

การส่งเสริมและพัฒนาการตลาดอิเล็กทรอนิกส์สำหรับผ้าทอใยัญชง  
ของวิสาหกิจชุมชน ตำบลคีรีราษฎร์ อำเภอพบพระ จังหวัดตาก

The Promotion and Development Electronic Marketing of Hemp  
Fabric for Community Enterprise in Khirirat Sub-district, Phop Phra  
District, Tak Province

จักรพันธ์ วงศ์ฤกษ์ดี<sup>1</sup> ธนภรณ์ นาคนรินทร์<sup>2</sup> ขจรอรุณพน พงศ์วิริทธิ์ธร<sup>3</sup>  
สิรินี วงศ์ไฉรัตน์<sup>4</sup>

Chakkapan Wongrerkeedee, Thanaporn Naknarin, Kajornatthapol Pongwiritthon,  
Sirinee Wongwilairat

บทคัดย่อ (Abstract)

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เพื่อศึกษาการพัฒนากระบวนการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ พัฒนาระบบ  
การตลาดอิเล็กทรอนิกส์ และความพึงพอใจในการใช้งานระบบการตลาดที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์  
ผ้าทอใยัญชงของวิสาหกิจชุมชน ตำบลคีรีราษฎร์ อำเภอพบพระ จังหวัดตาก โดยมีขั้นตอนเริ่มต้น  
จากการเก็บรวบรวมข้อมูลผลิตภัณฑ์ผ้าใยัญชงของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์  
และพัฒนาช่องทางการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ผ้าใยัญชงของกลุ่ม โดย  
ใช้หลักการออกแบบ และพัฒนาให้สอดคล้องกับองค์ความรู้ที่ได้ศึกษา จากนั้นผู้วิจัยได้จัดทำแบบ  
ประเมินความพึงพอใจจากกลุ่มเป้าหมายจำนวน 60 คน ด้วยการสุ่มเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการ  
เลือกแบบเจาะจง คือ สมาชิก กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าใยัญชงตำบลคีรีราษฎร์ อำเภอพบพระ  
จังหวัดตาก เป็นผู้ใช้งานระบบการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ หลังจากที่ได้ทดลองใช้งานระบบการตลาด

Received: 2020-10-31 Revised: 2020-11-14 Accepted: 2020-11-17

<sup>1</sup> หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาระบบสารสนเทศทางธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัย  
เทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ตาก จังหวัดตาก Bachelor of Business Program in Business Information  
System, Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Lanna Tak.  
e-mail: wonglerdee@gmail.com

<sup>2</sup> โรงเรียนอนุบาลวังเจ้า อำเภอวังเจ้า จังหวัดตาก Anubanwongchao School

<sup>3</sup> คณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยนอร์ทเทิร์น Faculty of Business Administration, Northern College

<sup>4</sup> คณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยนอร์ทเทิร์น Faculty of Business Administration, Northern College

อิเล็กทรอนิกส์แล้ว พบว่าประชากรกลุ่มตัวอย่าง มีความสามารถในการใช้งานอุปกรณ์พกพา (สมาร์ทโฟน) เป็นประจำ และมักซื้อสินค้าผ่านระบบออนไลน์ หรืออินเทอร์เน็ตเป็นประจำ ดังนั้น ระบบการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ที่พัฒนาขึ้น จึงเหมาะสมกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าทอใยแก้วของวิสาหกิจชุมชน ตำบลคีรีราษฎร์ อำเภอพบพระ จังหวัดตาก โดยมีผลการประเมินความพึงพอใจเฉลี่ยอยู่ที่ 4.27 หรือในระดับดี

**คำสำคัญ (Keywords):** การตลาดอิเล็กทรอนิกส์; ผ้าใยแก้ว; ตำบลคีรีราษฎร์; อำเภอพบพระ

### Abstract

This research to study the development of electronic marketing system. Develop an electronic marketing system and satisfaction in using marketing systems that are suitable for the hemp textile products of community enterprises. Khirirat Sub-district, Phop Phra District, Tak Province, with the initial process from collecting data of hemp cloth products by community enterprises. Then, take the data obtained for analysis and develop electronic marketing channels suitable for the group's hemp fabric products by using design principles and developed in accordance with the knowledge that has been studied. Then, The researcher conducted a satisfaction assessment from a target group of 60 people by randomly selecting. The sample is a specific method, They are the members of the hemp cloth community enterprise group in Khirirat Sub-district, Phop Phra District, Tak Province who using the electronic Marketing System. After using the electronic marketing system, found that the sample population have the ability to regularly operate mobile devices (smartphones). And often buy products in online or the Internet. Therefore, the developed electronic marketing system is suitable for the community enterprise, the hemp cloth of the community enterprise in Khirirat Sub-district, Phop Phra District, Tak Province, with an average satisfaction rating of 4.27 or at a good level.

**Keywords:** Electronic Marketing; Hemp Fabric; Khirirat Sub-district; Phop Phra District

## บทนำ (Introduction)

หลังคณะรัฐมนตรีมีมติเกี่ยวกับกรอบแนวทางการพิจารณาเพื่อการควบคุมและส่งเสริมการปลูกกัญชงให้เป็นพืชเศรษฐกิจเมื่อปี 2548 “กัญชง” (Hemp) ที่เคยเป็นพืชต้องห้ามและถูกจัดเป็นยาเสพติดให้โทษประเภท 5 ตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข ก็ได้กลายเป็นพืชเศรษฐกิจเนื่องด้วยคุณสมบัติพิเศษจากเส้นใยกัญชงเป็นเส้นใยที่มีคุณภาพสูงเหมาะกับการนำไปประยุกต์เป็นผลิตภัณฑ์ได้ในหลากหลายอุตสาหกรรม ในเชิงวัฒนธรรม การปลูกต้นกัญชงนับเป็นประเพณีและวิถีชีวิตที่อยู่คู่กับชาวม้งตั้งแต่เกิดจนสิ้นอายุขัย ชาวม้งมักนำเส้นใยกัญชงมาทอเป็นเครื่องนุ่งห่มในชีวิตประจำวัน หรือทำเป็นรองเท้าวัดใช้ยามเดินทางในป่าเพื่ออพยพย้ายถิ่นฐาน เนื่องจากสามารถป้องกันสัตว์มีพิษกัดต่อยได้เป็นอย่างดี ด้วยเหตุนี้ ชาวม้งจึงทำการปลูกต้นกัญชงเพื่อนำเส้นใยมาใช้ประโยชน์เป็นประจำทุกๆ ปี นอกจากนี้ผ้าทอใยกัญชงยังเปรียบเสมือนทองคำที่พ่อแม่มอบให้กับลูกสาวไว้ติดตัวไปตอนออกรเรือน และเมื่อถึงอายุ 40 ปี ชาวม้งจะมีการเตรียมชุดที่ทอจากใยกัญชงไว้ใส่ในพิธีกรรมตอนเสียชีวิต ซึ่งธรรมเนียมดังกล่าวก็ยังคงมีการปฏิบัติสืบกันมาจนถึงทุกวันนี้ (ชมพูนุท วีรจิตติ และ ปิยวรรณ กลิ่นศรีสุข, 2556) ผ้าใยกัญชงเป็นผ้าที่ชนเผ่าม้งนำมาจากต้นกัญชงเพื่อนำมาถักทอเป็นเสื้อผ้าสำหรับสวมใส่ ในปีพ.ศ. 2537 ได้มีการรวมกลุ่มกันจัดตั้งเป็นกลุ่มทอผ้าใยกัญชง และในปีพ.ศ.2554 ได้ลงทะเบียนเพื่อเป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์ OTOP ของอำเภอพบพระ และได้มีการเปลี่ยนชื่อต้นกัญชงเป็นชื่อ "เฮมพ์" ซึ่งในปัจจุบันได้มีการจำหน่ายผ้าทอใยกัญชงอย่างแพร่หลาย โดยมีลายที่เป็นเอกลักษณ์ ได้แก่ "ลายกันหอย" ที่ทางกลุ่มนิยมถักทอจำหน่ายมาจนถึงในปัจจุบัน

การตลาดบนอินเทอร์เน็ต หรือที่เรียกว่า Internet Marketing เป็นการนำเอาเทคโนโลยีมาใช้ในองค์กรเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ในด้านของการตลาดโดยครอบคลุมทั้งมุมมองภายในและภายนอกองค์กร ดังนั้นจึงทำให้เกิดผลลัพธ์ที่ได้มาจากการใช้เทคโนโลยี ทำให้เกิดการลงทุนทำตลาดบนอินเทอร์เน็ต อย่างเช่น เว็บไซต์และจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ แนวคิดทางการตลาดสมัยใหม่มองว่าการตลาดมองว่าการตลาดไม่ได้ เป็นแค่การโฆษณาหรือการขาย ตามปรัชญาทางการตลาดสมัยใหม่ องค์กร ต้องดำเนินงาน โดยให้ความสำคัญไปที่ลูกค้า ทุกฝ่ายในองค์กรจะต้อง ประสานร่วมมือกัน ทำกิจกรรมต่างๆ เพื่อให้มั่นใจได้ว่าลูกค้าได้รับสินค้าหรือบริการตามความต้องการอย่างมีประสิทธิภาพ และ ประสิทธิภาพ โดยก่อให้เกิดผลกำไร ตามมาการริเริ่มนำอินเทอร์เน็ตมาใช้ในธุรกิจ และการเริ่มต้นทำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ส่วนมากเกี่ยวข้องกับการทำวิจัยเพื่อทำความเข้าใจในประสบการณ์ของลูกค้า และปรับรูปแบบการบริการให้สอดคล้องกับประสบการณ์ของลูกค้า (ชินุช สวัสดิ์นาม, 2560) การส่งเสริมและพัฒนาตลาดอิเล็กทรอนิกส์สำหรับผ้าทอใยกัญชงของวิสาหกิจชุมชน ตำบลคีรีราษฎร์ อำเภอพบพระ จังหวัดตาก เป็นอีกวิธีการหนึ่งที่สามารถนำมาใช้

เพิ่มรายได้ของชุมชน ช่วยทำให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย หรือผู้บริโภคได้ตลอด 24 ชั่วโมงในรูปแบบของระบบตลาดอิเล็กทรอนิกส์สำหรับผ้าทอใยกล้วยของวิสาหกิจชุมชน ตำบลคีรีราษฎร์ อำเภอพบพระ จังหวัดตาก ทั้งนี้การนำระบบดังกล่าวมาใช้จำเป็นต้องอาศัยข้อมูลพื้นฐานที่มีสำคัญและมีลักษณะจำเพาะของตำบลคีรีราษฎร์ อำเภอพบพระ จังหวัดตาก (ชุตินันต์ เกิดวิบูลย์เวช, 2560)

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าทอใยกล้วย ตำบลคีรีราษฎร์ อำเภอพบพระ จังหวัดตาก เป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนชนเผ่าม้งที่นำใยกล้วยมาถักทอเป็นเสื้อผ้าสวมใส่ และจำหน่าย โดยผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่เป็นงานแฮนด์เมดทำให้ต้องใช้เวลาในการผลิตค่อนข้างนานทำให้ลูกค้าอาจไม่เข้าใจในกระบวนการผลิตของกลุ่ม และขาดการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่รู้จักของกลุ่มลูกค้า ทางกลุ่มจึงมีความต้องการระบบที่สามารถติดต่อพูดคุยกับลูกค้าในช่องทางอื่นๆ ที่ทันสมัยนอกจากทางโทรศัพท์เพียงอย่างเดียว รวมทั้งต้องการช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ทันสมัยตามความต้องการของผู้บริโภคในยุคสมัยปัจจุบัน ดังนั้นผู้วิจัยเล็งเห็นว่าการจัดทำโครงการการส่งเสริมและพัฒนาตลาดอิเล็กทรอนิกส์สำหรับผ้าทอใยกล้วยของวิสาหกิจชุมชน ตำบลคีรีราษฎร์ อำเภอพบพระ จังหวัดตาก จะช่วยในการส่งเสริมช่องทางการตลาดให้แก่ผลิตภัณฑ์ผ้าทอใยกล้วยของวิสาหกิจชุมชน ตำบลคีรีราษฎร์ อำเภอพบพระ จังหวัดตากได้ดียิ่งขึ้น พร้อมทั้งช่วยสร้างรายได้ให้แก่วิสาหกิจชุมชน ตำบลคีรีราษฎร์ อำเภอพบพระ จังหวัดตากได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย (Research Objective)

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ดังนี้

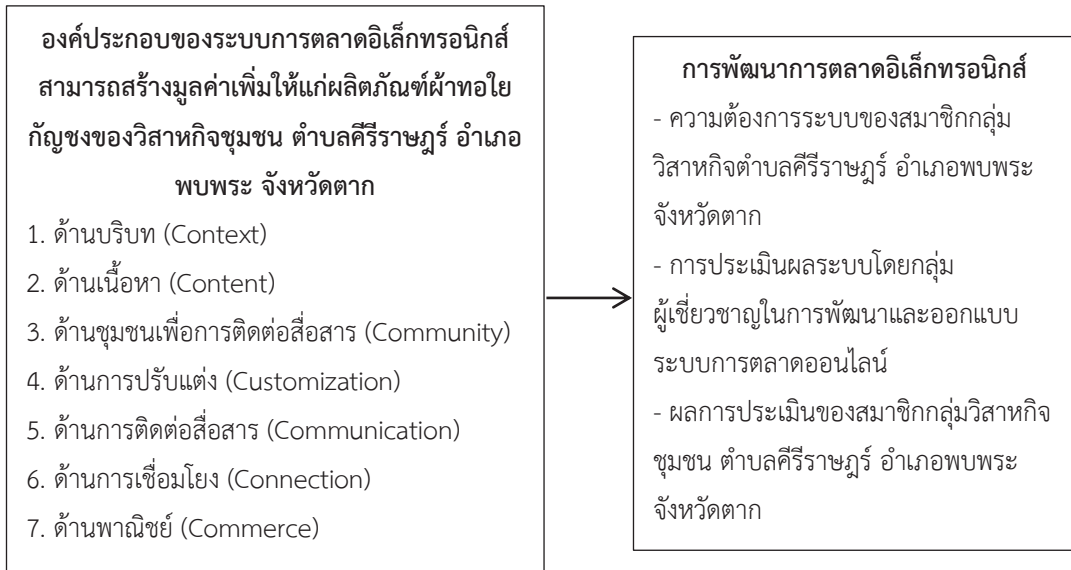
1. เพื่อศึกษาการพัฒนากระบวนการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ผ้าทอใยกล้วยของวิสาหกิจชุมชน ตำบลคีรีราษฎร์ อำเภอพบพระ จังหวัดตาก
2. เพื่อพัฒนากระบวนการตลาดอิเล็กทรอนิกส์สำหรับผ้าทอใยกล้วยของวิสาหกิจชุมชน ตำบลคีรีราษฎร์ อำเภอพบพระ จังหวัดตาก
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการใช้งานระบบการตลาดอิเล็กทรอนิกส์สำหรับผ้าทอใยกล้วยของวิสาหกิจชุมชน ตำบลคีรีราษฎร์ อำเภอพบพระ จังหวัดตาก

### วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

การวิจัยเรื่อง “การส่งเสริมและพัฒนาการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ สำหรับผ้าทอใยกล้วยของวิสาหกิจชุมชน ตำบลคีรีราษฎร์ อำเภอพบพระ จังหวัดตาก” มีวิธีดำเนินการวิจัยดังนี้

#### 1. รูปแบบการวิจัย

รูปแบบการวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าทอโยกัญชง ตำบลคีรีราษฎร์ อำเภอพบพระ จังหวัดตาก เพื่อให้ได้ข้อสรุปที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้กับองค์การธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สถานการเงิน หรือธุรกิจอื่น ๆ โดยสามารถสรุปกรอบแนวคิดได้ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการดำเนินโครงการวิจัย

## 2. กลุ่มเป้าหมาย

2.1 กลุ่มประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าทอโยกัญชง ตำบลคีรีราษฎร์ อำเภอพบพระ จังหวัดตาก โดยประชากร และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิเคราะห์คือ สมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าทอโยกัญชง ตำบลคีรีราษฎร์ อำเภอพบพระ จังหวัดตาก

2.2 การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยจึงมุ่งศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าทอโยกัญชง ตำบลคีรีราษฎร์ อำเภอพบพระ จังหวัดตาก ซึ่งทำการคัดเลือกโดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) การสุ่มเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เนื่องจากการให้ข้อมูลมีความสำคัญกับงานวิจัยจึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างได้ จำนวน 60 คน ที่จะเป็นผู้ใช้ ระบบการตลาดอิเล็กทรอนิกส์

## 3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างขึ้น และผ่านการตรวจสอบแบบสอบถามจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 2 ท่าน แล้วนำแบบสอบถามที่แก้ไขแล้วไปใช้กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 60 คน ซึ่งแบ่งแบบสอบถามได้แบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลลักษณะทั่วไปของประชากรที่ใช้ในการวิจัย โดยมีลักษณะคำถามปลายปิด ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา การใช้อุปกรณ์พกพาที่เชื่อมต่อระบบสัญญาณ EADGE, 3G หรือ 4G และเคยซื้อสินค้า หรือบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตหรือไม่ ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามเลือกคำตอบได้เพียงคำตอบเดียว

ส่วนที่ 2 ข้อมูลความคิดเห็นของผู้ประเมินในส่วนของการใช้งานระบบช่องทางการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ ลักษณะคำถามเป็นการถามเกี่ยวกับทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการใช้งานระบบช่องทางการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ มีลักษณะแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยแบ่งความสำคัญเป็น 5 ระดับตามแนวคิดของลิเคิร์ต (Likert Scale) แบบวัดนี้จะถามความเห็น โดยให้ผู้ตอบตอบในระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจต่อปัจจัยด้านการใช้งานระบบช่องทางการตลาดอิเล็กทรอนิกส์

ส่วนที่ 3 ข้อมูลข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการพัฒนาระบบการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ สำหรับผลิตภัณฑ์สำหรับผ้าทอใยกล้วยของวิสาหกิจชุมชน ตำบลคีรีราษฎร์ อำเภอพบพระ จังหวัดตาก มีลักษณะแบบสอบถามชนิดปลายเปิด (Open Form) เป็นแบบสอบถามที่ไม่ได้กำหนดคำตอบไว้ ผู้ตอบแบบสอบถามจะสามารถตอบคำถามตามความคิดเห็นได้อย่างเต็มที่

#### 4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เพื่อพัฒนาระบบการตลาดอิเล็กทรอนิกส์สำหรับผ้าทอใยกล้วยของวิสาหกิจชุมชน ตำบลคีรีราษฎร์ อำเภอพบพระ จังหวัดตาก โดยมีการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

4.1 ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยเก็บรวบรวมจากกลุ่มตัวอย่างของการพัฒนาระบบการตลาดอิเล็กทรอนิกส์สำหรับผ้าทอใยกล้วยของวิสาหกิจชุมชน ตำบลคีรีราษฎร์ อำเภอพบพระ จังหวัดตาก ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับระบบการตลาดอิเล็กทรอนิกส์

4.2 ดำเนินการจัดหมวดหมู่ของข้อมูลจากแบบสอบถาม แล้วปรับเปลี่ยนให้อยู่ในรูปแบบที่สามารถประมวลผลได้ผ่านโปรแกรม Google Docs แล้วนำไปวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมทางสถิติต่อไป

#### 5. สถิติที่ใช้ในการวิจัย

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย

5.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เป็นสถิติที่ใช้เพื่ออธิบาย บรรยาย หรือสรุป ลักษณะของกลุ่มข้อมูลที่เป็นตัวเลข ที่เก็บรวบรวมมาซึ่งไม่สามารถอ้างอิงลักษณะประชากรได้ (ยกเว้นมีการเก็บข้อมูลของประชากรทั้งหมด) ซึ่งใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าทอใยกล้วย ตำบลคีรีราษฎร์ อำเภอพบพระ จังหวัดตาก

1) แบบสอบถามในส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา การใช้อุปกรณ์พกพาที่เชื่อมต่อระบบสัญญาณ EADGE, 3G หรือ 4G และเคยซื้อสินค้า หรือบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตหรือไม่ ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามเลือกคำตอบได้เพียงคำตอบเดียว โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

2) แบบสอบถามในส่วนที่ 2 ข้อมูลความคิดเห็นในส่วนของการใช้งานระบบการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ มีลักษณะแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยแบ่งความสำคัญเป็น 5 ระดับตามแนวคิดของลิเคิร์ต (Likert Scale) ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลจากค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) คือ ค่ากลาง ซึ่งคำนวณจากผลรวมของข้อมูล และหารด้วยจำนวนของชุดข้อมูล และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

### ผลการวิจัย (Research Results)

ผลการศึกษาวิจัยเรื่อง “การส่งเสริมและพัฒนาการตลาดอิเล็กทรอนิกส์สำหรับผ้าทอยกัญชงของวิสาหกิจชุมชน ตำบลคีรีราษฎร์ อำเภอพบพระ จังหวัดตาก” สามารถแบ่งส่วนของผลสรุปของการวิจัยในครั้งนี้ได้เป็น 3 ส่วนดังต่อไปนี้

1. การศึกษาด้านประชากรศาสตร์ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 32 คน ร้อยละ 53.34 มีอายุระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 26 คน ร้อยละ 43.33 ระดับการศึกษาอยู่ในระดับชั้นประถมศึกษาหรือต่ำกว่า จำนวน 37 คน ร้อยละ 61.67 มีปริมาณการใช้อุปกรณ์พกพาเป็นประจำ จำนวน 34 คน ร้อยละ 56.66 และประสบการณ์ในการซื้อสินค้าผ่านระบบออนไลน์ หรืออินเทอร์เน็ต จำนวน 50 คน ร้อยละ 83.33 จากการศึกษาข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ทำให้พบว่า กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 60 คน มีความสามารถในการใช้งานอุปกรณ์พกพา (สมาร์ทโฟน) เป็นประจำ และมักซื้อสินค้าผ่านระบบออนไลน์ หรืออินเทอร์เน็ตเป็นประจำ ดังนั้นระบบการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ที่พัฒนาขึ้น จึงเหมาะสมกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าทอยกัญชงของวิสาหกิจชุมชนตำบลคีรีราษฎร์ อำเภอพบพระ จังหวัดตาก

2. การออกแบบ และพัฒนาระบบช่องทางการตลาดอิเล็กทรอนิกส์สำหรับผ้าทอยกัญชงของวิสาหกิจชุมชน ตำบลคีรีราษฎร์ อำเภอพบพระ จังหวัดตาก พบว่า การขายผลิตภัณฑ์ผ่านช่องทางระบบออนไลน์ ช่วยทำให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น เป็นการเพิ่มช่องทางการติดต่อซื้อผลิตภัณฑ์ และยังเป็นการเพิ่มความสะดวกสบายให้ผู้บริโภค เพราะผู้บริโภคไม่จำเป็นต้องไปเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ยังสถานที่จำหน่ายด้วยตนเอง ดังนั้นผู้วิจัยจึงพัฒนาเว็บไซต์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้า



ทอใยักัญขง ตำบลคีรีราษฎร์ อำเภอบพพระ จังหวัดตากขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าในยุคปัจจุบัน

การส่งเสริมและพัฒนาระบบการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ สำหรับผ้าทอใยักัญขงของวิสาหกิจชุมชน ตำบลคีรีราษฎร์ อำเภอบพพระ จังหวัดตาก มีการเก็บรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้ เพื่อใช้ในการออกแบบระบบงาน แล้วจึงจัดทำขั้นตอนการทำงานทั้งหมดของระบบฯ โดยใช้แผนผังบริบทในการออกแบบ และพัฒนาระบบการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ สำหรับผ้าทอใยักัญขงของวิสาหกิจชุมชน ตำบลคีรีราษฎร์ อำเภอบพพระ จังหวัดตาก ซึ่งมีรายละเอียดของระบบการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ สำหรับผ้าทอใยักัญขงของวิสาหกิจชุมชน ตำบลคีรีราษฎร์ อำเภอบพพระ จังหวัดตาก ซึ่งประกอบไปด้วยบุคคลที่เกี่ยวข้องกับระบบ 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผู้ดูแลระบบ / เจ้าของร้าน กลุ่มสมาชิก/ลูกค้า และผู้ใช้ทั่วไป โดยแต่ละกลุ่มมีหน้าที่การจัดการข้อมูลหรือการใช้งานแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับการใช้ที่ระบบฯ ได้กำหนดไว้ของระบบการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ สำหรับผ้าทอใยักัญขงของวิสาหกิจชุมชน ดังภาพที่ 2

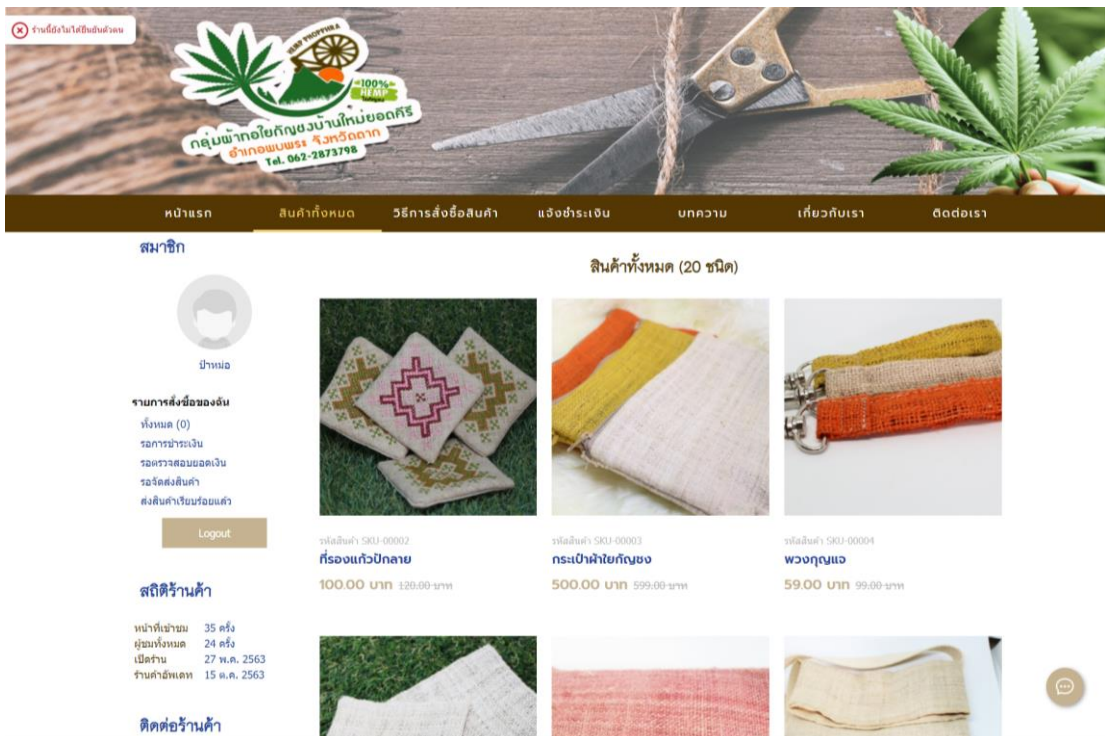


ภาพที่ 2 แผนผังบริบทของระบบการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ สำหรับผ้าทอใยักัญขงของวิสาหกิจชุมชน ตำบลคีรีราษฎร์ อำเภอบพพระ จังหวัดตาก

การจัดทำเว็บไซต์สำหรับบริหารจัดการร้านค้า เช่น รูปภาพ ผลิตภัณฑ์ การตั้งราคา เนื้อหา และโปรโมชั่น เป็นต้น ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าทอใยักัญขง ตำบลคีรีราษฎร์ อำเภอบพพระ จังหวัดตาก มีแนวคิดที่อยากจะจัดทำระบบเว็บไซต์ขึ้น โดยต้องการให้มีรูปแบบ และ



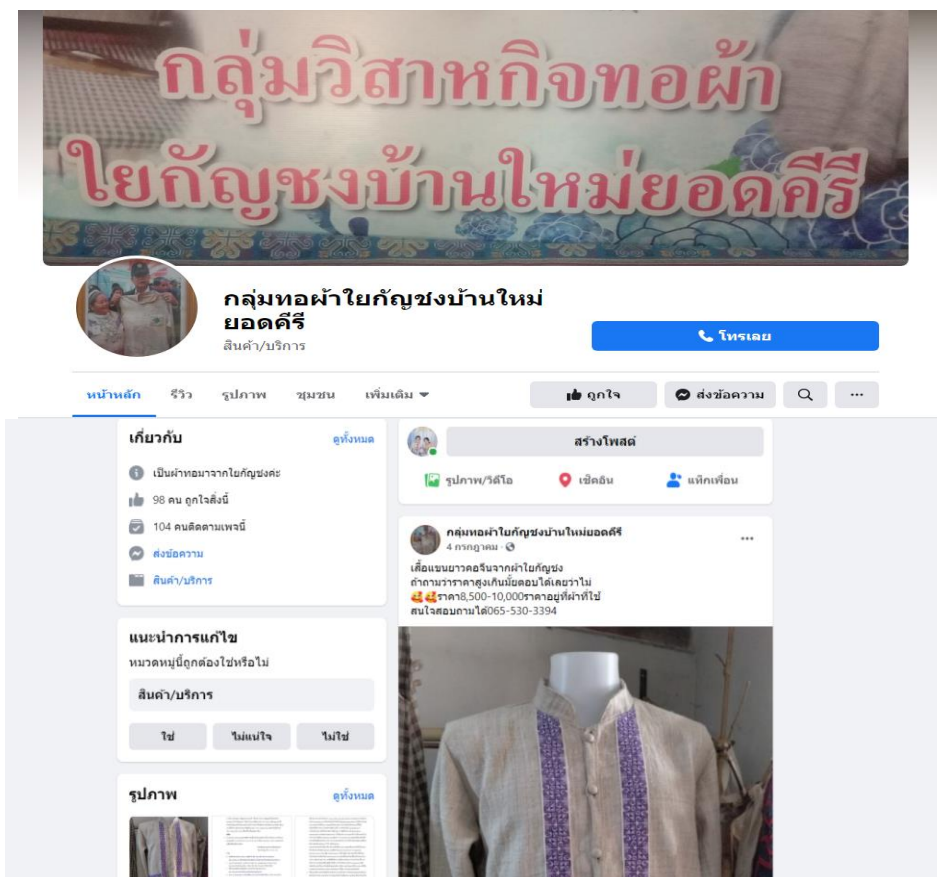
เนื้อหาที่แสดงถึงเอกลักษณ์ และอัตลักษณ์ของผ้าไทยทอภัยขงของตำบลคีรีราษฎร์ อำเภอพบพระ จังหวัดตาก รวมทั้งเพื่อให้ง่ายต่อการซื้อขายผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม ลูกค้าสามารถเข้าชม และซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยภัยขงของกลุ่มฯ ได้ตลอด 24 ชั่วโมง และยังช่วยส่งเสริมให้ลูกค้าสามารถเลือกชมผลิตภัณฑ์ของกลุ่มได้อย่างครบถ้วนช่วยให้สามารถตัดสินใจซื้อได้อย่างรวดเร็ว เพราะเว็บไซต์สามารถช่วยให้ผู้เข้ามาใช้บริการได้รับข้อมูลที่ครบถ้วนและหลากหลาย จึงเป็นช่องทางการตลาดอิเล็กทรอนิกส์หนึ่งที่จะช่วยเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร และบริการของทางกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าทอไทยภัยขง ตำบลคีรีราษฎร์ อำเภอพบพระ จังหวัดตากได้เป็นอย่างดี ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 ผลการออกแบบ และพัฒนาเว็บไซต์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนฯ ()

การเปิดเว็บไซต์เพียงอย่างเดียวอาจไม่ครอบคลุมกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน ดังนั้นเพื่อขยายช่องทางการจัดจำหน่ายของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าทอไทยภัยขง ตำบลคีรีราษฎร์ อำเภอพบพระ จังหวัดตาก จึงเพิ่มวิธีการส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์ผ่าน Facebook แฟนเพจ เพื่อช่วยในการติดต่อสื่อสารผ่านระบบออนไลน์ เมื่อลูกค้ามีคำถาม หรือปัญหาที่เกี่ยวข้องกับตัวสินค้าสามารถสอบถามได้ทันทีผ่านช่องทาง Facebook แฟนเพจ รวมทั้งยังช่วยประชาสัมพันธ์เนื้อหาที่

เป็นประโยชน์รวมถึงรูปภาพที่น่าสนใจ เพื่อนำไปสู่การขายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มต่อไปในอนาคต โดยมีผลการพัฒนาช่องทาง การตลาดด้วย Facebook แฟนเพจ ดังภาพที่ 4



ภาพที่ 4 ผลการออกแบบ และพัฒนา Facebook แฟนเพจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนฯ

3. การประเมินคุณภาพระบบช่องทางการตลาดในรูปแบบเว็บไซต์ และ Facebook แฟนเพจ โดยภาพรวม อยู่ในระดับดี (ค่าเฉลี่ย 4.27) ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงผลการประเมินคุณภาพระบบตลาดอิเล็กทรอนิกส์

ประเด็นการประเมิน	ค่าเฉลี่ย	ค่า S.D.	ผลลัพธ์
ด้านที่ 1 ด้านความยากง่ายในการใช้งานระบบฯ (ส่วนของเว็บไซต์)	4.21	0.726	ดี
ด้านที่ 2 ด้านประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้งาน (ส่วนของเว็บไซต์)	4.29	0.073	ดี

ประเด็นการประเมิน	ค่าเฉลี่ย	ค่า S.D.	ผลลัพธ์
ด้านที่ 3 ด้านความยากง่ายในการใช้งานระบบฯ (ส่วนของ Facebook แพนเพจ)	4.25	0.580	ดี
ด้านที่ 4 ด้านประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้งานระบบฯ (ส่วนของ Facebook แพนเพจ)	4.36	0.66	ดี
<b>การประเมินคุณภาพ ระบบตลาดอิเล็กทรอนิกส์ฯ โดยรวม</b>	<b>4.27</b>	<b>0.509</b>	<b>ดี</b>

ส่วนในรายด้านของการประเมินคุณภาพระบบช่องทางการตลาดในรูปแบบเว็บไซต์และ Facebook แพนเพจ โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย 3 ลำดับ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) ด้านความยากง่ายในการใช้งานระบบฯ (ส่วนของเว็บไซต์) พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเห็นว่าระบบช่องทางการตลาดอิเล็กทรอนิกส์สำหรับผ้าทอใยกล้วยของวิสาหกิจชุมชน ตำบลคีรีราษฎร์ อำเภอพบพระ จังหวัดตาก มีความสามารถในการจัดการร้านค้ามากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.33 มีผลลัพธ์อยู่ในระดับ มาก รองลงมา มีความสามารถในการเพิ่ม ลบ แก้ไขสินค้า และมีขั้นตอนและความสะดวกในการเข้าใช้งานระบบฯ ที่ง่าย ค่าเฉลี่ยเท่ากัน คือ 4.26 มีผลลัพธ์อยู่ในระดับ มาก และมีความสามารถในการติดต่อกับลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 4.08 และมีผลลัพธ์อยู่ในระดับ มาก เป็นส่วนน้อยที่สุดของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

2) ด้านประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้งานระบบ (ส่วนของเว็บไซต์) พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเห็นว่าระบบช่องทางการตลาดอิเล็กทรอนิกส์สำหรับผ้าทอใยกล้วยของวิสาหกิจชุมชน ตำบลคีรีราษฎร์ อำเภอพบพระ จังหวัดตาก มีประโยชน์ในเรื่องของความรวดเร็ว ง่าย และมีประสิทธิภาพในการแสดงข้อมูลมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.55 และมีผลลัพธ์อยู่ในระดับ มากที่สุด รองลงมาคือ สามารถใช้งานได้ทุกระบบปฏิบัติการ มีค่าเฉลี่ย 4.26 มีผลลัพธ์อยู่ในระดับ มาก และมีความคุณภาพของตัวอักษรที่แสดงบนเว็บไซต์ มีค่าเฉลี่ย 4.18 และมีผลลัพธ์อยู่ในระดับ มาก เป็นส่วนน้อยที่สุดของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

3) ด้านความยากง่ายในการใช้งานระบบฯ (ส่วนของ Facebook แพนเพจ) พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเห็นว่าระบบช่องทางการตลาดอิเล็กทรอนิกส์สำหรับผ้าทอใยกล้วยของวิสาหกิจชุมชน ตำบลคีรีราษฎร์ อำเภอพบพระ จังหวัดตาก มีความรวดเร็ว ง่าย และมีประสิทธิภาพในการแสดงข้อมูลมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.36 มีผลลัพธ์อยู่ในระดับ มาก รองลงมา มีความสามารถในการจัดการร้านค้า และมีความสามารถในการจัดการเนื้อหา และรูปภาพ มีค่าเฉลี่ย

เท่ากัน คือ 4.25 มีผลลัพธ์อยู่ในระดับ มาก และมีความสามารถในการเพิ่ม ลบ แก้ไขสินค้า มีค่าเฉลี่ย 4.21 และมีผลลัพธ์อยู่ในระดับ มาก เป็นส่วนน้อยที่สุดของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

4) ด้านประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้งานระบบฯ (ส่วนของ Facebook แฟนเพจ) พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเห็นว่าระบบช่องทางการตลาดอิเล็กทรอนิกส์สำหรับผ้าทอใยกล้วยของวิสาหกิจชุมชน ตำบลคีรีราษฎร์ อำเภอพบพระ จังหวัดตาก มีประโยชน์ในเรื่องของความสะดวก รวดเร็ว ง่าย และมีประสิทธิภาพในการแสดงข้อมูลมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.61 และมีผลลัพธ์อยู่ในระดับ มากที่สุด รองลงมาคือ สามารถใช้งานได้ทุกระบบปฏิบัติการ มีค่าเฉลี่ย 4.33 มีผลลัพธ์อยู่ในระดับ มาก และมีคุณภาพของรูปภาพที่แสดงบน Facebook แฟนเพจ มีค่าเฉลี่ย 4.28 และมีผลลัพธ์อยู่ในระดับ มาก เป็นส่วนน้อยที่สุดของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

### อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

การวิจัยเรื่อง การส่งเสริมและพัฒนาการตลาดอิเล็กทรอนิกส์สำหรับผ้าทอใยกล้วยของวิสาหกิจชุมชน ตำบลคีรีราษฎร์ อำเภอพบพระ จังหวัดตาก มีเครื่องมือที่ใช้ในการดำเนินโครงการวิจัย คือ แบบสอบถาม ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างขึ้น และผ่านการตรวจสอบแบบสอบถามจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 2 ท่าน แล้วนำแบบสอบถามที่แก้ไขแล้วไปใช้กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 60 คน ทำการคัดเลือกโดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็นการสุ่มเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง โดยทางกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีส่วนร่วมในการนำเสนอแนวทางการพัฒนาระบบการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ที่ทางกลุ่มต้องการ สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่องนวัตกรรมสื่อดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนวิถีแห่งความยั่งยืนของชุมชนบ้านโคกประดู่ ตำบลมหาโพธิ์ อำเภอสระโบสถ์ จังหวัดลพบุรี (เพ็ญนภา จุมพลพงษ์, สุนทรีย์ วิพัฒน์ครุฑ, อุษณีย์ จิตติมณี และเสาวพร สุขเกิด, 2563) ที่คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จำนวน 20 คน คือ กลุ่มผู้นำ และตัวแทนชุมชนที่มีส่วนร่วมในการให้ข้อมูลและแนะนำแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชนบ้านโคกประดู่ โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกต และการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณด้วยแบบสอบถาม ซึ่งพบว่าชุมชนมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นที่มีความต้องการนำเสนอเรื่องราวการท่องเที่ยว วัฒนธรรม ประเพณีและอาหารท้องถิ่นในชุมชนผ่านสื่อดิจิทัล

การจัดทำเว็บไซต์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าทอใยกล้วย ตำบลคีรีราษฎร์ อำเภอพบพระ จังหวัดตาก มีรูปแบบ และเนื้อหาที่แสดงถึงเอกลักษณ์ และอัตลักษณ์ของผ้าใยทอกล้วยของตำบลคีรีราษฎร์ อำเภอพบพระ จังหวัดตาก รวมทั้งเพื่อให้ง่ายต่อการซื้อขายผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม ลูกค้าสามารถเข้าชม และซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอใยกล้วยของกลุ่มฯ ได้ตลอด 24 ชั่วโมง และยังช่วยส่งเสริม

ให้ลูกค้าสามารถเลือกชมผลิตภัณฑ์ของกลุ่มได้อย่างครบถ้วนช่วยให้สามารถตัดสินใจซื้อได้อย่างรวดเร็ว สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดออนไลน์โดยใช้อัตลักษณ์ท้องถิ่นในการสร้างแบรนด์ชุมชนกาแฟดอยเผ่าไทยของบ้านรักไทย อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก (ยรรยงวรกร ทองแย้ม และพัสกร ลีวิศิษฎ์พัฒนา, 2563) พบว่า อัตลักษณ์ทางการตลาดของกาแฟบ้านรักไทย อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก สามารถรับรู้ได้ผ่านสื่อทั้งในรูปแบบออนไลน์ และออฟไลน์ (Online & Offline) ไม่ว่าจะเป็นบูตสินค้า ตัวสินค้า ตราสินค้า ช่องทางสื่อออนไลน์ที่เป็นโซเชียลมีเดีย คลิปวิดีโอโฆษณา และเนื้อหาอื่น ๆ โดยสื่อสารสนเทศที่ดีควรสามารถเข้าถึงได้ง่าย รวดเร็ว และสะดวก ดังนั้นการทำช่องทางการตลาดออนไลน์จึงเป็นทางเลือกที่เหมาะสมสำหรับยุคปัจจุบัน

หลังจากประเมินผลความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย พบว่ามีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับ ดี สอดคล้องกับงานวิจัยหัวข้อโครงการวิจัย การพัฒนาช่องทางจัดจำหน่ายสินค้าเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งได้ศึกษาสถานการณ์การจัดจำหน่ายและการซื้อสินค้าวิสาหกิจชุมชนผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สู่การพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด ออกแบบระบบการจัดจำหน่ายสินค้าบนช่องทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และเปรียบเทียบประสิทธิภาพของช่องทางการจัดจำหน่ายระหว่างระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่พัฒนาขึ้นกับเว็บไซต์สำเร็จรูป โดยทำการสำรวจกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการกลุ่มสินค้าวิสาหกิจชุมชน 150 ราย และกลุ่มผู้บริโภคสินค้าวิสาหกิจชุมชน 50 ราย และวิเคราะห์ผลมาพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด และออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์ชื่อว่า [www.otopta.com](http://www.otopta.com) และเมื่อเปรียบเทียบประสิทธิภาพกับช่องทาง Facebook แพนเพจแล้วลูกค้าสามารถเข้าถึงได้มากกว่าเว็บไซต์ที่พัฒนาขึ้นถึงร้อยละ 64.75 (รัฐพล สังคะสุข และคณะ, 2560) ซึ่งสอดคล้องกับโครงการวิจัย การพัฒนาระบบการตลาดอิเล็กทรอนิกส์สำหรับผ้าทอใยกล้วยของวิสาหกิจชุมชน ตำบลคีรีราษฎร์ อำเภอพบพระ จังหวัดตาก ได้มีการพัฒนาระบบการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ให้เหมาะสมกับบริบทของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ผลิตภัณฑ์ นำเทคโนโลยีที่ทันสมัย และเป็นที่ยอมรับอยู่ใน ปัจจุบันมาใช้เพื่อเพิ่มความน่าสนใจ เช่น เว็บไซต์ และ Facebook แพนเพจ เพื่อดึงดูดลูกค้าให้กลับมาใช้บริการ หรือซื้อสินค้าซ้ำอีกต่อไปในอนาคต

### ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

1) ผลการศึกษา พบว่ากลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าทอใยกล้วย ตำบลคีรีราษฎร์ อำเภอพบพระ จังหวัดตาก บางส่วนยังขาดความรู้ความเข้าใจด้านการทำตลาดออนไลน์ หรือเว็บไซต์ ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรจัดโครงการเพื่อฝึกอบรมด้านการใช้งานเว็บไซต์ซื้อ-ขายสินค้าออนไลน์



หรือการใช้งาน Facebook แพนเพจ สำหรับซื้อ-ขายสินค้าแก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าทอใยกล้วยง ตำบลศรีราษฎร์ อำเภอพบพระ จังหวัดตาก เพื่อเพิ่มศักยภาพด้านการทำตลาดออนไลน์แก่กลุ่มฯ ต่อไป

2) หากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าทอใยกล้วยง ตำบลศรีราษฎร์ อำเภอพบพระ จังหวัดตาก สามารถเชื่อมโยงให้ผู้บริโภคได้เห็นชัดเจนว่าการซื้อสินค้าจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนฯ นอกจากได้ผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ และอัตลักษณ์ของภูมิปัญญาดั้งเดิมของชาวม้ง และมีคุณภาพในราคา ยุติธรรมแล้ว จะเป็นอีกทางหนึ่งที่จะช่วยสนับสนุนชาวบ้านที่ด้อยโอกาสให้สามารถพึ่งตนเอง มีรายได้ ในการช่วยเหลือครอบครัว เป็นการเพิ่มจุดขายไปยังกลุ่มเป้าหมายที่อยากสนับสนุน และกระจาย รายได้ให้แก่คนในชุมชน

#### เอกสารอ้างอิง (References)

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศกระทรวงพาณิชย์. (2560). **รอบรู้เศรษฐกิจ ตามติดตลาดโลก.**

นนทบุรี : หนังสือพิมพ์โพสต์ทูเดย์.

กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) สำนักยุทธศาสตร์. (2560). **รายงานผลการสำรวจมูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย ปี 2560.** กรุงเทพฯ : กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม.

กรุงเทพฯ : ซีไอเดียเคชั่น.

ขจีสุข สวัสดิ์นาม. (2560). **ปัจจัยที่มีผลต่อความไว้วางใจตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย.** กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศิลปากร หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.

จินตนา กาญจนวิสุทธิ. (2558). **เส้นทางวิสาหกิจชุมชน เพื่อการพัฒนาอาชีพและการพึ่งพาตนเอง.** กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

จุฑาภา โพธิ์ทอง. (2558). **แบบจำลองปัจจัยของเอสคอมเมอร์ซและความไว้วางใจที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภค.** กรุงเทพฯ : สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

ชมพูนุท วีรกิตติ และ ปิยวรรณ กลิ่นศรีสุข. **HEMP THAI ผ้าทอใยกล้วยง.** [ออนไลน์]. แหล่งที่: <https://www.tcdcmaterial.com/en/article/materials-application/20021>. [18 กรกฎาคม 2563]

- ชุตีสันต์ เกิดวิบูลย์เวช. (2560). **สื่อดิจิทัลใหม่ สื่อแห่งอนาคต**. กรุงเทพฯ : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ธัญนันท์ วรเศรษฐพงษ์. (2558). **ความไว้วางใจในธุรกิจ E-Commerce ของบริษัท LAZADA**. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิราขมเทคโนโลยีราชภัฏวชิราขมรัตนโกสินทร์.
- พินดา อ่อนลออ และสุรพงษ์ ไสธนะเสถียร. (2559). **กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดออนไลน์ที่ทำให้ลาซาด้า (LAZADA) ประสบความสำเร็จ**. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พรชัย พันธุ์ธาดาพร. (2558). **การมีส่วนร่วมในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา**. พระนครศรีอยุธยา : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ.
- เพ็ญนภา จุมพลพงษ์, สุนทรีย์ วิพัฒน์ครุฑ, อุษณีย์ จิตติมณี และเสาวพร สุขเกิด. (2563). นวัตกรรมสื่อดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนวิถีแห่งความยั่งยืนของชุมชนบ้านโคกประดู่ ตำบลมหาโพธิ อำเภอสระโบสถ์ จังหวัดลพบุรี. **วารสารการบริหารนิติบุคคลและนวัตกรรมท้องถิ่น** 6(3), 15-27.
- ยรรยงวรรกร ทองแถม และพัสกร ลีวิศิษฐ์พัฒนา. (2563). **กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดออนไลน์โดยใช้อัตลักษณ์ท้องถิ่นในการสร้างแบรนด์ชุมชนกาแพดอยเผ่าไทยของบ้านรักไทย อำเภอบึงมะปราง จังหวัดพิษณุโลก**. **วารสารการบริหารนิติบุคคลและนวัตกรรมท้องถิ่น**. 6(4), 55-68.
- รัฐพล สังคะสุข และคณะ. (2560). **การพัฒนาช่องทางจัดจำหน่ายสินค้าเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์**. **วารสารวิจัยราชภัฏพระนคร สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์**. 12(1), 38-49.
- วรรณพงศ์ ช่วยรักษา. (2560). **แนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน : กรณีศึกษา กลุ่มสตรีทอผ้าฝ้ายย้อมครามบ้านถ้ำเต่า จังหวัดสกลนคร**. ชลบุรี : มหาวิทยาลัยบูรพา.
- สรีพร โพธิ์งาม. (2559). **อิทธิพลภาพลักษณ์ตราสินค้า ความเชื่อถือ และความพึงพอใจต่อความภักดีต่อ LAZADA ของลูกค้าในกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์, หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สัญญา เคนาภูมิ. (2558). **แนวทางการพัฒนาประสิทธิผลของวิสาหกิจชุมชนในเขตพื้นที่จังหวัดมหาสารคาม**. **วารสารวิชาการแพรวกาฬสินธุ์ มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์**. 2(3), 68-85
- โอภาส เอี่ยมสิริวงศ์. (2560). **การวิเคราะห์และออกแบบระบบ (ฉบับปรับปรุงเพิ่มเติม)**.