

การพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ผ้าทอพื้นบ้านสินค้าระดับพรีเมียม  
กลุ่มชาติพันธุ์เขมร

The Development of an E-Commerce System for Premium Products  
of Khmer Ethnic Local Woven Fabric

ชูศักดิ์ ยาทองไชย<sup>1\*</sup> และ วิลไรตน์ ยาทองไชย<sup>2</sup>

Chusak Yathongchai<sup>1\*</sup> and Wilairat Yathongchai<sup>2</sup>

สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์<sup>1,2</sup>

Department of Information Technology, Faculty of Science, Buriram Rajabhat University<sup>1,2</sup>

E-Mail: chusak.yt@bru.ac.th, wilairat.yt@bru.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ผ้าทอพื้นบ้านสินค้าระดับพรีเมียมกลุ่มชาติพันธุ์เขมร 2) ศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้ต่อระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ผ้าทอพื้นบ้านสินค้าระดับพรีเมียมกลุ่มชาติพันธุ์เขมร และ 3) ศึกษาการยอมรับของผู้ใช้ที่มีต่อระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ผ้าทอพื้นบ้านสินค้าระดับพรีเมียมกลุ่มชาติพันธุ์เขมร กลุ่มเป้าหมาย คือ ผู้ค้าผ้าทอมือ กรรมการหมู่บ้าน และสมาชิกกลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้านกลุ่มชาติพันธุ์เขมรในจังหวัดบุรีรัมย์ที่เข้ารับการอบรมการใช้ จำนวน 35 คน ลูกค้าและผู้ใช้ทั่วไป จำนวน 93 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามความพึงพอใจการใช้งานระบบ และแบบวัดการยอมรับของผู้ใช้ที่มีต่อระบบ สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า 1) ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ผ้าทอพื้นบ้านสินค้าระดับพรีเมียมกลุ่มชาติพันธุ์เขมรทำงานในรูปแบบเว็บแอปพลิเคชันที่มีการทำงานหลัก 4 กระบวนการ คือ 1.1) จัดการข้อมูลพื้นฐาน 1.2) สั่งซื้อสินค้า 1.3) ชำระเงิน และ 1.4) รายงาน 2) ผลการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้ พบว่า ผู้ใช้มีความพึงพอใจในการใช้งานระบบโดยรวม และรายด้านทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านเนื้อหาของเว็บไซต์ ด้านการออกแบบเว็บไซต์ และด้านกระบวนการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ อยู่ในระดับมาก และ 3) ผลการศึกษาการยอมรับของผู้ใช้ที่มีต่อระบบ พบว่า ผู้ใช้ยอมรับระบบโดยรวม และรายปัจจัยทั้ง 2 ปัจจัย คือ การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน อยู่ในระดับมากเช่นกัน

**คำสำคัญ:** ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์, ผ้าทอพื้นบ้าน, กลุ่มชาติพันธุ์เขมร, สินค้าระดับพรีเมียม

Abstract

The purposes of this research were to 1) develop an e-commerce system for premium products of Khmer ethnic local woven fabric, 2) study the user satisfaction towards the system, and 3) study the user acceptance towards the system. The samples were 35 people of hand-woven fabric merchants, village committees, and members of the Khmer ethnic folk handicraft group in Buriram who had trained in using the system, included 93 people of customers and general users. The research tools were the satisfaction questionnaires of the system using and the questionnaires

for evaluation of the acceptance. The statistics of this research were means, and standard deviations.

The research findings showed that 1) an e-commerce system for premium products of Khmer ethnic local woven fabric works in the model of web application has four major processes as follow: 1.1) basic information management; 1.2) ordering; 1.3) payment; and 1.4) report, 2) the results on the user satisfaction, it was found that for over all the users are satisfied at high level on the three aspects which are contents of the website, website designed, and e-commerce processes. 3) the results of user acceptance, it was found that for overall and the two factors which are the perception of utility and simplicity are at high level as well.

**Keywords:** E-Commerce, Local woven fabric, Khmer ethnic, Premium product

## บทนำ

สินค้าระดับพรีเมียมที่มีความสำคัญต่อการสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนเป็นอย่างมาก เพราะทำให้สินค้าขายได้ในราคาที่คุ้มทุน นิยามของสินค้าระดับพรีเมียมที่สำคัญคือ “ความเป็นอัตลักษณ์” เนื่องจากความเป็นอัตลักษณ์ทำให้สินค้ามีความโดดเด่น ความเป็นหนึ่งเดียว และมีกำไรมากขึ้น ผ้าทอมือเป็นสินค้าที่พัฒนาเป็นสินค้าระดับพรีเมียมได้ด้วยอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ เนื่องจากอัตลักษณ์นั้นสร้างความเป็นหนึ่ง ซึ่งสอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ต้องการความเป็นหนึ่งจากสินค้าชุมชนที่ตนเองซื้อ ผ้าทอมือเป็นสินค้าที่มีราคาสูง ผู้บริโภคจึงต้องการคำอธิบาย หรือเรื่องราว (Story) ที่แสดงถึงตัวตน เพื่อเป็นเหตุผลว่า ทำไมจึงต้องเสียเงินมากเพื่อแลกกับสินค้าชิ้นนั้น [1] แต่สถานการณ์ปัจจุบันพบว่า ความเป็นอัตลักษณ์ของสินค้าชุมชนเริ่มเลือนหายไป อาจเนื่องมาจากผู้ผลิตผ้าทอมือมักซื้อลวดลายเส้นยืนและเส้นพุ่งที่ร้านจำหน่ายสำเร็จรูปโดยอาศัยความสะดวกเป็นสำคัญ ความสะดวกนี้เองได้ทำลายความเป็นอัตลักษณ์ของสินค้า ทำให้ผู้บริโภครวมถึงนักท่องเที่ยวจึงพบเห็นผ้าลายแบบเดียวกันในหลายพื้นที่ ซึ่งไม่เป็นผลดีต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของชุมชน ดังนั้นการมีอัตลักษณ์ในผ้าทอมือที่บ้านพร้อมการนำเสนออัตลักษณ์นั้น เพื่อให้ผู้บริโภคได้เห็นคุณค่าของสินค้าจึงเป็นสิ่งสำคัญ

รัฐบาลมีนโยบายสำคัญในการปรับเปลี่ยนระบบเศรษฐกิจที่พึ่งพาเทคโนโลยีจากภายนอกของชุมชนสู่ระบบเศรษฐกิจที่เน้นการพัฒนาเทคโนโลยีของตนเองในระดับที่เหมาะสม การขับเคลื่อนที่ใช้พื้นฐานของสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมร่วมกับความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรม และเทคโนโลยีในการสร้างมูลค่าเพิ่มในเชิงพาณิชย์ให้มากขึ้น จึงเป็นภารกิจที่สำคัญ [2] ประกอบกับเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเชื่อมโยงเครือข่ายทั่วโลกให้สามารถติดต่อถึงกันได้ จึงมีผู้ใช้งานบนเครือข่ายนี้จำนวนมาก อินเทอร์เน็ตเปรียบเสมือนชุมชนเมืองแห่งใหม่ของโลก พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce) เป็นธุรกรรมที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมเชิงพาณิชย์ทั้งในระดับองค์กร และส่วนบุคคลบนพื้นฐานของการประมวลผลและการส่งข้อมูลดิจิทัลที่มีทั้งข้อความ เสียง และภาพ เป็นการค้นรูปแบบใหม่ในการสร้างและขยายตลาดของธุรกิจสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายทุกที่ ทุกเวลา สอดคล้องกับสภาพทางเศรษฐกิจสังคมที่ผู้บริโภคต้องการความสะดวกในการซื้อสินค้า และบริการโดยการใช้กลยุทธ์การตลาดให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ผ้าทอมือที่บ้านจาก

กลุ่มชาติพันธุ์เขมรบุรีรัมย์เป็นผ้าที่มีอัตลักษณ์ที่โดดเด่นทางวัฒนธรรมของกลุ่มเขมรถิ่นไทย เป็นภูมิปัญญาของกลุ่มชนที่ได้รับการสืบทอดกันมานาน และได้รับการส่งเสริมให้เป็นสินค้าระดับพรีเมียม จากการศึกษาด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์ยังพบปัญหาในเรื่องการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเฉพาะบางกลุ่ม ด้วยขาดเครื่องมือที่เป็นช่องทางของการขายในยุค 4.0 ซึ่งยังมีลูกค้าอีกจำนวนมากที่มีกำลังซื้อและมีความสนใจในผ้าทอมืออัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์เขมร หากมีระบบที่มีเครื่องมือในการซื้อสินค้าที่สะดวกเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้อย่างทั่วถึง พร้อมทั้งนำเสนอที่มาของผ้า เรื่องราวอัตลักษณ์ และความสวยงามของผ้านั้นอย่างละเอียดชัดเจน โดยแสดงให้เห็นถึงกระบวนการทอผ้า ลวดลายผ้าทอคุณค่าจากความเป็นหนึ่งเดียวของสินค้าระดับพรีเมียม เพื่อให้ลูกค้าได้รู้สึกว่าเป็นคนสำคัญที่ได้ครอบครอง รวมถึงมีคำแนะนำการใช้และการดูแลรักษาสำหรับลูกค้าก็จะช่วยในการตัดสินใจซื้อสินค้าได้ดียิ่งขึ้น

จากความสำคัญดังกล่าวนำไปสู่การพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ผ้าทอพื้นบ้านสินค้าระดับพรีเมียมของกลุ่มชาติพันธุ์เขมรขึ้น เพื่อเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายผ้าทอพื้นบ้านซึ่งเป็นสินค้าระดับพรีเมียมของชุมชนให้เป็นที่รู้จักแพร่หลายและสร้างรายได้แก่ชุมชนมากขึ้น รวมถึงการเพิ่มศักยภาพการท่องเที่ยวให้แก่ชุมชนเพื่อให้ชุมชนได้พัฒนาตนเองด้วยความสร้างสรรค์จากต้นทุนเดิมที่มีอยู่ เพื่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสังคมไทยต่อไปในอนาคตอย่างยั่งยืน

## 1. วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1.1 เพื่อพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ผ้าทอพื้นบ้านสินค้าระดับพรีเมียม กลุ่มชาติพันธุ์เขมร
- 1.2 เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้ที่มีต่อระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ผ้าทอพื้นบ้านสินค้าระดับพรีเมียมกลุ่มชาติพันธุ์เขมร
- 1.3 เพื่อศึกษาการยอมรับของผู้ใช้ที่มีต่อระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ผ้าทอพื้นบ้านสินค้าระดับพรีเมียมกลุ่มชาติพันธุ์เขมร

## 2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จารุณี ชัยโชติอนันต์ [1] ได้กล่าวถึงอัตลักษณ์ผ้าทอบุรีรัมย์ไว้ว่า การทอผ้าทอมือเป็นกิจกรรมที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับความเป็นชุมชนและวัฒนธรรมชุมชนอย่างลึกซึ้ง ลวดลายและกระบวนการทอผ้าทอมือเป็นวัฒนธรรมที่สืบทอดกันมาอย่างยาวนาน ลวดลายและสีสันทนบนผืนผ้าให้ความหมายหลายอย่างตามวัตถุประสงค์ในการใช้งาน ตามความชอบ ตามกระบวนการทางความคิดและวิถีคิดของสังคม ลวดลายในตัวผ้าทอมือปรับเปลี่ยนไปตามลักษณะสังคมและวิถีชีวิตที่เปลี่ยนไปแต่ละช่วงเวลา ผ้าทอมือบุรีรัมย์จากกลุ่มชาติพันธุ์ทั้ง 4 กลุ่ม คือ เขมร ไทยแดง ลาว และกวย มีความเหมือนที่เป็นอัตลักษณ์ร่วมกันอยู่หลายส่วน จนอาจเรียกว่าแท้จริงแล้วผ้าทอมือบุรีรัมย์มีความเหมือนในความแตกต่าง สวยงามอย่างลงตัว อัตลักษณ์ของผ้าทอมือเป็นสื่อสัญลักษณ์หนึ่งที่สะท้อนสังคมมนุษย์ในแต่ละช่วงเวลาได้ โดยผ่านลวดลาย สีสันทน เนื้อผ้า และรูปลักษณะของผ้า ซึ่งความเป็นสินค้าพรีเมียมจะอยู่ที่ความเป็นอัตลักษณ์เฉพาะกลุ่ม หากได้เพิ่มเรื่องราว เฉพาะของผ้าแต่ละผืนลงไป จะเป็นการเชื่อมโยงกับคุณค่าของผ้าทอมือให้เป็น “สินค้าพรีเมียม” ที่ได้บอกเล่าเรื่อง คุณสมบัติของวัสดุ กรรมวิธีการผลิต และประวัติศาสตร์อันยาวนาน

จิราภรณ์ สุธัมมสภา [3] กล่าวว่า พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง กระบวนการทำธุรกรรมทุกชนิด การซื้อขาย ประมูล แลกเปลี่ยน หรือถ่ายโอนสินค้าและบริการ ตลอดจนเนื้อหา (Content) ที่เป็นดิจิทัลระหว่างองค์กร

ธุรกิจกับองค์การธุรกิจด้วยกัน หรือองค์การธุรกิจกับผู้บริโภคผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ โดยมีขั้นตอนหลักที่สำคัญ 5 ขั้นตอน คือ 1) การเลือกซื้อสินค้าหรือบริการจากเว็บไซต์ของร้านค้า 2) การตกลงสั่งซื้อสินค้าหรือบริการ 3) การประมวลผลการสั่งซื้อ 4) การอนุมัติรายการสั่งซื้อ รวมถึงชำระเงินค่าสินค้า และ 5) การจัดส่งสินค้าเมื่อได้รับการชำระเงินจากลูกค้า ปัจจุบันมีการนำระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายหัตถกรรมพื้นบ้านเพื่อส่งเสริมและสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน อาทิ ชัยภัทร พุ่มจันทร์ [4] ได้ทำการวิจัยเพื่อพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบมีส่วนร่วมของชุมชน กรณีศึกษา กลุ่มผ้าฝ้ายทอมือผ้าขึ้นตีนจก อำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ระบบมีองค์ประกอบ 4 ส่วน คือ 1) ระบบหน้าร้านจะแสดงรายการสินค้า 2) ระบบการสั่งซื้อสินค้า 3) ระบบคำนวณราคาสินค้า และ 4) ระบบแจ้งการชำระเงิน มีผลความพึงพอใจในการใช้ระบบของผู้ใช้โดยรวมอยู่ในระดับมาก รวมถึง ชนิรินทร์ มัทธนะชัย, และคณะ [5] ได้ทำการวิจัยเพื่อพัฒนาระบบดิจิทัลคอมเมิร์ซเพื่อส่งเสริมการตลาดของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์อำเภอแม่อริม จังหวัดเชียงใหม่ โดยระบบแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนหน้าร้าน สำหรับผู้ใช้ทั่วไปทำการค้นหา สั่งซื้อสินค้า และส่วนหลังร้าน สำหรับผู้ประกอบการ/เจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชน ในการจัดการข้อมูลสินค้าบนโฮมเพจ มีเมนูย่อย คือ กิจกรรม ร้านค้า OTOP ดาวันโหลดเกี่ยวกับ และติดต่อเรา การประเมินความพึงพอใจในการอบรมเชิงปฏิบัติการ ทดสอบ ติดตั้ง การนำไปใช้งานของระบบดิจิทัลคอมเมิร์ซ ของผู้ใช้ พบว่า ค่าเฉลี่ยในภาพรวมของความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก และนริศรา ลอยฟ้า [6] ได้ทำการวิจัยเพื่อศึกษาแนวทางการสร้างมูลค่าการเพิ่มมูลค่าสินค้าและรูปแบบการเพิ่มมูลค่าสินค้าเพื่อพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยระบบพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่พัฒนาขึ้น มีองค์ประกอบ 5 ส่วน คือ 1) การนำเสนอสินค้า 2) การสั่งซื้อสินค้า 3) การชำระเงิน 4) การขนส่งสินค้า และ 5) การนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่ม มีผลการประเมินระบบจากผู้ใช้พบว่า ผู้ใช้มีความพึงพอใจภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด

แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model) เป็นทฤษฎีที่เป็นตัวชี้วัดความสำเร็จของการใช้เทคโนโลยี ถูกพัฒนามาจากทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (Theory of Reasoned Action) ที่อธิบายเกี่ยวกับการยอมรับการใช้เทคโนโลยีของผู้ใช้งานเมื่อได้รับการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีใหม่ โดยมีปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี ประกอบด้วย 2 ปัจจัย คือ 1) การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ (Perceived Usefulness) เป็นระดับความเชื่อของบุคคลต่อการใช้เทคโนโลยีว่าจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานของตนได้ และ 2) การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) คือระดับความเชื่อว่าการใช้งานนั้นไม่ต้องการความพยายามในการใช้งาน [7] ในปัจจุบันมีการนำแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการพัฒนานวัตกรรม หรือเทคโนโลยีใหม่อย่างแพร่หลาย เช่น การจองตัวภาพยนตร์ออนไลน์ผ่านระบบแอปพลิเคชันของผู้ให้บริการในกรุงเทพฯ [8] การพัฒนาระบบสารสนเทศการประชุมวิชาการ [9] แอปพลิเคชันที่จอดรถเขตกรุงเทพฯ [10] และการศึกษาการยอมรับการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดสุรินทร์ [11]

## วิธีดำเนินการวิจัย

### 1. เครื่องมือการวิจัย

- 1.1 ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ผ้าทอพื้นบ้านสินค้าระดับพรีเมียมกลุ่มชาติพันธุ์เขมร
- 1.2 แบบสอบถามความพึงพอใจในการใช้งานระบบ
- 1.3 แบบวัดการยอมรับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ผ้าทอพื้นบ้านสินค้าระดับพรีเมียมกลุ่มชาติพันธุ์เขมร

### 2. กลุ่มเป้าหมาย

ผู้ค้าผ้าทอมือ กรรมการหมู่บ้าน และสมาชิกกลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้านกลุ่มชาติพันธุ์เขมร จังหวัดบุรีรัมย์ที่เข้ารับการอบรมการใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ผ้าทอพื้นบ้านสินค้าระดับพรีเมียม จำนวน 35 คน รวมถึงลูกค้าและผู้ใช้ทั่วไปที่เข้ามาใช้งานระบบในระหว่างเดือนกันยายน - ตุลาคม 2563 จำนวน 93 คน

### 3. ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

ดำเนินการตามวงจรการพัฒนากระบวนการ (SDLC) 5 ขั้นตอนดังนี้

3.1 การวางแผนระบบ (System Planning) เป็นขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การสัมภาษณ์ผู้ค้าผ้า สมาชิกผ้าทอกลุ่มชาติพันธุ์เขมรจังหวัดบุรีรัมย์ เกี่ยวกับอัตลักษณ์ผ้าทอพื้นบ้าน ความต้องการ และรูปแบบการจัดจำหน่ายผ้าทอสินค้าระดับพรีเมียมผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

3.2 การวิเคราะห์ระบบ (System Analysis) เป็นการวิเคราะห์กระบวนการทำงานของระบบ และนำเสนอด้วยแผนภาพกระแสข้อมูล (Dataflow Diagrams)

3.3 การออกแบบระบบ (System Design) โดยการออกแบบสถาปัตยกรรมและองค์ประกอบของระบบหน้าจอรับ/แสดงผลข้อมูล รวมถึงออกแบบฐานข้อมูลด้วยแบบจำลองฐานข้อมูลเชิงสัมพันธ์ (Relational Database Model) โดยใช้ระบบจัดการฐานข้อมูลมายเอสคิวแอล

3.4 การพัฒนา และทดสอบระบบ (System Development and Testing) ระบบพัฒนาในรูปแบบเว็บแอปพลิเคชัน ด้วยภาษาพีเอชพี และทดสอบการทำงานของระบบว่าสามารถทำงานได้ตามที่ออกแบบไว้ จากนั้นทดสอบการใช้งานระบบโดยติดตั้งจดทะเบียนชื่อโดเมน (Domain Name) และใช้บริการเว็บโฮสติ้ง (Web Hosting)

3.5 การนำระบบไปใช้ (System Implementation) เป็นการดำเนินการเพื่อใช้งานระบบ การฝึกอบรมผู้ใช้ และประเมินผลการใช้งาน โดยมีการประเมินผลระบบจากความพึงพอใจของผู้ใช้ และการศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ผ้าทอพื้นบ้านสินค้าระดับพรีเมียม จากนั้นนำมาสรุปผลการวิจัย

### 4. สถิติที่ใช้ในการวิจัย

ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยนำผลที่ได้เทียบกับเกณฑ์การประเมิน ดังนี้ [12]

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 – 5.00 หมายความว่า มีระดับความเห็นด้วยมากที่สุด

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.41 – 4.20 หมายความว่า มีระดับความเห็นด้วยมาก

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.61 – 3.40 หมายความว่า มีระดับความเห็นด้วยปานกลาง

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.81 – 2.60 หมายความว่า มีระดับความเห็นด้วยน้อย

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.00 – 1.80 หมายความว่า มีระดับความเห็นด้วยน้อยที่สุด

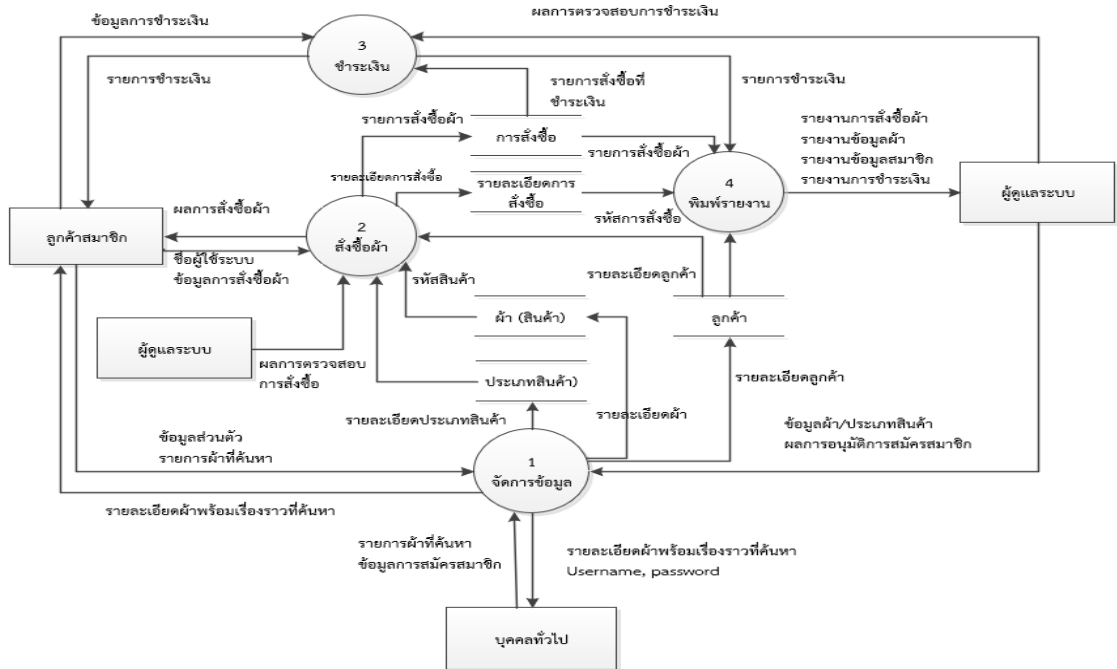
## ผลการวิจัย

### 1. ผลการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ผ้าทอพื้นบ้านสินค้าระดับพรีเมียม กลุ่มชาติพันธุ์เขมร

1.1 กระบวนการทำงานโดยรวมของระบบ จากการศึกษากระบวนการทำงาน ความต้องการ และรูปแบบการจัดจำหน่ายผ้าทอสินค้าระดับพรีเมียมผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ มีผู้ที่เกี่ยวข้องกับระบบ คือ สมาชิก ซึ่งเป็นลูกค้าที่สมัครเป็นสมาชิกเพื่อเข้ามาซื้อสินค้า บุคคลทั่วไปที่เข้ามาเยี่ยมชมสินค้า และผู้ดูแลระบบ นำเสนอการทำงานโดยรวมของระบบด้วยแผนภาพระดับสูงสุด (Context Diagram) ดังภาพที่ 1 และกระบวนการทำงานหลักของระบบ ด้วยแผนภาพระดับล่าง (Diagram 0) ดังภาพที่ 2 โดยระบบมีการทำงานหลัก 4 กระบวนการ คือ 1) จัดการข้อมูลพื้นฐานภายในระบบ ได้แก่ ข้อมูลผ้า ประเภทสินค้า ข้อมูลสิทธิการใช้งาน ข้อมูลการสั่งซื้อ ข้อมูลการชำระเงิน ผลการอนุมัติการสมัครสมาชิก และข้อมูลพื้นฐานของเว็บไซต์ 2) สั่งซื้อสินค้า เพื่อจัดการข้อมูลการสั่งซื้อสินค้าของสมาชิก และสำหรับผู้ดูแลระบบจัดการการสั่งซื้อ รวมถึงข้อมูลการจัดส่งสินค้าให้กับสมาชิก 3) ชำระเงิน โดยระบบสั่งซื้อจะส่งข้อมูลการสั่งซื้อให้ระบบชำระเงิน และผู้ดูแลระบบทำการตรวจสอบและยืนยันข้อมูลการชำระเงิน จากนั้นส่งรายงานการชำระเงินแก่สมาชิก เพื่อการจัดส่งสินค้า และ 4) พิมพ์รายงาน เมื่อมีข้อมูลการสั่งซื้อ การชำระเงินจากการสั่งซื้อของสมาชิก ผู้ดูแลระบบสามารถพิมพ์รายงานเพื่อการบริหารจัดการระบบได้

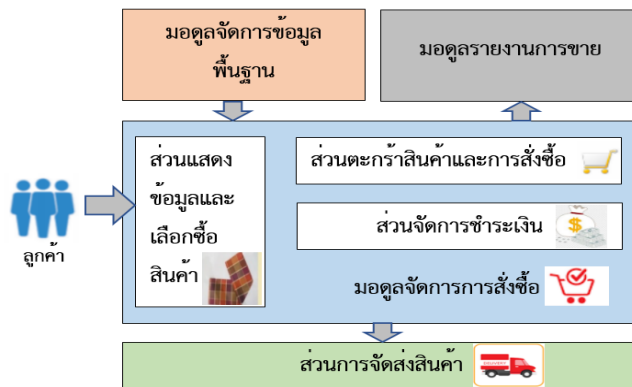


ภาพที่ 1 แผนภาพระดับสูงสุดระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ผ้าทอพื้นบ้านสินค้าระดับพรีเมียมกลุ่มชาติพันธุ์เขมร



ภาพที่ 2 ระดับล่างระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ผ้าทอพื้นบ้านสินค้าระดับพรีเมียมของกลุ่มชาติพันธุ์เขมร

1.2 องค์ประกอบระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ผ้าทอพื้นบ้านสินค้าระดับพรีเมียม กลุ่มชาติพันธุ์เขมร ประกอบด้วยมอดูล ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 องค์ประกอบระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ผ้าทอพื้นบ้านสินค้าระดับพรีเมียม

1.2.1 มอดูลจัดการข้อมูลพื้นฐาน ทำหน้าที่ในการจัดการข้อมูลพื้นฐานภายในระบบ รวมถึงข้อมูลพื้นฐานของเว็บไซต์ จะดำเนินการโดยผู้ดูแลระบบ

1.2.2 มอดูลจัดการการสั่งซื้อ ประกอบด้วย 1) ส่วนแสดงข้อมูลและเลือกซื้อสินค้า เพื่อจัดการข้อมูลรายละเอียดผลิตภัณฑ์สินค้า การเลือกชมสินค้า 2) ส่วนตะกร้าสินค้าและการสั่งซื้อ เพื่อจัดการข้อมูลการสั่งซื้อสินค้าของสมาชิก 3) ส่วนจัดการชำระเงิน ทำหน้าที่จัดการข้อมูลการชำระเงินจากรายการสั่งซื้อ ตรวจสอบและยืนยันการชำระเงิน และ 4) ส่วนการจัดส่งสินค้า ทำหน้าที่จัดการการส่งสินค้า การคำนวณค่าจัดส่ง/ที่อยู่ในการจัดส่งสินค้า

1.2.3 มอดูลและรายงานการขาย ผู้ดูแลระบบสามารถพิมพ์รายงานเพื่อการบริหารจัดการระบบเมื่อมีรายการสั่งซื้อ การชำระเงิน การจัดส่งสินค้าจากการสั่งซื้อของสมาชิก

1.3 ผลการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ผ้าทอพื้นบ้านสินค้าระดับพรีเมียม แยกตามมอดูล คือ มอดูลจัดการข้อมูลพื้นฐาน มีหน้าระบบสำหรับผู้ดูแลระบบ ดังภาพที่ 4 (ก) - (ข) มอดูลจัดการการสั่งซื้อ มีหน้าระบบสำหรับแสดงข้อมูลและเลือกซื้อสินค้า ดังภาพที่ 4 (ค) - (ง) และมอดูลรายงานการขาย ดังภาพที่ 4 (จ) - (ฉ)



(ก)

ชื่อผ้า (ภาษาไทย)	สีผ้า (ภาษาอังกฤษ)	ขนาดผ้า (กว้าง x ยาว)	ราคาผ้า (บาท)	จำนวนผ้า (ม้วน)	รวม (บาท)	จำนวนผ้า (ม้วน)	รวม (บาท)
ผ้าขาวขลิบ	White with Gold Trim	ขนาด 1.20 x 2.10 ม. ใช้เส้นด้าย 4 เส้น 20/2 เส้นด้าย 4 เส้น 20/2 เส้นด้าย 4 เส้น 20/2	1,400	10	14,000		
ผ้าสีฟ้า	Blue	ขนาด 1.20 x 2.10 ม. ใช้เส้นด้าย 4 เส้น 20/2 เส้นด้าย 4 เส้น 20/2 เส้นด้าย 4 เส้น 20/2	1,400	1	1,400		
ผ้าสีฟ้า สดุด	Blue with Gold Trim	ขนาด 1.20 x 2.10 ม. ใช้เส้นด้าย 4 เส้น 20/2 เส้นด้าย 4 เส้น 20/2 เส้นด้าย 4 เส้น 20/2	3,000	1	3,000		
ผ้าลายดอก สดุด	Floral with Gold Trim	ขนาด 1.20 x 2.10 ม. ใช้เส้นด้าย 4 เส้น 20/2 เส้นด้าย 4 เส้น 20/2 เส้นด้าย 4 เส้น 20/2	3,000	1	3,000		
ผ้าลายดอก สดุด	Floral with Gold Trim	ขนาด 1.20 x 2.10 ม. ใช้เส้นด้าย 4 เส้น 20/2 เส้นด้าย 4 เส้น 20/2 เส้นด้าย 4 เส้น 20/2	3,000	1	3,000		
ผ้าลายดอก สดุด	Floral with Gold Trim	ขนาด 1.20 x 2.10 ม. ใช้เส้นด้าย 4 เส้น 20/2 เส้นด้าย 4 เส้น 20/2 เส้นด้าย 4 เส้น 20/2	3,000	1	3,000		
ผ้าลายดอก สดุด	Floral with Gold Trim	ขนาด 1.20 x 2.10 ม. ใช้เส้นด้าย 4 เส้น 20/2 เส้นด้าย 4 เส้น 20/2 เส้นด้าย 4 เส้น 20/2	3,000	1	3,000		
ผ้าลายดอก สดุด	Floral with Gold Trim	ขนาด 1.20 x 2.10 ม. ใช้เส้นด้าย 4 เส้น 20/2 เส้นด้าย 4 เส้น 20/2 เส้นด้าย 4 เส้น 20/2	3,000	1	3,000		
ผ้าลายดอก สดุด	Floral with Gold Trim	ขนาด 1.20 x 2.10 ม. ใช้เส้นด้าย 4 เส้น 20/2 เส้นด้าย 4 เส้น 20/2 เส้นด้าย 4 เส้น 20/2	3,000	1	3,000		
ผ้าลายดอก สดุด	Floral with Gold Trim	ขนาด 1.20 x 2.10 ม. ใช้เส้นด้าย 4 เส้น 20/2 เส้นด้าย 4 เส้น 20/2 เส้นด้าย 4 เส้น 20/2	3,000	1	3,000		

(ข)



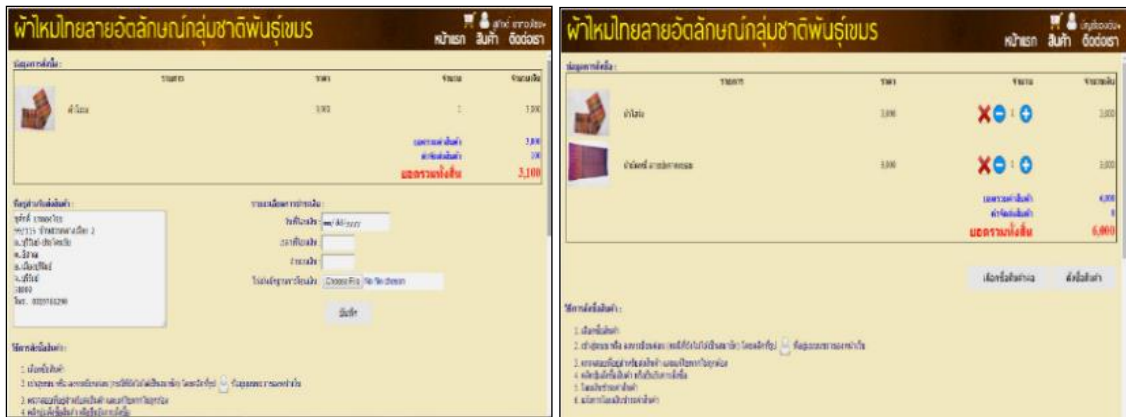
(ค)



(ง)

ภาพที่ 4 หน้าสำหรับมอดูลจัดการข้อมูลพื้นฐาน





(จ)

(ฉ)

ภาพที่ 5 หน้าสำหรับมอดูลจัดการการสั่งซื้อ และรายงานการขาย

จากนั้นทำการประเมินผลระบบโดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน พบว่า ผลการประเมินด้านการออกแบบเว็บไซต์ อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.27$ ) ส่วนด้านกระบวนการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ( $\bar{X} = 4.10$ ) และด้านเนื้อหาเว็บไซต์ ( $\bar{X} = 4.05$ ) มีผลการประเมินอยู่ในระดับมาก โดยภาพรวมมีผลการประเมินอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.14$ ) ซึ่งผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นว่าระบบสามารถนำไปใช้งานได้

## 2. ผลการศึกษาความพึงพอใจในการใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ผ้าทอพื้นบ้านสินค้าระดับพรีเมียม กลุ่มชาติพันธุ์เขมร

ผู้วิจัยได้นำระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ผ้าทอพื้นบ้านสินค้าระดับพรีเมียม ไปทดลองใช้โดยจัดอบรมการใช้งานให้กับเจ้าของร้านค้าผ้าพื้นบ้าน ผู้ค้าผ้าทอมีออนไลน์ กรรมการหมู่บ้าน และสมาชิกกลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้านกลุ่มชาติพันธุ์เขมร จากนั้นศึกษาความพึงพอใจในการใช้งานระบบ ผลการศึกษาแสดงดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการศึกษาความพึงพอใจในการใช้งานระบบ

ประเด็นคำถาม	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	S.D	ระดับ
<b>ด้านเนื้อหาของเว็บไซต์</b>			
1. เนื้อหาที่มีความชัดเจน ถูกต้อง	4.16	0.69	มาก
2. การจัดหมวดหมู่ของเนื้อหาสะดวกต่อการค้นหา	4.24	0.66	มากที่สุด
3. ความถูกต้องในการเชื่อมโยงเว็บไซต์	4.12	0.73	มาก
4. ความเหมาะสมของช่องทางการติดต่อสอบถามและให้ข้อเสนอแนะ	4.08	0.57	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.15</b>	<b>0.66</b>	<b>มาก</b>
<b>ด้านการออกแบบเว็บไซต์</b>			
1. การจัดรูปแบบเว็บไซต์ง่ายต่อการใช้งาน	4.12	0.67	มาก

2. หน้าหลักเว็บไซต์มีความสวยงาม ดึงดูดความสนใจ	4.16	0.69	มาก
3. สีที่ใช้ในการออกแบบมีความเหมาะสม	4.08	0.49	มาก
4. ขนาด และรูปแบบตัวอักษรมีความเหมาะสม	4.12	0.67	มาก
5. เนื้อหา และภาพประกอบสามารถสื่อความหมายได้	4.32	0.63	มากที่สุด
6. ความเร็วในการแสดงผลแต่ละหน้า	4.00	0.65	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.13</b>	<b>0.63</b>	<b>มาก</b>
<b>ด้านกระบวนการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์</b>			
1. ความถูกต้อง ครบถ้วนในการกำหนดรายละเอียดผลิตภัณฑ์	4.24	0.60	มากที่สุด
2. การจัดหมวดหมู่ผลิตภัณฑ์ สะดวกต่อการค้นหา	4.20	0.76	มาก
3. ความถูกต้องของรายการสั่งซื้อ	4.16	0.85	มาก
4. การสมัครสมาชิกมีความสะดวกและปลอดภัย	4.20	0.76	มาก
5. ขั้นตอนการสั่งซื้อมีความชัดเจน	4.16	0.69	มาก
6. ขั้นตอนการชำระเงินมีความชัดเจน	4.16	0.69	มาก
7. การตรวจสอบสถานะการจัดส่งผลิตภัณฑ์มีความสะดวก	4.20	0.71	มาก
8. ระบบสามารถอำนวยความสะดวกในการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์	4.28	0.68	มากที่สุด
<b>รวม</b>	<b>4.20</b>	<b>0.72</b>	<b>มาก</b>
<b>รวมทุกด้าน</b>	<b>4.16</b>	<b>0.67</b>	<b>มาก</b>

จากผลการศึกษาความพึงพอใจในการใช้งานระบบ พบว่า ด้านเนื้อหาของเว็บไซต์ มีผลการประเมินอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.15$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ใช้มีความเห็นมากที่สุด คือ การจัดหมวดหมู่ของเนื้อหาสะดวกต่อการค้นหา ( $\bar{X} = 4.24$ ) ส่วนข้อที่มีความเห็นในระดับต่ำสุด คือ ความเหมาะสมของช่องทางการติดต่อสอบถามและให้ข้อเสนอแนะ ( $\bar{X} = 4.08$ ) ด้วยผู้วิจัยคุ้นชินต่อการใช้งานเฟซบุ๊ก หรือไลน์ จึงให้ความเห็นต่อช่องทางการติดต่อสอบถามของระบบในเกณฑ์ต่ำสุด ด้านการออกแบบเว็บไซต์ พบว่า โดยรวมมีผลการประเมินอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.13$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ใช้มีความเห็นมากที่สุด คือ ภาพประกอบสามารถสื่อความหมายได้ ( $\bar{X} = 4.32$ ) นอกนั้นมีความเห็นในระดับมาก ด้านกระบวนการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยรวมมีผลการประเมินอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.20$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ใช้มีความเห็นมากที่สุด คือ ระบบสามารถอำนวยความสะดวกในการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ ( $\bar{X} = 4.28$ ) และความถูกต้อง ครบถ้วนในการกำหนดรายละเอียดผลิตภัณฑ์ ( $\bar{X} = 4.24$ ) โดยภาพรวมของความพึงพอใจในการใช้งานระบบ ผู้ใช้มีระดับความเห็นอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.16$ )

### 3. ผลการศึกษารายอมรับของผู้ใช้ที่มีต่อระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ผ้าทอพื้นบ้านสินค้าระดับพรีเมียม

ผู้วิจัยนำระบบระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ผ้าทอพื้นบ้านสินค้าระดับพรีเมียมไปใช้งานจริง และได้สอบถามการยอมรับของผู้ใช้ที่มีต่อระบบ ผลดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์การยอมรับของผู้ใช้ระบบ

ประเด็นคำถาม	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
<b>การรับรู้ถึงประโยชน์จากการใช้งาน</b>			
1. การให้บริการลูกค้าในการให้ข้อมูลสินค้า การติดต่อสื่อสาร	4.00	0.60	มาก
2. ลูกค้าสามารถสั่งซื้อสินค้าได้ตลอดเวลา	4.24	0.65	มากที่สุด
3. เข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้หลากหลาย	4.12	0.77	มาก
4. ยอดขาย/รายได้มากขึ้น	4.18	0.58	มาก
5. ช่วยลดค่าใช้จ่ายในการโฆษณาหรือการประชาสัมพันธ์สินค้า	4.06	0.60	มาก
<b>เฉลี่ย</b>	<b>4.12</b>	<b>0.64</b>	<b>มาก</b>
<b>การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน</b>			
6. มีส่วนสำหรับการแนะนำการใช้งาน	4.09	0.71	มาก
7. ขั้นตอนการใช้งานไม่ซับซ้อน มีความยืดหยุ่นในการใช้งาน	4.03	0.52	มาก
8. ระบบมีความเร็วในการใช้งานหรือเข้าถึงข้อมูล	3.94	0.49	มาก
9. การใช้งาพ สัญลักษณ์ ตัวอักษร แทนฟังก์ชันการใช้งานที่เข้าใจง่าย	4.18	0.67	มาก
<b>เฉลี่ย</b>	<b>4.06</b>	<b>0.60</b>	<b>มาก</b>
<b>โดยรวม</b>	<b>4.09</b>	<b>0.62</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ใช้ระบบยอมรับระบบโดยรวมในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.09$ ) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์จากการใช้งาน อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.12$ ) โดยข้อที่ผู้ใช้มีความเห็นมากที่สุดคือ ลูกค้าสามารถสั่งซื้อสินค้าได้ตลอดเวลา ( $\bar{X} = 4.24$ ) และด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.06$ ) ซึ่งมีข้อที่ผู้ใช้มีความเห็นมากที่สุดคือ การใช้งาพ สัญลักษณ์ ตัวอักษรแทนฟังก์ชันการใช้งานที่เข้าใจง่าย จะช่วยให้ผู้ใช้มีการใช้งานระบบได้อย่างต่อเนื่อง

### อภิปรายผลการวิจัย

1. ผลการพัฒนาาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ผ้าทอพื้นบ้านสินค้าระดับพรีเมียมกลุ่มชาติพันธุ์เขมร เป็นระบบที่สามารถใช้งานผ่านเว็บเบราว์เซอร์ โดยมีการทำงานหลัก 4 กระบวนการ คือ 1) การจัดการข้อมูลพื้นฐานภายในระบบ 2) การสั่งซื้อสินค้า รวมถึงการจัดส่งสินค้าให้กับลูกค้า 3) การชำระเงิน และ 4) การพิมพ์รายงานเป็นไปตามองค์ประกอบของการทำธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 5 ขั้นตอนของจิราภรณ์ สุธัมมสภา [3] ที่มีเครื่องมืออำนวยความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้าจากเว็บไซต์ของกลุ่ม ชำระเงินค่าสินค้า รวมถึงการจัดส่งสินค้าเมื่อชำระเงิน ซึ่งครบกระบวนการของการทำธุรกรรมในการซื้อขายสินค้า โดยมีเนื้อหาดีจิทัลระหว่างกลุ่มกับผู้บริโภคผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ สอดคล้องกับงานวิจัยของชยภัทร พุ่มจันทร์ [4] ชนินทร์ มัททชนชัย, และคณะ [5] และ นริสรา ลอยฟ้า [6]

2. ผลการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ผ้าทอพื้นบ้านสินค้าระดับพรีเมียมกลุ่มชาติพันธุ์เขมร พบว่า จากฟังก์ชันการทำงานของระบบเมื่อทำการศึกษาความพึงพอใจในการใช้งานระบบ

ใน 3 ด้าน คือ ด้านเนื้อหาของเว็บไซต์ ด้านการออกแบบเว็บไซต์ และด้านกระบวนการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ มีผลการประเมินภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยผู้ใช้มีความพึงพอใจด้านกระบวนการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในระดับสูงที่สุด ด้วยผู้ใช้เห็นว่าระบบสามารถอำนวยความสะดวกในการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ รวมทั้งสามารถดูรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ได้อย่างความถูกต้อง ครบถ้วน สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในยุคปัจจุบันจึงเกิดความพึงพอใจในระบบ สอดคล้องกับงานวิจัยของชยภัทร พุ่มจันทร์ [4] ที่ได้จัดทำระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มผ้าฝ้ายตีนจก เช่นเดียวกับชนินทร์ มัทธนะชัย, และคณะ [5] ที่พัฒนาระบบดิจิทัลคอมเมิร์ซเพื่อส่งเสริมการตลาดของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์อำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่ และนริศรา ลอยฟ้า [6] ได้ทำการวิจัยเพื่อศึกษาแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าและรูปแบบการเพิ่มมูลค่าสินค้าเพื่อพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งงานวิจัยดังกล่าวมีผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ในภาพรวม อยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด จากผลการวิจัยดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อเป็นเครื่องมือในการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายผ้าทอพื้นบ้าน จะเป็นการส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์ให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้เป็นอย่างดี รวมถึงการนำเสนอภาพ รายละเอียด และความเป็น อัตลักษณ์ของสินค้าที่แสดงให้เห็นถึงคุณค่าของสินค้าก็ถือเป็นสิ่งสำคัญในการตัดสินใจซื้อสินค้าระดับพรีเมียม

3. ผลการศึกษาการยอมรับของผู้ใช้ที่มีต่อระบบ พบว่า ผู้ใช้ยอมรับระบบโดยรวมในระดับมาก เช่นเดียวกับการพิจารณารายด้านการรับรู้ถึงประโยชน์จากการใช้งาน และด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน สอดคล้องกับผลการศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีของอัครเดช ปิ่นสุข และนิตนา ฐานิตธกร [8] วรภา อารีราษฎร์, และคณะ [9] ชนิตาภา ขำระหงษ์ [10] วิจิตรา โพธิสาร, นวัศกร โพธิสาร และชวงค์ พรหมบุตร [11] เนื่องจากผู้ได้รับรู้ได้ถึงความง่ายในการใช้งานระบบ ด้วยระบบมีการออกแบบโดยใช้ภาพสัญลักษณ์ตัวอักษรแทนฟังก์ชันการใช้งานที่ทำให้ผู้ใช้เข้าใจง่าย รวมถึงด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ผู้ใช้สามารถสั่งซื้อสินค้าได้ตลอดเวลา ระบบสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้หลากหลาย สอดคล้องกับสภาพทางเศรษฐกิจสังคมที่ผู้บริโภคต้องการความสะดวกในการซื้อสินค้า

### ข้อเสนอแนะ

1) การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วยพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่จะประสบความสำเร็จขึ้นกับปัจจัยหลายประการ ทั้งความพร้อมของโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ความพร้อมของบุคลากร ระบบการชำระเงิน การขนส่งสินค้า โดยอินเทอร์เน็ตเป็นเพียงช่องทางเพื่อให้ลูกค้าได้เข้าถึงและเลือกชมสินค้าได้มากขึ้น เป็นช่องทางในการตกลงราคา หรือการทำธุรกรรมทางการเงิน นอกจากนี้ปัจจัยที่สำคัญ คือ การสนับสนุนจากภาครัฐที่ให้ความสำคัญของการส่งเสริมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศและถ่ายทอดนโยบายสู่การปฏิบัติในระดับชุมชนเพื่อให้ประเทศสามารถก้าวไปสู่การเป็นเศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy) ได้อย่างยั่งยืนต่อไป

2) การทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับสินค้าระดับพรีเมียมของชุมชน ประเด็นด้านคุณภาพ และมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ รวมถึงบรรจุภัณฑ์ถือเป็นสิ่งสำคัญที่จะสร้างความน่าเชื่อถือ ความมั่นใจให้กับลูกค้าที่เลือกซื้อสินค้าผ่านช่องทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยชุมชนต้องให้ความสำคัญในการบริหารจัดการกลุ่มเพื่อให้คงไว้ซึ่งคุณภาพและมาตรฐาน เพื่อให้ลูกค้าได้กลับมาซื้อสินค้าอีกครั้ง

### กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยนี้ได้รับการสนับสนุนจากเครือข่ายวิจัยอุดมศึกษาภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (สกอ.) นอกจากนี้ขอขอบคุณ ผู้นำชุมชน คณะกรรมการหมู่บ้าน สมาชิกกลุ่มทอผ้า และชาวบ้านกลุ่มชาติพันธุ์เขมร จังหวัดบุรีรัมย์ ที่ให้ความร่วมมือในการทำกิจกรรม ร่วมคิดสร้างสรรค์เพื่อชุมชน ตลอดจนให้ความอนุเคราะห์ข้อมูล คำแนะนำ ความรู้ต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่องานวิจัย

### เอกสารอ้างอิง

- [1] จารุณี ชัยโชติอนันต์. (2556). สืบสานตำนาน ผ้าไหมบุรีรัมย์. กรุงเทพฯ: โอพรีนธ์ แอนด์ เทคโนโลยี (ไทยแลนด์).
- [2] สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) กองบริหารงานวิจัยและประกันคุณภาพการศึกษา. (2560, 15 พฤศจิกายน). พิมพ์เขียว Thailand 4.0 โมเดลขับเคลื่อนประเทศไทยสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน. [https://www.nstda.or.th/home/knowledge\\_post/blueprint-thailand-4/](https://www.nstda.or.th/home/knowledge_post/blueprint-thailand-4/)
- [3] จีราภรณ์ สุธัมมสภา. (2555). 32451 พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และการจัดการธุรกิจนำเข้า-ส่งออก. นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- [4] ชยภัทร พุ่มจันทร์. (2562). การพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบมีส่วนร่วมของชุมชน กรณีศึกษา กลุ่มผ้าฝ้ายทอมือผ้าขึ้นตีนจก อำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่ [รายงานผลการวิจัย]. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่. <http://cmruir.cmru.ac.th/handle/123456789/1982>
- [5] ชนินทร์ มัทธนชัย, และคณะ. (2563). การพัฒนาระบบดิจิทัลคอมเมิร์ซเพื่อส่งเสริมการตลาดของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) อำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่. วารสารวิชาการศรีปทุม ชลบุรี, 16(3), 78-88. <https://www.chonburi.spu.ac.th/journal/booksearch/upload/1914-Chanin%201.pdf>
- [6] นริสรา ลอยฟ้า. (2563). การเพิ่มมูลค่าสินค้าและเพิ่มช่องทางการตลาดผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าไหมลายลูกแก้วตำบลนิคมพัฒนาอำเภออุบลราชธานีจังหวัดศรีสะเกษ. วารสารการพัฒนาชุมชนและคุณภาพชีวิต, 8 (1), 214 – 226. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/JCDLQ/article/view/244597>
- [7] Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. MIS Quarterly, 13(3), 319-340. doi: 10.2307/249008
- [8] อัครเดช ปิ่นสุข, และ นิตนา ฐานิตธนกร. (255). การยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ คุณภาพการ บริการอิเล็กทรอนิกส์และส่วนประสมการตลาดในมุมมองของลูกค้า ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ (E-satisfaction) ในการจองตั๋วภาพยนตร์ออนไลน์ผ่านระบบแอปพลิเคชันของผู้ใช้บริการในจังหวัดกรุงเทพมหานคร. [การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต] BU Research. <http://dspace.bu.ac.th/handle/123456789/1723>
- [9] วรปภา อารีราษฎร์, ธรัช อารีราษฎร์, เพลด็จ พรหมสาขา ณ สกลนคร, นิรุติ ไสร์รักษา, และ บดินทร์ แก้วบ้านดอน. (2558). การพัฒนาระบบสารสนเทศการประมงวิชาการสำหรับคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม. วารสารวิชาการการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรม 2(2), 29-38. file:///C:/Users/Admin/Downloads/115108-Article%20Text-295704-1-10-20180312.pdf
- [10] ชนิตาภา ชำระหงษ์. (2562). นวัตกรรมบริการที่ส่งผลต่อการยอมรับแอปพลิเคชันที่จอดรถ (Car Parking) ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). DSpace JSUI. <http://ithesis-ir.su.ac.th>
- [11] วิจิตรา โพธิสาร, นวัตร โพธิสาร, และ ชวงค์ พรหมบุตร. (2560). การศึกษาการยอมรับการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการ กลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดสุรินทร์. [Proceedings]. การประชุมวิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ ครั้งที่ 4. (น. 696 – 704). มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์, เพชรบูรณ์.
- [12] บุญชม ศรีสะอาด. (2560). การวิจัยเบื้องต้น (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.