

บทที่ 5

บทสรุปงานวิจัย

บทที่ 4 เป็นการนำเสนอผลการศึกษาศึกษาการวิเคราะห์แนวคิดที่มีผลต่อการออกแบบเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านการศึกษาวิเคราะห์แนวคิดบนเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยและต่างประเทศ รวมถึงการนำเสนอข้อมูลผ่านการสัมภาษณ์นักออกแบบเว็บไซต์และผู้ใช้อินเทอร์เน็ต ในบทที่ 5 เป็นการนำเสนอบทสรุปงานวิจัย โดยประกอบด้วยการนำเสนอ 4 ส่วน ดังนี้

- 5.1 อภิปรายผลการศึกษา
- 5.2 บทสรุปงานวิจัย
- 5.3 การค้นพบสิ่งใหม่สู่สิ่งที่ได้จากงานวิจัย และสิ่งที่ได้จากงานวิจัยสู่การค้นพบตนเอง
- 5.4 ข้อเสนอแนะ

5.1 อภิปรายผลการศึกษา

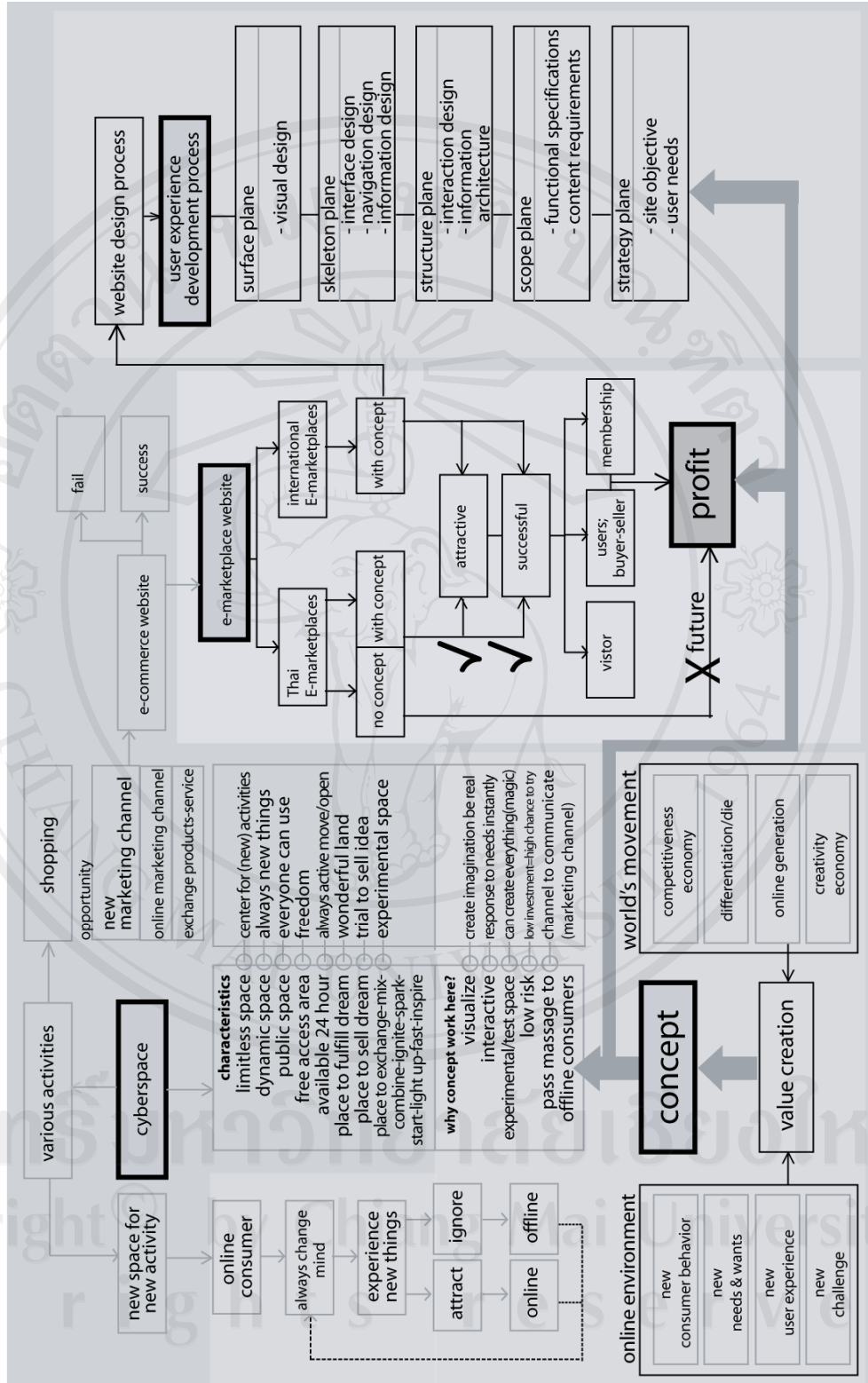
ผลการศึกษาการวิเคราะห์แนวคิดในเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยและต่างประเทศพบว่ายังไม่มีเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยเว็บไซต์ใดที่มุ่งเน้นการขายสินค้าอย่างแท้จริง เนื่องจากทุกเว็บไซต์ยังมุ่งเน้นการขายพื้นที่เพื่อการโฆษณาเป็นหลักมากกว่าเน้นจุดประสงค์การสร้างเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์เพื่อการขายสินค้า โดยเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยดังกล่าวให้ความสำคัญกับกิจกรรมการซื้อขายสินค้าเป็นอันดับรองลงไป โดยสอดคล้องกับผลการศึกษาของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในไทยที่ได้รับประสบการณ์เชิงลบในการเข้าสำรวจเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยในด้านสินค้า ด้านการตอบสนองความต้องการการซื้อสินค้า ด้านสินค้า และด้านการนำเสนอโฆษณา ดังนั้นเห็นได้ว่าจากข้อมูลดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงการมีพื้นที่ว่าง (Space) สำหรับการเข้ายึดครองการสร้างพื้นที่ในสมองของผู้บริโภคในการเป็นเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ในไทยแห่งแรกที่เกิดขึ้นซึ่งสามารถสร้างให้เกิดความนิยมและเป็นที่จดจำได้ง่ายเนื่องจากยังไม่มีเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ใดที่อ้างว่าเป็นเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ที่มุ่งเน้นกิจกรรมการซื้อขายสินค้าอย่างแท้จริง จึงเป็นโอกาสของผู้ประกอบการไทยที่จะสร้างเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ให้แก่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในไทย โดยสอดคล้องกับแนวคิดการสร้างแบรนด์บนโลกไซเบอร์สเปซของอัล ริสและลอรา ริส (2544) ในภูมิปัญญาหนึ่งเดียวซึ่งผู้นำรายแรกในสินค้าที่สร้างขึ้นใหม่เท่านั้นจะสามารถครองตลาดอยู่ได้และสอดคล้องกับกฎแห่งการเลือกอย่างใดอย่างหนึ่ง โดยการเลือกเป็นช่องทางการหารายได้มากกว่าการเป็นช่องทางเพื่อการสื่อสารผ่านการขายพื้นที่โฆษณา

ภาพความสำเร็จของเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ต่างประเทศที่รู้จักคือดอตคอมและอีเอสซีดอตคอม มีความเป็นไปได้อย่างมากที่เว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยมีการเปลี่ยนแปลงให้เกิดเป็นรูปแบบดังกล่าว จากการขับเคลื่อนแนวคิดที่โดดเด่นเป็นส่วนผลักดันให้เกิดรูปแบบเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ที่น่าสนใจและประสบความสำเร็จในเมืองไทยได้เช่นกัน ดังนั้นการเปลี่ยนรูปแบบแนวคิดเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยควรปรับเปลี่ยนเป็นรูปแบบที่มีความสร้างสรรค์มากกว่าการยึดกับรูปแบบที่ล้าหลังและไม่มีแนวคิดที่น่าสนใจในการนำเสนอ

ดังนั้นหารูปแบบเว็บไซต์ไทยมีความหลากหลายตามแนวคิดแล้ว นอกจากเป็นส่วนผลักดันให้เกิดความน่าสนใจแก่ผู้ใช้ดังเช่นการนำเสนอผลการศึกษาก่อนหน้านี้ที่ผู้สัมภาษณ์ต่างเห็นด้วยกับการให้ความสำคัญกับการออกแบบและสินค้าที่นำมาจำหน่าย ดังนั้นก่อนที่จะทำให้ทั้งสองประเด็นนี้เป็นสิ่งที่น่าสนใจขึ้นมาได้ต้องมีแนวคิดนำ จึงทำให้การออกแบบเว็บไซต์มีความสอดคล้องและทำให้สินค้าน่าสนใจซื้อ จากมุมมองของผู้วิจัยเห็นว่านักออกแบบเป็นผู้ที่มีทักษะในการออกแบบเป็นอย่างดี เห็นปัญหาและโอกาสแต่ไม่สามารถรับความเสี่ยงทางธุรกิจได้ แต่ผู้ประกอบการเป็นผู้ที่มีทักษะด้านธุรกิจแต่กลับไม่เข้าใจระบบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อย่างท่องแท้จึงไม่สามารถนำเสนอรูปแบบเว็บไซต์ที่ประสบความสำเร็จได้และยังทำให้นักออกแบบเว็บไซต์ขาดโอกาสในการเพิ่มทักษะในการออกแบบและความคิดสร้างสรรค์อีกด้วย ในทางตรงกันข้ามหากผู้ประกอบการมีความรู้เข้าใจระบบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และเห็นช่องทางธุรกิจบนเว็บมีการนำเสนอแนวคิดและมุมมองที่ต้องการอย่างชัดเจนและสื่อสารแก่นักออกแบบให้เข้าใจ นักออกแบบเพียงเติมความต้องการเหล่านั้นด้วยทักษะความสามารถที่มีหรือหากเป็นส่วนที่ไม่เคยทำก็จะสามารถขยายความรู้ความสามารถในการค้นคว้าเพิ่มเติมและออกแบบให้ตรงกับแนวคิดดังกล่าว โดยเกิดประโยชน์แก่ทั้งผู้ประกอบการที่มีรูปแบบเว็บไซต์ที่น่าดึงดูดใจแก่ผู้ใช้และยังประโยชน์ให้เกิดแก่นักออกแบบเว็บไซต์ที่ได้พัฒนาทักษะความรู้ความสามารถของตน

การอภิปรายผลการศึกษานี้เบื้องต้นทำให้เห็นความเชื่อมโยงกับผลการศึกษาในบทที่ 4 กับแนวคิดในบททบทวนวรรณกรรมผ่านการอภิปรายผลตามภาพ 5.1 โดยเป็นภาพสรุปแนวคิดผลการศึกษานี้

Research: An Analysis of Concept in Designing Electronic Marketplace Website



ภาพ 5.1 กรอบแนวคิด

จากการเห็นโอกาสที่ยังไม่มีเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยใดที่มีแนวคิดชัดเจน และมีวัตถุประสงค์เพื่อการขายสินค้าโดยตรง ดังนั้นรูปแบบเว็บไซต์ที่จะเกิดขึ้นสามารถประสบความสำเร็จได้โดยการมีแนวคิดในการสร้างเว็บไซต์ที่โดดเด่นและแตกต่างผ่านการสร้างแนวคิดในรูปแบบเฉพาะบุคคล (Customization) สอดคล้องกับการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคบนโลกไซเบอร์ สเตป (Rayport and Jaworski, 2004) จึงจำเป็นต้องสร้างประสบการณ์รูปแบบเฉพาะให้แก่ผู้ใช้งาน เพื่อให้เกิดการตอบสนองต่อรูปแบบพฤติกรรมที่เปลี่ยนไปตามความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี

รูปแบบแนวคิดเฉพาะบุคคลนี้ประสบความสำเร็จได้ผ่านการใช้นวัตกรรมรับรู้ความต้องการและการตอบสนองความต้องการ (Sense and Response) และนำแนวคิดนี้เป็นแกนหลักของการทำการตลาดอินเทอร์เน็ต (Mohammed *et al.*, 2004) โดยกระบวนการนี้ทำให้เห็นขั้นตอนการดำเนินกิจกรรมทางการตลาด และฝ่ายนักออกแบบนำแนวคิดดังกล่าวนี้เข้าสู่กระบวนการออกแบบเว็บไซต์ (Website Design Process) ผ่านการใช้นวัตกรรมประสบการณ์ผู้ใช้ของกาเร็ต (User Experience) เพื่อให้ได้เว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยที่มีแนวคิดในการนำเสนอชัดเจนและตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายแบบเฉพาะเจาะจงเพื่อให้เกิดการตอบสนองต่อความต้องการและนำมาซึ่งผลกำไรในที่สุด จากการมีแนวคิดที่ชัดเจนและรูปแบบแนวคิดที่หลากหลายประเด็นนี้มีส่วนในการผลักดันให้เกิดการพัฒนาองค์ความรู้ ทักษะการออกแบบและพัฒนาบุคลากรในสาขาที่เกี่ยวข้องให้พัฒนาความสามารถเพื่อรองรับรูปแบบแนวคิดที่หลากหลายและซับซ้อนที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต

ดังนั้น เห็นได้ว่าแนวคิดเป็นเบื้องหลังของการทำงานการออกแบบเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ทั้งระบบ แนวคิดไม่เพียงแต่เป็นส่วนที่สามารถสนองตอบต่อความต้องการเฉพาะบุคคลเท่านั้น การมีแนวคิดยังเป็นส่วนช่วยการดำเนินกิจกรรมการตลาดอินเทอร์เน็ตและเป็นส่วนสำคัญของจุดเริ่มต้นในการออกแบบเว็บไซต์ให้มีประสิทธิภาพการใช้งานสูงสุด

5.2 บทสรุปงานวิจัย

พื้นที่โลกไซเบอร์สเตปจัดเป็นพื้นที่ว่างแห่งใหม่ของผู้นยุคออนไลน์ กิจกรรมที่เกิดขึ้นบนโลกจริงได้เปลี่ยนถ่าย ย้าย โอนข้อมูลแปลงเป็นภาพและเสียงผ่านการแสดงผลบนหน้าจอคอมพิวเตอร์ด้วยการเชื่อมโยงจากระบบอินเทอร์เน็ต หลายกิจกรรมที่เกิดขึ้นก่อให้เกิดปฏิสัมพันธ์รูปแบบใหม่ที่เชื่อมโยงผู้คนต่างพื้นที่ให้มีกิจกรรมร่วมกันได้ การแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการเป็นอีกกิจกรรมหนึ่งที่ถูกสร้างขึ้นบนโลกไซเบอร์สเตปเช่นกัน ลักษณะพิเศษหลายประการที่สร้างขึ้นไม่ได้บนโลกจริง ทำให้พื้นที่โลกเสมือนมีข้อได้เปรียบกว่าด้วยการเสนอข้อมูลที่รวดเร็ว การเปลี่ยนข้อมูลอย่างฉับไว และมีรูปแบบไม่จำกัดขึ้นอยู่กับตอบสนองของผู้รับ คุณสมบัติที่เป็นเอกลักษณ์ของโลกไซเบอร์สเตปเอื้อประโยชน์ให้รูปแบบการค้าบนโลกอินเทอร์เน็ตมีการ

เปลี่ยนแปลงไปเช่นกัน สิ่งนี้จึงเป็นทั้งโอกาสและอุปสรรคของผู้ประกอบการที่พยายามเข้าไปถึงผู้บริโภคและความสามารถในการตอบสนองความต้องการที่หลากหลายให้ตรงที่สุดผ่านการรูปแบบเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ที่เป็นศูนย์กลางการพบปะของผู้ซื้อและขายสินค้าได้ แลกเปลี่ยนสินค้าและบริการ โดยในปัจจุบันมีทั้งเว็บไซต์ที่ประสบความสำเร็จและล้มเหลว โดยขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย ในงานวิจัยนี้ให้ความสำคัญกับการออกแบบเว็บไซต์ซึ่งถือเป็นส่วนแรกที่ใช้ อินเทอร์เน็ตได้ใช้งานเพื่อดำเนินกิจกรรมการซื้อขายสินค้า จากการสังเกตของผู้วิจัยพบว่าเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยและต่างประเทศมีความแตกต่างกันในหลายประเด็น เช่น การออกแบบหน้าตาเว็บไซต์ ความสวยงามของภาพสินค้า ประเภทสินค้า การจัดหมวดหมู่และประเภทสินค้า การจัดองค์ประกอบในหน้าเว็บไซต์ การวางผังเว็บไซต์ รวมไปถึงความหลากหลายของแนวคิดที่แปลกใหม่และน่าสนใจ ฯลฯ โดยมีหลายประเด็นที่เว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทย ควรมีการปรับปรุง ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาหาสาเหตุของการที่เว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยยังไม่น่าสนใจเท่าที่ควร หากเปรียบเทียบกับเว็บไซต์ต่างประเทศเมื่อเห็นสินค้าแล้วต้องการซื้อสินค้าทันที แต่เมื่อเข้าชมเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยต้องการปิดหน้าเว็บไซต์ทันทีเช่นกัน เนื่องจากองค์ประกอบโดยรวมของเว็บไซต์ไม่น่าดึงดูดให้ซื้อ การค้นหาสินค้ามีความยุ่งยาก และในเว็บไซต์มุ่งเน้นการขายพื้นที่โฆษณา มากกว่าการขายสินค้า จึงทำให้ผู้วิจัยต้องการศึกษาประเด็นดังกล่าวเพื่อรองรับการขยายตัวการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคตให้มีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้นและสามารถแข่งขันกับต่างประเทศได้ และเมื่อเปรียบเทียบรูปแบบเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยกับต่างประเทศ ทำให้ผู้วิจัยค้นพบว่าประเด็นหนึ่งที่น่าจะเป็นสาเหตุให้เว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยยังไม่ได้รับความนิยมเท่าที่ควรคือการที่เว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยยังไม่มีแนวคิดการนำเสนอขายสินค้าที่ชัดเจนจึงส่งผลต่อการออกแบบไม่ดึงดูดให้ซื้อสินค้า ดังนั้นในงานวิจัยนี้จึงมุ่งเน้นการวิเคราะห์ความสำคัญของแนวคิดที่มีผลต่อการออกแบบเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสำคัญ

ในบทที่ 2 ผู้วิจัยได้ค้นคว้าและศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์ในประเด็นดังกล่าว โดยแบ่งออกได้เป็น 4 ส่วนดังนี้

1. โลกไซเบอร์สเปซ-พื้นที่ใหม่สำหรับกิจกรรมใหม่ เป็นการทำความเข้าใจพื้นที่ดังกล่าวว่าสามารถเอื้อประโยชน์ต่อการเกิดรูปแบบกิจกรรมที่สร้างสรรค์ โดยสามารถตอบสนองต่อพฤติกรรมผู้คนโลกออนไลน์ได้

2. โลกไซเบอร์สเปซ-ช่องทางใหม่ทางการตลาด ส่วนนี้เป็นการเข้าใจถึงโอกาสของรูปแบบการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ประสบความสำเร็จบนพื้นที่ดังกล่าวผ่านการศึกษาแนวคิดการตลาดอินเทอร์เน็ต ในรูปแบบของเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์

3. พื้นที่การออกแบบ-กระบวนการการออกแบบเว็บไซต์ ส่วนนี้ผู้วิจัยนำแนวคิดประสบการณ์ผู้ใช้ (User Experience) มาเป็นแนวคิดหลักในการออกแบบเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ เนื่องจากเป็นแนวคิดที่เน้นการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้โดยตรงและสามารถสร้างความพึงพอใจแก่ผู้ใช้ได้

4. ความเคลื่อนไหวโลกยุคปัจจุบัน โลกจริงและโลกเสมือนต่อความเปลี่ยนแปลงความท้าทายและความเป็นไปได้ เพื่อให้เข้าใจถึงความเปลี่ยนแปลงของโลกปัจจุบัน เข้าใจถึงสภาพแวดล้อมและพฤติกรรมของคนยุคไซเบอร์สเปซและการเสนอทางออกด้วยแนวคิดของเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ที่มีความเหมาะสมเพื่อให้อยู่รอดในโลกไซเบอร์สเปซได้

จากการทบทวนวรรณกรรมในบทที่ 2 สู่แนวทางการค้นหาคำตอบเพื่อศึกษาถึงความสำคัญของแนวคิดที่มีผลต่อการออกแบบเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ ผู้วิจัยได้ออกแบบแนวทางการศึกษาไว้ 3 ขั้นตอน ดังนี้

1. ขั้นตอนการเตรียมงานวิจัย เป็นการพัฒนาโครงร่างงานวิจัย เพื่อให้เห็นแนวทางการหาคำตอบที่ชัดเจนผ่านการศึกษาในบททบทวนวรรณกรรม รวมถึงศึกษาตัวอย่างเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยและต่างประเทศและทำการออกแบบวิธีการเก็บข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยและต่างประเทศ และออกแบบวิธีการเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์

2. ขั้นตอนการทำงานวิจัย เป็นการวิเคราะห์เว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยและต่างประเทศ เพื่อทราบความแตกต่างระหว่างเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยกับต่างประเทศ และลำดับถัดมาเป็นการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตจำนวน 11 ราย เพื่อนำข้อมูลมาเปรียบเทียบและวิเคราะห์ความสำคัญของการมีแนวคิดที่ส่งผลต่อการรับรู้ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตถึงประสบการณ์การเข้าสำรวจเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยจำนวน 2 เว็บไซต์ และเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ต่างประเทศ 2 เว็บไซต์ และการสัมภาษณ์นักออกแบบเว็บไซต์จำนวน 2 ท่านในประเด็นประสบการณ์การทำงานและผลลัพธ์ของการสร้างเว็บไซต์ให้แก่ผู้ประกอบการ และนำข้อมูลทั้งสองส่วนมาวิเคราะห์ด้วยการเปรียบเทียบ และจัดทำรายการผลการศึกษา

3. ขั้นตอนหลังการวิจัย เป็นการเผยแพร่ผลงานเพื่อรับฟังความคิดเห็นและแก้ไขปรับปรุงงานวิจัย พร้อมส่งมอบผลงานเป็นลำดับถัดไป

ผลการศึกษาจากการสัมภาษณ์ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตและนักออกแบบเว็บไซต์ทำให้ผู้วิจัยเห็นถึงความสอดคล้องของแนวคิดกับผลการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยค้นพบว่าแนวคิดประสบการณ์ผู้ใช้ที่ประกอบด้วยแผนงาน 5 ขั้นตอน ในส่วนของแผนขอบเขตงานซึ่งเป็นขั้นตอนที่สองได้เน้นถึงวิธีการสอบถามกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้ใช้โดยตรง วิธีนี้เป็นการรวบรวมความต้องการที่ดีที่สุด ในประเด็นดังกล่าวมีความสัมพันธ์กับแนวทางการเก็บข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ใช้ต่อประสบการณ์การเข้าสำรวจเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยและต่างประเทศ โดยจากผลการศึกษาทำให้ผู้วิจัยทราบว่า การมีแนวคิดที่ดีมีความสำคัญต่อการออกแบบเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์จึงจะประสบผลสำเร็จในเชิงพาณิชย์และในด้านการสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ต

ผู้วิจัยได้เรียบเรียงถึงความสำคัญของการมีแนวคิดโดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังเช่นในบทที่ 4 กล่าวคือ

1. แนวคิด: ความเชื่อมโยงระหว่างนักออกแบบและผู้ประกอบการ
2. แนวคิด: การออกแบบเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์
3. แนวคิด: ความน่าสนใจและเหมาะสมกับผู้ใช้อินเทอร์เน็ต

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ให้ถึงความสำคัญขององค์ประกอบในแต่ละส่วนที่เชื่อมโยงกันอย่างเป็นระบบ โดยการดำเนินพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไม่ว่าจำหน่ายสินค้าประเภทใดก็ตาม หากมีรูปแบบการขายสินค้าที่เหมือนกับโลกความเป็นจริงและไม่สามารถนำเสนอรูปแบบประสบการณ์ที่แตกต่างจากระบบการซื้อขายเดิมได้ การมีระบบอินเทอร์เน็ตจะกลายเป็นเพียงเว็บไซต์นำเสนอข้อมูลสินค้าที่ปราศจากการตัดสินใจซื้อสินค้าจากผู้ใช้อินเทอร์เน็ต แต่หากเป็นเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ที่มีแนวคิดที่ดีเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายและสามารถออกแบบให้ตอบสนองความต้องการใช้งานแก่ผู้ใช้ นอกจากทำให้การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในไทยมีผู้ให้บริการซื้อและขายสินค้ามีจำนวนเพิ่มขึ้น และมีรูปแบบธุรกิจเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ประเภทใหม่ๆ เกิดขึ้นแล้ว นักออกแบบเว็บไซต์ยังมีโอกาสสร้างสรรค์ผลงานที่มีการพัฒนารูปแบบอยู่ตลอดเวลาโดยไม่ต้องยึดติดกับรูปแบบที่ล้าหลังอีกต่อไป

จากการศึกษาในประเด็นดังกล่าว ผู้วิจัยได้นำเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยคือตลาดคอตคอม และวิเลฟชอปปี้งคอตคอม กับเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ต่างประเทศคือทริคัทคอตคอมและอีชีคอตคอม มาวิเคราะห์เปรียบเทียบถึงความเหมือนและความแตกต่าง โดยสัมภาษณ์ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตจำนวน 11 รายโดยให้เข้าสำรวจเว็บไซต์ทั้ง 4 ซึ่งปรากฏว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตได้รับประสบการณ์เชิงลบมากกว่าเชิงบวกในการเข้าสำรวจเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทย โดยผู้ใช้อินเทอร์เน็ตได้รับประสบการณ์เชิงลบในการเข้าสำรวจเว็บไซต์ตลาด

กลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยในด้านการตอบสนองความต้องการในการซื้อสินค้า ด้านการออกแบบ ด้านสินค้าและด้านการนำเสนอโฆษณา และผู้ใช้อินเทอร์เน็ตได้รับประสบการณ์เชิงบวกในการเข้าสำรวจเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยคือด้านค่าใช้จ่ายในการขนส่งสินค้า โดยในทางกลับกันผู้ใช้อินเทอร์เน็ตได้รับประสบการณ์เชิงบวกมากกว่าเชิงลบในการเข้าสำรวจเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ต่างประเทศ กล่าวคือผู้ใช้สัมภาษณ์ได้รับประสบการณ์เชิงบวกในการเข้าสำรวจเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ต่างประเทศในด้านการออกแบบและด้านสินค้า และผู้ใช้สัมภาษณ์ได้รับประสบการณ์เชิงลบในการเข้าสำรวจเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ต่างประเทศในด้านค่าใช้จ่ายในการขนส่งสินค้า นอกจากนี้ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์นักออกแบบเว็บไซต์จำนวน 2 ท่านซึ่งพบปัญหาจากการออกแบบเว็บไซต์เช่นกัน เนื่องจากผู้ประกอบการไม่มีความเข้าใจในการมีเว็บไซต์ จึงทำให้รูปแบบเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยไม่มีการพัฒนา ผู้ประกอบการยังมีความคุ้นชินกับรูปแบบที่เห็นอยู่ทั่วไป จึงรับรู้รูปแบบเว็บไซต์ที่มีรูปแบบเดียวส่งผลกระทบต่อเนื่องไปยังการออกแบบเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์อื่นที่มักคล้ายตามรูปแบบเดิม จึงทำให้กลุ่มผู้ใช้ไม่มีความสนใจที่เข้ารับบริการรูปแบบเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยมากเท่าที่ควร ดังนั้นจากผลการวิเคราะห์เว็บไซต์และสัมภาษณ์ผู้ออกแบบเว็บไซต์และกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ต

ผลการสัมภาษณ์ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในการเข้าสำรวจเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยและต่างประเทศทำให้ผู้วิจัยค้นพบว่ายังมีความต้องการอีกมากที่ยังไม่มีเว็บไซต์ใดตอบสนองความต้องการเหล่านั้นได้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของการ์เร็ต แนวคิดประสบการณ์ของผู้ใช้ (User Experience) (Garrett, 2003) ในส่วนของแผนขอบเขตงาน (Scope Plane) ต้องมีการสอบถามความต้องการของกลุ่มเป้าหมายโดยตรง ซึ่งเป็นแหล่งรวบรวมความต้องการที่ดีที่สุด เพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการนั้นอย่างเหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการด้วยเช่นกัน หลังจากที่เราทราบความต้องการของผู้ใช้แล้วจึงนำความต้องการนั้นมาแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มได้แก่ ความต้องการที่เหมาะสมคือเป็นความคิดที่ดี ความต้องการของผู้ใช้ที่ไม่เหมาะสม และความต้องการที่คาดไม่ถึง จากการสัมภาษณ์นักออกแบบเว็บไซต์ได้ให้ความเห็นในทิศทางเดียวกันคือการจัดสร้างเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ควรประเมินแนวคิดออกเป็น 2 ประเด็นคือ แนวคิดนั้นเป็นแนวคิดที่ดี มีความสามารถทำได้ จึงควรปฏิบัติ หรือแนวคิดนั้นเป็นแนวคิดที่ดีแต่ไม่มีความสามารถทำได้ ก็ไม่ควรปฏิบัติตามแนวคิดนั้น จากความสอดคล้องเชิงทฤษฎีและการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์นักออกแบบเว็บไซต์และผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทำให้เห็นได้ชัดว่าการจัดสร้างเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ การมีแนวคิดเป็นสิ่งสำคัญและส่งผลต่อการออกแบบเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์โดยตรง

ช่วงท้ายของบทที่ 4 ผู้วิจัยได้รวบรวมแนวคิดการพัฒนารูปแบบเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยสำหรับผู้ใช้อินเทอร์เน็ตไทย โดยรวบรวมจากบทสัมภาษณ์ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตและนำเสนอออกเป็นแนวคิดในการพัฒนารูปแบบเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยพร้อมตัวอย่างเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์จำลองจำนวน 4 เว็บไซต์ที่มีแนวคิดแตกต่างกันเพื่อให้ผู้ศึกษาอื่นสามารถนำแนวคิดดังกล่าวประยุกต์ให้เป็นรูปแบบเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยเป็นลำดับถัดไป

จากที่กล่าวมาในขั้นต้นสามารถสรุปงานวิจัยได้ว่าเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ของไทยไม่มีความแตกต่างกัน ไม่ดึงดูดความสนใจ ไม่มีวิธีการนำเสนอที่โดดเด่น แต่ในเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ต่างประเทศมีความแตกต่างและหลากหลายในการนำเสนอทำให้มีความน่าสนใจเข้าสำรวจเว็บไซต์และเข้าใช้บริการ ดังนั้นในการสร้างเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยควรมีแนวคิดที่ชัดเจน โดดเด่น มีความคิดสร้างสรรค์และยังไม่มีเว็บไซต์ใดนำเสนอแนวคิดนั้นมาก่อน พร้อมด้วยการออกแบบเว็บไซต์ที่สอดคล้องกับแนวคิดที่นำเสนอ โดยคำนึงถึงหลักการออกแบบเว็บไซต์ด้วยแนวคิดประสบการณ์ผู้ใช้เป็นหลัก โดยการสอบถามความต้องการของผู้ใช้เป็นหลักและตอบสนองความต้องการนั้น และจึงนำแนวคิดการตลาดอินเทอร์เน็ตเป็นแนวทางในการทำการตลาดเพื่อเกิดผลสำเร็จในด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

5.3 การค้นพบสิ่งใหม่สู่สิ่งที่ได้จากงานวิจัย และสิ่งที่ได้จากงานวิจัยสู่การค้นพบตัวเอง

5.3.1. การค้นพบสิ่งใหม่สู่สิ่งที่ได้จากงานวิจัย

จากส่วนที่ 2 เป็นการนำเสนอบทสรุปงานวิจัยแสดงถึงภาพรวมของการทำวิจัย นอกจากส่วนดังกล่าวแล้ว การเก็บข้อมูลผ่านการสัมภาษณ์นักออกแบบเว็บไซต์และผู้ใช้อินเทอร์เน็ตนำมาสู่การจัดกลุ่มความต้องการของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่ยังไม่ได้รับการตอบสนอง การค้นพบครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการถอดเทปสัมภาษณ์ทั้งนักออกแบบเว็บไซต์และผู้ใช้อินเทอร์เน็ต โดยสอบถามถึงประสบการณ์การเข้าสำรวจ การให้คำแนะนำและข้อคิดเห็นเพิ่มเติม จากการสัมภาษณ์บุคคลทั้งสองกลุ่ม ทำให้เห็นถึงความต้องการภายในของผู้ให้สัมภาษณ์ อุปสรรคและปัญหาการเข้าสำรวจเว็บไซต์ พฤติกรรมของผู้ใช้ขณะเข้าสำรวจ ความรู้สึก ความคิดเห็น ความรู้สึกชอบและไม่ชอบ จากการสัมภาษณ์ดังกล่าวผู้วิจัยพบว่ามีส่วนของข้อมูลยังไม่ได้นำไปใช้ในส่วนใด จึงทำให้ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลส่วนดังกล่าวมาเรียบเรียงและจัดหมวดหมู่ของข้อมูลออกมาเป็นความต้องการของผู้ใช้ที่ยังไม่ได้รับการตอบสนอง โดยการจัดกลุ่มทั้งสิ้น 16 หมวด โดยภายหลังผู้วิจัยค้นพบว่ากลุ่มข้อมูลนี้สามารถนำมาพัฒนาต่อยอดทางความคิดออกมาเป็นแนวคิดเพื่อใช้ในการสร้างเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยได้ จากการเข้าสำรวจเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยและต่างประเทศผู้วิจัยพบว่าแนวคิดเหล่านี้บางส่วนมีการนำไปใช้และยังมีอีกหลายส่วนที่ยังไม่ได้มี

การนำไปใช้ในเชิงพาณิชย์ ผู้วิจัยจึงนำเสนอกลุ่มแนวคิดดังกล่าว ดังตารางที่ 5.1 ดังนี้ เพื่อให้ผลงานการรวบรวมนี้เป็นประโยชน์เพื่อให้เกิดการขยายผลในวงกว้างทางผู้วิจัยได้จัดทำในภาษาอังกฤษด้วยเช่นกัน (ภาคผนวก ช)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

แนวคิดในการพัฒนาเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์

ความสนใจส่วนตัว (Personal Interest)	การออกแบบเว็บไซต์ (Interface Design)	การบริการ (Service)	การออกความคิดเห็น (Comments)	เทคนิคต่างๆ (Technique)	ผลิตภัณฑ์ / สินค้า (Products)
<ul style="list-style-type: none"> - ความชื่นชอบ/ความสนใจ - ความต้องการที่หลากหลาย - ความพึงพอใจ - ความคุ้นเคย - การรับรู้ - รสนิยม - คำสั่งการซื้อสูง - ความสนใจเว็บไซต์ต่างประเทศ - การเปลี่ยนพฤติกรรมผู้บริโภค - การตอบสนองรูปแบบวิถีชีวิต - การซื้อสินค้าเอง - ไม่คุ้นเคยกับสิ่งแปลกใหม่ - สิ่งที่ผู้บริโภคไทยต้องการ - การแบ่งกลุ่มความต้องการย่อย - รสนิยมต่างชาติ - คนไทยใจร้อน - บุคลิกชาวไทย - คนไทยชอบเลียนแบบ 	<ul style="list-style-type: none"> - ออกแบบดี ปานกลาง สวย - เข้าใจทุกความต้องการ - มีการปรับปรุงเสมอ - เว็บไซต์ประเทศเหมาะสมสำหรับชม - เว็บไซต์ไทยเหมาะกับการซื้อ - การจัดระเบียบเว็บ - การใช้สีสีน - แบบเรียบหรู เหมาะกับรสนิยม - แบบเป็นกันเอง - แบบดูแล้วประทับใจ - การนำเสนอข้อมูลดี - รูปชัดเจน 	<ul style="list-style-type: none"> - บริการจัดส่งถึงที่ - การเป็นศูนย์กลางการจัดส่งสินค้า - บริการหลังการขาย - บริการตอบปัญหา - ตรวจสอบสถานะการส่งสินค้า - บริการรับ ส่งสินค้า - จุดส่ง รับสินค้า - ความรวดเร็วในการรับสินค้า 	<ul style="list-style-type: none"> - การต้องการคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ - คำแนะนำจากเพื่อน - คำแนะนำจากบุคคลอื่น - รายละเอียดสินค้า - วิธีการเขียนคำบรรยาย - ประสบการณ์การใช้งานสูง - การบอกต่อ 	<ul style="list-style-type: none"> - วิธีการค้นหาสินค้า - วิธีการค้นหาสินค้าด้วยภาพ - วิธีการเพิ่มความต้องการซื้อสินค้า - เทคนิคการขายสินค้าด้วยภาพถ่าย - การเจาะเข้าไปยังการรับรู้สัมผัสทั้ง 5 	<ul style="list-style-type: none"> - การให้ข้อมูลสินค้าอย่างเพียงพอ - ตำแหน่งการวางสินค้าที่เหมาะสม - การเข้าถึงสินค้าได้ง่ายและรวดเร็ว - สินค้าที่มีปริมาณมาก - ประเภทสินค้าที่หลากหลาย - สินค้ามีปริมาณพอเพียงกับความต้องการ - การเลือกสินค้าที่ตรงกับความต้องการ - รายละเอียดสินค้าที่กระชับ - สินค้าคุณภาพดี ปานกลาง ดีที่สุด - สินค้าราคาเหมาะสม - การรวบรวมข้อมูลที่น่าเชื่อถือ - การเปรียบเทียบข้อมูลสินค้า - สินค้าอุปโภค/บริโภค - ความต้องการสินค้านำเข้าจากต่างประเทศ - สินค้าหัตถกรรม

ตาราง 5.1 แนวคิดในการพัฒนารูปแบบเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยสำหรับผู้ใช้ไทย

แนวคิดในการพัฒนาเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์

ช่วงเวลาการใช้งาน (Time Spending)	ประสบการณ์ครั้งแรก (First Experience)	การชำระเงิน (Payment)	การหารายได้ (Find money)	ราคา (Price)	การไว้วางใจ (Trust)
<ul style="list-style-type: none"> - ใช้เวลาค้นหาและเลือกดูสินค้าเป็นเวลานาน - สินค้าที่ยังค้นหาไม่เจอ - ช่วงเวลาที่ผู้ซ้มนักใช้งาน - ความเพลิดเพลินขณะเข้าค้นหาสินค้าไปเรื่อยๆ - การค้นหาสินค้ามีความรวดเร็ว 	<ul style="list-style-type: none"> - ประสบการณ์ที่ดีหรือไม่ดีในครั้งแรก - การทดลอง - ระบบการทดลองใช้งานที่เหมือนจริง - ผู้ใช้ไม่กล้าซื้อ กลัว กังวล 	<ul style="list-style-type: none"> - รูปแบบการชำระเงินที่หลากหลาย - ความปลอดภัยในการชำระเงิน 	<ul style="list-style-type: none"> - ทุกคนต้องการหารายได้ - การทดลองหารายได้ - ผู้ซื้อชาวไทย/ต่างชาติ - เทคนิคการซื้อและขายสินค้า - โอกาสดีในการทดลองทำสินค้ามาขายสินค้า - อย่ากลัวการลงทุน - ซื้อและขายในที่เดียวกัน 	<ul style="list-style-type: none"> - การตั้งราคา - การตัดสินใจซื้อ-ขายสินค้า - ภาณิน่าเข้าสูง - ราคาสินค้าที่สูงเกินไป (สินค้าที่มีหลายระดับราคา) - เว็บไซต์ที่มีสินค้าราคาถูกกว่าที่อื่น - การเทียบราคาระหว่างซื้อในร้านทั่วไปกับซื้อผ่านอินเทอร์เน็ต - ระบบการต่อรองสินค้าในทันที - การขอลดราคาสินค้า 	<ul style="list-style-type: none"> - การไว้วางใจในระบบสากล - ความเชื่อมั่น - วิธีป้องกันกลโกง - การให้ระดับความเชื่อมั่นในเว็บไซต์ - การให้ระดับความน่าเชื่อถือของผู้ขายและผู้ซื้อ - การนำเสนอผ่านบุคคลที่มีชื่อเสียง - การไว้วางใจกับหน่วยงาน/องค์กรรัฐ - การมีร้านสาขา - การเพิ่มระดับความเชื่อมั่นในการซื้อขายสินค้า
ภาษา (Language)	อาชญากรรม (Crime)	การค้นหา (Search)	ความเร็วในการชมภาพ (Speed View)	ภาพสะท้อนทางสังคม (Social Reflection)	
<ul style="list-style-type: none"> - อุปสรรคการเข้าใจภาษาต่างประเทศอื่นๆ 	<ul style="list-style-type: none"> - อาชญากรรมบนเว็บไซต์ - เว็บไซต์ปลอม - กังวลกับการถูกหลอก - การโจรกรรมข้อมูล 	<ul style="list-style-type: none"> - การค้นหาแบบง่าย 	<ul style="list-style-type: none"> - ความเร็วในการแสดงภาพ 	<ul style="list-style-type: none"> - การบอกตัวตนผ่านเว็บไซต์ - การใช้สินค้าตามผู้อื่น - สังคมการสื่อสารบนโลกอินเทอร์เน็ต - สินค้าเพื่อคนเฉพาะกลุ่ม - ระบบที่ไม่ใช้คนทำงาน - ความเป็นส่วนตัวและการเปิดเผยต่อสาธารณะชน 	-

ตาราง 5.1 (ต่อ) แนวคิดในการพัฒนารูปแบบเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยสำหรับผู้ซื้อไทย

อย่างไรก็ดี แนวคิดที่รวบรวมมาได้นี้เป็นเพียงส่วนหนึ่งของการจุดประกายทางความคิดเท่านั้น บางครั้งอาจไม่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้โดยตรง อาจต้องมีการตีความที่หลากหลายออกไปแล้วแต่ความคิดสร้างสรรค์ของแต่ละบุคคลเพื่อให้เกิดแนวคิดใหม่ที่น่าสนใจได้อีก

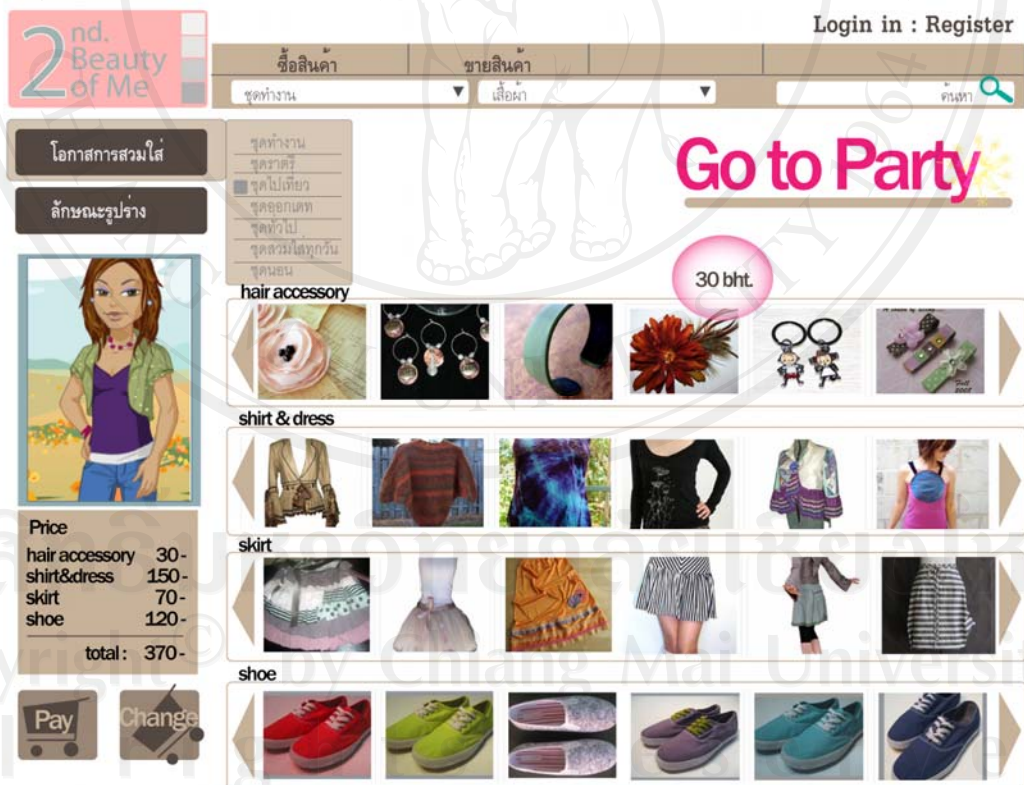
จากการเก็บข้อมูลดังกล่าวเป็นเพียงการถอดความ (Decode) และเป็นความต้องการจากผู้ให้ข้อมูลสัมภาษณ์เท่านั้น สิ่งที่รวบรวมมานี้เป็นเพียงผลสัมภาษณ์และความคิดเห็นของกลุ่มผู้ใช้เพียงกลุ่มเดียว แต่ความคิดเห็นส่วนใหญ่ก็สามารถปรับใช้ได้เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มบุคคลหนึ่งๆ ได้เช่นกัน ทำให้ผู้วิจัยได้ประยุกต์และสร้างสรรค์ออกมาเป็นเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์จำนวน 4 เว็บไซต์ ผู้วิจัยหวังว่าสิ่งนี้จะเป็แนวทางให้ผู้อื่นหรือผู้ที่สนใจได้นำแนวคิดข้างต้นไปต่อยอดให้เกิดการสร้างสรรค์เว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ในโอกาสต่อไป

ดังนี้

1. เซ็กเกิลบิวตี้ออฟมี (Second Beauty of Me – Mix & Match Second Hand Stuff.)
2. มายบิวตี้ซีเครต (My Beauty Secret)
3. เซนแอนด์รีซีฟเซอร์วิส (Send & Receive Service)
4. รัคยูสบุ้ค (Read Used Books) (Secondhand Book Community)

1) เช็กเกิลบิวตี้ออฟมี (Second Beauty of Me – Mix & Match Second Hand Stuff.)

- สินค้า : สินค้ามือสอง ประเภทเสื้อผ้า และเครื่องประดับ รองเท้า กระเป๋า
- แนวคิด : ผู้ซื้อสามารถเลือกจับสินค้ามาวางบนหุ่นจำลอง (avatar) และจะมีการรวมราคาสินค้าให้ทันที โดยผู้ซื้อสามารถสลับเปลี่ยนสินค้าไปมาจนพึงพอใจกับแบบที่ต้องการและราคาที่เหมาะสม โดยจะเริ่มจากการเลือกโอกาสในการสวมใส่และขนาดร่างกายให้เหมาะสม แล้วระบบจะแสดงรายการสินค้าที่เกี่ยวข้องกับโอกาสต่าง ๆ และเสื้อผ้าเฉพาะขนาดขึ้นมาให้เลือก โดยนอกจากผู้ซื้อจะเพลิดเพลินกับการเลือกเปลี่ยนสลับเครื่องแต่งกายไปมา ยังได้เลือกสินค้าในราคาที่พอใจอีกด้วย
- ที่มาของแนวคิด : จากการสัมภาษณ์ผู้ใช้ที่ต้องการซื้อสินค้าราคาถูก มีวงเงินการซื้อจำกัด
- ข้อดี/โอกาส : เว็บไซต์แบบนี้นอกจากจะได้ซื้อสินค้าราคาถูกแล้วยังทำให้ผู้ซื้อมีโอกาสซื้อสินค้ามากกว่าหนึ่งชิ้นอีกด้วย



ภาพ 5.2 ตัวอย่างการออกแบบเว็บไซต์เช็กเกิลบิวตี้ออฟมี

2) มายบิวตี้ซีเครต (My Beauty Secret)

สินค้า : ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวพรรณจากธรรมชาติ

แนวคิด : ผู้ซื้อสินค้าสามารถสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวพรรณเฉพาะตัวขึ้นได้เองสิ่งผลิตให้เป็นสูตรเฉพาะของคนที่สามารถแก้ปัญหาผิวพรรณของตนได้ โดยเริ่มจากการให้ข้อมูลเบื้องต้นแล้วเลือกชนิดผิว เลือกชนิดของผลิตภัณฑ์ว่าสำหรับร่างกายส่วนใดหลังจากนั้นจึงเลือกปัญหาผิว แล้วระบบจะคัดสรรวัตถุดิบที่เหมาะสมมาให้เลือกโดยผู้ซื้อสามารถปรับปริมาณของวัตถุดิบต่าง ๆ ได้เอง โดยมีการบอกสรรพคุณของวัตถุดิบแต่ละชนิดกำกับ จากนั้นเป็นการเลือกส่วนผสมพื้นฐานแล้วตามด้วยลักษณะบรรจุภัณฑ์ที่ต้องการพร้อมกับรูปแบบฉลากที่เลือกได้เอง และทำการชำระเงินและรอรับสินค้าตามวันที่กำหนด

ที่มาของแนวคิด : จากการสัมภาษณ์ผู้ใช้งานที่ไม่มีสินค้าใดที่ตรงกับความต้องการซื้อ

ข้อดี/โอกาส : ผู้ซื้อสามารถเลือกสูตรเฉพาะได้เอง ซึ่งตรงต่อความต้องการแก้ปัญหาเฉพาะจุด



ภาพ 5.3 ตัวอย่างการออกแบบเว็บไซต์มายบิวตี้ซีเครต

3) เซนแอนดรีซีฟเซอร์วิส (Send & Receive Service)

สินค้า : การบริการส่งพัสดุ

แนวคิด : บริการเสริมจากทางไปรษณีย์ที่รับ-และส่งพัสดุโดยบुरुษไปรษณีย์ (Send & Receive service) โดยปกติที่บुरुษไปรษณีย์จะทำหน้าที่เพียงส่งพัสดุจากที่ทำการไปรษณีย์ไปส่งในเขตพื้นที่ที่รับผิดชอบซึ่งบางครั้งก็มีจำนวนมากน้อยต่างกัน แต่ในการเดินทางกลับก็จะจับกลับอย่างเดียวในบริการเสริม Send & Receive จะเป็นการอำนวยความสะดวกเพิ่มเติมในการรับสินค้ากลับมาส่งที่ไปรษณีย์ ให้อด้วยโดยผู้รับไม่ต้องเดินทางไปถึงที่เพียงแต่กรอกคำร้องผ่านเว็บไซต์ล่วงหน้าก่อน 1 วัน แล้วทางไปรษณีย์จะส่งเอกสารยืนยันวัน เวลาและสถานที่ให้ผู้ส่งรับทราบและในวันดังกล่าวผู้ส่งก็เพียงรอจัดส่งสินค้าอยู่ ณ จุดนัดหมายเท่านั้น

ที่มาของแนวคิด : จากการที่ผู้ให้สัมภาษณ์พักอาศัยไม่มีความสะดวกในการรับสินค้าจากบुरुษไปรษณีย์ เนื่องจากพักอาศัยในหอพัก

ข้อดี/โอกาส : เป็นการหารายได้เสริมจากที่ทำการไปรษณีย์และอำนวยความสะดวกแก่ผู้ส่งสินค้า



ภาพ 5.4 ตัวอย่างการออกแบบเว็บไซต์เซนแอนดรีซีฟเซอร์วิส

4) รัคยสนู้ค (Read Used Books) (Secondhand Book Community)

ลนค้ค : หน้งสอเตรยมสอบ หน้งสอวชการ หน้งสอให้คความร้

แนวคค : แหล่งซอขายหน้งสอกวควชการค้คราท้คไม้ใช้หรือไม้อ่านแล้วโดยสามารถมาประกาศขายเป้นเล่มเดยวหรือรวมขายเป้นซุดโดยผู้ใช้สามารถใช้พ้คที่ด้งกล่าวเป้นสถานที่แลกเปลยนคความร้ หน้งสอคค รวมไปถ้งหล่งกวควชการค้คหรือแม้แต่เป้นหล่งรับสอนหน้งสอตามบ้านได้อีกด้วย (Teach at Home)



ภาพ 5.5 ตัวอย่างการออกแบบเว็บไซต์รัคยสนู้ค

จากภาพรวมที่ได้นำเสนอในส่วนข้างต้น รูปแบบแนวคคที่น่าสนใจสามารถสร้างสรรค้ให้เก้ดซ้ขึ้นได้อีกมากมาย เพราะรูปแบบคความต้องการและพฤติกรรมของผู้ใช้มีความแตกต่ากัน ด้งนั้นจ้งยังมีแนวคคอีกมากที่สามารคคคคริเริ่มสร้างสรรค้ให้ออกมาเป็นรูปแบบเว้บไซ้ตลาคกลางอเล้กทรอนนค้คที่มีศ้กยภาพในเชิงพาณิชย์ ด้วยพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ที่มีความต่ากัน ด้งนั้นรูปแบบแนวคคในเว้บไซ้ตลาคกลางอเล้กทรอนนค้คก็ควรมีการออกแบบที่ต่ากันเพื่อให้สอคคลอ้งและเหมาะสมกับคลุ่มนั้นๆ โดยรูปแบบที่ตรงและสามารถตอบสนองคความต้องการของคลุ่มเป้าหมายจะสามารถค้จคความสนใจให้ผู้ใช้เข้าใช้บริการอย่างต่อเนอ้ง ด้งนั้นเว้บไซ้ตลาคกลางอเล้กทรอนนค้คจ้งควรมีการปรับเปลยนเพื่อให้ผู้ใช้ไทยได้รับประกศการณ้ใหม่ที่ตรงใจและตอบสนองกับคความต้องการในการสร้างฐรคจพาณิชย์อเล้กทรอนนค้ค

2) สิ่งที่ได้จากงานวิจัยสู่การค้นพบตัวเอง

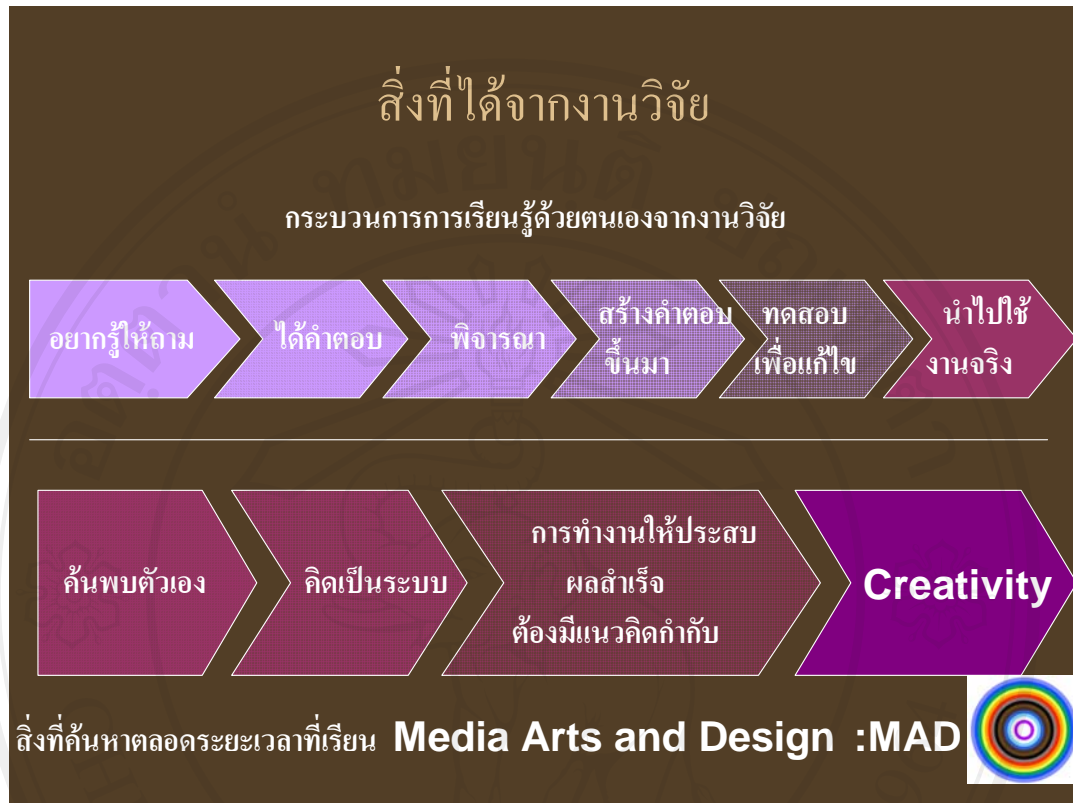
จากกระบวนการทำงานวิจัยและความรู้ที่ได้จากสาขาสื่อศิลปะและการออกแบบสื่อ (MAD-Media Arts and Design) ทำให้ผู้วิจัยได้เรียนรู้กระบวนการการคิดเป็นระบบและค้นพบตัวเอง ดังนี้

จากความรู้ที่ได้เรียนจากสาขาสื่อศิลปะและการออกแบบสื่อกับการเรียนรู้ผ่านการเปลี่ยนหัวข้องานวิจัยมาสู่การทำงานวิจัยในประเด็นการวิเคราะห์แนวคิดที่มีผลต่อการออกแบบเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ ทำให้ผู้วิจัยได้ค้นพบกระบวนการการเรียนรู้ด้วยตนเอง ภาพ 5.6 เป็นภาพกระบวนการการเรียนรู้ด้วยตนเองจากงานวิจัยนี้ ได้มาจากการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตและรวบรวมออกมาเป็นแนวคิดตามที่ได้นำเสนอก่อนหน้านี้ พร้อมกับการทบทวนบทวรรณกรรม ในส่วนของแนวคิดประสบการณ์ของผู้ใช้โดยกาเร็ด ในส่วนของแผนการกำหนดขอบเขตงาน โดยกล่าวว่าแหล่งรวบรวมความต้องการที่ดีที่สุดคือการสอบถามกลุ่มเป้าหมายโดยตรง ซึ่งทำให้ผู้วิจัยได้เข้าใจแนวคิดนี้ผ่านการเชื่อมโยงสิ่งที่ได้ปฏิบัติ คือ การเข้าไปสอบถามความต้องการของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตและการแปลงความต้องการของกลุ่มเป้าหมายออกมาเป็นแนวคิดเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มดังกล่าว จากการค้นพบนี้นำมาสู่การเชื่อมโยงออกมาเป็นกระบวนการการเรียนรู้ด้วยตนเองอย่างเป็นระบบดังภาพ 5.6

โดยผู้วิจัยได้ประยุกต์ กระบวนการดังกล่าวเข้ากับการหาแนวคิดในเว็บไซต์ดังนี้

1. อยากรู้ให้ถามเพื่อให้ได้คำตอบ เมื่อต้องทราบว่ารูปร่างแบบเว็บไซต์ใดที่กลุ่มเป้าหมายต้องการไม่ต้องรีรอเข้าไปหาคำตอบเพื่อให้ทราบความต้องการนั้น
2. ได้คำตอบนำมาพิจารณา เมื่อได้คำตอบแล้วนำคำตอบมาพิจารณาด้วยการทดสอบคำตอบด้วยการหาความเป็นไปได้ผ่านการทำ การวิเคราะห์ข้อดี ข้อเสีย โอกาสและอุปสรรคของคำตอบ (SWOT Analysis)
3. สร้างคำตอบ หลังจากทดสอบความเป็นไปได้ของแนวคิดดังกล่าวแล้วว่ามีความเป็นไปได้ที่เกิดได้ขึ้นจริง จึงดำเนินการสร้างเว็บไซต์ขึ้นมา อาจทำในลักษณะเว็บไซต์ต้นแบบขึ้นมาเพื่อทำสอบก่อน
4. ทดสอบเพื่อแก้ไข เมื่อได้เว็บไซต์ต้นแบบขึ้นมาแล้ว จึงนำเว็บไซต์นั้นไปทดสอบกับกลุ่มเป้าหมายอีกครั้งเพื่อทำการปรับปรุง แก้ไขจุดบกพร่อง
5. นำไปใช้งานจริง เมื่อทำการแก้ไขและทดสอบเว็บไซต์กับกลุ่มเป้าหมายนั้นจนมั่นใจแล้ว จึงนำเว็บไซต์นำไปใช้งานจริง

ด้วยกระบวนการดังกล่าวนี้เองมิใช่เข้าไปใช้ได้เฉพาะการสร้างเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยเท่านั้น รูปแบบการคิดแบบนี้ยังสามารถนำไปใช้กับการแก้ปัญหาอื่นได้เช่นกัน



ภาพ 5.6 กระบวนการการเรียนรู้จากงานวิจัย

นอกจากสิ่งที่ผู้วิจัยได้ค้นพบกระบวนการเรียนรู้ด้วยตนเองจากงานวิจัยแล้ว ส่วนที่สำคัญอีกส่วนหนึ่งคือ การที่ผู้วิจัยได้ค้นพบตนเอง จากภาพ 5.6 จากการที่ผู้วิจัยได้ค้นพบตัวเอง คือ การที่มีความคิดที่เป็นระบบมากขึ้น แม้ว่าไม่สามารถทำได้ในทุกขั้นตอน แต่การเป็นเริ่มต้นให้ผู้วิจัยมองการแก้ปัญหาอย่างเป็นระบบโดยเชื่อมโยงส่วนที่เกี่ยวข้องและมองเห็นความสัมพันธ์โดยรวมทั้งหมดและเข้าใจภาพที่เกิดขึ้นดังเช่น กระบวนการเชื่อมโยงความรู้ในงานวิจัยฉบับนี้ได้นำเสนอ (ภาพ 5.6) จึงทำให้ผู้วิจัยเข้าใจว่าหากต้องให้งานประสบความสำเร็จ การมีแนวคิดเป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญในการแก้ปัญหาเพื่อให้การทำงานมีเป้าหมายที่ชัดเจนและทำให้ผู้วิจัยได้ค้นพบว่า “Behind the Success is Creativity—This is what i found at MAD.” ความคิดสร้างสรรค์เป็นสิ่งที่ผู้วิจัยสนใจมาตลอดการศึกษาที่สาขาสื่อศิลปะและการออกแบบสื่อ

5.4 ข้อเสนอแนะ

จากการทำงานวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเพื่อดำเนินการค้นคว้าและปรับปรุงในโอกาสต่อไป ดังนี้

1) กลุ่มเป้าหมายเฉพาะ

ในงานวิจัยนี้ภายใต้กระบวนการการเก็บข้อมูลผู้วิจัยได้คัดเลือกกลุ่มประชากรที่มีความสนใจเฉพาะด้าน จากผลการศึกษาและแนวโน้มรูปแบบเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ในอนาคตจะมีรูปแบบที่เฉพาะเจาะจง ตอบสนองความต้องการเฉพาะบางกลุ่ม ดังนั้นควรมีการวิจัยเพิ่มเติมถึงรูปแบบพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายเพื่อสร้างแนวคิดและออกแบบเว็บไซต์ที่ตรงกับความต้องการ

2) ความได้เปรียบทางการออกแบบของนักออกแบบเว็บไซต์ไทย

จากการที่ผู้วิจัยได้เข้าสำรวจเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ต่างประเทศทำให้เห็นว่าการออกแบบเว็บไซต์ในต่างประเทศบางแห่งไม่ได้คำนึงถึงประเด็นความสวยงามทางสายตา (Visual Design) และนักออกแบบเว็บไซต์ไทยมีความสามารถในการออกแบบมากกว่า แต่จากการที่เว็บไซต์ดังกล่าวมีการนำเสนอแนวคิดที่ชัดเจนซึ่งเป็นจุดแข็งของเว็บไซต์ จึงทำให้ยังมีผู้สนใจใช้บริการ หากแต่ในเมืองไทยได้มีการสร้างสรรค์แนวคิดที่แตกต่างผนวกกับความสามารถในการออกแบบเว็บไซต์ของนักออกแบบเว็บไซต์ไทยทำให้เว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยเป็นที่รู้จักในโลกออนไลน์น่าจะทำให้ระบบการซื้อขายสินค้าในไทยกลายเป็นที่สนใจแก่ผู้ซื้อต่างชาติได้เช่นกัน โดยผ่านการทำระบบหลายภาษาเพื่อการตอบสนองความต้องการในวงกว้าง

3) แนะนำการค้นคว้าเพิ่มเติม

จากการทำงานวิจัยชิ้นนี้ทำให้ผู้วิจัยได้เสนอแนะการค้นคว้าเพิ่มเติมคือ ประสิทธิภาพการออกแบบเว็บไซต์ที่สอดคล้องกับแนวคิดเพื่อการดึงดูดผู้ซื้อสินค้า (Website Design Effectiveness to Concept to Persuade Buyer) เนื่องจากประเด็นที่ผู้วิจัยทำการค้นคว้าได้ศึกษาเฉพาะความสำคัญของแนวคิดมิได้ศึกษาถึงผลลัพธ์จากการออกแบบ ดังนั้นหากมีการศึกษาเพิ่มเติมในหัวข้อดังกล่าวจะทำให้การออกแบบเว็บไซต์มีประสิทธิภาพและเหมาะสมกับผู้ใช้งานอย่างแท้จริง

หากเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยยังไม่มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบเสียแต่ตอนนี้รูปแบบเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยคงต้องมีรูปแบบเดิมนี้เรื่อยๆไป ซึ่งมีรูปแบบที่ล่าช้ากว่ารูปแบบเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ต่างประเทศไปมากกว่านี้ ดังนั้นจึงถึงเวลาแล้วที่

มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ไทยที่มีภาพลักษณ์ดังเช่นเว็บไซต์ต่างประเทศเมื่อ 5-10 ปีก่อน ควรมีการพัฒนาให้เกิดรูปแบบที่ดึงดูดความสนใจของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น เนื่องมาจากราคาอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ได้มีราคาลดลงและได้กลายเป็นอุปกรณ์จำเป็นในการทำงานและการติดต่อสื่อสาร โดยสามารถครอบครองได้ในราคาไม่สูงมากนัก จึงส่งผลให้อัตราการมีคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลเพื่อใช้ในครัวเรือนมีจำนวนสูงขึ้นเช่นกัน นอกจากนี้ความเร็วและราคาในการเชื่อมต่อระบบอินเทอร์เน็ตมีราคาลดลงและประสิทธิภาพที่ดีขึ้น นอกจากนี้ปัจจัยด้านราคาอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ลดลงแล้ว ปัจจัยด้านราคาน้ำมันที่เพิ่มสูงขึ้นทำให้ผู้คนลดการเดินทางไปสถานที่ที่ไม่จำเป็นน้อยลง และสิ่งเหล่านี้เองคือโอกาสของการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบของเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ที่ผู้คนมีแนวโน้มหันมาซื้อสินค้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ตจำนวนเพิ่มขึ้น หากยังไม่มีเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ที่น่าสนใจ ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ได้จริง สิ่งนี้อาจเป็นปัจจัยให้ผู้บริโภคซื้อสินค้านอกบ้านเป็นจำนวนมากกว่าเดิมเพื่อให้คุ้มค่ากับการใช้จ่ายในการเดินทางที่สูงขึ้นหรือแม้กระทั่งยอมรับรูปแบบเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ที่ล่าช้าต่อไป ในทางตรงกันข้ามหากผู้ประกอบการใดสังเกตเห็นโอกาสในการดำเนินธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์โดยนำรูปแบบทางความคิดที่เป็นไปได้สามารถแก้ไขจุดบกพร่องของรูปแบบเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน เข้าใจพฤติกรรมผู้ใช้และสามารถตอบสนองให้ตรงกับความต้องการอย่างเหมาะสมโดยไม่มีเว็บไซต์ใดเคยนำเสนอมาก่อน สิ่งนี้อาจเป็นจุดพลิกผันให้ประสบความสำเร็จในการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบดังกล่าวได้เช่นกัน เพราะพื้นที่ออนไลน์นี้เป็นพื้นที่ที่ไม่มีขอบเขตจำกัด สามารถทดลองและทดสอบได้โดยเปิดโอกาสอยู่ตลอดเวลา และไม่ว่าจะเป็นใครก็ตามใครก็สามารถเข้าถึงพื้นที่ดังกล่าวได้ ดังนั้นพื้นที่นี้จึงเป็นพื้นที่ที่มีการลงทุนต่ำ ความเสี่ยงน้อย แต่ต้องใช้ความคิดให้มากเพื่อนำเสนอรูปแบบเว็บไซต์ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ที่ตรงและตอบสนองความต้องการของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเป้าหมายเท่านั้นจึงประสบความสำเร็จได้ ดังนั้นไม่ว่าใครก็ตามสามารถประสบความสำเร็จได้เช่นกัน ดังเช่นภาพ 5.7 แสดงสถานะภาพบนโลกอินเทอร์เน็ต วาดโดยปีเตอร์ สเตยเนอร์ (Peter Steiner) พร้อมกับคำพูดได้ภาพที่ว่า “On the Internet, nobody knows you’re a dog” “ไม่มีใครรู้ว่าคุณเป็นใครบนโลกอินเทอร์เน็ต”



"On the Internet, nobody knows you're a dog."

ภาพ 5.7 สถานะภาพบนโลกอินเทอร์เน็ต

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved