

Information System for Promoting the Marketing of Native Woven Fabrics in Cha-Uat District, Nakhon Si Thammarat Province

Visalak Khunthanarungrot¹, Chariya Nonthakarn^{2,*}, Saranpong Nooyimsai³ and Kornsirinot Rotjanawan⁴

¹Program in Information Technology, Faculty of Science and Technology, Rajamangala University of Technology Srivijaya, Nakhon Si Thammarat 80110, Thailand; Email: visalak.c@rmutsv.ac.th

^{2,*}Program in Information Technology, Faculty of Science and Technology, Rajamangala University of Technology Srivijaya, Nakhon Si Thammarat 80110, Thailand; Email: chariya.n@rmutsv.ac.th

³Program in Information Technology, Faculty of Science and Technology, Rajamangala University of Technology Srivijaya, Nakhon Si Thammarat 80110, Thailand; Email: saranpong.n@rmutsv.ac.th

⁴Program in Computer Engineering, Faculty of Engineering, Princess of Naradhiwas University, Narathiwat 96000, Thailand; Email: kronsirinut.r@pnu.ac.th

**Corresponding author: Chariya Nonthakarn (chariya.n@rmutsv.ac.th)*

Received: 1 December 2025; **Revised:** 1 February 2026;

Accepted: 2 February 2026; **Published:** 28 April 2026

Abstract

This research aims to 1) develop an information system to promote the marketing of local woven fabrics in Cha-uat district, Nakhon Si Thammarat province; 2) evaluate user satisfaction with the information system; and 3) assess the effectiveness of the information system. The system will assist in managing, publicizing, and marketing local woven fabric products in Cha-uat District, Nakhon Si Thammarat Province. The research was conducted using the System Development Life Cycle (SDLC) principles, employing PHP programming and a MySQL database. User satisfaction was assessed using a sample group consisting of 20 general customers interested in local woven fabrics and 5 entrepreneurs from local weaving groups, selected using a combination of accidental and intensified sampling methods. The system's effectiveness was evaluated by three information technology experts. The results showed that user satisfaction with the system's usability was very good ($\bar{x} = 4.72$, s.d. = 0.45) and design was also very good ($\bar{x} = 4.68$, s.d. = 0.47). The system's effectiveness was evaluated by the experts. It is at a very good level ($\bar{x} = 4.60$, s.d. = 0.46), indicating that the system is functional and meets the needs of the system users.

Keywords: Information System, Native Woven Fabrics, E-Commerce, System Development Life Cycle



Copyright © 2026 Journal of Computer and Creative Technology. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (CC-BY-NC-ND).

Citation:

Khunthanarungrot, V., Nonthakarn, C., Nooyimsai, S., & Rotjanawan, K. (2026). Information System for Promoting the Marketing of Native Woven Fabrics in Cha-Uat District, Nakhon Si Thammarat Province. *Journal of Computer and Creative Technology*, 4(1), e3152. <https://doi.org/10.65205/jcct.2026.e3152>

การพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการตลาดผ้าทอพื้นเมือง อำเภอชะอวด จังหวัดนครศรีธรรมราช

วิสาลักษณ์ คุณธนรุ่งโรจน์¹ ชรียา นนทกาญจน์^{2,*} สราญพงศ์ หนูยิ้มซ้าย³ และ กรสิริณัฐ โรจนวรรณ⁴

¹สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย
จังหวัดนครศรีธรรมราช 80110 ประเทศไทย; Email: visalak.c@rmutsv.ac.th

^{2,*}สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย
จังหวัดนครศรีธรรมราช 80110 ประเทศไทย; Email: chariya.n@rmutsv.ac.th

³สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย
จังหวัดนครศรีธรรมราช 80110 ประเทศไทย; Email: saranpong.n@rmutsv.ac.th

⁴สาขาวิชาวิศวกรรมคอมพิวเตอร์ คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์ จังหวัดนราธิวาส 96000
ประเทศไทย; Email: kronsirinut.r@pnu.ac.th

*ผู้ประพันธ์บทความ: ชรียา นนทกาญจน์ (chariya.n@rmutsv.ac.th)

รับบทความ: 1 ธันวาคม 2568; แก้ไขบทความ: 1 กุมภาพันธ์ 2569;

ตอบรับบทความ: 2 กุมภาพันธ์ 2569; เผยแพร่บทความ: 28 เมษายน 2569

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการตลาดผ้าทอพื้นเมือง อำเภอชะอวด จังหวัดนครศรีธรรมราช 2) ประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการตลาดผ้าทอพื้นเมือง และ 3) ประเมินประสิทธิภาพระบบสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการตลาดผ้าทอพื้นเมือง โดยระบบสารสนเทศดังกล่าวจะช่วยในการจัดการประชาสัมพันธ์ และสนับสนุนการตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมือง อำเภอชะอวด จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยมีวิธีการดำเนินงานตามหลักการของวงจรการพัฒนาระบบ มีการใช้เครื่องมือสำหรับพัฒนาระบบโดยใช้โปรแกรมภาษา PHP ร่วมกับฐานข้อมูล MySQL ผลการวิจัยวัดจากการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบซึ่งกลุ่มตัวอย่างประกอบด้วย กลุ่มลูกค้าทั่วไปผู้สนใจผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมือง จำนวน 20 คน ผู้ประกอบการกลุ่มผ้าทอพื้นเมือง จำนวน 5 คน โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญและแบบเจาะจงคู่กัน และมีการประเมินประสิทธิภาพของระบบโดยผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ จำนวน 3 คน ซึ่งผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบด้านการใช้งาน (Usability) อยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.72$, s.d. = 0.45) และด้านการออกแบบ (Design) อยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.68$, s.d. = 0.47) ผลการประเมินประสิทธิภาพของระบบโดยผู้เชี่ยวชาญ อยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.60$, s.d. = 0.46) แสดงให้เห็นว่าระบบสามารถใช้งานได้ตรงตามความต้องการของผู้ใช้ระบบ

คำสำคัญ: ระบบสารสนเทศ, ผ้าทอพื้นเมือง, การตลาดอิเล็กทรอนิกส์, วงจรการพัฒนาระบบ



Copyright © 2026 Journal of Computer and Creative Technology. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (CC-BY-NC-ND).

การอ้างอิง:

วิสาลักษณ์ คุณธนรุ่งโรจน์, ชรียา นนทกาญจน์, สราญพงศ์ หนูยิ้มซ้าย, และ กรสิริณัฐ โรจนวรรณ. (2569). การพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการตลาดผ้าทอพื้นเมือง อำเภอชะอวด จังหวัดนครศรีธรรมราช. วารสารคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสร้างสรรค์, 4(1), e3152. <https://doi.org/10.65205/jcct.2026.e3152>

1. บทนำ (Introduction)

ในยุคของการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ระบบสารสนเทศได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนกิจกรรมทางธุรกิจ โดยเฉพาะด้านการตลาดที่ต้องอาศัยการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพกับกลุ่มเป้าหมาย เทคโนโลยีสารสนเทศสามารถช่วยเพิ่มช่องทางการตลาด ลดต้นทุนในการดำเนินงาน และสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขัน (Kotler & Keller, 2016) การประยุกต์ใช้ระบบสารสนเทศ เช่น เว็บไซต์และแพลตฟอร์มออนไลน์ จึงกลายเป็นเครื่องมือสำคัญที่ผู้ประกอบการใช้ในการขยายตลาด เข้าถึงลูกค้าได้กว้างขึ้น และส่งเสริมอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ในรูปแบบที่ทันสมัย และตรงความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบัน (Turban et al., 2018)

เนื่องจากจังหวัดนครศรีธรรมราชมีผลิตภัณฑ์ที่แสดงถึงการสืบทอดทางวัฒนธรรมในหลากหลายรูปแบบเช่นกัน เช่น เครื่องถม ผ้าพื้นเมือง ซึ่งล้วนเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยเฉพาะผ้าพื้นเมืองในอดีตเป็นผ้าที่ใช้นุ่งห่มของเจ้าเมืองนครศรีธรรมราช และยังคงสืบทอดวิธีการทอผ้าจนถึงปัจจุบัน การทอผ้าพื้นเมืองในปัจจุบันมีการทอผ้าพื้นเมืองกันในหลายพื้นที่ อาทิเช่น อำเภอชะอวด อำเภอเชียรใหญ่ และอำเภอเมือง ซึ่งส่งผลให้ผ้าพื้นเมืองเป็นผลิตภัณฑ์หนึ่งที่ทำรายได้ให้กับชาวบ้านในหลายพื้นที่ของจังหวัดนครศรีธรรมราช แต่ขอบเขตการในการจัดจำหน่ายในปัจจุบันยังจำกัดพื้นที่เฉพาะในพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราชเท่านั้น ทำให้ประสบปัญหาในการเข้าถึงตลาดที่กว้างขึ้น ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังขาดความรู้และทักษะในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อสนับสนุนการขาย ทำให้ช่องทางการจัดจำหน่ายยังคงจำกัดอยู่ในระดับท้องถิ่น การประชาสัมพันธ์ยังคงอยู่ในรูปแบบดั้งเดิมทำให้ขาดความน่าสนใจ และไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าในวงกว้างได้ ปัญหาเหล่านี้จึงทำให้เกิดความจำเป็นในการสนับสนุนด้านเทคโนโลยีเพื่อยกระดับขีดความสามารถของผู้ประกอบการท้องถิ่นในการแข่งขันในตลาดปัจจุบัน

จากปัญหาดังกล่าว งานวิจัยนี้จึงมีได้มีการพัฒนาระบบสารสนเทศในรูปแบบเว็บไซต์เพื่อเป็นช่องทางสำหรับประชาสัมพันธ์และจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมือง อำเภอชะอวด จังหวัดนครศรีธรรมราช เนื่องจากเว็บไซต์มีจุดเด่นในเรื่องการเข้าถึงข้อมูลที่สามารถเข้าถึงได้จากทุกที่ทั่วโลก ไม่มีข้อจำกัดทั้งในเรื่องของเวลา และระยะทาง จึงมีความเหมาะสมที่จะนำมาใช้ในการทำการตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมือง โดยมีการออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์ด้วยภาษา PHP และจัดเก็บข้อมูลในระบบฐานข้อมูล MySQL ระบบที่พัฒนาขึ้นสามารถแสดงข้อมูลสินค้าผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมือง อำเภอชะอวด จังหวัดนครศรีธรรมราช รองรับการสั่งซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์ และในส่วนของผู้ผลิตหรือกลุ่มทอผ้าพื้นเมืองก็สามารถตรวจสอบและติดตามรายการสั่งซื้อสินค้า เพื่อเกิดความสะดวกและรวดเร็วในการจำหน่ายสินค้าผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองแก่ผู้ใช้ทั้งในระดับท้องถิ่นและผู้บริโภคทั่วไปที่สนใจในผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมือง นอกจากนี้ระบบที่ได้ยังมีความสามารถในการส่งผลิตภัณฑ์เพื่อรองรับความต้องการของลูกค้าที่เป็นกลุ่มองค์กร และหน่วยงานต่าง ๆ ซึ่งนิยมนำผ้าทอพื้นเมืองซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดนครศรีธรรมราช มาใช้เป็นเครื่องแบบของหน่วยงาน

การนำระบบสารสนเทศมาใช้เพื่อส่งเสริมการตลาดผ้าทอพื้นเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช จึงเป็นการยกระดับศักยภาพการตลาดของผ้าทอพื้นเมืองให้สามารถแข่งขันได้ในยุคดิจิทัล โดยเฉพาะในช่วงหลังสถานการณ์โควิด-19 ที่พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนไปสู่ช่องทางออนไลน์มากขึ้น ระบบสารสนเทศไม่เพียงช่วยในการขยายตลาดและเพิ่มยอดขาย แต่ยังเป็นเครื่องมือในการสื่อสารอัตลักษณ์ของชุมชนผ่านผลิตภัณฑ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Laudon & Laudon, 2020) ดังนั้น การพัฒนาระบบสารสนเทศจึงไม่ใช่เพียงการปรับตัวด้านเทคโนโลยี แต่เป็นการขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชนอย่างยั่งยืนผ่านนวัตกรรมที่เหมาะสมกับบริบทท้องถิ่น

2. วัตถุประสงค์งานวิจัย (Research Objectives)

1. เพื่อพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการตลาดผ้าทอพื้นเมือง อำเภอชะอวด จังหวัดนครศรีธรรมราช
2. เพื่อประเมินความพึงพอใจจากการใช้ระบบสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการตลาดผ้าทอพื้นเมือง อำเภอชะอวด จังหวัดนครศรีธรรมราช
3. เพื่อประเมินประสิทธิภาพของระบบสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการตลาดผ้าทอพื้นเมือง อำเภอชะอวด จังหวัดนครศรีธรรมราช

3. การทบทวนวรรณกรรมและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง (Literature Review)

3.1 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

วงจรการพัฒนากระบวน (Software Development Life Cycle: SDLC) เป็นแนวคิดพื้นฐานในการจัดการโครงการพัฒนาซอฟต์แวร์อย่างเป็นระบบ ประกอบด้วยกระบวนการสำคัญตั้งแต่การวางแผน การวิเคราะห์ การออกแบบ การพัฒนา การทดสอบ การติดตั้งใช้งาน และการบำรุงรักษา (Sommerville, 2015) ซึ่งช่วยให้การพัฒนาระบบสามารถควบคุมคุณภาพและความเสี่ยงได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะในโครงการที่มีความซับซ้อนสูง โดยมีหน่วยงานมาตรฐานสากล ISO/IEC/IEEE ได้กำหนดแนวทางสำหรับกระบวนการพัฒนาซอฟต์แวร์ที่ครอบคลุมตั้งแต่การนิยามข้อกำหนด (Requirement Definition) จนถึงการเลิกใช้งานระบบ (Retirement) โดยมุ่งเน้นให้เกิดความสอดคล้องระหว่างกระบวนการและวัตถุประสงค์ขององค์กร ทั้งนี้ มาตรฐานดังกล่าวยังเน้นความสำคัญของการประเมินคุณภาพและการจัดการเอกสารในแต่ละเฟสของการพัฒนา ในขั้นตอนของการวิเคราะห์ระบบ (System Analysis) นักวิเคราะห์จะต้องระบุและทำความเข้าใจความต้องการของผู้ใช้งาน รวมถึงข้อจำกัดของระบบปัจจุบัน เพื่อสร้างแบบจำลองข้อมูลและกระบวนการที่สะท้อนการดำเนินงานจริง (Dennis et al., 2020) การใช้เครื่องมือ อาทิเช่น Data Flow Diagram (DFD) และ Entity-Relationship Diagram (ERD) ช่วยให้การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพ สำหรับขั้นตอนของการออกแบบระบบ (System Design) เป็นการนำผลการวิเคราะห์มาสร้างสถาปัตยกรรมระบบ (System Architecture) ที่ครอบคลุมทั้งส่วนของโครงสร้างข้อมูล ส่วนติดต่อผู้ใช้ และกลไกการประมวลผล

การตลาดออนไลน์ (Online Marketing) เป็นกระบวนการใช้สื่อดิจิทัลและอินเทอร์เน็ตเพื่อสื่อสารคุณค่า (value) ของสินค้าและบริการไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยพัฒนามาจากกรอบแนวคิดดั้งเดิมของการตลาดแบบดั้งเดิม เช่น 4Ps (Product, Price, Place, Promotion) ซึ่งถูกปรับให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมดิจิทัล (Kotler & Keller, 2016) ในบริบทออนไลน์ลูกค้าจะมีบทบาทมากขึ้น (Customer Centric) เพราะสามารถสืบค้น เปรียบเทียบ และตัดสินใจด้วยข้อมูลได้รวดเร็วกว่าเดิม (Chaffey & Smith, 2017) รวมถึงแนวคิด Customer Journey ซึ่งมีความสำคัญ เนื่องจากลูกค้าจะเคลื่อนผ่านขั้นตอน เช่น การรับรู้ การพิจารณา การซื้อ และการสร้างความภักดี ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ต่าง ๆ (Lemon & Verhoef, 2016) นอกจากนี้ กลยุทธ์การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Marketing) มีบทบาทสำคัญ เพราะช่วยให้ธุรกิจสื่อสารแบบสองทางกับผู้บริโภค ส่งเสริมการมีส่วนร่วม (Engagement) และเพิ่มการรับรู้แบรนด์ (Kaplan & Haenlein, 2010) อีกทั้งทฤษฎีการทดสอบการยอมรับในระบบ (Technology Acceptance Model : TAM) ยังช่วยอธิบายพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ โดยชี้ว่าการรับรู้ประโยชน์และความง่ายในการใช้งานมีผลต่อการยอมรับแพลตฟอร์มดิจิทัล (Davis, 1989) สรุปได้ว่าการตลาดออนไลน์ต้องอาศัยการผสมผสานข้อมูล เทคโนโลยี และพฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อสร้างคุณค่าและเพิ่มประสิทธิภาพทางการตลาดในยุคดิจิทัล

วิธีของลิเคิร์ต (Likert Scale) การวิจัยเชิงปริมาณในสาขาสังคมศาสตร์ การศึกษา และระบบสารสนเทศ มักใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือหลักในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยเฉพาะการวัดความคิดเห็น ทศนคติ หรือระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง วิธีการวัดที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายคือ วิธีของลิเคิร์ต (Likert Scale) ซึ่งเป็นมาตรวัดแบบจัดอันดับ (Rating Scale) ที่พัฒนาโดย Rensis Likert ในปี ค.ศ. 1932 Likert (1932) อธิบายว่า มาตรลิเคิร์ตเป็นวิธีการวัดทัศนคติของบุคคลต่อประเด็นหรือข้อความใดข้อความหนึ่ง โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงระดับความเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยในหลายระดับ ซึ่งช่วยให้สามารถแปลงความคิดเห็นเชิงนามธรรมให้เป็นข้อมูลเชิงปริมาณที่สามารถนำไปวิเคราะห์ทางสถิติได้โดยทั่วไป มาตรลิเคิร์ตนิยมใช้ในรูปแบบ 5 ระดับ หรือ 7 ระดับ เช่น เห็นด้วยมากที่สุด เห็นด้วยมาก ปานกลาง เห็นด้วยน้อย และเห็นด้วยน้อยที่สุด ทั้งนี้ จำนวนระดับที่เลือกขึ้นอยู่กับความละเอียดของข้อมูลที่นักวิจัยต้องการ โดยงานวิจัยหลายฉบับระบุว่ามาตรลิเคิร์ต 5 ระดับมีความเหมาะสมและเข้าใจง่ายสำหรับผู้ตอบแบบสอบถาม และให้ความเชื่อมั่นของเครื่องมือในระดับที่ดี (Cohen et al., 2018) วิธีของลิเคิร์ตยังมีความเกี่ยวข้องกับการประเมินคุณภาพของเครื่องมือวิจัยเนื่องจากข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามลิเคิร์ตสามารถนำไปตรวจสอบ ความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) ด้วยสถิติ Cronbach's Alpha และตรวจสอบ ความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ผ่านการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญ เช่น การใช้ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (IOC) ก่อนนำไปใช้จริง (Likert, 1932; Cohen et al., 2018)

3.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Phungngam (2023) ได้พัฒนาเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์สินค้าพื้นเมือง วิสาหกิจชุมชนกลุ่มจักสานหวายมหาสอน อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี โดยมีการดำเนินงานวิจัยแบ่งออกเป็น 2 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นตอนที่ 1 ศึกษา และพัฒนาเว็บไซต์ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มจักสานหวายมหาสอน ตำบลมหาสอน อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี โดยสร้างตามแผนผังเว็บไซต์ โดยใช้แนวคิด Design Thinking Process และประเมินประสิทธิภาพจากผู้เชี่ยวชาญ ขั้นตอนที่ 2 สอบถามความพึงพอใจใน เว็บไซต์วิสาหกิจชุมชนกลุ่มจักสานหวายมหาสอน จำนวน 15 คน ผลการวิจัย พบว่า 1) เว็บไซต์ประชาสัมพันธ์สินค้าพื้นเมือง ผลการประเมินประสิทธิภาพของเว็บไซต์จากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน อยู่ในระดับมากที่สุด 2) ความพึงพอใจของเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์สินค้าพื้นเมือง วิสาหกิจชุมชนกลุ่มจักสานหวายมหาสอน อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี ได้รับความพึงพอใจ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.46$, s.d. = 0.59) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูล อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.51$, s.d. = 0.59) รองลงมาคือ ด้านการออกแบบและการจัดรูปแบบเว็บไซต์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.48$, s.d. = 0.56) และด้านเนื้อหา มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.41$, s.d. = 0.63)

Chongchaisit & Deesutti (2021) ได้พัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOP อำเภอดงหลวง จังหวัดเลย โดยมีวัตถุประสงค์คือ 1) เพื่อออกแบบเว็บไซต์ส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOP อำเภอดงหลวง จังหวัดเลย และ 2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้งานเว็บไซต์ส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOP อำเภอดงหลวง จังหวัดเลย ถูกพัฒนาขึ้นในรูปแบบของเว็บแอปพลิเคชัน และเก็บข้อมูลไว้ในฐานข้อมูล MySQL กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ประกอบด้วยผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน และผู้ใช้งานทั่วไปกลุ่มอาชีพอำเภอดงหลวง จังหวัดเลย จำนวน 11 กลุ่มประกอบด้วยประธานกลุ่มและสมาชิกกลุ่มรวม 205 คน ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า เว็บไซต์เพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOP อำเภอดงหลวง จังหวัดเลย มีคุณภาพจากการประเมินของผู้เชี่ยวชาญอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.50$, s.d. = 0.58) มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.42$, s.d. = 0.60) และผลการประเมินความพึงพอใจทุกด้านของเว็บไซต์ส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOP อำเภอดงหลวง จังหวัดเลย จากกลุ่มผู้ใช้งานทั่วไป พบว่า ผู้ใช้มีความพึงพอใจภาพรวมอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 4.40$, s.d. = 0.65) อยู่ในเกณฑ์ดี

Yousukkee (2025) ได้พัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลส่งเสริมการตลาดของผลิตภัณฑ์จากศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมวิธี ประกอบด้วยการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ 10 คน และข้อมูลเชิงปริมาณจากแบบสอบถามผู้บริโภค จำนวน 400 คน โดยโปรแกรม Weka วิเคราะห์กฎความสัมพันธ์ของปัจจัยกลยุทธ์ทางการตลาด (7Ps) ที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากศิลปวัฒนธรรมของผู้บริโภค ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการและผู้บริโภคให้ความสำคัญกับแพลตฟอร์มที่ใช้งานง่าย มีข้อมูลที่ครบถ้วนมีความปลอดภัย และรองรับอุปกรณ์เคลื่อนที่ โดยมีปัจจัยสำคัญ คือ การจัดส่งสินค้าที่หลากหลายและมีประสิทธิภาพ การจัดการคำสั่งซื้อที่สะดวก รวดเร็ว การส่งเสริมการขาย และการประชาสัมพันธ์อย่างสม่ำเสมอ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อและความพึงพอใจในการใช้งาน จากการวิเคราะห์กฎความสัมพันธ์ด้วยอัลกอริทึม Apriori พบกฎความสัมพันธ์ 5 อันดับแรกที่มีค่าความเชื่อมั่น 1.00 และค่าดัชนี Lift สูง แสดงถึงความสัมพันธ์เชิงบวก

4. กรอบแนวคิดงานวิจัย (Conceptual Framework)

การวิจัยนี้มีกรอบแนวคิดที่มุ่งเน้นการพัฒนากระบวนการสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการตลาดผ้าทอพื้นเมือง อำเภอชะอวด จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยงานวิจัยนี้ได้ศึกษาความต้องการของกลุ่มทอผ้าพื้นเมือง อำเภอชะอวด จังหวัดนครศรีธรรมราช และกลุ่มลูกค้าผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองเป็นข้อมูลพื้นฐานในการออกแบบระบบ จากนั้นดำเนินการพัฒนาและทดสอบระบบตามหลักการของวงจรการพัฒนากระบวนการ (System Development Life Cycle: SDLC) ซึ่งประกอบด้วยขั้นตอนการวิเคราะห์ความต้องการของระบบ การออกแบบระบบ การพัฒนาระบบ การทดสอบระบบ และการประเมินผลความพึงพอใจในการใช้งานระบบ ดังแสดงใน Figure 1. ซึ่งกรอบแนวคิดงานวิจัยนี้กำหนดให้ตัวแปรต้น (Independent variable) ประกอบด้วย ความต้องการของผู้ใช้ (User requirement) การวิเคราะห์ปัญหา (Problem Analysis) คุณภาพของระบบสารสนเทศ (System Quality) ระบบส่งเสริมการตลาด ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการพัฒนาระบบสารสนเทศ โดยมีขั้นตอนการพัฒนาตั้งแต่การออกแบบระบบ ซึ่งทำให้ได้แผนภาพแสดงการไหลของข้อมูล (Data Flow Diagram) และแผนภาพแสดงความสัมพันธ์ของข้อมูล (Entity Relationship Diagram) การพัฒนาเว็บไซต์โดยใช้ภาษา PHP ร่วมกับฐานข้อมูล MySQL การทดสอบและปรับปรุงระบบ และการประเมินความพึงพอใจและประสิทธิภาพของระบบ

ซึ่งจะส่งผลต่อผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบในด้านการใช้งานและด้านการออกแบบ รวมถึงผลการประเมินประสิทธิภาพของระบบซึ่งประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

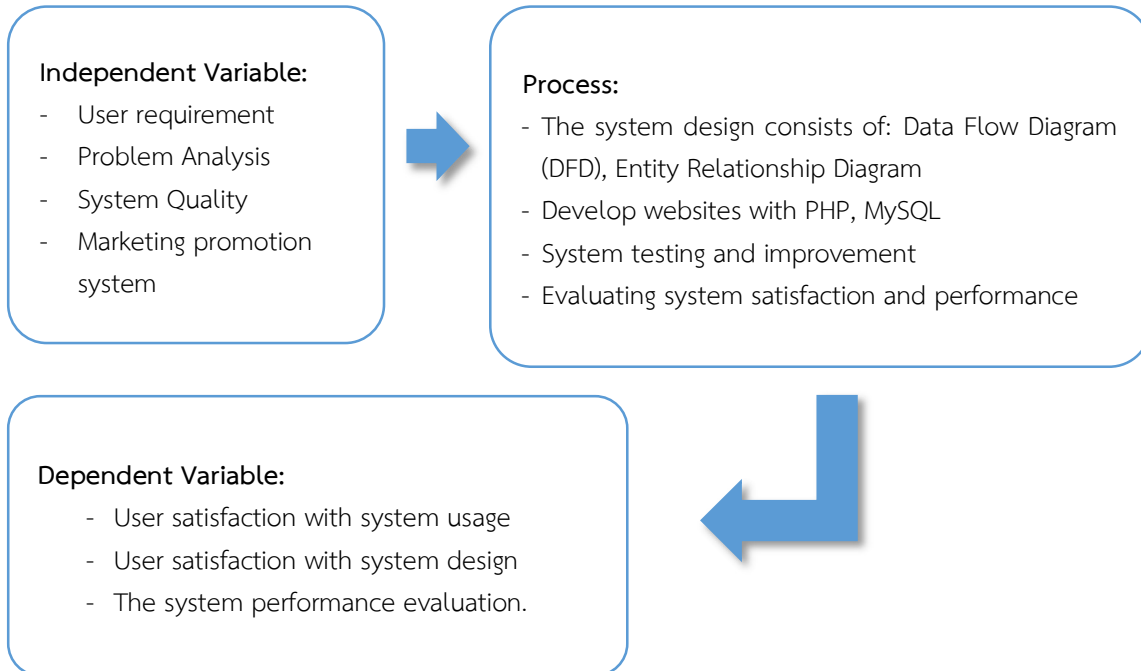


Figure 1. Conceptual Framework

5. วิธีดำเนินงานวิจัย (Research Methodology)

งานวิจัยนี้ใช้แนวทางการพัฒนาระบบสารสนเทศโดยใช้วงจรการพัฒนาระบบสารสนเทศ (Software Development Life Cycle: SDLC) โดยมีขั้นตอนการพัฒนาระบบดังต่อไปนี้

5.1 การวิเคราะห์ความต้องการของระบบ

ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับขั้นตอนการจัดจำหน่าย และประชาสัมพันธ์ของผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองที่ทำอยู่เดิม รวมถึงข้อมูลสินค้า และการจัดหมวดหมู่ของสินค้า ตลอดจนปัญหาของการตลาดแบบเดิมแล้วทำการวิเคราะห์เพื่อหากระบวนการทำงานบนระบบสารสนเทศ ซึ่งพบว่ากลุ่มผ้าทอพื้นเมือง อำเภอชะอวด จังหวัดนครศรีธรรมราช มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการประชาสัมพันธ์สินค้า แต่มีปัญหาในเรื่องของการรับคำสั่งซื้อสินค้าและการติดตามการสั่งซื้อ และนอกจากนี้ลูกค้าที่เป็นกลุ่มองค์กรที่ต้องการสั่งซื้อสินค้าที่มีลวดลายและสีเดียวกันปริมาณมากเพื่อใช้เป็นเครื่องแบบของหน่วยงาน ไม่สามารถระบุรูปแบบและปริมาณที่ต้องการได้อย่างสะดวก และทางกลุ่มผ้าทอพื้นเมืองมีความยุ่งยากในการตรวจสอบข้อมูลเหล่านี้

5.2 การออกแบบระบบ

จากความต้องการของระบบที่ได้จากการวิเคราะห์การดำเนินงานที่มีอยู่เดิม ได้มีการพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการตลาดผ้าทอพื้นเมือง อำเภอชะอวด จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยมีการทำงานบนเว็บไซต์ร่วมกับฐานข้อมูล จึงมีการออกแบบองค์ประกอบต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับระบบ ได้แก่ การออกแบบแผนภาพแสดงการไหลของข้อมูล (Data Flow Diagram) การออกแบบแผนภาพแสดงความสัมพันธ์ของข้อมูล (Entity Relationship Diagram) การออกแบบเว็บไซต์ทั้งในส่วนหน้าร้าน (Front Office) และหลังร้าน (Back Office) การออกแบบรายงานและรูปแบบการแสดงผล

5.3 การพัฒนาระบบ

ระบบสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการตลาดผ้าทอพื้นเมือง อำเภอชะอวด จังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นระบบสารสนเทศที่มีการทำงานในรูปแบบเว็บแอปพลิเคชัน ในการพัฒนาระบบใช้ภาษา HTML ร่วมกับภาษา PHP ในการพัฒนาเว็บไซต์ที่มีความสามารถในการทำงานร่วมกับฐานข้อมูล โดยใช้ฐานข้อมูล MySQL ซึ่งเป็นซอฟต์แวร์สำหรับการจัดการฐานข้อมูลเชิง

สัมพันธ์ในการจัดการกับข้อมูลในระบบ โดยระบบจะแบ่งการทำงานเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนหน้าร้าน (Front Office) ซึ่งจะเป็นส่วนที่ลูกค้าสามารถเข้าชมสินค้าและดูรายละเอียดสินค้า เช่น ลวดลาย สี ขนาด วัสดุที่ใช้ในการทอ รวมถึงสามารถสั่งผลิตสินค้าตามความต้องการได้ และส่วนหลังร้าน (Back Office) ซึ่งส่วนนี้จะเป็นส่วนที่ผู้ดูแลระบบหรือเจ้าของร้านใช้จัดการกับข้อมูลสินค้า และตรวจสอบรายการสั่งซื้อสินค้าได้

5.4 การทดสอบระบบ

หลังจากพัฒนาระบบแล้วเสร็จนำระบบที่ได้มาทดสอบการทำงานเพื่อตรวจสอบความถูกต้องของระบบ โดยใช้เทคนิคการทดสอบแบบ Black Box Testing ซึ่งใช้การจำลองสถานการณ์สมมุติ และการให้กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้ทดลองป้อนข้อมูลเข้าสู่ระบบแล้วดูว่าได้ผลลัพธ์ที่ถูกต้องหรือไม่

5.5 การประเมินระบบ

5.5.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง แบ่งเป็น 3 กลุ่ม คือ 1) กลุ่มลูกค้าทั่วไปผู้สนใจผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมือง จำนวน 20 คน 2) ผู้ประกอบการกลุ่มทอผ้าพื้นเมือง จำนวน 5 คน และ 3) ผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ จำนวน 3 คน โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญและแบบเจาะจงร่วมกัน

5.5.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถามที่ใช้เป็นเครื่องมือในการประเมินระบบ ประกอบด้วยแบบประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบ ซึ่งมีการสอบถามความพึงพอใจด้านการใช้งาน (Usability) และด้านการออกแบบ (Design) และแบบประเมินประสิทธิภาพของระบบซึ่งประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ การออกแบบแบบสอบถามเป็นไปตามทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) และมีการประเมินดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย (Index of Item-Objective Congruence: IOC) ที่ประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญ

การประเมินประสิทธิภาพและความพึงพอใจของการใช้งานระบบสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการตลาดผ้าทอพื้นเมือง อำเภอลำดวน จังหวัดนครศรีธรรมราช ได้กำหนดเกณฑ์ตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert) เป็นวิธีการประเมินแบบรวมค่ามาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ คือ

- 5 หมายถึง มีประสิทธิภาพและความพึงพอใจดีมาก
- 4 หมายถึง มีประสิทธิภาพและความพึงพอใจดี
- 3 หมายถึง มีประสิทธิภาพและความพึงพอใจปานกลาง
- 2 หมายถึง มีประสิทธิภาพและความพึงพอใจน้อย
- 1 หมายถึง มีประสิทธิภาพและความพึงพอใจน้อยที่สุด

การวิเคราะห์ข้อมูลผลการประเมินประสิทธิภาพและความพึงพอใจการทำงานของระบบ มีเกณฑ์การประเมินค่าความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของระบบ ซึ่งแบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scales) มี 5 ระดับ โดยกำหนดเกณฑ์ดังนี้

- 4.50-5.00 หมายถึง ระบบมีประสิทธิภาพและความพึงพอใจดีมาก
- 3.50-4.49 หมายถึง ระบบมีประสิทธิภาพและความพึงพอใจดี
- 2.50-3.49 หมายถึง ระบบมีประสิทธิภาพและความพึงพอใจปานกลาง
- 1.50-2.49 หมายถึง ระบบมีประสิทธิภาพและความพึงพอใจน้อย
- 1.00-1.49 หมายถึง ระบบมีประสิทธิภาพและความพึงพอใจน้อยที่สุด

6. ผลการวิจัย (Results)

6.1 ผลการพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการตลาดผ้าทอพื้นเมือง อ.ละมุล จ.นครศรีธรรมราช

จากการวิเคราะห์ความต้องการของระบบโดยมีการศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของกลุ่มทอผ้าพื้นเมือง ขั้นตอนการประชาสัมพันธ์และการจัดจำหน่ายสินค้า ทำให้ได้ขอบเขตการทำงานของระบบซึ่งมีการทำงานบนเว็บไซต์ โดยแบ่งกลุ่มผู้ใช้ระบบเป็น 2 กลุ่ม คือ ลูกค้าทั่วไป และผู้ดูแลระบบหรือเจ้าหน้าที่ของกลุ่มทอผ้า ซึ่งผู้ใช้แต่ละกลุ่มจะมีความสามารถในการทำงานของระบบ ดังนี้

1. ลูกค้าทั่วไป สามารถ 1) สมัครสมาชิก 2) ดูข้อมูลสินค้า 3) สั่งซื้อสินค้า และ 4) ส่งผลิตสินค้า
2. ผู้ดูแลระบบหรือเจ้าหน้าที่ของกลุ่มทอผ้า สามารถ 1) จัดการข้อมูลลูกค้า 2) จัดการข้อมูลสินค้า 3) ตรวจสอบรายการสั่งซื้อสินค้า และ 4) ตรวจสอบรายการส่งผลิตสินค้า

จากขอบเขตการทำงานของระบบที่ได้จากการวิเคราะห์ความต้องการ และได้นำไปออกแบบแผนภาพแสดงการไหลของข้อมูล (Data Flow Diagram) เพื่อใช้แสดงองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับระบบหรือเอนทิตี (Entity) ทิศทางการไหลของข้อมูล และเพิ่มข้อมูล (Data Store) ที่เกี่ยวข้อง ดังแสดงใน Figure 2.

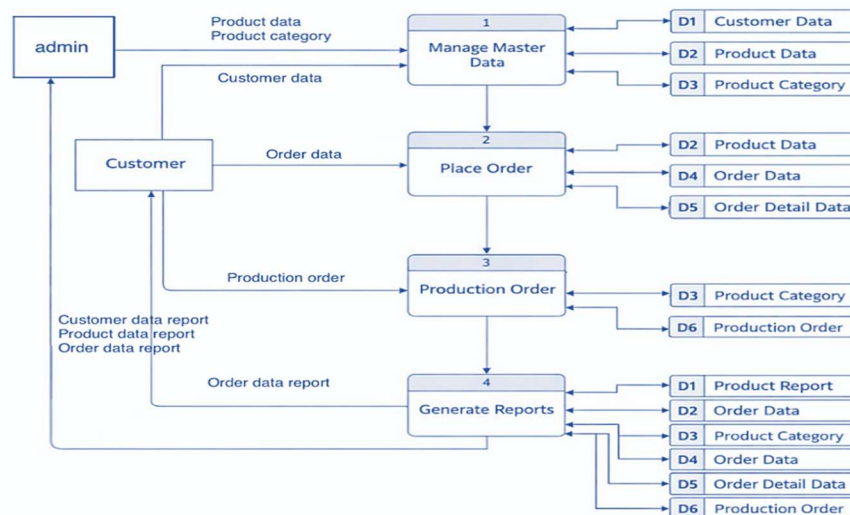


Figure 2. Data Flow Diagram Level 1 of Information System for Promoting the Marketing of Native Woven Fabrics

แผนภาพแสดงการไหลของข้อมูล (Data Flow Diagram) ที่ได้ประกอบด้วย เอนทิตีผู้ดูแลระบบ และเอนทิตีลูกค้า ส่วนการประมวลผลประกอบด้วย โปรเซสจัดการข้อมูลหลัก โปรเซสสั่งซื้อสินค้า โปรเซสส่งผลิตสินค้า และโปรเซสแสดงรายงาน ส่วนของข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับระบบซึ่งทำให้ได้เพิ่มข้อมูล ดังนี้ 1) เพิ่มข้อมูลลูกค้า 2) เพิ่มข้อมูลสินค้า 3) เพิ่มข้อมูลประเภทสินค้า 4) เพิ่มข้อมูลการสั่งซื้อสินค้า 5) เพิ่มข้อมูลรายละเอียดการสั่งซื้อสินค้า 6) เพิ่มข้อมูลการส่งผลิตสินค้า

จากเพิ่มข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์แผนภาพแสดงการไหลของข้อมูล สามารถแสดงความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลเหล่านี้ได้โดยการออกแบบแผนภาพแสดงความสัมพันธ์ของข้อมูล (Entity Relationship Diagram) ดังแสดงใน Figure 3.

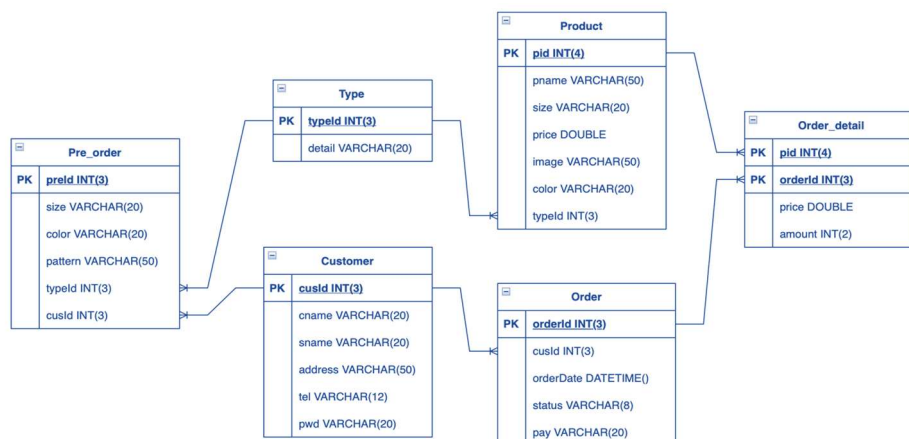


Figure 3. Entity Relationship Diagram of an Information System for Promoting Native Fabrics Marketing

ผลจากการพัฒนาระบบซึ่งเป็นการพัฒนาระบบสารสนเทศที่การทำงานในรูปแบบของเว็บแอปพลิเคชัน โดยมีการแบ่งกลุ่มผู้ใช้งานเป็น 2 กลุ่ม คือ ลูกค้า และผู้ดูแลระบบ ความสามารถในการทำงานของระบบในส่วนลูกค้า ได้แก่ การสมัครสมาชิก การค้นหาและเรียกดูข้อมูลสินค้า การสั่งซื้อสินค้าสินค้า การสั่งผลิตสินค้าในกรณีที่ลูกค้าต้องการสั่งผลิตผ้าทอที่มีสี และลวดลาย ตามขนาดและจำนวนที่ต้องการโดยเฉพาะ ดังแสดงใน Figure 4.

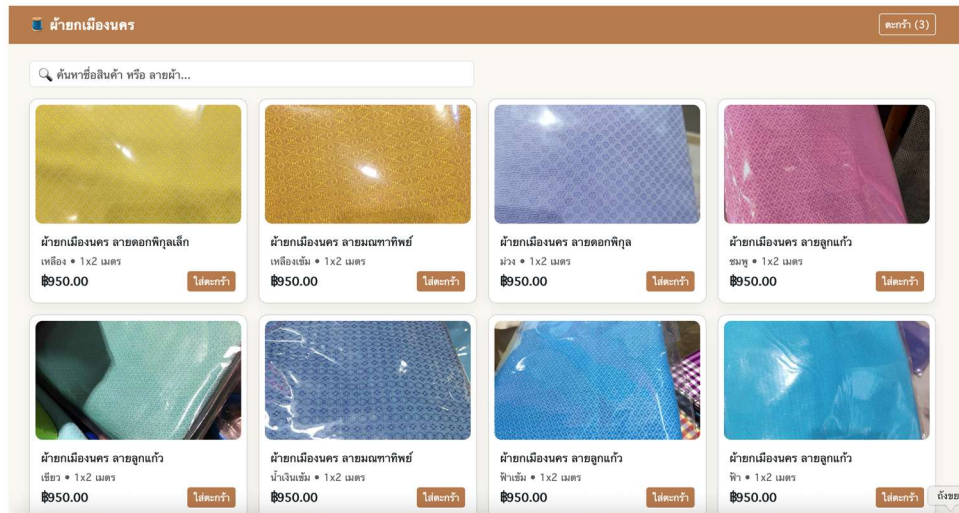


Figure 4. Product Information of Native Fabric Products

A screenshot of a web application titled 'สั่งผลิตผ้าพื้นเมือง' (Order Native Fabric Production). The form is titled 'แบบฟอร์มสั่งผลิตผ้า' (Fabric Production Form). It contains several input fields: 'ชื่อ-นามสกุลลูกค้า' (Customer Name-Surname) with the example 'เช่น นางสาวสมศรี ใจดี', 'เบอร์โทรศัพท์' (Phone Number) with the example '0xxxxxxxx', 'ประเภทสินค้า' (Product Type) with a dropdown menu showing 'ผ้ายก', 'ขนาดสินค้า' (Product Size) with a dropdown menu showing '1x2 เมตร', 'สีผ้าที่ต้องการ' (Desired Fabric Color) with a dropdown menu showing 'เหลืองทอง', 'ลายผ้าที่ต้องการ' (Desired Fabric Pattern) with a dropdown menu showing 'ลายดอกพิกุล', 'ประเภทผ้า' (Fabric Type) with a dropdown menu showing 'ผ้ายกเมืองนคร', and a text area for 'รายละเอียดเพิ่มเติม (ถ้ามี)' (Additional Details (if any)) with the example 'เช่น ต้องการลายละเอียดทอง, เพิ่มขอบลายโบราณ'. A 'ส่งผลิต' (Send Production) button is at the bottom.

Figure 5. Ordering Production of Native Fabrics

การทำงานของระบบในส่วนของผู้ดูแลระบบ ได้แก่ การจัดการข้อมูลลูกค้า การจัดการข้อมูลสินค้า การตรวจสอบรายการสั่งซื้อสินค้า การตรวจสอบรายการสั่งผลิตสินค้า ดังแสดงใน Figure 6. และ Figure 7.

จัดการข้อมูลผ้ายกเมืองนคร							+ เพิ่มสินค้า
ค้นหาชื่อผ้ายกเมืองนคร...							
รูปผ้า	ชื่อผ้า	ขนาด	สี	ราคา (บาท)	ประเภทผ้า	จัดการ	
	ผ้ายกเมืองนคร ลายดอกพิกุลเล็ก	1x2 เมตร	เหลือง	950.00	ผ้ายกเมืองนคร	แก้ไข ลบ	
	ผ้ายกเมืองนคร ลายมณฑาทิพย์	1x2 เมตร	เหลืองเข้ม	950.00	ผ้ายกเมืองนคร	แก้ไข ลบ	
	ผ้ายกเมืองนคร ลายดอกพิกุล	1x2 เมตร	ม่วง	950.00	ผ้ายกเมืองนคร	แก้ไข ลบ	
	ผ้ายกเมืองนคร ลายลูกแก้ว	1x2 เมตร	ชมพู	950.00	ผ้ายกเมืองนคร	แก้ไข ลบ	
	เสื้อเชิ้ตผ้าไหม คอปก	1x2 เมตร	เขียว	1200.00	ผ้ายกเมืองนคร	แก้ไข ลบ	

Figure 6. Product Data Management

จัดการคำสั่งซื้อ					
รายการคำสั่งซื้อทั้งหมด					
รหัสคำสั่งซื้อ	ชื่อลูกค้า	ยอดรวม	สถานะ	วันที่สั่งซื้อ	จัดการ
ORD1000	ณัฐพล จิรโชติ	4,616 ฿	รอชำระเงิน	7 พ.ย. 2568	สถานะ พิมพ์
ORD1001	อภิชาติ รุ่งเรืองกิจ	4,640 ฿	รอชำระเงิน	7 พ.ย. 2568	สถานะ พิมพ์
ORD1002	กิตติภพ อัครเมธี	6,092 ฿	รอชำระเงิน	7 พ.ย. 2568	สถานะ พิมพ์
ORD1003	อลิสสา ศิริวัฒนกุล	3,128 ฿	รอชำระเงิน	7 พ.ย. 2568	สถานะ พิมพ์
ORD1004	พิมพ์ชนก ธนบัณฑิต	8,456 ฿	รอชำระเงิน	7 พ.ย. 2568	สถานะ พิมพ์
ORD1005	วิศรา พรหมประเสริฐ	4,803 ฿	จัดส่งแล้ว	7 พ.ย. 2568	สถานะ พิมพ์
ORD1006	ลลิตา แสงสุวรรณ	3,698 ฿	ชำระแล้ว	7 พ.ย. 2568	สถานะ พิมพ์

© 2025 ผ้ายกเมืองนคร

Figure 7. Product Order List

6.2 ผลการประเมินความพึงพอใจจากการใช้งานระบบสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการตลาดผ้าทอพื้นเมือง อำเภอชะอวด จังหวัดนครศรีธรรมราช

ผลการประเมินความพึงพอใจจากการใช้งานระบบสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการตลาดผ้าทอพื้นเมือง อำเภอชะอวด จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยใช้แบบสอบถามความพึงพอใจจากผู้ใช้งาน ซึ่งแบ่งเป็นกลุ่มลูกค้าทั่วไปผู้สนใจผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมือง จำนวน 20 คน และผู้ประกอบการกลุ่มทอผ้าพื้นเมือง จำนวน 5 คน โดยมีการสอบถามความพึงพอใจ 2 ด้าน คือ ด้านการใช้งาน (Usability) และด้านการออกแบบ (Design) ผลการประเมินแสดงดัง Table 1. และ Table 2.

จาก Table 1. พบว่า ระดับความพึงพอใจการใช้งานระบบสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการตลาดผ้าทอพื้นเมือง อำเภอชะอวด จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านการใช้งาน (Usability) ในภาพรวม อยู่ในระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.72 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.45 เมื่อพิจารณาในแต่ละประเด็นพบว่า ในประเด็นของระบบรองรับการใช้งานผ่านอุปกรณ์ต่าง ๆ ได้ดี อยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.80 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.41

Table 1. Results of the Evaluation of Satisfaction with System Usability

Evaluation Item	Satisfaction Level		
	$\bar{x}$	s.d.	Level
The system is easy to use and not complicated.	4.60	0.50	Very Good
The menus and commands are clear and easy to understand.	4.75	0.44	Very Good
Searching for information in the system is convenient.	4.70	0.47	Very Good
The system supports usage through various devices well.	4.80	0.41	Very Good
The system provides useful instructions or user guides.	4.75	0.44	Very Good
Total	4.72	0.45	Very Good

Table 2. Results of the Evaluation of Satisfaction with System Design

Evaluation Item	Satisfaction Level		
	$\bar{x}$	s.d.	Level
Clarity of text, characters and icons used in the system.	4.65	0.49	Very Good
The system display format is beautiful and appropriate.	4.7	0.47	Very Good
The colors and graphics in the system are harmonious and attractive.	4.6	0.5	Very Good
Content layout and elements are easy to read.	4.75	0.44	Very Good
Product images are sharp and show clear details.	4.7	0.47	Very Good
Total	4.68	0.47	Very Good

จาก Table 2. พบว่า ระดับความพึงพอใจการใช้งานระบบสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการตลาดผ้าทอพื้นเมือง อำเภอชะอวด จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านการออกแบบ (Design) ในภาพรวม อยู่ในระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.68 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.47 เมื่อพิจารณาในแต่ละประเด็นพบว่า ในประเด็นของการจัดวางเนื้อหาและองค์ประกอบต่าง ๆ อ่านง่าย อยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.75 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.44

6.3 ผลการประเมินประสิทธิภาพของระบบสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการตลาดผ้าทอพื้นเมือง อำเภอชะอวด จังหวัดนครศรีธรรมราช

ดำเนินการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ จำนวน 3 คน ผลการประเมินแสดงดัง Table 3.

Table 3. The Results of the System Performance Evaluation

Evaluation Item	Satisfaction Level		
	$\bar{x}$	s.d.	Level
The system works quickly without any delays.	4.33	0.58	Very Good
The system is stable, does not hang or have frequent errors.	4.67	0.58	Very Good
The system displays product information completely and correctly.	5.00	0.00	Very Good
Ordering or contacting through the system is convenient.	4.67	0.58	Very Good
The system helps increase opportunities to access native fabric products.	4.33	0.58	Very Good
Total	4.60	0.46	Very Good

จาก Table 3. พบว่า ผลการประเมินประสิทธิภาพของระบบสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการตลาดผ้าทอพื้นเมือง อำเภอชะอวด จังหวัดนครศรีธรรมราช ในภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.46 เมื่อพิจารณาในแต่ละประเด็นพบว่า ในประเด็นของระบบสามารถแสดงข้อมูลสินค้าได้ครบถ้วนและถูกต้องอยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.00

7. สรุปผลการวิจัย (Conclusion)

ผลการดำเนินงานวิจัยสามารถสรุปผลได้ดังนี้

1. ผลการวิจัยทำให้ได้ระบบสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการตลาดผ้าทอพื้นเมือง อำเภอชะอวด จังหวัดนครศรีธรรมราช สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ข้อ 1 ซึ่งสามารถช่วยประชาสัมพันธ์ และเป็นช่องทางในการจำหน่ายสินค้าผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองผ่านทางเว็บไซต์

2. ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ข้อ 2 พบว่า ผู้ใช้มีความพึงพอใจในระดับดีมากทุกด้าน โดยผลการประเมินความพึงพอใจด้านการใช้งาน (Usability) อยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.72$, s.d. = 0.45) ในประเด็นเกี่ยวกับระบบรองรับการใช้งานผ่านอุปกรณ์ต่าง ๆ ได้ดี มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด และด้านการออกแบบ (Design) อยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.68$, s.d. = 0.47) ในประเด็นการจัดวางเนื้อหาและองค์ประกอบต่าง ๆ อ่านง่าย ไม่รกสายตา มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด

3. ผลการประเมินประสิทธิภาพระบบโดยผู้เชี่ยวชาญ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ข้อ 3 พบว่าประสิทธิภาพของระบบอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.60$, s.d. = 0.46) ในประเด็นระบบสามารถแสดงข้อมูลสินค้าได้ครบถ้วนและถูกต้อง มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด

8. อภิปรายผลการวิจัย (Discussion)

ผลการวิจัยพบว่าระบบสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการตลาดผ้าทอพื้นเมือง อำเภอชะอวด จังหวัดนครศรีธรรมราช ที่พัฒนาขึ้นมีประสิทธิภาพและได้รับความพึงพอใจในระดับดีมากทุกด้าน แสดงให้เห็นว่า ระบบมีโครงสร้างการทำงานที่ชัดเจน เมนูเข้าใจง่าย และรองรับการใช้งานบนอุปกรณ์หลากหลาย ซึ่งสอดคล้องกับหลัก Usability Heuristics ของ Nielsen (1993) ที่กล่าวว่าระบบที่มีความสอดคล้องกัน (Consistency) เรียนรู้ได้ง่าย (Learn Ability) และมีการนำทางที่ดี จะช่วยให้ผู้ใช้สามารถโต้ตอบกับระบบได้อย่างสะดวกและเกิดความพึงพอใจสูง และผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานของ Chongchaisit & Deesutti (2021) ที่พบว่าเว็บไซต์ส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP ที่มีโครงสร้างเมนูเข้าใจง่ายและเข้าถึงข้อมูลได้รวดเร็ว ช่วยเพิ่มระดับความพึงพอใจของผู้ใช้ในระดับดีมากเช่นกัน

ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ในด้านประสิทธิภาพ แสดงให้เห็นว่า ระบบสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการตลาดผ้าทอพื้นเมือง อำเภอชะอวด จังหวัดนครศรีธรรมราช ที่พัฒนาขึ้นในงานวิจัยนี้ทำงานได้รวดเร็ว แสดงข้อมูลสินค้าครบถ้วน และช่วยเพิ่มโอกาสเข้าถึงผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมือง ซึ่งอธิบายได้โดยหลักการของ DeLone & McLean (2003) ซึ่งชี้ว่าคุณภาพระบบ (System Quality) และคุณภาพข้อมูล (Information Quality) มีผลอย่างมากต่อความพึงพอใจผู้ใช้งานโดยตรง และผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานของ Phungngam (2023) ซึ่งพบว่าเว็บไซต์ส่งเสริมผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่มีประสิทธิภาพสูงช่วยเพิ่มความเชื่อมั่นและความพึงพอใจในการใช้งานอย่างชัดเจน ในส่วนของการออกแบบระบบที่มีการใช้สีและกราฟิกที่เหมาะสม และจัดวางเนื้อหาอ่านง่าย ทำให้ผลประเมินความพึงพอใจด้านการออกแบบอยู่ในระดับดีมาก ซึ่งอธิบายได้ด้วยแนวคิด Aesthetic-Usability Effect ของ Norman (2004) ที่ระบุว่า ผู้ใช้จะรู้สึกว่าการใช้งานง่ายและมีคุณภาพมากขึ้น หากมีการออกแบบที่สวยงาม และน่าสนใจ นอกจากนี้ การออกแบบที่แสดงเอกลักษณ์ของผ้าทอพื้นเมืองอย่างเหมาะสมช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือ สอดคล้องกับงานของ Cyr (2013) ที่พบว่าองค์ประกอบทางภาพ เช่น สี ภาพสินค้า และความกลมกลืนของหน้าจอ มีผลโดยตรงต่อความไว้วางใจและความพึงพอใจของผู้ใช้เว็บไซต์ด้านการนำเสนอสินค้า

9. องค์ความรู้จากงานวิจัย (Contributions)

1. องค์ความรู้เชิงทฤษฎี เป็นการนำทฤษฎีเกี่ยวกับวงจรการพัฒนาระบบสารสนเทศ (Software Development Life Cycle : SDLC) มาประยุกต์ใช้เพื่อแก้ปัญหาในการเพิ่มช่องทางการตลาดแก่สินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชน

2. องค์ความรู้เชิงปฏิบัติ เนื่องจากสินค้าผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมือง เป็นสินค้าที่คุณลักษณะเฉพาะ ทั้งขนาด สี สัน และลวดลาย ซึ่งทำให้เกิดความต้องการที่แตกต่างจากการจำหน่ายสินค้าทั่วไป จากปัญหาดังกล่าวทำให้ระบบสารสนเทศที่ได้จากการวิจัยมีการออกแบบโมดูลสั่งผลิตสินค้าที่มีขนาด สี ลวดลายตามความต้องการ ซึ่งสามารถนำไปเป็นต้นแบบสำหรับการจำหน่ายสินค้าหัตถกรรมอื่นๆ ซึ่งมีการผลิตที่มีความเฉพาะเจาะจง

10. ข้อเสนอแนะงานวิจัย (Recommendation)

1. เพิ่มความสะดวกในการชำระเงินค่าสินค้าโดยใช้การเชื่อมต่อบริษัทเข้ากับแอปพลิเคชันของธนาคารโดยตรง เนื่องจากระบบสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการตลาดผ้าทอพื้นเมืองที่พัฒนาขึ้นนี้ ยังใช้การโอนเงินภายหลังการสั่งซื้อ และลูกค้าต้องทำรายการแจ้งโอนเงิน ซึ่งทำให้กระบวนการสั่งซื้อสินค้าไม่แล้วเสร็จในระบบเดียว และผู้ผลิตสินค้าต้องทำการตรวจสอบยอดการชำระเงินด้วยตนเอง

2. เพื่อให้การใช้งานระบบเข้าถึงได้ง่ายยิ่งขึ้น อาจนำระบบที่ได้ไปพัฒนาต่อในรูปแบบของแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือโดยเฉพาะในส่วนหน้าร้าน (Front End) เนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่จะใช้งานโทรศัพท์มือถือในการเข้าระบบ ซึ่งการพัฒนาในรูปแบบแอปพลิเคชันจะทำให้ได้รูปแบบการแสดงผลที่เหมาะสมกับโทรศัพท์มือถือมากยิ่งขึ้น

11. การเปิดเผยการใช้ปัญญาประดิษฐ์เชิงสร้างสรรค์ (Declaration of Generative AI)

งานวิจัยนี้ใช้เครื่องมือปัญญาประดิษฐ์ (ChatGPT) ช่วยในการทบทวนวรรณกรรม ตรวจสอบความถูกต้อง และเรียบเรียงการใช้ภาษา โดยไม่มีการนำไปใช้ในการออกแบบ และสร้างผลการวิจัยแต่อย่างใด

12. การแสดงบทบาทผู้เขียน (CRediT Author Statement)

Visalak Khunthanarungrot: Conceptualization, Methodology, Data Curation, Validation, Investigation, Formal Analysis, Writing - Original Draft, Writing - Review & Editing.

Chariya Nonthakarn: Conceptualization, Methodology, Data Curation, Validation, Writing - Original Draft, Writing - Review & Editing.

Saranpong Nooyimsai: Conceptualization, Methodology, Data Curation, Validation, Resources.

Kornsirinat Rotjanawan: Conceptualization, Methodology, Data Curation, Validation.

All authors read and approved the final manuscript.

13. เอกสารอ้างอิง (References)

- Chaffey, D., & Smith, P. R. (2017). *Digital Marketing Excellence: Planning, Optimizing and Integrating Online Marketing* (6th ed.). Routledge.
- Chongchaisit, N., & Deesutti, W. (2021). The Development of Website to Promote the OTOP Products of Amphoe Pha Khao, Loei Province. *Research and Development Journal Loei Rajabhat University*, 16(57), 100-109. (In Thai)
- Cohen, L., Manion, L., & Morrison, K. (2018). *Research Methods in Education* (8th ed.). Routledge.
- Cyr, D. (2013). Website Design, Trust and Culture: An Eight Country Investigation. *Electronic Commerce Research and Applications*, 12(6), 373-385. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2013.03.007>
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340. <https://doi.org/10.2307/249008>
- DeLone, W. H., & McLean, E. R. (2003). The DeLone and McLean Model of Information Systems Success: A Ten-Year Update. *Journal of Management Information Systems*, 19(4), 9-30. <https://doi.org/10.1080/07421222.2003.11045748>

- Dennis, A., Wixom, B. H., & Tegarden, D. (2020). *Systems Analysis and Design: An Object-Oriented Approach with UML* (6th ed.). Wiley.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2020). *Management Information Systems: Managing the Digital Firm* (16th ed.). Pearson.
- Lemon, K. N., & Verhoef, P. C. (2016). Understanding Customer Experience Throughout the Customer Journey. *Journal of Marketing*, 80(6), 69-96. <https://doi.org/10.1509/jm.15.0420>
- Likert, R. (1932). A Technique for the Measurement of Attitudes. *Archives of Psychology*, 22(140), 1-55.
- Nielsen, J. (1993). *Usability Engineering*. Academic Press.
- Norman, D. A. (2004). *Emotional Design: Why We Love (or Hate) Everyday Things*. Basic Books.
- Phungngam, P. (2023). Website Development to Promote Local Products Mahasorn Wicker Weaving Group Community Enterprise Ban Mee District Lopburi Province. *Sripatum Chonburi Interdisciplinary Journal*, 9(3), 167-186. (In Thai)
- Sommerville, I. (2015). *Software Engineering* (10th ed.). Pearson.
- Turban, E., Outland, J., King, D., Lee, J. K., Liang, T.-P., & Turban, D. C. (2018). *Electronic Commerce 2018: A Managerial and Social Networks Perspective*. Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-58715-8>
- Yousukkee, S. (2025). The Development of a Digital Platform to Promote the Marketing of the Cultural and Local Wisdom Products in Phra Nakhon Si Ayutthaya Province. *Journal of Management Science Pibulsongkram Rajabhat University*, 7(3), 155-178. (In Thai)