจ พบว่า คะแนนในแต่ละด้านยังค่อนข้างสูง

วรรณาราชญา (2556) ศึกษาแนวทางในการพัฒนาเว็บไซต์ www.studentloan.rmutl.ac.th สำหรับงานกองทุนให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ภาคพายัพ เชียงใหม่ โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาออกเป็น 3 กลุ่ม คือนักศึกษากองทุนให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา ในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนาภาคพายัพเชียงใหม่ คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ คณะวิศวกรรมศาสตร์ และคณะศิลปกรรมและสถาปัตยกรรมศาสตร์ จำนวน 150 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าร้อยละ ความถี่ ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่าแนวทางในการพัฒนาเว็บไซต์ www.studentloan.rmutl.ac.th เกี่ยวกับพฤติกรรมในการเข้าใช้บริการ ควรมีการประชาสัมพันธ์เพิ่มเติมในรูปแบบของการประกาศเสียงตามสายและสิ่งพิมพ์/ป้ายประกาศ รวมถึงมีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับเว็บไซต์อื่น ๆ ที่นักศึกษาเข้าใช้เป็นประจำสามอันดับแรก คือ www.facebook.com, www.google.com และ www.youtube.com เพื่อเพิ่มช่องทางให้นักศึกษากองทุนรู้จักเว็บไซต์ www.studentloan.rmutl.ac.th เพิ่มมากขึ้นสำหรับแนวทางในการพัฒนาเว็บไซต์เกี่ยวกับการเข้าถึงเนื้อหาควรมีการแบ่งหมวดหมู่ให้มีความชัดเจน เหมาะสม และทางด้านรูปแบบควรปรับปรุงให้มีความ

สวยงามน่าใช้มากกว่าเดิม แนวทางในการพัฒนาเว็บไซต์ www.studentloan.rmutl.ac.thเกี่ยวกับพฤติกรรมในการเข้าใช้บริการ ควรมีการประชาสัมพันธ์เพิ่มเติมในรูปแบบของการประกาศเสียงตามสายและสิ่งพิมพ์/ป้ายประกาศ รวมถึงมีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับเว็บไซต์อื่นๆ ที่นักศึกษาเข้าใช้เป็นประจำ 3 อันดับแรกคือ www.facebook.com, www.google.comและwww.youtube.com เพื่อเพิ่มช่องทางให้นักศึกษา กองทุนรู้จักเว็บไซต์ www.studentloan.rmutl.ac.thเพิ่มขึ้น สำหรับแนวทางในการพัฒนาเว็บไซต์ควรมีการแบ่งหมวดหมู่ให้มีความชัดเจน เหมาะสม และทางด้านรูปแบบควรปรับปรุงให้มีความสวยงามน่าใช้มากกว่าเดิมความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ เกี่ยวกับเว็บไซต์ www.studentloan.rmutl.ac.th คือในหมวดเนื้อหาที่เคยใช้งานเนื้อหาที่มีความละเอียด ครบถ้วน อัปเดตตลอด แต่ควรมีการแยกหัวข้อให้ชัดเจนมากขึ้น การเข้าถึงเนื้อหาของเว็บไซต์ เข้าใจง่าย รวดเร็วดี ค้นหาได้ง่ายมาก และรูปลักษณ์ของเว็บไซต์น่าเข้าใช้รูปแบบการสร้างหน้าเว็บไซต์เหมาะสมกับเว็บไซต์ห้องเงินกู้ มีความน่าสนใจ ดูง่าย ไม่ยุ่งยาก

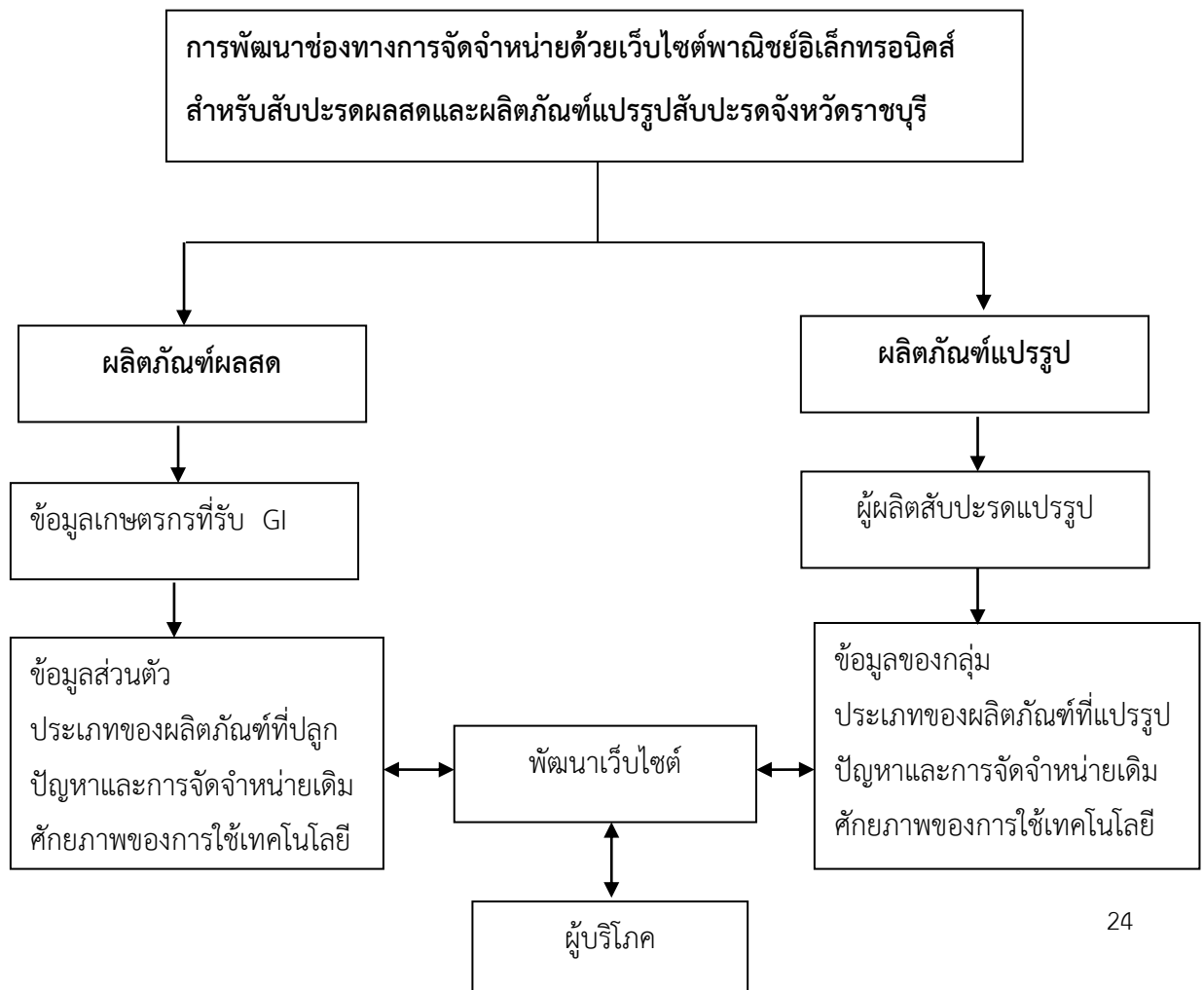
ณัฐณี คงห้วยรอบและกนกพร ชัยประสิทธิ์ (2560) ศึกษาพฤติกรรมการซื้อสินค้าออนไลน์ของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์และเพื่อศึกษาการสื่อสารการตลาดแบบดิจิทัลที่มีผลต่อการซื้อสินค้าออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่เคยใช้บริการเว็บไซต์ LAZADA จำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศอายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับพฤติกรรมการซื้อสินค้ามีความสัมพันธ์กัน และการสื่อสารการตลาดดิจิทัลกับพฤติกรรมการซื้อสินค้ามีความสัมพันธ์กัน และมีข้อเสนอแนะด้านการตลาดผ่านเครื่องมือค้นหาอินเทอร์เน็ต ผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดคือเว็บไซต์มีความน่าเชื่อถือ ดังนั้นเว็บไซต์ LAZADA ควรออกแบบเว็บไซต์ให้มีความน่าเชื่อถือ ใส่ชื่อที่อยู่จริงของบริษัทหรือตัวแทนจำหน่าย สามารถติดต่อได้ง่าย มีการอัปเดตข้อมูล สินค้าใหม่ๆ สม่าเสมอ และมีรีวิวจากผู้ใช้งานจริงมาแสดงไว้ที่หน้าเว็บไซต์เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและความมั่นใจให้กับลูกค้าที่เข้ามาในเว็บไซต์

ชาญณรงค์ แก้วกระจำง (2555) ศึกษาการพัฒนาเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ให้มีคุณภาพอยู่ในเกณฑ์ดีขึ้นไป และเพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้เข้าชมเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 6 ท่าน และผู้เข้าชมเว็บไซต์ที่ทำแบบสอบถามความพึงพอใจออนไลน์จนเสร็จสมบูรณ์จำนวน 35 คน โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลกสนวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า เว็บไซต์ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่มีคุณภาพจากการประเมินของผู้เชี่ยวชาญ ด้านเนื้อหาโดยรวมอยู่ในระดับดีมาก และด้านสื่อโดยรวมอยู่ในระดับดี สำหรับการประเมินความพึงพอใจอยู่ในระดับดี

ณัฐช วิศิษฐ์ผาสุกข์ (2555) ศึกษาปัจจัยแห่งความสำเร็จของเว็บไซต์ตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เรื่องศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการเว็บไซต์ตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จำนวน 4

รายและการสอบถามความคิดเห็นกลุ่มตัวอย่างของผู้บริโภคที่เคยซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์ตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จำนวนทั้งสิ้น 400 รายผลการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ประกอบการด้านการออกแบบพัฒนาเว็บไซต์ตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์พบว่ารูปแบบของเว็บไซต์ที่ผู้พัฒนาและออกแบบให้ความสำคัญเพื่อดึงดูดผู้ใช้งานประกอบด้วย 5 ประการได้แก่ 1) การให้ความสำคัญในการมีตัวตนของผู้ขายสินค้า 2) การรักษาความปลอดภัยในรูปแบบต่าง ๆ 3) การเป็นตัวกลางในการทำธุรกรรมหรือรับส่งสินค้า 4) การเข้าสู่เว็บไซต์ได้หลายช่องทางและ 5) การคำนึงถึงสื่อมัลติมีเดียชนิดต่างๆที่ใส่เข้าไปในหน้าเว็บไซต์ผลการสำรวจความคิดเห็นจากผู้บริโภคปรากฏว่าจุดประสงค์ของการเข้าใช้งานเว็บไซต์ตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มากที่สุดเพื่อต้องการสั่งซื้อสินค้าและบริการโดยคิดเป็นร้อยละ 73 ซึ่งจากการเลือกซื้อสินค้ากลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังหลัก ๆ ที่ยึดถือเพื่อเลือกซื้อสินค้าและเพื่อมั่นใจในการเข้าใช้บริการเว็บไซต์ตลาดกลางนั้นๆคือข้อมูลสารสนเทศของสินค้าต้องมีความเที่ยงตรงและมีแหล่งอ้างอิงชัดเจนข้อมูลส่วนตัวและข้อมูลการทำธุรกรรมของสมาชิกไม่ถูกเปิดเผยยกเว้นการเรียกจากหมายศาลเท่านั้นให้บริการชำระเงินออนไลน์มีมาตรฐานระดับสากลรองรับจากการวิเคราะห์การสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญและแบบสำรวจจากกลุ่มตัวอย่างพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเข้าเยี่ยมชมและซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์ตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์หลักๆ มีอยู่ 5 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านความสวยงามของเว็บไซต์ ปัจจัยด้านสินค้า ปัจจัยด้านข้อมูลสารสนเทศ ปัจจัยด้านระบบต่างๆภายในเว็บไซต์ และปัจจัยด้านความปลอดภัย ซึ่งเป็นปัจจัยหลักที่ทำให้เว็บไซต์ตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของไทยได้รับความนิยมจากผู้บริโภค

กรอบแนวคิดการวิจัย



6. ระเบียบวิธีวิจัย

6.1 ประชากร / กลุ่มตัวอย่าง

- เชิงคุณภาพ

สัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างและไม่มีโครงสร้างจาก ผู้รู้ คือ เกษตรกรผู้ผลิตและจัดจำหน่ายสับปะรดผลสดที่ผ่านเกณฑ์บ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ “สับปะรดบ้านคา” และผู้ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สับปะรดแปรรูปที่อยู่หมู่ 11 ตำบลหนองพันจันทร์ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทั้งหมดที่เป็นผลผลิตจากสับปะรดทั้งผลสดที่ได้รับมาตรฐานสินค้าบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์และสับปะรดแปรรูป ช่องทางการจำหน่ายแบบเดิมและเพื่อหากกลุ่มทดลองที่เป็นเกษตรกรหรือทายาทที่สามารถบริหารจัดการเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการซื้อขายได้

- เชิงปริมาณ

ประชากร คือ ผู้บริโภคที่ซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นผลผลิตจากสับปะรดทั้งผลสดและสับปะรดแปรรูป
กลุ่มตัวอย่าง ทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความน่าจะเป็นแบบสะดวก จำนวน 400 คน

6.2 ขั้นตอนการดำเนินการ

ข้อ	คำถาม	วิธีการศึกษา
1	เกษตรกรผู้ปลูกและจัดจำหน่ายสับปะรดผลสดที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ “สับปะรดบ้านคา” และผู้ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูปสามารถนำมาใช้ประโยชน์และมีช่องทางการจัดจำหน่ายเดิมอย่างไร	- ประชุมกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกและจัดจำหน่ายสับปะรดผลสดที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ “สับปะรดบ้านคา” และผู้จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูปหมู่ 11 ตำบลหนองพันจันทร์เพื่อให้ได้ประโยชน์ แนวทางในการพัฒนาช่องทางจำหน่ายและกลุ่มทดลอง
2	การบริหารจัดการขายสับปะรดผลสดและผลิตภัณฑ์สับปะรดแปรรูปบนเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ควรมีกระบวนการดำเนินงานอย่างไร	- สัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มทดลองและหาแนวทางในการบริหารจัดการการขายผลิตภัณฑ์ทั้ง 2 ประเภท บนเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อให้ได้กระบวนการขายสินค้าออนไลน์บนเว็บไซต์ การรับคำสั่งซื้อ การจัดหาสินค้า การจัดส่งมอบสินค้า การชำระเงิน ผู้ดูแลและรับผิดชอบและควบคุมมาตรฐานของสินค้า
3	การออกแบบเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ง่ายกับการใช้งานในการจัดจำหน่ายสับปะรดผลสดและสับปะรดแปรรูปควรเป็นอย่างไร	- ศึกษาเอกสารทฤษฎีที่เกี่ยวข้องออกแบบและวางแผนพัฒนาเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ง่ายกับบริบทในการใช้งาน

		ของกลุ่มทดลอง - ทดลองการใช้เว็บไซต์และประเมินความ ง่ายในการใช้งาน
--	--	---

6.3 ขอบเขตของการศึกษา

การพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายด้วยเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับสับประรดผลสดและผลิตภัณฑ์แปรรูปสับประรดจังหวัดราชบุรีในครั้งนี้ ได้กำหนดขอบเขตของการศึกษาในประเด็นต่างๆดังนี้

6.3.1. ขอบเขตทางด้านเนื้อหาการศึกษาครั้งนี้กำหนดขอบเขตมุ่งเน้นไปที่การนำจุดเด่นของสับประรดตามเกณฑ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์GIของ “สับประรดบ้านคา” ไปใช้ประโยชน์ เพื่อเพิ่มมูลค่าสับประรดที่เป็นผลสดและผลิตภัณฑ์แปรรูปสับประรดจังหวัดราชบุรี เพื่อขยายช่องทางการจัดจำหน่ายแบบเศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy) ผ่านการพัฒนาเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ครบวงจรที่ประกอบด้วย 1) ส่วนของลูกค้า ได้แก่ ข้อมูลส่วนตัว ข้อมูลการสั่งซื้อสินค้า และแจ้งชำระเงิน 2) ผู้ดูแลระบบ ได้แก่ การจัดการข้อมูลลูกค้า การจัดการข้อมูลสินค้า การตรวจสอบการชำระเงินและการส่งมอบสินค้า

6.3.2. ขอบเขตทางด้านพื้นที่ศึกษาการศึกษานี้จะทำการศึกษาเกษตรกรที่ได้ผ่านเกณฑ์มาตรฐานสินค้าบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์GIของ “สับประรดบ้านคา” จังหวัดราชบุรี จำนวน 38 คน เพื่อหากลุ่มทดลองที่เป็นกลุ่มเกษตรกรหรือทายาทที่สามารถดำเนินการขายผ่านเว็บไซต์อิเล็กทรอนิกส์ และอยู่ในเขตตำบลหนองพันจันทร์ ครอบคลุมพื้นที่ใน หมู่ 4 หมู่ 5 และหมู่ 11 รวมทั้งกลุ่มผู้จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูปสับประรดหมู่ 11

6.3.3. ระยะเวลาในการศึกษา การศึกษานี้ดำเนินการ 12 เดือน

6.4 เครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูล

- แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างและไม่มีโครงสร้างเพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทั้งหมดที่เป็นผลผลิตจากสับประรดทั้งผลสดและสับประรดแปรรูปความสามารถของเกษตรกรหรือทายาทที่สามารถขายสินค้าผ่านเว็บไซต์อิเล็กทรอนิกส์และรูปแบบเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

- แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อเว็บไซต์ของผู้ผลิตและจัดจำหน่ายสับประรดผลสดและสับประรดแปรรูป

6.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ศึกษาข้อมูลพื้นฐานในบริบทของพื้นที่ ข้อมูลพื้นฐานเพื่อประกอบการดำเนินการวิจัย
2. สัมภาษณ์และสังเกตแบบมีส่วนร่วมในการประชุมกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกและจัดจำหน่ายสับประรดที่ผ่านเกณฑ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์GI ของ “สับประรดบ้านคา” จำนวน 38 คน เพื่อชี้แจงการนำสิ่งบ่งชี้ทาง

ภูมิศาสตร์ GI ไปใช้ประโยชน์ซึ่งเป็นกลุ่มผู้ขายสดและกลุ่มผู้ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูปสับปะรด หมู่ 11 เพื่อหาข้อมูลในการผลิตและจัดจำหน่ายเดิม ซึ่งเป็นกลุ่มผู้แปรรูปและศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง เกษตรอำเภอกะเปอร์ตำบลซึ่งเป็นภาคีเครือข่าย เพื่อให้ได้ประโยชน์แนวทางในการพัฒนาช่องทางการขายบนเว็บไซต์ออนไลน์และกลุ่มทดลองที่เป็นกลุ่มเป้าหมายในการพัฒนาเว็บไซต์

3. สัมภาษณ์เชิงลึก กลุ่มเป้าหมายที่เป็นเกษตรกร 3 หมู่บ้าน ได้แก่ หมู่ 4 หมู่ 5 และหมู่ 11 ผู้ขายผลสดและกลุ่มผู้แปรรูปในการหาค่าศักยภาพของเกษตรกรหรือทายาทผู้มีความสามารถการบริหารจัดการการขายสินค้าผ่านทางเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เช่น การรับคำสั่งซื้อ การจัดหาสินค้า การจัดส่งมอบสินค้า การชำระเงิน ผู้ดูแลและรับผิดชอบ และควบคุมมาตรฐานของสินค้า

4. ออกแบบและวางแผนพัฒนาเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ง่ายกับการใช้งานของกลุ่มทดลอง
5. ถ่ายทอดการใช้เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้กับกลุ่มทดลองร่วมกับภาคีเครือข่าย
6. ทดลองใช้เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อวัดยอดขายสินค้าผ่านทางเว็บไซต์
7. สอบถามความพึงพอใจของผู้ใช้และผู้บริโภคที่มีต่อเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

6.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อ	คำถาม	สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล
1	เกษตรกรผู้ปลูกและจัดจำหน่ายสับปะรดผลสดที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ “สับปะรดบ้านคา” และผู้ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูปสามารถนำมาใช้ประโยชน์และมีช่องทางการจัดจำหน่ายเดิมอย่างไร	การวิเคราะห์เนื้อหา
2	การบริหารจัดการขายสับปะรดผลสดและผลิตภัณฑ์สับปะรดแปรรูปบนเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ควรมีกระบวนการดำเนินงานอย่างไร	การวิเคราะห์เนื้อหา
3	การออกแบบเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่เหมาะสมกับการใช้งานในการจัดจำหน่ายสับปะรดผลสดและสับปะรดแปรรูปควรเป็นอย่างไร	ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

7. แผนงานของโครงการ

วัตถุประสงค์การวิจัย	ระเบียบวิธีวิจัย	กิจกรรม	ผลที่คาดว่าจะได้รับ	วัน/เวลาดำเนินการ
1. เพื่อศึกษาค่าศักยภาพ	1.วิธีการวิจัยเชิง	1. คี ก ษ า ขั อ มู ล พื ้น ฐ า น	1. ขั อ มู ล เชิง ลี ก ที่	เดือนที่

<p>ของเกษตรกรเกี่ยวกับความสามารถในการบริหารจัดการการขายผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์</p>	<p>คุณภาพผู้รู้ คือ เกษตรกรผู้ผ่านเกณฑ์บ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) โดยเก็บข้อมูลการประชุมกลุ่มใช้เครื่องมือการสังเกต/แบบบันทึก</p>	<p>ประกอบกรดำเนินการวิจัย 2. สัมภาษณ์และสังเกตแบบมีส่วนร่วม ในการประชุมเกษตรกรผู้ปลูกและจัดจำหน่ายสับปะรดที่ผ่านเกณฑ์ GI ของ “สับปะรดบ้านคา” เพื่อชี้แจงการนำสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไปใช้ประโยชน์ซึ่งเป็นกลุ่มผู้ขายสด และกลุ่มผู้ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูปสับปะรด หมู่ 11 เพื่อหาข้อมูลในการผลิตและจัดจำหน่ายเดิมซึ่งเป็นกลุ่มผู้แปรรูปและศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ เกษตรกรอำเภอ/ตำบล ซึ่งเป็นภาคเครือข่าย</p>	<p>เกี่ยวกับการจัดจำหน่ายสับปะรดผลสดของเกษตรกรที่ได้รับมาตรฐานสินค้าบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์และสับปะรดแปรรูป 2. กลุ่มเป้าหมายที่มีความสามารถใช้เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์</p>	<p>1-3</p>
<p>2. เพื่อพัฒนาเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับสับปะรดผลสดและผลิตภัณฑ์แปรรูปสับปะรดจังหวัดราชบุรี ที่ผู้บริโภคพึงพอใจ</p>	<p>ผู้รู้ คือเกษตรกรกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้เครื่องมือการสัมภาษณ์เชิงลึก</p>	<p>1. สัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มเป้าหมายเกษตรกรผู้ขายผลสดและผู้แปรรูปในการหาศักยภาพ ความสามารถในการบริหารการขายสินค้าผ่านทางเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อให้ได้ผู้ดูแลในการบริหารจัดการ</p>	<p>1. แนวทางการบริหารจัดการการขายสินค้าบนเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เช่น การรับคำสั่งซื้อ การจัดหาสินค้า การจัดส่งมอบสินค้า การชำระเงิน ผู้ดูแลและรับผิดชอบ และควบคุมมาตรฐานของสินค้า</p>	<p>เดือนที่ 3-6</p>
	<p>แบบสอบถาม</p>	<p>1. ออกแบบและวางแผนพัฒนาเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ง่ายกับบริบทในการใช้งานของกลุ่มทดลอง 2. ถ่ายทอดการใช้เว็บไซต์</p>	<p>1. เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 2. ยอดขายจากการทดลองใช้เว็บไซต์ 3. ความพึงพอใจของ</p>	<p>เดือนที่ 7-12</p>

		<p>พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้กับกลุ่มทดลองร่วมกับภาคีเครือข่าย</p> <p>3. ทดลองใช้เว็บไซต์เพื่อศึกษายอดขาย</p> <p>4. สอบถามความพึงพอใจของผู้ใช้เว็บไซต์และผู้บริโภคที่มีต่อเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์</p>	<p>ผู้ใช้เว็บไซต์และความพึงพอใจของผู้บริโภค</p>	
--	--	---	---	--

8. เป้าหมายของผลผลิต (Output) และตัวชี้วัด

ระยะเวลา	ผลผลิต (Output)	ตัวชี้วัด
เดือนที่ 1-6	<p>- ข้อมูลเกษตรกรในพื้นที่ หมู่ 4 หมู่ 5 และหมู่ 11 ที่ได้รับมาตรฐานสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ “สับปะรดบ้านคา” และผู้จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สับปะรดแปรรูปในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายแบบเดิม ราคาในการขาย ปริมาณในการขายของ 3 ปีที่ผ่านมา</p> <p>- แนวทางการบริหารจัดการการขายสินค้าบนเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เช่น การรับคำสั่งซื้อ การจัดหาสินค้า การจัดส่งมอบสินค้า การชำระเงิน ผู้ดูแลและรับผิดชอบ และควบคุมมาตรฐานของสินค้า</p>	<p>- ข้อมูลเชิงลึกของเกษตรกร 20 คน</p> <p>- เกษตรกรเป้าหมาย อย่างน้อย 1 กลุ่ม ที่สามารถบริหารจัดการการขายบนเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์</p>
เดือนที่ 7-12	เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ทดลอง ติดตามและประเมินผล	เว็บไซต์ 1 เว็บไซต์ ความพึงพอใจของผู้บริโภค ผู้ใช้ และยอดขาย

9. เป้าหมายของผลลัพธ์ (Outcome) และผลกระทบ (Impact)

ผลลัพธ์ (Outcome)	ผลกระทบ (Impact)
ข้อมูลเชิงลึกของเกษตรกรที่ได้รับมาตรฐานสินค้าบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่เกี่ยวกับการจัดจำหน่ายสับปะรดผลสดและผลิตภัณฑ์แปรรูปเพื่อเพิ่มยอดขาย	เกษตรกรผู้ปลูกและจัดจำหน่ายสับปะรดสามารถใช้ประโยชน์จากการที่ได้รับมาตรฐานสินค้าบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ GI “สับปะรดบ้านคา” ในการขายสับปะรดผ่านเว็บไซต์มากขึ้น
เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับสับปะรดผลสดและผลิตภัณฑ์แปรรูปสับปะรดจังหวัดราชบุรีที่ง่ายต่อการใช้งาน	เกษตรกรใช้เว็บไซต์อิเล็กทรอนิกส์ที่สามารถใช้งานได้ ทำให้มีช่องทางการขายมากขึ้น รายได้เพิ่มขึ้น

เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีความน่าเชื่อถือ เชื่อมั่นในสายตาของผู้บริโภค	ยกระดับด้านการตลาดให้กับชุมชนโดยผ่านเว็บไซต์ พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
---	---

10. งบประมาณ

งบประมาณของโครงการ

รายละเอียด	งบประมาณ (บาท)
1. งบบุคลากร	
2. หมวดดำเนินงาน	
2.1 ค่าตอบแทน	
- ค่าตอบแทนนักวิจัย	48,000
- ค่าตอบแทนผู้ให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์เชิงลึก 35 คนๆ ละ 300 บาท	10,500
- ค่าตอบแทนวิทยากรในการถ่ายทอดการใช้เว็บไซต์และระบบการขายแบบครบวงจร จำนวน 3 วัน : วันที่ 1,2 ถ่ายทอดการใช้เว็บไซต์/วันที่ 3 ระบบการขายและทดลองขายผ่านเว็บไซต์ จำนวน 18 ชั่วโมงๆ ละ 600 บาท	10,800
- ค่าตอบแทนผู้เชี่ยวชาญวิเคราะห์แบบสอบถาม 2 ชุด จำนวน 6 คนๆ ละ 1,000 บาท	6,000
2.2 ค่าใช้สอย	
- ค่าเช่าสถานที่ประชุมกลุ่ม จำนวน 2 ครั้งๆ ละ 1,200 บาท	2,400
- ค่าเช่าห้องคอมพิวเตอร์เพื่อถ่ายทอดการใช้เว็บไซต์ 2 วัน จำนวน 1 ครั้ง	3,200
- ค่าอาหารกลางวันประชุมกลุ่มเกษตรกร จำนวน 40 คน 1 มื้อ และประชุมกลุ่มผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูป จำนวน 25 คน 1 มื้อๆ ละ 90 บาท	5,850
- ค่าอาหารกลางวันอบรมถ่ายทอดการใช้เว็บไซต์ จำนวน 10 คน 2 มื้อๆ ละ 90 บาท	1,800
- ค่าอาหารว่าง ประชุมกลุ่มเกษตรกร จำนวน 40 คน 2 มื้อ และประชุมกลุ่มผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูป จำนวน 25 คน 2 มื้อ ๆ ละ 40 บาท	5,200
- ค่าอาหารว่างอบรมถ่ายทอดการใช้เว็บไซต์ จำนวน 10 คน 4 มื้อๆ ละ 40 บาท	1,600
- ค่าเบี้ยประชุม จำนวน 40 คน 1 ครั้ง และจำนวน 25 คน 1 ครั้งๆ ละ 200 บาท	13,000
- ค่าเบี้ยเลี้ยงเดินทาง เพื่อดำเนินการติดต่อประสานงาน 3 คน 12 ครั้งๆ ละ 240 บาท	8,640
- ค่ายานพาหนะส่วนตัวเหมาจ่ายกิโลเมตรละ 4 บาท เดินทางไปกลับ จำนวน 30 ครั้งๆ ละ 90 กม. จากมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง ถึงหมู่ 4,5,11 ต.หนองพันจันทร์ อำเภอบ้านคา	10,800

- ค่าจ้างสร้างเว็บไซต์ จำนวน 1 เว็บไซต์ๆ ละ 60,000 บาท	60,000
- ค่า cloud hosting จำนวน 4 ปีๆ ละ 3,000 บาท	12,000
- ค่าจัดทำรายงานความก้าวหน้า จำนวน 8 เล่มๆ ละ 50 บาท	400
- ค่าจัดทำร่างรายงานฉบับสมบูรณ์ จำนวน 8 เล่มๆ ละ 150 บาท	1,200
- ค่าจัดทำรายงานฉบับสมบูรณ์ จำนวน 4 เล่มๆละ 350 บาท	1,400
- ค่าติดต่อสื่อสารประสานงานเหมารวม 1 ครั้งๆ ละ 3,500 บาท	3,500
- ค่าจ้างกรอกข้อมูลจากแบบสอบถามลงระบบ 2 ครั้งๆ ละ 2,000 บาท	4,000
- ค่าถ่ายเอกสารแบบสอบถามผู้บริโภคน จำนวน 1,600 หน้าๆ ละ 0.5 บาท	800
- ค่าถ่ายเอกสารแบบสอบถามผู้ใช้งานเว็บไซต์ จำนวน 100 หน้าๆ ละ 0.5 บาท	50
- ค่าถ่ายเอกสารคู่มือการใช้งานเว็บไซต์ จำนวน 25 เล่มๆ ละ 40 บาท	1,000
- ค่า Wifi เพื่อทดลองขาย 3 เดือนๆ ละ 1,200 บาท	3,600
- ค่าจ้างเก็บแบบสอบถามจากผู้บริโภค 400 ชุดๆ ละ 5 บาท	2,000
2.3 ค่าวัสดุ	
- กระดาษ A4 จำนวน 10 รีมๆ ละ 115 บาท	1,150
- ปากกาเคมี จำนวน 40 ด้ามๆ ละ 15 บาท	600
- ปลั๊กไฟต่อแบบสายยาว จำนวน 5 อันๆ ละ 800	4,000
- หมึก HP จำนวน 2 กล่องๆ ละ 2,400 บาท	4,800
- หมึกสี HP จำนวน 1 กล่องๆ ละ 2,810 บาท	2,810
- ถ่าน AA จำนวน 10 แพ็คๆ 90 บาท	900
- ถ่าน AAA จำนวน 10 แพ็คๆ 120 บาท	1,200
- กระดาษฟลูฟ จำนวน 40 แผ่นๆ ละ 5 บาท	200
- ค่าปากกา จำนวน 50 ด้ามๆ ละ 6 บาท	300
- ค่าสมุดบันทึก จำนวน 40 เล่มๆ ละ 40 บาท	1,600
- ค่าแฟรชไดซ์ 128 GB จำนวน 10 อันๆ ละ 1,200 บาท	12,000
- ที่ลบคำผิด จำนวน 20 อันๆ ละ 35 บาท	700
- เมาส์ไร้สาย จำนวน 10 อันๆ ละ 200 บาท	2,000
รวมทั้งสิ้น	250,000

หมายเหตุขอถัวเฉลี่ยจ่ายทุกรายการเท่าที่จ่ายจริง

11. คำสำคัญ (Keywords)

เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

12. บรรณานุกรม

คณะกรรมการขับเคลื่อนนโยบาย smart Farmer และ Smart Officer. ค้นจาก

<http://www.oic.go.th/FILEWEB/CABINFOCENTER2/DRAWER049/GENERAL/DATA0000/0000040.PDF>

จักรกฤษณ์ หมั่นวิชาและคณะ. (2559). **การพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับสินค้ากระจุดบ้านทะเลน้อยจังหวัดพัทลุง**. บทความวิชาการ.การประชุมมหาดใหญ่วิชาการระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 7. มหาวิทยาลัยมหาดใหญ่

ชฎาพร โพคัยสุวรรณและคณะ. (2561). **โครงการสร้างมูลค่าผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจฐานรากจากพืชเศรษฐกิจชุมชนสับปะรดจังหวัดราชบุรี**. ราชบุรี: สนับสนุนโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง.

ชาญณรงค์ แก้วกระจ่าง. (2555). **การพัฒนาเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่**. สารนิพนธ์ กศ.ม. (เทคโนโลยีการศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ญาณวุฒิ เสวตธิตกุล. (2557). **องค์ประกอบหลักของร้านค้าออนไลน์**. บทความวิจัย วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคมมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. Vol 2 No 2 (2014): กรกฎาคม-ธันวาคม 2557

ณัฐณี คงห้วยรอบและคณะ. (2560). **การสื่อสารการตลาดดิจิทัลที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าออนไลน์บนเว็บไซต์ LAZADA ในกรุงเทพมหานคร**. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ทรงเกียรติ อิงคามระธร. (2561).**การพัฒนาเกษตรกรผู้ปลูกสับปะรดจังหวัดราชบุรีให้เป็น Smart Farmer โดยการเรียนรู้จาก Smart Farmer ต้นแบบ ราชบุรี: สนับสนุนโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง.**

บุญอยู่ ขอพรประเสริฐ. (2557). **พฤติกรรมการใช้เฟสบุ๊ค (Facebook) ของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร**.วันที่ค้นข้อมูล 7 มกราคม 2560, จาก <http://oknation.nationtv.tv/blog/print.php?id=931471>

ภูริวิชิตษ์ผาสุกข์.(2555).**ศึกษาปัจจัยแห่งความสำเร็จของเว็บไซต์ตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์**.วิทยานิพนธ์หลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิตสาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

รพีภัทร มานะสุนทรและคณะ.(2558). การพัฒนาเว็บไซต์และการสร้างสังคมออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์
ธุรกิจชุมชน ในเขตอำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม.งานวิจัยของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

วรรณ ราชญา. (2556). แนวทางในการพัฒนาเว็บไซต์ www.studentloan.rmutl.ac.th สำหรับงาน
กองทุน เงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ภาคพายัพ เชียงใหม่.
ได้รับ ทุนอุดหนุนจาก มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ภาคพายัพ เชียงใหม่

สุเมธ สุขมงคล, (2558). สถานสัมพันธ์...ให้ได้เงินล้าน Online Relationship Selling.
กรุงเทพมหานคร: โฮมบายเออร์ไกด.

สัจจา ไกรศรีรัตน์และคณะ.(2561). การสร้างอัตลักษณ์ตราสินค้าสับประรดจังหวัดราชบุรีโดยใช้สิ่งบ่งชี้ทาง
ภูมิศาสตร์และเทคโนโลยีสื่อสารดิจิทัลระบบคิวอาร์โค้ดราชบุรี: สนับสนุนโดยสำนักงานกองทุน
สนับสนุนการวิจัย (สกว.) มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง.

Boyd, D. M, Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship.
Journal of Computer-Mediated Communication, 13(1), article 11

13. ภาคผนวก :ประวัติของนักวิจัยที่เข้าร่วมโครงการ

13.1 หัวหน้าโครงการวิจัย

ชื่อ – นามสกุล (ภาษาไทย): เจนคณิต สุขสัมฤทธิ์

ชื่อ – นามสกุล (ภาษาอังกฤษ): Jenkanit Sugsamrit

หมายเลขประจำตัวประชาชน : 3-7002-00008-22-4

ตำแหน่งปัจจุบัน: อาจารย์สายวิชาการ (พนักงานมหาวิทยาลัย)

หน่วยงานและสถานที่อยู่ที่ติดต่อ: คณะวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง

ที่อยู่ : 46 หมู่ 3 ต.จอมบึง อ.จอมบึง จ.ราชบุรี 70150

e-mail : janekanit.js@gmail.com

1. ประวัติการศึกษา

1) วุฒิมหาบัณฑิต : ศศ.บ. ศิลปศาสตรบัณฑิต (ภาษาอังกฤษธุรกิจ)

สถาบันการศึกษา : มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง

2) วุฒิมหาบัณฑิต : บธ.ม. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต(การตลาด)

สถาบันการศึกษา : มหาวิทยาลัยศรีปทุม

2. ประวัติการทำงาน

พ.ศ.2551 –2555 นักวิชาการศึกษา ประจำศูนย์ภาษา

มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง
พ.ศ.2556 – ปัจจุบัน อาจารย์สอนวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง
รองผู้อำนวยการสำนักศิลปะและวัฒนธรรม
มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง

3.ประสบการณ์ในการวิจัยและผลงานวิชาการ

3.1 การวิจัย

- 1) ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการลูกค้าเชิงสัมพันธ์ภาพ ความพึงพอใจของลูกค้าและความภักดีของลูกค้าที่มีต่อบริษัทเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ พ.ศ. 2551
- 2) การใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) เป็นเครื่องมือในการสร้างมาตรฐานและตราสินค้าเพื่อสร้างความเชื่อมั่นของผู้บริโภคต่อคุณภาพของสับปะรดจังหวัดราชบุรีพ.ศ. 2561
- 3) การศึกษาแนวทางการเพิ่มช่องทางการตลาดของพริกแกงกะเหรียงในจังหวัดราชบุรีพ.ศ. 2559

3.2 ผลงานวิชาการ

- 1). ชุดสื่อประสมภาษาอังกฤษเพื่อการตลาดเบื้องต้น เรื่อง Bargaining พ.ศ. 2557

13.2 ผู้ร่วมโครงการวิจัย

ชื่อ – นามสกุล (ภาษาไทย): สุจิตตรา จันทร์ลอย

ชื่อ – นามสกุล (ภาษาอังกฤษ): Suchittra Chanloy

หมายเลขประจำตัวประชาชน : 3-7101-01006-20-7

ตำแหน่งปัจจุบัน: อาจารย์สายวิชาการ (พนักงานมหาวิทยาลัย)

หน่วยงานและสถานที่ติดต่อ: คณะครุศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง

ที่อยู่ : 46 หมู่ 3 ต.จอมบึง อ.จอมบึง จ.ราชบุรี 70150

1. ประวัติการศึกษา

1) วุฒิมหาบัณฑิต : ค.บ. ครุศาสตร์บัณฑิต (เทคโนโลยีและนวัตกรรมทางการศึกษา)

สถาบันการศึกษา : สถาบันราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง

2) วุฒิมหาบัณฑิต : ศ.ม.ศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต (เทคโนโลยีการศึกษา)

สถาบันการศึกษา : มหาวิทยาลัยศิลปากร

2. ประวัติการทำงาน

2547 – 2550 เจ้าหน้าที่โครงการจัดการศึกษาเพื่อพัฒนาครู ในโครงการพระราชดำริ

สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี

- 2551 – 2553 อาจารย์ประจำสาขาวิชาคริสตศาสนศึกษา วิทยาลัยแสงธรรม
- 2553 – 2554 ผู้ช่วยผู้อำนวยการศูนย์ส่งเสริมและพัฒนางานทางวิชาการ
วิทยาลัยแสงธรรม
- 2554 – 2555 อาจารย์อัตราจ้างตามสัญญา สังกัดคณะครุศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง
- 2555 – ปัจจุบัน พนักงานมหาวิทยาลัย ตำแหน่งอาจารย์ คณะครุศาสตร์
ประธานสาขาวิชาเทคโนโลยีการศึกษาและคอมพิวเตอร์การศึกษา
รองผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา
มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง

3. ประสบการณ์ในการวิจัยและผลงานวิชาการ

- 2551 ความต้องการศึกษาต่อของบุคลากรทางการศึกษาวิทยาลัยแสงธรรม
- 2552 การพัฒนาการเรียนการสอนวิชา วท.100 วิทยาศาสตร์ในชีวิตประจำวัน
ด้วยวิธีการกระบวนการกลุ่มนำเสนอ วิทยาลัยแสงธรรม
- 2555 การศึกษาผลการใช้เว็บบล็อกเพื่อพัฒนาการคิดวิเคราะห์ในการเรียนการสอนวิชา
เทคโนโลยีการศึกษา สำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง
- 2556 การประยุกต์ใช้เศรษฐกิจพอเพียงในการดำเนินชีวิตของนักเรียนโรงเรียนสังกัด
สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐานในเขตเทศบาล ต.จอมบึง อ.จอมบึง จ.ราชบุรี
- 2559 การพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มแก่สินค้าเกษตรสับปรดสวนผึ้ง-บ้านคา
จังหวัดราชบุรี
- 2560 การพัฒนารูปแบบการใช้คลาวด์คอมพิวเตอร์ตั้งในกระบวนการเรียนรู้เพื่อ “ลดเวลาเรียน
เพิ่มเวลารู้” สำหรับโรงเรียนสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน อำเภอจอมบึง จังหวัด
ราชบุรี

13.3 ผู้ร่วมโครงการวิจัย

ชื่อ – นามสกุล (ภาษาไทย): สมัชญา ตันวรราชโชติ

ชื่อ – นามสกุล (ภาษาอังกฤษ): Samatchayar Tanwarachot

หมายเลขประจำตัวประชาชน : 1-7099-0088-7-19-2

ตำแหน่งปัจจุบัน:พนักงานมหาวิทยาลัย

หน่วยงานและสถานที่ติดต่อ:สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง

46 หมู่ 3 ตำบลจอมบึง อำเภอจอมบึง จังหวัดราชบุรี 70150 โทรศัพท์ 032 261790-7 ต่อ

1080 โทรศัพท์มือถือ 087 568 0296

e - mail address :thittajunne@gmail.com

ประวัติการศึกษา:

- 1) วุฒิมัธยมศึกษา : วท.บ. วิทยาการคอมพิวเตอร์
สถาบันการศึกษา : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- 2) วุฒิมัธยมศึกษา : กำลังศึกษาต่อ วท.ม.เทคโนโลยีสารสนเทศ
สถาบันการศึกษา : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

14. ข้อเสนอโครงการวิจัยหรือส่วนหนึ่งส่วนใดของข้อเสนอโครงการวิจัยนี้ (เลือกได้เพียง 1 ข้อ)

ไม่ได้นำเสนอต่อแหล่งทุนอื่น

เสนอต่อแหล่งทุนอื่น (ระบุชื่อแหล่งทุนทุกแหล่ง)

(ลงชื่อ)

(นางสาวเจนคณิต สุขสัมฤทธิ์)

ตำแหน่ง อาจารย์

หัวหน้าโครงการ

วันที่เดือน.....พ.ศ.

(ลงชื่อ)

(นางสาวสุจิตตรา จันทร์ลอย)

ผู้ร่วมวิจัย

วันที่เดือน.....พ.ศ.

(ลงชื่อ)

(นางสาวสมัชญา ต้นวราโชติ)

ผู้ร่วมวิจัย

วันที่เดือน.....พ.ศ.