

การพัฒนาระบบสารสนเทศสำหรับการตลาดและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้วยสมุนไพรไทย Development of Information Systems for Marketing and health tourism with Thai herbs

ปัทมากร เนตยวิจิตร¹

Email: pathamakorn@gmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษางานวิจัยการพัฒนาระบบสารสนเทศสำหรับการตลาดและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้วยสมุนไพรไทย มีความมุ่งหมายเพื่อ 1) พัฒนาเว็บไซต์สำหรับการนำเสนอข้อมูลทางการตลาด และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้วยสมุนไพรไทย 2) พัฒนาการเพิ่มช่องทางการสร้างสื่อประชาสัมพันธ์ตลาดและแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เพื่อสร้างความเข้มแข็งและยกระดับความเป็นอยู่ของคนในชุมชนแบบยั่งยืน

จากผลการศึกษาพบว่า จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 พัฒนาเว็บไซต์สำหรับการนำเสนอข้อมูลทางการตลาด และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้วยสมุนไพรไทย ผลการวิจัยพบว่า 1) สรุปลได้ว่าประสิทธิภาพของระบบด้าน Function Requirement Test อยู่ในระดับดี 2) ประสิทธิภาพของระบบด้าน Functional Test อยู่ในระดับดี 3) ประสิทธิภาพของระบบด้าน Usability Test อยู่ในระดับดี และ 4) ประสิทธิภาพของระบบด้าน Security Test อยู่ในระดับดี และส่วนวัตถุประสงค์ข้อ 2 พัฒนาการเพิ่มช่องทางการสร้างสื่อประชาสัมพันธ์ตลาดและแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เพื่อสร้างความเข้มแข็งและยกระดับความเป็นอยู่ของคนในชุมชนแบบยั่งยืน 1) การประเมินระบบด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม อันดับแรกคือ มีสรรพคุณทางยาที่ดีต่อสุขภาพ ($\bar{X}=4.78$, S.D.= .426) 2) การประเมินระบบด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า อันดับแรกสินค้าคุณภาพราคาสูง ($\bar{X}=4.10$, S.D.= .739) 3) การประเมินระบบด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า อันดับแรกสามารถหาซื้อได้ที่ร้านสะดวกซื้อ/ร้านค้าทั่วไป ($\bar{X}=4.48$, S.D.= 1.108) 4) การประเมินระบบด้านการส่งเสริมการตลาด ของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า อันดับแรกมีสินค้าตัวอย่างทดลองดื่ม ($\bar{X}=4.10$, S.D.= .739)

โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลและประเมินผลงานวิจัย กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยนี้ เป็นกลุ่มลูกค้าที่สนใจผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรไทยหรือบริโภคสมุนไพรไทย โดยคณะผู้วิจัยได้ใช้วิธีการสุ่มโดยบังเอิญ จำนวน 400 คน ซึ่งใช้เวลาในการเก็บข้อมูลจำนวน 6 เดือน งานวิจัยเป็นลักษณะการวิจัยเชิงปริมาณ เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบประเมินความพึงพอใจ ประกอบด้วย 1) แบบประเมินเพื่อการพัฒนาสารสนเทศสำหรับการตลาดและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้วยสมุนไพรไทย และ 2) แบบสอบถามเพื่อประเมินประสิทธิภาพในการพัฒนาซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์

การพัฒนาระบบสารสนเทศสำหรับการตลาดและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้วยสมุนไพรไทย นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรม SPSS Version 23 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

จากผลการศึกษาพบว่า 1) การประเมินระบบด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม อันดับแรกคือ มีสรรพคุณทางยาที่ดีต่อสุขภาพ ($\bar{X}=4.78$, S.D.= .426) 2) การประเมินระบบด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า อันดับแรกสินค้าคุณภาพราคาสูง ($\bar{X}=4.10$, S.D.= .739) 3) การประเมินระบบด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า อันดับแรกสามารถหาซื้อได้ที่ร้านสะดวกซื้อ/ร้านค้าทั่วไป ($\bar{X}=4.48$, S.D.= 1.108) 4) การประเมินระบบด้านการส่งเสริมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า อันดับแรกมีสินค้าตัวอย่างทดลองดื่ม ($\bar{X}=4.10$, S.D.= .739) 2. พัฒนาการเพิ่มช่องทางการสร้างสื่อประชาสัมพันธ์ตลาดและแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เพื่อสร้างความเข้มแข็งและยกระดับความเป็นอยู่ของคนในชุมชนแบบยั่งยืน ผลการวิจัยได้ผลดังนี้ 1. การประเมินระบบด้าน Functional Requirement Test สรุปลได้ว่าประสิทธิภาพของระบบด้าน Function Requirement Test อยู่ในระดับดี 2. การประเมินระบบด้าน Functional Test สรุปลได้ว่าประสิทธิภาพของระบบด้าน Functional Test อยู่ในระดับดี 3. การประเมินระบบด้าน Usability Test สรุปลได้ว่าประสิทธิภาพของระบบด้าน Usability Test อยู่ในระดับดี 4. การประเมินระบบด้าน Security Test สรุปลได้ว่าประสิทธิภาพของระบบด้าน Security Test อยู่ในระดับดี

คำสำคัญ: ระบบสารสนเทศ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และสมุนไพรไทย

¹ สาขาวิชาสารสนเทศ คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตขอนแก่น

Abstract

The study of research and development of information systems for marketing and health tourism with Thai herbs aimed to 1) developed a website for presenting marketing information And health tourism with Thai herbs 2) developed additional channels for creating public relations media, markets and health tourism destinations to strengthen and enhance the well-being of people in the community in a sustainable manner.

By collecting data and evaluating the research results from sample group in this research Is a group of customers interested in products from Thai herbs or consume Thai herbs, the research team used 400 randomly selected methods which took 6 months to collect data. The research was quantitative research. The tools used for satisfaction evaluation consisted of 1) the evaluation form for the development of information systems for marketing and health tourism using Thai herbs and 2) a questionnaire to assess the effectiveness of computer software development. Development of information systems for marketing and health tourism with Thai herbs The data from the questionnaire was analyzed by using SPSS Version 23 program. The statistics used for data analysis were the mean standard deviation.

From the study found that 1) product system evaluation Of respondents, the first is having good medicinal properties ($\bar{X} = 4.78$, S.D. = .426). 2) price system evaluation Of respondents found that First, high-quality products with a high price ($\bar{X} = 4.10$, S.D. = .739) 3) distribution system evaluation Of respondents found that first, can be purchased at convenience stores / general stores ($\bar{X} = 4.48$, S.D. = 1.108) 4) evaluation of marketing promotion systems Of respondents found that 1.) there is a sample product for drinking ($\bar{X} = 4.10$, S.D. = .739) 2) Developing additional channels for creating public relations media for markets and health tourism destinations to strengthen and enhance the well-being of people in the community in a sustainable manner The results of the research are as follows: 1. Functional Requirement Test System Evaluation concludes that the Performance Requirement Test system is at a good level. 2. The Evaluation of Functional Test System concludes that the Functional Test system performance is at a good level. 3. Usability Test system evaluation concluded that the usability test system performance was at a good level. 4. Security Test system evaluation concluded that the Security Test system performance level was good.

Keywords: information system, health tourism, Thai herbs

ความเป็นมาของปัญหา

จากนโยบายของรัฐบาลพล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี ที่แถลงต่อสภารัฐมนตรี เมื่อขึ้นเป็นรัฐบาลบริหารประเทศ 1 ใน 11 นโยบายที่สำคัญ คือ “เรื่องของการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน” เพราะประเทศไทยนั้นหากจะพูดถึงความสามารถในการแข่งขันแล้วไทยยังคงต้องเร่งพัฒนาหลายด้านด้วยกันโดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีที่จะเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของประเทศให้เพิ่มขึ้นได้และยิ่งจากผลการประเมินของสถาบันจัดอันดับขีดความสามารถในการแข่งขัน IMD และ WEF พบว่าประเทศไทยยังขาดความสามารถในการแข่งขันอย่างมากและต้องการการพัฒนาขีดความสามารถในอีกหลายมิติ

การพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขัน อาทิความร่วมมือด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมของภาคธุรกิจ การวิจัยและพัฒนาความพร้อมด้านสาธารณสุขและการศึกษา และการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของภาคธุรกิจเป็นต้นสำหรับประเทศไทย ในปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนับเป็นอุตสาหกรรมหลักและมีความสำคัญที่ทำรายได้เข้าสู่ประเทศอย่างมหาศาลในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมา เนื่องจากมีนักท่องเที่ยวจากทั่วทุกมุมโลก ตัดสินใจเดินทางเที่ยวพักผ่อนในเมืองไทย ซึ่งหนึ่งในธุรกิจด้านการท่องเที่ยวที่มีการพูดถึงกันมากในการเพิ่มขีดความสามารถ คือการเป็น “ฮับ” ทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ/การแพทย์ (Medical Hub) หรือศูนย์กลางการแพทย์ ดังนั้นการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพหรือศูนย์กลางการแพทย์ (Medical Health Tourism) จึงนับเป็นธุรกิจที่มีความน่าสนใจในการเพิ่มรายได้ด้านการท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นให้กับประเทศไทยที่น่าจับตามองแขนงหนึ่ง

เพื่อเป็นแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพรองรับการเปิดเสรีของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน(AEC) ศูนย์วิจัยกสิกรไทยจึงประมาณการขนาดของตลาดท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของไทยในเบื้องต้น จากข้อมูลผู้ป่วยชาวต่างชาติและรายได้ของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยซึ่งรวบรวมโดยกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงพาณิชย์ เมื่อปี 2555 ชาวต่างชาติมาใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนของไทยประมาณ 2.53 ล้านคนเพิ่มขึ้นร้อยละ 13 จากปีก่อนหน้าที่มีจำนวน 2.24 ล้านคนและก็มีแนวโน้มก่อให้เกิดรายได้แก่โรงพยาบาลคิดเป็นมูลค่าประมาณ 121,658 ล้านบาทเพิ่มขึ้นร้อยละ 24 จากปีก่อนหน้าที่มีมูลค่าประมาณ 97,874 ล้านบาท

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Medical Tourism) คือการที่ชาวต่างชาติหรือนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพซึ่งมีทั้งผู้ป่วยต่างชาติที่เดินทางเข้ารับการรักษาจากโรงพยาบาลในอีกประเทศและนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศพร้อมใช้บริการด้านสุขภาพ อาทิ ตรวจสุขภาพ ทำฟัน ศัลยกรรมความงาม ในโรงพยาบาลของประเทศนั้นๆ ปัจจุบันหลายประเทศต่างให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพซึ่งสร้างรายได้จำนวนมากเข้าประเทศในแต่ละปี เพราะนอกจากการใช้จ่ายสำหรับบริการด้านการแพทย์ของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในโรงพยาบาลเอกชนของไทยแล้วยังมีการใช้จ่ายในธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องด้วยเช่นการท่องเที่ยวที่มาทั้งจากนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและผู้ติดตามผู้ป่วยต่างชาตินอกจากนี้ ยังมีการใช้จ่ายในบริการแพทย์ทางเลือกเพื่อส่งเสริมสุขภาพ เช่น นวดแผนไทย สปาสมุนไพร การรักษาแพทย์แผนโบราณแนวธรรมชาติบำบัดจากสถานบริการต่างๆ ที่ให้ดำเนินการเฉพาะด้านกับนักท่องเที่ยวต่างชาติเหล่านี้ (กมลวรรณ วรรณธัญ, 2553)

สำหรับประเทศไทยแล้วตั้งแต่เริ่มมีแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 1-9 (พ.ศ. 2503-2546) อาจกล่าวได้ว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวถือว่าเป็นแหล่งรายได้หลักที่สำคัญส่วนหนึ่งของประเทศซึ่งจากตัวเลขของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้แสดงให้เห็นว่าจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติและรายได้ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2503 - 2546 ได้ทวีจำนวนอย่างเพิ่มสูงขึ้นตลอดระยะเวลา 40 ปีที่ผ่านมาอย่างไรก็ตามการท่องเที่ยวที่ผ่านมาได้ส่งผลกระทบต่อทรัพยากร สิ่งแวดล้อม วัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณีของประเทศอันเป็นเหตุปัจจัยให้เกิดการปรับตัวของระบบการท่องเที่ยวเป็นอย่างมากและหากพิจารณาถึงองค์ความรู้ทางการท่องเที่ยวโดยชุมชนรวมทั้งกระบวนการบริหารจัดการแล้วพบว่าหน่วยงานภาครัฐ เอกชนรวมทั้งผู้ประกอบการที่ให้การสนับสนุนและใช้ประโยชน์จากการท่องเที่ยวในรูปแบบดังกล่าวกลับยังมีความไม่ชัดเจนในด้านแนวความคิดและหลักการ วิธีการและกระบวนการรวมทั้งการบริหารจัดการฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวและการกระจายผลประโยชน์ให้ชุมชนท้องถิ่นโดยมุ่งพัฒนาให้ "คนในชุมชน" เป็นหัวใจสำคัญของการจัดการท่องเที่ยวและไม่เพียงแต่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวเท่านั้นแต่เน้นถึงการสร้างศักยภาพของคนในท้องถิ่น ผู้ประกอบการ ผู้ให้บริการโดยใช้งานวิจัยเป็นเครื่องมือสร้างกระบวนการเรียนรู้ให้คนในท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวของชุมชนเพื่อนำไปสู่การดูแลรักษาและฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติโดยให้มีความสมดุลกับภูมิปัญญาท้องถิ่นและอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมรวมทั้งการเกื้อกูลต่อเศรษฐกิจของชุมชนในอนาคต (ศศิกันต์ กุลวานิช, 2553)

ซึ่งผู้วิจัยได้แนวความคิดการระบบสารสนเทศสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้วยสมุนไพรไทยโดยเน้นการท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่อนำเสนอช่องทางประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในรูปแบบการนำสมุนไพรในท้องถิ่นมานำเสนอการบริการทางสุขภาพอีกรูปแบบหนึ่ง เพื่อมุ่งเน้นการสร้างรายได้รวมถึงการกระจายรายได้สู่ชุมชน นำเสนอมุมมองการท่องเที่ยวแนวใหม่ผ่านทางเว็บไซต์

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. พัฒนาเว็บไซต์สำหรับการนำเสนอข้อมูลทางการตลาด และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้วยสมุนไพรไทย
2. พัฒนาการเพิ่มช่องทางการสร้างสื่อประชาสัมพันธ์ตลาดและแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เพื่อสร้างความเข้มแข็งและยกระดับความเป็นอยู่ของคนในชุมชนแบบยั่งยืน

วิธีดำเนินงานวิจัย

งานวิจัยเรื่องโครงการพัฒนาระบบสารสนเทศสำหรับการตลาดและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้วยสมุนไพรไทย ทางคณะผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง การวิจัยครั้งนี้คณะผู้วิจัยได้ทำการแบ่งกลุ่มประชากรออกเป็น 2 กลุ่มคือ
 - 1.1 กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรแปรรูปสมุนไพรบ้านดงกลาง ต. บ้านไต้ อ. พระยืน จ.ขอนแก่น จำนวน 15 คน ในการประเมินผลการใช้งานของระบบ

1.2 กลุ่มประชากรลูกค้าที่สนใจผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรไทย หรือบริโภครสมุนไพรไทย โดยคณะผู้วิจัยได้ใช้วิธีการสุ่มโดยบังเอิญ จำนวน 400 คน ซึ่งใช้เวลาในการเก็บข้อมูลจำนวน 6 เดือน ซึ่งกลุ่มประชากรดังกล่าวทำการประเมินข้อมูลในส่วนของสำหรับการตลาดและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้วยสมุนไพรไทย

2. เครื่องมือและวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

2.1 แบบประเมินเพื่อการพัฒนาาระบบสารสนเทศสำหรับการตลาดและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้วยสมุนไพรไทย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ คือแบบสอบถาม ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบสอบถามแบบปลายปิด (Close-end Questionnaire) และปลายเปิด (Open-end Questionnaire) เป็นแบบสอบถามที่มีทั้งหมด 3 ตอน

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัว

ตอนที่ 2 ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับอิทธิพลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพร ซึ่งประกอบด้วย

- 1) การประเมินระบบด้านผลิตภัณฑ์
- 2) การประเมินระบบด้านราคา
- 3) การประเมินระบบด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
- 4) การประเมินระบบด้านการส่งเสริมการตลาด

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

2.2 แบบสอบถามเพื่อประเมินประสิทธิภาพในการพัฒนาซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์ การพัฒนาาระบบสารสนเทศสำหรับการตลาดและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้วยสมุนไพรไทย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ คือแบบสอบถาม ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบสอบถามแบบปลายปิด (Close-end Questionnaire) และปลายเปิด (Open-end Questionnaire) เป็นแบบสอบถามที่มีทั้งหมด 3 ตอน

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัว

ตอนที่ 2 ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพของระบบ ซึ่งประกอบด้วย

1) ด้าน Functional Requirement Test เป็นการประเมินผลความถูกต้องและประสิทธิภาพของระบบว่าตรงตามความต้องการของผู้ใช้งานระบบมากหรือน้อยเพียงใด

2) ด้าน Functional Test เป็นการประเมินความถูกต้องและประสิทธิภาพในการ ทำงานของระบบว่าสามารถทำงานได้ตามฟังก์ชันงานของระบบมากหรือน้อยเพียงใด

3) ด้าน Usability Test เป็นการประเมินลักษณะการออกแบบระบบว่ามีความง่าย ต่อการใช้งานมากหรือน้อยเพียงใด

4) ด้าน Security Test เป็นการประเมินระบบในด้านการรักษาความปลอดภัยของ ข้อมูลในระบบว่ามีมากหรือน้อยเพียงใด

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

3. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้ทำการสร้างเครื่องมือในการวิจัยตามขั้นตอนดังนี้

3.1 การรวบรวมเอกสารและศึกษาเอกสาร ตำรา งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เครื่องนอมนุ่มชน และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องอื่นๆ

3.2 ดำเนินการสร้างเครื่องมือเกี่ยวกับงานวิจัย โดยมีเนื้อหาครอบคลุมเกี่ยวกับการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และสื่อที่เหมาะสมกับการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เครื่องนอมนุ่มชน แล้วนำเสนอต่อผู้ชำนาญในการตรวจสอบเครื่องมือเบื้องต้น เพื่อขอคำแนะนำแก้ไข และปรับปรุง คำถามในแบบสอบถามให้ครอบคลุมรายละเอียดมากยิ่งขึ้น

3.3 นำแบบสอบถามที่ได้รับการปรับปรุงแก้ไข เพื่อขอความร่วมมือให้ผู้เชี่ยวชาญทำการตรวจสอบแบบสอบถาม

3.4 นำแบบสอบถามมาทำการทดสอบเบื้องต้น

3.5 นำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

4. กระบวนการวิจัย

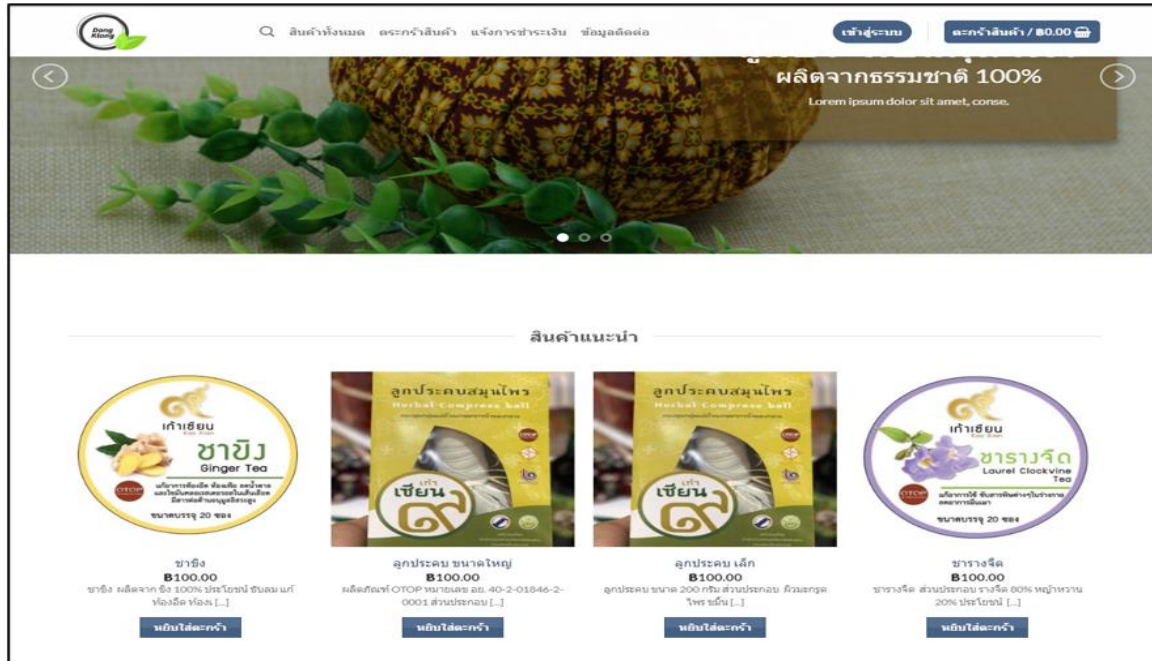
การพัฒนาตราบรรจุภัณฑ์ ประกอบด้วย

4.1 ขั้นตอนเตรียมข้อมูลพื้นฐาน

- 4.2 ขั้นตอนการออกแบบเว็บไซต์
- 4.3 ขั้นตอนการสร้างต้นแบบ
- 4.4 ขั้นตอนการทดสอบต้นแบบ
- 4.5 ขั้นตอนการประเมินต้นแบบ
- 4.6 ขั้นตอนการแก้ไข
- 4.7 ขั้นตอนการถ่ายทอด

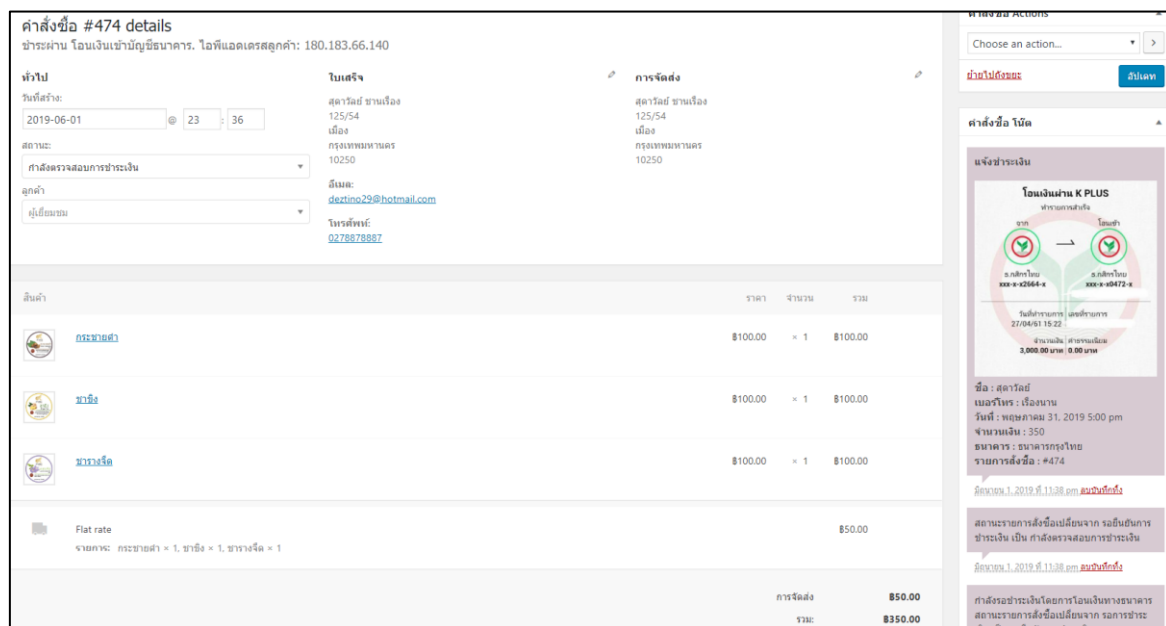
ผลการวิจัย

การพัฒนาระบบ



ภาพประกอบที่ 1 ตัวอย่างส่วนของหน้าเว็บไซต์

ส่วนของรายงานระบบ



ภาพประกอบที่ 2 ส่วนของการจัดการระบบ

สรุปผลการวิจัย

สามารถสรุปได้ดังนี้

1. พัฒนาเว็บไซต์สำหรับการนำเสนอข้อมูลทางการตลาด และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้วยสมุนไพรรไทย ผลการวิจัยได้ดังนี้

1.1 การประเมินระบบด้าน Functional Requirement Test เป็นการประเมินผลความถูกต้อง และประสิทธิภาพของระบบว่าตรงตามความต้องการของผู้ใช้ระบบมากน้อยเพียงใด

ผลการประเมินระบบด้าน Function Requirement Test ตามหัวข้อแต่ละหัวข้อผ่านวิธีทางสถิติพบว่า ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.21 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.489 ดังนั้นสรุปได้ว่าประสิทธิภาพของระบบด้าน Function Requirement Test อยู่ในระดับดี

1.2 การประเมินระบบด้าน Functional Test เป็นการประเมินความถูกต้องและประสิทธิภาพในการทำงานของระบบว่าสามารถทำงานได้ตามฟังก์ชันงานของระบบมากน้อยเพียงใด ผลการประเมินระบบด้าน Functional Test ตามหัวข้อแต่ละหัวข้อผ่านวิธีทางสถิติพบว่า ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.17 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.321 ดังนั้นสรุปได้ว่าประสิทธิภาพของระบบด้าน Functional Test อยู่ในระดับดี

1.3 การประเมินระบบด้าน Usability Test ผลการประเมินระบบด้าน Usability Test เป็นการประเมินลักษณะการออกแบบระบบว่ามีความง่ายต่อการใช้งานมากน้อยเพียงใด ผลการประเมินระบบด้าน Usability Test ตามหัวข้อแต่ละหัวข้อผ่านวิธีทางสถิติพบว่า ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.02 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.393 ดังนั้นสรุปได้ว่าประสิทธิภาพของระบบด้าน Usability Test อยู่ในระดับดี

1.4 การประเมินระบบด้าน Security Test ผลการประเมินระบบด้าน Security Test เป็นการประเมินระบบในด้านการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลในระบบว่ามีมากน้อยเพียงใด ผลการประเมินระบบด้าน Security Test ตามหัวข้อแต่ละหัวข้อผ่านวิธีทางสถิติพบว่า ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.36 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.080 ดังนั้นสรุปได้ว่าประสิทธิภาพของระบบด้าน Security Test อยู่ในระดับดี

1.5 การประเมินในภาพรวมของระบบ ผลการประเมินในภาพรวมของระบบ เมื่อนำผลการประเมินทุกด้านมาสรุปตามวิธีการทางสถิติเพื่อหาประสิทธิภาพของระบบในภาพรวม เมื่อพิจารณาการประเมินประสิทธิภาพของระบบ หลังจากที่ได้ผู้ประเมินได้ทดสอบการใช้งานระบบแล้ว และผู้ประเมินได้ประเมินผลของการทำงานในภาพรวม ได้ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.139 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าประสิทธิภาพการใช้งานของระบบอยู่ในระดับดี

2. พัฒนาการเพิ่มช่องทางการสร้างสื่อประชาสัมพันธ์ตลาดและแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เพื่อสร้างความเข้มแข็งและยกระดับความเป็นอยู่ของคนในชุมชนแบบยั่งยืน ผลการวิจัยได้ผลดังนี้

2.1 การประเมินระบบด้านผลิตภัณฑ์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม อันดับแรกคือ มีสรรพคุณทางยาที่ดีต่อสุขภาพ ($\bar{X}=4.78$, S.D.= .426) และได้รับการรับรองจากองค์การอาหารและยา (อย.) ($\bar{X}=4.78$, S.D.= .426) รองลงมาคือวัตถุดิบเพาะปลูกด้วยวิถีทางธรรมชาติ ไม่ใช่สารเคมี และอันดับสุดท้ายคือมีรสชาติจากธรรมชาติ ($\bar{X}=4.67$ S.D.= .623) และมีรสชาติจากธรรมชาติ และบรรจุภัณฑ์สามารถเก็บรักษาสินค้าได้นาน และ($\bar{X}=4.56$, S.D.= .661)

2.2 การประเมินระบบด้านราคา ของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า อันดับแรกสินค้าคุณภาพราคาสูง ($\bar{X}=4.10$, S.D.= .739) รองลงมาคือ สินค้าคุณภาพปานกลาง ($\bar{X}=3.65$, S.D.= .899) และอันดับสุดท้ายคือตราสินค้าติดตลาด ($\bar{X}=3.22$, S.D.= 1.373)

2.3 การประเมินระบบด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า อันดับแรกสามารถหาซื้อได้ที่ร้านสะดวกซื้อ/ร้านค้าทั่วไป ($\bar{X}=4.48$, S.D.= 1.108) รองลงมาคือ วางจำหน่ายในซูเปอร์มาร์เก็ต ($\bar{X}=3.18$, S.D.= 1.344) และอันดับสุดท้ายคือ วางจำหน่ายตามงานแสดงสินค้า ($\bar{X}=3.12$, S.D.= 1.357)

2.4 การประเมินระบบด้านการส่งเสริมการตลาด ของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า อันดับแรกมีสินค้าตัวอย่างทดลองดื่ม ($\bar{X}=4.10$, S.D.= .739) รองลงมาคือ มีเอกสารเกี่ยวกับความรู้ของผลิตภัณฑ์ ($\bar{X}=3.65$, S.D.= .899) และอันดับสุดท้ายคือมีการจัดกิจกรรมให้ความรู้เกี่ยวกับสินค้า ($\bar{X}=3.26$, S.D.= 1.412)

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยครั้งนี้สามารถนำผลมาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงการทำชาสมุนไพรของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรแปรรูปสมุนไพรบ้านดงกลาง ต. บ้านไต้ อ. พระยืน จ.ขอนแก่น เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค ดังนี้

1. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ (Product) กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรแปรรูปสมุนไพร ควรให้ความสำคัญและแก้ไขปรับปรุงในด้านผลิตภัณฑ์ของสินค้าให้ทันสมัย ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาด และความต้องการของผู้บริโภค ดังนั้นการนำเสนอในด้านผลิตภัณฑ์ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งและมีแนวทางที่หลากหลายในการนำเสนอผลิตภัณฑ์แก่ผู้บริโภค เพื่อสร้างคุณค่าแก่ผลิตภัณฑ์
2. การพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ การพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น ให้เทียบเท่ากับคู่แข่งชั้นในตลาด โดยการเพิ่มผลิตภัณฑ์ตามความนิยมของผู้บริโภค และคำนึงถึงคุณประโยชน์ที่ผู้บริโภคต้องการ
3. การพัฒนาด้านบรรจุภัณฑ์ รูปลักษณ์ การออกแบบ การเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ให้คงทน ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในการดึงดูดสายตาของผู้บริโภคมากขึ้น โดยผู้บริโภคให้ความสนใจรูปลักษณ์ที่ทันสมัย การออกแบบสวยงาม กระทัดรัด พกพาสะดวก ซึ่งสิ่งเหล่านี้ทำให้เกิดการตัดสินใจในการซื้อผลิตภัณฑ์ของชาสมุนไพรได้
4. ช่องทางการจัดจำหน่าย กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรแปรรูปสมุนไพรจำเป็นต้องวางแผนการผลิตผลิตภัณฑ์ เพื่อรองรับการขายผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ โดยต้องทำการเรียนรู้การใช้งานระบบ การเรียนรู้การนำสินค้าลงในเว็บไซต์ การโต้ตอบช่องทางการขายสินค้ากับผู้บริโภค การลงสินค้าใหม่ๆของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรแปรรูป เพื่อเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม
5. การส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์ ควรคำนึงถึงการปรับปรุงและพัฒนาการขายสินค้าให้ทันต่อความต้องการของผู้บริโภค รองรับการขายผลิตภัณฑ์จากหลากหลายช่องทาง เช่นการนำเว็บไซต์ไปไว้ในส่วนของเฟซบุ๊ก เพื่อให้ผู้บริโภคเข้าถึงผลิตภัณฑ์ได้มากขึ้น การนำผลิตภัณฑ์ไปลงตามร้านสะดวกซื้อ

เอกสารอ้างอิง

- กมลวรรณ วรรณธำ. (2553). **ทუნทางสังคัมกับการจัดการความรู้สู่ชุมชนพึ่งตนเอง**. วิทยานิพนธ์ปริญญาตรีบัณฑิต สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- กิตติภาพ จารุธีระกุล. (2550). **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อชาเขียวพร้อมดื่มของนักศึกษาในเขตเมืองจังหวัดเชียงใหม่**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจเชียงใหม่.บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- โกวิท พวงงาม. (2553). **การจัดการตนเองของชุมชนและท้องถิ่น**. กรุงเทพฯ: บพิธการพิมพ์.
- กัญญา กุศลชู. (2552). **ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อชาสมุนไพรเขียวภูทอกในอำเภอเมืองเชียงใหม่**. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิตเชียงใหม่.
- ธีวินท์ นฤนาท. (2549). **คู่มือธุรกิจผลิตอาหาร ชาสมุนไพรสำเร็จรูป**. กรุงเทพฯ: สถาบันอาหาร.
- ณรงค์ศักดิ์ จักรกรณ์. (2547). **คู่มือการจัดการกระบวนการเรียนรู้เพื่อการพัฒนาประสิทธิภาพการบริหารจัดการกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน**. กรุงเทพฯ: เอสอาร์ พรินต์ติ้งแมสโปรดักส์.
- พิมล ศรีวิกรม. (2546). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พิรญา เต่าทอง. (2551). **การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยในการตัดสินใจซื้อชาสมุนไพรของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.
- พัชร สิงห์ศักดิ์. (2557). **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคชาของของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร**. วารสารการเงิน การลงทุน การตลาด และการบริหารธุรกิจ, 4(3).
- วงศ์พัฒนา ศรีประเสริฐ. (2552). **กลยุทธ์การตลาด**. มหาสารคาม: คณะวิทยาการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ศรัญญาวารกุลวิทย์. (2546). **หลักการท่องเที่ยวเพื่อการตลาด**. <http://pnrugm572.blogspot.com/2016/12/3_18.html> (สืบค้นเมื่อ มกราคม 2561).
- ศุภร เสรีรัตน์. (2545). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: เอ.อาร์.บิซิเนส.
- สิริรัตน์ ใจสาม. (2551). **การวิเคราะห์ปัจจัยของพฤติกรรมผู้บริโภคต่อเครื่องดื่มประเภทชา**. การประชุมทางวิชาการของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ครั้งที่ 46: สาขาอุตสาหกรรมเกษตร, 147-154.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). **การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ: ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์.

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา. (2552). **ชาสมุนไพร**. <<http://newsr.fda.go.th/pre/preindex.php>> (สืบค้นเมื่อ มกราคม 2562).

สุรัชย์ อุตมอ่าง. (2015). การยอมรับและพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ชาสมุนไพรไทย. วารสารศรีนครินทรวิโรฒวิจัยและพัฒนา (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์).

_____ . **องค์ความรู้และการจัดการความรู้**. <http://www.kmi.or.th/KMI_doc1.htm>

Boone, Louis E.and David L. Kurtz. (1989). **Marketing**. 6 th ed. Florida: The Dryden.

Engle, James F, T. Kollant and Roger D. Blackwell. (1990). **Consumer Behavior**. 6 th ed. Chicago: The Dryden.

Kotler, P., 1997. **Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control**. 9Edition, Upper Saddle: Prentice Hall International, N.J. USA.

Solomon, Michael R. (1996). **Consumer Behavior**. 3 rd ed. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall.

Swarbook,J.,Hornor.,S.(1999).**Consumer Behavior in Tourism**. Osford: Butterworth-Heinmann. Online arrive in Feb.2018.