

เว็บไซต์ภูมิปัญญาท้องถิ่น “ของดีตำบลเกวียน” สำหรับการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขายสินค้าชุมชน จังหวัดนครราชสีมา

สุมาลี คัดสูงเนิน¹, ชัยภัทร สุพันธุ์¹, รัตติยาพร พันธุ์ภักดี¹, สโรชา ไชยสงค์¹, ศติกานต์ ไพลกลาง^{1*}, และ นงลักษณ์ อันทะเดช¹

The Local Wisdom Website as “Khong Dee Dan Kwian” for Public Relations and Sales Promotion of Community Products in Nakhon Ratchasima Province

Sumalee Kadsungnoen^{1*}, Chaipat Supanphim¹, Rattiyaphon Panphakdee¹, Sarocha Chaisong¹, Sasikarn Plaiklang^{1*} and Nonglak Untadech¹

¹ Information System Department, Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Isan, Nakhon Ratchasima, 30000

* Corresponding author: sasikarn1008@gmail.com

Received: February 28, 2023; Revised: June 5, 2023; Accepted: June 12, 2023

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ออกแบบและพัฒนาระบบเว็บไซต์ภูมิปัญญาท้องถิ่น “ของดีตำบลเกวียน” ใช้สำหรับการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขายสินค้าชุมชนตำบลเกวียน จังหวัดนครราชสีมา 2) เพื่อประเมินประสิทธิภาพของระบบและความพึงพอใจของผู้ใช้งานเว็บไซต์ ฯ สำหรับขั้นตอนการดำเนินงาน ประกอบด้วย 1) การศึกษาปัญหาและรวบรวมข้อมูลธุรกิจ 2) การวิเคราะห์และออกแบบระบบ 3) พัฒนาเว็บไซต์ ฯ ด้วยระบบการจัดการเนื้อหาของเว็บไซต์โดยใช้โปรแกรม WordPress และ โปรแกรม phpMyAdmin ในการบริหารจัดการฐานข้อมูล 4) ทดสอบระบบ 5) ประเมินประสิทธิภาพของระบบจากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน และ 6) ประเมินความพึงพอใจในการใช้งานจากกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้งานเว็บไซต์ จำนวน 384 คน โดยมีเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบประเมินประสิทธิภาพของระบบ และแบบประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งาน และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า เว็บไซต์ภูมิปัญญาท้องถิ่น “ของดีตำบลเกวียน” ฯ ช่วยเพิ่มช่องทางการส่งเสริมการขายและประชาสัมพันธ์สินค้าชุมชนตำบลเกวียนผ่านระบบออนไลน์ ทำให้ร้านค้าในชุมชนเป็นที่รู้จักมากขึ้นทั้งลูกค้าภายในประเทศและต่างประเทศ นอกจากนี้ ผลการประเมินประสิทธิภาพระบบจากผู้เชี่ยวชาญมีผลการประเมินโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.55 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.13 โดยผู้เชี่ยวชาญให้ความสำคัญมากที่สุดคือ ด้านกระบวนการทำงานของระบบ รองลงมาคือ ด้านการประมวลผลการทำงานของระบบ และด้านความปลอดภัยของระบบ และผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานโดยรวม พบว่า มีความพึงพอใจมากที่สุด ซึ่งมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.42 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.30 โดยด้านที่ผู้ใช้งานให้ความสำคัญมากที่สุดคือ ด้านการติดต่อผู้ใช้ รองลงมาคือ ด้านประโยชน์/การนำไปใช้ และด้านเนื้อหา

คำสำคัญ: ภูมิปัญญา, ของดีตำบลเกวียน, เว็บไซต์

¹ สาขาวิชาระบบสารสนเทศ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน นครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา 30000

Abstract

The objectives of this research were 1) to design and develop the local wisdom website as “Khong Dee Dan Kwian” for public relations and sales promotion of community products in Nakhon Ratchasima province 2) to assess the efficiency of the system and the satisfaction of website users. For the operation steps that include 1) learning problems and business data collection 2) analysis and design system 3) website developing with the content management system of the website using the WordPress program and the phpMyAdmin program to manage database 4) system testing 5) system performance assessment from the 3 experts and the satisfaction of use assessment from the sample of 384 website users, Statistics used to analyze data were averages and standard deviations. The results showed that the local wisdom website as “Khong Dee Dan Kwian” helps increasing sales promotion and public relations of Dan Kwian community products channels through online system. As a result, the community shops are more well known to both domestic and international customers. In addition, the result of the system performance assessment from the experts was at the highest level of overall assessment with the overall mean of 4.55 and the standard deviation of 0.13. The experts give the most importance to the process of the system, followed by the system processing and system safety and the satisfaction assessment from the users was at the highest level of overall assessment with the overall mean of 4.42 and the standard deviation of 0.30. The users give the most importance to user interface, followed by the benefits/application and content.

Keywords: Local Wisdom, Khong Dee Dan Kwian, Website

บทนำ

ปัจจุบันการพัฒนาเว็บไซต์ เป็นช่องทางหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญในการประชาสัมพันธ์และเพิ่มช่องทางการตลาดของธุรกิจภายในประเทศและต่างประเทศ ตลอดจนการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขายสินค้าภายในชุมชนให้เป็นที่รู้จักและแพร่หลายมากขึ้น ร้านเครื่องปั้นดินเผา เป็นธุรกิจที่มีความสำคัญเป็นอันดับหนึ่งของชุมชนด้านเกวียนจังหวัดนครราชสีมา เนื่องจากเครื่องปั้นดินเผาด้านเกวียนนั้น ถือเป็นทุนทางศิลปวัฒนธรรมเก่าแก่ที่มีชื่อเสียง และมีศักยภาพทางเศรษฐกิจเชิงวัฒนธรรมสูงมากแห่งหนึ่งของประเทศไทย เพราะมีรากเหง้าทางประวัติศาสตร์ด้านการผลิตเครื่องปั้นดินเผาที่ชัดเจน และยังคงดำรงอยู่เรื่อยมาจนถึงปัจจุบัน ยังเป็นที่ยอมรับในวงการเครื่องปั้นดินเผาว่ามีเนื้อดินที่สวยงามและสีของภาชนะเมื่อเผาแกร่ง ซึ่งจะมีความงามที่เป็นอัตลักษณ์เฉพาะที่ไม่เหมือนใคร ความงามที่นับเป็นอัตลักษณ์เฉพาะนี้ส่งผลให้เครื่องปั้นดินเผาด้านเกวียนได้รับความนิยมจากผู้บริโภคต่างถิ่นและทำให้เครื่องปั้นดินเผาด้านเกวียนเป็นศูนย์กลางทางศิลปวัฒนธรรมการผลิตเครื่องปั้นดินเผาที่สำคัญของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เทียบเคียงได้กับเครื่องปั้นดินเผาบ้านเชียงที่ ตำบลบ้านเชียง อำเภอหนองหาน จังหวัดอุดรธานี (สืบศักดิ์ สิริมงคลกาล และคณะ, 2563) เนื่องจากนโยบายของรัฐบาล ตั้งแต่อดีตเรื่อยมา ได้มีการส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวและการตลาดให้แก่ชุมชน โดยแต่ละชุมชนได้มีความพยายามในการสร้างจุดเด่นซึ่งมีหลากหลายแบบ เช่น รูปทรงของเครื่องปั้นดินเผา ลวดลายศิลปะของเครื่องปั้นดินเผา เพื่อเป็นเครื่องดึงดูดให้กับลูกค้า แต่เนื่องด้วยในชุมชนด้านเกวียนเป็นแหล่งผลิตเครื่องปั้นดินเผาที่สำคัญของประเทศ ส่งผลให้มีร้านค้าภายในชุมชนเกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก ทำให้เกิดการแข่งขันทางการตลาดสูง ดังนั้นร้านค้าใดที่สามารถสร้างความแตกต่างและตอบโจทย์ลูกค้าได้มาก จึงจะอยู่รอดในสถานะเศรษฐกิจในปัจจุบัน นอกจากนี้จากสถานการณ์ระบาดของโรคไวรัสโควิด 19 ส่งผลให้ยอดขายสินค้าท้องถิ่นลดลง จากการลงสำรวจบรรยากาศบริเวณ

ลานด้านเกวียน ตำบลด้านเกวียน อำเภอโคกชัย จังหวัดนครราชสีมา เป็นแหล่งจำหน่ายเครื่องปั้นดินเผา ซึ่งเป็นภูมิปัญญาของชาวบ้านด้านเกวียน ณ วันที่ 2 พฤษภาคม 2564 ของผู้สื่อข่าวมติชน รายงานว่า พบว่า หลังจากมีการแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 ทำให้ประชาชนและนักท่องเที่ยวลดลง ไม่มีนักท่องเที่ยวมาเดินชมเครื่องปั้นดินเผา และเลือกซื้อเครื่องปั้นดินเผาเหมือนในช่วงก่อนเกิดการแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 ทำให้พ่อค้าแม่ค้าในชุมชนขายสินค้าไม่ได้ บางรายถึงกับลดราคาสินค้ากว่า 50% เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว (มติชนออนไลน์, 2564) ส่งผลให้ยอดขายสินค้าท้องถิ่นลดลง เนื่องจากส่วนใหญ่ชาวบ้านในท้องถิ่นจะทำการขายสินค้าท้องถิ่นหน้าร้านเพียงอย่างเดียว การซื้อขายสินค้าจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อมีลูกค้าเดินทางไปซื้อสินค้าที่หน้าร้านเท่านั้น นอกจากนี้ ชาวบ้านในชุมชนยังขาดความรู้ความเข้าใจในด้านเทคโนโลยีและสื่อโฆษณาบนโลกออนไลน์ เพื่อช่วยส่งเสริมการขายประชาสัมพันธ์ และเพิ่มช่องทางการตลาดเพื่อให้มีฐานลูกค้าเพิ่มมากขึ้น

ดังนั้น คณะผู้วิจัยจึงเล็งถึงปัญหาดังกล่าวข้างต้น จึงเกิดแนวคิดที่จะเพิ่มช่องทางการส่งเสริมการขายและประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางระบบออนไลน์ ด้วยการพัฒนาเว็บไซต์ภูมิปัญญาท้องถิ่น “ของดีด้านเกวียน” เพื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขายสินค้าชุมชน จังหวัดนครราชสีมา ซึ่งจะทำให้ร้านค้าในชุมชนมีรายได้เพิ่มมากขึ้น สามารถประชาสัมพันธ์ และขายสินค้าในรูปแบบออนไลน์ ทำให้ร้านค้าในชุมชนเป็นที่รู้จักแพร่หลายมากขึ้น ทั้งลูกค้าภายในประเทศและต่างประเทศ

วัตถุประสงค์

1. เพื่อออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์ภูมิปัญญาท้องถิ่น “ของดีด้านเกวียน” เพื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขายสินค้าชุมชน จังหวัดนครราชสีมา
2. เพื่อประเมินประสิทธิภาพของระบบและประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานเว็บไซต์ภูมิปัญญาท้องถิ่น “ของดีด้านเกวียน” เพื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขายสินค้าชุมชน จังหวัดนครราชสีมา

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ (SWOT Analysis)

เพียร์พา เลียมสวอร์ธ (2560) ระบุว่า การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ (SWOT Analysis) ได้เป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลายในปี ค.ศ. 1971 โดย Kenneth Andrews ซึ่งเป็นเครื่องมือที่ใช้กันทั่วโลกจนถึงปัจจุบัน โดยวิธีการของการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจนี้ เป็นวิธีการที่สำคัญที่องค์กรหรือผู้ประกอบการจะนำมาใช้ในการกำหนดหรือตัดสินใจกลยุทธ์ในองค์กร นอกจากนี้ SWOT ยังเป็นเครื่องมือที่ช่วยวิเคราะห์จุดแข็งและโอกาสให้เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนา และยังสามารถป้องกันจุดอ่อนและต่อต้านอุปสรรคที่จะเกิดขึ้นภายในองค์กรได้อีกด้วย ในทำนองเดียวกัน Enable survey (2565) ได้กล่าวไว้ว่าการทำ SWOT Analysis มีประโยชน์ในการทำให้ธุรกิจตระหนักและเข้าใจถึงสภาพแวดล้อมภายในและภายนอก ได้แก่ จุดแข็งและจุดอ่อนขององค์กร รวมถึงโอกาสและอุปสรรคที่บริษัทจะต้องประสบซึ่งจะช่วยลดอุปสรรคจากภายนอกและใช้ความได้เปรียบที่เป็นไปได้ของโอกาสในการสร้างความได้เปรียบให้กับธุรกิจ นอกจากนี้ องค์กรจะใช้ SWOT เพื่อใช้วิเคราะห์ธุรกิจในมุมมองของคู่แข่งได้ โดยอาจจะนำเครื่องมืออื่น ๆ เช่น เครื่องมือด้านการวิเคราะห์ การตลาด และการวิเคราะห์ด้านการเงินมาช่วยสนับสนุน เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่แม่นยำและเที่ยงตรงมากพอที่จะนำไปใช้เป็นกลยุทธ์ขององค์กรต่อไป

2. ทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสีย

ทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสีย เป็นรากฐานสำคัญของการพัฒนาแนวคิดของความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท (Corporate Social Responsibility) Freeman (1984) ระบุว่า ผู้บริหารต้องสร้างความพอใจต่อบุคคลที่มีอิทธิพลต่อผลลัพธ์ของบริษัท ดังนั้น ผู้มีส่วนได้เสียคือ กลุ่มและบุคคลผู้ซึ่งอาจมีผลต่อหรือได้รับผลกระทบจากความสำเร็จของภารกิจขององค์กร สอดคล้องกับ Post, Lawrence and Weber (2002) ได้ให้นิยามของผู้มีส่วนได้เสียคือ บุคคลหรือกลุ่มซึ่งมีผลกระทบหรือได้รับผลกระทบจากการตัดสินใจ นโยบาย และการปฏิบัติขององค์กร

3. วงจรการพัฒนาระบบ

วงจรการพัฒนาระบบ (System Development Life Cycle : SDLC) เป็นกระบวนการที่นำไปสู่การสร้างระบบสารสนเทศเพื่อนำมาใช้แก้ไขปัญหาขององค์กร ซึ่งมีวิธีการขั้นตอนการทำงานที่ชัดเจน ประกอบด้วย การกำหนดปัญหา การวิเคราะห์ การออกแบบ การพัฒนา การทดสอบ การติดตั้ง และการบำรุงรักษา (ศิริรัตน์ ไกรสุริยวงศ์, 2565) คล้ายคลึงกับ ศรีนวล พงมณี (2560) ระบุว่า วงจรการพัฒนาระบบ เป็นวงจรที่แสดงถึงกิจกรรมที่เป็นลำดับขั้นในการพัฒนาระบบสารสนเทศ ประกอบด้วย กิจกรรมหลัก ๆ ได้แก่ การกำหนดความต้องการของระบบ การวิเคราะห์ระบบ ออกแบบระบบ การพัฒนา การทดสอบ การติดตั้งระบบ และการบำรุงรักษา

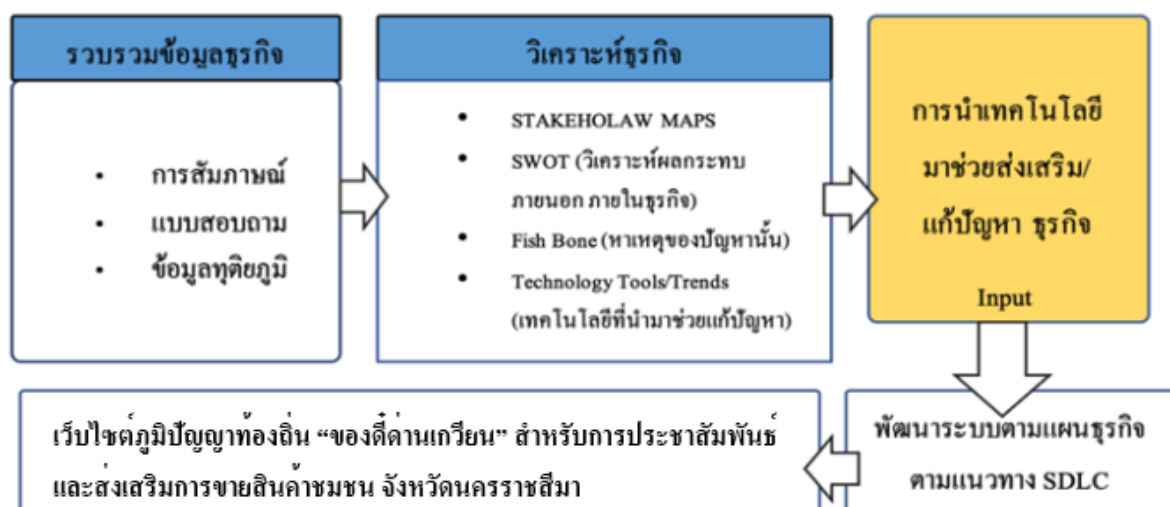
4. สื่อสังคมออนไลน์ (social media)

สมชาติ ปิติสุทธิ (2561) ระบุว่า social media มาจากคำ 2 คำ ได้แก่ “social” หมายถึง สังคมซึ่งในที่นี้จะหมายถึง สังคมออนไลน์ซึ่งมีขนาดใหญ่และกว้างขวางในปัจจุบัน และ “media” หมายถึง สื่อ ประกอบด้วย เนื้อหาเรื่องราว บทความ วิดีโอเพลง รูปภาพ เป็นต้น ดังนั้น คำว่า social media หมายถึง สื่อสังคมออนไลน์ที่มีการตอบสนองทางสังคมได้หลายทิศทาง โดยผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตหรือเว็บไซต์ที่บุคคลบนโลกนี้สามารถมีปฏิสัมพันธ์โต้ตอบกันได้

วิธีการดำเนินการวิจัย

1. การออกแบบงานวิจัย

การพัฒนาเว็บไซต์ภูมิปัญญาท้องถิ่น “ของดีด้านเกวียน” สำหรับประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขายสินค้าชุมชน จังหวัดนครราชสีมา มีกรอบงานวิจัย ดังรูปที่ 1



รูปที่ 1 กรอบงานวิจัย

จากรูปที่ 1 แสดงให้เห็นขั้นตอนของกระบวนการออกแบบวิเคราะห์ธุรกิจ เริ่มต้นจากการรวบรวมข้อมูลธุรกิจ โดยการใช้การสัมภาษณ์ แบบสอบถาม และข้อมูลทุติยภูมิจากองค์กร เครื่องมือที่ใช้วิเคราะห์ธุรกิจ ได้แก่ 1) การวิเคราะห์ SWOT , 2) การแผนภูมิกระดูกปลา (Fish Bone) โดยมีการวิเคราะห์ปัญหาของระบบงานเดิม และสาเหตุของปัญหาซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ เงินทุน บุคลากร เทคโนโลยี และกระบวนการ 3) การทำแผนที่ผู้มีส่วนได้เสียหลัก และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียรอง (Stakeholder map) และ 4) การนำเทคโนโลยีเข้ามาส่งเสริมและแก้ไขปัญหาทางธุรกิจ ได้แก่ WordPress, Google map, LINE, Shopee จากนั้น จะทำการพัฒนาระบบตามแนวคิด SDLC ของการพัฒนาเว็บไซต์ ภูมิปัญญาท้องถิ่น “ของดีด้านเกวียน” สำหรับประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขายสินค้าชุมชน จังหวัดนครราชสีมา

2. เครื่องมือการวิจัย

2.1 การวิเคราะห์สภาพ (SWOT Analysis)

จุดแข็ง (STRENGTHS)	จุดอ่อน (WEAKNESSES)
– มีความเป็นเอกลักษณ์ – มีความเป็นช่างฝีมือ – มีวัตถุดิบในท้องถิ่น – มีรูปแบบของสินค้าที่หลากหลาย	– ขาดการประชาสัมพันธ์และการจัดจำหน่ายที่หลากหลาย
โอกาส (OPPORTUNITIES)	อุปสรรค (THREATS)
– โครงการ U2T for BCG Community เป็นการเพิ่มแนวทางและความสำเร็จในการขายและประชาสัมพันธ์ให้สินค้าเป็นที่รู้จัก และขายในรูปแบบออนไลน์ – สินค้าเป็นที่รู้จักและมีชื่อเสียง	– คู่แข่งมีจำนวนมาก – สินค้ายังเป็นที่ยอมรับเฉพาะกลุ่ม – ต้นทุนการขนส่งและการจัดส่งค่อนข้างสูง

รูปที่ 2 การวิเคราะห์สภาพ (SWOT Analysis)

2.2 การวิเคราะห์สาเหตุของปัญหาด้วยแผนผังกระดูกปลา (Fish bone)



รูปที่ 3 แผนผังกระดูกปลา

จากรูปที่ 3 อธิบายได้ว่า ปัญหาของระบบงานเดิมคือ ขาดช่องทางการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขายที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งมีสาเหตุหลัก 4 ด้าน ได้แก่ 1) เงินทุน 2) บุคลากร 3) เทคโนโลยี และ 4) กระบวนการสามารถอธิบายได้ดังนี้

- 1) เงินทุน : ชุมชนยังขาดงบประมาณในการพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อใช้ประชาสัมพันธ์บนสื่อออนไลน์
- 2) บุคลากร : ชาวบ้านในพื้นที่ยังมีความรู้ด้านเทคโนโลยีน้อย พนักงานไม่เพียงพอ และขาดบุคลากรด้านหัตถกรรมที่ชำนาญ ส่งผลให้เกิดการทำงานที่ผิดพลาด
- 3) เทคโนโลยี : ขาดการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการโฆษณา ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นว่า ควรมีการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขายสินค้าชุมชนด้านเกี่ยวเนื่อง นครราชสีมา ขึ้นมา
- 4) กระบวนการ : เครื่องปั้นดินเผาเป็นงานฝีมือที่มีขั้นตอนการผลิตที่ซับซ้อนอาจทำให้เกิดข้อผิดพลาดในการผลิตได้

2.3 แผนที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder map)



รูปที่ 4 แผนที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

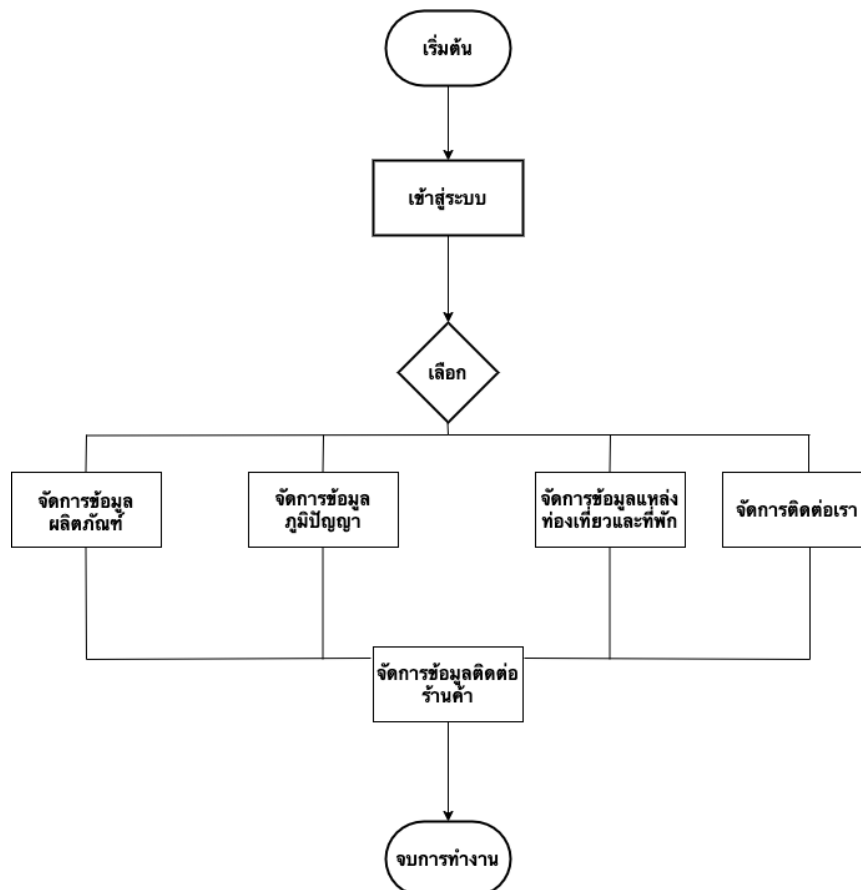
จากรูปที่ 4 แสดงแผนที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของการพัฒนาเว็บไซต์ภูมิปัญญาท้องถิ่น “ของดีด้านเกี่ยวเนื่อง” สำหรับประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขายสินค้าชุมชน จังหวัดนครราชสีมา โดยผู้มีส่วนได้เสียหลักใกล้เคียงองค์กรโดยตรง ได้แก่ เจ้าของกิจการ และพนักงาน ส่วนผู้มีส่วนได้เสียรอง ได้แก่ ขนส่ง ชุมชน หน่วยงานเอกชน และองค์การบริหารส่วนตำบล

2.4 ขั้นตอนการพัฒนาระบบ

1) ขั้นตอนการทำงานของระบบงานเก่า

สำหรับขั้นตอนการทำงานของระบบงานเก่า ชาวบ้านในท้องถิ่นส่วนใหญ่จะทำการขายสินค้าชุมชนหน้าร้านเพียงอย่างเดียว การซื้อขายสินค้าจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อมีลูกค้าเดินทางไปซื้อสินค้าที่หน้าร้าน เลือกสินค้า จากนั้นทำการชำระเงินกับผู้ขายผ่านทางหน้าร้าน

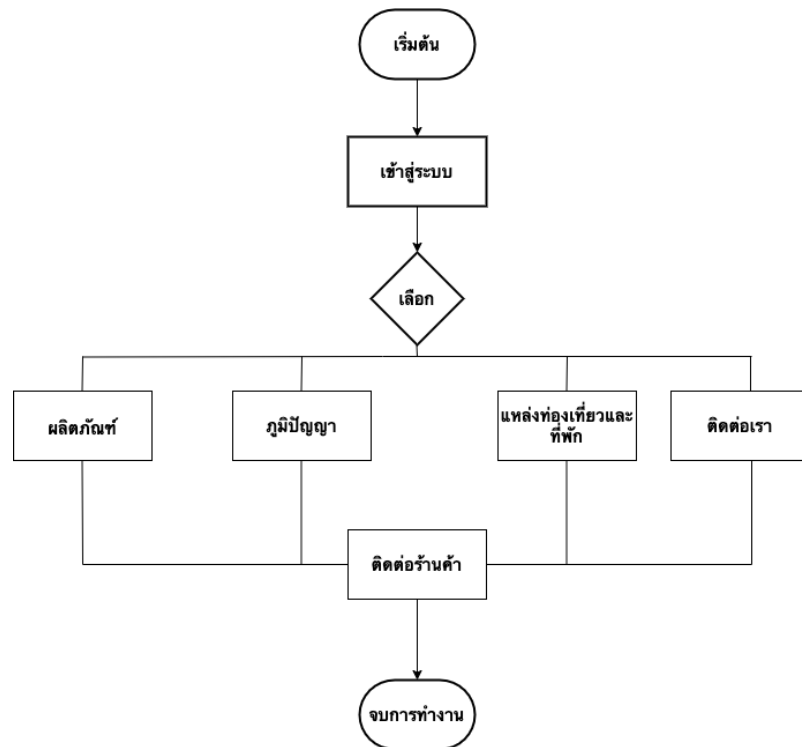
2) ขั้นตอนการทำงานของระบบงานใหม่ส่วนของผู้ดูแลระบบ



รูปที่ 5 ขั้นตอนการทำงานของระบบงานใหม่ของผู้ดูแลระบบ

จากรูปที่ 5 แสดงขั้นตอนการทำงานของระบบใหม่ ในส่วนของผู้ดูแล เริ่มต้นจากผู้ดูแลระบบจะทำการเข้าสู่ระบบ ระบบจะทำการตรวจสอบว่าเป็นผู้ดูแลระบบหรือไม่ ถ้าไม่ใช่ให้ทำการเข้าสู่ระบบใหม่ แต่ถ้าตรวจสอบถูกต้องว่าเป็นผู้ดูแลระบบแล้ว จะทำการเลือกเมนูที่ทำงาน ประกอบด้วย การจัดการข้อมูลผลิตภัณฑ์ การจัดการข้อมูลภูมิปัญญา การจัดการข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและที่พัก การจัดการข้อมูลร้านค้า และการจัดการข้อมูลติดต่อเรา ซึ่งผู้ดูแลระบบยังสามารถจัดการข้อมูลได้ ได้แก่ เพิ่ม ลบ และแก้ไขข้อมูลได้ เมื่อทำงานในเมนูที่เลือกเสร็จแล้ว จะทำงานอื่นต่อหรือไม่ ถ้าทำจะต้องกลับไปเลือกเมนูที่จะทำงาน ถ้าไม่ทำงานต่อ ผู้ใช้สามารถจบการทำงานได้

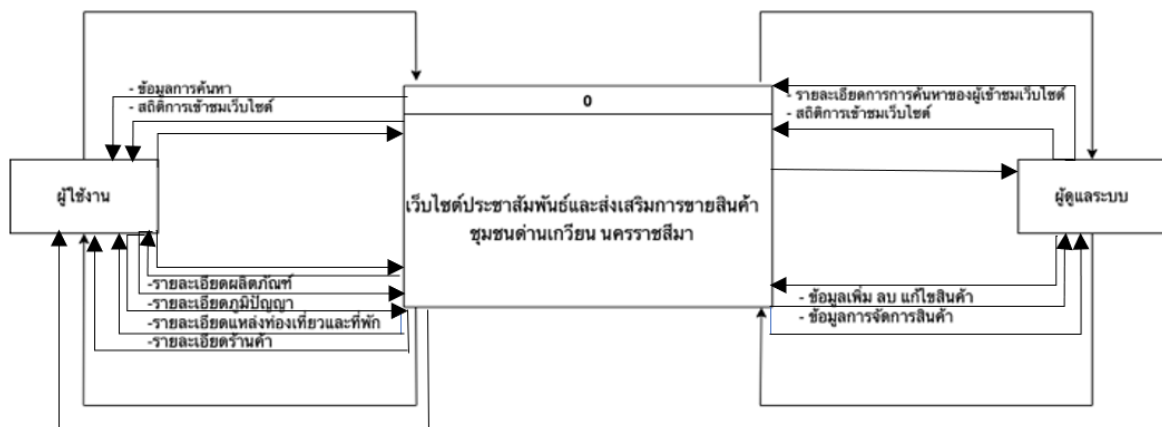
3) ขั้นตอนการทำงานของระบบงานใหม่ส่วนของผู้ใช้งาน



รูปที่ 6 ขั้นตอนการทำงานของระบบงานใหม่ของผู้ใช้งาน

จากรูปที่ 6 แสดงขั้นตอนการทำงานของระบบ ผู้ใช้งานทำการเข้าสู่ระบบทำการเลือกการประชาสัมพันธ์ตามที่ต้องการ เช่น ผลิตภัณฑ์ ภูมิปัญญา แหล่งท่องเที่ยว และติดต่อเรา เมื่อผู้ใช้งานอยากทำการซื้อผลิตภัณฑ์ต่างให้ทำการติดต่อร้านค้าที่ทางเว็บไซต์ได้

4) Context Diagram

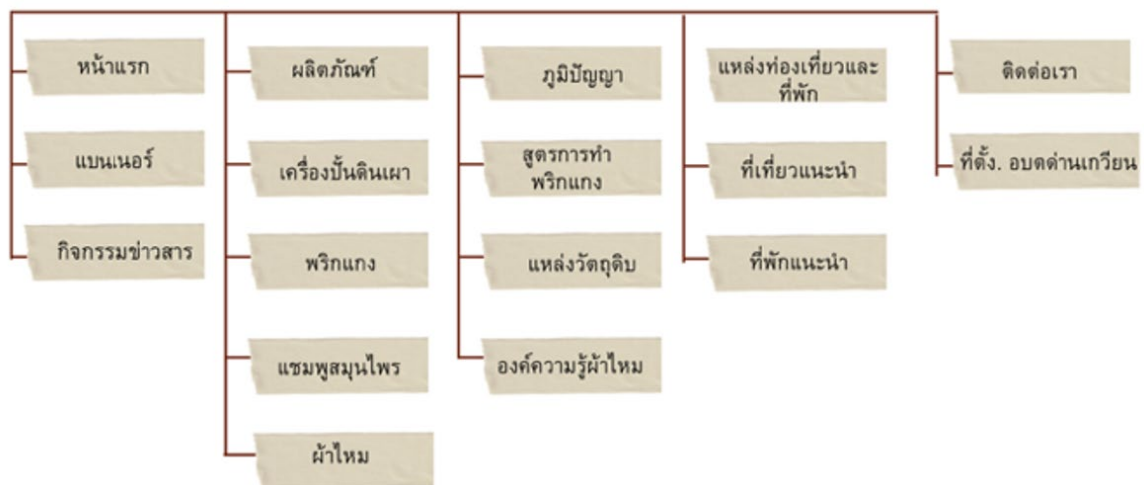


รูปที่ 7 Context Diagram

จากรูปที่ 7 แสดง Context Diagram ของการพัฒนาเว็บไซต์ ฯ โดยเริ่มต้นผู้เข้าชมเว็บไซต์ ฯ ผู้เข้าชมเว็บไซต์สามารถเลือกดูรายละเอียดสินค้าบนระบบร้านตามต้องการ กรณีที่ลูกค้าต้องการสั่งซื้อสินค้า จะมีร้านค้าที่แนะนำลูกค้าสามารถติดต่อกับทางร้านได้ในช่องทางที่เว็บไซต์ได้แนะนำไว้ให้ได้

5) แผนผังเว็บไซต์ (Site Map) Site Map Front End

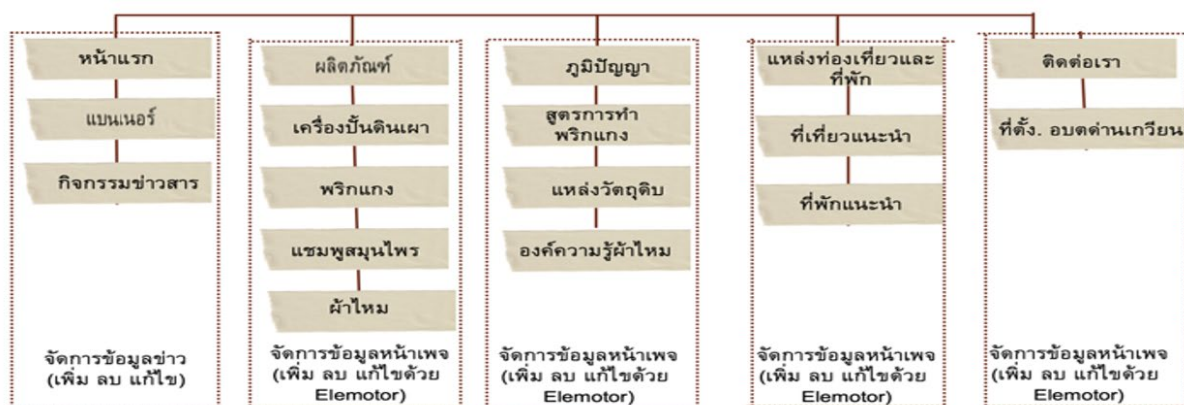
เว็บไซต์ภูมิปัญญาท้องถิ่น “ของดีด้านเกวียน” สำหรับประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขายสินค้าชุมชน จังหวัดนครราชสีมา



รูปที่ 8 แสดงแผนผังเว็บไซต์ (Site Map)

6) แผนผังเว็บไซต์ (Site Map) Site Map Back End

เว็บไซต์ภูมิปัญญาท้องถิ่น “ของดีด้านเกวียน” สำหรับประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขายสินค้าชุมชน จังหวัดนครราชสีมา



รูปที่ 9 แสดงแผนผังเว็บไซต์ (Site Map)

2.5 เครื่องมือและภาษาคอมพิวเตอร์

1) โปรแกรมที่ใช้ในการพัฒนาสื่อ

– โปรแกรม WordPress v.5.6 เป็นโปรแกรมสำเร็จรูปที่ใช้ในการเพิ่ม ลบ แก้ไข และปรับแต่งหน้าเว็บไซต์

– โปรแกรม PhpMyAdmin เป็นโปรแกรมประเภท MySQL Client ที่ใช้ในการจัดการฐานข้อมูล MySQL ผ่านบราวเซอร์ได้โดยตรง

2) ภาษาที่ใช้ในการพัฒนาสื่อ

– ภาษา PHP เป็นภาษาที่ใช้ในโปรแกรม phpMyAdmin ที่นำมาใช้ในการบริหารจัดการฐานข้อมูล

- ภาษา SQL ย่อมาจาก Structured Query Language เป็นภาษาที่ใช้สำหรับสร้างและจัดการฐานข้อมูลเชิงสัมพันธ์ของเว็บไซต์

3. สถิติที่ใช้ในการประเมิน

3.1 การหาค่าความเที่ยงตรงของแบบทดสอบ (Index of Item objective Congruence: IOC) มีสูตรที่ใช้ในการประเมิน ดังนี้

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

โดยที่ IOC แทน ค่าดัชนีความสอดคล้อง

R แทน คะแนนประเมินจากผู้เชี่ยวชาญของคำถามแต่ละข้อ

N แทน จำนวนผู้เชี่ยวชาญที่เป็นผู้ประเมิน

4. แบบประเมินประสิทธิภาพของระบบ โดยผ่านกระบวนการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ (IOC) ของแบบสอบถามของการพัฒนาเว็บไซต์ภูมิปัญญาท้องถิ่น “ของดีด้านเกวียน” สำหรับประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขายสินค้าชุมชน จังหวัดนครราชสีมา จากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน

4.1 การประเมินประสิทธิภาพของระบบ

ในการประเมินประสิทธิภาพของระบบ จะพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) โดยมีสูตรการคำนวณ ดังนี้

$$\bar{x} = \frac{\sum x}{n}$$

โดยที่ $\bar{x}$ แทน ค่าคะแนนเฉลี่ย

$\sum x$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด

n แทน จำนวนทั้งหมด

เกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินประสิทธิภาพของระบบ ตามลักษณะแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตามวิธีของลิเคิร์ท (Likert Scale) แบ่งออกเป็น 5 ระดับ และกำหนดเกณฑ์สำหรับแปลความหมายจากคะแนนเฉลี่ย ดังนี้

4.21 – 5.00 คะแนน หมายถึง มีประสิทธิภาพมากที่สุด

3.41 – 4.20 คะแนน หมายถึง มีประสิทธิภาพมาก

2.26 – 3.40 คะแนน หมายถึง มีประสิทธิภาพปานกลาง

1.81 – 2.60 คะแนน หมายถึง มีประสิทธิภาพน้อย

1.00 – 1.80 คะแนน หมายถึง มีประสิทธิภาพน้อยที่สุด

5. แบบประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งาน โดยผ่านกระบวนการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ (IOC) ของแบบสอบถามของเว็บไซต์ ฯ จำนวน 3 คน เพื่อทำการตอบแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้งาน จำนวน 384 คน

5.1 การประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งาน

ในการพิจารณาระดับความพึงพอใจของผู้ใช้งาน จะพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) โดยมีเกณฑ์ที่ใช้ในการวัดความพึงพอใจของผู้ใช้งาน ตามลักษณะแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า ด้วยวิธีของลิเคิร์ต (Likert Scale) (กัลยา วาณิชยปัญญา, 2552) แบ่งออกเป็น 5 ระดับ และกำหนดเกณฑ์สำหรับแปลความหมายจากคะแนนเฉลี่ย ดังนี้

- 4.21 – 5.00 คะแนน หมายถึง มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด
- 3.41 – 4.20 คะแนน หมายถึง มีระดับความพึงพอใจมาก
- 2.26 – 3.40 คะแนน หมายถึง มีระดับความพึงพอใจปานกลาง
- 1.81 – 2.60 คะแนน หมายถึง มีระดับความพึงพอใจน้อย
- 1.00 – 1.80 คะแนน หมายถึง มีระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

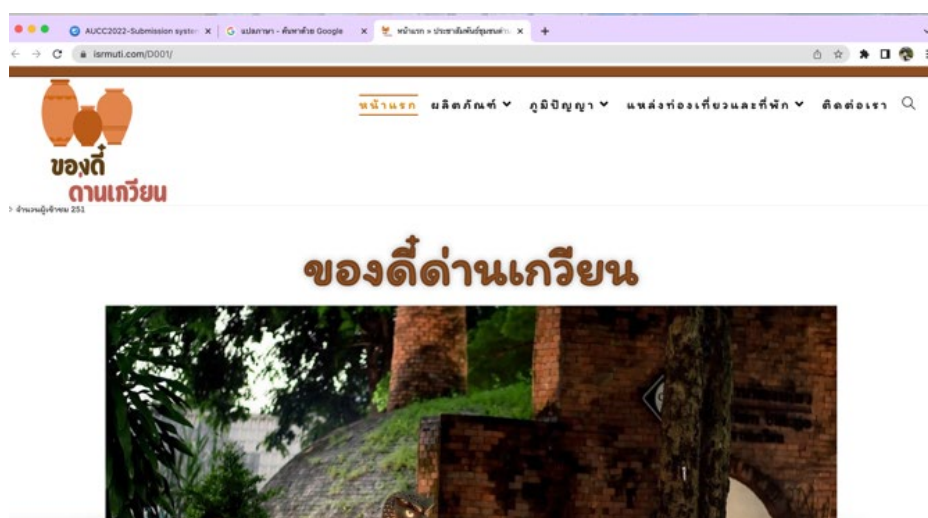
ผลการศึกษา

เว็บไซต์ภูมิปัญญาท้องถิ่น “ของดีด้านเกวียน” สำหรับประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขายสินค้าชุมชน จังหวัดนครราชสีมา ผู้วิจัยได้แบ่งผลการดำเนินงาน ดังนี้

1. ผลการออกแบบเว็บไซต์

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้แสดงตัวอย่างการออกแบบเว็บไซต์ ดังนี้

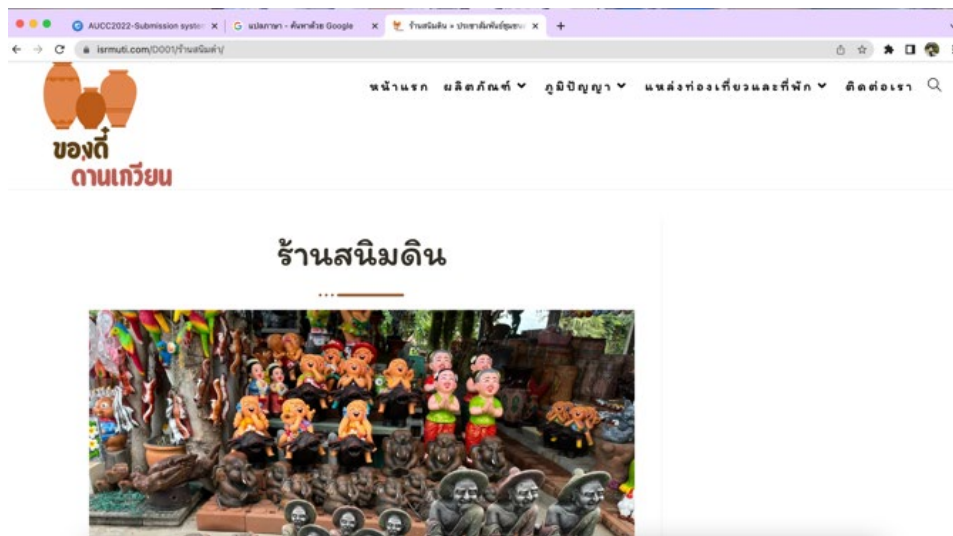
1) หน้าแรกของเว็บไซต์



รูปที่ 10 หน้าแรกของเว็บไซต์

จากรูปที่ 10 เป็นหน้าแรกที่แสดงเนื้อหา เกี่ยวกับสินค้าแนะนำ ผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลาย ผู้เข้าชมเว็บไซต์สามารถดูที่รูปภาพของสินค้า เพื่อทำการเข้าดูรายละเอียดของสินค้านั้นๆ ที่แนะนำ และยังมีการเชื่อมโยงให้ผู้เข้าชมเว็บไซต์สามารถเลือกเข้าชมได้

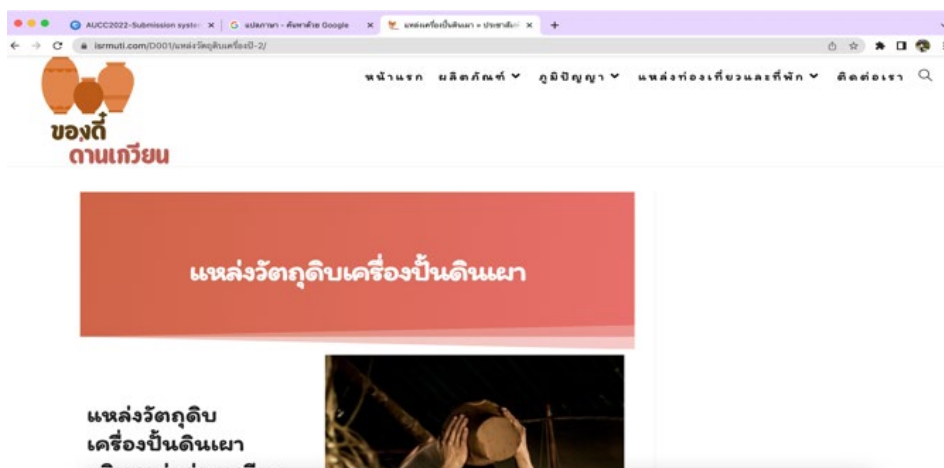
2) หน้าผลิตภัณฑ์



รูปที่ 11 หน้าผลิตภัณฑ์

จากรูปที่ 11 หน้าผลิตภัณฑ์ สามารถอธิบายได้ว่า เมื่อผู้เข้าชมเว็บไซต์เลือกผลิตภัณฑ์จะแสดงสินค้าของดีด่านเกวียนเช่น เครื่องปั้นดินเผา แคมพูสระผมและเซรามิคชุดผสมรวม พริกแกง ผ้าไหม ยาหม่อง แนะนำให้ผู้เข้าชมเว็บไซต์เลือกสินค้าที่ท่านสนใจได้ตามต้องการและจะมีร้านค้าแนะนำหากผู้เข้าชมเว็บไซต์สนใจในการสั่งซื้อสินค้า

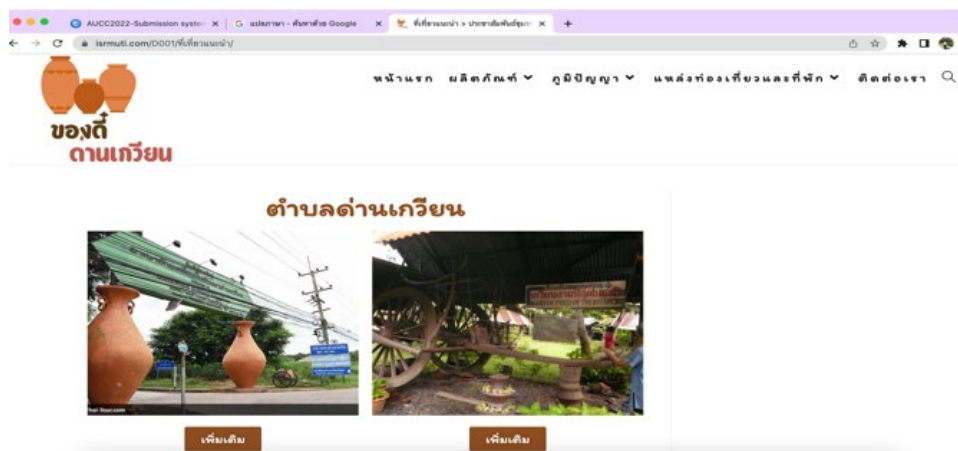
3) หน้าภูมิปัญญา



รูปที่ 12 หน้าภูมิปัญญา

จากรูปที่ 12 หน้าภูมิปัญญา สามารถอธิบายได้ว่า เมื่อผู้เข้าชมเว็บไซต์เลือกภูมิปัญญา จะแสดงตัวเลือกภูมิปัญญาของชุมชนด่านเกวียน เช่น แหล่งวัตถุดิบเครื่องปั้นดินเผา สูตรการทำพริกแกง องค์ความรู้เกี่ยวกับผ้าไหมให้ผู้เข้าชมเว็บไซต์สามารถเลือกเข้าชมได้

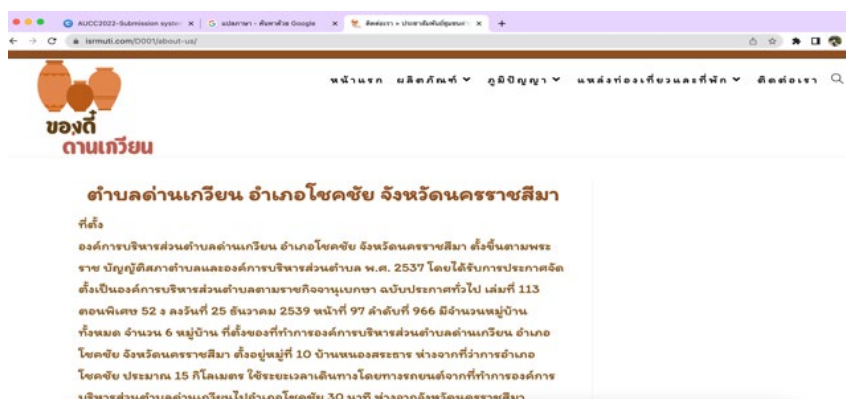
4) หน้าแหล่งท่องเที่ยวและที่พัก



รูปที่ 13 หน้าแหล่งท่องเที่ยวและที่พัก

จากรูปที่ 13 หน้าแหล่งท่องเที่ยวและที่พัก สามารถอธิบายได้ว่า เมื่อผู้เข้าชมเว็บไซต์เลือกเมนูย่อย จากนั้น เลือกแหล่งท่องเที่ยวหรือที่พัก เว็บไซต์จะแสดงแหล่งท่องเที่ยวหรือที่พักในตำบลบ้านเกรียนหรือพื้นที่ข้างเคียง

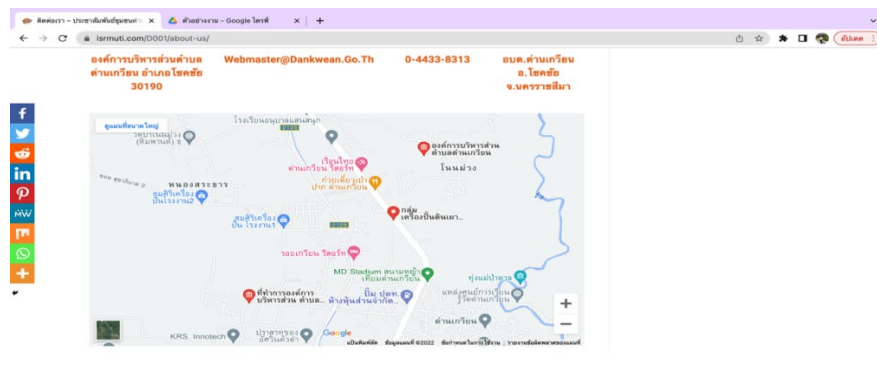
5) หน้าติดต่อเรา



รูปที่ 14 หน้าติดต่อเรา

จากรูปที่ 14 หน้าติดต่อเรา จะแสดงที่อยู่ และเบอร์โทรศัพท์สำหรับติดต่อทางเว็บไซต์ ฯ

6) หน้าการเดินทาง

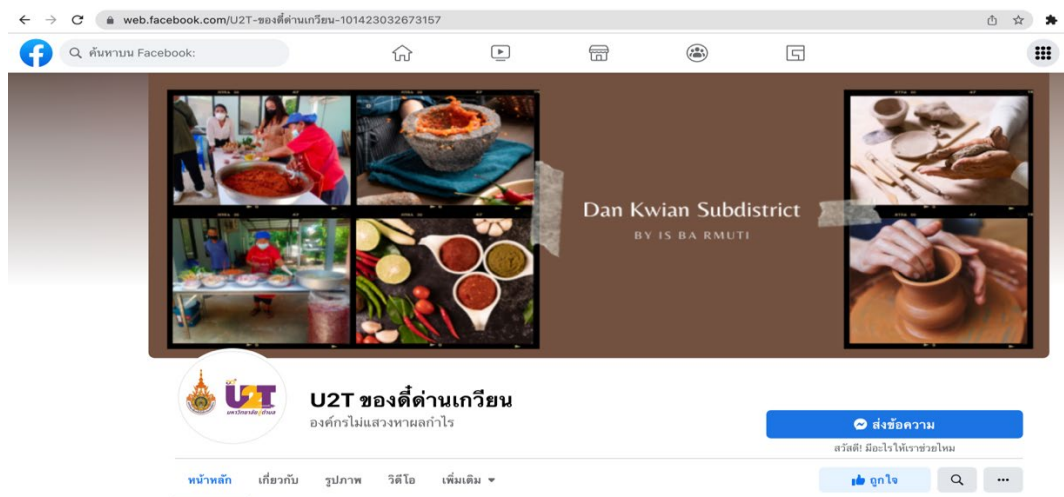


รูปที่ 15 หน้าการเดินทาง

จากรูปที่ 15 Google Maps เป็นบริการค้นหาที่ตั้งบนแผนที่การค้นหาเส้นทาง และให้ข้อมูลเบื้องต้นของสถานที่นั้น ๆ เช่น ที่ตั้ง รายละเอียดการติดต่อ เส้นทางการเดินทาง ซึ่งนำมาใช้ในการระบุตำแหน่งของร้าน กรณีที่ลูกค้ามาติดต่อที่หน้าร้านของเรา

นอกจากมีตัวอย่างหน้าเว็บไซต์แล้ว ในเว็บไซต์ยังสามารถเชื่อมต่อหน้าสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อให้เป็นช่องทางทางการสื่อสาร การส่งเสริมการขายและการประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย Facebook, Line และ Shopee

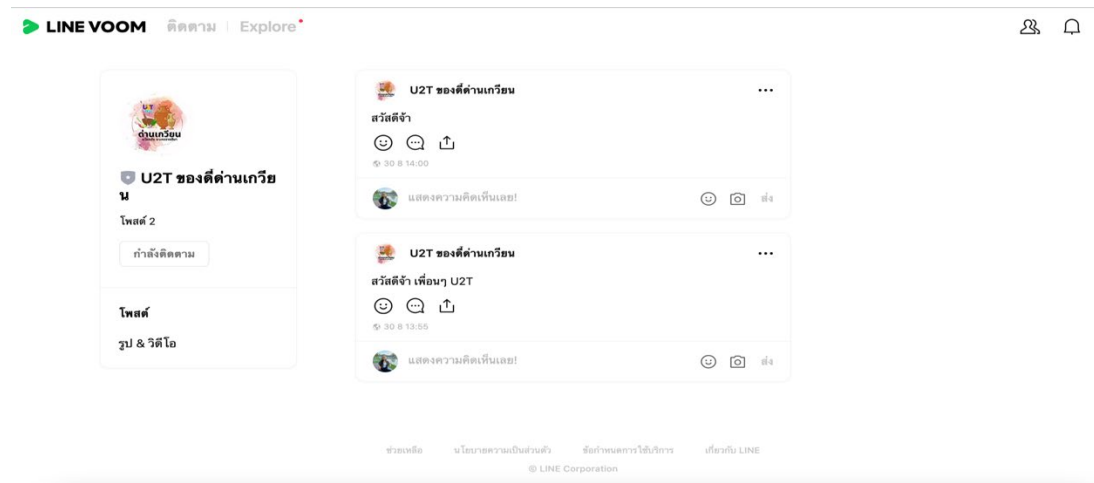
1) Facebook



รูปที่ 16 เพจ Facebook ประชาสัมพันธ์ของดีตำบลเกรียน

จากรูปที่ 16 แสดง Facebook Fan page เป็นอีกช่องทางเพื่อโปรโมทสินค้าของดีตำบลเกรียน เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงร้านค้ามากยิ่งขึ้น

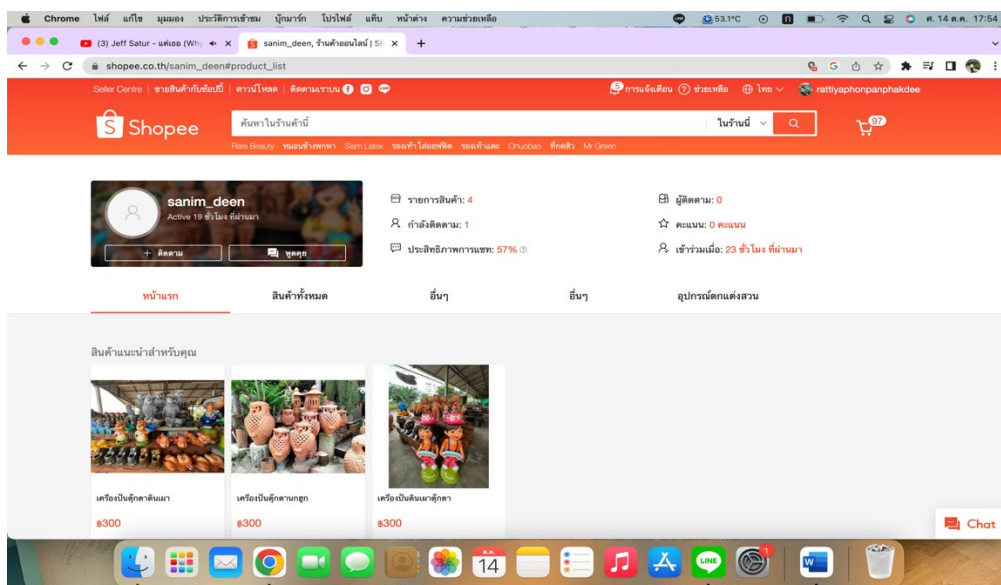
2) Line



รูปที่ 17 Line ของทางร้านไว้เพื่อสอบถามข้อมูลสินค้าเพิ่มเติม

จากรูปที่ 17 Line เป็นแอปพลิเคชันตัวหนึ่งที่ใช้ในการติดต่อพูดคุยสื่อสารกับอีกบุคคลหนึ่งซึ่งใช้อินเทอร์เน็ตในการพูดคุยติดต่อสื่อสารซึ่งไลน์สามารถใช้แชทหรือใช้โทรหาผู้อื่นได้

3) Shopee



รูปที่ 18 Shopee ร้านสนิมดิน

จากรูปที่ 18 Shopee เป็นอีกหนึ่งแอปพลิเคชัน ที่เพิ่มช่องทางการซื้อขายให้เป็นร้านค้าของดีตำบลเกรียนที่ทางเว็บไซต์ได้แนะนำ โดยร้านค้าที่มีการเปิดร้านค้า Shopee คือร้านสนิมดิน

2. ผลการประเมินสำหรับผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ (IOC)

ผลการประเมินสำหรับผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ (IOC) ของแบบประเมินประสิทธิภาพของระบบและแบบประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานเว็บไซต์ ฯ พบว่า มีค่า IOC แต่ละข้อคำถาม มีค่าอยู่ระหว่าง 0.60 – 1.00 อยู่ในเกณฑ์ใช้ได้

3. ผลการประเมินประสิทธิภาพของการพัฒนาเว็บไซต์ ฯ

ตารางที่ 1 ผลการประเมินประสิทธิภาพของระบบ

ผลการประเมินประสิทธิภาพ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1. ด้านการใช้งานของระบบ	4.58	0.14	มากที่สุด
2. ด้านกระบวนการทำงานของระบบ	4.73	0.11	มากที่สุด
3. ด้านการประมวผลทำงานของระบบ	4.58	0.38	มากที่สุด
4. ด้านความปลอดภัยของระบบ	4.33	0.57	มากที่สุด
รวม	4.55	0.13	มากที่สุด

ผลการประเมินประสิทธิภาพของเว็บไซต์ภูมิปัญญาท้องถิ่น “ของดีด้านเกรียน” ในทุกด้าน พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ด้วยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.55 คะแนน และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.13 คะแนน โดยผู้เชี่ยวชาญให้คะแนนความสำคัญมากที่สุดคือ ด้านกระบวนการทำงานของระบบ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.73 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.11 ซึ่งมีประสิทธิภาพของระบบอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการประมวผลการทำงานของระบบ และด้านความปลอดภัยของระบบ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.58 และ 4.33 ตามลำดับ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.38 และ 0.57 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความพึงพอใจของผู้ใช้

ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งาน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ด้านเนื้อหา	4.38	0.33	มากที่สุด
2. ด้านการติดต่อผู้ใช้	4.46	0.26	มากที่สุด
3. ด้านประโยชน์และการนำไปใช้	4.41	0.30	มากที่สุด
รวม	4.42	0.30	มากที่สุด

จากตารางพบว่าภาพรวมของความพึงพอใจของผู้ใช้งานเว็บไซต์ภูมิปัญญาท้องถิ่น “ของดีด้านเกรียน” ในทุกด้าน พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 คะแนน และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.30 คะแนน โดยด้านที่ผู้ใช้ระบบให้ความสำคัญมากที่สุดคือ ด้านการติดต่อผู้ใช้ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.26 ความพึงพอใจของผู้ใช้อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านประโยชน์และการนำไปใช้ และด้านเนื้อหา ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 และ 4.38 ตามลำดับ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.30 และ 0.33 ตามลำดับ

สรุปและอภิปรายผล

1. สรุปผลการวิจัย

เว็บไซต์ภูมิปัญญาท้องถิ่น “ของดีตำบลเกรียน” สำหรับประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขายสินค้าชุมชน จังหวัดนครราชสีมา ได้พัฒนาขึ้นมาตามขั้นตอนของวงจรการพัฒนาระบบ SDLC โดยทำการศึกษาความต้องการ วิเคราะห์และออกแบบระบบ และพัฒนาเว็บไซต์ด้วย CMS โดยใช้โปรแกรม WordPress นอกจากนี้ ยังใช้สื่อสังคมออนไลน์ ประกอบด้วย Facebook, Line และ Shopee เพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้า หรือโปรโมทสินค้าผ่าน Facebook และตอบรับการสั่งซื้อสินค้าด้วย Facebook, Line และ Shopee ตามความสะดวกของลูกค้า นอกจากนี้ ในเว็บไซต์ ยังสามารถค้นหาสถานที่ตั้งร้านค้าโดยการเชื่อมต่อกับแอปพลิเคชัน Google Maps เพื่อค้นหาที่ตั้งบนแผนที่ค้นหาเส้นทาง และให้ข้อมูลเบื้องต้นของสถานที่ใช้ Shopee เพื่อเพิ่มช่องทางการซื้อขายให้เป็นร้านค้าของดีตำบลเกรียนที่ทางเว็บไซต์ได้แนะนำ โดยการวิจัยครั้งนี้ได้ทำการเปิดร้านค้าผ่านแอปพลิเคชัน Shopee ให้กับทางร้านสนิมดิน นอกจากนี้ ทางผู้วิจัยยังได้ทำการพัฒนาในส่วนของ Site Map Front End และ Site Map Back End เพื่อให้ผู้ดูแลระบบได้เข้าไปอัปเดตข้อมูลเพิ่ม และลบข้อมูล เพื่อส่งมอบเว็บไซต์ให้ทางองค์การบริหารส่วนตำบลตำบลเกรียน อำเภอโชคชัย จังหวัดนครราชสีมา ได้นำไปประชาสัมพันธ์และการนำไปใช้ประโยชน์จากผลลัพธ์การดำเนินโครงการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมฐานรากหลังโควิดด้วยเศรษฐกิจ BCG ตำบลตำบลเกรียน อำเภอโชคชัย จังหวัดนครราชสีมาต่อไป

2. อภิปรายผลการวิจัย

เว็บไซต์ภูมิปัญญาท้องถิ่น “ของดีตำบลเกรียน” สำหรับประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขายสินค้าชุมชน จังหวัดนครราชสีมา สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

2.1 เว็บไซต์ภูมิปัญญาท้องถิ่น “ของดีตำบลเกรียน” จะช่วยเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขายสินค้าชุมชน จังหวัดนครราชสีมาได้เป็นอย่างดี และช่วยแก้ไขข้อจำกัดในการจำหน่ายสินค้าแบบเดิมที่ส่วนใหญ่ชาวบ้านในท้องถิ่นจะทำการขายสินค้าท้องถิ่นหน้าร้านเพียงอย่างเดียว การซื้อขายสินค้าจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อมีลูกค้าเดินทางไปซื้อสินค้าที่หน้าร้านเท่านั้น ประกอบกับในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 และหลังการแพร่ระบาดเศรษฐกิจในชุมชนยังคงไม่ฟื้นตัว เนื่องจากประชาชนและนักท่องเที่ยวลดลง ไม่มีนักท่องเที่ยวมาเดินชมหรือเลือกซื้อเครื่องปั้นดินเผาเหมือนในช่วงก่อนเกิดการแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 ทำให้พ่อค้าแม่ค้าในชุมชนขายสินค้าไม่ได้ การซื้อขายสินค้าจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อมีลูกค้าเดินทางไปซื้อสินค้าที่หน้าร้านเท่านั้น เว็บไซต์ภูมิปัญญาท้องถิ่น “ของดีตำบลเกรียน” จะเป็นช่องทางการจำหน่ายอีกทางที่ช่วยให้ชาวบ้านในชุมชนได้เกิดความรู้ความเข้าใจในด้านเทคโนโลยี และสามารถนำสินค้ามาประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขายได้ทางระบบออนไลน์ ซึ่งจะทำให้ฐานลูกค้ามีจำนวนเพิ่มมากขึ้น ลูกค้าสามารถเข้าถึงสินค้าได้งานได้ทุกที่และตลอดเวลา สร้างรายได้ให้แก่ชาวบ้าน และยังช่วยกระตุ้นยอดขายอีกทางหนึ่งด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Puksawadde et al. (2015) ได้ศึกษากลยุทธ์ของการประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ พบว่าสื่อสังคมออนไลน์นั้น เป็นรูปแบบการสื่อสารที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ทุกระดับและสามารถนำไปใช้ในกิจกรรมประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้น และมีแนวโน้มว่าจะมีการเติบโตขึ้นเรื่อย ๆ อีกทั้งยังเป็นเครื่องมือในการสร้างการสื่อสารขององค์กร และส่งเสริมสินค้าและบริการ ดังนั้น การประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ จึงเป็นช่องทางที่ช่วยในการส่งเสริมภาพลักษณ์และชื่อเสียงที่ดีขององค์กรและสนับสนุนองค์กรได้ในระยะยาวได้

2.2 ผลการประเมินประสิทธิภาพระบบเว็บไซต์ภูมิปัญญาท้องถิ่น “ของดีตำบลเกรียน” จะช่วยเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขายสินค้าชุมชน จังหวัดนครราชสีมา โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน พบว่าผลการประเมินโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วีระนันท์ คำนิ้งวุฒิ และ อัญญา กลิ่นเทียน

(2565) ได้ศึกษาการพัฒนาารูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์และการตลาดออนไลน์ สำหรับสินค้า OTOP ในประเทศไทย กรณีศึกษาสินค้า OTOP จังหวัดนครนายก ผลการวิจัยพบว่า ผลการประเมินประสิทธิภาพของระบบอยู่ในระดับมากที่สุดเช่นกัน

2.3 ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ เว็บไซต์ภูมิปัญญาท้องถิ่น “ของดีด้านเกวียน” ๙ จากผู้ใช้งานจำนวน 384 คน พบว่าค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้ใช้โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รพีภัทร มานะสุนทร และคณะ (2558) ได้ศึกษางานวิจัยเรื่อง การพัฒนาเว็บไซต์และการสร้างสังคมออนไลน์ เพื่อประชาสัมพันธ์ธุรกิจชุมชน ในเขตอำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการมีความพึงพอใจต่อความสวยงาม ความทันสมัย น่าสนใจของหน้าเว็บไซต์ การจัดรูปแบบในเว็บไซต์ต่อการอ่านและการใช้งานเมนูต่าง ๆ ในเว็บไซต์ใช้งานได้ง่าย ขนาดตัวอักษร และรูปแบบตัวอักษรอ่านได้ง่ายและสวยงาม ภาพรวมความพึงพอใจในคุณภาพของเนื้อหาอยู่ในระดับมากที่สุด และวีระนันท์ คำนึ่งวุฒิ และ อัญญา กลิ่นเทียน (2565) ได้ศึกษาการพัฒนาารูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์และการตลาดออนไลน์ สำหรับสินค้า OTOP ในประเทศไทย กรณีศึกษาสินค้า OTOP จังหวัดนครนายก ผลการวิจัยพบว่า ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานอยู่ในระดับมากที่สุดเช่นกัน

ข้อเสนอแนะ

1. เนื้อหาของเว็บไซต์ ๙ ควรมีคัลลิสชั่น ๆ ประกอบ และเสียงประกอบในเว็บไซต์ ๙
2. ควรเพิ่มช่องทางการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ผ่านเว็บไซต์เพื่อเพิ่มช่องทางการสร้างรายได้ผ่านเว็บไซต์ ๙ ได้โดยตรง
3. เนื้อหาของเว็บไซต์ ๙ ควรเพิ่มเนื้อหาภาษาอื่น ๆ ในเว็บไซต์ ๙

เอกสารอ้างอิง

- กัลยา วาณิชย์ปัญญา. (2552). *การวิเคราะห์สถิติ: สถิติเพื่อการตัดสินใจ*. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชีมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- เพียรพา เลี่ยมสุวรรณ. (2560). *กลยุทธ์การประกอบการและความสามารถในการแข่งขันของบริษัท อาร์แอนด์ดี ฟรี ชีชั่น จำกัด*. วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต. สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม. มหาวิทยาลัยราชภัฏนครินทร์. *มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ*, 133-150.
- มิตินออนไลน์. (2564, 27 ตุลาคม). พิษโควิดระบาด ทำหมู่บ้านเครื่องปั้นดินเผาตำบลเกวียนซบเซา. *มิตินออนไลน์*. สืบค้นจาก <https://www.youtube.com/watch?v=yyE6kheM6G0>.
- รพีภัทร มานะสุนทร, มหาชัย สัตย์ธำรงเกียรติ และ ปาวีร์ มาเกิด. (2558). *การพัฒนาเว็บไซต์ และการสร้างสังคมออนไลน์ เพื่อประชาสัมพันธ์ธุรกิจชุมชน ในเขตอำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม*. พิมพ์ครั้งที่ 1. นครปฐม: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขต ศาลายา.
- วีระนันท์ คำนึ่งวุฒิ และ อัญญา กลิ่นเทียน. (2565). *การพัฒนาารูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์และการตลาดออนไลน์ สำหรับสินค้า OTOP ในประเทศไทย กรณีศึกษาสินค้า OTOP จังหวัดนครนายก*. *วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม* 7(2), 32-33.
- ศรีนวล พงมณี. (2560). *วงจรการพัฒนาระบบ*. สืบค้นจาก <http://cmruir.cmru.ac.th/bitstream/123456789/1311/5/Chapter%202>.

ศิริรัตน์ ไกรสุริยวงศ์. (2565). *ความต้องการพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารจัดการของครูโรงเรียนเอกชนสังกัดสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน จังหวัดปทุมธานี*. สืบค้นจาก

<https://dric.nrct.go.th/Search/SearchDetail/212409>.

สมชาติ ปิติสุทธิ. *การใช้สื่อ Social Media ในการต่อยอดธุรกิจร้านอาหาร Street Food*. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.

สืบทัดดี สิริมงคลกาล, สาธิต ทิมวัฒนบรรเทิง, วิรุณ ตั้งเจริญ, พงษ์สิทธิ์ ศุภเศรษฐศิริ. (2563). *การพัฒนาระบบและกลไกการดำรงอยู่ของเครื่องปั้นดินเผาผ่านเกวียนท่ามกลางกระแสโลกาภิวัตน์*. *วารสารสถาบันวัฒนธรรมและศิลปะ*.

Enable survey. (2565). *การวิเคราะห์ SWOT Analysis*. สืบค้นจาก <https://www.enablesurvey.com/article-detail/b8244f25-731a-46b7-8881-cc2fbdca7607/swot>.

Freeman, R. E. (1984). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. MA: Pitman.

Post, J. E., Lawrence, A. T., & Weber, J. (2002). *Business and society: Corporate strategy, public policy, ethics*. Boston, MA: McGraw–Hill.

Puksawadde, A., Rerkkang, P., & Jirasophon, P. (2015). Strategic Public Relations through Online Social Media. *Journal of Public Relations and Advertising*, 8(2), 15–29.