



การพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อจัดจำหน่ายสินค้าวิสาหกิจชุมชน
กรณีศึกษา กลุ่มผลิตหมวกยางพารา อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง
The develop information system for distribution of community enterprise
products, a case study of para hat production group,
Muang District, Lampang Province

ภิราภรณ์ บุตรซอ¹ อรยา อินทะขิล¹ เนตรดาว โทธรัตน์¹ และ พิมาย วงศ์ทา^{1*}

Piraporn Butsoon¹ Oraya Inthakel¹ Natedao Thotharat¹ and Phimine Wongtha^{1*}

สาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง¹

Division of Business Computer, Faculty of Management Science, Lampang Rajabhat University¹

*Corresponding Author: pmy999@gmail.com

ข้อมูลบทความ	บทคัดย่อ
ประวัติบทความ: รับเพื่อพิจารณา: 26 พฤศจิกายน 2565 แก้ไข: 9 ธันวาคม 2565 ตอบรับ: 9 ธันวาคม 2565	งานวิจัยนี้ วัตถุประสงค์ (1) เพื่อพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อจัดจำหน่ายสินค้าวิสาหกิจชุมชน กรณีศึกษา กลุ่มผลิตหมวกยางพารา อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง (2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจการทดลองใช้ระบบสารสนเทศเพื่อจัดจำหน่ายสินค้าวิสาหกิจชุมชน โดยใช้กลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มลูกค้าทั่วไป จำนวน 30 คน ด้วยวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) เครื่องมือที่ใช้สำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่แบบสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง และแบบสอบถามความพึงพอใจ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยการพัฒนาระบบฯ ได้ดำเนินการพัฒนาระบบตามขั้นตอน SDLC (System Development Life Cycle) และใช้ MySQL ในการจัดการฐานข้อมูล ผลการพัฒนา ระบบสารสนเทศเพื่อจัดจำหน่ายสินค้าวิสาหกิจชุมชน กรณีศึกษา กลุ่มผลิตหมวกยางพารา อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง พบว่าเป็นระบบสารสนเทศที่ทำงานอยู่บนเว็บไซต์ ประกอบด้วย 2 ส่วนได้แก่ 1) ผู้ดูแลระบบ จัดการข้อมูลระบบหลังร้าน คือข้อมูลสินค้า ข้อมูลลูกค้า ข้อมูลการสั่งซื้อของลูกค้า การจัดส่งสินค้า 2) ผู้ใช้ทั่วไปหรือลูกค้า สามารถดูรายละเอียดสินค้าและสั่งซื้อสินค้า ผลการสอบถามความพึงพอใจของผู้ใช้พบว่าความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.60, S.D. = 0.06)



Article Info	Abstract
Article History: Received: November 26, 2022 Revised: December 9, 2022 Accepted: December 9, 2022	This research aimed to (1) develop an information system for the distribution of community enterprise products, a case study of para rubber hat production group, Muang District, Lampang Province; (2) study the users' satisfaction with the information system for the distribution of community enterprise. The sample consists of 30 general customers. The participants in the study were selected through accidental sampling. The methods used in the research were unstructured interviews and questionnaires. The Mean and Standard Deviation of the data were analyzed. The system development followed System Development Life Cycle (SDLC) and used MySQL for database management systems. The outcome of the developed information system for the distribution of community enterprise products, a case study of para rubber hat production group, Muang District, Lampang Province, is an information system on the website, consisting of 2 parts: 1) Administrator (back-end) manages system information, product information, customer information, order information, and shipping; 2) General users or customers (front-end) can view product details and can order. The results show that user satisfaction was at the highest level ($\bar{X}$ = 4.60, S.D. = 0.06)
Keywords: The develop information system/ distribution/ community enterprise	

1. บทนำ

การขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศเข้าสู่ยุคดิจิทัล การส่งเสริมด้านเศรษฐกิจสู่ดิจิทัล ทำให้อุตสาหกรรมยุคโลกาภิวัตน์ และการแข่งขันทั้งด้านผลิตภัณฑ์ กระบวนการผลิต การตลาด และส่งเสริมการขาย การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อรองรับการให้บริการของภาคธุรกิจ และการประยุกต์ใช้ระบบสารสนเทศในเชิงธุรกิจ เพื่อช่วยลดค่าใช้จ่าย และเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน ทั้งธุรกิจขนาดเล็ก ขนาดกลางและขนาดใหญ่ ทั้งทางตรงและทางอ้อม และกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดออนไลน์ การเลือกซื้อผ่านระบบออนไลน์ที่สะดวก รวดเร็วไม่ยุ่งยากซับซ้อน ซึ่งปัจจุบันเป็นยุคการใช้เทคโนโลยีทำให้ผู้บริโภคและผู้ประกอบการธุรกิจให้ความสนใจช่องทางการจำหน่ายผ่านอินเทอร์เน็ต ซึ่งช่องทางการจำหน่ายแบบเดิมไม่สามารถกระจายสินค้าได้อย่างทั่วถึง ดังนั้นการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายโดยใช้การตลาดดิจิทัลเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันให้กับผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชน ซึ่งช่องทางการจัดจำหน่ายโดยใช้การตลาดดิจิทัล การพัฒนาโครงสร้างการปฏิบัติงานการตลาดดิจิทัล การออกแบบช่องทางการจัดจำหน่ายดิจิทัล การส่งเสริมการขายด้วยช่องทางการตลาดดิจิทัล [1] และการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัลเพื่อสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อส่งเสริมการตลาดและขายสินค้าออนไลน์ของผู้ประกอบการในการเผยแพร่สินค้า การจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ [2] และระบบสารสนเทศเพื่อการ



จัดการข้อมูลวิสาหกิจชุมชน ทำให้เก็บข้อมูลเป็นระเบียบมากยิ่งขึ้น ช่วยให้ข้อมูลเป็นปัจจุบันและสะดวกรวดเร็วในการบริหารจัดการข้อมูลวิสาหกิจชุมชน [3] และในการทำธุรกิจปัจจุบันมีทั้งผู้ประกอบการที่เกิดจากการสร้างเป็นบริษัท ร้านค้า หรือการรับสินค้าหรือบริการต่างๆ มาเพื่อจำหน่ายในแบบมีหน้าร้าน และแบบจำหน่ายออนไลน์ และในส่วนกลุ่มชุมชนที่รวมตัวกันเป็นลักษณะของชุมชนและการรวมกลุ่มของคนในชุมชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ขึ้นมา ในลักษณะของวิสาหกิจชุมชนซึ่งเป็นกิจการของชุมชนเกี่ยวกับการผลิตสินค้า การบริการซึ่งจัดการด้วยทุนของชุมชน เพื่อสร้างรายได้และพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชน สร้างเศรษฐกิจชุมชนให้เข้มแข็งและยั่งยืน [5] ซึ่งวิสาหกิจชุมชนนำไปสู่การพัฒนาและสร้างผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่มีรูปแบบของผลิตภัณฑ์หลากหลายรูปแบบโดยกลุ่มวิสาหกิจชุมชนหมวี่ยงพาราเป็นอีกกลุ่มหนึ่งที่ทำผลิตภัณฑ์หมวกจากยางพาราเพื่อจำหน่าย และมีการจัดแสดงสินค้าในการออกร้านตามสถานที่ต่างๆ ทำให้เกิดค่าใช้จ่ายขึ้น และยังไม่มีช่องทางการจำหน่ายสินค้า ที่สามารถติดต่อกับลูกค้า ได้สะดวก รวดเร็ว ประกอบกับช่องทางออนไลน์ปัจจุบันได้รับความนิยมค่อนข้างมาก ทำให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนหมวี่ยงพาราสนใจเพิ่มช่องทางการตลาดผ่านทางออนไลน์ เพื่อที่จะได้สามารถจัดการนำเสนอข้อมูลสินค้าเกี่ยวกับหมวี่ยงพาราให้เป็นที่รู้จักของผู้สนใจโดยทั่วไป ซึ่งช่องทางการจำหน่ายแบบออนไลน์ช่วยขยายการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ และการนำเทคโนโลยีสารสนเทศ มาช่วยสนับสนุนและเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าทำให้ผู้ซื้อและผู้ขายสามารถติดต่อซื้อสินค้าได้สะดวกรวดเร็ว และ [2] เทคโนโลยีดิจิทัลสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนเป็นระบบที่พัฒนาขึ้นให้ผู้บริโภคที่ต้องการซื้อสินค้าจากผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนโดยมีรายละเอียดของสินค้า เช่น ชื่อ ภาพสินค้า ราคา สัญลักษณ์และชื่อของร้าน ข้อมูลสำหรับการติดต่อสื่อสาร [4] ผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัลต้องใช้เทคโนโลยีและเปลี่ยนกลยุทธ์ทางการตลาด เพิ่มยอดขายและขยายตลาดให้มากยิ่งขึ้นโดยการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการพัฒนาธุรกิจแบบออนไลน์

จากหลักการและเหตุผลดังกล่าวจึงมีแนวความคิดพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อจัดจำหน่ายสินค้าวิสาหกิจชุมชน กรณีศึกษา กลุ่มผลิตหมวี่ยงพารา อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง และศึกษาความพึงพอใจ การทดลองใช้ระบบสารสนเทศเพื่อจัดจำหน่ายสินค้าวิสาหกิจชุมชน กรณีศึกษา กลุ่มผลิตหมวี่ยงพารา อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง เพื่อให้ผู้ใช้สามารถปรับปรุงแก้ไขข้อมูลสินค้า และเพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าให้ผู้ผลิต และประชาสัมพันธ์และเผยแพร่สินค้าหมวี่ยงพาราและผลักดันให้เกิดการเติบโตทางด้านเศรษฐกิจสมัยใหม่ต่อไป

2. วิธีดำเนินการวิจัย

2.1 ขั้นตอนการดำเนินงาน

2.1.1 ศึกษาปัญหาและความต้องการระบบ ของกลุ่มผลิตหมวี่ยงพารา โดยการสัมภาษณ์ สังเกต และเอกสารที่เกี่ยวข้อง และศึกษาขั้นตอนการทำงาน

2.1.2 วิเคราะห์และออกแบบระบบ โดยวิเคราะห์ขั้นตอนและกระบวนการทำงาน ส่วนของการนำข้อมูลเข้าระบบ ส่วนของผลลัพธ์ของระบบ ออกแบบฐานข้อมูล และการแสดงผลข้อมูลและหน้าจอแสดงผลข้อมูล

2.1.3 พัฒนาระบบตามที่ได้วิเคราะห์และออกแบบระบบตามโครงร่าง และประเมินผลความเหมาะสมของระบบโดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน

2.1.4 ทดลองใช้ระบบ และสอบถามความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างคือลูกค้าทั่วไป จำนวน 30 คน โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (accidental sampling)

2.1.5 วิเคราะห์ สรุปผลและจัดทำรายงานผล



2.2 เครื่องมือการวิจัย

2.2.1 แบบสัมภาษณ์ความต้องการระบบสารสนเทศเพื่อจัดจำหน่ายสินค้าวิสาหกิจชุมชน กลุ่มผลิตหมวกยางพารา อำเภอเมือง จังหวัดลำปางแบบไม่มีโครงสร้าง

2.2.2 ระบบสารสนเทศเพื่อจัดจำหน่ายสินค้าวิสาหกิจชุมชน กรณีศึกษา กลุ่มผลิตหมวกยางพารา อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง

2.2.3 แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบสารสนเทศเพื่อจัดจำหน่ายสินค้าวิสาหกิจชุมชน กรณีศึกษา กลุ่มผลิตหมวกยางพารา อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ลูกค้าทั่วไป จำนวน 30 คน คัดเลือกแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ใช้งานหรือเข้าไปชมสินค้าในเว็บไซต์ขายสินค้าแบบออนไลน์ ที่สมัครใจเข้าร่วมทดลองใช้ระบบสารสนเทศเพื่อจัดจำหน่ายสินค้าวิสาหกิจชุมชน กรณีศึกษา กลุ่มผลิตหมวกยางพารา อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง

สถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน [6]

3. ผลการวิจัย

3.1 ผลการพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อจัดจำหน่ายสินค้าวิสาหกิจชุมชน กรณีศึกษา กลุ่มผลิตหมวกยางพารา อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง

3.1.1 ผลการศึกษาความต้องการผู้ใช้ระบบสารสนเทศเพื่อจัดจำหน่ายสินค้าวิสาหกิจชุมชน กรณีศึกษา กลุ่มผลิตหมวกยางพารา อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง พบว่าต้องการนำเสนอสินค้าที่ผู้ใช้สามารถเข้าไปดูรายละเอียดสินค้า และลูกค้าสามารถสั่งซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์ได้ และเมื่อลูกค้าชำระเงินเรียบร้อยแล้วมีการจัดส่งสินค้าให้ลูกค้า และกลุ่มวิสาหกิจชุมชนหมวกยางพาราสามารถนำเสนอข้อมูลรายละเอียดหมวกยางพาราผ่านช่องทางออนไลน์

3.1.2 ผลการออกแบบองค์ประกอบของระบบสารสนเทศเพื่อจัดจำหน่ายสินค้าวิสาหกิจชุมชน กรณีศึกษา กลุ่มผลิตหมวกยางพารา อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง พบว่า ประกอบด้วย 3 ส่วน (ดังรูปที่ 1)

ส่วนที่ 1 ผู้ใช้ระบบ

1.1) ลูกค้า 1.2) แอดมิน

ส่วนที่ 2 กระบวนจำหน่ายสินค้าออนไลน์

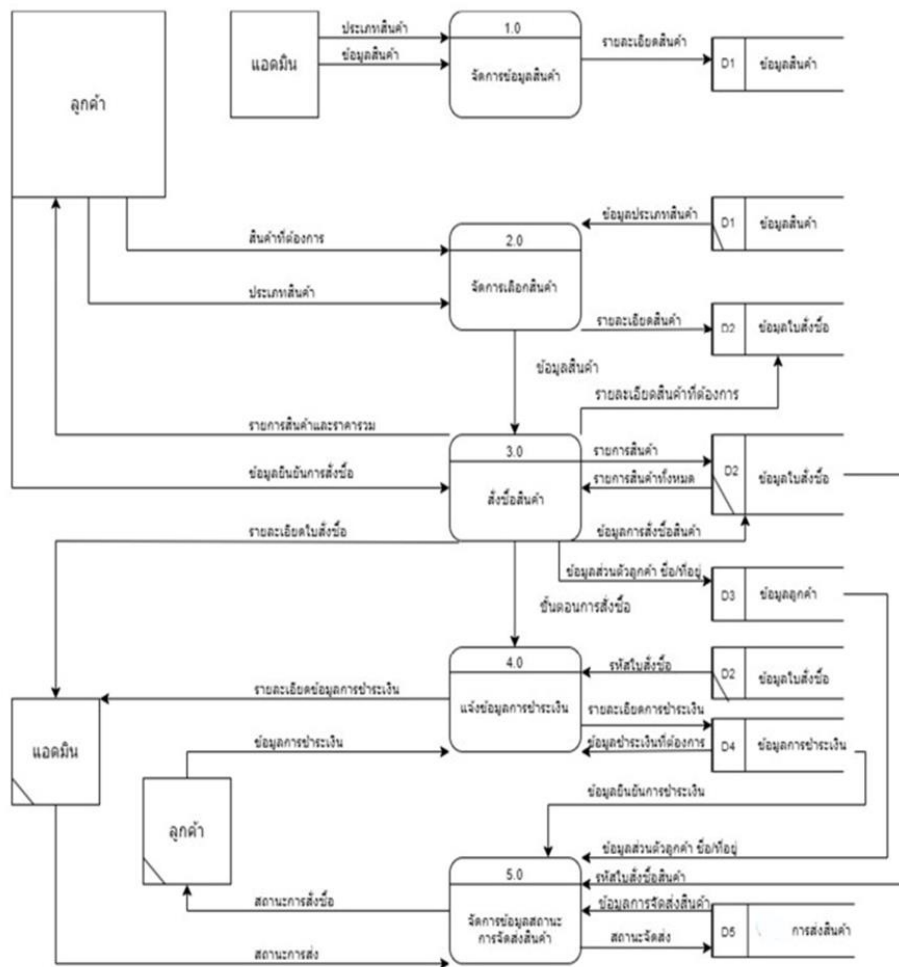
2.1) การจัดการข้อมูลสินค้า 2.2) จัดการเลือกสินค้า 2.3) สั่งซื้อสินค้า

2.4) แจ้งข้อมูลการชำระเงิน 2.5) จัดการข้อมูลสถานะการจัดส่งสินค้า

ส่วนที่ 3 ฐานข้อมูล

3.1) ข้อมูลสินค้า 3.2) ข้อมูลใบสั่งซื้อ 3.3) ข้อมูลลูกค้า 3.4) ข้อมูลการชำระเงิน

3.5) ข้อมูลการส่งสินค้า



รูปที่ 1 การวิเคราะห์และออกแบบสารสนเทศเพื่อจัดจำหน่ายสินค้าวิสาหกิจชุมชน

3.1.3 ผลการพัฒนาระบบเพื่อจัดจำหน่ายสินค้าวิสาหกิจชุมชน กรณีศึกษา กลุ่มผลิตหมวกยางพารา อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง พบว่า ประกอบด้วย 2 ส่วน (ดังรูปที่ 2-4)

ส่วนที่ 1 ผู้ดูแลระบบ

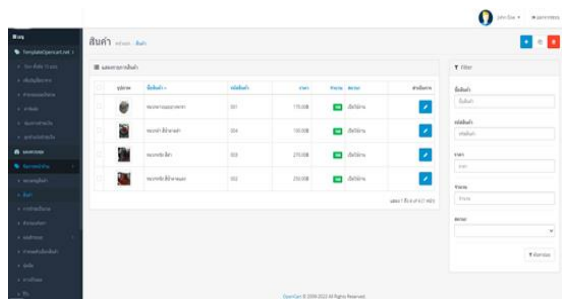
1.1) การจัดการข้อมูลสินค้า 1.2) ข้อมูลการสั่งซื้อ 1.3) ข้อมูลการจัดส่ง 1.4) รายงาน

โดยผู้ดูแลระบบ สามารถจัดการข้อมูลสินค้า เกี่ยวกับประเภทสินค้า รายละเอียดสินค้า ราคา รูปภาพ สามารถจัดการข้อมูลการสั่งซื้อของลูกค้าตรวจสอบหลักฐานการชำระเงิน และจัดส่งสินค้าให้ลูกค้า ตามที่อยู่ของลูกค้าระบุ และสามารถจัดการข้อมูลรายงาน ดังรูปที่ 2 ถึง 3

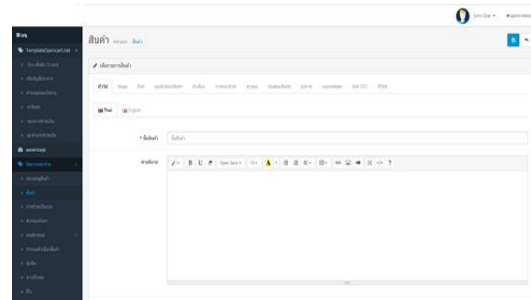
ส่วนที่ 2 ผู้ใช้งานทั่วไป (ลูกค้า)

2.1) ค้นหาข้อมูลสินค้า 2.2) สั่งซื้อสินค้า 2.3) ยืนยันการชำระเงิน

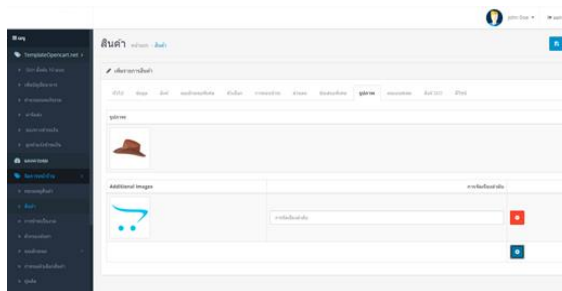
โดยผู้ใช้งานทั่วไปหรือลูกค้า สามารถค้นหาข้อมูลสินค้า และทำการเลือกสินค้าใส่ตะกร้าคือ การสั่งซื้อสินค้า จะทำการสั่งซื้อในฐานะลูกค้าทั่วไป หรือทำการสมัครสมาชิกหากทำการสมัครสมาชิกกรอก รายละเอียดชื่อ ที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ เมื่อสั่งซื้อสินค้าเสร็จยืนยันการชำระเงิน



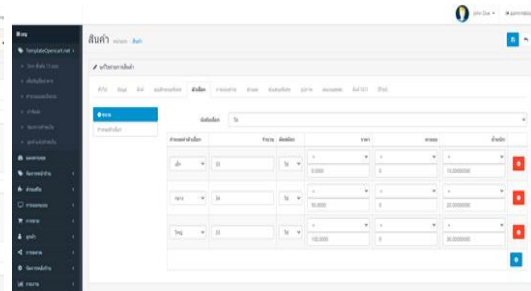
(ก)



(ข)

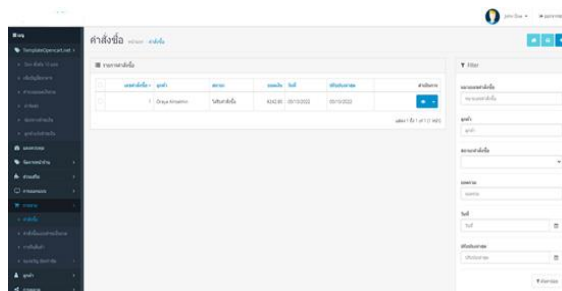


(ค)

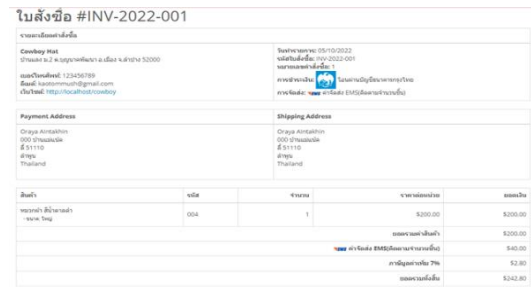


(ง)

รูปที่ 2 การจัดการข้อมูลระบบหลังร้าน ข้อมูลรายละเอียดสินค้า

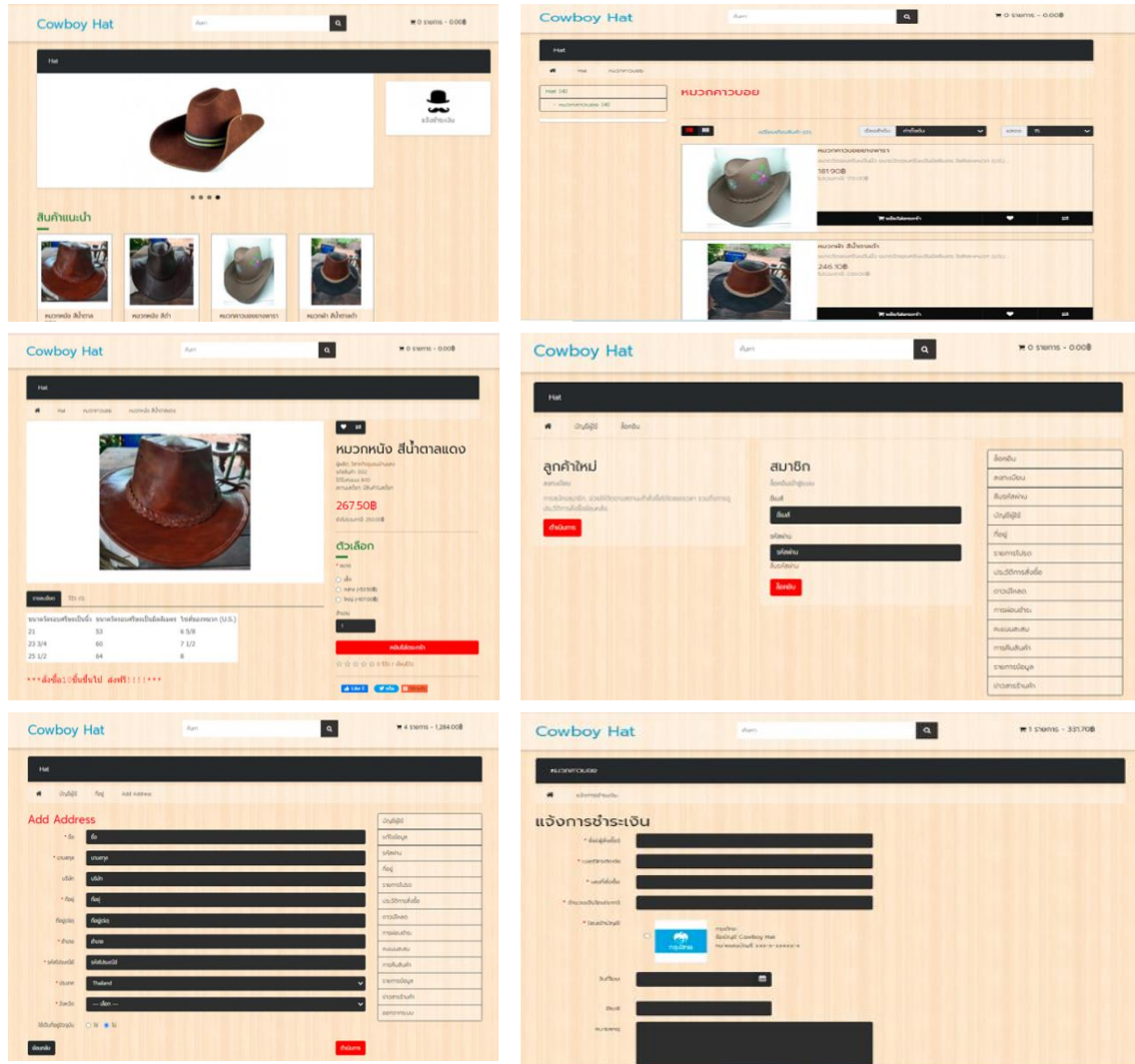


(ก)



(ข)

รูปที่ 3 การจัดการข้อมูลระบบหลังร้าน ข้อมูลการสั่งซื้อของลูกค้า (ก) และข้อมูลการจัดส่งสินค้า (ข)



รูปที่ 4 หน้าร้านเว็บไซต์จำหน่ายสินค้าวิสาหกิจชุมชน กรณีศึกษา กลุ่มผลิตหมวกยางพารา

3.2 ผลการสอบถามความพึงพอใจของผู้ทดลองใช้ระบบสารสนเทศเพื่อการพัฒนาาระบบเพื่อจัดจำหน่ายสินค้าวิสาหกิจชุมชน กรณีศึกษา กลุ่มหมวกยางพารา อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ลูกค้าทั่วไป จำนวน 30 คน คัดเลือกแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ใช้งานหรือเข้าไปชมสินค้าในเว็บไซต์ขายสินค้าแบบออนไลน์ (ตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 ผลการสอบถามความพึงพอใจของผู้ทดลองใช้ระบบสารสนเทศเพื่อจัดจำหน่ายสินค้าวิสาหกิจชุมชน

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ด้านการออกแบบ	4.56	0.07	มากที่สุด
2. ด้านการใช้งาน	4.58	0.03	มากที่สุด
3. ด้านประสิทธิภาพ	4.68	0.09	มากที่สุด
รวม	4.60	0.06	มากที่สุด



จากตารางที่ 1 ความพึงพอใจของผู้ทดลองใช้ระบบสารสนเทศเพื่อจัดจำหน่ายสินค้าวิสาหกิจชุมชน โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.60$, S.D. = 0.06) เพื่อพิจารณาแต่ละด้านพบว่าด้านประสิทธิภาพ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.68$ S.D. = 0.09) ด้านการใช้งาน อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.58$, S.D. = 0.03) ด้านการออกแบบ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.56$, S.D. = 0.07) ตามลำดับ

4. อภิปรายผลการวิจัย

4.1 ผลการพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อจัดจำหน่ายสินค้าวิสาหกิจชุมชน กรณีศึกษา กลุ่มผลิตหมวก ยางพารา อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง

4.1.1 ผลการศึกษาความต้องการผู้ที่ใช้ระบบสารสนเทศเพื่อจัดจำหน่ายสินค้าวิสาหกิจชุมชน กรณีศึกษา กลุ่มผลิตหมวกยางพารา อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง พบว่าต้องการนำเสนอสินค้าที่ผู้ใช้สามารถเข้าไปดูรายละเอียดสินค้า และลูกค้าสามารถสั่งซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์ได้ และเมื่อลูกค้าชำระเงินเรียบร้อยแล้วมีการจัดส่งสินค้าให้ลูกค้า และกลุ่มวิสาหกิจชุมชนหมวกยางพาราสามารถนำเสนอข้อมูลรายละเอียดหมวกยางพาราผ่านช่องทางออนไลน์เหตุที่เป็นเช่นนี้อาจเนื่องมาจากการวิสาหกิจชุมชนหรือส่วนของผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนตระหนักถึงการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการทำธุรกิจ และ [2] การพัฒนาเทคโนโลยีและดิจิทัลเพื่อสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ส่งเสริมการตลาด ขายสินค้าออนไลน์ การเผยแพร่สินค้า การจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ [3] และระบบสารสนเทศเพื่อจัดการข้อมูลวิสาหกิจชุมชน ทำให้เก็บข้อมูลเป็นระเบียบมากยิ่งขึ้น ช่วยให้ข้อมูลเป็นปัจจุบันและสะดวกรวดเร็วในการบริหารจัดการข้อมูลวิสาหกิจชุมชน สอดคล้องกับ [1] วิจัยเรื่องการพัฒนาช่องทางจัดจำหน่ายโดยใช้การตลาดดิจิทัลเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันให้กับผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชน ตำบลท่าขุนราม อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร พบว่าปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์ และช่องทางกาจัดจำหน่ายโดยใช้การตลาดดิจิทัลเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันให้กับผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชน สอดคล้องกับ [2] วิจัยเรื่องการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัลเพื่อสนับสนุนรูปแบบเทคโนโลยีดิจิทัลสำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พบว่าสภาพการณ์ของผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนมีความต้องการและความสามารถในการสืบค้น ติดต่อและนำเสนอสินค้า การแสดงสินค้า การสั่งซื้อสินค้าผ่านระบบออนไลน์ สอดคล้องกับ [4] วิจัยเรื่องปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัล พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัลต้องค้นหาความต้องการของลูกค้าและสนองความต้องการเพื่อให้เกิดโอกาสการตลาดอย่างรวดเร็ว โดยการใช้เทคโนโลยีในยุคดิจิทัล สอดคล้องกับ [7] วิจัยเรื่องการพัฒนาสารสนเทศเพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOP ของตำบลสะลง อำเภอแม่อรม จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าระบบสารสนเทศตามความต้องการของชุมชน โดยชุมชนปรับปรุงรายการสินค้า แสดงรายละเอียดสินค้าให้กับลูกค้า และมีช่องทางการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า และสอดคล้องกับ [8] วิจัยเรื่องการพัฒนาเว็บพอร์ทัลอิเล็กทรอนิกส์เพื่อสนับสนุนการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนของจังหวัดพิจิตรหรืออยุธยา พบว่ากลุ่มต้องการการขายสินค้าผ่านเว็บไซต์ที่มีกระบวนการจัดจำหน่าย และการรับคำสั่งซื้อของลูกค้าในการจำหน่ายสินค้า OTOP

4.1.2 ผลการออกแบบองค์ประกอบของระบบสารสนเทศเพื่อจัดจำหน่ายสินค้าวิสาหกิจชุมชน กรณีศึกษา กลุ่มผลิตหมวกยางพารา อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง พบว่า ประกอบด้วย 3 ส่วน ส่วนที่ 1) ผู้ใช้ระบบ 1.1) ลูกค้า 1.2) แอดมิน ส่วนที่ 2) กระบวนการจำหน่ายสินค้าออนไลน์ 2.1) การจัดการข้อมูลสินค้า 2.2) จัดการเลือกสินค้า 2.3) สั่งซื้อสินค้า 2.4) แจ้งข้อมูลการชำระเงิน 2.5) การจัดส่งสินค้า ส่วนที่ 3) ฐานข้อมูล 3.1) ข้อมูลสินค้า 3.2) ข้อมูลใบสั่งซื้อ 3.3) ข้อมูลลูกค้า 3.4) ข้อมูลการชำระเงิน 3.5) ข้อมูลการส่งสินค้า เหตุที่เป็นเช่นนี้อาจ



เนื่องจากผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลความต้องการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและใช้หลักการของ การพัฒนาระบบตาม ขั้นตอน SDLC (System Development Life Cycle) สอดคล้องกับ [2] วิจัยเรื่องการพัฒนาเทคโนโลยีและ นวัตกรรมดิจิทัลเพื่อสนับสนุนรูปแบบเทคโนโลยีดิจิทัลสำหรับ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยใช้การพัฒนา เว็บไซต์ตามวงจรการพัฒนาซอฟต์แวร์แบบ SDLC พบว่าตรงตามวัตถุประสงค์ในการใช้งาน มีความสวยงาม สะดวก ในการใช้งาน และสอดคล้องกับ [8] วิจัยเรื่องการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อสนับสนุนการจำหน่าย ผลิตภัณฑ์ชุมชนของจังหวัดพรนครศรีอยุธยา พบว่าการออกแบบและพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ประกอบด้วยส่วนของหน้าหลัก มีประเภทของสินค้า รายการสินค้า การสมัครสมาชิก ตะกร้าสินค้า การสั่งซื้อสินค้า การแจ้งชำระเงิน

4.1.3 ผลการพัฒนาระบบเพื่อจัดจำหน่ายสินค้าวิสาหกิจชุมชน กรณีศึกษา กลุ่มผลิตหมวกยางพารา อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง นั้น ประกอบด้วย 2 ส่วน 1) ผู้ดูแลระบบ 1.1) จัดการข้อมูลสินค้า 1.2) ข้อมูลการสั่งซื้อ 1.3) ข้อมูลการจัดส่ง 1.4) รายงาน 2) ผู้ใช้งานทั่วไป (ลูกค้า) 2.1) ค้นหาข้อมูลสินค้า 2.2) สั่งซื้อสินค้า 2.3) ยืนยัน การชำระเงิน เหตุที่เป็นเช่นนี้อาจเนื่องมาจากการการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศช่วยในการจัดจำหน่ายเป็นปัจจัยนำสู่ การดำเนินธุรกิจสินค้าออนไลน์ โดยเน้นกระบวนการสั่งซื้อที่เข้าใจง่าย สะดวก ผ่านสื่อออนไลน์ [9] และสอดคล้อง กับ [10] วิจัยเรื่องการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP) จังหวัดสงขลา กรณีศึกษา กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี พบว่าการจำหน่ายสินค้าผ่านทางเว็บไซต์ การสั่งซื้อสินค้า โดยเลือกสินค้าลงตะกร้า การกรอกรายละเอียดการสั่งซื้อและข้อมูลการจัดส่งสินค้า การชำระค่าสินค้าโดย ทางการโอนชำระและมีการยืนยันการชำระเงิน เป็นช่องทางที่สะดวกสำหรับลูกค้า และ สอดคล้องกับ [11] วิจัย เรื่องการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน อำเภอภูเพียง จังหวัดน่าน โดยใช้ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ พบว่าการใช้ ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการผ่านเว็บไซต์เป็นช่องทางหนึ่งในการจำหน่ายสินค้า ให้แก่ลูกค้า โดยจะนำเสนอ ข้อมูลสินค้า ราคา วิธีการสั่งซื้อสินค้า การชำระเงิน ซึ่งเป็นเครื่องมือช่วยเพิ่มขีดความสามารถของธุรกิจ

4.2 ผลการสอบถามความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบสารสนเทศเพื่อจัดจำหน่ายสินค้าวิสาหกิจชุมชน กรณีศึกษา กลุ่มหมวกยางพารา อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง

พบว่าความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.60$, S.D. = 0.06) โดยด้านประสิทธิภาพ อยู่ใน ระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.68$ S.D. = 0.09) ด้านการใช้งาน อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.58$, S.D. = 0.03) ด้านการ ออกแบบ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.56$, S.D. = 0.07) เหตุที่เป็นเช่นนี้อาจเนื่องมาจากการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี ทำให้เกิดความสะดวกและรวดเร็ว ในการให้บริการและการเพิ่มช่องทางการจำหน่าย การติดต่อกับผู้ใช้ระบบ สอดคล้องกับงานวิจัยของ [10] วิจัยเรื่องการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสำหรับ ผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP) จังหวัดสงขลา กรณีศึกษา กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี พบว่าความพึงพอใจต่อเว็บไซต์ โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ความพึงพอใจต่อความถูกต้องของการเพิ่ม ลบ สินค้าในตะกร้ามีค่าสูงสุด สอดคล้อง กับ [7] วิจัยเรื่องการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOP ของตำบลสะลง อำเภอแม่ริม จังหวัด เชียงใหม่ พบว่าความพึงพอใจของผู้ใช้ด้านข้อมูลนำเข้า ด้านการทำงานของระบบ ด้านการแสดงผลมีความพึง พอใจมากทำให้ลูกค้าและผู้สนใจดูรายละเอียดสินค้าได้ง่าย สอดคล้องกับ [12] วิจัยการปฏิบัติการวิจัยอย่างมีส่วนร่วม เพื่อพัฒนาช่องทางจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วยระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต กรณีศึกษา ผลิตภัณฑ์ชุมชนจังหวัด พระนครศรีอยุธยา พบว่าผลการดำเนินงานพัฒนาช่องทางการจำหน่าย ความคิดเห็นด้านการติดต่อกับผู้ใช้ระบบ ด้านการประมวลผลของระบบ ด้านผลลัพธ์ที่ได้จากระบบอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับ [3] วิจัยเรื่องระบบ



สารสนเทศเพื่อการจัดการข้อมูลวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผ้าทอ จังหวัดน่าน พบว่าความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบอยู่ในระดับดีมาก เนื่องจากการเก็บข้อมูล มีความถูกต้องและสามารถบริหารจัดการข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5. สรุปผลการวิจัย

ผลการพัฒนาระบบเพื่อจัดจำหน่ายสินค้าวิสาหกิจชุมชน กรณีศึกษา กลุ่มผลิตหมวกยางพารา อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง พบว่า ผลการศึกษาค้นคว้าความต้องการผู้ใช้ระบบสารสนเทศเพื่อจัดจำหน่ายสินค้าวิสาหกิจชุมชน กรณีศึกษา กลุ่มผลิตหมวกยางพารา อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง มีรายละเอียดสินค้าที่ผู้ใช้สามารถเข้าไปดูรายละเอียดสินค้า และลูกค้าสามารถสั่งซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์ได้ และเมื่อลูกค้าชำระเงินเรียบร้อยแล้วมีการจัดส่งสินค้าให้ลูกค้า และกลุ่มวิสาหกิจชุมชนหมวกยางพาราสามารถนำเสนอข้อมูลรายละเอียดหมวกยางพาราผ่านช่องทางออนไลน์ และในส่วนของการพัฒนาระบบเพื่อจัดจำหน่ายสินค้าวิสาหกิจชุมชน กรณีศึกษา กลุ่มผลิตหมวกยางพารา อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง นั้น ประกอบด้วย 2 ส่วน 1) ผู้ดูแลระบบ 1.1) จัดการข้อมูลสินค้า 1.2) ข้อมูลการสั่งซื้อ 1.3) ข้อมูลการจัดส่ง 1.4) รายงาน 2) ผู้ใช้งานทั่วไป (ลูกค้า) 2.1) ค้นหาข้อมูลสินค้า 2.2) สั่งซื้อสินค้า 2.3) ยืนยันการชำระเงิน ที่สามารถทำได้โดยง่าย สะดวก รวดเร็วในการเผยแพร่ข้อมูลผลิตภัณฑ์ และความพึงพอใจของผู้ทดลองใช้ระบบสารสนเทศเพื่อจัดจำหน่ายสินค้าวิสาหกิจชุมชน โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.60$, S.D. = 0.06) โดยด้านประสิทธิภาพ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.68$ S.D. = 0.09) ด้านการใช้งาน อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.58$, S.D. = 0.03) ด้านการออกแบบ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.56$, S.D. = 0.07) ทำให้เกิดความง่ายและสะดวกต่อการใช้งาน

เอกสารอ้างอิง

- [1] เพชร บุดสีทา. (2564). การพัฒนาช่องทางจัดจำหน่ายโดยใช้การตลาดดิจิทัลเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันให้กับผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชน ตำบลท่าขุนราม อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร. วารสารวิชาการตลาดและการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, 8(2), 48-59.
- [2] แสงเพชร พระฉาย ศรายุทธ เนียนกระโทก สุระ วรรณแสง และประภาณุช ถีสุงเนิน. (2562). การพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัลเพื่อสนับสนุนรูปแบบเทคโนโลยีดิจิทัลสำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. วารสารวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ, 5(1), 88-100.
- [3] พัชรภรณ์ หงส์สืบสอง. (2565). ระบบสารสนเทศเพื่อกาจัดการข้อมูลวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผ้าทอ จังหวัดน่าน. Journal of Information and Learning, 33(2), 98-107.
- [4] สมทบ แก้วเชื้อ บัณฑิต ผังนิรันดร์ และธนพล ก่อฐานะ. (2565). ปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัล. วารสารวิชาการเทคโนโลยีอุตสาหกรรม, 15(2), 33-44.
- [5] พรณธิกา เหล่าพวงศักดิ์. (2557). การพัฒนารูปแบบการจัดการเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันของเศรษฐกิจชุมชนในพื้นที่ภาคตะวันตก (วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต). นครปฐม: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- [6] John, BW. (1997). Research in Education. Boston MA.: Allyn and Bacon.
- [7] บุชรภาณ มหัทธชัย. (2555). วิจัยเรื่องการพัฒนากระบวนการสารสนเทศเพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOP ของตำบลสะลวง อำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่. วารสารวิจัยราชภัฏเชียงใหม่, 13(1), 41-49.
- [8] ชุตินา นิ่มนวล. (2560). การพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อสนับสนุนการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนของจังหวัดพนครศรีอยุธยา. วารสารราชภัฏเพชรบูรณ์สาร, 19(2), 58-64.
- [9] ประทีนร์ ชันทอง และธนากร ธนาธารชูโชติ. (2562). รูปแบบการตลาดธุรกิจสินค้าออนไลน์ในประเทศไทย. วารสาร มจร พุทธปัญญาปริทรรศน์, 4(2), 45-56.



- [10] ชัยนันท์ ปัญญาภูโส และ สันติพงศ์ ตั้งธรรมกุล. (2559). การพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP) จังหวัดสงขลา กรณีศึกษา กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี (รายงานวิจัย). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย.
- [11] สุขสวรรค์ คำวงศ์ และเมตตา ตาละลักษณ์. (2557). การส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน อำเภอกุฉินารายณ์ จังหวัดน่าน โดยใช้ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ. วารสารการพัฒนาชุมชนและคุณภาพชีวิต, 2(3), 305-311.
- [12] ชุตินา นิ่มนวล. (2562). การปฏิบัติการวิจัยอย่างมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาช่องทางจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วยระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต กรณีศึกษา ผลิตภัณฑ์ชุมชนจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. วารสารร่มพญักษ์ มหาวิทยาลัยเกริก, 37(1), 67-77.