

การพัฒนาช่องทางการสื่อสารการตลาดดิจิทัลของกลุ่มอาชีพธุรกิจชุมชนบ้านผาซ้อง
อำเภอภูกระดึง จังหวัดเลย

Website Development for Digital Marketing of Phakong Community Business Group,
Phu Kradueng District, Loei

ไหมคำ ต้นติปทุม¹ ปฐมาวดี คำทอง¹

E-mail: maikam_yam@msn.com, Patamawadee_kt@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนาช่องทางการสื่อสารการตลาดดิจิทัลบนสื่อเว็บไซต์ของกลุ่มอาชีพธุรกิจชุมชนบ้านผาซ้อง อำเภอภูกระดึง จังหวัดเลย 2) ประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ช่องทางการสื่อสารการตลาดดิจิทัลบนสื่อเว็บไซต์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาได้แก่ ผู้ใช้เว็บไซต์ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือกลุ่มผู้ร่วมพัฒนาช่องทางการสื่อสารการตลาดดิจิทัลซึ่งเป็นบุคคลในชุมชนบ้านผาซ้องและกลุ่มผู้ใช้ช่องทางการสื่อสารการตลาดดิจิทัลซึ่งเป็นบุคคลทั่วไป เครื่องมือในการวิจัยคือแบบประเมินความพึงพอใจโดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า 1) การออกแบบและพัฒนาช่องทางการสื่อสารการตลาดดิจิทัลบนสื่อเว็บไซต์ของกลุ่มอาชีพธุรกิจชุมชนบ้านผาซ้อง อำเภอภูกระดึง จังหวัดเลย โดยมีองค์ประกอบของเว็บไซต์ดังนี้ ข้อมูลบ้านผาซ้อง ข่าวประชาสัมพันธ์ ร้านค้าออนไลน์ผลิตภัณฑ์ชุมชน แหล่งท่องเที่ยว ที่พัก/ร้านอาหาร ติดต่อเรา และสามารถแชร์เนื้อหาต่างๆ ในเว็บไซต์ผ่านโซเชียลมีเดียได้ 2) ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.67 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ใช้มีความพึงพอใจในด้านการออกแบบการสื่อสารในเว็บไซต์เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ด้านการออกแบบการเชื่อมโยงในเว็บไซต์ และด้านการใช้งานระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

คำสำคัญ: เว็บไซต์ บ้านผาซ้อง การตลาดดิจิทัล

Abstract

The objectives of this research are 1) to develop a digital marketing communication channel through the website of Phakong community business group, and 2) to analyze the users' satisfaction of digital marketing communication channels through websites. The sample used in the study website users. The research instrument was a satisfaction assessment. The statistics for data analysis were frequency, mean, and standard deviation.

The research results indicate that 1) Design and development of digital marketing communication channels through the website of Phakong community business group composites with information of Phakong, news, online store, community products, tourist attractions, accommodation or restaurant, contact us, and able to share content on the website via social media. 2) The overall user satisfaction assessment results were at high level ($\bar{x} = 4.36$, S.D. = 0.67). An individual consideration was found that the satisfaction of the website users was firstly to design communication on the website, followed by the design of the web links and the use of e-commerce systems, respectively.

Keywords: website, Phakong, digital marketing

ความเป็นมาของปัญหา

ปัจจุบันเป็นยุคดิจิทัลที่เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทสำคัญต่อพฤติกรรมผู้บริโภคและเป็นช่องทางสำหรับการสื่อสารทางการตลาดที่สร้างโอกาสและรายได้ให้กับผู้ประกอบการทั้งขนาดเล็กและขนาดใหญ่ ซึ่งหลักสำคัญอยู่ที่การเลือกใช้เครื่องมือการตลาดดิจิทัลที่เหมาะสม เพื่อที่จะสามารถเข้าถึงและสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคได้ ซึ่งหนึ่งในเครื่องมือการตลาดดิจิทัลคือการพัฒนาเว็บไซต์ที่เป็นเสมือนหน้าร้านที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดการรับรู้แบรนด์ ไว้วางใจและสร้างความมั่นใจ และยังเป็นการเพิ่มช่อง

¹ อาจารย์ประจำสาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

ทางการสื่อสาร การเก็บรวบรวมข้อมูล อีกทั้งยังเป็นสื่อกลางที่ช่วยกระจายข้อมูล ข่าวสาร โปรโมชัน และขายสินค้าอีกด้วย (พรพรรณ ตาลประเสริฐ, 2559)

กลุ่มอาชีพธุรกิจชุมชนบ้านผาซ้อง อำเภอภูกระดึง จังหวัดเลย ได้รับการฝึกอบรมจากหน่วยงานภาครัฐเพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ของชุมชนสินค้าที่มีคุณภาพแต่ยังขาดช่องทางการสื่อสารและการตลาดในยุคดิจิทัล ซึ่งสินค้าจะถูกนำมาวางขายเมื่อมีงานเทศกาลเท่านั้น ทำให้ชุมชนขาดรายได้เสริมในช่วงที่ไม่มีงานเทศกาล โดยผลิตภัณฑ์ของชุมชนบ้านผาซ้องมีทั้งของอุปโภค เช่น หวดนึ่ง ข้าวต้มยี่ไหม(หวดจิว) หมอนชิต เสื้อกอก และบริโภค เช่น ข้าวเกรียบปรุงรส ถั่วกรอบแก้ว กล้วยเบรกแตก เป็นต้น

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีแนวคิดที่จะพัฒนาช่องทางการสื่อสารการตลาดดิจิทัลบนสื่อเว็บไซต์ให้กับกลุ่มอาชีพธุรกิจชุมชนบ้านผาซ้อง อำเภอภูกระดึง จังหวัดเลย โดยนำเสนอข้อมูลบ้านผาซ้อง ข่าวสาร ผลิตภัณฑ์ แหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งช่องทางการติดต่อและสามารถโยกกับโซเชียลมีเดียเพื่อสื่อสารการตลาดไปยังผู้บริโภคให้เข้าถึงกลุ่มอาชีพธุรกิจชุมชนบ้านผาซ้อง โดยพัฒนาในรูปแบบเว็บไซต์ด้วย WordPress ซึ่งเป็นโปรแกรมสำเร็จรูปที่ใช้สร้างและจัดการเนื้อหาเว็บไซต์ (CMS)

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อพัฒนาช่องทางการสื่อสารการตลาดดิจิทัลบนสื่อเว็บไซต์ของกลุ่มอาชีพธุรกิจชุมชนบ้านผาซ้อง อำเภอภูกระดึง จังหวัดเลย เพื่อรองรับการตลาดดิจิทัล
2. เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ช่องทางการสื่อสารการตลาดดิจิทัลบนสื่อเว็บไซต์

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประเภทของการวิจัย

การวิจัยเชิงปฏิบัติ (Action Research) ซึ่งเป็นการวิจัยที่มุ่งแก้ปัญหาเฉพาะ ผลของการวิจัยใช้ได้เฉพาะขอบเขตของปัญหาเฉพาะกลุ่มจะนำไปใช้กลุ่มอื่นไม่ได้เพราะมองในวงจำกัด

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างของการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่

2.1 ประชากร ได้แก่ 1) กลุ่มผู้ร่วมพัฒนาช่องทางการสื่อสารการตลาดดิจิทัลบนสื่อเว็บไซต์ซึ่งเป็นบุคคลในชุมชนบ้านผาซ้อง อำเภอภูกระดึง จังหวัดเลย 2) กลุ่มผู้ใช้ช่องทางการสื่อสารการตลาดดิจิทัลบนสื่อเว็บไซต์ซึ่งเป็นบุคคลทั่วไป ไม่ทราบจำนวนประชากร

2.2 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ 1) กลุ่มผู้ร่วมพัฒนาช่องทางการสื่อสารการตลาดดิจิทัลบนสื่อเว็บไซต์ซึ่งเป็นบุคคลในชุมชนบ้านผาซ้อง อำเภอภูกระดึง จังหวัดเลย จำนวน 30 คน 2) กลุ่มผู้ใช้ช่องทางการสื่อสารการตลาดดิจิทัลบนสื่อเว็บไซต์ซึ่งเป็นบุคคลทั่วไป จำนวน 384 คน โดยใช้สูตรของ W.G. Cochran

3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่

3.1 ช่องทางการสื่อสารการตลาดดิจิทัลบนสื่อเว็บไซต์กลุ่มอาชีพธุรกิจชุมชนบ้านผาซ้อง อำเภอภูกระดึง จังหวัดเลย มีขั้นตอนในการดำเนินการออกเป็น 4 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ดำเนินการศึกษาศาภาพปัญหา ความเป็นไปได้และรวบรวมข้อมูลพื้นฐานในการพัฒนาช่องทางการสื่อสารการตลาดดิจิทัล

ขั้นตอนที่ 2 ดำเนินการวิเคราะห์และออกแบบระบบในการพัฒนาช่องทางการสื่อสารการตลาดดิจิทัลบนสื่อเว็บไซต์

ขั้นตอนที่ 3 ดำเนินการออกแบบและพัฒนาช่องทางการสื่อสารการตลาดดิจิทัลบนสื่อเว็บไซต์ โดยการนำข้อมูลบ้านผาซ้อง ข้อมูลผลิตภัณฑ์ชุมชน ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว ข้อมูลที่พัก/ร้านอาหารและข้อมูลพื้นฐานอื่นๆ มาทำการวิเคราะห์และออกแบบเพื่อเลือกเทมเพลตที่เหมาะสมในการพัฒนาเว็บไซต์ด้วย WordPress

ขั้นตอนที่ 4 ได้ช่องทางการสื่อสารการตลาดดิจิทัลบนสื่อเว็บไซต์ซึ่งประกอบด้วยการนำเสนอข้อมูลบ้านผาซ้อง ข่าวประชาสัมพันธ์ ร้านค้าออนไลน์ ผลิตภัณฑ์ชุมชน แหล่งท่องเที่ยว ที่พัก/ร้านอาหาร ติดต่อเรา และสามารถแชร์เนื้อหาต่างๆ ในเว็บไซต์ผ่านโซเชียลมีเดียได้

3.2 ดำเนินการทดสอบและประเมินความพึงพอใจการใช้งานช่องทางการสื่อสารการตลาดดิจิทัลบนสื่อเว็บไซต์ด้วยแบบประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้เว็บไซต์ มีทั้งหมด 3 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ตอนที่ 2 ข้อมูลความพึงพอใจในการใช้งานเว็บไซต์ ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะและแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาช่องทางการสื่อสารการตลาดดิจิทัลบนสื่อ

เว็บไซต์ เมื่อสร้างแบบสอบถามแล้วเสนอให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่านตรวจสอบและประเมินความสอดคล้อง ซึ่งการวิจัยครั้งนี้มีค่าดัชนีความสอดคล้องเท่ากับ 0.60 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.5 จากนั้นนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปจัดพิมพ์ฉบับสมบูรณ์เพื่อนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากนั้นนำผลที่ได้มาดำเนินการปรับปรุงช่องทางการสื่อสารการตลาดดิจิทัลตามข้อเสนอแนะของผู้ใช้

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามความพึงพอใจของผู้ใช้ มีขั้นตอนดังนี้

ขั้นที่ 1 ใช้วิธีการแจกแบบสอบถาม โดยเลือกจากกลุ่มตัวอย่าง คือ 1) กลุ่มผู้ร่วมพัฒนาช่องทางการสื่อสารการตลาดดิจิทัลบนสื่อเว็บไซต์ซึ่งเป็นบุคคลในชุมชนบ้านผาซ้อง อำเภอภูกระดึง จังหวัดเลย จำนวน 30 คน โดยวิธีเฉพาะเจาะจง 2) กลุ่มผู้ใช้ช่องทางการสื่อสารการตลาดดิจิทัลบนสื่อเว็บไซต์ซึ่งเป็นบุคคลทั่วไป จำนวน 384 คน โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างโดยบังเอิญ รวมทั้งหมด 414 ชุด

ขั้นที่ 2 การแจกแบบสอบถาม ผู้วิจัยนำแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างตอบจำนวน 414 ชุด

ขั้นที่ 3 จัดเก็บรวบรวมแบบสอบถาม

ขั้นที่ 4 ตรวจสอบความสมบูรณ์ ของคำตอบในแบบสอบถามจนครบ 414 ชุด

ขั้นที่ 5 จัดหมวดหมู่ของข้อมูลในแบบสอบถาม เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวไปทำการวิเคราะห์ทางสถิติต่อไป

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

นำข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมมาวิเคราะห์ โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์วิเคราะห์ค่าความพึงพอใจเพื่อสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบ ดังนี้

5.1 สถิติที่ใช้ในการศึกษา

5.1.1 ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (arithmetic mean) คำนวณได้จากสูตร
$$\bar{x} = \frac{\sum x}{n}$$

5.1.2 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) คำนวณได้จากสูตร
$$s = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})^2}{n}}$$

5.2 วิเคราะห์ข้อมูล โดยนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ความพึงพอใจเพื่อสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบ ดังนี้

5.2.1 นำแบบสำรวจความพึงพอใจ มาให้ค่าคะแนนตามเกณฑ์ ดังนี้

พึงพอใจมากที่สุด	ค่าคะแนนเท่ากับ 5
พึงพอใจมาก	ค่าคะแนนเท่ากับ 4
พึงพอใจปานกลาง	ค่าคะแนนเท่ากับ 3
พึงพอใจน้อย	ค่าคะแนนเท่ากับ 2
พึงพอใจน้อยที่สุด	ค่าคะแนนเท่ากับ 1

5.2.2 หาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยรวมทั้งรายด้านและรายข้อ แล้วนำค่าเฉลี่ยมาเปรียบเทียบกับเกณฑ์ประเมิน ดังนี้ (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2551)

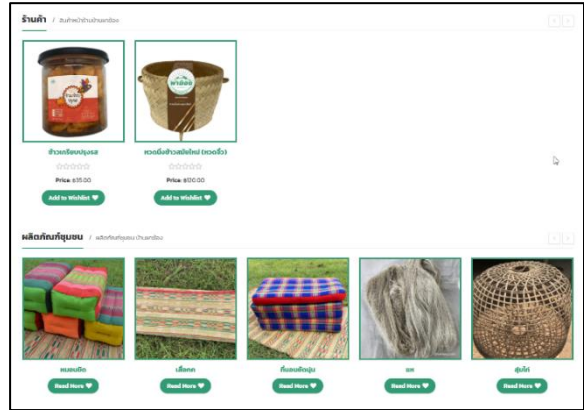
ค่าเฉลี่ย 4.21–5.00	หมายถึง	ระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.41–4.20	หมายถึง	ระดับมาก
ค่าเฉลี่ย 2.60–3.40	หมายถึง	ระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.81–2.60	หมายถึง	ระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00–1.80	หมายถึง	ระดับน้อยที่สุด

ผลการวิจัย

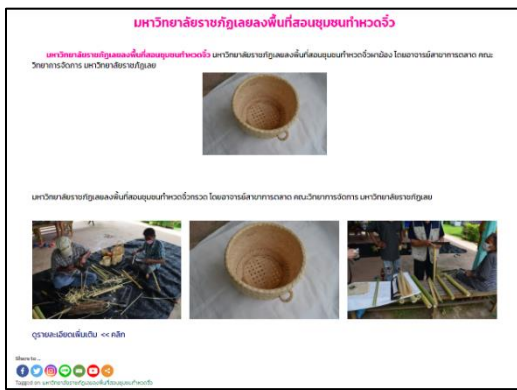
1. ผลการพัฒนาช่องทางการสื่อสารการตลาดดิจิทัลบนสื่อเว็บไซต์กลุ่มอาชีพธุรกิจชุมชนบ้านผาซ้อง อำเภอภูกระดึง จังหวัดเลย สามารถเข้าดูได้ที่ URL : <https://phakhong.com> เป็นการพัฒนาในรูปแบบเว็บไซต์ด้วย WordPress ซึ่งเป็นโปรแกรมสำเร็จรูปที่ใช้สร้างและจัดการเนื้อหาเว็บไซต์ (CMS) โดยมีองค์ประกอบของเว็บไซต์ดังนี้ ข้อมูลบ้านผาซ้อง ข่าวประชาสัมพันธ์ ร้านค้าออนไลน์ ผลิตภัณฑ์ชุมชน แหล่งท่องเที่ยว ที่พัก/ร้านอาหาร ติดต่อเรา และสามารถแชร์เนื้อหาต่างๆ ในเว็บไซต์ผ่านโซเชียลมีเดีย เช่น เฟสบุ๊กได้ แสดงผลดังภาพประกอบที่ 1 - 9



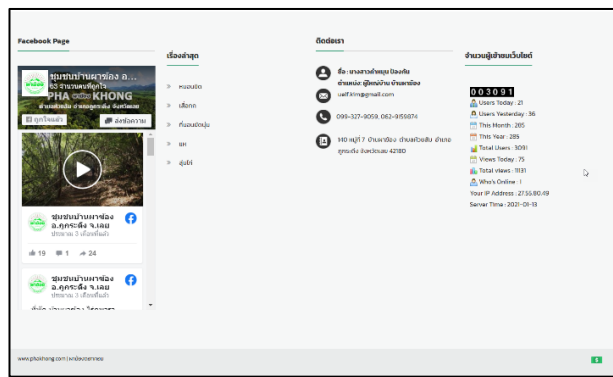
ภาพประกอบที่ 1 หน้าแรกของเว็บไซต์ แสดงเมนูและข่าวประชาสัมพันธ์



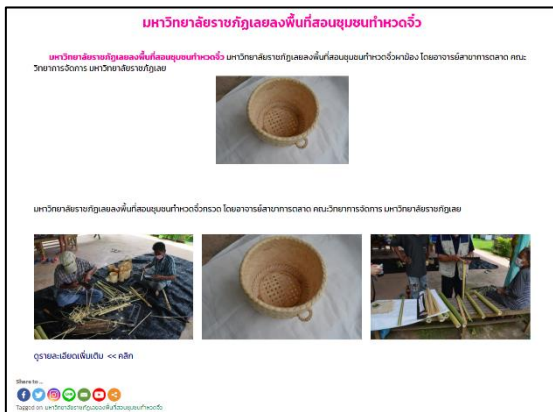
ภาพประกอบที่ 2 หน้าแรกของเว็บไซต์ แสดงสินค้าและผลิตภัณฑ์ชุมชน



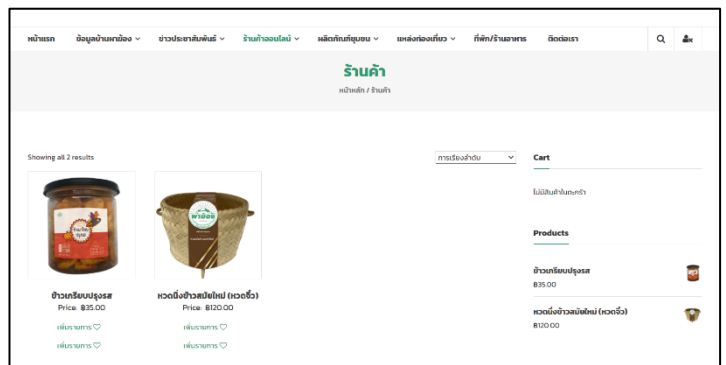
ภาพประกอบที่ 3 หน้าแรกของเว็บไซต์ แสดงแหล่งท่องเที่ยว ที่พัก และร้านอาหาร



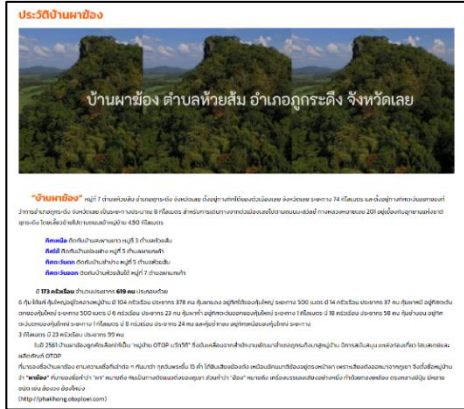
ภาพประกอบที่ 4 หน้าแรกของเว็บไซต์ แสดงส่วนท้ายหรือ footer



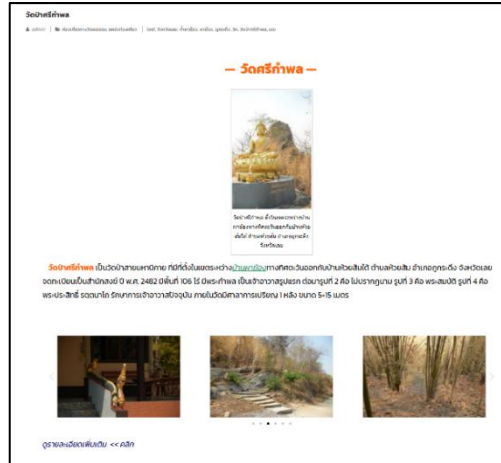
ภาพประกอบที่ 5 หน้าแสดงข้อมูลที่สามารถแชร์ผ่านเฟสบุ๊คได้



ภาพประกอบที่ 6 แสดงรายการสินค้าในเว็บไซต์



ภาพประกอบที่ 7 แสดงหน้าประวัติบ้านผาเมือง



ภาพประกอบที่ 8 แสดงรายละเอียดสถานที่ท่องเที่ยว



ภาพประกอบที่ 9 แสดงรายละเอียดที่พักและร้านอาหาร

2. ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ที่มีต่อเว็บไซต์กลุ่มอาชีพธุรกิจชุมชนบ้านผาเมือง อำเภอภูกระดึง จังหวัดเลย โดยผลการประเมินแสดงได้ดังตารางที่ 1 – 9 มีดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1 แสดงผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้

หัวข้อการประเมิน	\bar{X}	S.D.	แปลผล
ด้านการนำเสนอข้อมูลในเว็บไซต์			
1. ข้อมูลทั่วไป			
1.1 ประวัติบ้านผาเมือง	4.27	0.78	มาก
1.2 ที่ตั้งบ้านผาเมือง	4.18	0.83	มาก
1.3 เส้นทาง/แผนที่ ชุมชนบ้านผาเมือง	4.23	0.79	มาก
1.4 อาหารพื้นบ้าน	4.21	0.68	มาก
1.5 ประเพณีวัฒนธรรม พิธีกรรม	4.25	0.70	มาก
2. ผลิตภัณฑ์ชุมชน	4.35	0.73	มาก
3. แหล่งท่องเที่ยวสีเขียว	4.41	0.78	มาก
4. ข่าวสารประชาสัมพันธ์	4.29	0.70	มาก
5. ที่พัก ร้านอาหารบ้านผาเมือง	4.14	0.89	มาก
รวม	4.24	0.77	มาก
ด้านการออกแบบเนื้อหาของเว็บไซต์			
1. ความน่าสนใจในการนำเสนอเนื้อหา	4.44	0.73	มาก
2. ปริมาณเนื้อหาในแต่ละหน้า	4.46	0.73	มาก

ตารางที่ 1 (ต่อ)

หัวข้อการประเมิน	\bar{X}	S.D.	แปลผล
3. การนำเสนอตรงตามวัตถุประสงค์	4.27	0.81	มาก
4. ความถูกต้องของเนื้อหา	4.38	0.76	มาก
5. ความครบถ้วนของเนื้อหา	4.41	0.70	มาก
6. การจัดการเนื้อหาสอดคล้องกับหัวข้อ	4.30	0.81	มาก
รวม	4.38	0.75	มาก
ด้านการออกแบบภาพในเว็บไซต์			
1. ภาพประกอบเหมาะสมกับเนื้อหา	4.42	0.68	มาก
2. ภาพประกอบสื่อความหมายชัดเจน	4.23	0.67	มาก
3. การจัดวางภาพในแต่ละหน้ามีความเหมาะสม	4.39	0.64	มาก
4. ขนาดของภาพประกอบมีความเหมาะสม	4.35	0.70	มาก
5. สีพื้นหลัง	4.38	0.71	มาก
6. ความคมชัดของภาพ	4.30	0.72	มาก
7. ความเหมาะสมกราฟิกและภาพเคลื่อนไหวที่ใช้ประกอบ	4.36	0.65	มาก
รวม	4.40	0.67	มาก
ด้านการออกแบบตัวอักษรในเว็บไซต์			
1. รูปแบบของตัวอักษรที่ใช้ในการนำเสนอ	4.38	0.69	มาก
2. ขนาดของตัวอักษรที่ใช้ในการนำเสนอ	4.40	0.70	มาก
3. การใช้สีตัวอักษร	4.32	0.69	มาก
4. ความหนาแน่นของข้อความในแต่ละหน้า	4.35	0.71	มาก
5. ความชัดเจนของหัวข้อหรือส่วนที่เน้นข้อความสำคัญ	4.30	0.60	มาก
รวม	4.35	0.68	มาก
ด้านการออกแบบการเชื่อมโยงในเว็บไซต์			
1. การออกแบบเชื่อมโยงมีความน่าสนใจชวนติดตาม	4.39	0.68	มาก
2. การเชื่อมโยงภาพและตัวอักษรมีความถูกต้องเหมาะสม	4.40	0.71	มาก
3. เมื่อนำทางมีความชัดเจน เข้าใจง่าย	4.45	0.67	มาก
4. การเข้าถึงข้อมูลผ่านลิงค์ ทำได้ง่าย	4.38	0.70	มาก
รวม	4.40	0.68	มาก
ด้านการออกแบบการสื่อสารในเว็บไซต์			
1. การเชื่อมต่อเครือข่ายสังคมโซเชียล	4.43	0.53	มาก
2. ปักหมุดเส้นทางท่องเที่ยวสีเขียวใน Google Map	4.36	0.59	มาก
รวม	4.41	0.55	มาก
ด้านการใช้งานระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์			
1. เมนูการใช้งาน	4.41	0.59	มาก
2. การสั่งซื้อสินค้า	4.39	0.78	มาก
3. การเรียกดูสินค้า	4.45	0.67	มาก
4. การแจ้งชำระเงิน	4.35	0.63	มาก
5. การค้นหาสินค้า	4.38	0.57	มาก
6. ประเภทหมวดหมู่	4.40	0.65	มาก
7. ข้อมูลสินค้าถูกต้องและชัดเจน	4.41	0.61	มาก
8. ความง่ายต่อการใช้งานเว็บไซต์	4.38	0.56	มาก
9. ภาพรวมของการใช้งาน	4.40	0.71	มาก
รวม	4.40	0.64	มาก

จากตารางที่ 1 ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ พบว่าภาพรวมด้านการนำเสนอข้อมูลในเว็บไซต์ ($\bar{x}=4.24$, S.D.=0.77) อยู่ในระดับมาก พิจารณาจากความพึงพอใจสูงสุดพบว่า แหล่งท่องเที่ยวสีเขียว ($\bar{x}=4.41$, S.D.=0.78) อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์ชุมชน ($\bar{x}=4.35$, S.D.=0.73) อยู่ในระดับมาก ภาพรวมด้านการออกแบบเนื้อหาของเว็บไซต์ ($\bar{x}=4.38$, S.D.=0.75) อยู่ในระดับมาก พิจารณาจากความพึงพอใจสูงสุดพบว่า ปริมาณเนื้อหาในแต่ละหน้า ($\bar{x}=4.46$, S.D.=0.73) อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ความน่าสนใจในการนำเสนอเนื้อหา ($\bar{x}=4.44$, S.D.=0.70) อยู่ในระดับมาก ภาพรวมด้านการออกแบบภาพในเว็บไซต์ ($\bar{x}=4.34$, S.D.=0.67) อยู่ในระดับมาก พิจารณาจากความพึงพอใจสูงสุดพบว่า ภาพประกอบเหมาะสมกับเนื้อหา ($\bar{x}=4.42$, S.D.=0.68) อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ การจัดวางภาพในแต่ละหน้ามีความเหมาะสม ($\bar{x}=4.39$, S.D.=0.64) อยู่ในระดับมาก ภาพรวมด้านการออกแบบตัวอักษรในเว็บไซต์ ($\bar{x}=4.35$, S.D.=0.68) อยู่ในระดับมาก พิจารณาจากความพึงพอใจสูงสุดพบว่า ขนาดของตัวอักษรที่ใช้ในการนำเสนอ ($\bar{x}=4.40$, S.D.=0.70) อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ รูปแบบของตัวอักษรที่ใช้ในการนำเสนอ ($\bar{x}=4.38$, S.D.=0.69) อยู่ในระดับมาก ด้านการออกแบบการเชื่อมโยงในเว็บไซต์ ($\bar{x}=4.41$, S.D.=0.68) อยู่ในระดับมาก พิจารณาจากความพึงพอใจสูงสุดพบว่า เมื่อนำทางมีความชัดเจน เข้าใจง่าย ($\bar{x}=4.45$, S.D.=0.67) อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ การเชื่อมโยงภาพและตัวอักษรมีความถูกต้องเหมาะสม ($\bar{x}=4.40$, S.D.=0.71) อยู่ในระดับมาก ด้านการออกแบบการสื่อสารในเว็บไซต์ ($\bar{x}=4.41$, S.D.=0.61) อยู่ในระดับมาก พิจารณาจากความพึงพอใจสูงสุดพบว่า การเชื่อมต่อเครือข่ายสังคมโซเชียล ($\bar{x}=4.43$, S.D.=0.53) อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ปักหมุดเส้นทางการท่องเที่ยวสีเขียวใน Google Map ($\bar{x}=4.36$, S.D.=0.59) อยู่ในระดับมาก ด้านการใช้งานระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ($\bar{x}=4.40$, S.D.=0.64) อยู่ในระดับมาก พิจารณาจากความพึงพอใจสูงสุดพบว่า การเรียกดูสินค้า ($\bar{x}=4.45$, S.D.=0.67) อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ เมนูการใช้งาน ($\bar{x}=4.41$, S.D.=0.59) อยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 2 สรุปผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้ใช้

หัวข้อการประเมิน	\bar{x}	S.D.	แปลผล
1. ด้านการนำเสนอข้อมูลในเว็บไซต์	4.24	0.77	มาก
2. ด้านการออกแบบเนื้อหาของเว็บไซต์	4.38	0.75	มาก
3. ด้านการออกแบบภาพในเว็บไซต์	4.34	0.67	มาก
4. ด้านการออกแบบตัวอักษรในเว็บไซต์	4.35	0.68	มาก
5. ด้านการออกแบบการเชื่อมโยงในเว็บไซต์	4.40	0.68	มาก
6. ด้านการออกแบบการสื่อสารในเว็บไซต์	4.41	0.55	มาก
7. ด้านการใช้งานระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	4.40	0.64	มาก
รวม	4.36	0.67	มาก

จากตารางที่ 2 สรุปการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ พบว่า ผู้ใช้มีความพึงพอใจภาพรวม ($\bar{x}=4.36$, S.D.=0.67) อยู่ในระดับมาก พิจารณาจากความพึงพอใจสูงสุดพบว่า ด้านการออกแบบการสื่อสารในเว็บไซต์ ($\bar{x}=4.41$, S.D.=0.55) อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ด้านการออกแบบการเชื่อมโยงในเว็บไซต์ ($\bar{x}=4.40$, S.D.=0.68) อยู่ในระดับมาก และด้านการใช้งานระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ($\bar{x}=4.40$, S.D.=0.64) อยู่ในระดับมากซึ่งมาค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากัน ด้านการออกแบบเนื้อหาของเว็บไซต์ ($\bar{x}=4.38$, S.D.=0.75) อยู่ในระดับมาก ด้านการออกแบบตัวอักษรในเว็บไซต์ ($\bar{x}=4.35$, S.D.=0.68) อยู่ในระดับมาก ด้านการออกแบบภาพในเว็บไซต์ ($\bar{x}=4.34$, S.D.=0.67) อยู่ในระดับมาก และด้านการนำเสนอข้อมูลในเว็บไซต์ ($\bar{x}=4.24$, S.D.=0.77) อยู่ในระดับมาก

อภิปรายผล

1. การพัฒนาช่องทางการสื่อสารการตลาดดิจิทัลบนสื่อเว็บไซต์ของกลุ่มอาชีพธุรกิจชุมชนบ้านผาซ้อง อำเภอภูกระดึง จังหวัดเลย พัฒนาในรูปแบบเว็บไซต์ด้วย WordPress ซึ่งเป็นโปรแกรมสำเร็จรูปที่ใช้สร้างและจัดการเนื้อหาเว็บไซต์ (CMS) โดยมีองค์ประกอบของเว็บไซต์ดังนี้ ข้อมูลบ้านผาซ้อง ชาวประชาสัมพันธ์ ร้านค้าออนไลน์ ผลิตภัณฑ์ชุมชน แหล่งท่องเที่ยว ที่พัก/ร้านอาหาร ติดต่อเรา และสามารถแชร์เนื้อหาต่างๆ ในเว็บไซต์ผ่านโซเชียลมีเดีย เช่น เฟสบุ๊กได้ การพัฒนาช่องทางการสื่อสารการตลาดดิจิทัลทำให้กลุ่มอาชีพธุรกิจชุมชนบ้านผาซ้องเป็นที่รู้จักในวงกว้างผ่านทางเว็บไซต์ในรูปแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ผู้ที่สนใจสามารถเข้าถึงข้อมูลต่างๆ ของชุมชนได้ สามารถสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนผ่านทางออนไลน์ได้เป็นผลทำให้ชุมชนสามารถเพิ่มช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ เผยแพร่ข้อมูลความเป็นมา วิถีชีวิต และแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนบ้านผาซ้อง อำเภอภูกระดึง จังหวัดเลยได้ ซึ่งสอดคล้องกับนายชวนินทร์ ตำนานวิริยะกุล (2560: 103) ที่ได้ศึกษาการนำระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในธุรกิจร้านขายยากรณีศึกษาจังหวัดนครปฐม เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคที่ส่งผลต่อการนำระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในธุรกิจร้านขายยา

2. ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานเว็บไซต์กลุ่มอาชีพธุรกิจชุมชนบ้านผาซ้อง อำเภอภูกระดึง จังหวัดเลย พบว่า ความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับอุทิศ บำรุงชีพ (2559: 148) ที่ได้ศึกษาความพึงพอใจของนิสิตที่มีต่อการใช้บริการระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อการศึกษาของคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา รวมทั้งศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการในการใช้บริการ และเปรียบเทียบความพึงพอใจ สภาพปัญหา ความต้องการของนิสิตในการใช้บริการระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อการศึกษา ของคณะศึกษาศาสตร์ ทั้งนี้ข้อมูลที่ได้รับจากการวิจัยจะได้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อการศึกษาที่เป็นประโยชน์ต่อนิสิตนักศึกษาให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น พิจารณาจากความพึงพอใจสูงสุดพบว่าด้านการออกแบบการสื่อสารในเว็บไซต์มีความพึงพอใจในระดับมาก สามารถอธิบายได้ว่า เว็บไซต์มีการเชื่อมต่อเครือข่ายสังคมโซเชียล และปักหมุดเส้นทางใน Google Map ทำให้ผู้ใช้มีปฏิสัมพันธ์และสามารถแชร์ข้อมูลผ่าน เฟสบุ๊คของตนได้ซึ่งตรงกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในยุคปัจจุบันซึ่งสอดคล้องกับกรภมล ชื่นสุวรรณ และคณะ (2562: 631) ที่ได้ทำการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับการจัดการผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชน กลุ่มผลิตข้าวบ้านหนองถั่ว ตำบลตะเคียน อำเภอร่อง โคนง จังหวัดสงขลา เพื่อเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าและต้องการช่องทางประชาสัมพันธ์ข้อมูลสินค้า ชาวสารของกลุ่มให้เป็น ที่รู้จักในวงกว้าง รองลงมาคือด้านการออกแบบการเชื่อมโยงในเว็บไซต์ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก สามารถอธิบายได้ว่าเว็บไซต์มี การออกแบบเชื่อมโยงมีความน่าสนใจชวนติดตาม การเชื่อมโยงภาพและตัวอักษรมีความถูกต้องเหมาะสม เมนูนำทางมีความชัดเจน เข้าใจง่าย การเข้าถึงข้อมูลผ่านลิงค์ ทำได้ง่ายซึ่งสอดคล้องกับภัทรพงษ์ อักษร (2559: 151) ได้ศึกษาองค์ประกอบเว็บไซต์ต้นแบบ สำหรับหน่วยงานและบุคลากร มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามเพื่อศึกษาองค์ประกอบและประเมินความเหมาะสมของเว็บไซต์ และ ด้านการใช้งานระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก สามารถอธิบายได้ว่าระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ใน เว็บไซต์ช่วยให้ผู้ใช้งานสามารถเข้าถึงข้อมูลและมีความสนใจเลือกซื้อและส่งผลไปยังการตัดสินใจซื้อได้ ซึ่งสอดคล้องกับพรพรรณ ตาล ประเสริฐ (2559: 58) ที่ได้ศึกษาอิทธิพลของการตลาดแบบดิจิทัลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยมีผลการทดสอบสมมติฐานการตลาดแบบดิจิทัล ด้านเว็บไซต์ ด้านการตลาดเชิงเนื้อหา ด้าน จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ด้านครองหน้าแรก และด้านสื่อสังคมมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานครที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

สรุปผลการวิจัย

การพัฒนาช่องทางการสื่อสารการตลาดดิจิทัลบนสื่อเว็บไซต์ของกลุ่มอาชีพธุรกิจชุมชนบ้านผาซ้อง อำเภอภูกระดึง จังหวัดเลย บรรลุวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

1. การพัฒนาช่องทางการสื่อสารการตลาดดิจิทัลบนสื่อเว็บไซต์ของกลุ่มอาชีพธุรกิจชุมชนบ้านผาซ้อง อำเภอภูกระดึง จังหวัดเลย พัฒนาในรูปแบบเว็บไซต์ด้วย WordPress ซึ่งเป็นโปรแกรมสำเร็จรูปที่ใช้สร้างและจัดการเนื้อหาเว็บไซต์ (CMS) โดยมี องค์ประกอบของเว็บไซต์ดังนี้ ข้อมูลบ้านผาซ้อง ชาวประชาสัมพันธ์ ร้านค้าออนไลน์ ผลิตภัณฑ์ชุมชน แหล่งท่องเที่ยว ที่พัก/ร้านอาหาร ติดต่อเรา และสามารถแชร์เนื้อหาต่างๆ ในเว็บไซต์ผ่านโซเชียลมีเดีย เช่น เฟสบุ๊คได้ สามารถเข้าดูเว็บไซต์กลุ่มอาชีพธุรกิจ ชุมชนบ้านผาซ้อง อำเภอภูกระดึง จังหวัดเลย ได้ที่ URL : <https://phakhong.com>

2. ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ในภาพรวม ($\bar{x}=4.36$, S.D.=0.67) อยู่ในระดับมาก พิจารณาจากความพึงพอใจ สูงสุดพบว่า ด้านการออกแบบการสื่อสารในเว็บไซต์ ($\bar{x}=4.41$, S.D.=0.55) อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ด้านการออกแบบการ เชื่อมโยงในเว็บไซต์ ($\bar{x}=4.40$, S.D.=0.68) และด้านการใช้งานระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ($\bar{x}=4.40$, S.D.=0.64) อยู่ในระดับมากซึ่ง มาค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากัน ด้านการออกแบบเนื้อหาของเว็บไซต์ ($\bar{x}=4.38$, S.D.=0.75) อยู่ในระดับมาก ด้านการออกแบบ ตัวอักษรในเว็บไซต์ ($\bar{x}=4.35$, S.D.=0.68) อยู่ในระดับมาก ด้านการออกแบบภาพในเว็บไซต์ ($\bar{x}=4.34$, S.D.=0.67) อยู่ในระดับมาก และด้านการนำเสนอข้อมูลในเว็บไซต์ ($\bar{x}=4.24$, S.D.=0.77) อยู่ในระดับมาก

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. เว็บไซต์นี้มอบให้กลุ่มอาชีพธุรกิจชุมชนบ้านผาซ้อง อำเภอภูกระดึง จังหวัดเลยเป็นผู้ทำการปรับปรุงแก้ไขข้อมูลโดย ผู้ดูแลระบบเป็นตัวแทนของชุมชนที่ได้เข้ารับการอบรมการใช้งานเว็บไซต์ ซึ่งควรออกแบบเว็บไซต์เป็นในรูปแบบตามการประเมินความ พึงพอใจของผู้ใช้เว็บไซต์สูงสุด 3 ด้าน ได้แก่ การออกแบบการสื่อสารในเว็บไซต์ที่มีการเชื่อมต่อเครือข่ายสังคมโซเชียล และปักหมุด เส้นทางท่องเที่ยวสีเขียวใน Google Map ด้านการออกแบบการเชื่อมโยงในเว็บไซต์ที่มีเมนูนำทางมีความชัดเจน เข้าใจง่าย และ การเชื่อมโยงภาพและตัวอักษรมีความถูกต้องเหมาะสม และด้านการใช้งานระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่มี การเรียกดูสินค้า และเมนู การใช้งานที่ผู้ใช้มีความพึงพอใจสูงสุด 2 อันดับแรก ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า ควรสร้างเว็บไซต์ที่มีปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้งาน สามารถ เชื่อมโยงไปยังโซเชียลมีเดียได้ ออกแบบเมนูให้ใช้งานง่ายและแสดงข้อมูล รูปภาพให้ถูกต้องเพื่อให้ผู้ใช้เข้าใจการใช้งานเว็บไซต์ได้ง่าย

และการเรียกดูสินค้าที่เป็นหมวดหมู่และการซื้อขายสินค้าไม่ซับซ้อน เป็นผลทำให้ผู้ใช้มีความสนใจและอยากกลับมาเยี่ยมชมเว็บไซต์ เพื่อการเข้าถึงลูกค้า และเป็นช่องทางที่สามารถต่อยอดไปสู่กลุ่มตลาดเป้าหมายที่กว้างขึ้น

2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาชุมชน และกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอื่นๆ สามารถนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาช่องทางทางการสื่อสารการตลาดดิจิทัลบนสื่อเว็บไซต์เพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้า และใช้เป็นฐานข้อมูลในการเชื่อมโยงเครือข่ายของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดเลยได้

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

เพื่อการศึกษาครอบคลุมในการวิจัยครั้งต่อไปควรทำการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เข้าใช้งานเว็บไซต์ โดยใช้บริการ Google Analytics เพื่อจะได้นำข้อมูลมาการพัฒนาช่องทางทางการสื่อสารการตลาดดิจิทัลของกลุ่มอาชีพธุรกิจชุมชนให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้ใช้งานให้ดียิ่งขึ้น รวมถึงการพัฒนาช่องทางทางการสื่อสารการตลาดดิจิทัลรูปแบบอื่นๆ เช่น Mobile Applications, Social commerce เพื่อสะดวกในการใช้งานมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กรกมล ชื่นสุวรรณและคณะ. (2562). การพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับการจัดการผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชน กลุ่มผลิตข้าวบ้านหนองถั่วย ตำบลตะเคียน อำเภอรอนดง จังหวัดสงขลา. ใน การประชุมมหาดไทยวิชาการระดับชาติ และนานาชาติ ครั้งที่ 10, หน้า 631-644. 12 กรกฎาคม 2562. สงขลา: มหาวิทยาลัยมหาดไทย.
- ชวณัฐร์ ตำนาวิริยะกุล. (2560). การนำระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในธุรกิจร้านขายยา กรณีศึกษาจังหวัดนครปฐม. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ชานินทร์ ศิลป์จารุ. (2551). การวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ: บิซิเนสสอาร์ทแอนด์ดี.
- พรพรรณ ตาลประเสริฐ. (2559). อิทธิพลของการตลาดแบบดิจิทัลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคกลุ่มธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ภัทรพงษ์ อักษรและคณะ. (2559). การศึกษาองค์ประกอบเว็บไซต์ต้นแบบสำหรับหน่วยงานและบุคลากร มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม. ใน การประชุมวิชาการระดับชาติการจัดการเทคโนโลยีและนวัตกรรม ครั้งที่ 2, หน้า 151-157. 30-31 มีนาคม 2559. มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- อุทิศ บำรุงชีพ. (2560). ความพึงพอใจของนิสิตที่มีต่อการใช้บริการระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อการศึกษาของคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา. วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร, 19(1), 146-159.