

ชื่อรายงานการวิจัย	: การสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP ยกระดับสู่ SMEs เพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันโดยพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) ก้าวสู่ประชาคมอาเซียน
ชื่อคณะผู้วิจัย	: อาจารย์ ดร. ชนมภักดิ์ โตรระสะ : ผศ.ดร.วิทยา เมฆขำ : อาจารย์ ดร.ณิชานันท์ เสริมศรี : ว่าที่ร้อยตรีวศิน แฝงเมือง : อาจารย์สุรพงศ์ อินทรภักดิ์ : อาจารย์ชญัญชิตา ยุกศิริรัตน์
ปีที่ทำการวิจัย	: 2560

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP วิเคราะห์การส่งเสริมจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องพร้อมทั้งประยุกต์ใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อการเพิ่มศักยภาพการแข่งขันทางการตลาดของกลุ่มพื้นที่บ้านที่ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ผลิตขนมทองม้วนและข้าวแช่ชาววังของชุมชนตลาดท่าทาง ต.ท่าทาง อ.ท่าทาง จ.เพชรบุรี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการเก็บข้อมูล จำนวน 165 ราย เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถาม และพัฒนาเว็บไซต์ สถิติที่ใช้แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ใช้วิธีหาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และสรุปเป็นความเรียง และพัฒนาต้นแบบเว็บไซต์ ผลการวิจัยพบว่า

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าคะแนนเฉลี่ย 4.08 ด้านราคาพบว่า โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าคะแนนเฉลี่ย 4.29 ด้านการจัดจำหน่ายพบว่า โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าคะแนนเฉลี่ย 4.34 ด้านการส่งเสริมการตลาดพบว่า โดยภาพรวม อยู่ในระดับมากมีค่าคะแนนเฉลี่ย 4.48 ด้านการส่งเสริมจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องพบว่า โดยภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าคะแนนเฉลี่ย 2.51 และด้านการส่งเสริมให้ความรู้เรื่องทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมพบว่า โดยภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าคะแนนเฉลี่ย 2.57 การออกแบบระบบฐานข้อมูลและจัดทำฐานข้อมูล พบว่า ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจต่อการใช้งานระบบการใช้งานบริการเว็บไซต์ของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านเนื้อหาและการจัดเก็บข้อมูล ในภาพรวมพบว่า อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.55 ในด้านการจัดรูปแบบของเว็บไซต์ ในภาพรวมพบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.49 ในด้านประโยชน์และการนำไปใช้ในภาพรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.31