

WEBSITE DEVELOPMENT TO PROMOTE LOCAL PRODUCTS MAHASORN WICKER WEAVING GROUP COMMUNITY ENTERPRISE BAN MEE DISTRICT LOPBURI PROVINCE

Manuscript Submission Date: 2023, September 19

Article Editing Date: 2023, October 10

Article Accepted Date: 2023, October 19

Phansak Phungngam*

ABSTRACT

The purpose of this research is to develop a website to promote the local products of Wai Mahason in Bami District, Lopburi Province. The research is divided into two steps. The first step was to study and develop the website in the weaving community enterprise group at Tambon Mahason, Ban Mee District, Lopburi, by creating a website according to the sitemap using the Design Thinking Process and assessing its effectiveness with experts. The second step was to assess the satisfaction with the website. The first target group consisted of fifteen members of the weaving community enterprise group at Tambon Mahason, Ban Mee District, Lopburi. The data were analyzed using questionnaires, semi-structured interviews, and statistics such as percentages, means, and standard deviations.

The results revealed that:

1) The design of the sitemap for Wai Mahason in Bami District, Lopburi Province, was developed according to the planned sitemap. Therefore, the website met the needs and served as a channel to promote local products of the weaving community enterprise group at Tambon Mahason, Ban Mee District, Lopburi. The evaluation results of the website's effectiveness by three experts were at the highest level.

2) The satisfaction of the product promotion websites at <https://sites.google.com/view/mahason-rattan> in Wai Mahason weaving community enterprise group in the Ban Mee District, Lopburi Province was at high level ($\bar{x}=4.46$, $SD=0.59$). When considering the convenience to access data, the satisfaction is at the highest level ($\bar{x}=4.51$, $SD=0.59$). The website design and the layout were at very high ($\bar{x}=4.48$, $SD=0.56$) and the content was at the high level ($\bar{x}=4.41$, $SD=0.63$) which was the lowest satisfaction in the rank.

Keywords: Public relations website, local products, assigning the Mahasorn Rattan Wicker Community.

* Faculty of Management Science, Thepsatri Rajabhat University

Corresponding author. e-Mail: phansak_com@hotmail.com

การพัฒนาเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์สินค้าพื้นเมือง วิสาหกิจชุมชน กลุ่มจักสานหวายมหาสอน อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี

วันที่ได้รับต้นฉบับบทความ: 19 กันยายน 2566

วันที่แก้ไขปรับปรุงบทความ: 10 ตุลาคม 2566

วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ: 19 ตุลาคม 2566

พันธ์ศักดิ์ พึ่งงาม*

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์สินค้าพื้นเมือง วิสาหกิจชุมชนกลุ่มจักสานหวายมหาสอน อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี โดยมีการดำเนินงานวิจัยแบ่งออกเป็น 2 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นตอนที่ 1 ศึกษา และพัฒนาเว็บไซต์วิสาหกิจชุมชนกลุ่มจักสานหวายมหาสอน ตำบลมหาสอน อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี โดยสร้างตามแผนผังเว็บไซต์ โดยใช้แนวคิด Design Thinking Process และประเมินประสิทธิภาพจากผู้เชี่ยวชาญ ขั้นตอนที่ 2 สอบถามความพึงพอใจในเว็บไซต์วิสาหกิจชุมชนกลุ่มจักสานหวายมหาสอน กลุ่มเป้าหมาย คือ สมาชิกวิสาหกิจชุมชนกลุ่มจักสานหวายมหาสอน ตำบลมหาสอน อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี ที่เป็นผู้ให้ข้อมูลในการเผยแพร่ จำนวน 15 คน เก็บรวบรวมโดยใช้แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติที่ใช้เป็นค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย พบว่า

1) เว็บไซต์ประชาสัมพันธ์สินค้าพื้นเมือง วิสาหกิจชุมชนกลุ่มจักสานหวายมหาสอน อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี มีการพัฒนาเป็นไปตาม Site Map ที่ได้ออกแบบไว้ ทำให้ได้เว็บไซต์ที่เป็นไปตามความต้องการ และสามารถจะไปเป็นช่องทางการประชาสัมพันธ์สินค้าพื้นเมือง วิสาหกิจชุมชนกลุ่มจักสานหวายมหาสอน อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรีได้ ผลการประเมินประสิทธิภาพของเว็บไซต์จากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน อยู่ในระดับมากที่สุด

2) ความพึงพอใจของเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์สินค้าพื้นเมือง วิสาหกิจชุมชนกลุ่มจักสานหวายมหาสอน อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี พัฒนาในที่อยู่ <https://sites.google.com/view/mahason-rattan> ได้รับความพึงพอใจ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.46$, $SD=0.59$) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูล อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.51$, $SD=0.59$) รองลงมาคือ ด้านการออกแบบและการจัดรูปแบบเว็บไซต์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.48$, $SD=0.56$) และด้านเนื้อหา มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.41$, $SD=0.63$)

คำสำคัญ: เว็บไซต์ประชาสัมพันธ์, สินค้าพื้นเมือง, วิสาหกิจชุมชนกลุ่มจักสานหวายมหาสอน

* คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

Corresponding author. e-Mail: phansak_com@hotmail.com

บทนำ

สินค้าพื้นเมือง หรือผลิตภัณฑ์ชุมชน เป็นแนวทางหนึ่งซึ่งช่วยสร้างความเจริญให้แก่ชุมชนที่สามารถพึ่งพาตนเอง และยกระดับฐานะความเป็นอยู่ของคนในชุมชนให้ดีขึ้น โดยการผลิตหรือจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นให้กลายเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีจุดเด่น และจุดขาย สอดคล้องกับวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่น เพื่อให้เป็นที่รู้จักแพร่หลายไปทั่วประเทศ และทั่วโลก ซึ่งการสร้างรายได้โดยการพึ่งตนเองเป็นแนวคิดที่เน้นขบวนการสร้างรายได้จากผลิตภัณฑ์ในแต่ละหมู่บ้าน หรือตำบล เพื่อที่จะสร้างชีวิตความเป็นอยู่ และคุณภาพชีวิตมั่งคั่งตลาดสากลพร้อม ๆ กับการเน้นท้องถิ่น นอกจากนี้แนวคิดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ยังเป็นแนวคิดที่ต้องการให้หมู่บ้านมีผลิตภัณฑ์ที่ใช้วัตถุดิบทรัพยากรของท้องถิ่น ลดปัญหาการอพยพย้ายถิ่นฐานไปสู่เมืองใหญ่ เป็นการสร้างเศรษฐกิจชุมชนให้เกิดขึ้น เป็นแนวคิดที่สอดคล้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจพอเพียงตามแนวพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว (ณัฐพงศ์ ใจชื่อตรง, 2563)

เครื่องจักสาน ถือได้ว่าเป็นแขนงหนึ่งในสินค้าพื้นเมือง เป็นงานหัตถกรรม และหัตถกรรมศิลป์ ที่ได้ทำหน้าที่รับใช้มนุษยมาช้านานนับพันปีเช่นเดียวกัน จนปัจจุบันเครื่องจักสานก็ยังคงทำหน้าที่ไม่น้อยกว่ายุคสมัยที่ผ่านมา พร้อมกับการพัฒนาวิธีการผลิต รูปแบบ และการตลาด จนสามารถกระจายแพร่หลายอย่างทั่วถึงทั้งในและต่างประเทศ จนสามารถเป็นสินค้าส่งออกที่เข็ดหน้า ซุดาได้ดีประเภทหนึ่ง เครื่องจักสานเป็นเครื่องมือที่มนุษย์สามารถจะนำไปใช้ในการดำเนินชีวิตประจำวันได้เป็นอย่างดี ไม่เพียงแต่ด้านประโยชน์ใช้สอยเท่านั้นที่มนุษย์พัฒนาขึ้น ความสวยงาม และความทนทานถาวร ก็เป็นปัจจัยที่มนุษย์ให้ความสำคัญ จากการที่มนุษย์รู้จักการใช้ยางพืชบางชนิดมาทา หรือยา เพื่อมิให้เกิดรอยร้าวซึ่งทำให้มีผลสองอย่าง คือ ความคงทนถาวร และประโยชน์ใช้สอยเพิ่มเติม คือ การไปใส่น้ำการใช้ภูมิปัญญาดังกล่าวมีมาแต่ครั้งสุโขทัย หรืออาจจะก่อนหน้านั้น ปัจจุบันเครื่องจักสานได้พัฒนาการไปมาก มีการประดิษฐ์คิดค้นทำให้ได้รูปแบบต่าง ๆ เครื่องจักสานเป็นสิ่งที่อยู่ควบคู่มากับสังคมกิจกรรมรับใช้ชีวิตมนุษย์เป็นมรดกตกทอดมาจนทุกวันนี้ และเชื่อว่าจะไม่สูญหายไปจากโลกนี้แน่นอน (นงนภัส ไซยา, 2555, ออนไลน์) จะเห็นว่า เครื่องจักสานไทยในภาคต่าง ๆ นั้น มีมากมายหลายชนิด และมีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นที่แตกต่างกันไป ลักษณะเฉพาะถิ่นของเครื่องจักสานเหล่านั้น สะท้อนให้เห็นสภาพภูมิศาสตร์ของแต่ละท้องถิ่น สภาพการดำรงชีวิต ขนบ ประเพณี ความเชื่อ ตลอดจนจนถึงการนับถือศาสนาของกลุ่มชนที่ผลิตเครื่องจักสาน เครื่องจักสานจึงเป็นศิลปหัตถกรรมมีคุณค่าในฐานะที่เป็นหลักฐานทางประวัติศาสตร์ของชุมชนท้องถิ่นต่าง ๆ ได้ดีอย่างหนึ่ง (โครงการสารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน โดยพระราชประสงค์ในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว, 2540, หน้า 66-69)

บ้านขอม ตำบลมหาสอน อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี ตั้งอยู่ริมน้ำฝั่งตะวันตกของแม่น้ำบางขาม วิถีชีวิตของชาวบ้านขอมในอดีตที่มีชีวิตเรียบง่ายประกอบอาชีพทำนา เมื่อว่างจากนาจะรวมกลุ่มกันทำงานจักสาน อันเป็นภูมิปัญญาที่ได้รับการถ่ายทอดมาจากบรรพบุรุษ ซึ่งได้พัฒนาตะกร้าขามแง่มุม หรือตะกร้า 6 วงง ขึ้นเมื่อกว่า 150 ปีมาแล้ว โดยจักสานด้วยไม้ไผ่ และหวายด้วยฝีมือประณีต ใช้ลวดเป็นโครง 6 เส้น รวมกันเป็นวงตะกร้าไว้หิ้วใส่ของไปทำบุญที่วัด ซึ่งถือเป็นภูมิปัญญาที่เป็นอัตลักษณ์ของงานจักสานบ้านมหาสอน ด้วยความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของงานหัตถกรรมจักสานที่โดดเด่น และยังเป็นความต้องการของตลาด ส่งผลให้การดำเนินงาน

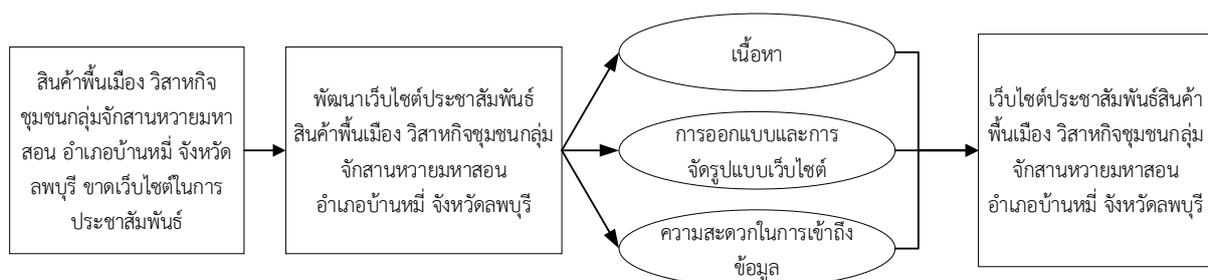
พัฒนาสินค้าของวิสาหกิจชุมชนเป็นที่ยอมรับ และเป็นที่ยูู้จักกันทั่วไปในตำบลมหาสอน อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี แต่ในระดับจังหวัดอื่นในส่วนจังหวัดใกล้เคียง หรือจังหวัดอื่น ๆ ทั่วประเทศ หรือแม้กระทั่งต่างประเทศ ยังไม่เป็นที่รู้จัก อาจส่งผลให้การขยายตลาด หรือช่องทางการจำหน่ายยังไม่เจริญเติบโตเท่าที่ควร

จากที่กล่าวมาข้างต้น การดำเนินการผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มจักสานหวายมหาสอน ถือเป็นสินค้าพื้นเมือง ผลิตภัณฑ์ชุมชน เป็นที่ควรส่งเสริมออกสู่ตลาดอย่างกว้างขวาง แต่ด้วยการดำเนินการประชาสัมพันธ์วิสาหกิจชุมชนกลุ่มจักสานหวายมหาสอน อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี นั้น เป็นการประชาสัมพันธ์ในลักษณะการออกร้าน ออกบูธ งานแสดงสินค้า OTOP ตามงานของหน่วยงานที่มีการจัดแสดง หรือการท่องเที่ยวที่นำนักท่องเที่ยวเข้ามาศึกษาดูงาน และภายในเว็บไซต์ส่งเสริมการท่องเที่ยว และประชาสัมพันธ์ จังหวัดลพบุรี ที่มีข้อมูลของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มจักสานหวาย ได้แก่ ข้อมูลผลิตภัณฑ์ ประวัติความเป็นมา ซึ่งข้อมูลนั้นยังไม่ครบตรงตามความต้องการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มจักสานหวายมหาสอน ผู้วิจัยได้ศึกษาถึงปัญหาพบว่า วิสาหกิจชุมชนกลุ่มจักสานหวายมหาสอน ไม่มีช่องทางหลักของตนเองในการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ของตนเองในช่องทางออนไลน์ ทำให้ส่งผลต่อการขยายตลาดของสินค้า ผู้วิจัยจึงมีแนวทางในการพัฒนาเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์สินค้าพื้นเมือง วิสาหกิจชุมชนกลุ่มจักสานหวายมหาสอน อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี เพื่อเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ให้กับผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มจักสานหวายมหาสอน ให้กับบุคคลทั่วไปได้รับรู้ถึงคุณลักษณะของสินค้าพื้นเมือง วิสาหกิจชุมชนกลุ่มจักสานหวายมหาสอน อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี และเป็นช่องทางสนับสนุนการขายสินค้าของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มจักสานหวายมหาสอน อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี ต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อพัฒนาเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์สินค้าพื้นเมือง วิสาหกิจชุมชนกลุ่มจักสานหวายมหาสอน อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี
2. เพื่อสำรวจความพึงพอใจเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์สินค้าพื้นเมือง วิสาหกิจชุมชนกลุ่มจักสานหวายมหาสอน อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี

กรอบแนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการดำเนินการวิจัย

Cannabis Thai (ออนไลน์, 2564) ได้อธิบายความหมายของ วิสาหกิจชุมชน (SMCE หรือ Small and Micro Community Enterprise) หมายถึง กิจการของชุมชนเกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการ หรือ การอื่น ๆ ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกัน และรวมตัวกันประกอบกิจการดังกล่าว ไม่ว่าจะเป็ นนิติบุคคลในรูปแบบใด หรือไม่เป็ นนิติบุคคล เพื่อสร้างรายได้และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชน และระหว่างชุมชน วิสาหกิจชุมชนจึงสรุปได้ว่ เป็นการประกอบการเพื่อการจัดการ “ทุนของชุมชน” อย่างสร้างสรรค์เพื่อการพึ่งตนเอง “ทุนของชุมชน” ไม่ได้หมายถึงแต่เพียงเงิน แต่รวมถึงทรัพยากร ผลผลิต ความรู้ ภูมิปัญญา ทุนทางวัฒนธรรม ทุนทางสังคม

ณัฐวุฒิ ทรัพย์อุปลัมภ์ (2558, หน้า 3-7) ที่กล่าวว่า ภูมิปัญญา (Knowledge) เป็นความรู้ ข้อมูล ข่าวสาร และความเข้าใจที่บุคคลหรือกลุ่มคนมีในหลาย ๆ ด้านของชีวิต วิชาชีพ วัฒนธรรม และสิ่งต่าง ๆ ภูมิปัญญา ประกอบด้วยความรู้และประสบการณ์ที่ผ่านมาในชีวิตของบุคคลและสังคม ภูมิปัญญานี้สามารถมีลักษณะเป็น ข้อมูลเชิงประสบการณ์ที่ได้มาจากประสบการณ์การทำงาน การศึกษา หรือการเรียนรู้จากผู้อื่น ๆ และสามารถนำไปใช้ในการแก้ปัญหา การตัดสินใจ การสร้างสรรค์ และการพัฒนาในหลาย ๆ ด้านของชีวิต โดยภูมิปัญญา มีความสำคัญในการสร้างความเข้าใจ การพัฒนา และความเจริญรุ่งเรืองของสังคม มันช่วยเราในการแก้ปัญหา ในการตัดสินใจ และในการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ ภูมิปัญญายังเป็นส่วนสำคัญของการสืบทอดประสบการณ์และความรู้จากรุ่นพ่อ แม่ และบรรพบุรุษก่อนหน้า เพื่อสร้างความเป็นตัวตนและอัตลักษณ์ของแต่ละบุคคลและชุมชน

กลุ่มส่งเสริมการถ่ายทอดวัฒนธรรม (2551, หน้า 1-5) ได้อธิบายการเผยแพร่ภูมิปัญญาท้องถิ่น หมายถึง การนำวัฒนธรรมที่ผ่านการเลือกสรรกลั่นกรองแล้วว่ดี และก่อให้เกิดประโยชน์ไปใช้ในกระบวนการจัดการศึกษา เรียนรู้แก่เด็ก เยาวชน และคนในท้องถิ่น อันจะส่งผลให้สมาชิกในสังคมเกิดความเข้าใจ ตระหนักในคุณค่า และนำไปปฏิบัติอย่างเหมาะสมและสอดคล้องกับยุคสมัย กิจกรรมหลักที่ควรดำเนินการ คือ 1) การศึกษาและกำหนด เนื้อหาสาระของวัฒนธรรมที่มีคุณค่า ควรแก่การถ่ายทอด 2) การพัฒนาวิธีการถ่ายทอดและสื่อเพื่อการถ่ายทอด 3) การรณรงค์ให้เกิดความตระหนัก และความร่วมมือในการถ่ายทอดวัฒนธรรม 4) การสร้างเครือข่ายเพื่อสนับสนุน งานถ่ายทอดวัฒนธรรม 5) การฝึกอบรมครู และบุคลากรผู้เกี่ยวข้องในการถ่ายทอดวัฒนธรรม 6) การจัดหา งบประมาณสนับสนุนงานถ่ายทอดวัฒนธรรม 7) การยกย่องและเชิดชูเกียรติบุคคล และหน่วยงานที่ประสบความสำเร็จในด้านการถ่ายทอดวัฒนธรรม 8) การประชาสัมพันธ์งานถ่ายทอดวัฒนธรรม และ 9) การติดตาม และประเมินผล

Seolnwza (ออนไลน์, 2562) ได้พูดถึงเว็บไซต์ว่า ได้กลายเป็นสื่อที่มีความสำคัญ ซึ่งมีบทบาทอย่างมากในเรื่องของการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ทั้งนี้เนื่องจากคุณสมบัติที่สามารถนำเสนอ เผยแพร่ ข้อมูล ข่าวสาร ได้อย่างไร้ขีดจำกัด ทั้งในเรื่องเวลาและระยะทาง ใคร ๆ ก็สามารถคลิกเข้ามาเปิดดูได้ตลอดเวลา 24 ชั่วโมง ไม่ว่าจะนั่งอยู่ส่วนใด ๆ ของโลกก็ตาม ด้วยข้อดีดังกล่าว บริษัท ห้างร้าน สถานประกอบการเกือบทุกแห่งทั้งภาครัฐ และเอกชน หรือแม้แต่บุคคลทั่วไปต่างก็มีความต้องการจัดทำเว็บไซต์ขึ้นเพื่อเป็นช่องทางการสื่อสารรูปแบบใหม่ เพื่อประโยชน์ในการเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสาร ไปสู่กลุ่มเป้าหมาย เช่น การโฆษณาขายสินค้าและบริการในรูปแบบต่าง ๆ ที่มีจุดมุ่งหมายในเชิงธุรกิจ หรือการใช้เว็บไซต์เป็นช่องทางเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสารขององค์กร เพื่อ

ประชาสัมพันธองค์กรให้เป็นที่รู้จักเพื่อหวังผลในการสร้างภาพลักษณ์ ขององค์กรให้เป็นที่ยอมรับ ซึ่งเว็บไซต์นั้น เป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพเป็นอย่างมาก ประโยชน์ของการทำเว็บไซต์ เป็นสื่ออิเล็กทรอนิกส์ทางอินเทอร์เน็ต ที่ใช้เพื่อการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ การตลาด ให้ข้อมูลข่าวสาร และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่ธุรกิจและองค์กร สามารถนำมาใช้เป็นร้านค้าออนไลน์เพื่อจำหน่ายสินค้า/ บริการ มีประสิทธิภาพเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ทั่วโลก เสียค่าใช้จ่ายในการผลิตต่ำกว่าสื่ออื่น ๆ แต่มีอายุการใช้งานยาวนานกว่า สามารถอัพเดทข้อมูลเปลี่ยนแปลงได้ง่ายกลุ่มเป้าหมายสามารถเข้าถึงสื่อได้โดยสะดวกและรวดเร็วผ่านอินเทอร์เน็ตได้ทุกวัน ตลอด 24 ชั่วโมง

GRASP ASIA (ออนไลน์, 2564) ได้กล่าวว่า เว็บไซต์เป็นเครื่องมือการตลาดที่ทรงพลัง หากเว็บไซต์ถูกดูแลเป็นอย่างดีสามารถช่วยให้การแข่งขันทางธุรกิจเป็นไปได้ด้วยดี และปรับปรุงภาพลักษณ์ทางธุรกิจของแบรนด์ การพัฒนาเว็บไซต์เป็นสิ่งที่มีความหมายรวมไปถึงช่วยให้แบรนด์ของคุณมีโอกาสในการขายและเพิ่มยอดขายได้จากลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ 1) ปรับปรุงลูกเล่นในการโฆษณา 2) ประหยัดต้นทุนการพิมพ์ 3) เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายใหม่ได้มากขึ้น 4) ใช้งานง่าย และเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา 5) ขยายตลาด และขยายขอบเขตของการเข้าถึง 6) ส่งเสริมการขายสินค้า และบริการ 7) เพิ่มในเรื่องของเครื่องมือในการค้นหาอย่างมีประสิทธิภาพ 8) มีการสื่อสารหลายช่องทาง 9) สร้างชื่อเสียงให้กับสินค้าได้ และ 10) ปรับปรุงบริการได้อย่างง่ายดาย

Grey scale (ออนไลน์, 2563) ได้บอกถึงประโยชน์ของเว็บไซต์ว่า เว็บไซต์เป็นหนึ่งในเครื่องมือออนไลน์ที่ทรงพลังที่สุดตั้งแต่ยุคแรกของ Internet และยังคงสร้างและส่งเสริมมูลค่าให้กับธุรกิจได้อย่างทรงประสิทธิภาพ โดยประโยชน์ของเว็บไซต์เบื้องต้นสามารถมีส่วนช่วยในด้านต่าง ๆ ที่เป็นพื้นฐาน คือ 1) BRANDING เว็บไซต์นำเสนอภาพลักษณ์และประชาสัมพันธสินค้าบริการ และองค์กร 2) MARKETING เครื่องมือในการทำการตลาดใหม่ผ่านช่องทางออนไลน์ 3) SERVICES/ CRM เครื่องมือในการบริการช่วยเหลือ และสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า และ 4) BUSINESS PLATFORM STARTUP สร้างโมเดลธุรกิจใหม่ด้วยเว็บไซต์ ซึ่งสอดคล้องกับ Rank Social Digital (ออนไลน์, 2562) ได้อธิบายความสำคัญของเว็บไซต์กับธุรกิจไว้ว่า ธุรกิจในทุกวันนี้มีความหลากหลาย และมีธุรกิจจำนวนมากที่เกิดขึ้นมาอย่างยาวนาน แต่มาถึงในยุคปัจจุบัน โลกได้เริ่มมีการพัฒนาเพิ่มมากขึ้น ทุกสิ่งทุกอย่างเปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลาอย่างรวดเร็ว เทคโนโลยีต่าง ๆ มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และการพัฒนาของเทคโนโลยีที่เห็นได้ชัดในปัจจุบันนี้ก็คือ เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต หรือออนไลน์ เมื่ออินเทอร์เน็ตมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องจนมาเกิดความเสถียรภาพในยุคปัจจุบัน ทำให้สามารถดึงดูดผู้คนได้จำนวนมากจนนับไม่ถ้วน เมื่อมีอินเทอร์เน็ตก็ต้องมีสื่อออนไลน์ต่าง ๆ ที่เปิดให้บริการสำหรับผู้คน ซึ่งสื่อออนไลน์ที่เกิดขึ้นต่าง ๆ เหล่านี้ก็สามารถตอบโจทย์ได้ดีเป็นอย่างมากไม่ว่าจะเป็นด้านการสื่อสารกันผ่านทางออนไลน์ ข้อมูล ข่าวสารที่อัพเดทผ่านทางออนไลน์ และสื่อวิดีโอที่ให้ความรู้ และความบันเทิงต่าง ๆ เป็นต้น เมื่อสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้สามารถค้นพบได้ผ่านทางออนไลน์ จึงไม่ใช่เรื่องแปลกที่ผู้คนจำนวนมากจะพร้อมใจกันหันมาให้ความสนใจกับสื่อออนไลน์

ณิชนันท์ จงใจสิทธิ์ และวัชรภรณ์ ดีสุทธิ (2564) ได้พัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOP อำเภอผาขาว จังหวัดเลย มีวัตถุประสงค์เพื่อออกแบบเว็บไซต์ส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOP อำเภอผาขาว จังหวัดเลย และศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้งานเว็บไซต์ส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOP อำเภอผาขาว จังหวัดเลย พบว่า ได้รับการยอมรับจากกลุ่มผู้ใช้งานโดยทั่วไปในระดับมาก ที่สามารถนำข้อมูลต่าง ๆ เข้าสู่หน้าเว็บไซต์และมีการแสดงออก

สู่สาธารณะเพื่อให้ผลิตภัณฑ์ได้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางมากยิ่งขึ้น และยังคงคล้องกับ พิมพ์ชนก สุวรรณศรี, ไพโรจน์ สุวรรณศรี, ศศิณิสร์ภา พัชรธนโรจน์ และปฏิภาณพัฒน์ เพชรอินทร์ (2561) ได้พัฒนาเว็บไซต์นำเสนอ ภูมิปัญญาล้านนาเชิงหัตถกรรมในพื้นที่ชุมชน วัดศรีสุพรรณ (วัวลาย) อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์ เพื่อพัฒนาเว็บไซต์นำเสนอภูมิปัญญาล้านนาเชิงหัตถกรรมในพื้นที่ชุมชนวัดศรีสุพรรณ (วัวลาย) อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และเพื่อประเมินผลการใช้งานเว็บไซต์ของบุคคลทั่วไปด้านความรู้ ความตระหนัก และความพึงพอใจจากการใช้เว็บไซต์ พบว่า เว็บไซต์ในการนำเสนอภูมิปัญญาล้านนาเชิงหัตถกรรมในพื้นที่ชุมชนวัดศรีสุพรรณ มีการนำเสนอประวัติชุมชนวัดศรีสุพรรณ ที่ประกอบไปด้วยแหล่งเรียนรู้ในชุมชนเป็นแหล่งที่มีการอนุรักษ์ไว้ซึ่ง ภูมิปัญญาในการทำเครื่องเงิน และเครื่องเงิน ข้อมูลปราชญ์ในชุมชน รวมทั้งข้อมูลสถานที่ที่สำคัญในชุมชน และ ได้รับความพึงพอใจในการใช้งานเว็บไซต์ที่สามารถนำไปเผยแพร่สู่สาธารณะได้เป็นอย่างดี

วิธีดำเนินการวิจัย

เครื่องมือการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ เว็บไซต์วิสาหกิจชุมชนกลุ่มจักสานหวายมหาสอน ตำบลมหาสอน อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี

1. แบบประเมินประสิทธิภาพการใช้งานของเว็บไซต์
2. แบบประเมินความพึงพอใจการแสดงผลของสินค้าพื้นเมือง ในเว็บไซต์วิสาหกิจชุมชนกลุ่ม

จักสานหวายมหาสอน ตำบลมหาสอน อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี

การสร้างและพัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างและพัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอน ดังนี้

ขั้นที่ 1 ศึกษาเอกสาร แนวคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์สินค้าพื้นเมือง วิสาหกิจชุมชนกลุ่มจักสานหวายมหาสอน อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี

ขั้นที่ 2 สร้างแบบสอบถาม ความพึงพอใจของเว็บไซต์ จากแนวคิดของ ปรีดี นุกุลสมปรารถนา (ออนไลน์, 2563) จำนวน 20 ข้อ จำแนกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านเนื้อหา 2) ด้านการออกแบบและการจัดรูปแบบเว็บไซต์ และ 3) ด้านความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูล โดยให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการตรวจสอบคุณภาพด้านความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) จำนวน 3 คน โดยพิจารณาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of item-Objective Congruence : IOC) แล้วคัดเลือกข้อคำถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องเท่ากับ 0.67 และ 1 ได้ข้อคำถาม 20 ข้อ

ขั้นที่ 3 นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไข และตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาแล้วไปทดลองใช้ (Try out) กับวิสาหกิจชุมชนกลุ่มไม้กวาดทางมะพร้าว บ้านดอนตะโหนด เลขที่ 51 หมู่ 7 ตำบลโพทะเล อำเภอค่ายบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี วิสาหกิจชุมชนคนขยัน ตำบลโกงังธนู เลขที่ 62 หมู่ 7 ตำบลโกงังธนู อำเภอเมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรี และวิสาหกิจชุมชนแปรรูปทำกระเป๋าชำร่วย เลขที่ 33/1 หมู่ 3 ตำบลบ้านทราย อำเภอ

บ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี แหล่งละ 10 คน รวม จำนวน 30 คน ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ เท่ากับ 0.97

กลุ่มเป้าหมาย

สมาชิกวิสาหกิจชุมชนกลุ่มจักสานหวายมหาสอน ตำบลมหาสอน อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี จำนวน 15 คน ที่เป็นผู้ให้ข้อมูลในการดำเนินการเผยแพร่เว็บไซต์

ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

1. ศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการประชาสัมพันธ์สินค้าพื้นเมือง วิสาหกิจชุมชนกลุ่มจักสานหวายมหาสอน อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี ความเป็นไปได้ในการแก้ไขปัญหา องค์กรความรู้ต่าง ๆ ในการประชาสัมพันธ์สินค้าพื้นเมือง จากเอกสารงานวิชาการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อมาเตรียมพัฒนาเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์สินค้าพื้นเมือง ปัญหาที่พบว่า วิสาหกิจชุมชนกลุ่มจักสานหวายมหาสอน อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี มีผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากหวายผสมกับภูมิปัญญาของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มจักสานหวายมหาสอน ที่มีเรื่องราวตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน ทำให้มีผลิตภัณฑ์ออกมาเฉพาะกลุ่มของตนเอง สามารถสร้างเอกลักษณ์ความเป็นจักสานหวายมหาสอนได้ แต่สิ่งที่ยังต้องเพิ่มเติม คือ การที่ต้องมีช่องทางนำเสนอ ประชาสัมพันธ์สิ่งที่เป็นเอกลักษณ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มจักสานหวายมหาสอน ในปัจจุบันนั้นเป็นเพียงแคในชุมชนในตำบล ในอำเภอ หรือในจังหวัดเดียวกันเท่านั้น ซึ่งส่งผลต่อการสร้างรายได้สู่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มจักสานหวายมหาสอน พร้อมทั้งยังไม่เห็นถึงคุณค่าของการจักสานหวายของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมหาสอน อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี

2. ออกแบบโครงสร้างของเว็บไซต์ โดยใช้โครงสร้างแบบลำดับขั้นเพื่อให้สามารถเข้าถึงข้อมูลต่าง ๆ ได้ง่ายขึ้น โดยจะมีการแบ่งเนื้อหาออกเป็น ส่วน ๆ และมีการนำเสนอรายละเอียดย่อย ๆ ที่ลัดหลั่นกันมา ทำให้สามารถทำความเข้าใจกับโครงสร้างเนื้อหาได้ง่ายขึ้น โดยจะมีโฮมเพจเป็นจุดเริ่มต้น และจุดร่วมจุดเดียวที่จะนำไปสู่การเชื่อมโยงเนื้อหาเป็นลำดับจากบนลงล่าง จากซ้ายไปขวา จึงได้มีการใช้กระบวนการเชิงออกแบบเพื่อเป็นเครื่องมือสำคัญของการพัฒนาเว็บไซต์วิสาหกิจชุมชนกลุ่มจักสานหวายมหาสอน โดยใช้ 5 ขั้นตอน Design Thinking Process ตามที่ ปรีดี นุกุลสมปรารถนา (ออนไลน์, 2563) กล่าวไว้ คือ 1) Empathize เป็นการสัมภาษณ์สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ถึงปัญหาการเผยแพร่ข้อมูลของวิสาหกิจชุมชนมหาสอน และลักษณะการเผยแพร่ข้อมูล 2) Define สรุปปัญหาของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน 3) Ideate วิเคราะห์ปัญหาที่เกิดขึ้น และหาแนวทางการแก้ไขปัญหา โดยใช้เทคโนโลยีที่เข้าถึงง่าย และสร้างความน่าเชื่อถือ คือ เว็บไซต์ที่สามารถให้วิสาหกิจชุมชนใช้งานได้ง่าย ในด้านการออกแบบ และการปรับปรุงข้อมูลให้มีความเป็นปัจจุบัน 4) Prototype สอบถามถึงความต้องการถึงแนวทางในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลในรูปแบบเว็บไซต์ลักษณะเป็นอย่างไร เนื้อหา เรื่องราว สื่อมัลติมีเดียต่าง ๆ เพื่อใช้ในการสร้างโครงสร้างของเว็บไซต์ และ 5) Test ผู้วิจัยได้ออกแบบโครงสร้างของเว็บไซต์ ตามที่ได้รวบรวมข้อมูล โดยเน้นให้เข้าถึงง่าย ใช้ภาษาที่อ่านง่าย สื่อมัลติมีเดียต่าง ๆ ที่จะทำให้เกิดความน่าสนใจมากขึ้น

3. พัฒนาเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์สินค้าพื้นเมืองวิสาหกิจชุมชนกลุ่มจักสานหวายมหาสอน อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป Google site ด้วยความเหมาะสมของเทคโนโลยีที่จะง่ายต่อการ

ใช้งานของวิสาหกิจชุมชน โดยมีองค์ประกอบในการพัฒนาเพื่อให้มีประสิทธิภาพ และสามารถดึงดูดความสนใจของผู้คนได้ดี จะต้องมียุทธศาสตร์ประกอบของเว็บไซต์อย่างครบถ้วน ซึ่งได้แก่ 1) ความสามารถในการเข้าถึงข้อมูล (Accessibility) 2) ความเร็วในการแสดงผลข้อมูลบนเว็บไซต์ (Speed) 3) น่าสนใจ ดึงดูดสายตา (Attractiveness) 4) ความง่ายในการใช้งาน (Simplicity) และ 5) ความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์ (Credibility)

4. นำเว็บไซต์ที่พัฒนาเสร็จแล้วส่งให้กับผู้เชี่ยวชาญในด้านการพัฒนาเว็บไซต์ จำนวน 3 คน ได้ประเมินประสิทธิภาพการใช้งาน โดยแบบประเมินประสิทธิภาพของเว็บไซต์ตามองค์ประกอบของเว็บไซต์ในข้อ 3 แล้วนำผลการประเมินประสิทธิภาพมาวิเคราะห์ เพื่อปรับปรุงระบบตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ

5. นำเว็บไซต์ที่ปรับตามผู้เชี่ยวชาญเสนอไปทดลองใช้งาน ผู้วิจัยได้นำเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์สินค้าพื้นเมือง วิสาหกิจชุมชนกลุ่มจักสานหวายมหาสอน อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี ที่พัฒนาขึ้นทดสอบการใช้งานจากวิสาหกิจชุมชนอื่น เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล เพื่อปรับปรุงข้อมูล และหาข้อผิดพลาด

6. ผู้วิจัยได้นำเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์สินค้าพื้นเมือง วิสาหกิจชุมชนกลุ่มจักสานหวายมหาสอน อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี ที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วให้สมาชิกของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มจักสานหวายมหาสอนใช้ และประสานกลุ่มเป้าหมายในการสอบถามเพื่อนัดหมาย

7. ดำเนินการสอบถามความพึงพอใจด้วยตนเองโดยใช้แบบสอบถามที่พัฒนาขึ้น

8. เก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถาม ตรวจสอบความสมบูรณ์ และทำการวิเคราะห์ สรุปผลแบบสอบถาม

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้สำรวจความพึงพอใจในวันที่ 28 ตุลาคม 2565 กับกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 15 คน ณ วิสาหกิจชุมชนจักสานหวายมหาสอน เลขที่ 27 หมู่ที่ 5 ตำบลมหาสอน อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้มาวิเคราะห์ทางสถิติดังต่อไปนี้

1. นำแบบสอบถามมาจัดกระทำโดยวิธีลงรหัสจัดระเบียบข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป

2. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลจำแนกตามลักษณะของแบบสอบถามในแต่ละตอน ดังนี้

2.1 การวิเคราะห์สถานภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ในด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา วิทยฐานะ ตำแหน่งวิชาการ ตำแหน่งหน้าที่ และประสบการณ์ในการทำงานใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)

2.2 การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) โดยมีการแปลความหมายเทียบเคียงกับเกณฑ์ขอบเขตของค่าเฉลี่ยตามแนวคิดของเบสท์ (Best, 1970, pp. 204-208) ดังนี้

การแปลความหมายของระดับความคิดเห็น ได้กำหนดการแปลความหมายค่าเฉลี่ยตามเกณฑ์ของ Best ดังนี้

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 4.51-5.00	หมายถึง	มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 3.51-4.50	หมายถึง	มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก
ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 2.51-3.50	หมายถึง	มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 1.51-2.50	หมายถึง	มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย
ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 1.00-1.50	หมายถึง	มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ผลการวิจัย

1. ผลการพัฒนาเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์สินค้าพื้นเมือง วิสาหกิจชุมชนกลุ่มจักสานหวายมหาสอน อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี

ผู้วิจัยได้พัฒนาเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์สินค้าพื้นเมือง วิสาหกิจชุมชนกลุ่มจักสานหวายมหาสอน อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี เพื่อเผยแพร่ข้อมูลผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มจักสานหวายมหาสอน อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี ซึ่งได้โครงสร้างของเว็บไซต์ตามลำดับขั้นตามความต้องการของวิสาหกิจชุมชนมหาสอน ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 โครงสร้างเว็บไซต์ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มจักสานหวายมหาสอน

1. ชื่อเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์สินค้าพื้นเมือง วิสาหกิจชุมชนกลุ่มจักสานหวายมหาสอน อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี เข้าผ่าน Link <https://sites.google.com/view/mahason-rattan> และการสแกนผ่าน QR Code สามารถดูผ่านอุปกรณ์ได้หลากหลายประเภท เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือ และอื่น ๆ ที่สามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต และเข้าเว็บไซต์ได้



ภาพที่ 3 QR Code เว็บไซต์ประชาสัมพันธ์สินค้าพื้นเมือง วิสาหกิจชุมชนกลุ่มจักสานหวายมหาสอน

2. แสดงผลหน้าแรกของเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์สินค้าพื้นเมือง วิสาหกิจชุมชนกลุ่มจักสานหวายมหาสอน ตำบลมหาสอน อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี มีข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มจักสานหวายมหาสอน อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี รูปภาพ วิดีโอประกอบ



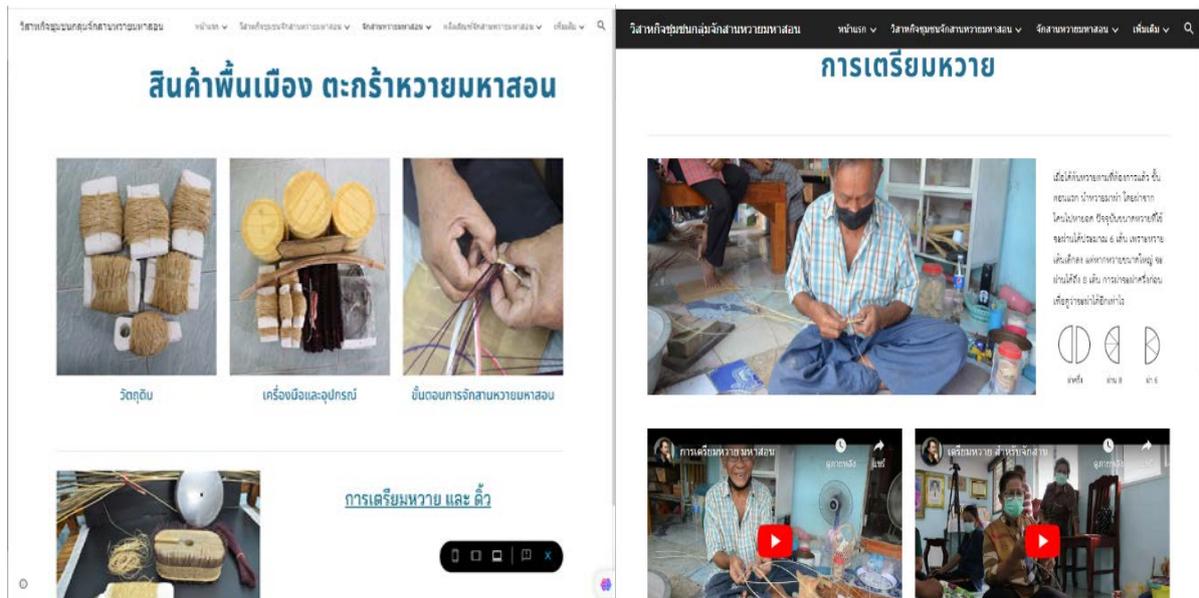
ภาพที่ 4 แสดงผลหน้าแรกของเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์สินค้าพื้นเมือง วิสาหกิจชุมชนกลุ่มจักสานหวายมหาสอน ตำบลมหาสอน อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี

3. Link เรื่องราวสินค้าพื้นเมืองตะกร้าหวายมหาสอน แสดงประวัติความเป็นมาของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร ตำบลมหาสอน (จักสานหวาย และไม้ไผ่)



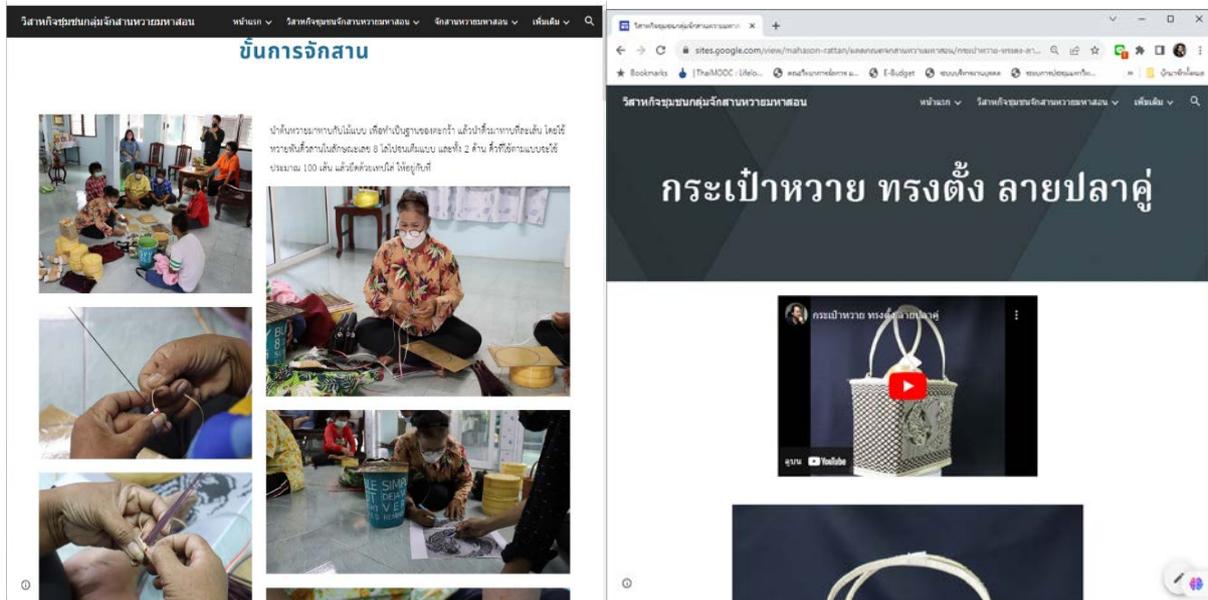
ภาพที่ 5 ประวัติความเป็นมาของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรตำบลมหาสอน (จักสานหวาย และไม้ไผ่)

4. Link แสดงขั้นตอนการเตรียมหวาย เพื่อใช้ในการจักสานของตะกร้าหวายมหาสอน



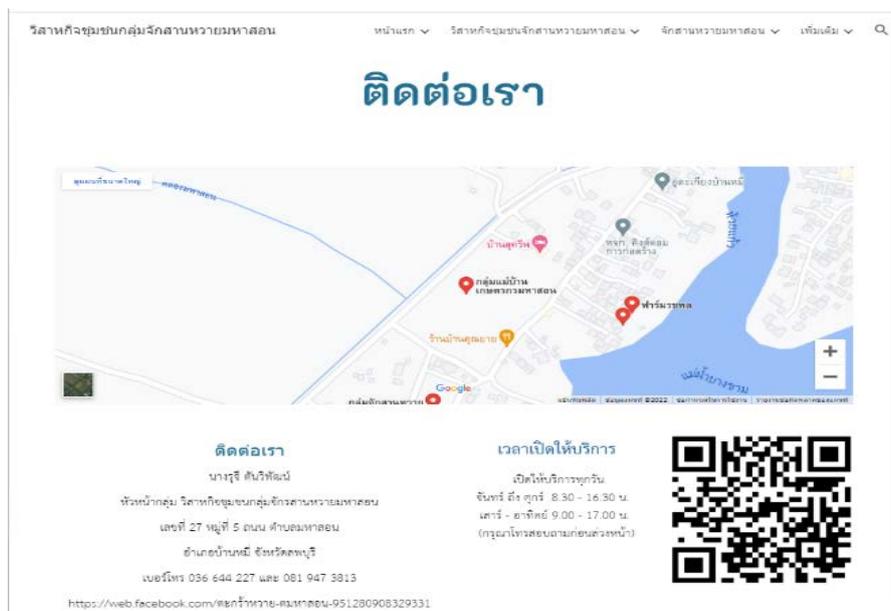
ภาพที่ 6 แสดงขั้นตอนการเตรียมหวาย

5. Link ขั้นตอนการจักสาน แสดงขั้นตอนการจักสานหวายมหาสอนตั้งแต่กระบวนการเริ่มต้น ถึงขั้นตอนสุดท้าย และผลิตภัณฑ์



ภาพที่ 7 แสดงขั้นตอนการจักสานหวาย และผลิตภัณฑ์

6. Link ติดต่อเรา แสดงข้อมูลสถานที่ติดต่อ สถานที่ตั้ง ช่องทางการติดต่อ และ Facebook Fan Page ของวิสาหกิจชุมชนจักสานหวายมหาสอน ตำบลมหาสอน อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี



ภาพที่ 8 แสดงข้อมูลสถานที่ติดต่อ

2. ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์สินค้าพื้นเมือง วิสาหกิจชุมชนกลุ่มจักสานหวายมหาสอน อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ความพึงพอใจของเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์สินค้าพื้นเมือง วิสาหกิจชุมชนกลุ่มจักสานหวายมหาสอน อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี จากสมาชิกของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มจักสานหวายมหาสอน อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี จำนวน 15 คน จากนั้นนำผลมาวิเคราะห์ด้วยค่าสถิติพื้นฐานเทียบกับเกณฑ์และสรุปผล แสดงดังตารางที่ 1-3

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนกลุ่มจักสานหวายมหาสอน อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี ด้านเนื้อหา

ข้อที่	คำถาม	ระดับความคิดเห็น		
		\bar{X}	SD	แปลผล
1	มีความชัดเจน ถูกต้อง น่าเชื่อถือ	4.40	0.74	มาก
2	การประชาสัมพันธ์ข่าวสาร ภาพ ในเว็บไซต์มีความเหมาะสม น่าสนใจ	4.33	0.62	มาก
3	ปริมาณเนื้อหาไม่เพียงพอกับความต้องการ	4.40	0.51	มาก
4	การจัดลำดับเนื้อหาเป็นขั้นตอน มีความต่อเนื่อง อ่านแล้วเข้าใจ	4.27	0.70	มาก
5	มีการจัดหมวดหมู่ให้ง่ายต่อการค้นหา และทำความเข้าใจ	4.40	0.63	มาก
6	ข้อความในเว็บไซต์ถูกต้องตามหลักภาษา และไวยากรณ์ เนื้อหากับภาพมีความสอดคล้องกัน	4.67	0.62	มากที่สุด
รวม		4.41	0.63	มาก

จากตารางที่ 1 ความพึงพอใจของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนกลุ่มจักสานหวายมหาสอน อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี ด้านเนื้อหา ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.41$, $SD=0.63$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อความในเว็บไซต์ถูกต้องตามหลักภาษา และไวยากรณ์เนื้อหากับภาพมีความสอดคล้องกัน มีความพึงพอใจเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.67$, $SD=0.62$) รองลงมา คือ ปริมาณเนื้อหาไม่เพียงพอกับความต้องการ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.40$, $SD=0.51$) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ การจัดลำดับเนื้อหาเป็นขั้นตอน มีความต่อเนื่อง อ่านแล้วเข้าใจ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.27$, $SD=0.70$)

ตารางที่ 2 แสดงระดับความพึงพอใจของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนกลุ่มจักสานหวายมหาสอน อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี ด้านการออกแบบและการจัดรูปแบบเว็บไซต์

ข้อที่	คำถาม	ระดับความคิดเห็น		
		\bar{X}	SD	แปลผล
7	การจัดรูปแบบในเว็บไซต์ต่อการอ่าน และการใช้งาน	4.20	0.56	มาก
8	ความสวยงาม มีความทันสมัย น่าสนใจ	4.73	0.46	มากที่สุด
9	สีสันในการออกแบบเว็บไซต์มีความเหมาะสม	4.47	0.52	มาก
10	สีพื้นหลังกับสีตัวอักษรมีความเหมาะสมต่อการอ่าน	4.40	0.74	มาก
11	ขนาดตัวอักษร และรูปแบบตัวอักษร มีความสวยงาม และอ่านได้ง่าย	4.53	0.62	มากที่สุด
12	มีความเร็วในการแสดงภาพ ตัวอักษร และข้อมูลต่าง ๆ	4.40	0.63	มาก
13	ภาพประกอบสามารถสื่อความหมายได้	4.53	0.52	มากที่สุด
14	ความถูกต้องในการเชื่อมโยงภายในเว็บไซต์	4.47	0.52	มาก
15	ความถูกต้องในการเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์อื่น	4.67	0.49	มากที่สุด
	รวม	4.48	0.56	มาก

จากตารางที่ 2 ความพึงพอใจของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนกลุ่มจักสานหวายมหาสอน อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี ด้านการออกแบบและการจัดรูปแบบเว็บไซต์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.48$, $SD=0.56$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ความสวยงาม มีความทันสมัย น่าสนใจ มีความพึงพอใจเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.73$, $SD=0.46$) รองลงมา คือ ความถูกต้องในการเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์อื่น มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.67$, $SD=0.49$) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ การจัดรูปแบบในเว็บไซต์ต่อการอ่าน และการใช้งาน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.20$, $SD=0.56$)

ตารางที่ 3 แสดงระดับความพึงพอใจของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนกลุ่มจักสานหวายมหาสอน อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี ด้านความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูล

ข้อที่	คำถาม	ระดับความคิดเห็น		
		\bar{X}	SD	แปลผล
16	การสืบค้นข้อมูลง่าย และสะดวก	4.47	0.52	มาก
17	การจัดรูปแบบในเว็บไซต์ต่อการอ่าน และใช้งาน	4.40	0.63	มาก
18	มีช่องทางการติดต่อสอบถาม และให้ข้อเสนอแนะ	4.73	0.59	มากที่สุด
19	มีการเชื่อมโยงไปยัง Social Media เช่น Facebook YouTube	4.47	0.64	มาก
	รวม	4.51	0.59	มากที่สุด

จากตารางที่ 3 ความพึงพอใจของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนกลุ่มจักสานหวายมหาสอน อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี ด้านความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูล ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.51$, $SD=0.59$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีช่องทางการติดต่อสอบถามและให้ข้อเสนอแนะ มีความพึงพอใจเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.73$, $SD=0.59$) รองลงมา คือ การสืบค้นข้อมูลง่าย และสะดวก มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.47$, $SD=0.52$) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ การจัดรูปแบบในเว็บไซต์ง่ายต่อการอ่านและใช้งาน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.40$, $SD=0.63$)

อภิปรายผล

1. ผู้วิจัยได้พัฒนาเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์สินค้าพื้นเมือง วิสาหกิจชุมชนกลุ่มจักสานหวายมหาสอน อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี โดยใช้กระบวนการ Design Thinking ตั้งแต่การศึกษาและการสัมภาษณ์เพื่อให้ได้ความต้องการและปัญหาที่เกิดขึ้น เพื่อกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายของเว็บไซต์ หลังจากนั้นได้สร้าง Site Map ในการวางโครงสร้างของเว็บไซต์เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาเว็บไซต์จริงขึ้นมาเพื่อตอบโจทย์ความต้องการของวิสาหกิจชุมชน และเป็นไปตามเป้าหมายของเว็บไซต์เพื่อประชาสัมพันธ์สินค้าพื้นเมือง และได้มีการนำเสนอเว็บไซต์ที่พัฒนาเรียบร้อยแล้วให้กับกลุ่มตัวอย่างได้ดูถึงความถูกต้องของเนื้อหา และความเหมาะสมในการนำเสนอข้อมูลเพื่อเผยแพร่ข้อมูลผลิตภัณฑ์จักสานหวายมหาสอนได้อย่างถูกต้อง โดยข้อมูลที่นำเสนอเป็นสินค้าพื้นเมือง ผลิตภัณฑ์จักสานหวายมหาสอน คือ ข้อมูลขั้นตอนการผลิต ประกอบด้วย วัตถุดิบ การเลือกวัตถุดิบที่ใช้ขั้นตอนการผลิต และข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้น รวมถึงข้อมูลชุมชนตำบลมหาสอน ข้อมูลที่มีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานหวายมหาสอน รูปภาพประกอบ และสื่อวิดีโอที่เชื่อมโยงกับ YouTube

2. ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์สินค้าพื้นเมือง วิสาหกิจชุมชนกลุ่มจักสานหวายมหาสอน อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี พบว่า

2.1 เนื้อหาที่แสดงมีความชัดเจน มีความถูกต้อง ถูกต้องตามหลักของภาษา มีความน่าเชื่อถือ มีปริมาณเนื้อหาที่มากพอต่อการประชาสัมพันธ์ รวมถึงการจัดลำดับของเนื้อหา ทำให้ง่ายต่อการใช้งานและการค้นหาอยู่ในระดับมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ อัจฉาพร กว่างสวัสดิ์, กรรณิกา บุญเกษม, เพียงฤทัย หนูสวัสดิ์ และวาริณี โต้ะและ (2562) ได้พัฒนาเว็บไซต์ส่งเสริมการขายสินค้าของวิสาหกิจชุมชนบ้านหนองมะค่า ผลการวิจัยพบว่า 1) ผลการพัฒนาเว็บไซต์ คือ เว็บไซต์ ชนุนทอดหนองมะค่า.com พบว่า เว็บไซต์มีการจัดรูปแบบที่ให้ความรู้เกี่ยวกับชุมชนที่เป็นประโยชน์ และน่าเชื่อถือ ใช้สีสันทันในการออกแบบเว็บไซต์ที่เหมาะสมกับเนื้อหา ทำให้น่าสนใจ ประกอบกับการใช้ตัวอักษรที่เหมาะสม และง่ายต่อการอ่าน มีการออกแบบเมนูต่าง ๆ การจัดหมวดหมู่ของชุมชนเพื่อสะดวกแก่การค้นหาที่ง่ายต่อการใช้งาน ทำให้เกิดประโยชน์ต่อผู้ใช้งานสำหรับผู้บริโภคที่ต้องการรักษาสุขภาพ และมีช่องทางในการติดต่อสอบถามเกี่ยวกับชุมชน ส่งผลให้พัฒนาเว็บไซต์ส่งเสริมการขายสินค้าของวิสาหกิจชุมชนบ้านหนองมะค่า เป็นช่องทางส่งเสริมการขายให้กับวิสาหกิจชุมชนได้เป็นอย่างดี

2.2 รูปแบบของเว็บไซต์ออกแบบให้ใช้งานง่าย สีสันทันสวยงาม ทันสมัย สีตัวอักษรกับสีพื้นสอดคล้องกัน ขนาดตัวอักษรชัดเจน มีภาพประกอบที่สื่อตรงความหมาย รวมถึงการเชื่อมโยงระหว่างเว็บไซต์ และการ

เชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์อื่น อยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริรินทร์ รอมาลี (2563) ได้พัฒนาเว็บไซต์ การท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุตามแนวทางที่ทุกคนเข้าถึงได้ (WCAG) และหลักการออกแบบเพื่อทุกคน (Universal design) พบว่า ผู้สูงอายุชอบการออกแบบที่เรียบง่าย ไม่ซับซ้อน มองเห็นได้ง่าย ไม่ใช้สีสันทันมาก ไม่ชอบข้อความ มาก ๆ หรือตัวอักษรที่เห็นยาก เนื่องจากผู้สูงอายุมักมีการเปลี่ยนแปลงทางด้านร่างกายมีผลให้สายตา และการมองเห็น เสื่อมลง ซึ่งต้องใช้หลักการออกแบบเว็บไซต์ตามแนวทางที่ทุกคนเข้าถึงได้ (WCAG) และหลักการออกแบบเพื่อ ทุกคน (Universal design) เพื่อพัฒนาเว็บไซต์ให้เกิดความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

2.3 การเข้าถึงข้อมูลที่สืบค้นได้ง่าย สะดวก มีช่องทางให้ติดต่อสอบถามชัดเจน รวมถึงการเชื่อมโยง ไปยัง Social Media เช่น Facebook YouTube อยู่ในระดับมากที่สุด สอดคล้องกับ อรอนงค์ แก้วมาลา และ ทิพวิมล ชมภูคำ (2560) ได้พัฒนาเว็บไซต์ภูมิปัญญาท้องถิ่นผ้าไหมมัดหมี่ของดีอำเภอชนบท พบว่า เว็บไซต์มี การจัดวางเนื้อหาเป็นสัดส่วนอย่างเหมาะสม การวางรูปแบบของเว็บไซต์มีความเหมาะสมกับเนื้อหา สืบค้นข้อมูล ได้ง่าย และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ฉนิชนันท์ จงใจสิทธิ์ (2560) ได้ออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ หมู่บ้านวัฒนธรรมไทดำ บ้านนาป่าหนาด ตำบลเขาแก้ว อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย พบว่า เว็บไซต์สามารถ เข้าถึงได้สะดวกและเข้าใจง่าย เมนูใช้ง่าย มีการวางข้อมูลเป็นลำดับเข้าใจง่ายไม่ซับซ้อน มีช่องทางการถามตอบ ทำให้สามารถใช้เป็นแหล่งประชาสัมพันธ์และเป็นแหล่งข้อมูลทางการท่องเที่ยวได้ และผลการประเมิน ความพึงพอใจยังพบว่า เว็บไซต์ประชาสัมพันธ์สินค้าพื้นเมือง วิสาหกิจชุมชนกลุ่มจักสานหวายมหาสอน อำเภอ บ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี ควรมีการจัดลำดับเนื้อหาให้เป็นขั้นตอน มีความต่อเนื่องเพื่อให้การอ่านเข้าใจได้ง่ายด้วย จากการใช้งานของผู้ใช้ที่เป็นผู้สูงอายุส่วนมากจะใช้ผ่านโทรศัพท์มือถือ ส่งผลให้หน้าจอที่แสดงออกแบบมานั้น แสดงข้อมูลลำดับเนื้อหาไม่ครบถ้วนเหมือนกับใช้ในเครื่องคอมพิวเตอร์ ซึ่งต้องหาแนวทางในการพัฒนาเพื่อให้ สอดคล้องกับการใช้งานของผู้ใช้งานมากขึ้น

ผลการวิจัยมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของหลายท่านที่ได้พัฒนาเว็บไซต์ในการวิจัย สรุปได้ว่า การ พัฒนาเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์ ที่มีกระบวนการพัฒนาตามหลักการต่าง ๆ ย่อมส่งผลต่อเจ้าของข้อมูล ในเว็บไซต์ที่จะทำให้ผู้ที่เข้ามาชมเว็บไซต์ได้รู้จัก และได้ข้อมูลตามที่เจ้าของเว็บไซต์ต้องการเผยแพร่ออกไป แสดงให้เห็นว่าการพัฒนาเว็บไซต์ที่ใช้กระบวนการตามหลักการ ในด้านการนำเสนอเนื้อหา การเรียงลำดับเนื้อหา การวางรูปแบบของเนื้อหา การใช้สี การคำนึงถึงความง่ายต่อการเข้าถึง และเข้าใช้ จะได้ผลตามวัตถุประสงค์ การพัฒนาเว็บไซต์อย่างชัดเจน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มจักสานหวายมหาสอน ควรมีการเผยแพร่ข้อมูลเว็บไซต์ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น เช่น เมื่อมีการออกร้าน หรือจัดแสดงสินค้า ให้ทำ QR Code ที่สร้างไว้ ให้ลูกค้าที่เข้าชมสแกนเพื่อเข้าเว็บไซต์

2. ควรมีผู้รับผิดชอบในการดูแล การปรับปรุงข้อมูลทางเว็บไซต์ให้เป็นปัจจุบัน และมีความเคลื่อนไหว อยู่เสมอ เพื่อให้ข้อมูลที่ประชาสัมพันธ์นั้นเป็นที่รู้จักและสนใจในสินค้าพื้นเมือง วิสาหกิจชุมชนกลุ่มจักสาน หวายมหาสอน อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี มากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง ประชาสัมพันธ์สินค้าพื้นเมือง วิสาหกิจชุมชนกลุ่มจักสานหวายมหาสอน อำเภอ บ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี ผู้วิจัยขอเสนอให้ผู้ที่เกี่ยวข้องได้นำไปศึกษาวิจัยในครั้งต่อไปในประเด็นดังต่อไปนี้

1. ศึกษาความต้องการของผู้เข้าชมเว็บไซต์ เพื่อนำความต้องการ หรือข้อเสนอแนะของผู้เข้าชม มาพัฒนา หรือปรับปรุงให้มีความน่าสนใจตรงกับความต้องการของผู้เข้าชมมากยิ่งขึ้น หากต้องมีการพัฒนาเพื่อ ตอบสนองกับผู้เข้าใช้ ต้องมีการนำหลักการของ UX/UI เข้ามาร่วมในการออกแบบเว็บไซต์

2. ศึกษาพฤติกรรมของผู้เข้าชม หรือลูกค้า ในการเข้าถึงข้อมูลวิสาหกิจชุมชนกลุ่มจักสานหวาย มหาสอน อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี เพื่อหาแนวทางการพัฒนาการประชาสัมพันธ์ Platform ที่แตกต่างกัน

บรรณานุกรม

- กลุ่มส่งเสริมการถ่ายทอดวัฒนธรรม. (2551). *คู่มือการจัดเก็บข้อมูลและการจัดกิจกรรมเผยแพร่ความรู้ ภูมิปัญญาทางช่างฝีมือพื้นบ้าน โครงการภูมิบ้านภูมิเมือง*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์ การเกษตรแห่งประเทศไทย.
- โครงการสารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน โดยพระราชประสงค์ในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว. (2540). *สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน โดยพระราชประสงค์ในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เล่ม 22*. กรุงเทพฯ: รุ่งศิลป์การพิมพ์.
- ณัฐพงศ์ ใจซื่อตรง. (2563). การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่การแข่งขันทางการตลาด บ้านสมใจ ตำบลใจดี อำเภอชุนธุ์ จังหวัดศรีสะเกษ. *วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์*, 22(2), หน้า 121-130.
- ณัฐรุจิ ทรัพย์อุปลัมภ์. (2558). *เอกสารประกอบการสอนรายวิชา ภูมิปัญญาเพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิต*. จันทบุรี: คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี.
- ณิชนันท์ จงใจสิทธิ์. (2560). การออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์หมู่บ้านวัฒนธรรมไทดำ บ้านนาป่าหนาด ตำบลเขาแก้ว อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 36(3), หน้า 33-47.
- ณิชนันท์ จงใจสิทธิ์ และวัชรินทร์ ตีสุทธิ. (2564). การพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOP อำเภอผาขาว จังหวัดเลย. *วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย*, 16(57), หน้า 100-109.
- นงนภัส ไชยา. (2555). *เครื่องจักสานในวิถีชีวิตไทย* (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <https://www.gotoknow.org/posts/4353602566> [2566, 8 มิถุนายน].

- ปรีดี นกุลสมปรารถนา. (2563). **ขั้นตอนการทำ Design Thinking สำหรับการแก้ไขปัญหาต่างๆ** (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <https://www.popticles.com/business/steps-to-do-design-thinking> [2566, 29 มีนาคม].
- พิมพ์ชนก สุวรรณศรี, ไพโรจน์ สุวรรณศรี, ศศิณิสภา พัชรธนโรจน์ และปฏิภาณพัฒน์ เพชรอินทร์. (2561). การพัฒนาเว็บไซต์นำเสนอภูมิปัญญาล้านนาเชิงหัตถกรรมในพื้นที่ชุมชน วัดศรีสุพรรณ(วัลลาย) อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยธนบุรี*, 12(29), หน้า 87-95.
- ศิริพันธ์ รอมาลี. (2563). การพัฒนาเว็บไซต์การท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุตามแนวทางที่ทุกคนเข้าถึงได้ (WCAG) และหลักการออกแบบเพื่อทุกคน (Universal Design). *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยการจัดการและเทคโนโลยีอีสเทิร์น*, 17(2), หน้า 127-135.
- อรอนงค์ แก้วมาลา และทิพวิมล ชมภูคำ. (2560). การพัฒนาเว็บไซต์ภูมิปัญญาท้องถิ่นผ้าไหมมัดหมี่ของดีอำเภอชนบท. ใน *การประชุมวิชาการระดับชาติการจัดการเทคโนโลยีและนวัตกรรม ครั้งที่ 3*. (หน้า 1-7). จังหวัดมหาสารคาม: มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- อัชฌาพร กว้างสวัสดิ์, กรรณิกา บุญเกษม, เพียงฤทัย หนูสวัสดิ์ และวาริณี โต้ะและ. (2562). พัฒนาเว็บไซต์ส่งเสริมการขายสินค้าของวิสาหกิจชุมชนบ้านหนองมะค่า จังหวัดประจวบคีรีขันธ์. ใน *การประชุมวิชาการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ครั้งที่ 4 และการประชุมนานาชาติ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ ครั้งที่ 1 “การยกระดับงานวิจัยเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมอย่างยั่งยืน”*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์.
- Best, W. J. (1970). *Research in Education* (3th ed.). Hoboken, NJ: Prentice-Hall Inc.
- Cannabis Thai. (2564). **ขั้นตอนการจัดตั้งวิสาหกิจชุมชน และสิทธิประโยชน์ที่ได้รับ** (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <https://www.cannabisthai.net/content/26414/ขั้นตอนการจัดตั้งวิสาหกิจชุมชนและสิทธิประโยชน์ที่ได้รับ> [2565, 2 ธันวาคม].
- Grasp Asia. (2564). **ข้อดีของการมีเว็บไซต์สำหรับธุรกิจขนาดเล็ก** (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <https://grasp.asia/blog/ข้อดีของการมีเว็บไซต์สำหรับธุรกิจขนาดเล็ก> [2566, 10 ตุลาคม].
- Grey scale. (2563). **4 มิติ ประโยชน์ของเว็บไซต์ ที่คุณควรวางแผนให้ครอบคลุม** (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <https://greyscale.in.th/ประโยชน์ของเว็บไซต์> [2565, 1 ธันวาคม].
- Rank Social Digital. (2562). **เว็บไซต์ มีความสำคัญอย่างไรกับธุรกิจอย่างไร ?** (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <https://www.ranksocialdigital.com/เว็บไซต์มีความสำคัญอยู่/> [2566, 10 มกราคม].
- Seolnwza. (2562). **ใจความสำคัญของการทำเว็บไซต์และการมีเว็บไซต์** (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <https://www.seolnwza.com/blog/read/the-essence-of-the-websites> [2566, 30 ตุลาคม].