

การพัฒนาเว็บไซต์และสื่อออนไลน์เพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาหมอนผ้าห่ม นำเข้าจากประเทศจีน

วิภาวี เทียนทอง

งานนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการธุรกิจโลก

วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

กรกฎาคม 2559

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา

อาจารย์ผู้ควบคุมงานนิพนธ์และคณะกรรมการสอบปากเปล่างานนิพนธ์ ได้พิจารณา
งานนิพนธ์ของ วิชาวิ เทียนทอง ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม
หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจสำหรับผู้บริหารระดับต้น ของ
มหาวิทยาลัยบูรพาได้

อาจารย์ผู้ควบคุมงานนิพนธ์

.....อาจารย์ที่ปรึกษา
(ผศ.ดร.ศรัณยา เลิศพุทธรักษ์)

คณะกรรมการสอบปากเปล่า

.....ประธาน
(รองศาสตราจารย์ ดร.อิสระ สุวรรณบล)

.....กรรมการ
(ผศ.ดร.ศรัณยา เลิศพุทธรักษ์)

.....กรรมการ
(ดร.กฤษ จริน โท)

วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์อนุมัติให้รับงานนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม
หลักสูตร ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจโลก ของมหาวิทยาลัยบูรพา

.....คณบดีวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บรรพต วิรุณราช)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ. 2559

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยความช่วยเหลือจาก ผศ.ดร.ศรัณยา เลิศพุทธรักษ์ อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก ที่กรุณาให้คำปรึกษาแนะนำแนวทางที่ถูกต้อง ตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ด้วยความละเอียดถี่ถ้วนและเอาใจใส่ด้วยดีเสมอมา ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งเป็นอย่างยิ่ง จึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.อิสระ สุวรรณกุล ประธานกรรมการสอบงานนิพนธ์ ดร.ศรัณยา เลิศพุทธรักษ์ และดร.กฤษ จรินทร์โท กรรมการสอบงานนิพนธ์ ที่กรุณาให้ข้อเสนอแนะ คำแนะนำให้งานมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น และดร.สาธิต ปิติวรา ประธานกรรมการสอบเค้าโครงงานนิพนธ์ ดร.สุชาติ สุธาภิบาล กรรมการสอบเค้าโครงงานนิพนธ์ ที่ให้ความอนุเคราะห์ในการตรวจสอบรวมทั้งให้คำแนะนำแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยให้มีคุณภาพ นอกจากนี้ยังได้รับความอนุเคราะห์จากผู้เชี่ยวชาญทางด้านการออกแบบเว็บไซต์และเฟสบุ๊คแฟนเพจตลอดจนผู้ให้ข้อมูลทุกท่าน ที่ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยทำให้งานนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยดี

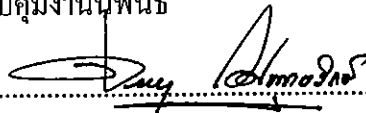
นอกจากนี้ขอขอบคุณทุกคนในครอบครัวที่ให้กำลังใจ และการสนับสนุนผู้วิจัย รวมถึงเพื่อน ๆ ทุกคน ที่ให้ความรู้ ให้คำปรึกษาและการสนับสนุนด้วยเอกสารและวิจารณ์ผลงานของผู้วิจัยให้มีความสมบูรณ์มากขึ้น รวมถึงขอขอบคุณเพื่อน ๆ สาขาการจัดการธุรกิจโลก ที่เป็นกำลังใจให้กันและกันทั้งในการเรียนการทำงานนิพนธ์ครั้งนี้

คุณค่าและประโยชน์ของงานนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็นกตัญญูคุณเวทิตาแด่บุพการี บวรพจารย์ และผู้มีพระคุณทุกท่านทั้งในอดีตและปัจจุบัน ที่ทำให้ข้าพเจ้าเป็นผู้มีการศึกษาและประสบความสำเร็จมาจนตราบเท่าทุกวันนี้

วิภาวี เทียนทอง

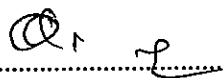
อาจารย์ผู้ควบคุมงานนิพนธ์และคณะกรรมการสอบปากเปล่างานนิพนธ์ ได้พิจารณา
งานนิพนธ์ของ วิชาวิ เทียนทอง ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจ โลก ของมหาวิทยาลัยบูรพาได้

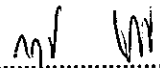
อาจารย์ผู้ควบคุมงานนิพนธ์

.....อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศรัณยา เลิศพุทธรักษ์)


คณะกรรมการสอบปากเปล่า

.....ประธาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศรัณยา เลิศพุทธรักษ์)

.....กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.อิสระ สุวรรณกุล)

.....กรรมการ
(ดร.กฤษ จรินโท)

วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์อนุมัติให้รับงานนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจ โลก ของมหาวิทยาลัยบูรพา

.....คณบดีวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บรรพต วิรุณราช)

วันที่ 17 เดือน สิงหาคม พ.ศ. 2559

57710121: สาขาวิชา: การจัดการธุรกิจโลก; บธ.ม. (การจัดการธุรกิจโลก)

คำสำคัญ: การพัฒนาเว็บไซต์และสื่อออนไลน์ ผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาหมอนผ้าห่ม

วิทยานิพนธ์: การพัฒนาเว็บไซต์และสื่อออนไลน์เพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาหมอนผ้าห่มนำเข้าจากประเทศจีน (DEVELOPMENT OF WEBSITE AND ONLINE MEDIA TO SELL CRAFTHOLIC DOLL CUSHIONS IMPORTED FROM CHINA) อาจารย์ผู้ควบคุมงานนิพนธ์: ศรัณยา เลิศพุทธรักษ์, Ed.D. 246 หน้า. ปี พ.ศ. 2558.

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาเว็บไซต์และสื่อออนไลน์เพื่อการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาหมอนผ้าห่ม นำเข้าจากประเทศจีน โดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพเครื่องมือในการวิจัยคือ คำถามกึ่งโครงสร้างสำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึก กับกลุ่มตัวอย่างลูกค้าและผู้เชี่ยวชาญสำหรับเว็บไซต์และเฟสบุ๊คแฟนเพจผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาหมอนผ้าห่ม

ผลการวิจัยกลุ่มตัวอย่างลูกค้าจากเว็บไซต์จำนวน 8 คน และผู้เชี่ยวชาญด้านออกแบบเว็บไซต์จำนวน 2 คน กลุ่มตัวอย่างลูกค้าจากเฟสบุ๊คแฟนเพจจำนวน 8 คน และผู้เชี่ยวชาญด้านออกแบบเฟสบุ๊คแฟนเพจจำนวน 2 คน รวมทั้งสิ้น 20 คน โดยใช้คำถามเพื่อขอความคิดเห็นต่อองค์ประกอบปัจจุบันและข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาปรับปรุงเว็บไซต์และเฟสบุ๊คแฟนเพจ “Sweetdream” โดยกลุ่มตัวอย่างนั้นมีความคิดเห็น ทั้งเห็นว่าองค์ประกอบของเว็บไซต์และเฟสบุ๊คแฟนเพจ “Sweetdream” นั้นมีความเหมาะสมซึ่งทำให้กลุ่มตัวอย่างนั้นมีความพึงพอใจ และมีความคิดเห็นว่าไม่เหมาะสมซึ่งทำให้กลุ่มตัวอย่างนั้นไม่มีความพึงพอใจ ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างได้แสดงข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาและปรับปรุงในทุก ๆ องค์ประกอบของเว็บไซต์และเฟสบุ๊คแฟนเพจ “Sweetdream” โดยวัดความพึงพอใจออกมาในรูปแบบอัตราส่วนร้อยละ ถ้าองค์ประกอบส่วนใดมีความพึงพอใจอยู่ในเกณฑ์น้อยกว่าร้อยละ 50 จะดำเนินการปรับปรุงตามข้อเสนอแนะที่ได้รับจากกลุ่มตัวอย่าง ในครั้งนี้ได้มีการพัฒนาและปรับปรุงองค์ประกอบของเว็บไซต์และเฟสบุ๊คแฟนเพจ “Sweetdream” ได้แก่ ชื่อของเว็บไซต์ปรับปรุงโดยการเพิ่มชื่อสินค้า Pillow เพื่อสื่อความหมายของสินค้าที่ขาย มีการปรับปรุงภาพหน้าหลักด้วยสินค้าที่ถ่ายภาพจริงจากสินค้าและมีเจ้าของเว็บไซต์ถ่ายภาพภาพร่วมกับสินค้า ปรับปรุงข้อความด้านช่องทางการติดต่อให้มองเห็นชัดเจน การปรับปรุงในครั้งนี้เป็นไปตามความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเพื่อให้ได้รับความพึงพอใจอย่างสูงสุด

57710121: Major: Business Administration Program in Global Business Management; MBA.

(Business Administration)

Key words: DEVELOPMENT OF WEBSITE AND ONLINE MEDIA CRAFTHOLIC DOLL CUSHIONS

WIPAWEE TIAN TONG: DEVELOPMENT OF WEBSITE AND ONLINE MEDIA TO SELL CRAFTHOLIC DOLL CUSHIONS IMPORTED FROM CHINA.

Advisors: Saranya Lerthuttaraksa, Ed.D. 246 pages. 2015

The research had objective to study how to develop a website and online media to sell craft-holic doll cushions imported from China. The study was a qualitative research and the instrument was semi-structured in-depth interview which was used to interview the sample group of customers and experts of websites and Facebook pages to sell craft-holic doll cushions.

There were 8 customers of the website and 2 website experts and 8 customers of Facebook page and 2 experts specializing in designing Facebook page. Therefore, the total of the sample group was 20 people. The questions in the interview asked about the samples' opinion on current components and their suggestions for the development of a website or Facebook page called "Sweetdream". Some interviewees agreed that the components of both the website and Facebook Page were appropriate, so they were satisfied with them. However, others thought that the components weren't appropriate, so they weren't satisfied with them. They also gave suggestions to develop and improve every component of the website and the Facebook page "Sweetdream" by measuring their satisfaction in percentage. If any components were less than 50% satisfactory, they would be improved as they were suggested by the sample group. In this study, there were developments and improvements of the components of the website and Facebook Page "Sweetdream" by adding the word "Pillow" into the website's name to give the message of the sold products. There was also the improvement of the images on the main page by using photos of the product and the photo of the website owner with the products. The messages for distribution channel were also improved to be seen easily and clearly. All the improvements were done according to the sample group's opinions in order to give them the most satisfaction.

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
สารบัญ	ฉ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพ	ฉ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
คำถามการวิจัย.....	3
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
กรอบแนวคิดของการวิจัย	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย.....	6
ขอบเขตของการวิจัย.....	6
นิยามศัพท์เฉพาะ	6
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตลาดออนไลน์.....	9
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการออกแบบเว็บไซต์	18
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการออกแบบเฟสบุ๊คแฟนเพจ.....	26
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	32
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	36
รูปแบบปัจจุบันของเว็บไซต์และเฟสบุ๊คแฟนเพจผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาหมอนผ้าห่ม.....	36
หลักการในการออกแบบเว็บไซต์และเฟสบุ๊คแฟนเพจผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาหมอนผ้าห่ม.....	39
การเลือกผู้ให้สัมภาษณ์และพัฒนาเว็บไซต์และเฟสบุ๊ค.....	40
ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือวิจัย	40
ลักษณะของคำถามในการสัมภาษณ์	41
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	47

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
ความเชื่อถือได้ของเครื่องมือในการวิจัย	49
การจัดทำข้อมูลและวิเคราะห์ผล	49
4 ผลการวิจัย	51
ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ให้สัมภาษณ์ กลุ่มที่ 1 ลูกค้ายกจากเว็บไซต์.....	56
ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ให้สัมภาษณ์ กลุ่มที่ 3 ผู้เชี่ยวชาญในการออกแบบเว็บไซต์	57
แนวคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบปัจจุบันและข้อเสนอแนะ เพื่อการพัฒนาปรับปรุงเว็บไซต์	60
ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ให้สัมภาษณ์ กลุ่มที่ 2 ลูกค้ายกจากเฟสบุ๊กแฟนเพจ	109
ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ให้สัมภาษณ์ กลุ่มที่ 3 ผู้เชี่ยวชาญในการออกแบบ เฟสบุ๊กแฟนเพจ	110
แนวคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบปัจจุบันและข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนา ปรับปรุงเฟสบุ๊กแฟนเพจ.....	113
แนวทางปรับปรุงเว็บไซต์ http://sweetdream287.lnwshop.com สำหรับจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ตุ๊กตาหมอนผ้าห่มนำเข้าจากประเทศจีน	169
แนวทางปรับปรุงเฟสบุ๊กแฟนเพจ Blanketpillows.sweetdream สำหรับจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ตุ๊กตาหมอนผ้าห่มนำเข้าจากประเทศจีน	173
5 สรุปอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ.....	178
สรุปผลการวิจัย	178
อภิปรายผลการวิจัย.....	189
ข้อเสนอแนะ	196
ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป.....	204
บรรณานุกรม	205
ภาคผนวก	209
ภาคผนวก ก	210
ภาคผนวก ข	224
ภาคผนวก ค	242
ประวัติย่อของผู้วิจัย	246

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2-1 การเปรียบเทียบในฐานะผู้ซื้อ	15
2-2 การเปรียบเทียบในฐานะผู้ขาย	16
4-1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์	58
4-2 การวิเคราะห์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับชื่อของเว็บไซต์ ของผู้ให้สัมภาษณ์	61
4-3 การวิเคราะห์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับหมวดหมู่ของสินค้า (Category) ที่แสดงบนเว็บไซต์ของผู้ให้สัมภาษณ์	64
4-4 การวิเคราะห์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับขนาดรูปภาพ การดึงดูดให้เกิดความ น่าสนใจของรูปภาพของผู้ให้สัมภาษณ์	67
4-5 การวิเคราะห์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ (New product) ที่แสดงอยู่บนหน้าแรกของเว็บไซต์ของผู้ให้สัมภาษณ์	70
4-6 การวิเคราะห์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับราคาสินค้า ของเว็บไซต์ของ ผู้ให้สัมภาษณ์	72
4-7 การวิเคราะห์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับช่องทางการติดต่อที่แสดงบน เว็บไซต์ ของผู้ให้สัมภาษณ์	75
4-8 การวิเคราะห์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการอธิบายวิธีการสั่งซื้อสินค้า ช่องทางการชำระเงิน การจัดส่งสินค้า และวิธีการตรวจสอบสถานะจัดส่งสินค้า ของผู้ให้สัมภาษณ์	78
4-9 การวิเคราะห์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการการแสดงรายละเอียดสินค้า ที่ซื้อในส่วนของรายการสินค้าในตะกร้า ก่อนกดสั่งซื้อสินค้าของผู้ให้สัมภาษณ์	80
4-10 การวิเคราะห์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับระยะเวลาในการแสดงเนื้อหา รูปภาพสินค้า และการแสดงข้อมูลจากการสืบค้น (Search) ของผู้ให้สัมภาษณ์	82
4-11 การวิเคราะห์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการนำเสนอบทความภายใน เว็บไซต์ ของผู้ให้สัมภาษณ์	85
4-12 การวิเคราะห์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับเว็บบอร์ด เพื่อตั้งกระทู้ ภายใน เว็บไซต์ ของผู้ให้สัมภาษณ์	87

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4-13 การวิเคราะห์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับระบบนำทางหรือเนวิเกชัน ของผู้ให้สัมภาษณ์.....	89
4-14 การวิเคราะห์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับขนาดตัวอักษรที่แสดงบนเว็บไซต์ ของผู้ให้สัมภาษณ์.....	91
4-15 การวิเคราะห์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความเหมาะสมของสีตัวอักษร และสีพื้นหลัง ของผู้ให้สัมภาษณ์	94
4-16 การวิเคราะห์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความเพลิดเพลินในการเข้าชม เว็บไซต์ ของผู้ให้สัมภาษณ์	97
4-17 การวิเคราะห์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับน่าเชื่อถือของเว็บไซต์ ของผู้ให้สัมภาษณ์.....	99
4-18 การวิเคราะห์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับ Link ภายในเว็บไซต์ ของผู้ให้สัมภาษณ์.....	102
4-19 ความคิดข้อเสนอแนะเพิ่มเติมต่อเว็บไซต์ sweetdream287.lnwshop.com ของผู้ให้สัมภาษณ์.....	105
4-20 การวิเคราะห์เกี่ยวกับความคิดข้อเสนอแนะเพิ่มเติมต่อเว็บไซต์ Sweetdream287.lnwshop.com ของผู้ให้สัมภาษณ์.....	107
4-21 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์เฟสบุ๊คแฟนเพจ	111
4-22 การวิเคราะห์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับชื่อของเฟสบุ๊คแฟนเพจ ของผู้ให้สัมภาษณ์.....	114
4-23 การวิเคราะห์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับรูปภาพประจำตัวของเฟสบุ๊คแฟนเพจ ของผู้ให้สัมภาษณ์.....	116
4-24 การวิเคราะห์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับรูปภาพที่นำเสนอบนหน้าหลัก (Cover page) ของเฟสบุ๊คแฟนเพจ ของผู้ให้สัมภาษณ์.....	118
4-25 การวิเคราะห์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับข้อความแสดงชื่อร้านค้าที่นำเสนอบน หน้าหลัก (Cover page) ของเฟสบุ๊คแฟนเพจ ของผู้ให้สัมภาษณ์	121
4-26 การวิเคราะห์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความเหมาะสมของสีตัวอักษรและสี พื้นหลังบนภาพหน้าปก (Cover page) ของเฟสบุ๊คแฟนเพจ ของผู้ให้สัมภาษณ์	124

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4-27 การวิเคราะห์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับข้อความด้านช่องทางการติดต่อบน ภาพหน้าปก (Cover page) ของเฟสบุ๊กแฟนเพจ ของผู้ให้สัมภาษณ์.....	127
4-28 การวิเคราะห์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการนำเสนอข้อความบน เฟสบุ๊กแฟนเพจ ของผู้ให้สัมภาษณ์.....	129
4-29 การวิเคราะห์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับโพสต์รายละเอียดสินค้า ตั้งแต่รูปภาพ ราคา คำอธิบายสินค้าของเฟสบุ๊กแฟนเพจ ของผู้ให้สัมภาษณ์	132
4-30 การวิเคราะห์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการโพสต์แนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ (New product) ของเฟสบุ๊กแฟนเพจ ของผู้ให้สัมภาษณ์	135
4-31 การวิเคราะห์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการโพสต์โปรโมชันสินค้า ของเฟสบุ๊กแฟนเพจ ของผู้ให้สัมภาษณ์.....	138
4-32 การวิเคราะห์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับโพสต์เนื้อหาเรื่องอื่น ๆ ที่ไม่ใช่ การโพสต์ขายสินค้า ของเฟสบุ๊กแฟนเพจ ของผู้ให้สัมภาษณ์	140
4-33 การวิเคราะห์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการรีวิวจากผู้ซื้อสินค้า ของเฟสบุ๊กแฟนเพจ ของผู้ให้สัมภาษณ์.....	143
4-34 การวิเคราะห์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับรีวิวจากผู้ชมของเฟสบุ๊กแฟนเพจ ของผู้ให้สัมภาษณ์.....	146
4-35 การวิเคราะห์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับข้อความด้านช่องทางการติดต่อที่แสดง บนเฟสบุ๊กแฟนเพจ ของผู้ให้สัมภาษณ์	148
4-36 การวิเคราะห์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการนำเสนอรูปภาพแสดงสินค้าบน เฟสบุ๊กแฟนเพจ ของผู้ให้สัมภาษณ์.....	151
4-37 การวิเคราะห์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการการสร้างอัลบั้มเพื่อแสดง หมวดหมู่ของสินค้าบนเฟสบุ๊กแฟนเพจ ของผู้ให้สัมภาษณ์	153
4-38 การวิเคราะห์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความน่าสนใจของเฟสบุ๊ก แฟนเพจของผู้ให้สัมภาษณ์.....	156
4-39 การวิเคราะห์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความเพลิดเพลินในการเข้าชม เฟสบุ๊กแฟนเพจของผู้ให้สัมภาษณ์.....	158

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4-40 การวิเคราะห์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการโฆษณาแบบโปรโมทเพจ (การถูกใจหน้า) ของผู้ให้สัมภาษณ์	161
4-41 การวิเคราะห์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการโฆษณาแบบโปรโมทโพสต์ (การมีส่วนร่วมในหน้า) ของผู้ให้สัมภาษณ์	164
4-42 การวิเคราะห์เกี่ยวกับความคิดเห็นข้อเสนอแนะเพิ่มเติมต่อเฟสบุ๊กแฟนเพจ Blanketspillows.sweetdream ของผู้ให้สัมภาษณ์	167
4-43 การวิเคราะห์การวิเคราะห์แนวทางการปรับปรุงเว็บไซต์ http://sweetdream287.lnwshop.com	169
4-44 การวิเคราะห์การวิเคราะห์แนวทางการปรับปรุงเฟสบุ๊กแฟนเพจ Blanketspillows.sweetdream.....	173

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1-1 กรอบแนวคิดในการวิจัยแนวทางการศึกษาพัฒนาเว็บไซต์.....	4
1-2 กรอบแนวคิดในการวิจัยแนวทางการศึกษาพัฒนาเฟสบุ๊คแฟนเพจ	5
2-1 การจัดตั้งระบบการตลาดออนไลน์ (Setting up for online marketing)	13
2-2 การจัดแนวตัวอักษร	25
2-3 สัดส่วนการโพสต์เนื้อหาบนเฟสบุ๊คแฟนเพจ.....	29
2-4 สัดส่วนรูปแบบการโพสต์เนื้อหาบนเฟสบุ๊คแฟนเพจ.....	29
3-1 รูปแบบปัจจุบันของเว็บไซต์ตุ๊กตาทอมอนผ้าห่ม Sweetdream287.lnwshop.com.....	37
3-2 รูปแบบปัจจุบันของเฟสบุ๊คแฟนเพจหอมอนผ้าห่ม Sweet Dream	38
4-1 เว็บไซต์ตุ๊กตาทอมอนผ้าห่ม Sweetdream287.lnwshop.com ก่อนการปรับปรุง	171
4-2 เว็บไซต์ตุ๊กตาทอมอนผ้าห่ม Sweetdream287.lnwshop.com หลังการปรับปรุง.....	172
4-3 เฟสบุ๊คแฟนเพจ Blanketspillows.sweetdream ก่อนการปรับปรุง.....	176
4-4 เฟสบุ๊คแฟนเพจ Blanketspillows.sweetdream หลังการปรับปรุง	177
5-1 ชื่อเว็บไซต์จำหน่ายตุ๊กตาทอมอนผ้าห่มก่อนและหลังปรับปรุง	198
5-2 หมวดหมู่อินค้า (Category) ตุ๊กตาทอมอนผ้าห่มก่อนและหลังปรับปรุง.....	198
5-3 รูปภาพในหน้าหลักของเว็บไซต์ตุ๊กตาทอมอนผ้าห่มก่อนและหลังปรับปรุง.....	199
5-4 รูปภาพประจำตัวของเว็บไซต์ตุ๊กตาทอมอนผ้าห่มก่อนและหลังปรับปรุง	199
5-5 หมวดหมู่ผลิตภัณฑ์ใหม่ๆของเว็บไซต์ตุ๊กตาทอมอนผ้าห่มก่อนและหลังปรับปรุง	200
5-6 ช่องทางการติดต่อของเว็บไซต์ตุ๊กตาทอมอนผ้าห่มก่อนและหลังปรับปรุง	200
5-7 บทความภายในเว็บไซต์ตุ๊กตาทอมอนผ้าห่มก่อนและหลังปรับปรุง.....	201
5-8 ขนาดตัวอักษรภายในเว็บไซต์ตุ๊กตาทอมอนผ้าห่มก่อนและหลังปรับปรุง.....	201
5-9 ชื่อเฟสบุ๊คแฟนเพจตุ๊กตาทอมอนผ้าห่มก่อนและหลังปรับปรุง	202
5-10 อัลบั้มสินค้าที่แสดงบนเฟสบุ๊คแฟนเพจตุ๊กตาทอมอนผ้าห่มก่อนและหลังปรับปรุง	202
5-11 รูปภาพในหน้าหลักของบนเฟสบุ๊คแฟนเพจตุ๊กตาทอมอนผ้าห่มก่อนและหลังปรับปรุง...	203
5-12 รูปภาพประจำตัวของบนเฟสบุ๊คแฟนเพจตุ๊กตาทอมอนผ้าห่มก่อนและหลังปรับปรุง.....	203
5-13 การนำเสนอสินค้าบนเฟสบุ๊คแฟนเพจตุ๊กตาทอมอนผ้าห่มก่อนและหลังปรับปรุง.....	204

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การดำเนินชีวิตในยุคปัจจุบันเคลื่อนที่ไปอย่างรวดเร็ว อันเนื่องมาจากเทคโนโลยีการสื่อสารและสารสนเทศอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่มีการเชื่อมโยงกันของคอมพิวเตอร์ที่ตั้งอยู่ทั่วโลกด้วยระบบสายหรือไร้สาย เพื่อให้เกิดความสามารถในการติดต่อสื่อสาร การแลกเปลี่ยนข้อมูล โดยมีการประยุกต์ใช้อินเทอร์เน็ตในหลายรูปแบบ เช่น การสื่อสารทางไกล การแชร์และโอนไฟล์ ธุรกิจ การศึกษา และสังคมออนไลน์ การใช้งานอินเทอร์เน็ตของประชากรโลก อยู่ที่ 3.366 พันล้านคน หรือ 46.4% โดยที่ทวีปเอเชียมีปริมาณการใช้งานอินเทอร์เน็ตสูงสุดที่ 1.622 พันล้านคน หรือ 48.2% ของใช้อินเทอร์เน็ตทั้งหมด สำหรับประเทศไทยเองมีผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตเป็นอันดับที่ 9 ของทวีปเอเชีย เป็นจำนวน 38 ล้านคน หรือ 2.3% ของใช้อินเทอร์เน็ตทั้งหมดในทวีปเอเชีย (Internet World Stats, 2015) ในจำนวนผู้ทำงานอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย นั้น ได้มีการใช้งานรูปแบบสังคมออนไลน์ประเภทเฟสบุ๊กประมาณ 38 ล้านคน สำหรับประเทศที่มีผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตสูงสุดได้แก่ ประเทศจีน เป็นจำนวน 674 ล้านคน คิดเป็น 41.6% ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตทั้งหมดในทวีปเอเชีย ความเปลี่ยนแปลงและความก้าวหน้าอันอย่างรวดเร็วถือเป็นยุคดิจิทัล ไม่ว่าจะเป็นการค้นหาข้อมูลต่าง ๆ สามารถทำได้อย่างรวดเร็วเพียงแค่อินเทอร์เน็ต จะเห็นได้ว่าอินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อผู้บริโภค ดังนั้นธุรกิจจึงจำเป็นต้องมีช่องทางการสื่อสารทางอินเทอร์เน็ต และทำการตลาดออนไลน์เพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มนี้ สำหรับการทำการตลาดออนไลน์นั้น ไม่เพียงแต่ทำการตลาดบนเว็บไซต์เพื่อให้ผู้บริโภคได้ค้นหาเพียงอย่างเดียวเท่านั้น เว็บไซต์โซเชียลมีเดีย อย่างเช่น เฟสบุ๊ก ถือว่าเป็นช่องทางการประชาสัมพันธ์สินค้าได้เป็นอย่างดี อีกทั้งยังมีส่วนช่วยโฆษณาสินค้า เผยแพร่ข้อมูลจากเว็บไซต์ นำเสนอบริการต่าง ๆ ในเชิงธุรกิจ และสร้างความความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย นอกจากนี้ยังสามารถเข้าถึงกลุ่มบุคคลต่าง ๆ ได้ในวงกว้างในระยะเวลาที่รวดเร็ว ยิ่งไปกว่านั้นการทำการตลาดผ่านเว็บไซต์โซเชียลมีเดีย สามารถเลือกกลุ่มเป้าหมายให้สอดคล้องกับธุรกิจและผลิตภัณฑ์ที่ต้องการนำเสนอได้เป็นอย่างดี (ฉัฐพล ไยไพโรจน์, 2558, หน้า 24; สุวิษ ธิรโคตร, 2554, หน้า 9)

ประเทศจีนถือว่าเป็นประเทศที่ประชานิยมซื้อสินค้าออนไลน์เป็นอย่างมาก เนื่องจากเป็นประเทศที่มีประชากรมากที่สุดในโลกประกอบกับการขายสินค้าออนไลน์นั้นสร้างความสะดวกสบายให้แก่ผู้ซื้อ ราคาถูก มีผลิตภัณฑ์ที่นำเสนอหลายประเภท และยังจัดส่งให้แก่ลูกค้าถึงที่

พักอาศัย โดยไม่ต้องออกมาซื้อที่ร้าน ดังนั้นจึงมีเว็บไซต์เพื่อจำหน่ายสินค้าออนไลน์ของร้านค้าท้องถิ่นภายในประเทศจีนเองให้บริการหลายเว็บไซต์ เว็บไซต์ซื้อสินค้าออนไลน์ในประเทศจีนยอดนิยมสูงสุด 5 เว็บไซต์ ได้แก่ Taobao Mall, VANCL, Tmall, M18.com และ Dangdang ดังนั้นธุรกิจอีคอมเมิร์ซ ซึ่งขายสินค้าออนไลน์จึงมีอัตราการเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ ผู้ประกอบการสามารถลงทะเบียนเปิดร้านค้าออนไลน์กับบริษัทรายใหญ่ด้านอีคอมเมิร์ซ เช่น อาลีบาบา จึงตง ซูหนิง ข้อมูลจากสภาส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศของจีนระบุ ปัจจุบัน จีนกลายเป็นตลาดค้าปลีกออนไลน์ที่ใหญ่ที่สุดของโลก นำหน้าสหรัฐอเมริกา ด้วยยอดการค้าประมาณ 4 ล้านล้านหยวน อีกทั้งรัฐบาลท้องถิ่นทั่วประเทศต่างให้ความสำคัญและสนับสนุนการค้าขายออนไลน์เป็นอย่างมาก (สถานีวิทยุซีอาร์ไอ (China Radio International), 2558; Emma White, 2015)

สินค้านำเข้าเงินที่ได้รับความนิยมในประเทศไทย ได้แก่ สินค้าในหมวดเครื่องมือสื่อสาร เช่น เกล็ดโทรศัพท์, สายชาร์ต, แบตเตอรี่สำรอง หรืออื่น ๆ เป็นต้น สินค้าหมวดอุปกรณ์ไฟฟ้า เช่น เครื่องคิดเลข สินค้ากลุ่มเซรามิก สินค้ากลุ่มเสื้อผ้า สินค้าในกลุ่มของเล่นแปลกใหม่ สำหรับปัจจัยที่ทำให้สินค้าเงินเป็นที่นิยมนำเข้าเพื่อจำหน่ายในประเทศไทย ได้แก่ ราคาถูก เนื่องจากประเทศจีนนั้นมีประชากรมากส่งผลให้ต้นทุนด้านแรงงานต่ำ สินค้าที่ผลิตในประเทศจีนนั้นมีหลากหลาย อีกทั้งยังมีการประยุกต์การใช้งานในรูปแบบต่าง ๆ เข้าด้วยกัน สามารถเลือกซื้อได้ง่าย เนื่องจากสินค้าประเทศจีนนั้นสามารถจำหน่ายทางออนไลน์ในเว็บไซต์ขายสินค้าขนาดใหญ่ โดยที่ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อได้ง่าย มีตัวแทนการสั่งซื้อและนำเข้าสินค้า อีกทั้งรัฐบาลยังยอมรับสินค้านำเข้าจากจีน ซึ่งถือว่าเงินนั้นเป็นพันธมิตรทางธุรกิจ จึงมั่นใจได้ว่าการนำเข้สินค้าจากจีนนั้นจะไม่ถูกกีดกั สำหรับภาษีนำเข้านั้นถูกเนื่องจากมีข้อตกลงการค้าเสรีระหว่างประเทศกับประเทศจีน จากเหตุผลดังกล่าว ดังนั้นจึงสามารถจำกัดความเสี่ยงทางธุรกิจลงได้ในระดับหนึ่ง ส่วนระบบการขนส่งสามารถทำได้ง่ายและรวดเร็วทั้งทาง เครื่องบิน รถ และเรือ อีกทั้งระบบการชำระเงินที่อำนวยความสะดวกให้แก่ผู้บริโภค เนื่องจากประเทศจีนมีธนาคารที่มีสาขาในประเทศไทย สามารถชำระเงินผ่านบัตรเครดิตได้ นอกจากนี้สินค้านำเข้าเงินนั้นยังเอื้อต่อธุรกิจ SME หรือธุรกิจขนาดเล็กที่เพิ่งเริ่มกิจการ เพราะทางประเทศจีนนั้นมีตัวแทนนายหน้าและคู่ค้าเจรจาทางธุรกิจในการตลาดออนไลน์ ที่มีความเชี่ยวชาญและพร้อมที่ให้บริการ ทำให้ผู้ประกอบการ SME สามารถนำเข้าสินค้าจากจีนเพื่อดำเนินธุรกิจต่อไปได้ (สุพัตรา ห.เพ็ชรเจริญ, 2556)

จากข้อมูลของสำนักงานสถิติแห่งชาติ ประเภทอุตสาหกรรมในกลุ่มธุรกิจพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ มีการดำเนินธุรกิจมากที่สุด ได้แก่ กลุ่มอุตสาหกรรมแฟชั่น เครื่องแต่งกาย อัญมณี และเครื่องประดับ 26.4% รองลงมา คือ ท่องเที่ยวโรงแรมรีสอร์ท 23.3% คอมพิวเตอร์ อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ และอินเทอร์เน็ต 18.7% สินค้าประเภทอื่น ๆ 16.5% ธุรกิจบริการ 6.2% สิ่งพิมพ์

เครื่องใช้สำนักงาน 5.4% ยานยนต์และผลิตภัณฑ์ 5.5% จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น พบว่ากลุ่มสินค้าแฟชั่นนั้น สามารถดำเนินธุรกิจทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มากที่สุด ดังนั้นจึงเหมาะที่จะนำสินค้าดังกล่าวมาทำการตลาดบนอินเทอร์เน็ตหรือออนไลน์ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2557)

เนื่องจากผู้วิจัยเป็นบุคคลหนึ่งที่สามารถนำเข้าสินค้าจากประเทศจีน ในกลุ่มสินค้าก็ฟashion โดยลักษณะสินค้าที่นำเข้ามาจำหน่ายนั้น เป็นสินค้าแบบประยุกต์การใช้งานในรูปแบบต่าง ๆ เข้าด้วยกัน สินค้าที่จำหน่าย คือ ตุ๊กตาหมอนผ้าห่มสอดมือได้ ลักษณะสินค้าคือ เป็นตุ๊กตาที่สามารถสอดมือได้ เป็นหมอนได้ในเวลาเดียวกัน และสามารถนำมาเป็นผ้าห่มได้ด้วย เหตุผลที่สนใจสินค้าประเภทนี้คือเป็นสินค้าที่แตกต่างจากสินค้าที่เคยมีในประเทศไทย คือ จะเป็นสินค้าที่มีรูปร่างเป็นทรงหมอนและใช้เป็นผ้าห่ม ซึ่งต้องเลือกใช้อย่างใดอย่างหนึ่ง แต่สินค้าที่นำเข้ามาจากประเทศจีนนั้นสามารถใช้ประโยชน์ได้หลากหลายในเวลาเดียวกัน มีความความน่ารักสวยงาม ราคาไม่สูงจนเกินไป สามารถสื่อสารทางออนไลน์ด้วยรูปภาพได้ จึงมีแนวคิดที่จะนำสินค้ามาจำหน่ายทางออนไลน์ ประเภทเว็บไซต์ และเฟสบุ๊กแฟนเพจ เป็นรายได้เสริมจากการทำงานประจำ โดยเริ่มเปิดร้านค้าออนไลน์ได้ประมาณ 1 เดือนที่ผ่านมาพบว่าการประชาสัมพันธ์เพื่อให้เกิดการขายสินค้านั้นยังมีมูลค่าน้อยมาก คือ สามารถขายสินค้าได้เฉพาะเพื่อนที่อยู่บนเว็บไซต์โซเชียลมีเดีย เฟสบุ๊กเท่านั้น ดังนั้นผู้วิจัย จึงมีความต้องการที่จะศึกษาการพัฒนาเว็บไซต์และเฟสบุ๊กแฟนเพจ เพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาหมอนผ้าห่มนำเข้าจากประเทศจีน ให้มีมูลค่าการตลาดที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง และเพื่อเป็นแนวทางในขยายธุรกิจโดยเพิ่มประเภทสินค้าต่อไปในอนาคตได้

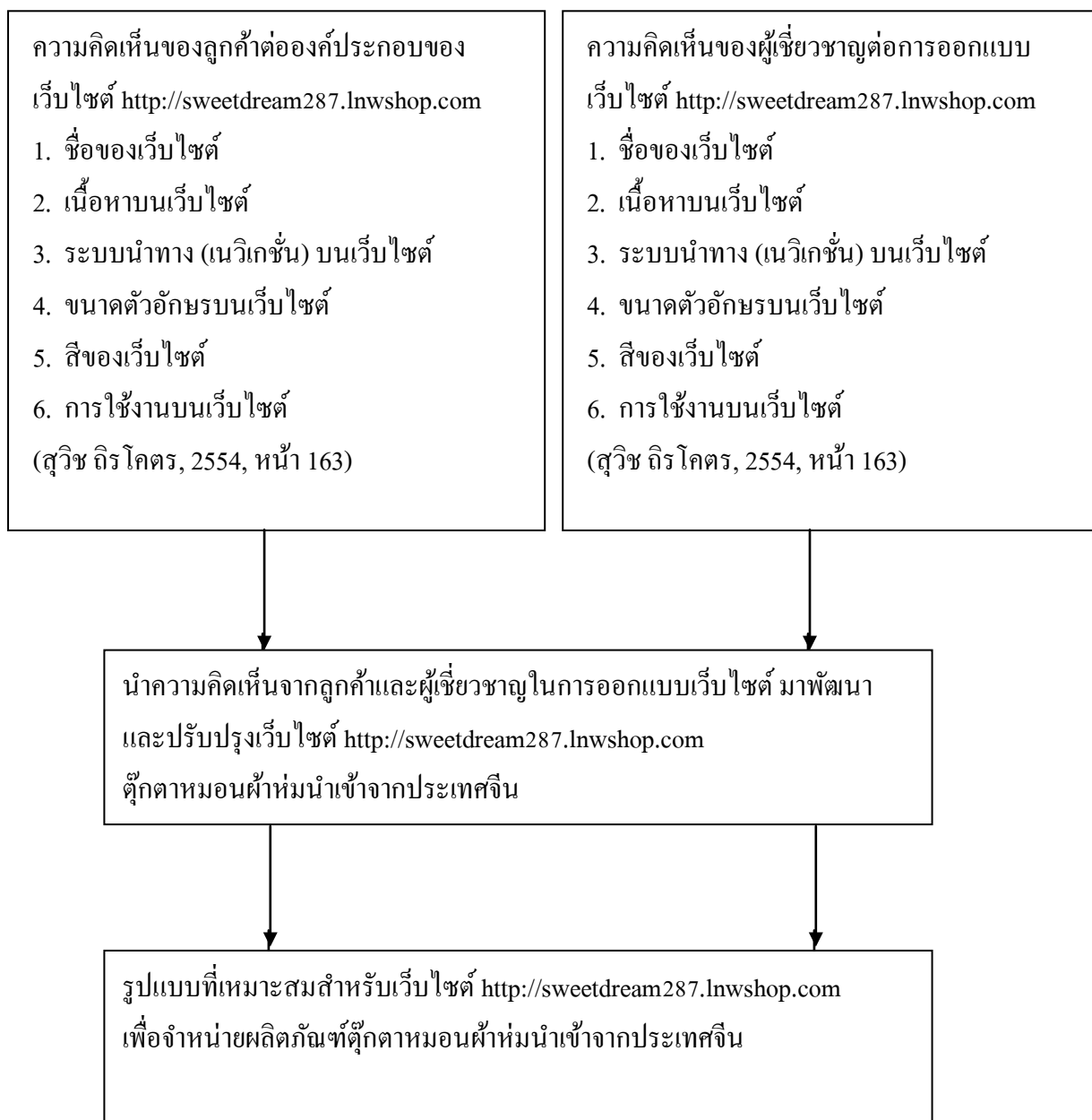
คำถามของการวิจัย

การพัฒนาเว็บไซต์และสื่อออนไลน์เพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาหมอนผ้าห่ม นำเข้าจากประเทศจีนควรเป็นอย่างไร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

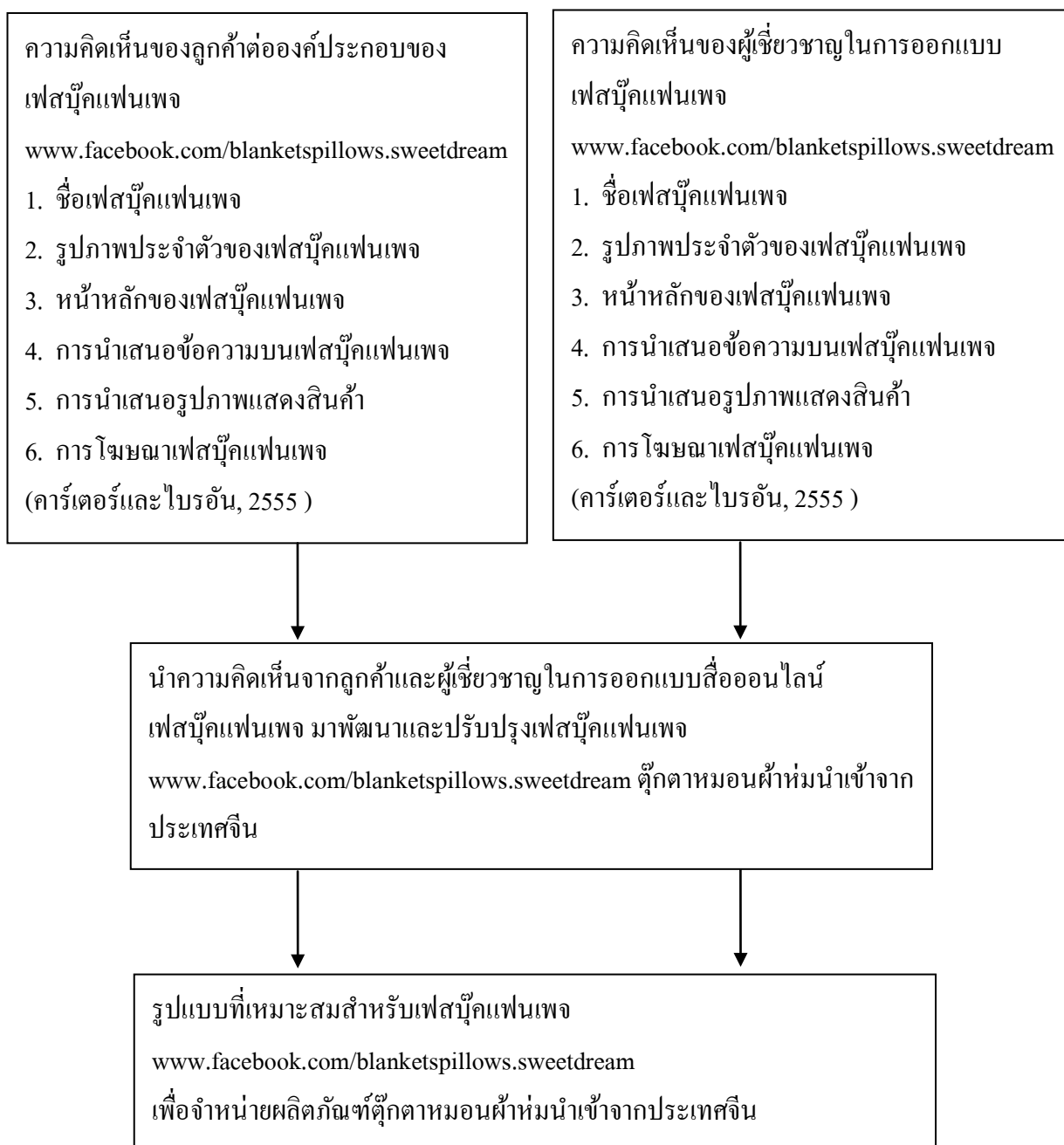
เพื่อพัฒนาเว็บไซต์และสื่อออนไลน์เพื่อการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาหมอนผ้าห่ม นำเข้าจากประเทศจีน

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1-1 กรอบแนวคิดในการวิจัยแนวทางการศึกษาพัฒนาเว็บไซต์เพื่อจำหน่าย ตู๊กตาหมอนผ้าห่ม

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1-2 กรอบแนวคิดในการวิจัยแนวทางการศึกษาพัฒนาเฟสบุ๊คแฟนเพจเพื่อจำหน่าย ตุ๊กตาหมอนผ้าห่ม

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย

1. สามารถนำผลการวิจัยไปเป็นแนวทางในการพัฒนาองค์ประกอบของเว็บไซต์ในรูปแบบที่เหมาะสม เพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาหมอนผ้าห่มนำเข้าจากประเทศจีนได้อย่างต่อเนื่อง
2. สามารถนำผลการวิจัยไปเป็นแนวทางในการพัฒนาองค์ประกอบของเฟสบุ๊กแฟนเพจในรูปแบบที่เหมาะสม เพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาหมอนผ้าห่มนำเข้าจากประเทศจีนได้อย่างต่อเนื่อง

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา ขอบเขตงานวิจัยในครั้งนี้ มุ่งศึกษาถึงแนวทางการศึกษาพัฒนาสื่อออนไลน์ เพื่อดำเนินการตลาดออนไลน์ในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาหมอนผ้าห่มนำเข้าจากประเทศจีน ซึ่งสื่อออนไลน์ที่ทำการศึกษา คือ เว็บไซต์และเฟสบุ๊กแฟนเพจ
2. ขอบเขตด้านวิธีวิจัยและกลุ่มตัวอย่าง ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก รูปแบบกึ่งมีโครงสร้าง กับกลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่เคยซื้อสินค้าจากเว็บไซต์ <http://sweetdream287.lnwshop.com> และกลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่เคยซื้อสินค้าจากเฟสบุ๊กแฟนเพจ <https://www.facebook.com/blanketspillows.sweetdream> และผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเว็บไซต์ และเฟสบุ๊กแฟนเพจ
3. ระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินการศึกษา คือ พฤษภาคม-มิถุนายน 2559

นิยามศัพท์เฉพาะ

สื่อออนไลน์ หมายถึง การติดต่อสื่อสารของบุคคลทั่วโลกผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ทั้งในรูปแบบเว็บไซต์ และสื่อสังคมออนไลน์ประเภทเฟสบุ๊กแฟนเพจ โดยผ่านอุปกรณ์ คอมพิวเตอร์ สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต

การตลาดออนไลน์ หมายถึง การนำเสนอผลิตภัณฑ์เพื่อให้ผู้บริโภค ใ้ภกรับรู้และตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในรูปแบบเว็บไซต์ และสื่อสังคมออนไลน์

เว็บไซต์สำหรับผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาหมอนผ้าห่มนำเข้าจากประเทศจีน หมายถึง แหล่งรวบรวมผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาหมอนผ้าห่มนำเข้าจากประเทศจีน เพื่อนำเสนอ และนำเสนอผลิตภัณฑ์ รวมทั้งสามารถเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ได้บนเว็บไซต์ สามารถเข้าถึงได้โดยเครือข่ายอินเทอร์เน็ตผ่านเว็บเบราว์เซอร์

เฟสบุ๊กแฟนเพจสำหรับผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาหมอนผ้าห่มนำเข้าจากประเทศจีน หมายถึง เพจที่สร้างพื้นที่หนึ่งออกมาจากเฟสบุ๊ก เพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาหมอนผ้าห่มนำเข้าจากประเทศจีน

โดยการสื่อสารด้วยรูปภาพและข้อความ เพื่อเชิญชวนบุคคลในเครือข่ายสังคมออนไลน์ เข้ามาชมเพจสินค้า กดถูกใจแฟนเพจ รูปภาพและข้อความที่นำเสนอ จนเกิดการติดต่อเพื่อซื้อผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาทอมอนผ้าห่มนำเข้าจากประเทศจีน หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะเป็นตุ๊กตารูปแบบต่าง ๆ เช่น กระต่าย หมี ลิง โดยมีลักษณะเป็นหมอนและมีผ้าห่มในตัวที่สามารถแยกออกจากตัวหมอนตุ๊กตาได้อย่างอิสระ ส่วนตัวหมอนตุ๊กตาสามารถสอดมือได้เพื่อความอบอุ่น ผลิตจากใยสังเคราะห์นาโน ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่นำเข้ามาจากประเทศจีน สามารถนำมาเป็นของขวัญของสะสม หรือของที่ระลึกได้

แนวทางการศึกษาพัฒนาเว็บไซต์เพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาทอมอนผ้าห่มนำเข้าจากประเทศจีน หมายถึง การศึกษาโดยการสอบถามความคิดเห็นของลูกค้าบนเว็บไซต์และผู้เชี่ยวชาญในการออกแบบเว็บไซต์ เกี่ยวกับรูปแบบและองค์ประกอบของเว็บไซต์ผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาทอมอนผ้าห่มในปัจจุบันและ ขอคำแนะนำในการปรับปรุงพัฒนาเพื่อให้สามารถสนองความต้องการของผู้บริโภคได้

แนวทางการศึกษาการพัฒนาสื่อออนไลน์เฟสบุ๊คแฟนเพจเพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาทอมอนผ้าห่มนำเข้าจากประเทศจีน หมายถึง การศึกษาโดยการสอบถามความคิดเห็นของลูกค้าบนเฟสบุ๊คแฟนเพจและผู้เชี่ยวชาญในการออกแบบเฟสบุ๊คแฟนเพจ เกี่ยวกับรูปแบบและองค์ประกอบของเฟสบุ๊คแฟนเพจผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาทอมอนผ้าห่มในปัจจุบัน และขอคำแนะนำในการปรับปรุงพัฒนาเพื่อให้สามารถสนองความต้องการของผู้บริโภคได้

ความคิดเห็นของลูกค้าและผู้เชี่ยวชาญในการออกแบบเว็บไซต์ ต่อองค์ประกอบของเว็บไซต์ หมายถึง การแสดงความคิดเห็นต่อรูปแบบปัจจุบันของเว็บไซต์ ทั้งด้านการออกแบบ การนำเสนอ การใช้งาน และองค์ประกอบอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งส่วนที่ชื่นชอบและส่วนการแนะนำเพื่อนำไปสู่การพัฒนาและปรับปรุงต่อไป

ความคิดเห็นของลูกค้าและผู้เชี่ยวชาญในการออกแบบเฟสบุ๊คแฟนเพจ ต่อองค์ประกอบของเฟสบุ๊คแฟนเพจ หมายถึง การแสดงความคิดเห็นต่อรูปแบบปัจจุบันของเฟสบุ๊คแฟนเพจ ทั้งด้านการออกแบบภาพปก ภาพประจำตัว การนำเสนอ การใช้งาน และองค์ประกอบอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งส่วนที่ชื่นชอบและส่วนการแนะนำเพื่อนำไปสู่การพัฒนาและปรับปรุงต่อไป

ชื่อของเว็บไซต์ หมายถึง ชื่อที่ระบุลงในคอมพิวเตอร์เพื่อใช้ในการค้นหาในระบบโดเมนเนือหาบนเว็บไซต์ หมายถึง การแสดงรายละเอียดของเว็บไซต์เพื่อใช้ในการสื่อสารกับ

ผู้ชม

ระบบนำทาง (เนวิเกชัน) หมายถึง ระบบนำทางที่บอกกับผู้ที่เข้าชมเว็บไซต์ถึงหน้าต่าง ๆ ของเว็บไซต์ ช่วยให้ผู้ใช้เข้าชมเข้าถึงข้อมูลต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็ว และรู้ว่ากำลังอยู่ที่หน้าใดของเว็บไซต์

ขนาดตัวอักษรบนเว็บไซต์ หมายถึง ขนาดของข้อความที่แสดงบนหน้าเว็บไซต์เพื่อใช้อธิบายส่วนประกอบต่าง ๆ บนเว็บไซต์

สีของเว็บไซต์ หมายถึง การสื่ออารมณ์เพื่อให้ผู้ชมรับได้รับรู้การแสดงออกและความหมายของตัวเว็บไซต์

การใช้งานบนเว็บไซต์ หมายถึง การใช้งานได้ง่ายไม่ซับซ้อน เช่น การมีปุ่มการใช้งานที่ชัดเจนมีระบบควบคุมเส้นทางเพื่อเข้าสู่เนื้อหา (Navigation)

ชื่อเฟสบุ๊คแฟนเพจ หมายถึง การสื่อสารให้ผู้บริโภคจดจำชื่อร้านค้าหรือสินค้าเปรียบเสมือนแบรนด์สินค้าที่ทำให้ผู้บริโภคจดจำ

รูปภาพประจำตัวของเฟสบุ๊คแฟนเพจ หมายถึง การแสดงออกด้วยภาพเพื่อให้ผู้บริโภคจดจำ เปรียบเสมือนสัญลักษณ์ของร้านค้า

หน้าหลักของเฟสบุ๊คแฟนเพจ หมายถึง หน้าร้านค้าออนไลน์ที่จะดึงดูดสายตาของผู้เข้าชม แสดงร้านค้าและช่องทางการติดต่อให้แก่ผู้ชม

การนำเสนอข้อความบนเฟสบุ๊คแฟนเพจ หมายถึง การสื่อสารให้ผู้ชมเข้าใจเกี่ยวกับข้อความหรือสินค้าที่จะนำเสนอ จนเกิดการตัดสินใจว่าชอบหรือไม่ชอบ จนกลายเป็นการแสดงออกด้วยการถูกใจ หรือแสดงความเห็นต่อสิ่งที่นำเสนอ นั้น ๆ

การนำเสนอรูปภาพแสดงสินค้าบนเฟสบุ๊คแฟนเพจ หมายถึง ภาพถ่ายของสินค้าที่สื่อให้ผู้ชมเห็นสินค้าในทุก ๆ องค์ประกอบ สามารถสื่อสารให้ผู้ชมรู้สึกเหมือนเห็นของจริง ๆ

การโฆษณาเฟสบุ๊คแฟนเพจ หมายถึง การประชาสัมพันธ์เฟสบุ๊คที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายตรงตามที่กำหนด และเป็นช่องทางในการสื่อสารเพื่อประชาสัมพันธ์สินค้าหรือการบริการ เพื่อเปิดรับลูกค้ารายใหม่ ๆ ให้เพิ่มมากขึ้นตลอดเวลา

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยเรื่องการพัฒนาเว็บไซต์และสื่อออนไลน์เพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาหมอนผ้าห่มนำเข้าจากประเทศจีน ผู้ทำการวิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และได้นำเสนอตามหัวข้อดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตลาดออนไลน์
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการออกแบบเว็บไซต์
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการออกแบบเฟสบุ๊คแฟนเพจ

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตลาดออนไลน์

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) (2558) หรือ ETDA และกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ได้เผยแพร่ผลสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในปี 2558 มีอัตราร้อยละดังต่อไปนี้

กิจกรรมยอดนิยมของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ ได้แก่

1. การใช้บริการโซเชียลเน็ตเวิร์ก เช่น เฟสบุ๊ค อินสตาแกรม และไลน์ 82.7%
2. การสืบค้นข้อมูล 56.6%
3. การใช้ติดตามข่าวสาร หนังสือพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์ 52.2%

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์ขายสินค้าและบริการทางออนไลน์

1. ข้อมูลที่ได้จากการรีวิวความคิดเห็นของผู้เคยใช้สินค้า 58.2%
2. โฆษณาจากเว็บไซต์และสื่อออนไลน์ต่าง ๆ 50.2%
3. คำแนะนำจากเพื่อนว่าดี มีการบอกต่อ ๆ กันมา 34.0%
4. โฆษณาจากแหล่งโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ Billboard แผ่นพับ งานแสดงสินค้า 32.3%
5. เป็นเว็บไซต์ที่อยู่ในอันดับต้น ๆ ของการค้นหาผ่าน Search engine 31.5%
6. ความคิดเห็นจาก Blogger, Net idol, คารา, นักร้อง, เซเลบ เป็นต้น 20.8%
7. อื่น ๆ 5.1%

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการผ่านช่องทางออนไลน์ ได้แก่

1. การนำเสนอข้อมูลของสินค้าของเว็บไซต์ 51.2%
2. ความชัดเจน และความน่าเชื่อถือของภาพผลิตภัณฑ์ 50.5%
3. สินค้าหรือบริการถูกกว่าร้านค้าปกติ 46.4%
4. การประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายในการเดินทาง รวมถึงความสามารถในการสั่งซื้อได้ตลอด 24 ชั่วโมง 46.1%

5. โปรโมชั่น 41.6%
6. เว็บไซต์ค้นหาสินค้าได้ง่าย 38.8%
7. มีบริการจัดส่งสินค้าที่สะดวกรวดเร็ว 33.5%
8. มั่นใจในระบบการสั่งซื้อและระบบการชำระเงิน 29.5%
9. เว็บไซต์มีสินค้าหลากหลาย 29.4%
10. มีบริการจัดส่งฟรีเมื่อซื้อเกินยอดขั้นต่ำ 29.4%
11. ผู้ขายสินค้าหรือบริการเป็นผู้มีชื่อเสียงและน่าเชื่อถือ 28.6%
12. คุณภาพและมาตรฐานการบรรจุหีบห่อสินค้า 22.6%
13. มีการรับประกันการพอใจ “ไม่พอใจยินดีคืนเงิน” 20.2%
14. มีการออกแบบเว็บไซต์ให้รองรับอุปกรณ์ที่แตกต่างกัน 18.4%
15. มีบริการชำระเงินกับพนักงานจัดส่งสินค้า 14.5%
16. เป็นสินค้าที่มีจำหน่ายเฉพาะทางออนไลน์ 14.2%
17. มีบริการ Call center 12.3%
18. อื่น ๆ 1.6%

หมวดสินค้าหรือบริการที่ได้รับความนิยมสั่งซื้อออนไลน์ ได้แก่

1. สินค้าแฟชั่น อาทิ เสื้อผ้า รองเท้า กระเป๋า เครื่องประดับ 42.6%
2. อุปกรณ์ไอที เช่น คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์เคลื่อนที่ แท็บเล็ตคอมพิวเตอร์ 27.5%
3. สินค้ากลุ่มสุขภาพและความงาม เช่น เครื่องสำอาง อาหารเสริม 24.4%
4. การเดินทางท่องเที่ยว 23.2%
5. ดาวน์โฮลด์ 21%
6. อื่น ๆ 13%
7. บันเทิง 12%
8. ของใช้ภายในบ้าน 10.8%
9. การเงินการลงทุน 5.8%

10. อัญมณี เครื่องประดับ 5.5%

11. สินค้าแม่และเด็ก 3.4%

สำหรับผลสำรวจผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตแยกตามเพศ เรียงลำดับ ได้แก่ เพศหญิง 55.8% เพศชาย 42.4% และเพศที่สาม 1.8%

คมสัน ต้นสกุล (2553, หน้า 52) ได้กล่าวว่า การตลาดออนไลน์ (Online marketing) หมายถึง การทำการตลาดโดยผ่านเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information technology) หรือสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Electronics) ทั้งทางอินเทอร์เน็ตบนคอมพิวเตอร์และโทรศัพท์มือถือ โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อเพิ่มยอดขาย ลดค่าใช้จ่าย สร้างความสะดวกให้แก่ลูกค้า และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจ

ฉัฐพล ไยไพโรจน์ (2558, หน้า 59) ได้กล่าวว่า การตลาดออนไลน์ (Online marketing) หมายถึง การทำการตลาดทางอินเทอร์เน็ต เพื่อขายสินค้า โฆษณา ประชาสัมพันธ์ สร้างการเรียนรู้ สร้างการรับรู้ และบริการให้ถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย รับทราบและเข้าใจ เพื่อสามารถสั่งซื้อสินค้าผ่านอุปกรณ์ต่าง ๆ เช่น โซเชียลมีเดีย อีเมล เว็บไซต์ เป็นต้น

นชกฤต วันตะเมธ (2555, หน้า 319) ได้กล่าวว่า การตลาดออนไลน์ (Online marketing) หมายถึง รูปแบบหนึ่งของการสื่อสารการตลาดโดยผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต ซึ่งอาจเป็นการเชื่อมต่อโดยใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ ได้แก่ เครื่องคอมพิวเตอร์ โน้ตบุ๊ก โทรศัพท์มือถือเคลื่อนที่ และเครื่องช่วยงานส่วนบุคคลแบบดิจิทัล หรือที่นิยมเรียกว่าพีดีเอ เป็นต้น

ภวรัญชน์ ภู่วิจิตร (2558, หน้า 14) ได้กล่าวว่า การตลาดออนไลน์ (Online marketing) หมายถึง การนำสินค้ามาขายผ่านอินเทอร์เน็ต โดยมีเว็บไซต์ร้านค้าเป็นของตนเอง หรือเปิดร้านขายผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย เช่น เฟสบุ๊ก (Facebook), อินสตาแกรม (Instagram) ซึ่งลูกค้าจะเห็นสินค้าจากรูปภาพ และรายละเอียดผ่านหน้าเว็บไซต์ สามารถซื้อโดยการโอนเงินให้ทางร้านค้าและรอของมาส่งที่หน้าบ้าน โดยไม่ต้องออกไปซื้อสินค้าเอง

วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี (2559) ได้กล่าวว่า การตลาดออนไลน์ (Online marketing) หมายถึง กิจกรรมทางการตลาดที่ดำเนินการโดยใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อกลาง โดยสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ร่วมกับวิธีการทางการตลาด เพื่อตอบสนองลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย

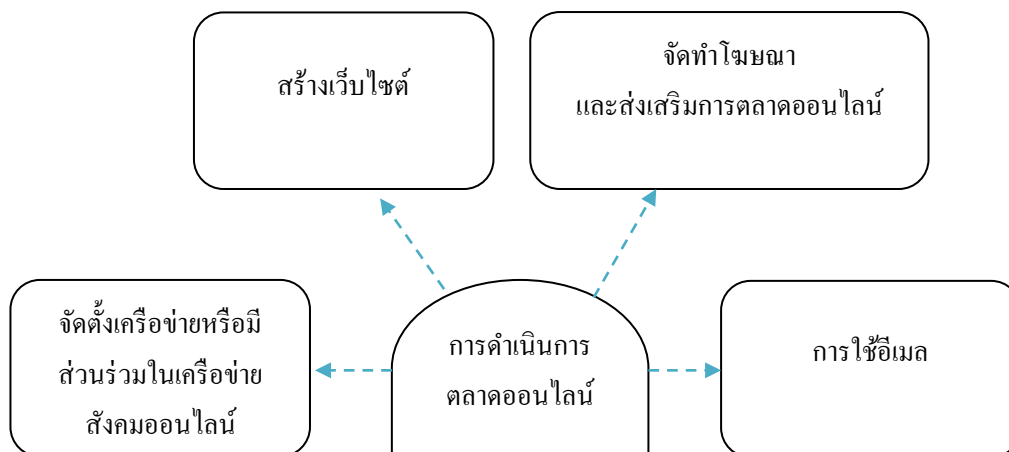
จากที่กล่าวมาเกี่ยวกับความหมายการตลาดออนไลน์ สรุปได้ว่า การดำเนินกิจกรรมทางการตลาดเพื่อสื่อสารให้ผู้บริโภคได้รับรู้ถึงสินค้า เพื่อนำเสนอการบริการ โฆษณา ประชาสัมพันธ์ โดยสามารถสร้างความสะดวกสบายให้แก่ลูกค้า เพิ่มมูลค่าทางธุรกิจ โดยใช้การเชื่อมโยงอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ เช่น คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือ ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

ลักษณะสำคัญของการตลาดออนไลน์ มีหลายประการซึ่งสามารถสรุปได้มีดังนี้ คือ (เซวี่ โรจนแสง, 2554 จรรยา แหยมเจริญ, 2553; ตราวุทธิ์ เหลืองสมบูรณ์, 2550)

1. เป็นการใช้เครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์เป็นสื่อกลางในการสื่อสารกับผู้บริโภค เช่น คอมพิวเตอร์ และ โทรศัพท์มือถือ เป็นต้น (Communication thought electronic devices)
2. เป็นการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดกับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะเจาะจงได้อย่างถูกต้อง (Precise targeting)
3. เป็นรูปแบบของการสื่อสารสองทาง (Two-way communication)
4. เป็นรูปแบบของการสื่อสารทั่วโลก (Global communication)
5. เป็นการติดต่อสื่อสารตลอด 24 ชั่วโมง โดยไม่จำกัดสถานที่ และไม่มีวันหยุด (Ubiquity)
6. เป็นการตลาดแบบตัวต่อตัว (One-to-one marketing) ซึ่งจะมีความเป็นส่วนตัวสูง (Personalize marketing) และสามารถทำให้คู่แข่งมองไม่เห็นได้ (Invisible strategy)
7. เป็นการดำเนินการที่ต้นทุนต่ำ (Low cost) เพราะใช้บุคลากรจำนวนน้อยในการให้บริการ
8. สามารถนำมาใช้ในการทำธุรกรรมในรูปแบบที่หลากหลาย ซึ่งการทำธุรกรรมทางการค้าบนอินเทอร์เน็ต มักจะเรียกว่า “พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์” (Electronic commerce) ซึ่งมีรูปแบบได้หลากหลาย 6 ประเภทได้แก่
 - 8.1 องค์กรธุรกิจไปยังองค์กรธุรกิจ (Business to business: B-to-B)
 - 8.2 องค์กรธุรกิจไปยังผู้บริโภค (Business to consumer: B-to-C)
 - 8.3 ผู้บริโภคไปยังผู้บริโภค (Consumer to consumer: C-to-C)
 - 8.4 องค์กรภาครัฐไปยังองค์กรธุรกิจ (Government to consumer: G-to-B)
 - 8.5 องค์กรภาครัฐไปยังผู้บริโภค (Government to consumer: G-to-C)
 - 8.6 องค์กรภาครัฐไปยังองค์กรภาครัฐ (Government to government: G-to-G)
9. สามารถสื่อสารโต้ตอบได้สองทาง (Interactivity)
10. สามารถให้ข้อมูลข่าวสารที่มีความซับซ้อนและมีรายละเอียดได้มาก (Richness)
11. สามารถตอบสนองได้ตรงความต้องการลูกค้าแต่ละราย (Customization)
12. มีความยืดหยุ่นสูงเพราะสามารถออกแบบรูปแบบของการตลาดออนไลน์ได้อย่างหลากหลาย (Flexibility and diversity)
13. เป็นรูปแบบของการสื่อสารการตลาดที่วัดผลได้ง่าย (Measurable)

การจัดตั้งระบบการตลาดออนไลน์

การดำเนินการตลาดออนไลน์ สามารถดำเนินการได้ด้วยวิธีดังต่อไปนี้ (คอตเลอร์, ฟิลิปส์ 2555, หน้า 277)



ภาพที่ 2-1 การจัดตั้งระบบการตลาดออนไลน์ (Setting up for online marketing) (คอตเลอร์, ฟิลิปส์ 2555, หน้า 277)

1. การสร้างเว็บไซต์ ต้องมีการออกแบบเว็บไซต์ให้ดึงดูดใจและค้นหาวิธีที่จะทำให้ผู้บริโภคเข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์ และกลับมาเยี่ยมชมบ่อย ๆ

1.1 ประเภทของเว็บไซต์ เว็บไซต์แตกต่างกันไปตามวัตถุประสงค์และเนื้อหา ประเภทพื้นฐานส่วนใหญ่คือเว็บบริษัท ซึ่งเว็บไซต์ดังกล่าวได้รับการออกแบบเพื่อ สร้างความนิยมจากลูกค้า รวบรวมผลสะท้อนกลับจากลูกค้า และสนับสนุนช่องทางการขายอื่น ๆ

1.2 การออกแบบเว็บไซต์ที่มีประสิทธิผล เงื่อนไขสำคัญของการออกแบบเว็บไซต์ คือ การสร้างคุณค่าและความตื่นตาตื่นใจที่จะเรียกผู้บริโภคให้มาเยี่ยมชมเว็บไซต์และกลับมาอีกครั้ง ความท้าทายประการสำคัญ คือ การออกแบบเว็บไซต์ให้เกิดความประทับใจในครั้งแรกที่ดู และน่าสนใจพอที่จะสนับสนุนให้เกิดการไปเยี่ยมชมซ้ำ ในการออกแบบเว็บไซต์ที่มีประสิทธิภาพ ควรให้ความสนใจกับสิ่งต่อไปนี้ คือ บริบทหรือสาระ เนื้อหา สังคม การปรับให้สอดคล้อง การสื่อสาร การติดต่อ และการพาณิชย์

2. การจัดโฆษณาและส่งเสริมการตลาดออนไลน์ การโฆษณาออนไลน์เป็นสื่อกลางที่สำคัญ ที่ช่วยส่งเสริมการตลาด และแนวโน้มในอนาคต รูปแบบโฆษณาออนไลน์ รูปแบบหลักประกอบไปด้วย การโฆษณาแสดงภาพ (Display ads) โฆษณาที่เชื่อมการสืบค้น (Search-

related ads) และใบประกาศโฆษณาออนไลน์ (Online classified) รูปแบบที่พบมากที่สุดได้แก่ ป้าย
แถบโฆษณา โดยที่การคลิกที่ตัวโฆษณาจะพาผู้บริโภคไปยังหน้าเว็บไซต์ต่อไป

3. การจัดตั้งการมีส่วนร่วมในเครือข่ายสังคมออนไลน์ ความนิยมของอินเทอร์เน็ต ส่งผล
ให้เครือข่ายสังคมออนไลน์หรือสังคมเว็บ เกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก ทำให้ผู้บริโภคออนไลน์เกิดการ
รวมกลุ่ม ชุมชน และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและข้อมูล ซึ่งในปัจจุบันนิยมใช้ มายสเปซ (Myspace)
หรือ เฟสบุ๊ค (Facebook) เป็นอย่างมาก ดังนั้นถ้าทำการตลาดโดยใช้การมีส่วนร่วมในสังคมเว็บเป็น
อีกรูปแบบหนึ่งที่จะช่วยประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์

4. การใช้อีเมล อีเมลสามารถเป็นสื่อการตลาดทางตรงที่ดีที่สุด อีเมลช่วยให้นักการตลาด
สามารถส่งข้อความสร้างความสัมพันธ์ ที่มีความเฉพาะและเป็นส่วนตัวสูง ให้แก่ผู้บริโภคที่
ต้องการรับข้อความจริงๆ ด้วยประสิทธิผลในการกำหนดเป้าหมายและต้นทุนที่ต่ำ

กลยุทธ์ 4Cs สำหรับส่งเสริมการตลาดออนไลน์

ในการทำการตลาดออนไลน์สำหรับยุคดิจิทัล นั้นให้ความสำคัญกับผู้บริโภค เพราะ
การตลาดในยุคดิจิทัล ผู้บริโภคสามารถเป็นได้ทั้ง ผู้รับสาร ผู้ส่งสาร และผู้สร้างสาร ดังนั้นทฤษฎี
4Cs โดย Lauterborn (1990) นักโฆษณาประชาสัมพันธ์ ศาสตราจารย์แห่งมหาวิทยาลัย นอร์ท
แคโรไลนา โดยที่ทฤษฎีนี้เน้นการตลาดในต่างประเทศกล่าวเป็นกลยุทธ์สำคัญในการทำการตลาด
ออนไลน์ (ฉันทพล ไชยไพโรจน์, 2558, หน้า 80) ประกอบด้วย

Consumer ต้องคำนึงถึงต้นทุนที่ผู้บริโภคต้องจ่ายเพื่อให้ได้สินค้าโดยแนวคิดนี้เป็นการ
ตั้งราคาเพื่อให้ทั้งผู้ขายและผู้บริโภคอยู่รอดได้ การกำหนดราคาต้องคำนึงถึงต้นทุนของผู้บริโภคที่
ต้องจ่ายทั้งหมด รวมถึงค่ารถ ค่าเดินทาง และค่าเสียเวลาด้วย ซึ่งลูกค้าออนไลน์ คือ กลุ่มที่เลือก
สินค้าที่ตอบสนองต่อความต้องการ (Need) ด้วยการใช้วิธีค้นหาด้วยเว็บริดผ่านเว็บไซต์ เสิร์ชเอนจิน
ต่าง ๆ เช่น Google, Yahoo เป็นต้น

Cost ราคาต้องเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า สำหรับการทำการตลาดออนไลน์นั้น สามารถ
ช่วยลดต้นทุนในด้านต่าง ๆ เช่น ค่าเช่าร้านเนื่องจากไม่จำเป็นต้องมีหน้าร้าน ค่าน้ำ ค่าไฟ รวมถึง
ค่าจ้างพนักงานขาย ดังนั้นจึงควรตั้งราคาที่ไม่สูงเกินไป ซึ่งจะส่งผลต่อความดึงดูดให้ซื้อสินค้า

Convenience สถานที่จัดจำหน่าย หรือช่องทางการจัดจำหน่ายช่วยเพิ่มความ
สะดวกสบายให้แก่ลูกค้า โดยการให้บริการจัดส่งถึงที่ หากกล่าวถึงช่องทางจัดจำหน่ายสำหรับ
การตลาดแบบออนไลน์ หมายถึง การมีร้านหลายสาขา แต่เป็นช่องทางจัดจำหน่ายในโลกออนไลน์
สามารถมีหลายช่องทาง เช่น โซเชียลเน็ตเวิร์ค เว็บไซต์ การส่งอีเมล ซึ่งเป็นการสร้างโอกาสในการ
ขายหรือขยายธุรกิจให้เพิ่มขึ้น

Communication ช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย เน้นสร้างความไว้วางใจ ความเป็นกันเอง และความจริงใจให้แก่ผู้บริโภคมากกว่ามุ่งไปที่การขายอย่างเดียว

มณีนุช สมานหมู่ (2557, หน้า 4) ได้กล่าวถึง การซื้อสินค้าออนไลน์นั้นผู้ซื้อสามารถที่จะค้นหาและทำการเปรียบเทียบราคาสินค้าต่าง ๆ ที่ต้องการได้โดยไม่ต้องออกไปสำรวจราคาแต่ละร้านด้วยตนเอง ซึ่งทำสามารถประหยัดเงินและเวลาได้มาก เนื่องจากเมื่อมีการตกลงซื้อสินค้าสามารถใช้วิธีชำระเงินผ่านทางระบบออนไลน์ เพียงแต่จะไม่เห็นสินค้าจริง และการทดลองใช้งานสินค้าก่อนซื้อ สำหรับการเปรียบเทียบการซื้อสินค้าออนไลน์กับการซื้อสินค้าผ่านหน้าร้านค้าสามารถแสดงได้ดังตารางที่ 2-1 แสดงการเปรียบเทียบในฐานะผู้ซื้อ และตารางที่ 2-2 แสดงการเปรียบเทียบในฐานะผู้ขาย

ตารางที่ 2-1 เปรียบเทียบการซื้อสินค้าออนไลน์กับการซื้อสินค้าผ่านหน้าร้านค้าเปรียบเทียบในฐานะผู้ซื้อ

ซื้อสินค้าผ่านร้านค้า	ซื้อสินค้าผ่านร้านค้าออนไลน์
ใช้เวลาในการเดินทาง หากร้านค้า และเลือกซื้อสินค้าเป็นเวลานาน	ไม่เสียเวลาในการเดินทาง และใช้เวลาในการเลือกสินค้าได้อย่างรวดเร็ว เพราะถูกจัดไว้เป็นหมวดหมู่และมีช่องค้นหาสินค้า
ต้องไปหลายร้านค้าเพื่อสำรวจราคาสินค้า	สามารถเปรียบเทียบราคาแต่ละร้านได้
ร้านค้ามีเวลาเปิดปิด	เลือกซื้อสินค้าได้ 24 ชั่วโมง
ต้องมีเงินสด หรือบัตรเครดิต เพื่อใช้ซื้อสินค้าทุกครั้ง	สามารถทำธุรกรรมผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์

ตารางที่ 2-2 เปรียบเทียบการซื้อขายสินค้าออนไลน์กับการซื้อสินค้าผ่านหน้าร้านค้าเปรียบเทียบใน
ฐานะผู้ขาย

ขายสินค้าผ่านร้านค้า	ขายสินค้าผ่านร้านค้าออนไลน์
<p>สินค้าราคาสูงกว่า เพราะมีต้นทุนที่สูง เช่น ค่าเช่า ค่าแรงงานพนักงานขาย</p> <p>ผู้ซื้อสินค้ามักอยู่ไม่ไกลจากร้านค้า ยกเว้นจะเป็นสินค้าที่หาซื้อได้ยากเท่านั้น</p> <p>ไม่สามารถนำสินค้าที่ต้องการเสนอขมายมาวางหน้าร้านได้ทั้งหมด เพราะมีพื้นที่จำกัด</p> <p>เสียค่าใช้จ่ายในการตกแต่งและปรับปรุงร้านค่อนข้างสูง</p> <p>มีความเสี่ยงจากเหตุการณ์ต่าง ๆ เช่น น้ำท่วม การจราจรที่ติดขัด ซึ่งอาจทำให้ผู้ซื้อเปลี่ยนใจไปซื้อร้านอื่น</p>	<p>สินค้าราคาต่ำกว่า เนื่องจากตัดต้นทุนค่าเช่า ค่าแรงงาน แต่จะมีค่าใช้จ่ายในการสร้างเว็บไซต์ ซึ่งมีราคาไม่สูงมากนัก</p> <p>ผู้ซื้อสินค้าจะเป็นใครก็ได้ จะอยู่ต่างจังหวัด หรืออยู่ต่างประเทศก็ได้</p> <p>สามารถแสดงหมวดหมู่สินค้าได้ ให้ค้นหาได้ง่ายและสามารถวางรายการสินค้าได้ครบทุกชิ้นที่มี</p> <p>เสียค่าใช้จ่ายไม่มากในการตกแต่งและปรับปรุงร้านค้า เพราะใช้การออกแบบในคอมพิวเตอร์</p> <p>มีความเสี่ยงจากเหตุการณ์ต่าง ๆ ได้น้อยกว่า อาจกระทบบ้างในกรณีที่มีเหตุเกี่ยวข้องกับ การขนส่งสินค้าผ่านทางไปรษณีย์ไทยและบริษัทขนส่งเอกชน</p>

แหล่งซื้อสินค้าออนไลน์ในประเทศจีน

ในประเทศจีนมีแหล่งซื้อขายสินค้าออนไลน์ ทั้งในรูปแบบขายปลีกและขายส่ง สำหรับเว็บไซต์ที่นิยมในการสั่งซื้อสินค้ามี ดังนี้ www.taobao.com, www.tmall.com, www.1688.com (www.alibaba.cn), www.aliexpress.com, www.alibaba.com, www.dangdang.com, www.amazon.com สำหรับการเลือกซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์ สามารถทำได้ดังนี้ (มณีบุช สมานหมู่, 2557, หน้า 57)

1. เลือกซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์ www.taobao.com ซึ่งเว็บไซต์นี้มีรูปแบบการซื้อขายระหว่างผู้บริโภคกับผู้บริโภค (C2C: Consumer-to-consumer) เป็นเว็บไซต์ที่เปิดให้บริการฟรี ไม่ต้องจ่ายค่าคอมมิชชันค่าลงสินค้าใด ๆ ประเภทสินค้าภายในเว็บไซต์ เช่น อุปกรณ์มือถือ ของตกแต่งบ้านและสวน สินค้าเด็ก อุปกรณ์กีฬา และสินค้าเกี่ยวกับงานแต่งงาน

2. เลือกซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์ www.tmall.com เป็นเว็บไซต์ในกลุ่มสินค้าแบรนด์ชั้นนำ และมีการประกันคุณภาพ ถ้าสินค้ามีปัญหาจะมีการคืนเงิน โดยไม่มีเงื่อนไขภายใน 7 วัน ประเภทสินค้าภายในเว็บไซต์ เช่น เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย สินค้าไอที เครื่องสำอาง และสินค้าเพื่อสุขภาพ

3. เลือกซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์ www.1688.com(www.alibaba.com) เป็นเว็บไซต์ในกลุ่มสินค้านำเข้าขายส่งหรือโรงงานที่มาเปิดหน้าเว็บไซต์ไว้รับคำสั่งซื้อโดยตรง มีเพียงตัวอย่างสินค้าเน้นการผลิตตามคำสั่ง และส่วนใหญ่จะมีขั้นต่ำในการสั่งซื้อ สินค้าที่นิยมนำเข้าส่วนใหญ่จะเป็นชิ้นส่วนหรือวัตถุดิบสำหรับนำไปผลิตหรือประกอบเป็นสินค้าอื่น ๆ อีกครั้ง เช่น วัสดุอุปกรณ์ที่เป็นพลาสติก หนังและหนังเทียม วัสดุอุปกรณ์ที่เป็นยางหรือซิลิโคน ผ้าและสิ่งทอ บรรจุภัณฑ์ต่าง ๆ และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์

4. เลือกซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์ www.alibaba.com เป็นเว็บไซต์ในเครือข่ายอาลีบาบาของจีน มีคำอธิบายสินค้าต่าง ๆ เป็นภาษาอังกฤษเข้าใจรายละเอียดได้ง่าย เป็นเว็บไซต์ในกลุ่มสินค้านำเข้าขายส่งหรือโรงงานที่มาเปิดหน้าเว็บไซต์ไว้รับคำสั่งซื้อโดยตรง เช่นเดียวกับ alibaba.com และเป็นสินค้าประเภทเดียวกัน ในการสั่งซื้อส่วนใหญ่จะเป็นรูปแบบที่ต้องเจรจารายละเอียดกับโรงงานถึงความต้องของผู้ซื้อเป็นหลัก เช่น การใส่ยี่ห้อบนสินค้า การผลิตตามแบบที่ต้องการไม่ซ้ำกับสินค้านี้ยี่ห้ออื่น ๆ ในตลาด เป็นต้น

5. เลือกซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์ www.aliexpress.com เป็นเว็บไซต์ในเครือข่ายอาลีบาบาของจีน มีคำอธิบายสินค้าต่าง ๆ เป็นภาษาอังกฤษ เช่นกัน แต่ต่างกันตรงที่สามารถสั่งสินค้าในจำนวนน้อยชิ้นได้ เพราะมีรูปแบบการปลีกไม่มีขั้นต่ำในการสั่งซื้อ มีระบบการชำระเงินนั้นมีระบบที่รัดกุม

6. เลือกซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์ www.dangdang.com ซึ่งเว็บไซต์นี้มีรูปแบบการซื้อขายระหว่างผู้ประกอบการกับผู้บริโภค (B2C: Business to consumer) ประเภทสินค้าภายในเว็บไซต์คือ หนังสือและอีบุ๊ก (E-book) และอุปกรณ์สำหรับงานฝีมือ

7. เลือกซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์ www.amazon.com เป็นเว็บไซต์ขายของออนไลน์จีนที่อยู่ในเครือข่ายเดียวกับเว็บไซต์อะเมซอนในสหรัฐอเมริกา ประเภทสินค้าภายในเว็บไซต์คือ หนังสือและสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งการซื้อสินค้าใน Amazon.com จะได้รับสินค้านั้นเร็วกว่าการซื้อสินค้าจาก Amazon.com เพราะระยะทางใกล้กว่า

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการออกแบบเว็บไซต์

สุวิษ ธีระโครต (2554, หน้า 161) ได้กล่าวว่า การออกแบบเว็บไซต์นั้นมีความสำคัญอย่างมากเนื่องจากจะทำให้ผู้ชมเกิดความประทับใจ ชื่นชอบ จนสามารถดึงดูดความสนใจได้ จนกระทั่งมีความต้องการที่จะกลับเข้าชมเว็บนั้นๆ อีกครั้งในอนาคต สำหรับการออกแบบเว็บไซต์นั้น หมายถึง การออกแบบพัฒนาส่วนหน้าแสดงของเว็บให้เกิดความประทับใจแก่ผู้ชม และนำเสนอความเป็นเอกลักษณ์ของหน่วยงานได้ ด้วยโปรแกรมฟังก์ชันการใช้งานภายในเว็บไซต์ที่ทำให้ผู้ใช้อยากเข้ามามีปฏิสัมพันธ์ต่อเว็บไซต์นั้น โดยต้องให้ความสำคัญกับปัจจัยต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. ความสำคัญของการออกแบบเว็บไซต์

เว็บไซต์เป็นสื่อที่อยู่ในการควบคุมของผู้ใช้โดยสมบูรณ์ ดังนั้นการออกแบบเว็บจึงมีความสำคัญที่จะดึงดูดให้ผู้ใช้เข้าชมและทำกิจกรรมร่วมในเว็บไซต์ของเราให้ได้มากที่สุด ซึ่งสามารถสรุปปัญหาต่าง ๆ เกี่ยวกับผู้ใช้ซึ่งเป็นองค์ประกอบหนึ่งในการกำหนดความสำเร็จหรือล้มเหลวของการสร้างเว็บไซต์ ดังต่อไปนี้

- 1.1. ผู้ใช้มักไม่อดทนกับอุปสรรคและปัญหาที่เกิดขึ้นจากการออกแบบการใช้งานผิดพลาด
- 1.2. ผู้ใช้มีทางเลือกมากขึ้นที่จะเข้าใช้บริการเว็บไซต์อื่น ถ้าหากการออกแบบเว็บไซต์นั้นนั้นเกิดความรู้สึกไม่ประทับใจ
- 1.3. ผู้ใช้หลายคนชื่นชอบเว็บไซต์ที่สวยงาม และมีความสะดวกในการใช้งานมากกว่าเว็บที่ดูสับสนวุ่นวาย มีข้อมูลจำนวนมากแต่ค้นหาข้อมูลที่ต้องการไม่พบ หรือใช้เวลานานในการแสดงหน้าเว็บ
- 1.4. หากผู้ใช้มีความประทับใจกับเว็บไซต์หนึ่ง ๆ แล้ว จะทำให้อยากกลับมาเข้าใช้อีกครั้ง

2. การตั้งเป้าหมายของเว็บไซต์

การออกแบบเว็บไซต์ในปัจจุบันนั้น ผู้เขียนไม่ต้องกังวลเกี่ยวกับข้อจำกัดของภาษา HTML ข้อจำกัดเกี่ยวกับขนาดของหน้าจอ หรือความเร็วในการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต เป็นต้น เนื่องจากเทคโนโลยีมีความก้าวหน้าและทันสมัย แต่สำหรับความสำเร็จของการออกแบบเว็บไซต์นั้นไม่ได้ขึ้นอยู่กับเทคโนโลยีเพียงอย่างเดียว ต้องพิจารณาถึงเป้าหมายของเว็บไซต์เป็นหลักด้วย โดยต้องพิจารณาองค์ประกอบดังต่อไปนี้

- 2.1. วัตถุประสงค์ของเว็บไซต์ ต้องสื่อให้เห็นว่าเว็บไซต์เราจะทำอะไร เป็นการพิจารณาถึงกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการใช้เว็บไซต์ โดยใช้คำถามเหล่านี้เพื่อประกอบการ

พิจารณา ได้แก่ อะไรคือกิจกรรมหลักของเว็บไซต์นี้ ต้องการให้ผู้ใช้ทำอะไรได้บ้าง ซึ่งตั้งเป้าหมายโดยพิจารณาสิ่งต่อไปนี้

2.1.1 วางตำแหน่งของบริษัทหรือองค์กรให้เป็นผู้เชี่ยวชาญในสาขานั้น ๆ ด้วยการให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์อย่างถูกต้องในสาขานั้นๆ อย่างสมบูรณ์

2.1.2 สร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง โดยใช้กลยุทธ์แข่งขันด้วยเนื้อหา และทำให้การใช้งานของเว็บไซต์ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ได้อย่างเหมาะสม

2.2.3 การนำเสนอเว็บไซต์ทางธุรกิจ ต้องให้ความสำคัญกับการกระตุ้นยอดขายให้มากขึ้นด้วยวิธีจัด โปรโมชันพิเศษบนเว็บไซต์ เสนอสินค้าตัวอย่างให้ดูเสมือนจริงและชัดเจน

2.2.4 ต้องทำเว็บไซต์ให้เป็นแหล่งข้อมูลที่สามารถเข้าถึงได้ตลอดเวลา

3. หน้าตาของเว็บไซต์ ต้องตั้งมาตรฐานสำหรับหน้าตาของเว็บไซต์ไว้ว่า เช่น “เว็บไซต์จะต้องมีความดึงดูดใจเป็นอย่างมาก ทุกคนมีความต้องการที่อยากเข้าชมเว็บไซต์ของเรา” ดังนั้นจึงควรออกแบบเว็บไซต์ที่สวยงาม เพื่อดึงดูดผู้ใช้ให้เข้ามาชื่นชมเว็บไซต์ อยากที่จะรับข้อมูลจากเว็บไซต์ เข้ามาซื้อสินค้า และมีการสื่อสารกันภายในเว็บไซต์

4. ความสามารถในการใช้งานและเข้าถึงเว็บไซต์ ต้องออกแบบเว็บไซต์ให้รองรับผู้ใช้ที่หลากหลาย เช่น คนตาบอด เด็กและเยาวชน ผู้ใช้ที่มีความสามารถใช้งานที่ช้าหรือคนแก่ เครื่องคอมพิวเตอร์ที่มีความเสี่ยง ผู้ใช้ที่มีทักษะการใช้งานเว็บไซต์น้อย ผู้ใช้ที่ใช้เทคโนโลยีเว็บไม่ทันสมัย เป็นต้น

องค์ประกอบของการออกแบบเว็บไซต์อย่างมีประสิทธิภาพ

การออกแบบเว็บไซต์ที่ดีนั้น จะต้องออกแบบให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย และจะต้องคำนึงถึงความสะดวกของผู้ใช้งานเป็นหลัก โดยที่ผู้ออกแบบนั้นต้องให้ความสำคัญระหว่างความสวยงามและความสะดวก ซึ่งต้องนึกถึงองค์ประกอบดังต่อไปนี้ (กฤติญา สกุตเสาวภาค, กษิราศิริวัฒนากุล, ธนะชัย สุนทรเวช และอภิชนา นิมคุ้มภัย, 2552, หน้า 10)

1. ความเรียบง่าย (Simplicity) คือ การสื่อเนื้อหาถึงผู้ใช้โดยจำกัดองค์ประกอบเสริมที่เกี่ยวข้องกับการนำเสนอให้เหลือแต่สิ่งที่จำเป็นเท่านั้น ทั้งการแสดงออกในด้านเนื้อหา ตัวอักษร หรือแม้แต่สีที่ใช้ ทำให้ผู้ใช้รู้สึกใช้งานง่ายและสะดวกไม่ก่อให้เกิดความรู้สึกรำคาญใด ๆ

2. ความสม่ำเสมอ (Consistency) คือ การสื่อให้ผู้ใช้รู้ว่าเป็นเนื้อหาเดียวกันตลอดทั้งเว็บไซต์ โดยไม่ก่อให้เกิดความสับสนแก่ผู้ใช้ ดังนั้นผู้ออกแบบเว็บไซต์ควรออกแบบระบบ Navigation และ โทนนีให้มีความสม่ำเสมอคล้ายคลึงกันตลอดทั้งเว็บไซต์

3. ความเป็นเอกลักษณ์ (Identity) คือ ต้องออกแบบเพื่อแสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์ขององค์กร ทั้งชุดสี ตัวอักษร รูปภาพกราฟิก เป็นสื่อถึงความเป็นเอกลักษณ์แทบทั้งสิ้น

4. เนื้อหาที่ประประ โยชน์ (Useful content) เนื้อที่แสดงออกของเว็บไซต์นั้นเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดซึ่งต้องแสดงออกถึงความถูกต้องและสมบูรณ์ โดยไม่ซ้ำกับเว็บไซต์อื่น และเป็นเนื้อหาที่ทันต่อเหตุการณ์ เนื่องจากเป็นสิ่งที่ดึงดูดผู้เข้ามาใช้งานเว็บไซต์

5. ระบบ Navigation ที่ใช้งานง่าย (User-friendly navigation) เป็นส่วนที่สำคัญของเว็บไซต์เนื่องจากจะทำให้ผู้ใช้ไม่เกิดความสับสนเวลาใช้งานเว็บไซต์ ซึ่งผู้ออกแบบจำเป็นต้องออกแบบให้ผู้ใช้ใช้งานได้ง่ายและสะดวก เช่นถ้าใช้ภาพกราฟิกที่สื่อความหมายควรมีคำอธิบายที่ชัดเจนร่วมด้วย แสดงไว้ส่วนบนหรือส่วนล่างของหน้าเว็บไซต์

6. มีลักษณะที่น่าสนใจ (Visual appeal) ควรสื่อให้เว็บไซต์มีคุณภาพสัมพันธ์กับองค์ประกอบต่าง ๆ เช่น คุณภาพของกราฟิกที่แสดงบนเว็บไซต์นั้นต้องสมบูรณ์ไม่มีร่องรอยของความเสียหายเป็นจุดดำ หรือมีขอบขั้นบันได สำหรับตัวอักษรต้องเป็นตัวอักษรที่อ่านง่ายและสบายตาพร้อมกับโทนสีที่สวยงาม

7. การใช้งานได้อย่างไม่จำกัด (Compatible) การออกแบบเว็บไซต์นั้นต้องทำให้คนส่วนใหญ่เข้าถึงให้ได้มากที่สุด โดยไม่มีการบังคับให้ติดตั้งโปรแกรมใด ๆ เพิ่มเติม สามารถแสดงผลได้ทุกระบบปฏิบัติการและความละเอียดของหน้าจอต่าง ๆ กัน

8. คุณภาพการออกแบบ (Design Stability) ต้องออกแบบให้เว็บไซต์มีเนื้อหาที่น่าเชื่อถือเพื่อดึงดูดให้มีผู้เข้าชมเว็บไซต์เกิดความประทับใจ และมีความเชื่อถือในตัวเว็บไซต์

9. ระบบการใช้งานที่ถูกต้อง (Functional stability) ต้องออกแบบให้เว็บไซต์นั้นมีความแน่นอน ทำหน้าที่ได้อย่างถูกต้อง และสามารถใช้งานได้จริง เช่น ถ้ามีแบบฟอร์มให้ผู้ใช้กรอกข้อมูล ก็ต้องทดสอบก่อนว่าสามารถใช้งานได้จริง หรือลิงค์ต่าง ๆ ที่แสดงอยู่บนหน้าเว็บไซต์จะต้องเชื่อมโยงไปยังแหล่งข้อมูลนั้น ๆ ได้จริง

นอกจากองค์ประกอบของการออกแบบเว็บไซต์อย่างมีประสิทธิภาพทั้ง 9 ข้อแล้วนั้น ยังมีองค์ประกอบที่สำคัญในการออกแบบเว็บไซต์เพิ่มเติมดังต่อไปนี้ (รัชกร วงษ์คำชัย, 2558, หน้า 15)

10. ข้อมูลเกี่ยวกับบริษัท โดยทั่วไปผู้ที่เข้ามาชมเว็บไซต์นั้นมีความต้องการพื้นฐานที่อยากรู้ข้อมูลของบริษัทในด้านต่าง ๆ เช่น ประวัติความเป็นมา เป้าหมาย ขนาดและความมั่นคง จำนวนพนักงาน และกิจการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดความมั่นใจในตัวสินค้าของบริษัท

11. รายละเอียดผลิตภัณฑ์ ผู้คนส่วนความต้องการพื้นฐานที่อยากรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการที่สนใจก่อนตัดสินใจซื้อ ดังนั้นจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องให้รายละเอียดผลิตภัณฑ์ บริการ โปรแกรมพิเศษ และรายละเอียดอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องภายในเว็บไซต์

12. ความคืบหน้าและข่าวสารจากสื่อมวลชน มีผู้คนบางกลุ่มจะให้ความสนใจเกี่ยวกับข่าวความเคลื่อนไหวของบริษัทและผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เช่น การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การตอบรับจากสื่อมวลชน เป็นต้น ดังนั้นจึงควรกรรนำเสนอเนื้อหาส่วนภายในเว็บไซต์ด้วย

13. ข้อมูลในการติดต่อ เป็นสิ่งสำคัญที่เจ้าของเว็บไซต์จำเป็นต้องมีเพื่อให้ลูกค้าใช้ในการติดต่อกับบริษัท เช่น อีเมล ที่อยู่ของบริษัท เบอร์โทรศัพท์และโทรสาร ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นส่วนที่ช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับบริษัทได้เป็นอย่างมาก

14. คำถามยอดนิยม สำหรับคำถามยอดนิมนั้นเหมาะแก่เว็บไซต์ที่นำเสนอสินค้าหรือบริการที่เข้าใจยาก ซึ่งถ้ามีการรวบรวมคำถามและคำตอบที่สำคัญไว้ในส่วนของคำถามยอดนิยม หรือ FAQ จะช่วยให้ผู้ที่สนใจได้รับคำตอบได้อย่างรวดเร็ว

การออกแบบโครงสร้างหน้าเว็บไซต์

การออกแบบโครงสร้างหน้าเว็บไซต์สามารถจำแนกออกเป็น 3 รูปแบบใหญ่ๆ ดังนี้ (รัชกร วงษ์คำชัย, 2558, หน้า 5)

1. การออกแบบเว็บไซต์ที่เน้นการนำเสนอเนื้อหาเป็นหลัก การออกแบบลักษณะนี้จะใช้โครงสร้างของตารางเป็นเป็นหลัก เพื่อใส่ข้อความแบบหน้าสารบัญและมีรูปภาพขนาดเล็กประกอบ โดยให้ความสำคัญกับการนำเสนอเนื้อหามากกว่ารูปภาพ เช่น เว็บไซต์สนุกดอทคอม

2. การออกแบบเว็บไซต์ที่เน้นภาพกราฟิกเป็นหลัก เว็บไซต์ลักษณะนี้จะไม่เน้นข้อความที่แสดงภายในเว็บไซต์ โดยจะเน้นที่การแสดงออกทางกราฟิกและสามารถสร้างการเชื่อมโยงภาพจากกราฟิกไปยังเว็บเพจอื่น ๆ เช่น เว็บไซต์ยานยนต์ที่ต้องการสื่อสารด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม

3. การออกแบบเว็บไซต์ที่มีทั้งภาพและเนื้อหา เว็บไซต์ลักษณะนี้จะให้ความสำคัญและมีการผสมผสานกันระหว่างรูปภาพที่สวยงามและเนื้อหาที่เหมาะสม โดยมีการใช้กราฟิกเพื่อทำรูปภาพให้เกิดสวยงาม เป็นต้น

กระบวนการออกแบบเว็บไซต์

กระบวนการออกแบบเว็บไซต์ เป็นสิ่งที่สร้างผลงานให้ประสบความสำเร็จ ดังนั้นจึงต้องให้ความสำคัญกระบวนการ ดังต่อไปนี้ (สุวิษ ธิระโครต, 2554, หน้า 168)

1. ขั้นการวิจัย (Research) รูปแบบวิจัยโดยทั่วไปสำหรับการออกแบบเว็บ คือ การพูดคุยสอบถามระหว่างนักออกแบบกับเจ้าของเว็บไซต์ เช่น ชื่อของเว็บไซต์ ชอบหรือไม่ชอบสิ่งใด

ส่วนประกอบใดที่อยากให้มีบนเว็บไซต์ จากนั้นข้อมูลเหล่านี้มาพิจารณาในการออกแบบเว็บไซต์ต่อไป

2. **ขั้นสร้างโครงสร้างเว็บไซต์ (Structure)** ขั้นตอนนี้ควรสร้างอย่างอิสระตามจินตนาการ แต่ต้องอยู่บนพื้นฐานความเป็นไปได้ และควรคำนึงว่าเว็บไซต์จะเกิดจากหน้าเว็บอะไรบ้างเป็นองค์ประกอบ มากกว่ารูปร่างหน้าตาของส่วนประกอบหน้าเว็บจะแสดงออกมาอย่างไร

3. **การสร้างปฏิสัมพันธ์ (Interaction)** ในขั้นตอนนี้เป็นการเพิ่มเติมส่วนที่จะทำให้มีการติดต่อกับผู้ใช้งานได้ในระดับที่ซับซ้อนมากขึ้น โดยการเพิ่มปุ่มกด การค้นหาข้อมูลในฐานข้อมูล การเปิดเมนู รวมทั้งระบบเนวิเกชันไปยังหน้าเว็บต่าง ๆ

ดวงพร เกียรติ (2553, หน้า 25) ได้กล่าวเกี่ยวกับการออกแบบเว็บไซต์ไว้ว่า การออกแบบเว็บไซต์นั้น ต้องนำข้อมูลต่าง ๆ ที่รวบรวมไว้ได้แก่ วัตถุประสงค์ของเว็บไซต์ กลุ่มผู้ชม เป้าหมาย เนื้อหาที่วางไว้ มาวิเคราะห์ จัดระบบ และสรุปเป็นแนวคิด เพื่อทำการจัดวางโครงสร้างของเว็บไซต์ และกำหนดหน้าตาและรูปแบบของเว็บไซต์ที่จะนำเสนอแก่ผู้ชม โดยมีองค์ประกอบ 2 ส่วนคือ 1.) การออกแบบโครงสร้างเว็บไซต์ (Site structure design) ซึ่งเป็นแผนผังของการลำดับเนื้อหา หรือการจัดวางตำแหน่งของเว็บไซต์เพจทั้งหมด 2.) ระบบเนวิเกชัน (Site navigation design) เป็นระบบนำทาง เช่น แถบเมนู แท็บ หรือปุ่มกด ซึ่งจะช่วยให้ผู้ชมเข้าถึงข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว และไม่หลงทาง แสดงรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. **การออกแบบโครงสร้างเว็บไซต์ (Site structure design)** เป็นแผนผังลำดับเนื้อหา ซึ่งจะแสดงตำแหน่งเว็บเพจทั้งหมด ซึ่งจะทำให้ผู้เข้าชมรู้ว่าเว็บไซต์นั้นประกอบไปด้วยเนื้อหาอะไรบ้าง สามารถแบ่งออกได้ 3 โครงสร้าง คือ

1.1 **แบบเรียงลำดับ (Sequence)** เหมาะสำหรับเว็บไซต์ที่มีการนำเสนอข้อมูลแบบทีละขั้นตอนต่อเนื่องกัน ดังนั้นจำนวนเว็บเพจมีไม่มาก

1.2 **แบบระดับชั้น (Hierarchy)** เป็นรูปแบบที่พบได้ทั่วไปจากหน้าหนึ่งไปอีกหลาย ๆ หน้า ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับเนื้อหาของเว็บไซต์นั้น ๆ

1.3 **แบบผสม (Combination)** เหมาะสำหรับเว็บไซต์ที่ซับซ้อน คือ นำรูปแบบโครงสร้างแบบที่ 1 และ 2 มารวมกัน

2. **การออกแบบระบบเนวิเกชัน (Site navigation design)** โดยทั่วไปเว็บไซต์จะมีเครื่องมือเนวิเกชัน ซึ่งต้องอยู่ในตำแหน่งที่ชัดเจนและเข้าถึงง่าย เช่น ส่วนบนหรือด้านซ้ายของเว็บเพจเข้าใจง่าย มีข้อความกำกับชัดเจน มีความสม่ำเสมอและเป็นระบบ มีการตอบสนองเมื่อใช้งานและสามารถลิงก์กลับไปยังหน้าแรกได้เสมอ โดยมีองค์ประกอบแยกออกได้ดังต่อไปนี้

2.1 เมนูหลัก เป็นเมนูที่แสดงไปยังเนื้อหาหลักของเว็บไซต์ จะอยู่ในรูปลิงก์ที่เป็นข้อความหรือกราฟิกจะแสดงอยู่ด้านบนของเว็บไซต์ทุกหน้า

2.2 เมนูเฉพาะกลุ่ม เป็นเมนูที่เชื่อมโยงเนื้อหาเฉพาะกลุ่มย่อยในเว็บเพจเดียว จะอยู่ในรูปลิงก์ที่เป็นข้อความหรือกราฟิกเช่นเดียวกัน

2.3 เครื่องมือเสริม เป็นเครื่องมือที่ช่วยเสริมการทำงานของเมนู เช่น ช่องค้นหาข้อมูล (Search box), เมนูแบบครีโอลาดาน์, อิมเมจแมพ และแผนที่เว็บไซต์ เป็นต้น

ส่วนประกอบในหน้าเว็บเพจ

ส่วนประกอบในหน้าเว็บเพจ สามารถจำแนกออกเป็น 4 ส่วนหลัก ดังต่อไปนี้ (ชัยกร วงษ์คำชัย, 2558, หน้า 22)

1. ส่วนหัวของเว็บเพจ (Page Header) ใช้สื่อแสดงชื่อของเว็บไซต์ หัวข้อเว็บเพจย่อยตราสัญลักษณ์ รายการเลือก และรายการเชื่อมโยงข้อมูลภายในเว็บไซต์ ถือว่าที่ส่วนที่มีความสำคัญมากที่สุดเนื่องจากผู้ชมจะมองเห็นก่อนบริเวณอื่น

2. ส่วนของเนื้อหา (Page Body) อยู่ตรงกลางหน้าเว็บเพจ ใช้แสดงเนื้อหาภายในเว็บเพจนั้น ซึ่งประกอบไปด้วยรูปภาพ ข้อความ ภาพกราฟิก ตารางข้อมูล และอื่น ๆ

3. ส่วนท้าย (Page Footer) อยู่ด้านล่างสุดของหน้าเว็บเพจ ส่วนนิยามวงระบบนำทางภายในของเว็บเพจ โดยเป็นลิงค์ข้อความง่ายๆ ข้อความแสดงลิขสิทธิ์ และอีเมลแอดเดรสของผู้ดูแลเว็บไซต์ เป็นต้น

4. ส่วนคอลัมน์การเชื่อมโยง (Page Sidebar) เป็นส่วนเพิ่มที่สร้างขึ้นภายในเว็บไซต์เพื่ออำนวยความสะดวกให้ผู้ที่เข้าชมเว็บไซต์ ในการเชื่อมโยงข้อมูลต่าง ๆ ที่สำคัญ เช่น การแนะนำสินค้าหรือบริการใหม่ ๆ

การเลือกใช้สีสำหรับเว็บไซต์

การออกแบบเว็บเพจให้สวยงามนั้น ขึ้นกับการเลือกชุดสีให้มีความเหมาะสมและกลมกลืนเพื่อให้เว็บเพจออกมาดูสวยงาม ไม่ว่าจะเป็นสีพื้นของเว็บเพจ สีข้อความ สีขององค์ประกอบอื่น ๆ เช่น กราฟิก ปุ่มกด ซึ่งการเลือกใช้สีนั้นจะแสดงออกซึ่งบุคลิกของเว็บไซต์ว่าต้องการสื่อสารต่อกลุ่มเป้าหมายกลุ่มใด ดังตัวอย่างต่อไปนี้ (ดวงพร เกียงคำ, 2553, หน้า 33)

การใช้สีสดใสตามลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย เช่น สีฟ้า เหลืองออกหวาน ๆ บุคลิกของเว็บไซต์จะออกมาดูสดใส อบอุ่นเป็นกันเอง เช่น www.tweety-shop.com

เว็บที่เน้นกลุ่มวัยรุ่นและอินเทอร์เน็ต จะใช้สีโทนร้อนแรง เช่น สีแดง สีดำ เหลือง เขียว ส้ม สีสื่อถึงบุคลิกที่ร้อนแรง มีพลังความตื่นเต้น เช่น www.s2diobox.com

เว็บทางธุรกิจ จะใช้โทนสีเรียบขรึม เช่น ฟ้ำ เทาดำ หรือสีน้ำเงิน เพื่อให้เว็บไซต์มีบุคลิกที่เคร่งขรึม เรียบหรู และน่าเชื่อถือ เช่น www.ktb.co.th

พันจันทร์ ธนวัฒนเสถียร และปิยะ นากสงค์ (2553, หน้า 25) ได้กล่าวถึงความหมายสีกับความรูสึกเพื่อใช้สื่อสารและจัดองค์ประกอบไซตไว้ดังต่อไปนี้

สีแดง ใช้สื่อถึงความรัก การแข่งขัน หรือความกล้าหาญ

สีเขียว ใช้สื่อถึงต้นไม้ ธรรมชาติ ความสดชื่น ให้ความรูสึกที่ปลอดภัย ความอบอุ่น และให้ความแข็งแรงในเวลาเดียวกัน

สีน้ำเงิน ใช้สื่อถึง ท้องฟ้า ท้องทะเล ทำให้ผู้ชมรูสึกสดชื่น และดูเรียบง่ายในเวลาเดียวกัน ในขณะที่เดียวกันก็มีความหมายทางลบ คือ ทำให้รูสึกหดหู่ เศร้า หรือเสียใจ

สีเหลือง ใช้สื่อถึง ความร่าเริง ความสนุกสนาน และความสดใส

สีส้มและสีน้ำตาล ใช้สื่อถึงความรู้สึกเรียบง่าย แต่โดดเด่น และก็แฝงไปด้วยความแข็งแรงในเวลาเดียวกัน

สีขาว ใช้สื่อถึงฤดูหนาวหรือความเย็น และมีความหมายทางลบ หมายถึง ความอ่อนแอ เจ็บป่วยและ โศกเศร้า

สีดำ ใช้สื่อถึงความลึกลับ ความกลัว ความมืด เป็นสัญลักษณ์ของความเศร้า แต่ในขณะที่เดียวใช้สื่อกับสินค้าที่หรูหราและมีเกียรติ

ขนาดตัวอักษรสำหรับเว็บไซต์

การเลือกใช้ขนาดตัวอักษรต่างๆ ในเว็บไซต์ นั้นมีความสำคัญมาก ซึ่งถ้าหากเลือกตัวอักษรที่มีขนาดเล็กเกินไป จะทำให้ผู้ชมเว็บไซต์อ่านเนื้อหาภายในเว็บไซต์ลำบาก ขนาดตัวอักษรที่นิยมใช้ เนื่องจากเป็นขนาดที่ทำให้ผู้อ่านรูสึกสบายตา จะมีขนาดประมาณ 14 พอยต์

การจัดแนวตัวอักษร สามารถแบ่งออกเป็น 4 ประเภท คือ การวางเสมอหน้า การวางเสมอหลัง การวางตรงกลาง และการวางเสมอหน้าเสมอหลัง ซึ่งการวางในแต่ละประเภทนั้นส่งผลให้เว็บไซต์มีลักษณะแตกต่างกันออกไป ดังภาพที่ 2-2

การวางเสมอหน้า
การวางเสมอหลัง
การวางตรงกลาง
การวางเสมอหน้าเสมอหลัง

ภาพที่ 2-2 แสดงการจัดแนวตัวอักษร

(พันจันทร์ ธนวัฒน์เสถียร และปิยะ นากสงค์, 2553, หน้า 26)

การออกแบบ Landing Page (หน้าแรกของเว็บไซต์)

Landing Page คือ หน้าแรกของเว็บไซต์ที่ผู้ชมเห็นหลังจากคลิกผ่านลิงก์หรือโฆษณาเข้ามา ซึ่งเปรียบเสมือนเครื่องมือการตลาดที่สำคัญตัวหนึ่ง โดยที่สามารถเก็บข้อมูลผู้ชม เช่น เพศ วัย อาชีพ อีเมล และที่อยู่ทีติดต่อกับหน้า Landing Page เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับการตลาดต่อไป การออกแบบ Landing Page ส่งผลอย่างยิ่งต่อการสร้างแบรนด์และเพิ่มจำนวนผู้เข้าถึงเว็บไซต์ โดยมีหลักการการออกแบบดังต่อไปนี้ (ณัฐพล ไชไพโรจน์, 2558, หน้า 130)

จุดประสงค์ สำหรับการออกแบบ Landing Page มีหลายประการ เช่น การเชิญชวนให้สมัครเป็นสมาชิกเว็บไซต์ เชิญชวนให้รับข้อมูลข่าวสารน่าสนใจ เพื่อให้เป็นสื่อกลางในการกระจายข้อมูลข่าวสาร เพื่อแจ้ง โปรโมชัน หรือเพื่อขายสินค้า เป็นต้น

การออกแบบ Landing Page ให้น่าดึงดูดใจ ในการประเมินว่า Landing Page นั้นประสบความสำเร็จหรือไม่ สามารถประเมินจากการตอบรับของผู้เยี่ยมชม ถ้าหากผู้เยี่ยมชมให้การตอบรับจนถึงขั้นติดตามเว็บไซต์ หรือตอบรับกิจกรรมที่ต้องการสื่อสาร เช่น ซื้อสินค้า สมัครเพื่อรับข่าวสาร ดูโปรโมชัน ก็ต้องขึ้นอยู่กับ การออกแบบที่ดีและมีคุณภาพ ซึ่งประกอบไปด้วยสิ่งเหล่านี้

Layout เน้นการออกแบบให้เรียบง่ายแต่มีสไตล์ ซึ่งต้องสร้างความประทับใจให้กับผู้เยี่ยมชม ด้วยการออกแบบให้ดูเรียบง่าย สบายตา ที่สำคัญคือ ต้องไม่อัดแน่นไปด้วยเนื้อหา ไม่ควรมีความยาวเป็นหน้ากระดาษ เนื่องจากจะทำให้ผู้ชมอ่านเนื้อหามากเกินไปจนเกิดการเมื่อยตาและเมื่อยมือได้ ทำให้ผู้ชมอาจรู้สึกไม่ประทับใจได้

สี สัน ควรออกแบบการใช้สีที่อิงกับแบรนด์หรือโลโก้ เพื่อสร้างความรับรู้ให้ผู้บริโภคเกี่ยวกับตัวสินค้าและตราสินค้า และไม่ควรเล่นสีมากเกินไปเพราะจะทำให้รบกวนสายตาผู้ชมอีกด้วย

ตัวอักษร ควรออกแบบชื่อเรื่องให้มีความโดดเด่นกว่าส่วนอื่น ๆ จึงจำเป็นต้องเลือกตัวอักษรที่ช่วยดึงดูดใจผู้อ่านในส่วนหัวเรื่องใหญ่ และตัวอักษรรูปแบบธรรมดาในส่วนเนื้อหา ซึ่งจะทำให้เว็บไซต์มีความน่าสนใจ

ภาพประกอบ ต้องให้ความสำคัญกับคุณภาพของภาพที่แสดง ในเรื่องขนาดภาพต้องมีขนาดที่ตรงตามมาตรฐาน แสง สี ควรมีความชัดเจน ถ้าหากใช้ภาพที่ด้อยคุณภาพจะทำให้เว็บไซต์ไม่น่าเชื่อถือได้

สื่อสารชัดเจน ในโลกออนไลน์คนส่วนใหญ่จะอ่านเนื้อหาแบบผ่าน ๆ และอ่านอย่างรวดเร็ว ดังนั้นควรจัดทำเนื้อหาให้สั้น โดยบอกวัตถุประสงค์ว่าต้องการสื่อสารอะไร และจะเชิญชวนผู้ชมให้ทำอะไร เช่น สินค้าใหม่ สิทธิพิเศษ เป็นต้น

ปุ่ม Call to action ต้องโดดเด่น ซึ่งปุ่มนี้คือปุ่มชักชวนว่าจะให้ผู้ชมทำอะไรบ้าง เช่น Shop now, Learn more, Subscribe now เป็นต้น ถ้าสามารถออกแบบให้โดดเด่นจะทำให้ผู้ชมสะดุดตา ดังนั้น ควรเลือกใช้สีที่โดดเด่น ซึ่งสีที่นิยมใช้ ได้แก่ เขียว ส้ม น้ำเงิน ดำ ซึ่งจะช่วยให้ดึงดูดสายตา และเชิญชวนให้คลิก

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการออกแบบเฟสบุ๊คแฟนเพจ

ชนะ เทศทอง (2557, หน้า 21) ได้อธิบายถึงข้อดีของการเปิดร้านบนเฟสบุ๊ค (Facebook) ไว้ดังนี้ สามารถรู้ความเคลื่อนไหวของข้อมูลได้ตลอดเวลา คือ กิจกรรมที่เกิดจาก Post like Comment share จะแจ้งความเคลื่อนไหวนี้ไปยังเพื่อนหรือผู้ติดตาม ดังนั้น เพียงโพสต์เดียวอาจจะมีคนเห็นเป็นหมื่น เป็นแสนหรือเป็นล้านคนก็ได้ โดยที่เคล็ดลับสู่ความสำเร็จของร้านค้าออนไลน์ มีดังต่อไปนี้

1. ให้ความสำคัญกับรูปภาพ เนื่องจากการขายสินค้าออนไลน์ไม่สามารถให้ลูกค้าจับต้องหรือเห็นตัวสินค้าของจริงได้ รูปภาพจึงเป็นสิ่งที่จะสื่อแทนตัวสินค้าจริง ดังนั้นรูปภาพจึงมีความสำคัญเป็นอย่างมาก
2. การให้ข้อมูลรายละเอียดของตัวสินค้า การให้ข้อมูลสินค้าจะช่วยให้ลูกค้าเข้าใจในตัวสินค้ามากขึ้น เช่น หมวดสินค้า ชื่อสินค้า สภาพ ราคา และรายละเอียด เป็นต้น
3. ช่องทางการติดต่อระหว่างลูกค้ากับผู้ขาย ช่องทางการติดต่อกับลูกค้า เช่น เบอร์โทรศัพท์มือถือ อีเมล หรือทาง Social network เป็นต้น

4. การสร้างความสัมพันธ์ให้มากกว่าเรื่องค้าขาย หมายถึง การให้คำปรึกษาแนะนำ การให้ข้อมูลที่เป็นจริง โดยที่ให้ลูกค้าได้ตัดสินใจเอง การพูดคุยเรื่องทั่ว ๆ ไปนั้นสามารถทำให้สร้างความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้าเช่นกัน

5. บริการหลังการขายและการรับคำติชมจากลูกค้า เมื่อลูกค้าได้ทำการซื้อสินค้าแล้วมีข้อสงสัย หรือคำติชมหลังจากการซื้อสินค้า ควรให้คำแนะนำแก่ลูกค้า และนำคำติชมไปพัฒนาต่อไปในอนาคต

6. การแก้ปัญหาในกรณีที่ลูกค้าซื้อสินค้าแล้วเกิดความชำรุดเสียหาย ทางผู้ขายควรที่ใช้แก้ปัญหาให้แก่ลูกค้า โดยการเปลี่ยนสินค้าหรือซ่อมแซมสินค้า เป็นต้น

ส่วนประกอบในการออกแบบเฟสบุ๊คแฟนเพจประกอบด้วย

1. ภาพปกหรือ Cover
2. รูปภาพประจำตัว
3. เพิ่มข้อมูลส่วนตัว
4. ดูทุกกิจกรรมที่เราทำบน เฟสบุ๊ค (Facebook)
5. เมนูหลักประกอบด้วย ไลน์ เกี่ยวกับ รูปภาพ เพื่อน
6. ข้อมูลเกี่ยวกับตัวเรา
7. รูปภาพที่ถูกแท็กโดยเพื่อน
8. รายชื่อเพื่อน
9. สถานที่ที่เคยเช็คอิน
10. Page ที่คลิก Like ไว้
11. ส่วนของไลน์ที่เป็นเหมือนไดอารี่ของเรา

สิ่งที่ให้ความสำคัญในการสร้างเพจประกอบด้วย

1. ชื่อร้านค้า หลักการตั้งชื่อร้านค้า นั้น คือ มีความหมายดี ออกเสียงง่าย จดจำง่าย โดดเด่น และสื่อถึงสินค้าได้ดี

2. Logo ร้านค้า ต้องมีขนาด 160 × 160 พิกเซล

3. Cover page ส่วนนี้จะดึงดูดสายตาผู้เข้าชมมากที่สุด ดังนั้น ควรให้ความสำคัญกับส่วนนี้ รูปภาพที่ใช้ส่วนของหน้าปกจะต้องสื่อถึงสินค้าภายในร้านเป็นสำคัญ โดยต้องมีข้อมูลสำคัญ เช่น ที่อยู่ร้าน เบอร์โทรศัพท์ ข้อมูลการติดต่อ มีขนาด 851 × 315 พิกเซล และต้องเว้นพื้นที่สำหรับโลโก้ ด้านล่างทางซ้ายของรูปภาพ

นอกจากนี้การวางแผนเพิ่มรูปสินค้า เช่น การสร้างอัลบั้มรูปภาพจะช่วยให้ลูกค้าสามารถพบเห็นสินค้าชิ้นอื่นได้ภายในอัลบั้มเดียวกัน และควรทำรูปสินค้าหลายรูปหลายมุมมองให้กลายเป็นรูปเดียวเพื่อสื่อสารให้ผู้บริโภคเข้าใจง่าย

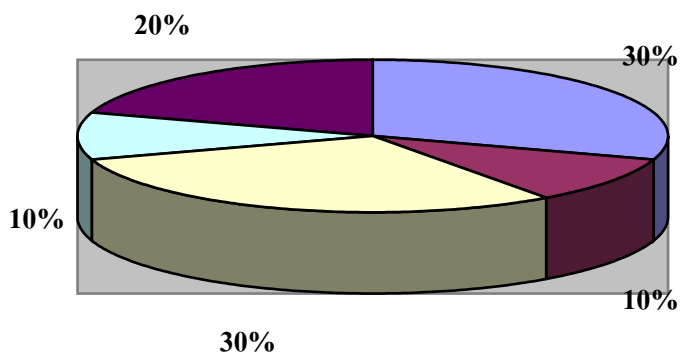
เป้าหมายของการทำ Social Media

ในการสร้าง Social Media ควรต้องมีการวางแผนเป้าหมายก่อนว่า ต้องการให้ตอบสนองแก่ผู้สร้างในเรื่องใด คือ (อังกร วงศ์กลฐุต, 2557, หน้า 29)

1. การทำขึ้นเพื่อเพิ่มยอดขาย
2. การทำขึ้นเพื่อเพิ่มการรับรู้ (Brand awareness)
3. การทำขึ้นเพื่อการประชาสัมพันธ์
4. การทำขึ้นเพื่อรับฟังผู้บริโภค
5. การทำขึ้นเพื่อเป็นการแบ่งปันประสบการณ์ของผู้บริโภค (User experiences)

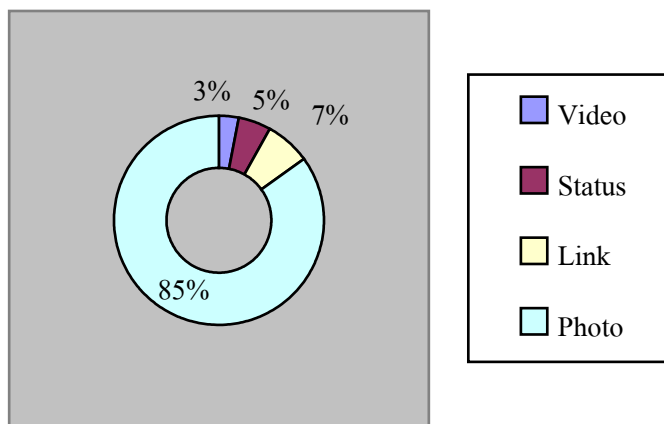
สามารถเลือกเป้าหมายใดเป้าหมายหนึ่งมาทำ Social media ก็ได้ เนื่องจากแต่หน่วยงานมีเป้าหมายในการสร้างต่างกัน หรือจะเลือกเป้าหมายทั้งหมดเลยก็ได้ โดยที่การทำ Social media ที่ดีนั้นควรนึกถึงคำว่า “Social commerce” คือสามารถสื่อสารให้เกิดการขายสินค้าได้ ซึ่งสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการสร้างเฟสบุ๊คแฟนเพจ โดยต้องคำนึงถึงสิ่งต่อไปนี้ (อังกร วงศ์กลฐุต, 2557, หน้า 121)

1. ทำอย่างไรที่สร้างตัวตนที่เข้าถึงได้ อันดับแรกต้องกำหนดตัวตนก่อน ได้แก่ ชื่อเล่น บทบาทที่ง่ายต่อการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ เพศ อายุ รูปแบบการดำเนินชีวิต สิ่งที่โพสต์ต้องบ่งบอกความเป็นตัวตนและบุคลิกภาพ และเรื่องราวที่โพสต์ จำเป็นต้องมี ภาษาทางการสื่อสารแบบดิจิทัล การตอบโต้ไม่ว่าจะเป็น การตอบคำถาม การนำเสนอ การพูดคุย สิ่งเหล่านี้ล้วนแล้วแต่มีความสำคัญต่อความน่าสนใจ และความน่าเชื่อถือ สามารถกำหนดสัดส่วนของเรื่องที่จะโพสต์ดังภาพที่ 2-3 และสำหรับสื่อที่ใช้ในการโพสต์ การโพสต์โดยใช้รูปภาพสามารถเชิญให้ผู้ชมเข้ามามีส่วนร่วมในโพสต์ได้มากที่สุดจากสถิติของ Socialbakers.com ดังรูปที่ 2-4



■ ลิงค์ ■ กิจกรรม ■ บริการ ■ เรื่องทั่วไป ■ ข่าวสาร

ภาพที่ 2-3 สัดส่วนการโพสต์เนื้อหาบนเฟสบุ๊กแฟนเพจ (อังกูร วงศ์กลฐุต, 2557, หน้า 124)



ภาพที่ 2-4 สัดส่วนรูปแบบการโพสต์เนื้อหาบนเฟสบุ๊กแฟนเพจ (อังกูร วงศ์กลฐุต, 2557, หน้า 125)

2. องค์ประกอบที่สำคัญที่ช่วยเฟสบุ๊กแฟนเพจประสบความสำเร็จ ควรให้ความสำคัญกับสิ่งดังต่อไปนี้

2.1 การเข้ามามีส่วนร่วม (Engagement) ได้แก่ การตอบผู้ใช้งานในกล่องข้อความ การตอบผู้ใช้งานผ่านหน้าวอลล์ และการตอบผู้ที่ใช้ที่มาโพสต์ในวอลล์ที่ Admin ทำการโพสต์

2.2 การตั้งเวลาโพสต์ใน Facebook สามารถทำได้ดังนี้ การตั้งค่าการโพสต์ทำครั้งแรกรั้งเดียว ให้เลือกรูปนาฬิกาหมุนต่างซ้ายของเพจ ในการเลือกการตั้งเวลานั้นจำเป็นต้องระบุว่าเพจเราสร้างขึ้นเมื่อไรก่อนจึงจะสามารถเลือกการตั้งเวลาได้ โดยมีเทคนิคการโพสต์ คือ เขียน

ข้อความก่อนแล้วจึงค่อยกดเลือกรูป เลือกที่ 'Photo/ video' เลือกตั้งเวลา การกำหนดเวลานั้นต้องทำก่อนการโพสต์ 10 นาที จากนั้นให้ตรวจสอบที่ Admin Panel แล้วเลือกที่ 'Use activity log' เพื่อตรวจสอบว่าการตั้งเวลานั้นสำเร็จหรือไม่

แนวทางการทำการตลาดด้วย เฟสบุ๊คโปรไฟล์ (Facebook Profile)

การใช้ โปรไฟล์ (Profile) เพื่อการตลาดมีข้อดีคือ ไม่สร้างแรงกดดันให้แก่ลูกค้าให้ลูกค้ารู้สึกว่าคุณให้ข้อมูลมากเกินไป แต่ในทางกลับกันทำให้รู้สึกผ่อนคลายรวมทั้งใกล้ชิดกับสินค้าและผู้ให้บริการมากยิ่งขึ้น จนเกิดเป็นความผูกพันกับสินค้าและผู้ให้บริการในที่สุด เครื่องมือที่ใช้ในการสร้างความเคลื่อนไหว ได้แก่ การอัปเดตสถานะด้วยข้อความ การแชร์ลิงก์ที่น่าสนใจ การใช้ภาพถ่ายสร้างความเคลื่อนไหว การใช้คลิปวิดีโอสร้างความเคลื่อนไหว และการใช้บันทึกสร้างความเคลื่อนไหว ในขณะที่เดียวกันการแสดงซึ่งมิตรภาพ เราต้องทำปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นควบคู่กับการสร้างความเคลื่อนไหวของตนเอง โดยใช้เครื่องมือเหล่านี้ คือ การติดแท็ก (Tag) เพื่อนกับภาพหรือคลิปวิดีโอที่โพสต์ การเข้าไปทักทายเพื่อนใน โปรไฟล์ แสดงความเห็นเกี่ยวกับสถานะของเพื่อน กดไลค์ (Like) แสดงความชอบต่อสถานะของเพื่อน คุยกับเพื่อนผ่านเฟสบุ๊คแชท (Facebook Chat) และเชิญเพื่อนเข้าร่วมกิจกรรม (กิตติ ภูวนิธิธนา, 2554, หน้า 57)

วิธีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บสังคมเฟสบุ๊ค (Facebook)

การโฆษณาออนไลน์ส่วนใหญ่เกิดจากพฤติกรรม โดยขึ้นอยู่กับการกระทำที่เห็นได้ชัดเจน ดังนั้นจึงสามารถวางระดับขั้นองค์ประกอบตัวตนส่วนตัวที่สำคัญของผู้ที่ดูโฆษณา เพื่อที่จะได้ตั้งเป้าหมายให้ตรงตามสิ่งที่ผู้คนกำลังทำ สิ่งที่เขาพูด และวิธีที่เขาแสดงตัวตน สามารถแบ่งการโฆษณา ออกเป็นเป็นประเภทต่าง ๆ ดังนี้ (ซีห์ คลาร์ว, 2554, หน้า 404)

การโฆษณาตามเนื้อ (Contextual) เป็นการตั้งเป้าโฆษณาเกี่ยวกับเนื้อที่ต้องการค้นหา เช่น การทำการตลาดผ่านเสิร์ชเอ็นจิ้น

การโฆษณาตามพฤติกรรม (Behavioral) เป็นการโฆษณาตามข้อมูลที่ได้สะสมจากการท่องเว็บและการซื้อปิ้งสินค้า

การตั้งเป้าโฆษณาซ้ำ (Retargeting) เป็นการโฆษณาซ้ำไปให้แก่ผู้บริโภคที่เคยมองหาแต่ไม่ตัดสินใจซื้อสินค้าตัวนั้น การโฆษณาซ้ำเปรียบเสมือนการเตือน

การทำไฮเปอร์ทาร์เก็ตตั้งตามข้อมูลส่วนตัว (Profile hypertargeting) เป็นการโฆษณาแบบตั้งเป้าโดยละเอียด โดยใช้ข้อมูลทางประชากรศาสตร์และความชอบส่วนบุคคลจากข้อมูลส่วนตัวในเครือข่ายสังคม เพื่อเจาะกลุ่มผู้ชมเฉพาะ

อังกูร วงศ์กฤษุต (2557, หน้า 147) ได้กล่าวถึงการทำโฆษณาบนเฟสบุ๊ก (Facebook ads) ไว้ดังนี้ สิ่งแรกก่อนที่จะทำการโฆษณานั้นจะต้องมี คือ Cover photo รูป Profile และเรื่องราวในหน้า Wall ซึ่งควรมีการโพสต์อย่างน้อยประมาณ 1 อาทิตย์ สิ่งที่สามารถนำมาสร้างโฆษณาได้แก่ URL ของเว็บไซต์ โปรโมทแฟนเพจ (Fanpage) แอปพลิเคชัน (Application) กิจกรรม (Events) ที่สร้างขึ้น และสถานที่ (Places) สำหรับการโปรโมทที่นิยมได้แก่ การถูกใจหน้า (โปรโมทเพจ) การมีส่วนร่วมในหน้า (โปรโมทโพสต์) และจำนวนคลิกไปยังเว็บไซต์

การโฆษณาแบบโปรโมทเพจ เหมาะสำหรับธุรกิจที่มีงบประมาณในการทำการตลาดไม่มาก เริ่มต้นได้ประมาณ 150 บาท ถ้าหากใช้งบประมาณมากเท่าไร ก็ยังเป็นการเพิ่มจำนวนคนที่เห็นโพสต์บนหน้า New feed มากขึ้นเท่านั้น ข้อดีของการโฆษณาแบบโปรโมทเพจ คือ ทำให้มีคนเห็นเพจได้มากขึ้น ซึ่งสามารถกำหนดกลุ่มเป้าหมายได้ ซึ่งจะทำให้กลุ่มเป้าหมายเกิดการรับรู้

การโฆษณาแบบโปรโมทโพสต์ เป็นการโฆษณาสินค้าหรือบริการที่สามารถกำหนดกลุ่มเป้าหมายได้ สามารถใช้เป็น โอกาสในการสร้างแบรนด์หรือกระตุ้นยอดขาย

สำหรับวิธีที่จะทำให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายสามารถสรุปได้ 7 วิธีดังนี้ (ณัฐพล ไยไพโรจน์, 2558, หน้า 204)

1. สร้างสรรค์ความบันเทิง ด้วยเนื้อที่สื่อถึงความบันเทิงเวลาโพสต์ข้อความ
2. อย่าเฝ้าหาย ความสม่ำเสมอในการโพสต์ข้อความจะทำให้ผู้บริโภคไม่ลืมแบรนด์
3. ดูจังหวะที่เหมาะสม โดยที่ให้โพสต์ให้ข้อมูลก่อนการโปรโมทสินค้า ซึ่งจะช่วยกระตุ้นความสนใจของผู้บริโภค
4. เป็นมิตรเข้าไป ควรบริหารความสัมพันธ์กับผู้บริโภคบนโซเชียลมีเดียอย่างสม่ำเสมอ
5. ข้อมูลน่าสนใจ ต้องมีการวางกลยุทธ์ด้านเนื้อหาที่น่าสนใจ เช่น เคล็ดลับ อัปเดต ข่าวสาร ให้ความบันเทิงผ่านรูปภาพและคลิปวิดีโอ เพื่อให้ผู้บริโภครับรู้ว่าได้อะไรจากการดูโพสต์
6. บูรณาการกลยุทธ์ที่หลากหลาย สิ่งที่ทำให้การทำการตลาดบนโซเชียลมีเดียประสบความสำเร็จก็คือ การบูรณาการทฤษฎีทางการตลาดพื้นฐานมาเชื่อมต่อกับเทคโนโลยีที่ทันสมัย โดยสามารถเพิ่มความเป็นผู้นำจากช่องทางออนไลน์ไปสู่ออฟไลน์
7. กำหนดกลุ่มเป้าหมาย ต้องกับกลุ่มเป้าหมายให้สอดคล้องกับธุรกิจหรือสินค้า

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ฐะปะนีย์ ตรีรัตนภรณ์ (2553) ศึกษาเกี่ยวกับองค์ประกอบในการออกแบบเว็บไซต์ที่มีผลต่อการใช้งานของผู้ใช้ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาว่าองค์ประกอบหลายๆองค์ประกอบที่ประกอบกันเป็นเว็บไซต์หนึ่ง ๆ นั้นมีองค์ประกอบใดบ้างที่เป็นองค์ประกอบที่สำคัญและมีผลกระทบต่อการใช้งานอย่างไร ได้ทำการทดลอง 2 ครั้งเพื่อนำผลที่ได้มาประมวลว่าวิธีการทดลองที่ใช้มีความเหมาะสมหรือไม่ วิธีการทดลองประกอบด้วย ขั้นแรกตั้งองค์ประกอบของเว็บไซต์ที่สนใจจะศึกษาขึ้นมาเป็นภาพรวมหลายๆ องค์ประกอบก่อน จากนั้นเลือกเว็บไซต์ที่มีอยู่จริงมาทำการทดลอง โดยให้คนที่มีความรู้ด้านการออกแบบเว็บไซต์เป็นผู้ประเมินเบื้องต้นว่าเว็บไซต์ที่เลือกมานั้นมีองค์ประกอบใดบ้างที่ควรจะเลือกเข้าผู้ทดลอง และเลือกครั้งสุดท้ายว่าเว็บไซต์ไหนบ้างที่เหมาะสมจะนำไปทดลองต่อไป จากนั้นมีการทดลองโดยให้ผู้ทดลองค้นหาคำตอบในเว็บไซต์จากโจทย์ที่ตั้งไว้และทดสอบความพึงพอใจจากการสำรวจ จากการทดลองทั้งสองครั้งถึงแม้จะเปลี่ยนทั้งเว็บไซต์และกลุ่มผู้ทดลองผลปรากฏว่าผลลัพธ์ที่ได้คล้ายคลึงกันมาก พบว่า จำนวนลิงค์บนหน้าเว็บเพจมีผลอย่างยิ่งต่อการใช้งาน นอกจากนี้การออกแบบสถาปัตยกรรมรวมถึงจำนวนกราฟิกและขนาดตัวอักษรก็มีผลเช่นกัน จากผลของแบบสำรวจความพึงพอใจพบว่า จำนวนลิงค์ที่ผู้ใช้ชื่นชอบคือ 11-20 ลิงค์ในแต่ละหน้า และขนาดของตัวอักษรควรมีขนาดตั้งแต่ 2 หรือ 3 ขนาด เป็นสิ่งที่ผู้ทดลองชื่นชอบมากที่สุด

ชาญณรงค์ แก้วกระจ่าง (2555) ศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ให้มีคุณภาพอยู่ในเกณฑ์ดีขึ้น และเพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้เข้าชมเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 6 ท่าน และผู้เข้าชมเว็บไซต์ที่ทำแบบสอบถามความพึงพอใจออนไลน์จนเสร็จสมบูรณ์จำนวน 35 คน โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า เว็บไซต์ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่มีคุณภาพจากการประเมินของผู้เชี่ยวชาญ ด้านเนื้อหาโดยรวมอยู่ในระดับดีมาก และด้านสื่อโดยรวมอยู่ในระดับดีสำหรับการประเมินความพึงพอใจอยู่ในระดับดี

ชรินทร์ กล้าแข็ง (2554) ศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาเว็บไซต์ศูนย์กลางข้อมูลสารสนเทศ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อออกแบบและปรับปรุงเว็บไซต์ของคณะวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ให้เป็นเว็บศูนย์กลางข้อมูลและองค์ความรู้ และเป็นไปตามนโยบายการประกันคุณภาพการศึกษาของมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย 2) เพื่อ

ศึกษาความพึงพอใจของการใช้งานเว็บไซต์คณะวิทยาการจัดการ ในการค้นคว้าองค์ความรู้ ข้อมูลสารสนเทศและการติดต่อสื่อสาร จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 240 คน ใช้เครื่องมือเป็นแบบประเมินความพึงพอใจ โดยใช้ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการประเมินความพึงพอใจของเว็บไซต์พบว่า ผู้ใช้มีความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.58 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.41 อยู่ในเกณฑ์ดีมาก ซึ่งพบว่าความพึงพอใจสูงสุดคือด้านเนื้อหา รองลงมาด้านกราฟิกและออกแบบ และผลการประเมินคุณภาพเว็บไซต์ด้านการออกแบบจากผู้เชี่ยวชาญ พบว่าการออกแบบภาพรวมอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.69

ชญพร เหลืองสุรงค์ (2554) ได้ศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อช่องทาง Facebook fan page และ Official website ของตราสินค้าและบริการ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อช่องทาง Facebook fan page และ Official website ของสินค้าและบริการและเพื่อศึกษารูปแบบการใช้งานที่เหมาะสมต่อการสร้างความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อช่องทาง Facebook fan page และ Official website ของสินค้าและบริการ โดยเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม จากผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้บริการเว็บไซต์อย่างเป็นทางการ (Official website) และ Facebook fan page ที่เกี่ยวข้องกับสินค้าและบริการ จากการศึกษาพบว่า Facebook fan page และเว็บไซต์อย่างเป็นทางการสามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคในประเด็นที่แตกต่างกัน โดยที่ Facebook fan page สร้างความพึงพอใจด้านลูกค้าสัมพันธ์ (Customer service) ด้านการสร้างภาพลักษณ์ (Image building) และสร้างสังคมผู้ใช้งาน (Community building) ได้ดีกว่าเว็บไซต์อย่างเป็นทางการ ที่ผู้บริโภคมีความพึงพอใจในด้านเนื้อหาและระบบ (Web & Server) และด้านความปลอดภัย (Trust & security) มากกว่า ฉะนั้นนักการตลาดจึงควรประยุกต์ใช้ Facebook fan page ให้เหมาะสมกับการใช้งานแต่ละด้าน โดยเลือกใช้ในความสามารถที่เป็นข้อได้เปรียบ

อรรณชัย วรจรัสรังสี และพนม คลีฉายา (2556) ได้ทำการศึกษาเนื้อหาการตลาดบนเฟสบุ๊กแฟนเพจ และความตั้งใจซื้อของผู้บริโภค ซึ่งการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัย 2 ขั้นตอน ประกอบด้วยขั้นที่ 1 วิเคราะห์เนื้อหาเฟสบุ๊กแฟนเพจ และขั้นที่ 2 การวิจัยเชิงสำรวจ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่ออธิบายประเภทเนื้อหาของการตลาดของสินค้าบนเฟสบุ๊กแฟนเพจ และเพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจกับประเภทเนื้อหาการตลาดของสินค้าบนเฟสบุ๊กแฟนเพจกับความตั้งใจ ทำการวิจัยโดยการเก็บข้อมูลจากแฟนเพจ 6 แฟนเพจ ได้แก่ จีทีเอช เป๊ปซี่ไทย และแมกโดนัลด์ไทย เก็บข้อมูลตั้งแต่วันที่ 1 สิงหาคม พ.ศ. 2556 จนถึง 31 ตุลาคม พ.ศ. 2556 วิจัยโดยการบันทึกรายละเอียดบนหน้าเฟสบุ๊กแฟนเพจทั้ง 4 แฟนเพจทุกวัน จากนั้นทำการวิเคราะห์การโพสต์เนื้อหาการตลาด ทั้งหมด 656 โพสต์ เพื่อนำผลการวิเคราะห์มาสร้างแบบสอบถาม กับกลุ่มตัวอย่าง

18-35 ปี ที่เป็นสมาชิกเฟสบุ๊คแฟนเพจจำนวน 402 คน ผลการวิเคราะห์ด้านเนื้อหาพบว่า ประเภทเนื้อหาการตลาดบนเฟสบุ๊คแฟนเพจสินค้าสามารถแบ่งได้ 4 ประเภท คือ การให้ข้อมูลข่าวสาร, การส่งเสริมและกระตุ้นให้เกิดการซื้อหรือใช้, การจัดกิจกรรมออนไลน์ และการส่งเสริมการขาย และวิธีการสามารถแบ่งประเภทการนำเสนอเนื้อหาการตลาดได้ 4 ประเภท คือ รูปภาพ, วิดีโอ, ลิงค์ และข้อความ จากการศึกษาวิจัยเชิงสำรวจพบว่า โดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในรูปแบบเนื้อหาบนเฟสบุ๊คแฟนเพจ อยู่ในระดับปานกลาง-มาก กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในวิธีการนำเสนอเนื้อหาบนเฟสบุ๊คแฟนเพจ ด้านตราสินค้าอยู่ในระดับปานกลาง ผลการทดลองสมมติฐานความสัมพันธ์กับความตั้งใจซื้อพบว่าความพึงพอใจในเนื้อหาโดยรวมทุกประเภทมีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

Barnes and Vidgen (2014) ได้ศึกษาความพึงพอใจทางด้านเทคโนโลยีสื่อสังคมและเว็บไซต์ ซึ่งการวิจัยในครั้งนี้ได้สร้างแบบจำลองความพึงพอใจทางด้านเทคโนโลยีสื่อสังคม เริ่มตั้งแต่ความพึงพอใจส่วนตัว รูปแบบการพัฒนาและทดสอบการใช้เว็บไซต์ของบริษัท ยูทิลิตี้ขนาดใหญ่ของยุโรปและรอบสองของการสำรวจ ($n = 3284$ และ $n = 2161$ ตามลำดับ) ผลปรากฏว่าเทคโนโลยีสื่อสังคมมีความสัมพันธ์โดยตรงกับความพึงพอใจส่วนบุคคล ที่มีทั้งเทคโนโลยีสังคมและความพึงพอใจ พบว่ามีการปรับตัวลดลงอย่างมีนัยสำคัญถึงแม้ว่าความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจและความตั้งใจ ความต่อเนื่องในการศึกษามากกว่าเดิม Bhattacharjee ยืนยันว่ารูปแบบนี้ในการค้นพบ สามารถอธิบายได้ด้วยขอบเขตที่การใช้งานของระบบสารสนเทศเป็นตัวเลือกและพัฒนาความคิดของเว็บไซต์ ที่ให้ข้อมูล แต่เพียงอย่างเดียว ในสถานการณ์ เช่น ความพึงพอใจจะกลายเป็นตัวแปรที่สำคัญ ส่งผลทำให้แหล่งกำเนิดของความพึงพอใจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งจะเกี่ยวข้องกับความสำคัญในการขั้นตอนการออกแบบเว็บไซต์

Dedeke (2016) ได้ศึกษาการออกแบบเว็บไซต์ท่องเที่ยวโดยใช้ สารสนเทศ Task-fit เพื่อประเมินคุณภาพการให้บริการและความตั้งใจซื้อ การศึกษาหลายแห่งมีการสำรวจผู้ซื้อในรูปแบบความตั้งใจที่จะซื้อสินค้าออนไลน์ อย่างไรก็ตามการศึกษาไม่ได้มุ่งเน้นไปที่บทบาทสารสนเทศ Task-fit และคุณภาพการออกแบบเว็บไซต์ แต่เน้นไปในเรื่องการออกแบบในคุณภาพการให้บริการ การรับรู้และความตั้งใจซื้อ ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษานี้ได้ทำการรวบรวมในระหว่างการทดลองบนแพลตฟอร์มจัดหาหมู่คณะ ของ Amazon วิศวกรรมดีร์ก ผลการวิจัยพบว่าการออกแบบเว็บไซต์มีอิทธิพลต่อการรับรู้คุณภาพสินค้าและความตั้งใจซื้อทางออนไลน์

Shocouf, Lu, and Li (2016) ได้ศึกษาผลกระทบของการออกแบบภาพโฆษณาเว็บในความตั้งใจซื้อของออนไลน์กรณีศึกษาระหว่างเพศชายและเพศหญิง การโฆษณาเว็บไซต์ เหมาะกับอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ที่กำลังจะเติบโต การโฆษณาเว็บไซต์จะเกิดประสิทธิผลอย่างมาก ใน

การศึกษานี้ จะตรวจสอบผลกระทบของการออกแบบภาพโฆษณาเว็บ (Wave) ความตั้งใจซื้อ ในกรอบของรูปแบบครบวงจร 9 สมมติฐานได้รับการพัฒนาและทดสอบในชุดข้อมูล 316 ชุด สังกัดรวบรวมผ่านการสำรวจแบบสอบถาม ผลที่ได้จากการสร้างแบบจำลองสมการโครงสร้าง (SEM) ระบุว่าในขณะที่โฆษณาเว็บไซต์ได้นำเสนอภาพความตั้งใจซื้อและอิทธิพลของผู้บริโภคผ่านการโฆษณาทัศนคติและทัศนคติต่อแบรนด์ที่ไม่ได้มีผลโดยตรงต่อความตั้งใจซื้อ ผลการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับบทบาทการดูแลของแต่ละเพศชี้ให้เห็นว่าการโฆษณาบนเว็บไซต์ได้ชี้นำภาพ ซึ่งมีผลกระทบโดยตรงต่อความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคกลุ่มเพศชาย แต่ไม่ได้มีผลกระทบกลุ่มเพศหญิง การศึกษาครั้งนี้ก่อให้เกิดความเข้าใจในบทบาทของมิติภาพในการสร้างความตั้งใจซื้อสินค้าออนไลน์

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเรื่อง การพัฒนาเว็บไซต์และสื่อออนไลน์เพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาหมอนผ้าห่มนำเข้าจากประเทศจีน โดยใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative search) โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกรูปแบบกึ่งมีโครงสร้าง (Semi-structured interview) กับกลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่เคยซื้อสินค้าจากเว็บไซต์ <http://sweetdream287.lnwshop.com> และกลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่เคยซื้อสินค้าจากเฟสบุ๊กแฟนเพจ <https://www.facebook.com/blanketspillows.sweetdream> เพื่อค้นหาข้อมูลประกอบการศึกษาแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงเว็บไซต์และสื่อออนไลน์เพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาหมอนผ้าห่มนำเข้าจากประเทศจีน ให้มีรูปแบบที่สามารถดึงดูดความต้องการของผู้บริโภคได้

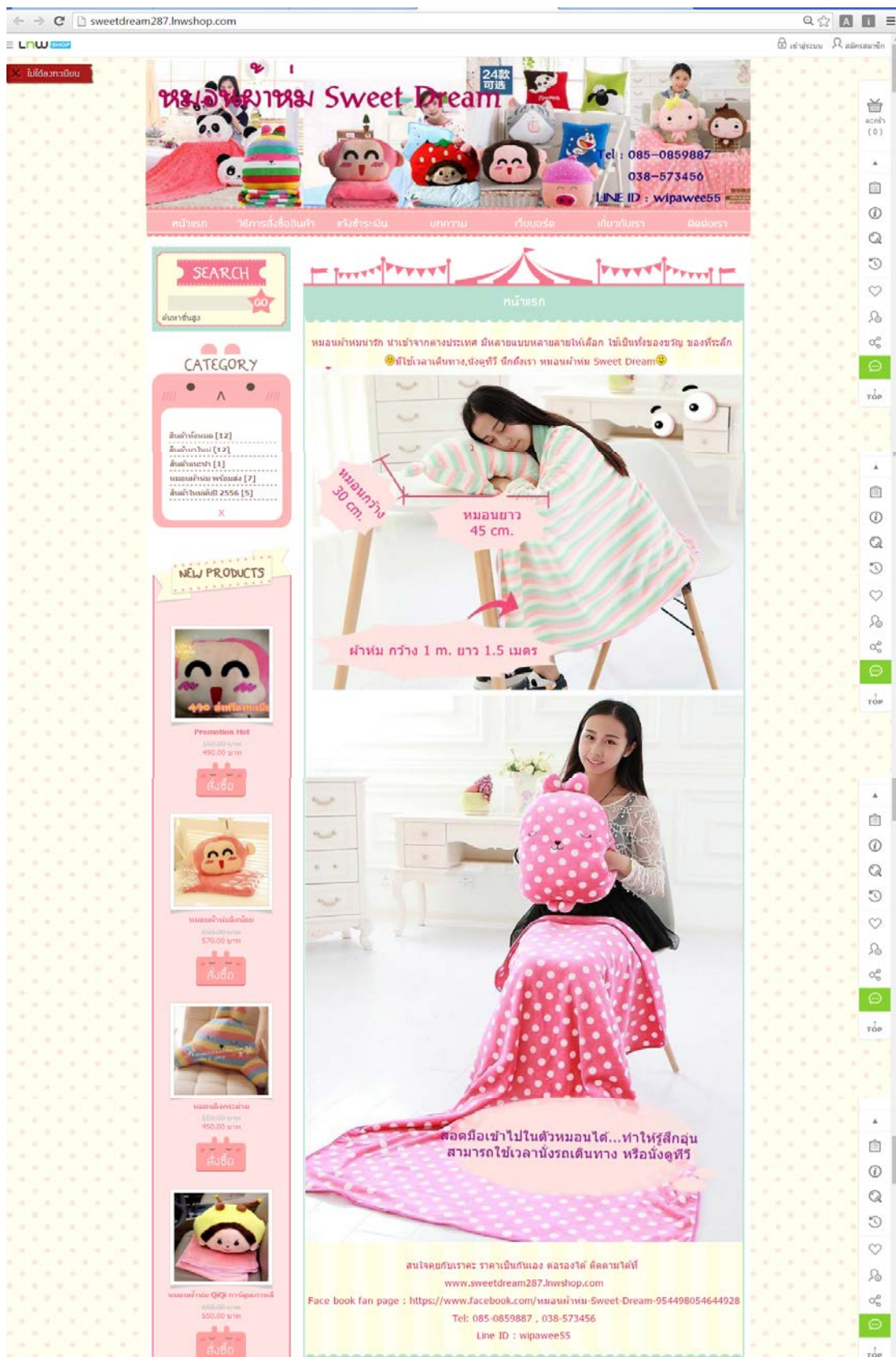
รูปแบบปัจจุบันของเว็บไซต์และเฟสบุ๊กแฟนเพจผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาหมอนผ้าห่ม

รูปแบบปัจจุบันของเว็บไซต์ Sweetdream287.lnwshop.com

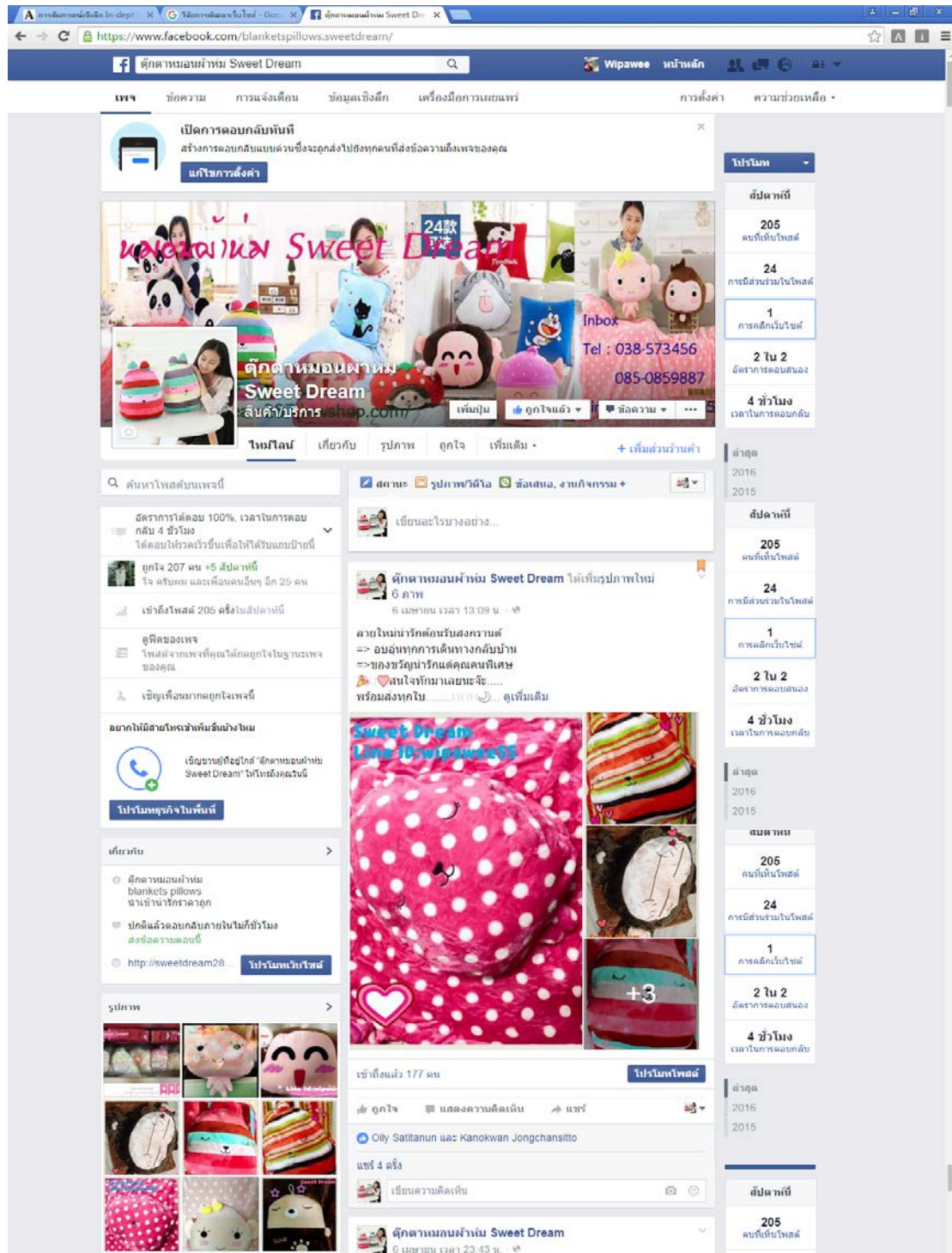
เว็บไซต์ในปัจจุบันได้สร้างขึ้นโดยใช้รูปแบบเว็บไซต์สำเร็จรูปจาก lnwshop.com ซึ่งยังไม่ได้ทำการจดโดเมนเนม เว็บไซต์นี้สร้างขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นแหล่งรวบรวมสินค้าทั้งหมด โดยมีการแบ่งแยกหมวดหมู่ แสดงข้อมูลการติดต่อ และสามารถซื้อสินค้าได้จริงผ่านระบบของเว็บไซต์ สำหรับการประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ใช้การประชาสัมพันธ์ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ ประเภทเฟสบุ๊กเพียงทางเดียว การสื่อสารของเว็บไซต์ใช้รูปภาพสินค้าเพื่อสื่อสาร มีการใช้สีและรูปแบบตัวอักษร มีการกำหนดแผนผังของเว็บไซต์ตามรูปแบบมาตรฐานของเว็บไซต์สำเร็จรูป ดังภาพที่ 3-1

รูปแบบปัจจุบันของเฟสบุ๊กแฟนเพจ Facebook.com/ blanketspillows.sweetdream

รูปแบบปัจจุบันของเฟสบุ๊กแฟนเพจ มีการสื่อสารกับผู้เข้าชม โดยใช้ชื่อร้านค้า “หมอนผ้าห่ม Sweet dream” ใช้รูปภาพสินค้าและข้อความเพื่อสื่อสาร มีช่องทางติดต่อให้แก่ผู้ชมเป็นเบอร์โทรศัพท์และไลน์ไอดี สำหรับจำนวนคนถูกใจเพจยังมีจำนวนไม่มากซึ่งมีจำนวน 207 คน แสดงดังภาพที่ 3-2



ภาพที่ 3-1 รูปแบบปัจจุบันของเว็บไซต์ตุ๊กตาหมอนผ้าห่ม Sweetdream287.lnwshop.com



ภาพที่ 3-2 รูปแบบปัจจุบันของเฟสบุ๊คแฟนเพจหมอนผ้าไหม Sweet dream

หลักการและแนวคิดในการออกแบบเว็บไซต์และเฟสบุ๊คแฟนเพจสำหรับผลิตภัณฑ์ ตุ๊กตาหมอนผ้าห่ม

การออกแบบเว็บไซต์

ส่วนหัวของเว็บเพจ (Page header)

ใช้ชื่อเว็บเพจ “หมอนผ้าห่ม Sweet dream” เป็นการบอกถึงชื่อร้านค้า แสดงด้วยรูปภาพสินค้าตุ๊กตาหมอนผ้าห่มในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อสื่อให้ผู้ชมรับรู้ถึงสินค้าที่ขาย มีรายละเอียดการติดต่อเป็นเบอร์โทรศัพท์ทั้งเบอร์บ้านเพื่อให้ผู้ซื้อสามารถตรวจสอบแหล่งที่อยู่เพื่อแสดงตัวตนของผู้ขาย พร้อมทั้งเบอร์โทรศัพท์มือถือ และไลน์ไอดี มีระบบเนวิเกชัน (Site navigation) ซึ่งประกอบด้วย หน้าแรก วิธีการสั่งซื้อสินค้า แจ้งชำระเงิน บทความ เว็บไซต์ เกี่ยวกับเรา ติดต่อเรา

ส่วนของเนื้อหา (Page body)

แสดงด้วยรูปภาพสื่อสารถึงวิธีการใช้ตุ๊กตาหมอนผ้าห่ม บอกรายละเอียดสินค้า และสินค้าตุ๊กตาหมอนผ้าห่มรูปแบบต่าง ๆ ราคาสินค้า และสามารถกดสั่งซื้อสินค้าได้

ส่วนท้าย (Page footer)

แสดงระบบเนวิเกชัน (Site navigation) ซึ่งประกอบด้วย หน้าแรก วิธีการสั่งซื้อสินค้า แจ้งชำระเงิน บทความ เว็บไซต์ เกี่ยวกับเรา ติดต่อเรา เหมือนส่วนหัวเว็บไซต์ แต่มีส่วนเพิ่มเติม คือ Site map และชื่อเว็บไซต์ “Sweetdream287.lnwshop.com”

ส่วนคอลัมน์การเชื่อมโยง (Page sidebar)

แสดง ประเภทสินค้า (Category) เช่น สินค้าทั้งหมด สินค้ามาใหม่ สินค้าแนะนำ สินค้าพร้อมส่ง ตะกร้าสินค้า อีเมลและเบอร์ติดต่อ การตรวจสอบสถานะการจัดส่ง

การเลือกใช้สีสำหรับเว็บไซต์

เลือกใช้สีชมพูทั้งหน้าเว็บเพจและตัวอักษร เพื่อสื่อถึงความน่ารักสดใสเพื่อให้เกิดความกลมกลืนกับสินค้าที่น่าเสนอ

การออกแบบเฟสบุ๊คแฟนเพจ

ชื่อร้านค้า

ได้ตั้งชื่อร้านค้า “ตุ๊กตาหมอนผ้าห่ม Sweet dream” โดยเลือกประเภทเพจเป็นสินค้าและบริการ

โลโก้ร้านค้า

ใช้เป็นหญิงสาวนั่งถ่ายคู่กับตุ๊กตาหมอนผ้าห่ม เพื่อสื่อให้เห็นถึงสินค้าที่ขาย และความน่ารักของสินค้า ใช้ขนาด 160 × 160 พิกเซล เพื่อให้แสดงตำแหน่งพอดีเมื่อปรากฏที่หน้าแฟนเพจ

หน้าหลัก (Cover page)

แสดงด้วยชื่อร้านค้า “หมอนผ้าห่ม Sweet dream” บนรูปภาพสินค้าตุ๊กตาหมอนผ้าห่มในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อสื่อให้ผู้ชมรับรู้ถึงสินค้าที่ขาย มีรายละเอียดการติดต่อเป็นเบอร์โทรศัพท์ทั้งเบอร์บ้านเพื่อให้ผู้ซื้อสามารถตรวจสอบแหล่งที่อยู่เพื่อแสดงตัวตนของผู้ขาย พร้อมทั้งเบอร์โทรศัพท์มือถือ และไลน์ไอดี เช่นเดียวกับเว็บไซต์ ใช้ขนาด 851 × 315 พิกเซล เพื่อให้แสดงตำแหน่งพอดีเมื่อปรากฏที่หน้าแฟนเพจ

การเลือกผู้สัมภาษณ์เพื่อพัฒนาเว็บไซต์และเฟสบุ๊ก

ผู้เข้าชมเว็บไซต์ Sweetdream287.lnwshop.com หลังจากเปิดเว็บไซต์ในช่วงเดือนมกราคม 2559 จากจำนวน 52 คน และผู้ที่กดถูกใจเฟสบุ๊กแฟนเพจ Facebook.com/blanketspillows.sweetdream หลังจากเปิดเฟสบุ๊กแฟนเพจในช่วงเดือนมกราคม 2559 จำนวน 207 คน โดยเลือกผู้สมัครใจ ดังนี้

กลุ่มที่ 1	ลูกค้าจากเว็บไซต์ Sweetdream287.lnwshop.com	จำนวน 8 คน
กลุ่มที่ 2	ลูกค้าจากเฟสบุ๊กแฟนเพจ Blanketspillows.sweetdream	จำนวน 8 คน
โดยจะสัมภาษณ์จนกว่าข้อมูลจะอิ่มตัว		
กลุ่มที่ 3	ผู้ที่เชี่ยวชาญในการออกแบบเว็บไซต์	จำนวน 2 คน
กลุ่มที่ 4	ผู้ที่เชี่ยวชาญในการออกแบบเฟสบุ๊กแฟนเพจ	จำนวน 2 คน
รวมทั้งหมด		20 คน

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือในการวิจัย

1. ผู้วิจัยศึกษาแนวทฤษฎีและเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการตลาดออนไลน์ การออกแบบเว็บไซต์ และการออกแบบเฟสบุ๊กแฟนเพจ เพื่อนำมาใช้เป็นข้อมูลประกอบการสัมภาษณ์
2. ผู้วิจัยเตรียมความรู้ในเรื่องระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ จรรยาบรรณของนักวิจัย วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลจากตำรา และการขอคำปรึกษาจากผู้ทรงคุณวุฒิด้านการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อให้เข้าใจในระเบียบวิธีวิจัย อันจะนำไปสู่การศึกษาที่ถูกต้องและครอบคลุมประเด็นที่ต้องการจะศึกษาให้มากที่สุด
3. นำแบบสอบถามที่ร่างได้ ทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) จากอาจารย์ที่ปรึกษา พิจารณาและตรวจสอบและขอคำแนะนำในการแก้ไขปรับปรุง
4. ผู้วิจัยได้สร้างแนวคำถาม ซึ่งเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึกรูปแบบกึ่งมีโครงสร้าง (Semi-structured interview) สำหรับกลุ่มตัวอย่าง โดยจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยสร้างเป็นคำถามให้ครอบคลุมตามขอบเขตของการวิจัยอันเป็นสิ่งที่ต้องการศึกษาเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ลักษณะของคำถามจะเป็นคำถามปลายเปิด

ลักษณะของคำถามในการสัมภาษณ์

คำถามในการสัมภาษณ์ครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาเว็บไซต์และสื่อออนไลน์ในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาหมอนผ้าห่มนำเข้าจากประเทศจีน โดยทำการสัมภาษณ์ทั้งหมด 4 กลุ่มตัวอย่าง ซึ่งจัดทำแบบคำถามในการสัมภาษณ์ออกเป็น 4 ชุด ดังนี้

คำถามในการสัมภาษณ์ชุดที่ 1 ใช้สำหรับผู้ให้สัมภาษณ์กลุ่มที่ 1 ลูกค้านักค้าจากเว็บไซต์

Sweetdream287.lnwshop.com คือ

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลของผู้ให้สัมภาษณ์ ลูกค้านักค้าจากเว็บไซต์ Sweetdream287.lnwshop.com คือ ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ ประกอบด้วย ชื่อและนามสกุล อายุ เพศ การศึกษา สถานภาพ อาชีพ และประสบการณ์การซื้อสินค้าออนไลน์

ส่วนที่ 2 แนวคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบปัจจุบันและข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาปรับปรุงเว็บไซต์เพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาหมอนผ้าห่มนำเข้าจากประเทศจีน ของเว็บไซต์ Sweetdream287.lnwshop.com ดังนี้

1. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับชื่อของเว็บไซต์ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
2. ท่านมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการแสดงเนื้อหาของเว็บไซต์
 - 2.1 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับหมวดหมู่ของสินค้า (Category) ที่แสดงบนเว็บไซต์ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
 - 2.2 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับขนาดรูปภาพ การดึงดูดให้เกิดความน่าสนใจของรูปภาพ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
 - 2.3 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ (New product) ที่แสดงอยู่บนหน้าแรกของเว็บไซต์ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
 - 2.4 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับ ราคา และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
 - 2.5 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับช่องทางการติดต่อที่แสดงบนเว็บไซต์ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
 - 2.6 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการอธิบายวิธีการสั่งซื้อสินค้า ช่องทางการชำระเงิน การจัดส่งสินค้า และวิธีการตรวจสอบสถานะจัดส่งสินค้า และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
 - 2.7 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการแสดงรายละเอียดสินค้าที่ซื้อในส่วนของรายการสินค้าในตะกร้า ก่อนกดสั่งซื้อสินค้า และมีข้อเสนอแนะอย่างไร

2.8 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับระยะเวลาในการแสดงเนื้อหา รูปภาพสินค้า และการแสดงข้อมูลจากการสืบค้น (Search) และมีข้อเสนอแนะอย่างไร

2.9 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการนำเสนอบทความภายในเว็บไซต์ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร

2.10 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับเว็บบอร์ด เพื่อตั้งกระทู้ ภายในเว็บไซต์ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร

3. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับระบบนำทางหรือเนวิเกชัน และมีข้อเสนอแนะอย่างไร

4. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับขนาดตัวอักษรที่แสดงบนเว็บไซต์ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร

5. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับความเหมาะสมของสีตัวอักษรและสีพื้นหลัง และมีข้อเสนอแนะอย่างไร

6. ท่านมีความคิดเห็นต่อการใช้งานบนเว็บไซต์

6.1 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับความเพลิดเพลินในการเข้าชมเว็บไซต์ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร

6.2 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร

6.3 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับลิ้งค์ (Link) ภายในเว็บไซต์ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร

คำถามในการสัมภาษณ์ชุดที่ 2 ใช้สำหรับผู้ให้สัมภาษณ์กลุ่มที่ 3 ผู้ที่เชี่ยวชาญในการออกแบบเว็บไซต์ คือ

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลของผู้ให้สัมภาษณ์ ผู้เชี่ยวชาญในการออกแบบเว็บไซต์ คือ ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ประกอบด้วย ชื่อและนามสกุล อายุ เพศ การศึกษา และประสบการณ์การออกแบบเว็บไซต์

ส่วนที่ 2 แนวคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบปัจจุบันและข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาปรับปรุงเว็บไซต์เพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาหมอนผ้าห่มนำเข้าจากประเทศจีน ของเว็บไซต์ Sweetdream287.lnwshop.com ดังนี้

1. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับชื่อของเว็บไซต์ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร

2. ท่านมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการแสดงเนื้อหาของเว็บไซต์

- 2.1 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับหมวดหมู่ของสินค้า (Category) ที่แสดงบนเว็บไซต์ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
- 2.2 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับขนาดรูปภาพ การดึงดูดให้เกิดความน่าสนใจของรูปภาพ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
- 2.3 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ (New product) ที่แสดงอยู่บนหน้าแรกของเว็บไซต์ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
- 2.4 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับ ราคา และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
- 2.5 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับช่องทางการติดต่อที่แสดงบนเว็บไซต์ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
- 2.6 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการอธิบายวิธีการสั่งซื้อสินค้า ช่องทางการชำระเงิน การจัดส่งสินค้า และวิธีการตรวจสอบสถานะจัดส่งสินค้า และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
- 2.7 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการแสดงรายละเอียดสินค้าที่ซื้อในส่วนของรายการสินค้าในตะกร้า ก่อนกดสั่งซื้อสินค้า และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
- 2.8 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับระยะเวลาในการแสดงเนื้อหา รูปภาพสินค้า และการแสดงข้อมูลจากการสืบค้น (Search) และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
- 2.9 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการนำเสนอบทความภายในเว็บไซต์ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
- 2.10 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับเว็บบอร์ด เพื่อตั้งกระทู้ ภายในเว็บไซต์ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
3. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับระบบนำทางหรือเนวิเกชัน และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
4. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับขนาดตัวอักษรที่แสดงบนเว็บไซต์ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
5. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับความเหมาะสมของสีตัวอักษรและสีพื้นหลัง และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
6. ท่านมีความคิดเห็นต่อการใช้งานบนเว็บไซต์
 - 6.1 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับความเพลิดเพลินในการเข้าชมเว็บไซต์ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
 - 6.2 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร

6.3 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับลิงค์ (Link) ภายในเว็บไซต์ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร

7. ท่านมีข้อเสนอแนะในการพัฒนาและปรับปรุงเพิ่มเติมในส่วนอื่น ๆ อย่างไร
คำถามในการสัมภาษณ์ชุดที่ 3 ใช้สำหรับผู้ให้สัมภาษณ์กลุ่มที่ 2 ลูกค้านจาก

เฟสบุ๊คแฟนเพจ Blanketspillows.sweetdream คือ

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ ลูกค้านจากเฟสบุ๊คแฟนเพจ Blanketspillows.sweetdream ประกอบด้วย ชื่อและนามสกุล อายุ เพศ การศึกษา สถานะภาพ อาชีพ และประสบการณ์การซื้อสินค้าออนไลน์

ส่วนที่ 2 แนวคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบปัจจุบันและข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาปรับปรุงเฟสบุ๊คแฟนเพจ เพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาหมอนผ้าห่มนำเข้าจากประเทศจีนของเฟสบุ๊คแฟนเพจ Blanketspillows.sweetdream ดังนี้

1. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับชื่อของเฟสบุ๊คแฟนเพจ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
2. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับรูปภาพประจำตัว ของเฟสบุ๊คแฟนเพจ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
3. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับหน้าหลัก (Cover page) ของเฟสบุ๊คแฟนเพจ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
 - 3.1 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับรูปภาพที่นำเสนอบนหน้าหลัก (Cover page) ของเฟสบุ๊คแฟนเพจ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
 - 3.2 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับข้อความแสดงชื่อร้านค้าที่นำเสนอบนหน้าหลัก (Cover page) ของเฟสบุ๊คแฟนเพจ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
 - 3.3 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับความเหมาะสมของสีตัวอักษรและสีพื้นหลังบนภาพหน้าปก (Cover page) และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
 - 3.4 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับข้อความด้านช่องทางการติดต่อบนภาพหน้าปก (Cover page) และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
4. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการนำเสนอข้อความบนเฟสบุ๊คแฟนเพจ
 - 4.1 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการโพสต์ข้อความลงบนเฟสบุ๊คแฟนเพจ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
 - 4.2 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับโพสต์รายละเอียดสินค้า ตั้งแต่รูปภาพ ราคา คำอธิบายสินค้า และมีข้อเสนอแนะอย่างไร

4.3 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการโพสต์แนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ (New product) บนเฟสบุ๊กแฟนเพจ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร

4.4 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการโพสต์โปรโมชันสินค้า และมีข้อเสนอแนะอย่างไร

4.5 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการโพสต์เนื้อหาเรื่องอื่น ๆ ที่ไม่ใช่การโพสต์ขายสินค้า และมีข้อเสนอแนะอย่างไร

4.6 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการรีวิวจากผู้ซื้อสินค้า และมีข้อเสนอแนะอย่างไร

4.7 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการรีวิวจากผู้ชมเฟสบุ๊กแฟนเพจ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร

4.8 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับข้อความด้านช่องทางการติดต่อที่แสดงบนเฟสบุ๊กแฟนเพจ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร

5. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการนำเสนอรูปภาพแสดงสินค้าบนเฟสบุ๊กแฟนเพจ

5.1 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการนำเสนอรูปภาพแสดงสินค้าบนเฟสบุ๊กแฟนเพจ

5.2 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการสร้างอัลบั้มเพื่อแสดงหมวดหมู่ของสินค้าบนเฟสบุ๊กแฟนเพจ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร

6. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการโฆษณาเฟสบุ๊ก และมีข้อเสนอแนะอย่างไร

6.1 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับความน่าสนใจของเฟสบุ๊กแฟนเพจ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร

6.2 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับความเพลิดเพลินในการเข้าชมเฟสบุ๊กแฟนเพจ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร

6.3 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการโฆษณาแบบโปรโมทเพจ (การถูกใจหน้า) และมีข้อเสนอแนะอย่างไร

6.4. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการโฆษณาแบบโปรโมทโพสต์ (การมีส่วนร่วมในหน้า) และมีข้อเสนอแนะอย่างไร

7. ท่านมีข้อเสนอแนะในการพัฒนาและปรับปรุงเพิ่มเติมในส่วนอื่น ๆ อย่างไร

คำถามในการสัมภาษณ์ชุดที่ 4 ใช้สำหรับผู้ให้สัมภาษณ์กลุ่มที่ 4 ผู้ที่เชี่ยวชาญในการออกแบบเฟสบุ๊คแฟนเพจ คือ

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ ผู้เชี่ยวชาญในการออกแบบเฟสบุ๊คแฟนเพจ คือ ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ ประกอบด้วย ชื่อและนามสกุล อายุ เพศ การศึกษา ประสบการณ์การออกแบบเฟสบุ๊คแฟนเพจ

ส่วนที่ 2 แนวคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบปัจจุบันและข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาปรับปรุงเฟสบุ๊คแฟนเพจ เพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาหมอนผ้าห่มนำเข้าจากประเทศจีนของเฟสบุ๊คแฟนเพจ Blanketspillows.sweetdream ดังนี้

1. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับชื่อของเฟสบุ๊คแฟนเพจ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
2. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับรูปภาพประจำตัว ของเฟสบุ๊คแฟนเพจ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
3. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับหน้าหลัก (Cover page) ของเฟสบุ๊คแฟนเพจ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
 - 3.1 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับรูปภาพที่นำเสนอบนหน้าหลัก (Cover page) ของเฟสบุ๊คแฟนเพจ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
 - 3.2 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับข้อความแสดงชื่อร้านค้าที่นำเสนอบนหน้าหลัก (Cover page) ของเฟสบุ๊คแฟนเพจ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
 - 3.3 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับความเหมาะสมของสีตัวอักษรและสีพื้นหลังบนภาพหน้าปก (Cover page) และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
 - 3.4 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับข้อความด้านช่องทางการติดต่อบนภาพหน้าปก (Cover page) และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
4. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการนำเสนอข้อความบนเฟสบุ๊คแฟนเพจ
 - 4.1 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการโพสต์ข้อความลงบนเฟสบุ๊คแฟนเพจ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
 - 4.2 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับโพสต์รายละเอียดสินค้า ตั้งแต่รูปภาพ ราคา คำอธิบายสินค้า และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
 - 4.3 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการโพสต์แนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ (New product) บนเฟสบุ๊คแฟนเพจ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร

- 4.5 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการโพสต์โปรโมชันสินค้า และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
- 4.6 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการโพสต์เนื้อหาเรื่องอื่น ๆ ที่ไม่ใช่การโพสต์ขายสินค้า และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
- 4.7 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการรีวิวจากผู้ซื้อสินค้า และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
- 4.8 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการรีวิวจากผู้ชมเฟสบุ๊กแฟนเพจ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
- 4.9 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับข้อความด้านช่องทางการติดต่อที่แสดงบนเฟสบุ๊กแฟนเพจ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
5. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการนำเสนอรูปภาพแสดงสินค้าบนเฟสบุ๊กแฟนเพจ
- 5.1 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการนำเสนอรูปภาพแสดงสินค้าบนเฟสบุ๊กแฟนเพจ
- 5.2 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการสร้างอัลบั้มเพื่อแสดงหมวดหมู่ของสินค้าบนเฟสบุ๊กแฟนเพจ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
6. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการโฆษณาเฟสบุ๊ก และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
- 6.1 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับความน่าสนใจของเฟสบุ๊กแฟนเพจ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
- 6.2 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับความเพลิดเพลินในการเข้าชมเฟสบุ๊กแฟนเพจ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
- 6.3. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการโฆษณาแบบโปรโมทเพจ (การถูกใจหน้า) และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
- 6.4. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการโฆษณาแบบโปรโมทโพสต์ (การมีส่วนร่วมในหน้า) และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
7. ท่านมีข้อเสนอแนะในการพัฒนาและปรับปรุงเพิ่มเติมในส่วนอื่น ๆ อย่างไร

วิธีการรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้แบ่งวิธีการเข้าถึงข้อมูลและเก็บรวบรวมข้อมูลออกเป็น 2 ส่วน คือ

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลด้านเอกสาร (Review data)

1.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) ศึกษาวิธีการสร้างคำถามในการสัมภาษณ์จากเอกสารงานวิจัย เพื่อกำหนดขอบเขตและเนื้อหา จะได้มีความชัดเจนตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร วารสาร สิ่งพิมพ์และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดขอบเขตของการวิจัย และสร้างเครื่องมือวิจัยให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัย

2. การเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม (Field data)

2.1 ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกรูปแบบกึ่งมีโครงสร้าง (Semi-structured interview) แบบตัวต่อตัว เพื่อเปิดเผยสิ่งจูงใจ ความเชื่อ ทศนคติของผู้ตอบ โดยกำหนดคำถามออกเป็นประเด็นให้ครอบคลุมและสอดคล้องกับเรื่องที่ทำวิจัยก่อนเริ่มการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้แสดงถึงวัตถุประสงค์ของการสัมภาษณ์ ขออนุญาตในการเขียนบันทึกและบันทึกเสียงระหว่างการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้มีปฏิสัมพันธ์แบบต่อหน้ากับผู้ให้สัมภาษณ์เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยน และแสดงความคิดเห็นอย่างอิสระ โดยจะใช้เวลาในการสัมภาษณ์ประมาณ 30-60 นาที ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความร่วมมือของผู้ให้สัมภาษณ์ การสัมภาษณ์แต่ละรายจะทำการสัมภาษณ์จนกว่าจะไม่พบข้อสงสัยหรือไม่มีข้อมูลใหม่เกิดขึ้น ที่เรียกว่า ข้อมูลอิ่มตัว (Data saturation) จึงหยุดการสัมภาษณ์

2.2 ขณะสัมภาษณ์ผู้วิจัยจะใช้การจดบันทึกสรุปสั้น ๆ เฉพาะประเด็นที่สำคัญและเมื่อจบการสัมภาษณ์ของคำถามแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงเว็บไซต์และเฟสบุ๊คแฟนเพจ เพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาหมอนผ้าห่มนำเข้าจากประเทศจีน ของเว็บไซต์

Sweetdream287.lnwshop.com และเฟสบุ๊คแฟนเพจ Blanketspillows.sweetdream จะเป็นการทวนคำถามและคำตอบจากการสัมภาษณ์ทั้งหมดเพื่อเป็นการยืนยันความถูกต้องของข้อมูลจากผู้ให้สัมภาษณ์ การบันทึกโดยใช้กล้องวิดีโอในการสัมภาษณ์ เพื่อสังเกต ลักษณะท่าทาง ลักษณะน้ำเสียงตามความเป็นจริง โดยไม่มีการตีความ นอกจากนี้ยังได้บันทึกเกี่ยวกับความคิด ความรู้สึกหรือปัญหาที่เกิดขึ้นกับผู้วิจัยขณะที่รวบรวมข้อมูล รวมถึงการเก็บข้อมูล โดยวิธีการถ่ายบันทึกภาพ เพื่อเก็บข้อมูลรายละเอียดในการสัมภาษณ์มากยิ่งขึ้น

2.3 ข้อมูลจะถูกนำมาบันทึกและถอดเทปคำต่อคำ ประโยคต่อประโยค แล้วตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล เพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการวิเคราะห์ในงานวิจัยครั้งนี้

2.4 นอกจากการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกรูปแบบกึ่งมีโครงสร้าง (Semi-structured interview) แล้วผู้วิจัยยังใช้การสังเกต (Observation) ร่วมด้วย

ความเชื่อได้ของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

หลังจากที่ได้เก็บรวบรวมข้อมูล ได้นำมาตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล (Trustworthiness) ดังนี้

1. ผู้สัมภาษณ์สร้างความสัมพันธ์อันดีต่อผู้ให้สัมภาษณ์ เพื่อให้เกิดความไว้วางใจในตัวผู้วิจัย ซึ่งจะมีผลต่อความถูกต้องและความเป็นจริงของข้อมูล
2. การยืนยันความถูกต้องของข้อมูล (Member checking) โดยการสัมภาษณ์ทบทวนคำตอบของกลุ่มตัวอย่างจากแนวคำถามในการสัมภาษณ์ทั้งหมดเพื่อเป็นการยืนยันความถูกต้องของข้อมูลในการให้การสัมภาษณ์อีกครั้ง
3. ตรวจสอบความไว้วางใจของข้อมูล (Dependability) โดยการนำข้อมูลไปตรวจสอบกับอาจารย์ที่ปรึกษางานนิพนธ์ เพื่อยืนยันความถูกต้องตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษา
4. ความสามารถในการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ (Transferability) โดยการเขียนระเบียบวิธีการวิจัย การวิเคราะห์ข้อมูล และบริบทที่ต้องการศึกษาอย่างชัดเจนเพื่อเป็นการเพิ่มความเชื่อถือของการวิจัยในการที่จะนำผลการวิจัยไปใช้ในบริบทที่ใกล้เคียงกัน
5. การยืนยันผลการวิจัย (Conformability) โดยการที่ผู้วิจัยจะเก็บเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับกรวิจัยไว้เป็นอย่างดี พร้อมสำหรับการตรวจสอบ (Audit trail) เพื่อยืนยันว่าข้อมูลที่ได้ไม่มีความลำเอียงหรือเกิดจากการคิดขึ้นของผู้วิจัย
6. การทดลองความเที่ยงตรงของแบบสัมภาษณ์โดยการนำแบบสัมภาษณ์ไปให้ผู้เชี่ยวชาญ พิจารณาและตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content validity) ด้วยวิธีการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of item-objective congruence: IOC) ซึ่งมีเกณฑ์ในการพิจารณาค่า IOC คือข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.5-1.00 ถือว่าเหมาะสมสามารถนำไปใช้ได้ แต่สำหรับข้อคำถามที่มีค่า IOC ต่ำกว่า 0.5 ควรพิจารณาปรับปรุงหรือตัดออก (Rovienelli & Hambleton, 1977)

การจัดทำข้อมูลและวิเคราะห์ผล

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูล โดยคัดแปลงขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพของ Colaizzi (1978) ซึ่งเป็นวิธีที่ได้รับการยอมรับและใช้กันอย่างแพร่หลายในงานวิจัยเชิงปรากฏการณ์วิทยา ดังนี้

1. นำข้อมูลที่ได้จากการถอดความจริงจากเครื่องอัดวีดีโอพร้อมเสียงและการบันทึกภาคสนามมาพิจารณาหลาย ๆ ครั้ง เพื่อให้เกิดความเข้าใจในภาพรวมและพิจารณาประเด็นที่สำคัญ
2. นำข้อมูลกลับมาอ่านพิจารณาอีกครั้ง โดยละเอียดแล้วจึงตีความพร้อมดึงข้อความหรือประโยคที่สำคัญที่เกี่ยวข้อง

3. นำข้อความหรือประโยคที่มีความหมายเหมือนกันหรือใกล้เคียงกันไว้ในกลุ่มเดียวกัน โดยมีรหัสข้อมูลกำกับทุกข้อความหรือทุกประโยค แล้วจึงตั้งชื่อคำสำคัญซึ่งจะจัดเป็นทั้งกลุ่มใหญ่ (Themes) และกลุ่มย่อย ที่อยู่ภายใต้ความหมายของกลุ่มใหญ่ (Subtheme)

4. อธิบายปรากฏการณ์คู่แตรอย่างละเอียดครบถ้วน โดยเขียนให้มีความต่อเนื่องและกลมกลืนกันระหว่างข้อความหรือประโยคความหมายและหัวข้อต่าง ๆ ซึ่งในขั้นตอนนี้ตามพยายามตัดข้อมูลหรือหัวข้อที่ไม่จำเป็นออก

5. ใช้การเขียนบรรยายสิ่งที่ค้นพบอย่างละเอียดและชัดเจน โดยจะไม่มีการนำทฤษฎีไปควบคุมปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น พร้อมทั้งยกตัวอย่างคำพูดประกอบคำหลักสำคัญที่เพื่อแสดงความชัดเจนของปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาเว็บไซต์และสื่อออนไลน์เพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาหมอนผ้าห่มนำเข้าจากประเทศจีน เป็นวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกและใช้คำถามกึ่งโครงสร้างเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่เคยซื้อสินค้าจากเว็บไซต์ <http://sweetdream287.lnwshop.com> จำนวน 8 คนและผู้เชี่ยวชาญทางการออกแบบเว็บไซต์ จำนวน 2 คน สำหรับวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาแนวทางในการพัฒนาเว็บไซต์ และกลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่เคยซื้อสินค้าจากเฟสบุ๊กแฟนเพจ <https://www.facebook.com/blanketspillows.sweetdream> จำนวน 8 คนและผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเฟสบุ๊กแฟนเพจ จำนวน 2 คน สำหรับวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาแนวทางในการพัฒนาเฟสบุ๊กแฟนเพจ จากนั้นนำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยกระบวนการเชิงคุณภาพ คือการจัดกลุ่มข้อมูลออกเป็น 2 กลุ่มคือ ข้อมูลเพื่อทำการวิเคราะห์ในการพัฒนาเว็บไซต์ และข้อมูลเพื่อทำการวิเคราะห์ในการพัฒนาเฟสบุ๊กแฟนเพจ การจัดการกลุ่มย่อยของข้อมูลในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แบ่งเป็น 2 ส่วนข้อมูล คือ ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นต่อองค์ประกอบปัจจุบันกับข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาปรับปรุงเว็บไซต์และเฟสบุ๊กแฟนเพจ ดังนี้

คำถามในการสัมภาษณ์ชุดที่ 1 ใช้สำหรับผู้ให้สัมภาษณ์กลุ่มที่ 1 ลูกค้าจากเว็บไซต์ Sweetdream287.lnwshop.com การจัดกลุ่มข้อมูลและการจัดการกลุ่มย่อยของข้อมูลในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แบ่งเป็น 2 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 7 ข้อ

- 1.1 ชื่อ-นามสกุล
- 1.2 อายุ
- 1.3 เพศ
- 1.4 การศึกษา
- 1.5 สถานภาพ
- 1.6 อาชีพ
- 1.7 ประสบการณ์การซื้อของออนไลน์

ส่วนที่ 2 แนวคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบปัจจุบันและข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาปรับปรุงเว็บไซต์เพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาหมอนผ้าห่มนำเข้าจากประเทศจีน ของเว็บไซต์ Sweetdream287.lnwshop.com ดังนี้

1. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับชื่อของเว็บไซต์ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
2. ท่านมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการแสดงเนื้อหาของเว็บไซต์
 - 2.1 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับหมวดหมู่ของสินค้า (Category) ที่แสดงบนเว็บไซต์ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
 - 2.2 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับขนาดรูปภาพ การดึงดูดให้เกิดความน่าสนใจของรูปภาพ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
 - 2.3 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ (New product) ที่แสดงอยู่บนหน้าแรกของเว็บไซต์ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
 - 2.4 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับ ราคา และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
 - 2.5 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับช่องทางการติดต่อที่แสดงบนเว็บไซต์ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
 - 2.6 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการอธิบายวิธีการสั่งซื้อสินค้า ช่องทางการชำระเงิน การจัดส่งสินค้า และวิธีการตรวจสอบสถานะจัดส่งสินค้า และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
 - 2.7 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการแสดงรายละเอียดสินค้าที่ซื้อในส่วนของรายการสินค้าในตะกร้า ก่อนกดสั่งซื้อสินค้า และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
 - 2.8 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับระยะเวลาในการแสดงเนื้อหา รูปภาพสินค้า และการแสดงข้อมูลจากการสืบค้น (Search) และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
 - 2.9 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการนำเสนอบทความภายในเว็บไซต์ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
 - 2.10 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับเว็บบอร์ด เพื่อตั้งกระทู้ ภายในเว็บไซต์ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
3. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับระบบนำทางหรือเนวิเกชัน และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
4. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับขนาดตัวอักษรที่แสดงบนเว็บไซต์ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
5. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับความเหมาะสมของสีตัวอักษรและสีพื้นหลัง และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
6. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อการใช้งานบนเว็บไซต์
 - 6.1 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับความเพลิดเพลินในการเข้าชมเว็บไซต์ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร

6.2 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร

6.3 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับ Link ภายในเว็บไซต์ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร

7. ท่านมีข้อเสนอแนะในการพัฒนาและปรับปรุงเพิ่มเติมในส่วนอื่น ๆ อย่างไร

คำถามในการสัมภาษณ์ชุดที่ 2 ใช้สำหรับผู้ให้สัมภาษณ์กลุ่มที่ 3 ผู้ที่เชี่ยวชาญในการออกแบบเว็บไซต์ การจัดกลุ่มข้อมูลและการจัดการกลุ่มย่อยของข้อมูลในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แบ่งเป็น 2 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 5 ข้อ

1.1 ชื่อ-นามสกุล

1.2 อายุ

1.3 เพศ

1.4 การศึกษาและสาขาที่จบ

1.5 ประสบการณ์ในการออกแบบเว็บไซต์

ส่วนที่ 2 แนวคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบปัจจุบันและข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาปรับปรุงเว็บไซต์เพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาหมอนผ้าห่มนำเข้าจากประเทศจีน ของเว็บไซต์ Sweetdream287.lnwsnop.com ซึ่งมีเนื้อหาคำถามทั้งหมดเหมือนกับคำถามส่วนที่ 2 ของข้อมูล ชุดที่ 1

คำถามในการสัมภาษณ์ชุดที่ 3 ใช้สำหรับผู้ให้สัมภาษณ์กลุ่มที่ 2 ลูกค้านักแฟนเพจ Blanketspillows.sweetdream การจัดกลุ่มข้อมูลและการจัดการกลุ่มย่อยของข้อมูลในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แบ่งเป็น 2 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 7 ข้อ

1.1 ชื่อ-นามสกุล

1.2 อายุ

1.3 เพศ

1.4 การศึกษา

1.5 สถานภาพ

1.6 อาชีพ

1.7 ประสบการณ์การซื้อขายของออนไลน์

ส่วนที่ 2 แนวคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบปัจจุบันและข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาปรับปรุงเฟสบุ๊คแฟนเพจ เพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาหมอนผ้าห่มนำเข้าจากประเทศจีนของเฟสบุ๊คแฟนเพจ Blanketspillows.sweetdream ดังนี้

1. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับชื่อของเฟสบุ๊คแฟนเพจ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
2. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับรูปภาพประจำตัว ของเฟสบุ๊คแฟนเพจ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
3. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับหน้าหลัก (Cover page) ของเฟสบุ๊คแฟนเพจ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
 - 3.1 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับรูปภาพที่นำเสนอบนหน้าหลัก (Cover page) ของเฟสบุ๊คแฟนเพจ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
 - 3.2 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับข้อความแสดงชื่อร้านค้าที่นำเสนอบนหน้าหลัก (Cover page) ของเฟสบุ๊คแฟนเพจ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
 - 3.3 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับความเหมาะสมของสีตัวอักษรและสีพื้นหลังบนภาพหน้าปก (Cover page) และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
 - 3.4 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับข้อความด้านช่องทางการติดต่อบนภาพหน้าปก (Cover page) และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
4. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการนำเสนอข้อความบนเฟสบุ๊คแฟนเพจ
 - 4.1 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการโพสต์ข้อความลงบนเฟสบุ๊คแฟนเพจ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
 - 4.2 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับโพสต์รายละเอียดสินค้า ตั้งแต่รูปภาพ ราคา คำอธิบายสินค้า และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
 - 4.3 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการโพสต์แนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ (New product) บนเฟสบุ๊คแฟนเพจ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
 - 4.4 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการโพสต์โปรโมชั่นสินค้า และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
 - 4.5 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการโพสต์เนื้อหาเรื่องอื่น ๆ ที่ไม่ใช่การโพสต์ขายสินค้า และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
 - 4.6 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการรีวิวจากผู้ซื้อสินค้า และมีข้อเสนอแนะอย่างไร

4.7 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการรีวิวกจากผู้ชมเฟสบุ๊กแฟนเพจ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร

4.8 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับข้อความด้านช่องทางการติดต่อที่แสดงบนเฟสบุ๊กแฟนเพจ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร

5. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการนำเสนอรูปภาพแสดงสินค้าบนเฟสบุ๊กแฟนเพจ

5.1 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการนำเสนอรูปภาพแสดงสินค้าบนเฟสบุ๊กแฟนเพจ

5.2 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการสร้างอัลบั้มเพื่อแสดงหมวดหมู่ของสินค้าบนเฟสบุ๊กแฟนเพจ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร

6. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการโฆษณาเฟสบุ๊ก และมีข้อเสนอแนะอย่างไร

6.1 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับความน่าสนใจของเฟสบุ๊กแฟนเพจ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร

6.2 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับความเพลิดเพลินในการเข้าชมเฟสบุ๊กแฟนเพจ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร

6.3 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการโฆษณาแบบโปรโมทเพจ (การถูกใจหน้า) และมีข้อเสนอแนะอย่างไร

6.5. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการโฆษณาแบบโปรโมทโพสต์ (การมีส่วนร่วมในหน้า) และมีข้อเสนอแนะอย่างไร

7. ท่านมีข้อเสนอแนะในการพัฒนาและปรับปรุงเพิ่มเติมในส่วนอื่นๆ อย่างไร

คำถามในการสัมภาษณ์ชุดที่ 4 ใช้สำหรับผู้ให้สัมภาษณ์กลุ่มที่ 4 ผู้ที่เชี่ยวชาญในการออกแบบเฟสบุ๊กแฟนเพจ การจัดกลุ่มข้อมูลและการจัดการกลุ่มย่อยของข้อมูลในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แบ่งเป็น 2 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 5 ข้อ

1.1 ชื่อ-นามสกุล

1.2 อายุ

1.3 เพศ

1.4 การศึกษาและสาขาที่จบ

1.5 ประสบการณ์ในการออกแบบเว็บไซต์

ส่วนที่ 2 แนวคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบปัจจุบันและข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาปรับปรุงเฟสบุ๊คแฟนเพจเพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาหมอนผ้าห่มนำเข้าจากประเทศจีน เฟสบุ๊คแฟนเพจ Blanketspillows.sweetdream ซึ่งมีเนื้อหาคำถามทั้งหมดเหมือนกับคำถามส่วนที่ 2 ของข้อมูล ชุดที่ 3

ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ให้สัมภาษณ์กลุ่มที่ 1 ลูกค้าจากเว็บไซต์

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1 กล่าวว่า

“ผมชื่อนายสมชาย กิจแสงไกล ครับ อายุ 34 ปี จบการศึกษาปริญญาตรี สถานะภาพ โสด อาชีพ ประกอบธุรกิจส่วนตัว มีประสบการณ์ในการซื้อของออนไลน์ คือ เคยมีการซื้อสินค้าในเว็บไซต์ Lazada ซื้อพวกของใช้ภายในบ้าน เสื้อ ของของผ่านทางเฟสบุ๊คด้วย พวกอุปกรณ์มือถือ ซื้ออาหารเสริมผ่านทางเว็บไซต์ ครับ และสินค้าอื่นๆ ด้วย บางทีผมก็ค้นหาสินค้าจากกูเกิล ครับ” (สมชาย กิจแสงไกล, สัมภาษณ์, 23 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2 กล่าวว่า

“ดิฉันชื่อนางสาวอุบลวรรณ อมรปิยะศิริกุลคะ อายุ 33 ปี จบการศึกษาปริญญาตรี สถานะสมรส อาชีพ พนักงานบริษัทเอกชนคะ มีประสบการณ์ในการซื้อของออนไลน์ คือ เคยมีการซื้อสินค้าในเว็บไซต์ Lazada ซื้อพวกเสื้อผ้า มีการซื้อของผ่านทางเฟสบุ๊ค เสื้อผ้า รองเท้า กระเป๋า คะ มีการจองตั๋วเครื่องบิน จองโรงแรมคะ” (อุบลวรรณ อมรปิยะศิริกุล, สัมภาษณ์, 28 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3 กล่าวว่า

“ดิฉันชื่อนางสาวนิภาภรณ์ พลภา คะ อายุ 21 ปี จบการศึกษามัธยมศึกษาปีที่ 6 สถานะภาพโสด อาชีพ นักศึกษาปริญญาตรีคะ มีประสบการณ์ในการซื้อของออนไลน์ คือ เคยมีการซื้อสินค้าในเฟสบุ๊ค อินสตาแกรม ไลน์ ประเภทสินค้าที่เคยซื้อ เช่น ครีม กระเป๋า รองเท้า คะ” (นิภาภรณ์ พลภา, สัมภาษณ์, 1 มิถุนายน 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4 กล่าวว่า

“ผมชื่อนายสมภพ บัวภารังสี อายุ 31 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาโท สถานะภาพโสด อาชีพ พนักงานบริษัท มีประสบการณ์ในการซื้อของออนไลน์ คือ ซื้อของออนไลน์อยู่เป็นประจำ ทั้งทาง เว็บไซต์ เช่น Pantipmarket ซื้ออุปกรณ์เกี่ยวกับกล้องดิจิตอล Itruemark.com ส่วนลดโรงแรมที่พัก เว็บไซต์จองตั๋วเครื่องบิน จองโรงแรมที่พัก เช่น Agoda , Airasia , Painaidee เป็นต้นครับ” (สมภพ บัวภารังสี, สัมภาษณ์, 28 พฤษภาคม, 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 5 กล่าวว่า

“ผมชื่อนายวรปรัชญ์ บุญมี อายุ 29 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี สถานะภาพโสด อาชีพ วิศวกร มีประสบการณ์ในการซื้อของออนไลน์ คือ เสื้อผ้า กระเป๋าสะพาย รองเท้า จากเว็บไซต์ เช่น Weloveshopping, Lazada ครับ” (วรปรัชญ์ บุญมี, สัมภาษณ์, 30 พฤษภาคม, 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 6 กล่าวว่า

“ดิฉันชื่อนางสาวไพลิน เปลี่ยนสีทอง อายุ 31 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาโท สถานะภาพโสด อาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน มีประสบการณ์ซื้อของออนไลน์ เคยซื้อของออนไลน์ แต่ไม่บ่อย ประมาณ 1-2 เดือนต่อครั้ง ช่องทางที่ซื้อเช่น ซื้อผ่านเว็บไซต์ Lazada, Facebook ค่ะ” (ไพลิน เปลี่ยนสีทอง, สัมภาษณ์, 31 พฤษภาคม, 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 7 กล่าวว่า

“ดิฉันชื่อนางสาววัลภา โคว์มณี อายุ 30 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาโท สถานะภาพสมรส อาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน มีประสบการณ์ซื้อของออนไลน์ เคยซื้อบ้างแต่ไม่บ่อย เคยซื้อผ่านเว็บไซต์ Lazada และในเฟสบุ๊คบ้าง” (วัลภา โคว์มณี, สัมภาษณ์, 28 พฤษภาคม, 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 8 กล่าวว่า

“ดิฉันชื่อนางสาวฉันทษา เต็มนุช อายุ 20 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรีกำลังศึกษาอยู่ สถานะภาพโสด อาชีพ นักศึกษา มีประสบการณ์ซื้อของออนไลน์ เคยมีการซื้อผลิตภัณฑ์เพาเวอร์แบงก์” (ฉันทษา เต็มนุช, สัมภาษณ์, 28 พฤษภาคม, 2559)

ผู้ให้สัมภาษณ์กลุ่มที่ 3 ผู้ที่เชี่ยวชาญในการออกแบบเว็บไซต์

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 9 กล่าวว่า

“ผมชื่อ ภัทวัฒน์ เสมอวงษ์ (ที่ปรึกษาด้านการโฆษณาออนไลน์ ReadyPlanet) อายุ 25 ปี การศึกษาและสาขาที่จบ คือ ปริญญาตรี จิตวิทยาอินเตอร์ ICT คณะ SIIT ปริญญาโท Brunel University London สาขา การตลาด ประสบการณ์ออกแบบเว็บไซต์ มีประสบการณ์ในการให้คำปรึกษาด้านการตลาดออนไลน์ และ โฆษณาออนไลน์ที่ ReadyPlanet ประมาณ 8 เดือน” (ภัทวัฒน์ เสมอวงษ์, สัมภาษณ์, 30 พฤษภาคม, 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 10 กล่าวว่า

“ผมชื่อ วรวิทย์ ปิยะโกษ อายุ 35 ปี การศึกษาและสาขาที่จบ ปริญญาตรี สาขาไฟฟ้าอุตสาหกรรม ราชภัฏราชนครินทร์ ประสบการณ์ออกแบบเว็บไซต์ ทำงาน Affiliate marketing นายหน้าออนไลน์ ทั้งเว็บไซต์ของตนเอง และรีวิวนสินค้าให้แก่ Amazon.com ประสบการณ์ 5 ปี” (วรวิทย์ ปิยะโกษ, สัมภาษณ์, 1 มิถุนายน 2559)

ตารางที่ 4-1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

คนที่	ชื่อ-นามสกุล	อายุ	เพศ	การศึกษา	สถานะภาพ	อาชีพ	ประสบการณ์การซื้อขาย ออนไลน์/ ประสบการณ์ในการออกแบบเว็บไซต์
1	นายสมชาย กิจแสงไกล	34	ชาย	ปริญญาตรี	โสด	ธุรกิจส่วนตัว	เคยซื้อผ่านทางเว็บไซต์และเฟสบุ๊ก
2	นางสาวอุบลวรรณ อมรปิยะศิริกุล	33	หญิง	ปริญญาตรี	สมรส	พนักงาน บริษัท	เคยซื้อผ่านทางเว็บไซต์และเฟสบุ๊ก
3	นางสาวนิภาภรณ์ พลภา	21	หญิง	ม.6	โสด	นักศึกษา ปริญญาตรี	เคยซื้อผ่านทางเว็บไซต์,เฟสบุ๊ก, อินสตาร์แกรม
4	นายสมภพ บัวภรณ์รังสี	31	ชาย	ปริญญาโท	โสด	พนักงาน บริษัท	เคยซื้อผ่านทางเว็บไซต์และเฟสบุ๊ก
5	นายวรปรัชญ์ บุญมี	29	ชาย	ปริญญาตรี	โสด	วิศวกร	เคยซื้อผ่านทางเว็บไซต์และเฟสบุ๊ก
6	นางสาวไพลิน เปลี่ยนสีทอง	31	หญิง	ปริญญาโท	โสด	พนักงาน บริษัท	เคยซื้อผ่านทางเว็บไซต์และเฟสบุ๊ก
7	นางสาววัลภา ไคว่มณี	30	หญิง	ปริญญาโท	โสด	พนักงาน บริษัท	เคยซื้อผ่านทางเว็บไซต์และเฟสบุ๊ก

ตารางที่ 4-1 (ต่อ)

คนที่	ชื่อ-นามสกุล	อายุ	เพศ	การศึกษา	สถานะภาพ	อาชีพ	ประสบการณ์การซื้อขายออนไลน์/ ประสบการณ์ในการออกแบบเว็บไซต์
8	นางสาวณัฏชา เต็มหนู	20	หญิง	ม.6	โสด	นักศึกษา	เคยซื้อผ่านทางเว็บไซต์และเฟสบุ๊ก
9	นายภัทวัฒน์ เสมอวงษ์	25	ชาย	ปริญญาตรี จบ เศรษฐศาสตร์ อินเตอร์ ICT คณะ SIIT ปริญญาโท Brunel London สาขา การตลาด	โสด	ที่ปรึกษาด้าน การโฆษณา ออนไลน์ ReadyPlanet	ให้คำปรึกษาด้านการตลาดออนไลน์ และ โฆษณาออนไลน์ที่ ReadyPlanet ประมาณ 8 เดือน
10	นายวรวิทย์ ปิยะโกษ	35	ชาย	ปริญญาตรี สาขาไฟฟ้า อุตสาหกรรม ราชภัฏทราชนครินทร์	โสด	Affiliate marketing	Affiliate marketing นายหน้าออนไลน์ ประสบการณ์ 5 ปี
ค่าเฉลี่ย		28.9					

ส่วนที่ 2 แนวคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบปัจจุบันและข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาปรับปรุงเว็บไซต์เพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาหมอนผ้าห่มนำเข้าจากประเทศจีน ของเว็บไซต์

Sweetdream287.lnwshop.com

1. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับชื่อของเว็บไซต์ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
ผู้ให้สัมภาษณ์กลุ่มที่ 1 ลูกค้ายกจากเว็บไซต์

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1 กล่าวว่า “ชื่อของเว็บไซต์จำง่ายดีครับ ข้อเสนอแนะ ควรที่จะจดโดเมนเนมเป็นคอตคอม เปลี่ยนเปลี่ยน

<http://sweetdream287.lnwshop.com> เป็น Sweetdream.com หรือ Sweetdreampillows.com ครับ เพื่อให้สามารถค้นหาใน เว็บไซต์กูเกิ้ลได้ครับ” (สมชาย กิจแสงไกล, สัมภาษณ์, 23 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2 กล่าวว่า “ชื่อของเว็บไซต์ดูเข้าใจง่ายดีค่ะ ข้อเสนอแนะ ควรเปลี่ยนเป็นคอตคอมอย่างเดียวค่ะ” (อุบลวรรณ อมรปิยะสิริกุล, สัมภาษณ์, 28 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3 กล่าวว่า “ชื่อของเว็บไซต์จำง่ายดีใช้ Sweetdream ดีแล้ว ข้อเสนอแนะ ควรเอาเลข 287 ที่ต่อท้ายออก เพราะมันยาวไป” (นิภาภรณ์ พลภา, สัมภาษณ์, 1 มิถุนายน 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4 กล่าวว่า “ชื่อของเว็บไซต์สื่อถึงสินค้าได้ดี และจดจำได้ง่าย ข้อเสนอแนะ ควรตัดเลข287ออก เพราะมันไม่มีความหมายและควรจดโดเมนเนมเป็นคอตคอมเพื่อจะได้ค้นหาในกูเกิ้ลได้ง่ายครับ” 4. (สมภพ บัวภรณ์, สัมภาษณ์, 28 พฤษภาคม, 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 5 กล่าวว่า “ชื่อของเว็บไซต์เหมาะสมกับตัวสินค้า เพราะสินค้าคือหมอน ชื่อเว็บไซต์ Sweetdream บ่งบอกถึงการฝันดี หากได้ชื่อหรือใช้หมอน อาจจะทำให้ฝันดี เป็นชื่อเว็บไซต์ที่สอดคล้องกัน ข้อเสนอแนะ ควรตัดเลข287 ออกและเปลี่ยนเป็น Pillow ต่อท้ายน่าจะดีกว่าครับ” (วรปรัชญ์ บุญมี, สัมภาษณ์, 30 พฤษภาคม, 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 6 นางสาวไพลิน เปลี่ยนศรีทอง กล่าวว่า “เฉพาะชื่อ เว็บไซต์ (Sweetdream 287) ยังไม่บ่งบอกว่า ขายสินค้าอะไร แต่บอกได้ว่า น่าจะเป็นอะไรที่เกี่ยวกับผู้หญิง” (ไพลิน เปลี่ยนศรีทอง, สัมภาษณ์, 31 พฤษภาคม, 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 7 กล่าวว่า “ชื่อของเว็บไซต์ยังสื่อออกมาไม่ได้ว่าเว็บไซต์ขายเกี่ยวกับอะไร ดังนั้นควรตัดตัวเลข 287 ทิ้งแล้วเปลี่ยนเป็น

Sweetdreampillow น่าจะเหมาะกว่า จะได้สื่อว่าเป็นเว็บขายหมอน” (วัลภา โค้วมณี, สัมภาษณ์, 28 พฤษภาคม, 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 8 นางสาวณัทชา เต็มบุษ กล่าวว่ “ชื่อของเว็บไซต์จะจำยากนิดนึงเพราะมีตัวเลข ควรตัด 287 ออก” (ณัทชา เต็มบุษ, สัมภาษณ์, 28 พฤษภาคม, 2559)

ผู้ให้สัมภาษณ์กลุ่มที่ 3 ผู้ที่เชี่ยวชาญในการออกแบบเว็บไซต์

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 9 กล่าวว่า “ชื่อของเว็บไซต์ยังไม่เป็น Official พอ ตรง 287 มันไม่ได้สื่ออะไร ก็หาชื่ออะไรที่มันจำง่าย ๆ อย่าง 287 มันไม่ได้มีความหมายอะไรก็ตัดออกไปซะเปลี่ยนเป็น Sweetdreampillow แทน เราต้องมองให้ออกก่อนว่า Positioning เราเป็นใคร ถ้าสินค้าคุณเน้นขาย Volume ราคาถูก ก็เลือกเป็นชื่อที่มัน Symbol ที่จำได้ง่าย” (ภัทวัฒน์ เสมอวงษ์, สัมภาษณ์, 30 พฤษภาคม, 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 10 กล่าวว่า “ชื่อ เว็บไซต์ในสมัยนี้ไม่มีผล เรื่องการทำ SEO เท่าไร ควรหาชื่อที่จำได้ง่าย ๆ ถ้าจะทำจริงจัง ก็ต้องเช่า โฮส และจด โดเมน” (วรวิทย์ ปิยะ โภช, สัมภาษณ์, 1 มิถุนายน 2559)

ตารางที่ 4-2 การวิเคราะห์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับชื่อของเว็บไซต์ ของผู้ให้สัมภาษณ์

คนที่	ชื่อ-นามสกุล	เหมาะสม	ไม่เหมาะสม	ข้อเสนอแนะ
1	นายสมชาย กิจแสงไกล	✓		1. ควรที่จะจดโดเมนเนมเป็นคอตคอม 2. ตัด 287 ที่ต่อท้ายออก หรือเพิ่ม pillow.com
2	นางสาวอุบลวรรณ อมรปิยะสิริกุล	✓		ควรเปลี่ยนเป็น .com อย่างเดียว
3	นางสาวนิภาภรณ์ พลเกา	✓		ตัด 287 ที่ต่อท้ายออก

ตารางที่ 4-2 (ต่อ)

คนที่	ชื่อ-นามสกุล	เหมาะสม	ไม่เหมาะสม	ข้อเสนอแนะ
4	นายสมภพ บัวภารังสี	✓		1. ควรที่จะจดโดเมนเนมเป็นคอตคอม 2. ตัด 287 ที่ต่อท้ายออก
5	นายวรปรัชญ์ บุญมี	✓		ตัด287ที่ต่อท้ายออก เปลี่ยนเป็น Pillow.com ดีกว่า
6	นางสาวไพลิน เปลี่ยนศรีทอง		✓	ไม่มีข้อเสนอแนะ
7	นางสาววัลภา ไคว่มณี		✓	ควรตัดตัวเลข 287 ที่ แล้วเปลี่ยนเป็น Sweetdreampillow
8	นางสาวณัฏชา เต็มหนู		✓	ควรตัดตัวเลข 287 ที่
9	นายภักวัฒน์ เสมอวงษ์		✓	เปลี่ยนเป็น Sweetdreampillow
10	นายวรวิทย์ ปิยะโกษ	✓		หาชื่อที่จำได้ง่าย ๆ
ค่าเฉลี่ย		60%	40%	

2. ท่านมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการแสดงเนื้อหาของเว็บไซต์

2.1 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับหมวดหมู่ของสินค้า (Category) ที่แสดงบนเว็บไซต์ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร

ผู้ให้สัมภาษณ์กลุ่มที่ 1 ลูกค้าจากเว็บไซต์

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1 กล่าวว่า “หมวดหมู่ดีอยู่แล้ว ข้อเสนอแนะ ไม่มีครับ” (สมชาย กิจแสงไกล, สัมภาษณ์, 23 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2 กล่าวว่า “มีการแสดงหมวดหมู่ของสินค้าดี แต่ควรเพิ่มรายละเอียดให้มากขึ้นกว่านี้ อาจทำการแยกย่อยสินค้าแต่ละแบบ

ลงไปเลยคะ เวลาหาซื้อจะได้ง่าย ๆ” (อุบลวรรณ อมรปิยะศิริกุล, สัมภาษณ์, 28 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3 กล่าวว่า “การแบ่งหมวดหมู่สินค้า ควรเพิ่มเป็นแบ่งตามตัวการ์ตูนของหมอน เช่น ตุ๊กตาทามิ ตุ๊กตากระต่าย เพื่อที่เวลาเราอยากค้นหา หมอนลายนี้จะได้ค้นหาหมอนได้ง่าย ควรมีการคิดแยกของตัวหมอนเยอะ ๆ เช่น หมอนกระต่ายน้อย หมอนชมพู เพื่อที่ว่าบางทีสินค้ามีแต่หาไม่เจออยู่ในอีกหมวดหมู่หนึ่ง ก็จะได้ใช้วิธีค้นหาแล้วให้สินค้าแสดงขึ้นมา” (นิภาภรณ์ พลเกา, สัมภาษณ์, 1 มิถุนายน 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4 กล่าวว่า “จัดหมวดหมู่ได้ดี ดูสบายตา สามารถหาของได้ง่าย ควรทำอัลบั้มย่อยเพื่อแยกประเภทสินค้าลงไปอีก เช่น หมอนกระต่าย หมอนหมี หมอนลิง น่าจะทำให้ลูกค้าหาสินค้าได้ง่ายขึ้น” (สมภพ บัวภารังสี, สัมภาษณ์, 28 พฤษภาคม, 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 5 กล่าวว่า “Content บนเว็บไซต์มีการแบ่งสัดส่วน ได้อย่างเป็นระเบียบและใช้งานง่าย สะดวกต่อลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ มีการแบ่งประเภทของสินค้า เพื่อที่จะหาสินค้าได้ชัดเจน มีการจัดสินค้ามาใหม่ สินค้าแนะนำ เพื่อดึงดูดการซื้อมากขึ้น ข้อเสนอแนะนำควรใส่ Keyword ของเว็บไซต์ลงในเว็บไซต์อีกเพิ่มเติมเพื่อดึงดูด ลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการมากขึ้น” (วรปรัชญ์ บุญมี, สัมภาษณ์, 30 พฤษภาคม, 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 6 กล่าวว่า “เนื่องจากสินค้า มีเพียงประเภทเดียว คือ หมอนผ้าห่ม ทำให้หมวดหมู่ที่มี ไม่ได้ทำให้เห็นความแตกต่างอย่างชัดเจน หรือหากจะแบ่งเพื่อความชัดเจน อาจมีย่อยออกมาเป็น ตามลักษณะหน้าตาของหมอน เช่น หมอนผ้าห่มหมี หมอนผ้าห่มลิง หมอนผ้าห่มฮิปโป หมอนผ้าห่มกระต่าย” (ไพลิน เปลียนสีทอง, สัมภาษณ์, 31 พฤษภาคม, 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 7 กล่าวว่า “ดีคะ บอกชัดเจนว่ามีสินค้ามาใหม่ สินค้าแนะนำของทางร้าน ข้อเสนอแนะไม่มี” (วัลภา โคว์มณี, สัมภาษณ์, 28 พฤษภาคม, 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 8 นางสาวฉัทธา เต็มนุช กล่าวว่า “ยังไม่มีความสะดวกอย่างเห็น ได้ชัด และก็ยังไม่เป็นหมวดหมู่พอที่เป็นหมวดนี้หมวดนี้ ”

ผู้ให้สัมภาษณ์กลุ่มที่ 3 ผู้ที่เชี่ยวชาญในการออกแบบเว็บไซต์

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 9 กล่าวว่า “ก็ยังไม่ชัดอยู่เพราะถ้าดูตัวสินค้าเป็น หมอนอย่างเดียวก็จริง แต่มันก็แยกได้อีก มันมีหมอนแตกเป็น Category ได้อีกเพื่อในอนาคตเรานำเข้าเพิ่มก็ยังแตกออกเป็นหมอนลายลิง ลายโดเลมอน ลายกระต่าย ลายหมี คำว่าหมวดหมู่สินค้า อาจจะเขียนเป็นหมอนรูปแบบต่าง ๆ พอเอา Cursor เข้าไปแตะปุ๊บก็กลายเป็น

Dropdown รูปลิง รูปหมี่ รูปกระท่าย อะไรอย่างนี้ ครับ พอคลิกไปในรูปลิงก็กลายเป็น Correction ลิงลิงมีก็สี่ก็ห้าไป หรือว่าอาจจะเป็นหน้ารวมได้ ก็คือก็หมวดหมอนรูปแบบต่างๆ รวมเป็นชนิดของ ลิงลิงทุกแบบเลย พอเอาเมาส์ไปแตะปุ๊บก็จะมี Dropdown รูปแบบต่าง ๆ เช่น หมี่ ลิง โครราเอมอน อย่างนี้ครับ ก็ยังสามารถเลือกคลิกไปว่าจะเอารูปแบบไหน” (ภัทวัฒน์ เสมอวงษ์, สัมภาษณ์, 30 พฤษภาคม, 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 10 กล่าวว่า ควรเพิ่มแยกไปอีก เช่น ชิมหลักเป็นหมอนผ้าห่ม และหาสินค้าใกล้เคียงมาวาง สามารถแยก Category เช่น หมอนผ้าห่มลายตุ๊กตา หมอนผ้าห่ม คือ แยก Cate ให้มันหลากหลาย อาจหาสินค้าใกล้เคียง เช่น หมอน ชูกมือ มาแตกเป็น Category ซึ่งมีผลต่อการทำ SEO ต่อไป เพื่อให้คนค้นหาแล้วลิงก์มาที่ เว็บของเราได้” (วรวิทย์ ปิยะ โภช, สัมภาษณ์, 1 มิถุนายน 2559)

ตารางที่ 4-3 การวิเคราะห์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับหมวดหมู่ของสินค้า (Category) ที่แสดงบนเว็บไซต์ของผู้ให้สัมภาษณ์

คนที่	ชื่อ-นามสกุล	เหมาะสม	ไม่	ข้อเสนอแนะ
		เหมาะสม	เหมาะสม	
1	นายสมชาย กิจแสงไกล	✓		ไม่มีข้อเสนอแนะ
2	นางสาวอุบลวรรณ อมรปิยะสิริกุล	✓		เพิ่มรายละเอียดให้มากขึ้นกว่านี้ โดยทำการแยกย่อยสินค้าแต่ละแบบลงไป
3	นางสาวนิภาภรณ์ พลเกา	✓		1.ควรเพิ่มเป็นแบ่งตามตัวการ์ตูนของหมอน เช่น ตุ๊กตาหมี ตุ๊กตากระท่าย 2.ควรมีการติดแท็กชื่อที่ตัวหมอน
4	นายสมภพ บัวภารังสี	✓		ควรทำอัลบั้มย่อยเพื่อแยกประเภทสินค้า

ตารางที่ 4-3 (ต่อ)

คนที่	ชื่อ-นามสกุล	เหมาะสม	ไม่เหมาะสม	ข้อเสนอแนะ
5	นายบรรพต บัญญัติ	✓		ควรเพิ่ม Keyword
6	นางสาวไพลิน เปลี่ยนศรีทอง		✓	แบ่งตามประเภทของหมอน
7	นางสาววัลภา ไคว่มณี	✓		ไม่มีข้อเสนอแนะ
8	นางสาวณัฏฐา เต็มหนู		✓	จัดหมวดหมู่ให้เข้าใจง่าย
9	นายภัทวัฒน์ เสมอวงษ์		✓	ควรแยก Category ออกเป็นหมอนต่าง ๆ
10	นายบรรพต บัญญัติ	✓		ควรแยก Category ออกเป็นหมอนรูปแบบต่าง ๆ
ค่าเฉลี่ย		70%	30%	

2.2 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับขนาดรูปภาพ การดึงดูดให้เกิดความน่าสนใจของรูปภาพ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร

ผู้ให้สัมภาษณ์กลุ่มที่ 1 ลูกค้าจากเว็บไซต์

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1 กล่าวว่า “ขนาดรูปภาพน่าจะใหญ่กว่านี้และควรถ่ายรูปให้สวยกว่านี้ ควรใช้ฉากพื้นหลังให้ดูสวยงามกว่านี้ครับ” (สมชาย กิจแสงไกล, สัมภาษณ์, 23 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2 กล่าวว่า “ถ้าดูที่เป็นส่วนของหน้าแรกก็มีความเหมาะสมดีนะ แต่อาจปรับรูปภาพให้ดูมีความน่าสนใจ เช่น ใช้คนหน้าตาน่ารัก ถ่ายคู่กับหมอนผ้าห่ม ในหลาย ๆ แบบ หรือทำคลิปวิดีโอแนะนำสินค้าก็จะเป็นที่น่าสนใจมากยิ่งขึ้น” (อุบลวรรณ อมรปิยะศิริกุล, สัมภาษณ์, 28 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3 กล่าวว่า “รูปภาพที่แสดงก็มีความน่าสนใจอยู่ในภาพสินค้าควรจะบอกลักษณะสินค้า ผ้ามีขนาดเท่าไร ขนาดของหมอน แต่ถ้ามีอยู่แล้วก็ไม่ต้องเพิ่ม ภาพสินค้าควรมีให้ดูแบบหลาย ๆ ไซส์ และหลายวิว อย่างหนึ่งน่าจะมิ่วจาก

ลูกค้ากับเกี่ยวสินค้าให้ดู” (นิภาภรณ์ พลภา, สัมภาษณ์, 1 มิถุนายน 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4 กล่าวว่า “รูปภาพ สื่อถึงสินค้าได้ค่อนข้างดี มีการอธิบายขนาดกว้าง ยาว ให้เห็นภาพชัดเจนยิ่งขึ้น ข้อเสนอแนะควรเปลี่ยนรูปภาพบ่อย ๆ เพราะลูกค้าที่เข้ามาชมจะได้ไม่เกิดความเบื่อ” (สมภพ บัวภารังสี, สัมภาษณ์, 28 พฤษภาคม, 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 5 กล่าวว่า “รูปภาพมีขนาดพอดีเหมาะสมไม่ใหญ่และไม่เล็กจนเกินไป สามารถชมได้แต่ควรจะมีรูปสินค้าหลาย ๆ ด้าน เพื่อเพิ่มตัวเลือกในการตัดสินใจให้ลูกค้า” (วรปรัชญ์ บุญมี, สัมภาษณ์, 30 พฤษภาคม, 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 6 กล่าวว่า “ขนาดรูปภาพโอเคแล้วค่ะ เห็นได้ในภาพรวมทั้งหมด ทำให้เห็นสินค้านั้นได้หลายชิ้นด้วยเมื่อเปิดขึ้นมา” (ไพลิน เปลี่ยนสีทอง, สัมภาษณ์, 31 พฤษภาคม, 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 7 กล่าวว่า “ขนาดรูปภาพกำลังดีค่ะ เห็นชัดเจนดีค่ะ ควรจัดเรียงหมอนผ้าห่มประเภทเดียวกันไว้ด้วยกัน เช่น หมอนผ้าห่มกระต่าย หมอนผ้าห่มหมี หมอนผ้าห่มลิง และให้ต่างกันที่ลายและสีของสินค้านั้น” (วัลภา ไคว่มณี, สัมภาษณ์, 28 พฤษภาคม, 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 8 กล่าวว่า “รูปภาพมันอาจจะเล็กไปนิดนึงถ้าดูในโทรศัพท์ ควรปรับรูปให้มีขนาดใหญ่กว่านี้ เพื่อให้ดูในมือถือได้ชัดกว่านี้” (ณัฏษา เต็มบุษ, สัมภาษณ์, 28 พฤษภาคม, 2559)

ผู้ให้สัมภาษณ์กลุ่มที่ 3 ผู้ที่เชี่ยวชาญในการออกแบบเว็บไซต์

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 9 กล่าวว่า “ผมว่ามันดูรก ๆ หน่อย อย่างคำว่า หมอนผ้าห่ม Sweetdream เนี่ยมันสามารถทำเป็นโลโก้ให้ดูหรูได้ คำว่าหมอนผ้าห่มเนี่ยตัดออกไปเลย เพราะรู้อยู่แล้วว่าเป็นหมอนผ้าห่ม เราก็ทำโลโก้ Sweetdream ให้มันดูหรูได้แล้วก็เอามาแปะ มันก็จะดูรกน้อยลง แล้วก็สีก็ยังไม่เตะตามันยังกลิ่นกับภาพมากเกินไป วิธีการทำก็คืออาจจะทำเป็นกรอบกลม ๆ สีขาว แล้วก็เอาข้อความนี้ไปใส่ไว้ในกรอบแทนมันก็จะดูสะอาดขึ้นมา แล้วก็ตัวฟอนต์ก็ควรจะเปลี่ยนให้มันดูดีกว่านี้หน่อย โฉนดไอเดีก็เปลี่ยนได้เปลี่ยนเป็นไลน์เอทแทนถ้าจะขายใน Longterm เพราะว่าร้านค้ามันเหมาะกับไลน์เอทมากกว่า เพราะมันสามารถรับ Friend ได้ไม่จำกัด และก็ยังใช้ฟังก์ชันต่าง ๆ เช่น บอร์ดคลาส และก็การใช้ โฉนดไอเดี Wipawee มันเป็นส่วนตัวไปเป็น Personal account ไปมันดูไม่ค่อยน่าเชื่อถือ ดังนั้นควรเปลี่ยนให้เป็นแบรนด์หรือชื่อร้านของเราไปเลย” (ภัทวัฒน์ เสมอวงษ์, สัมภาษณ์, 30 พฤษภาคม, 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 10 กล่าวว่า “ตัวหน้า Web

ดูพื้นที่ ไป ก็เหมาะในเรื่องการวางสีสัน การวาง Layout ถ้าพิจารณาในระดับที่สูง เปลี่ยนในเรื่อง ซีมมีการเปลี่ยนไปเรื่อย ๆ สำหรับรูปในการที่เอามาจาก Web หลักก็ใช้ได้ในระดับนี้ แต่ถ้าจะให้ดู สูงขึ้นอีกในระดับนี้ ส่วนของรูปภาพก็ต้องมีการถ่ายเอง เช่น หานางแบบ หรือคนหน้าตาดี ถ่ายภาพสินค้าเอง เพื่อบ่งบอกว่าเป็นสินค้าของเราเอง” (รววิทย์ ปิยะ โภช, สัมภาษณ์, 1 มิถุนายน 2559)

ตารางที่ 4-4 การวิเคราะห์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับขนาดรูปภาพ การดึงดูดให้เกิด ความน่าสนใจของรูปภาพของผู้ให้สัมภาษณ์

คนที่	ชื่อ-นามสกุล	เหมาะสม	ไม่ เหมาะสม	ข้อเสนอแนะ
1	นายสมชาย กิจแสงไกล		✓	ขนาดรูปภาพน่าจะใหญ่กว่านี้และควรถ่ายรูปให้สวยกว่านี้
2	นางสาวอุบลวรรณ อมรปิยะศิริกุล	✓		ใช้คนหน้าตาน่ารัก ถ่ายคู่กับหมอนผ้าห่ม ในหลาย ๆ แบบ หรือ ทำคลิปวิดีโอแนะนำสินค้า
3	นางสาวนิภาภรณ์ พลภา	✓		ควรจะบอกลักษณะสินค้า ผ้ามีขนาดเท่าไร
4	นายสมภพ บัวภำรังสี	✓		ควรเปลี่ยนรูปภาพบ่อย ๆ
5	นายวรปรัชญ์ บุญมี	✓		ควรจะใส่รูปสินค้าหลาย ๆ ด้าน
6	นางสาวไพลิน เปลี่ยนศรีทอง	✓		ไม่มีข้อเสนอแนะ
7	นางสาววัลภา ใค้วมณี	✓		ควรจัดเรียงหมอนผ้าห่มประเภทเดียวกันไว้ด้วยกัน

ตารางที่ 4-4 (ต่อ)

คนที่	ชื่อ-นามสกุล	เหมาะสม	ไม่เหมาะสม	ข้อเสนอแนะ
8	นางสาวฉัทธา เต็มบุษ		✓	ควรปรับรูปให้มีขนาดใหญ่กว่านี้ เพื่อให้ดูในโทรศัพท์มือถือได้ชัดกว่านี้
9	นายภัทวัฒน์ เสมอวงษ์		✓	ทำโลโก้ Sweetdream ให้มันดูหรู
10	นายวรวิทย์ ปิยะโกษ		✓	รูปภาพก็ต้องมีการถ่ายเอง เช่น หานางแบบหรือคนหน้าตาดีถ่ายภาพสินค้าเอง
ค่าเฉลี่ย		60%	40%	

2.3 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ (New product) ที่แสดงอยู่บนหน้าแรกของเว็บไซต์ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร

ผู้ให้สัมภาษณ์กลุ่มที่ 1 ลูกค้าจากเว็บไซต์

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1 กล่าวว่า “ก็คิดว่าดีในระดับหนึ่งครับ แต่ว่าน่าจะทำให้ดูชัดเจนนกว่านี้ครับ เช่น มีข้อความให้รู้สึกว่ามันดีที่เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ มีสัญลักษณ์ เช่น ดาว หรือ หรือป้าย New product ที่สินค้าจะทำให้ดูดีและน่าสนใจกว่านี้ครับ” (สมชาย กิจแสงไกล, สัมภาษณ์, 23 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2 กล่าวว่า “มันมีเยอะไปหน่อยค่ะ เลยเหมือนสินค้าธรรมดาอะมันยังไม่น่าสนใจควรที่จะนำเสนอรูปภาพให้ดูน่าสนใจโดยอาจจะเอาไว้ด้านบนเว็บไซต์ เพื่อเข้ามาก็เห็นสินค้าเลยมีสัญลักษณ์สินค้ามาใหม่ หรืออาจจะทำเป็นภาพเคลื่อนไหวได้จะทำให้สินค้าดูน่าสนใจและจะช่วยดึงดูดให้คนเข้ามาดูสินค้าค่ะ” (อุบลวรรณ อมรปิยะศิริกุล, สัมภาษณ์, 28 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3 กล่าวว่า “ส่วน New product ก็โอเคนะ แต่สำหรับแถบป้ายสีควรชัดเจนนกว่านี้ จะทำให้รู้สึกว่าเป็นสินค้าใหม่จริงๆ และก็ควรมี

แถบป้ายแสดงสัญลักษณ์ใหม่ เช่น พวงดาว เครื่องหมายตกใจ” (นิภาภรณ์ พลภา, สัมภาษณ์, 1 มิถุนายน 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4 กล่าวว่า “มีความเหมาะสมเนื่องจากถ้าเข้าเว็บมาแล้วจะได้เจอเป็นอันดับแรก ๆ ดึงดูดให้ผู้ที่สนใจเข้ามาซื้อสินค้า แต่ควรทำให้เด่นกว่านี้ อาจใส่กรอบ ใส่เครื่องหมายว่าเป็นสินค้าใหม่ น่าจะทำให้ดึงดูดความสนใจได้มากกว่านี้” (สมภพ บัวภรณ์, สัมภาษณ์, 28 พฤษภาคม, 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 5 กล่าวว่า “รูปแบบการจัดวางเหมาะสมดี แต่ตำแหน่งการวางควรจัดวางในไว้บน ๆ เพื่อดึงดูดการซื้อ เมื่อคลิกเข้ามาในหน้าเว็บมาสามารถเห็นได้ชัดเจน ใน 1 หน้าจอ ไม่ต้องเลื่อนเคอร์เซอร์ลงมาหาสินค้า” (วราภรณ์ บุญมี, สัมภาษณ์, 30 พฤษภาคม, 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 6 กล่าวว่า “ถ้าสินค้ามีหลากหลายประเภท อาจทำให้เห็นความชัดเจนว่ามี New product มากกว่านี้” (ไพฑิณี เปลี่ยนสีทอง, สัมภาษณ์, 31 พฤษภาคม, 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 7 กล่าวว่า “อาจจะแนะนำแค่แบบที่ใหม่ ถ้าเป็นแบบที่เหมือนกัน ต่างกันที่สีก็น่าจะอยู่อีกหน้า โดยบอกว่าแบบนี้มีหลายสี จะได้เน้นแค่แบบ ๆ ไป แล้วก็ให้รูปดูใหญ่ จะได้ดูเด่น” (วัลภา โค้วมณี, สัมภาษณ์, 28 พฤษภาคม, 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 8 กล่าวว่า “อาจจะมองไม่เห็นชัดเจนนี้กว่าเป็นโฆษณาทีวี เพราะเป็นด้านซ้าย ต้องทำให้มันดูเด่นน่าสนใจกว่านี้” (ฉัทธา เต็มบุษ, สัมภาษณ์, 28 พฤษภาคม, 2559)

ผู้ให้สัมภาษณ์กลุ่มที่ 3 ผู้ที่เชี่ยวชาญในการออกแบบเว็บไซต์

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 9 กล่าวว่า “มันรู้สึกว่าการทำแบบนี้มันไม่ใช่การแนะนำสินค้าใหม่ มันเหมือนการแนะนำสินค้าโดยรวมมากกว่าสินค้าใหม่ด้วยซ้ำ ทำแบบนี้มันเหมือนไม่มี Story ควรทำให้มันมี Story น้อย เช่น “ลายหมี่ตัวนี้ของมาใหม่แล้วนะคะมาไม่ก็ลิบขึ้น ของหมดไปไวมาก ถ้ามันเป็นหมี่ที่คนรู้จักหน่อยอย่าง Kumamon ก็เขียนได้ แต่การเอาใส่ New product แล้วเอารูปมาชัด ๆ อย่างนี้ มันคือเป็น Add to cart มันให้ความรู้สึกว่ามันไม่ใช่สินค้าใหม่ การที่แนะนำไปว่าให้บอกเรื่องราวของมาใหม่มีก็ขึ้น จะให้ได้รับความรู้ว่าเป็นสินค้าใหม่จริง ๆ” (ภทวัฒน์ เสมอวงษ์, สัมภาษณ์, 30 พฤษภาคม, 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 10 กล่าวว่า “กรณีสินค้าใหม่เราต้องดึงให้อยู่ควรเอาไว้ด้านบน และก็อัพเดทเรื่อย ๆ แล้วเอาไว้ทางด้านบนสุดเพื่อดึงดูด

ให้คนที่เรามาชมเว็บเราเกิดความสนใจ บางที่เราไม่เอาไว้ด้านบนสุดก็จะเอาไว้ด้านข้าง Side Bar โดยปกติคนจะไม่สนใจข้อความแต่จะสนใจที่รูปภาพมากกว่า ดังนั้นเราควรที่จะทำให้ดึงดูดผู้ที่เข้าชมเว็บเราให้ได้มากที่สุด คำแนะนำก็คือ ควรย้ายส่วนนี้ ขึ้นไปอยู่ด้านบนเหนือ Category” (วรวิทย์ ปิยะ โภช, สัมภาษณ์, 1 มิถุนายน 2559)

ตารางที่ 4-5 การวิเคราะห์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ (New product) ที่แสดงอยู่บนหน้าแรกของเว็บไซต์ของผู้ให้สัมภาษณ์

คนที่	ชื่อ-นามสกุล	เหมาะสม	ไม่เหมาะสม	ข้อเสนอแนะ
1	นายสมชาย กิจแสงไกล		✓	มีข้อความให้รู้สึกที่น่าตื่นเต้นที่เป็นผลิตภัณฑ์ มีสัญลักษณ์ เช่น ดาว หรือ หรือป้าย New product
2	นางสาวอุบลวรรณ อมรปิยะศิริกุล		✓	นำเสนอรูปภาพให้ดูน่าสนใจโดยอาจจะเอาไว้ด้านบนเว็บไซต์
3	นางสาวนิภาภรณ์ พลเกา	✓		ควรมีแถบป้ายแสดงสัญลักษณ์ใหม่ พวกดาว เครื่องหมายตกใจ
4	นายสมภพ บัวภารังสี	✓		ใส่กรอบ ใส่เครื่องหมายว่าเป็นสินค้าใหม่
5	นายวรปรัชญ์ บุญมี	✓		ไม่มีข้อเสนอแนะ
6	นางสาวไพลิน เปลียนศรีทอง		✓	ควรแยก New product ตามประเภทสินค้า
7	นางสาววัลภา ไคว้มฉี		✓	ควรใส่สินค้าแบบละชิ้น และเน้นภาพให้ใหญ่ขึ้น
8	นางสาวณัทธา เต็มบุษ		✓	ต้องทำให้น่าสนใจกว่านี้

ตารางที่ 4-5 (ต่อ)

คนที่	ชื่อ-นามสกุล	เหมาะสม	ไม่เหมาะสม	ข้อเสนอแนะ
9	นายภัทวัฒน์ เสมอวงษ์		✓	ควรทำให้มี Story ของสินค้าบรรยายที่มาของสินค้า
10	นายวรวิทย์ ปิยะโกช		✓	ควรย้ายส่วนนี้ ขึ้นไปอยู่ด้านบนเหนือ Category
ค่าเฉลี่ย		30%	70%	

2.4 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับ ราคา และมีข้อเสนอแนะอย่างไร

ผู้ให้สัมภาษณ์กลุ่มที่ 1 ลูกค้าจากเว็บไซต์

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1 กล่าวว่า “ราคาเหมาะสมแล้ว ข้อเสนอแนะควรดูไปตามภาวะตลาด และคู่แข่งจากร้านอื่น ๆ ร่วมด้วยครับ”

(สมชาย กิจแสงไกล, สัมภาษณ์, 23 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2 กล่าวว่า “ราคาก็มีความเหมาะสมดีค่ะ ทั้งนี้ก็ควรพิจารณาคู่แข่งอื่น ๆ ร่วมด้วยค่ะ” (อุบลวรรณ อมรปิยะศิริกุล, สัมภาษณ์, 28 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3 กล่าวว่า “สำหรับราคานั้นจะทำการโชว์ ราคา ในหลาย ๆ เรท เช่น 1 ชั้นเท่าไร 2 ชั้น 3 ชั้น ราคาเป็นเท่าไร เพื่อให้ผู้ซื้อได้เกิดการตัดสินใจซื้อ เหมือนเป็นการทำโปรโมชัน ไปด้วย” (นิภาภรณ์ พลภา, สัมภาษณ์, 1 มิถุนายน 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4 กล่าวว่า “อาจจะมีส่วนลดให้ลูกค้า หรือจัดโปรโมชัน กรณีที่ซื้อมากกว่า 1 ชั้น” (สมภพ บัวภารังสี, สัมภาษณ์, 28 พฤษภาคม, 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 5 กล่าวว่า “สินค้ามีราคาไม่แพง เหมาะสมกับผู้หญิงวัยทำงาน และวัยเรียน หากมีโปรโมชันจะช่วยเพิ่มยอดขายได้”

(วราปรัชญ์ บุญมี, สัมภาษณ์, 30 พฤษภาคม, 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 6 กล่าวว่า “ราคาอยู่ใน Rate ที่

รับได้ สามารถซื้อเป็นของขวัญของฝากได้ และการแสดงราคาเซลล์ ทำให้สินค้าน่าสนใจขึ้น เหมือนเราซื้อได้ราคาถูกกว่าที่มันเป็น” (ไพลิน เปลี่ยนสีทอง, สัมภาษณ์, 31 พฤษภาคม, 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 7 นางสาววัลภา โคว์มณี กล่าวว่า “ราคาเหมาะสม แต่ถ้าอาจเพิ่ม โปร โมชั่น เช่น ถ้าซื้อ 3 ชิ้นขึ้นไปมีส่วนลด เพื่อให้ดูน่าสนใจ” (วัลภา โคว์มณี, สัมภาษณ์, 28 พฤษภาคม, 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 8 นางสาวฉัทธา เต็มนุช กล่าวว่า “ราคาอาจจะถูกไปกว่าท้องตลาด” (ฉัทธา เต็มนุช, สัมภาษณ์, 28 พฤษภาคม, 2559)

ผู้ให้สัมภาษณ์กลุ่มที่ 3 ผู้ที่เชี่ยวชาญในการออกแบบเว็บไซต์

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 9 กล่าวว่า “ราคานี้ยังไม่รวมค่าส่งไหม้ ถ้ายัง แล้วที่คุณตั้ง ธรรมดา 30 ลงทะเบียน 40 EMS 60 เนี่ยผมว่าส่งไม่ได้เพราะราคาส่งมันขึ้นอยู่กับน้ำหนักด้วย งั้นกรณีนี้คุณก็ต้องรับ Cost ไว้ ถ้าว่า EMS 60 แต่ถ้าคุณได้แล้วขายแค่นี้ราคาก็โอเคคับ ก็คือซื้อนะ แล้วถ้ากรณีที่ซื้อ 3 ชิ้นขึ้นไป ค่าส่งจะถูกกลงกว่านี้มัย กรณีที่คุณตั้งการขายถ้าซื้อเยอะขึ้น ค่าส่งถูกลง ตัว Price จะเป็น Tremulost ทำให้มีการตัดสินใจสั่งซื้อเยอะขึ้น คุณก็จะได้กำไรจากการขายที่มากขึ้นตามไปด้วย” (ภัทวัฒน์ เสมอวงษ์, สัมภาษณ์, 30 พฤษภาคม, 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 10 กล่าวว่า “ถ้าเป็นการทำงานของตัวเองของผมนะก็จะมีเก็บสถิติไว้เอาว่าคนซื้อเยอะคนซื้อน้อย และราคาของสินค้าที่ควรจะต้อง บางทีก็มีการ Discount บ้าง ถ้าสำหรับเว็บคุณการทำราคาแบบส่วนลดก็น่าสนใจดีครับ อุปนิสัยของคนไทยกับคนอเมริกาไม่เหมือนกันนะ คือ ถ้าเป็นคนไทยบางทีก็ดูแล้วซื้อเลย แต่ถ้าเป็นคนอเมริกาก็จะดูจากหลาย ๆ ที่เพื่อเปรียบเทียบก่อน แล้วพอเข้ามาอีกทั้งก็จะซื้อเลย ราคาที่แนะนำคือ ควรเทียบจากหลายที่แล้วสรุปมาเป็นราคาขายที่ควรจะเป็นของเรา” (วรวิทย์ ปิยะ โภช, สัมภาษณ์, 1 มิถุนายน 2559)

ตารางที่ 4-6 การวิเคราะห์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับราคาสินค้า ของเว็บไซต์ของผู้ให้สัมภาษณ์

คนที่	ชื่อ-นามสกุล	เหมาะสม		ข้อเสนอแนะ
		ไม่	เหมาะสม	
1	นายสมชาย กิจแสงไกล	✓		ควรดูไปตามภาวะตลาด และคู่แข่งจากร้านอื่น ๆ ร่วมด้วย

ตารางที่ 4-6 (ต่อ)

คนที่	ชื่อ-นามสกุล	เหมาะสม	ไม่ เหมาะสม	ข้อเสนอแนะ
2	นางสาวอุบลวรรณ อมรปิยะศิริกุล	✓		ควรพิจารณาคู่แข่งอื่น ๆ ร่วมด้วย
3	นางสาวนิภาภรณ์ พลเกา		✓	โชว์ ราคา ในหลาย ๆ เรท เช่น 1 ชั้นเท่าไร 2 ชั้น 3 ชั้น ราคาเป็น เท่าไร
4	นายสมภพ บัวภารังสี		✓	มีส่วนลดให้ลูกค้า หรือ จัดโปรโมชั่น กรณีที่ซื้อ มากกว่า 1 ชั้น
5	นายวรปรัชญ์ บุญมี	✓		มีโปรโมชั่นจะช่วยเพิ่ม ยอดขายได้
6	นางสาวไพลิน เปลียนศรีทอง	✓		แสดงราคาเซลล์ ทำให้ สินค้าน่าสนใจขึ้น
7	นางสาววัลภา ไคว่มณี	✓		เพิ่มโปรโมชั่น เช่นถ้า ซื้อ 3 ชั้นขึ้นไปมี ส่วนลด
8	นางสาวณัทธา เต็มนุช		✓	ถ้าซื้อเยอะขึ้น ค่าส่งถูก ลง
9	นายภัทวัฒน์ เสมอวงษ์	✓		กรณีที่ซื้อ 3 ชั้นขึ้นไป ค่าส่งจะถูกลง
10	นายวรวิทย์ ปิยะโกษ		✓	ควรเทียบจากหลายที่ แล้วสรุปมาเป็นราคา ขายที่ควรจะเป็นของเรา
ค่าเฉลี่ย		60%	40%	

2.5 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับช่องทางการติดต่อที่แสดงบนเว็บไซต์ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร

ผู้ให้สัมภาษณ์กลุ่มที่ 1 ลูกค้าจากเว็บไซต์

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1 กล่าวว่า “ติดต่อได้สะดวกดี ข้อเสนอแนะ ความบอกช่องทางการติดต่อได้ทั้งหมดกับลูกค้า และทำ Link ได้จะดีมากกว่าครับ จะทำให้ลูกค้าสะดวกเวลาติดต่อซื้อสินค้าครับ” (สมชาย กิจแสงไกล, สัมภาษณ์, 23 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2 กล่าวว่า “ดีค่ะ มีการบอก ช่องทางติดต่อให้กับลูกค้าในหลาย ๆ ช่องทาง ควรปรับสีตัวอักษรบนภาพส่วนบนให้ชัดกว่านี้จะ ดีกว่าค่ะ” (อุบลวรรณ ออมปิยะศิริกุล, สัมภาษณ์, 28 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3 กล่าวว่า “ในส่วนของ ช่องทางการติดต่อในแถบเมนูติดต่อเรา ควรเพิ่มไอดีไลน์ (ID Line) ลงไปด้วย และ มีการลิงค์ เฟสบุ๊ค (Link facebook) ด้วย สำหรับการลิงค์เฟสบุ๊ค (Link facebook) ที่ไอคอนคอนแทค Contact us ควรปรับสัญลักษณ์เฟสบุ๊ค (Facebook) ให้มีขนาดใหญ่ขึ้นจะได้มองเห็นได้ง่าย ๆ” (นิภาภรณ์ พลภา, สัมภาษณ์, 1 มิถุนายน 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4 กล่าวว่า “มีความชัดเจนดี ครับ ซึ่งมีทั้งเบอร์โทรศัพท์ และ อีเมล” (สมภพ บัวภารังสี, สัมภาษณ์, 28 พฤษภาคม, 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 5 กล่าวว่า “ควรที่จะเพิ่มช่อง ทางการติดต่อ เพื่อความสะดวกของลูกค้า เช่น ไลน์” (วรปรัชญ์ บุญมี, สัมภาษณ์, 30 พฤษภาคม, 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 6 กล่าวว่า “อักษรที่อยู่บนเพจ ขนาดพอดีแล้ว แต่สีอักษร เกือบจะคล้ายๆ กับรูปภาพพื้นหลัง แต่ก็ยังมองออกอยู่ ดังนั้นควรมีการ เปลี่ยนสีตัวอักษร หรือใส่สีพื้นรองตัวอักษรอีกทีนึงเพื่อเพิ่มความเด่นชัดให้กับช่องทางการติดต่อ และมีการใส่สัญลักษณ์ของช่องทางการติดต่อ พวกสัญลักษณ์ ไลน์ สัญลักษณ์เฟสบุ๊ค” (ไพลิน เปลี่ยนสีทอง, สัมภาษณ์, 31 พฤษภาคม, 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 7 กล่าวว่า “มีให้เลือกติดต่อ หลายช่องทางดีค่ะ ควรเพิ่มความชัดเจนของข้อความ โดยการ ใส่สีพื้นรองข้อความ และใส่ สัญลักษณ์ไลน์ สัญลักษณ์เฟสบุ๊ค” (วัลภา ไคว่มณี, สัมภาษณ์, 28 พฤษภาคม, 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 8 กล่าวว่า “อยากให้ทำให้เด่น กว่านี้ซักนิดนึง เพราะอาจจะสังเกตก็ไม่ชัดเจน” (ณัฏชา เต็มหนูช, สัมภาษณ์, 28 พฤษภาคม, 2559)

ผู้ให้สัมภาษณ์กลุ่มที่ 3 ผู้ที่เชี่ยวชาญในการออกแบบเว็บไซต์

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 9 กล่าวว่า “ไม่ดีเท่าที่ควร อย่างเราทำเฟสบุ๊ค (Facebook) ด้วยก็ควรเอาไลค์บ็อก (like box) มาแปะไว้หน้านี้ด้วย เพิ่ม Credit ให้เรา ให้เอามาใส่จะจะได้เพิ่มเครดิตให้เรา อย่าง อีเมล(E-mail) / ไลน์ไอดี (Line id) มันควรจะเป็น เรสปอนส์ตีบ (Responsive) แต่ของคุณยังไม่ เรสปอนส์ตีบ (Responsive) ดังนั้นหน้าติดต่อก็ควรมี ให้ครบทั้ง ไลน์ (line) / อีเมล (e-mail) / เฟสบุ๊ค (facebook) ด้วย ก็ควรใส่ครบทุกจุดเลยครบให้ เหมือนกัน เหมือนกัน ทั้ง โทเวอร์ (Cover) / ติดต่อเราอย่าลืมเอาไลน์บ็อก (like box) มาแปะไว้ด้วย เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือของเรา” (ภทวัฒน์ เสมอวงษ์, สัมภาษณ์, 30 พฤษภาคม, 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 10 “ในส่วนของ About us มันก็รู้สึกว้าธรรมดาพื้น ๆ ไป จริงแล้วในส่วนนี้มันสามารถแต่งออกมาให้บอกความเป็นตัวตนของเรา คือ บอกความเป็นมาของเว็บไซต์เว็บนี้ เพื่อที่จะสื่อเหมือนดีซึ่กับคนที่เข้ามา ลองดูตัวอย่างจากเว็บอื่น ๆ เพื่อเป็นไอดี อย่างเช่น บอกว่า ความเป็นมาของร้านค้าร้านนี้ เหตุผลจูงใจที่เปิดร้านนี้ขึ้น ให้ มันดูมี Story สำหรับช่องทางการติดต่อที่แสดงด้านบนสุด Impage header ก็ได้ดีเอาไว้ด้านบนสุด ส่วน Contact us ใช้ฟอร์มนี้ได้ครับ คือ บอกว่ามีช่องทางการติดต่อทางไหนได้บ้าง และควรที่จะ สังเกตและเก็บสถิติของเรานะครับว่าเมื่อ ลูกค้าที่เข้ามาภายในเว็บเราเค้าชอบดูตรงไหนและไป ตรงไหนต่อ ซึ่งพฤติกรรมของลูกค้าในสินค้าแต่ละประเภทนั้นจะแตกต่างกัน เช่น ผู้ชายเข้ามาใน เว็บนั้นก็จะซื้อเลย แต่ผู้หญิงนั้นก็จะชอบดูรูปภาพที่น่ารัก ๆ แล้วค่อยซื้อ” (วรวิทย์ ปิยะ โภช, สัมภาษณ์, 1 มิถุนายน 2559)

ตารางที่ 4-7 การวิเคราะห์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับช่องทางการติดต่อที่แสดงบนเว็บไซต์ของผู้ให้สัมภาษณ์

คนที่	ชื่อ-นามสกุล	เหมาะสม	ไม่เหมาะสม	ข้อเสนอแนะ
1	นายสมชาย กิจแสงไกล	✓		ความบอกช่องทางการติดต่อได้ทั้งหมดกับลูกค้าและทำเป็น Link
2	นางสาวอุบลวรรณ อมรปิยะสิริกุล	✓		ควรปรับสีตัวอักษรบนภาพให้ชัดเจนกว่านี้

ตารางที่ 4-7 (ต่อ)

คนที่	ชื่อ-นามสกุล	เหมาะสม	ไม่ เหมาะสม	ข้อเสนอแนะ
3	นางสาวนิภาภรณ์ พลเกา		✓	1. ในแถบเมนูติดต่อ เรา ควรเพิ่ม ID Line 2. ควรปรับสัญลักษณ์ เฟสบุ๊ก ให้มีขนาดใหญ่ ที่ไอคอน Contact us
4	นายสมภพ บัวภารังสี	✓		ไม่มีข้อเสนอแนะ
5	นายวรปรัชญ์ บุญมี		✓	ควรเพิ่มไลน์ไอดี
6	นางสาวไพลิน เปลียนศรีทอง	✓		1. ใส่สีพื้นรองกับช่อง ทางการติดต่อ 2. ใส่สัญลักษณ์ไลน์
7	นางสาววัลภา ไคว่มณี	✓		1. ใส่สีพื้นรอง ข้อความ 2. ใส่สัญลักษณ์ไลน์ สัญลักษณ์เฟสบุ๊ก
8	นางสาวณัฏชา เต็มนุช		✓	ทำให้เด่นชัดกว่านี้
9	นายภัทวัฒน์ เสมอวงษ์		✓	ใส่ Like box
10	นายวรวิทย์ ปิยะโกช		✓	1. บอกความเป็นมา ของเว็บไซต์เว็บนี้ 2. เก็บสถิติด้านช่อง ทางการติดต่อที่ลูกค้า นิยมใช้
ค่าเฉลี่ย		50%	50%	

2.6 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการอธิบายวิธีการสั่งซื้อสินค้า ช่องทางการ
ชำระเงิน การจัดส่งสินค้า และวิธีการตรวจสอบสถานะจัดส่งสินค้า และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
ผู้ให้สัมภาษณ์กลุ่มที่ 1 ลูกค้าจากเว็บไซต์

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1 กล่าวว่า “อธิบายได้ง่ายดี ถ้าทำการสั่งซื้อได้ง่ายดีครับ ข้อเสนอแนะ ควรมีธนาคารมากกว่านี้ เช่น กรุงเทพ กสิกร ไทยพาณิชย์ เพื่อให้ลูกค้าไม่เสียค่าโอนมากครับ” (สมชาย กิจแสงไกล, สัมภาษณ์, 23 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2 กล่าวว่า “ก็ชัดเจนดีค่ะ เข้าใจง่ายดี สำหรับช่องทางการชำระเงินมีเบงก้น้อยไปหน่อยค่ะ ควรเพิ่มให้มากกว่านี้ วิธีการจัดส่งกับ Link ตรวจสอบสถานะสินค้าดีค่ะ ทำให้สามารถกด Link เพื่อเช็คสถานะได้ง่ายดีค่ะ” (อุบลวรรณ อมรปิยะศิริกุล, สัมภาษณ์, 28 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3 กล่าวว่า “ควรเพิ่มเบงก้นให้เยอะขึ้น เพราะเนื่องจากต้องเสียค่าโอน ดังนั้นถ้ามีหลายๆ เบงก้นก็จะทำให้สะดวกและประหยัดค่าโอนเงินของลูกค้า และควรมีการเช็คเลขตกได้ สำหรับ Link เช็ค tag number มีแสดงอยู่ในเว็บไซต์อยู่แล้ว” (นิภาภรณ์ พลภา, สัมภาษณ์, 1 มิถุนายน 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4 กล่าวว่า “รายละเอียดครบถ้วน สามารถอ่านและทำตามขั้นตอนได้ สำหรับช่องทางการชำระเงินผมเสนอว่าควรจะมีธนาคารให้มากกว่านี้ เพราะจะทำให้เสียค่าโอนบางทีผมก็อาจไปซื้อร้านอื่นที่ไม่ต้องเสียค่าโอนก็ได้ ส่วนวิธีการตรวจสอบสถานะการจัดส่งสินค้าก็ดีครับมีการใส่ Link ของเว็บไปรษณีย์ไทยไว้” (สมภพ บัวภารังสี, สัมภาษณ์, 28 พฤษภาคม, 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 5 กล่าวว่า “การอธิบายการสั่งซื้อสินค้าดีเข้าใจง่าย เป็นไปตามรูปแบบของ เว็บไซต์ Inwshop การตรวจสอบการส่งสินค้าสะดวกและง่าย” (วรปรัชญ์ บุญมี, สัมภาษณ์, 30 พฤษภาคม, 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 6 กล่าวว่า “ชัดเจนดี ทั้งในแง่ของราคา สินค้าและค่าขนส่ง แต่ทั้งนี้ ถ้าซื้อเยอะหลายๆ ใบ ระบบแบบนี้อาจไม่เหมาะ เพราะจะไม่ได้ส่วนลดใดๆ เลย แต่ก็ เป็นช่องทางที่ทำให้ลูกค้าสามารถซื้อสินค้าได้จบด้วยตัวเองในขั้นตอนเดียว ไม่ต้องคุยกับแม่ค้าเลย” (ไพลิน เปลียนสีทอง, สัมภาษณ์, 31 พฤษภาคม, 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 7 กล่าวว่า “มีรูปประกอบที่เข้าใจง่ายดีค่ะ ทำให้สามารถสั่งซื้อสินค้าได้ด้วยตัวเอง” (วัลภา ไคว่มณี, สัมภาษณ์, 28 พฤษภาคม, 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 8 กล่าวว่า “อันนี้เป็นวิธีการที่เข้าใจง่ายดีมีรูปแบบประกอบด้วย ควรมีการเพิ่มธนาคารเพราะบางทีคนอาจจะไม่สะดวก” (ณัฏษา เต็มนุช, สัมภาษณ์, 28 พฤษภาคม, 2559)

ผู้ให้สัมภาษณ์กลุ่มที่ 3 ผู้ที่เชี่ยวชาญในการออกแบบเว็บไซต์

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 9 กล่าวว่า “ธนาคารมันน้อยไปตรงหน้าที่บรรยายการสั่งซื้อผมว่า รูปมันไม่ตรงกันรีปาวเพราะในหน้านั้นมันเป็นกล่อง แต่สินค้าจริง ๆ มันเป็น กระจ่าย ตรง Add to cart อะครับมันเป็นภาพกล่องแต่ของจริงมันเป็นกระจ่าย มันไม่ตรงกันนะ จริง ๆ มันเป็น Detail เล็กน้อย เพราะเวลาจ่ายเงินออนไลน์ เค้าจะคำนึงเรื่องพวกนี้ค่อนข้างสูง ทุกอย่างมันต้องตรงกันให้เป๊ะอะครับ เพราะคนที่ซื้อของออนไลน์เค้ากลัวถูกโกง เพราะฉะนั้นมันต้องตรงกันทุกอย่าง ที่นี้ปุ้มอะไรสร้างไว้หน้านี้เป็นอีกคำนึงแต่พอมาดูของจริงเป็นอีกคำนึง มันก็สร้างความน่าเชื่อถือไม่ค่อยได้แล้วอะ ทำให้คนเกิดความสับสน และก้วิธีการชำระเงินก็ธนาคารน้อยไป” (ภทวัฒน์ เสมอวงษ์, สัมภาษณ์, 30 พฤษภาคม, 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 10 วรวิทย์ ปิยะ โภช กล่าวว่า “การอธิบายลักษณะนี้ก็คือว่าใช้ได้ แต่อยากจะเสนอแนะเพิ่ม เช่น One click, หรือ Paypal เพื่อเพิ่มช่องทางการชำระเงิน สำหรับข้อเสนอแนะก็คือ ในส่วนนี้ก็คือ อาจเพิ่มช่องทางการชำระเงิน ผ่าน paypal เป็นต้นกรณีที่เราเว็บไซต์เราเดิบดีแล้ว แต่สำหรับการทำในส่วนนี้ก็ต้องมีการซื้อลิขสิทธิ์โปรแกรมเข้ามา เพื่อป้องกันการแฮกเกอร์ข้อมูล ก็ต้องพิจารณาต้นทุนและกำไรที่ควรจะได้รับประกอบกันด้วย สำหรับข้อมูลในเรื่อง วิธีการตรวจสอบสถานะการจัดส่งสินค้า การที่เอา Link ของ Web ไปรษณีย์ไทยมาแปะไว้ก็ถือเป็นการเพิ่มความสะดวกให้กับลูกค้า อันนี้เห็นด้วยครับ” (วรวิทย์ ปิยะ โภช, สัมภาษณ์, 1 มิถุนายน 2559)

ตารางที่ 4-8 การวิเคราะห์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการอธิบายวิธีการสั่งซื้อสินค้า ช่องทางการชำระเงิน การจัดส่งสินค้า และวิธีการตรวจสอบสถานะจัดส่งสินค้า ของผู้ให้สัมภาษณ์

คนที่	ชื่อ-นามสกุล	เหมาะสม		ข้อเสนอแนะ
		ไม่	เหมาะสม	
1	นายสมชาย กิจแสงไกล	✓		ควรเพิ่มธนาคาร
2	นางสาวอุบลวรรณ อมรปิยะศิริกุล	✓		ควรเพิ่มธนาคาร
3	นางสาวนิภาภรณ์ พลเกา	✓		ควรเพิ่มธนาคาร
4	นายสมภพ บัวภารังสี	✓		ควรเพิ่มธนาคาร
5	นายวรปรัชญ์ บุญมี	✓		ไม่มีข้อเสนอแนะ
6	นางสาวไพลิน เปลียนศรีทอง	✓		มีวิธีคำนวณ โปร โมชั่น

ตารางที่ 4-8 (ต่อ)

คนที่	ชื่อ-นามสกุล	เหมาะสม	ไม่เหมาะสม	ข้อเสนอแนะ
7	นางสาววัลภา โค้วมณี	✓		ส่วนลดกรณีซื้อหลายชิ้น ไม่มีข้อเสนอแนะ
8	นางสาวณัทธา เต็มนุช	✓		ควรเพิ่มธนาคาร
9	นายภักต์วัฒน์ เสมอวงษ์	✓		เปลี่ยนภาพแสดงสินค้าจากกล่องเป็นสินค้าของเราเอง
10	นายวรวิทย์ ปิยะโกษ	✓		เพิ่ม One click, หรือ paypal
ค่าเฉลี่ย		100%	0%	

2.7 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการแสดงรายละเอียดสินค้าที่ซื้อในส่วนของรายการสินค้าในตะกร้า ก่อนกดสั่งซื้อสินค้า และมีข้อเสนอแนะอย่างไร

ผู้ให้สัมภาษณ์กลุ่มที่ 1 ลูกจ้างจากเว็บไซต์

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1 กล่าวว่า “คืออยู่แล้วครับ ทำให้ทราบจำนวนและราคาก่อนกดสั่งซื้อครับ ข้อเสนอแนะไม่มีครับ” (สมชาย กิจแสงไกล, สัมภาษณ์, 23 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2 กล่าวว่า “ระบบของ Web site เร็วดีค่ะ ใช้เวลาไม่นานดี ซึ่งถ้าหาก ใช้เวลาในการค้นหานั้นก็ทำให้ไม่อยากรอค่ะ ตอนนั้นก็ถือว่าโอเคค่ะ” (อุบลวรรณ อมรปิยะศิริกุล, สัมภาษณ์, 28 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3 กล่าวว่า “คิดว่าส่วนนี้ก็คืออยู่ค่ะ แต่สำหรับกรณีที่มีส่วนลดควรเพิ่มการคำนวณส่วนนี้เข้าไปด้วยค่ะ” (นิภาภรณ์ พลภา, สัมภาษณ์, 1 มิถุนายน 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4 กล่าวว่า “มีการบอกรายละเอียดที่ชัดเจนดีครับ คือทำให้รู้ว่าเลือกซื้อสินค้าไปทั้งหมดกี่ชิ้น และรู้ว่าจำนวนเงินที่จะต้องจ่าย และใส่ที่อยู่เพื่อให้จัดส่งสินค้า ในส่วนนี้ถือว่าดีแล้วครับ” (สมภพ บัวภรณ์รังสี, สัมภาษณ์, 28

พฤษภาคม, 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 5 กล่าวว่า “บ่งบอกถึงสินค้าที่จะซื้อได้ดี มีการโชว์รูป สินค้าที่กดซื้อ ทำให้ทราบว่าซื้อสินค้าตัวไหนบ้าง และมีการรวมราคาเพื่อที่จะรู้ยอดในการซื้อ” (วรปรัชญ์ บุญมี, สัมภาษณ์, 30 พฤษภาคม, 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 6 กล่าวว่า “ดี เพราะทำให้เห็นชัดว่า สินค้าที่เรากดลงตะกร้าไป ถูกต้องหรือไม่” (ไพลิน เปลี่ยนสีทอง, สัมภาษณ์, 31 พฤษภาคม, 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 7 กล่าวว่า “มีรูปประกอบที่เข้าใจง่ายดีค่ะ ทำให้สามารถสั่งสินค้าได้ด้วยตัวเอง” (วัลภา โคว์มณี, สัมภาษณ์, 28 พฤษภาคม, 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 8 นางสาวณัทชา เต็มหนู กล่าวว่า “ชัดเจนดีมีรายละเอียดของสินค้า” (ณัทชา เต็มหนู, สัมภาษณ์, 28 พฤษภาคม, 2559)

ผู้ให้สัมภาษณ์กลุ่มที่ 3 ผู้ที่เชี่ยวชาญในการออกแบบเว็บไซต์

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 9 กล่าวว่า “ในส่วนตรงนี้ผมโอเคแล้วนะข้อเสนอแนะไม่มีอะมันดูเรียบง่ายก็ดูโอเคแล้วครับ” (ภัทวัฒน์ เสมอวงษ์, สัมภาษณ์, 30 พฤษภาคม, 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 10 วรวิทย์ ปิยะโกษ กล่าวว่า “อันนี้เป็นรูปภาพที่ทางเทพซ้อปเค้าทำมาให้ก็ดูอยู่แล้วครับ” (วรวิทย์ ปิยะโกษ, สัมภาษณ์, 1 มิถุนายน 2559)

ตารางที่ 4-9 การวิเคราะห์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการการแสดงรายละเอียดสินค้าที่ซื้อในส่วนของการสินค้าในตะกร้า ก่อนกดสั่งซื้อสินค้าของผู้ให้สัมภาษณ์

คนที่	ชื่อ-นามสกุล	เหมาะสม		ข้อเสนอแนะ
		✓	✗	
1	นายสมชาย กิจแสงไกล	✓		ไม่มีข้อเสนอแนะ
2	นางสาวอุบลวรรณ อมรปิยะศิริกุล	✓		ไม่มีข้อเสนอแนะ
3	นางสาวนิภาภรณ์ พลภา	✓		เพิ่มการคำนวณ

ตารางที่ 4-9 (ต่อ)

คนที่	ชื่อ-นามสกุล	เหมาะสม		ข้อเสนอแนะ
		✓	✗	
4	นายสมภพ บัวภารังสี	✓		ไม่มีข้อเสนอแนะ
5	นายวรปรัชญ์ บุญมี	✓		ไม่มีข้อเสนอแนะ
6	นางสาวไพลิน เปลี้นศรีทอง	✓		ไม่มีข้อเสนอแนะ
7	นางสาววัลภา โค้วมณี	✓		ไม่มีข้อเสนอแนะ
8	นางสาวณัทธา เต็มหนู	✓		ไม่มีข้อเสนอแนะ
9	นายภัทวัฒน์ เสมอวงษ์	✓		ไม่มีข้อเสนอแนะ
10	นายวรวิทย์ ปิยะโกษ	✓		ไม่มีข้อเสนอแนะ
ค่าเฉลี่ย		100%		

2.8 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับระยะเวลาในการค้นหา รูปภาพสินค้า และการแสดงข้อมูลจากการสืบค้น (Search) และมีข้อเสนอแนะอย่างไร

ผู้ให้สัมภาษณ์กลุ่มที่ 1 ลูกค้ำจากเว็บไซต์

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1 กล่าวว่า “ค้นหาง่ายดีครับ” (สมชาย กิจแสงไกล, สัมภาษณ์, 23 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2 กล่าวว่า “ระบบของเว็บไซต์เร็วดีค่ะ ใช้เวลาไม่นานดี ซึ่งถ้าหากใช้เวลาในการค้นหานั้นก็ทำให้ไม่यरกรอค่ะ ตอนนี้ก็ถือว่าโอเคค่ะ” (อุบลวรรณ อมรปิยะศิริกุล, สัมภาษณ์, 28 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3 กล่าวว่า “สำหรับส่วนนี้ถือว่าใช้ได้ เพราะใช้เวลาในการค้นหาไม่นาน”

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4 กล่าวว่า “น่าจะมีการแสดงรูปภาพสินค้ามากกว่านี้ อาจจะมีทั้งด้านหน้า ด้านหลัง ด้านบน และด้านล่าง เพื่อให้เห็นภาพรวมของสินค้า สำหรับระยะเวลาแสดงหลังจากการ Search ถือว่าใช้เวลาได้นาน แต่ควรเพิ่ม Key word ในการค้นหาให้มากขึ้น เพราะบางคำก็หาไม่เจอครับ” (นิภาภรณ์ พลภา, สัมภาษณ์, 1 มิถุนายน 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 5 นายวรปรัชญ์ บุญมี กล่าวว่า “ระยะเวลาเหมาะสมดี รูปภาพและสินค้า มีการแสดงรายละเอียดรูป และราคา ได้ดี” (วรปรัชญ์

บุญมี, สัมภาษณ์, 30 พฤษภาคม, 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 6 กล่าวว่า “ระยะเวลาในการแสดงเนื้อหาแสดงผลได้เร็วดี ไม่ต้องเสียเวลารอคอยนาน รูปภาพที่แสดงในส่วนของหน้าแรกดูน่าสนใจดี ส่วนระบบค้นหาที่น่าสนใจมาก ทำให้มองเห็นภาพและรายละเอียดของสินค้าที่เราค้นหาในเบื้องต้นก่อน ข้อเสนอแนะอาจมีการเพิ่ม Key word ที่มากขึ้นกว่านี้เพื่อจะทำให้ลูกค้าสามารถค้นหาแล้วเจอสินค้า” (ไพลิน เปลี่ยนสีทอง, สัมภาษณ์, 31 พฤษภาคม, 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 7 กล่าวว่า “สืบค้นได้ง่ายใช้เวลาไม่นาน ควรมี Key word หลาย ๆ คำเพื่อให้ง่ายต่อการสืบค้นข้อมูล” (วัลภา โค้วมณี, สัมภาษณ์, 28 พฤษภาคม, 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 8 กล่าวว่า “น่าจะมีรายการให้เลือกกว่าเราจะ Search คือเราไม่รู้ว่าจะ Search อะไรดี น่าจะมีแบบเป็นรายการเล็ก ๆ แนะนำว่ามีรายการอะไรบ้าง” (ฉันทษา เต็มหนู, สัมภาษณ์, 28 พฤษภาคม, 2559)

ผู้ให้สัมภาษณ์กลุ่มที่ 3 ผู้ที่เชี่ยวชาญในการออกแบบเว็บไซต์

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 9 กล่าวว่า “ระยะเวลาถือว่าโอเคแล้วครับ” (ภัทวัฒน์ เสมอวงษ์, สัมภาษณ์, 30 พฤษภาคม, 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 10 กล่าวว่า “ระยะในการค้นหา ถือว่าใช้ได้ ต้องทำการวิจัยว่าคำที่คนค้นหาใช้คำว่าอะไร เรียก “Key word” ซึ่งจะให้ผู้ใช้เวลาใช้คำค้นหาแล้วเจอสินค้าครับ” (รววิทย์ ปิยะโกษ, สัมภาษณ์, 1 มิถุนายน 2559)

ตารางที่ 4-10 การวิเคราะห์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับระยะเวลาในการแสดงเนื้อหา รูปภาพสินค้า และการแสดงข้อมูลจากการสืบค้น (Search) ของผู้ให้สัมภาษณ์

คนที่	ชื่อ-นามสกุล	เหมาะสม		ข้อเสนอแนะ
		✓	✗	
1	นายสมชาย กิจแสงไกล	✓		ไม่มีข้อเสนอแนะ
2	นางสาวอุบลวรรณ อมรปิยะสิริกุล	✓		ไม่มีข้อเสนอแนะ
3	นางสาวนิภาภรณ์ พลภา	✓		ไม่มีข้อเสนอแนะ
4	นายสมภพ บัวภารังสี		✓	1.แสดงรูปภาพ มากกว่านี้ทั้งด้านหน้า

ตารางที่ 4-10 (ต่อ)

คนที่	ชื่อ-นามสกุล	เหมาะสม	ไม่เหมาะสม	ข้อเสนอแนะ
				ด้านหลัง ด้านบน
				2. เพิ่ม Key words ในการค้นหา
5	นายวรปรัชญ์ บุญมี	✓		ไม่มีข้อเสนอแนะ
6	นางสาวไพลิน เปลี่ยนศรีทอง	✓		เพิ่ม Key words ในการค้นหา
7	นางสาววัลภา โคว์มณี	✓		เพิ่ม Key words ในการค้นหา
8	นางสาวฉัทธา เต็มนุช		✓	ควรมีรายการแนะนำในการเลือก Search สินค้า
9	นายภัทวัฒน์ เสมอวงษ์	✓		ไม่มีข้อเสนอแนะ
10	นายวรวีทย์ ปิยะโกษ	✓		ศึกษาเรื่อง Key words
ค่าเฉลี่ย		80%	20%	

2.9 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการนำเสนอบทความภายในเว็บไซต์ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร

ผู้ให้สัมภาษณ์กลุ่มที่ 1 ลูกค้ายกเว็บไซต์

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1 กล่าวว่า “ก็ดีครับเกี่ยวข้องกับตัวสินค้าดี ควรเพิ่มบทความเรื่อยๆ ครับ ว่าสินค้าตัวนี้ สามารถนำไปใช้ประโยชน์อะไรได้บ้าง เช่น เป็นของขวัญ หรืออาจเป็นบทความน่ารักๆเกี่ยวกับเทคนิคการให้ของขวัญแฟนก็ดีครับ” (สมชาย กิจแสงไกล, สัมภาษณ์, 23 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2 กล่าวว่า “สำหรับบทความภายในเว็บไซต์ ก็ถือว่าน่าสนใจดีค่ะ ควรมีบทความ ที่มีอยู่ก็ถือว่าเหมาะสมกับสินค้าที่จะนำเสนอขาย ถ้าจะปรับอาจจะเพิ่มใส่บทความเกี่ยวกับประโยชน์ของสินค้าค่ะ” (อุบลวรรณ อมรปิยะศิริกุล, สัมภาษณ์, 28 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3 กล่าวว่า “สำหรับบทความภายในเว็บไซต์ ก็ถือว่าน่าสนใจดีค่ะ ควรมีบทความ ที่มีอยู่ก็ถือว่าเหมาะสมกับสินค้าที่จะนำเสนอขาย ถ้าจะปรับอาจจะเป็นใส่บทความเกี่ยวกับประโยชน์ของสินค้าค่ะ” (นิภาภรณ์ พลภา, สัมภาษณ์, 1 มิถุนายน 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4 กล่าวว่า “ควรมีบทความให้อ่านมากกว่านี้ จะดีมาก หรืออาจจะมีวิธีการดูแลสินค้า เป็นต้น” (สมภพ บัวภารังสี, สัมภาษณ์, 28 พฤษภาคม, 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 5 กล่าวว่า “บทความดี ช่วยให้เป็นตัวช่วยในการซื้อสินค้าให้กับลูกค้าได้เป็นอย่างดี ควรจะมีบทความเพิ่มอีกเยอะ ๆ” (วรปรัชญ์ บุญมี, สัมภาษณ์, 30 พฤษภาคม, 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 6 กล่าวว่า “การมีบทความ ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งที่ขาย ทั้งทางตรงหรือทางอ้อม อาจทำหน้าที่เว็บไซต์หน้าสนใจมากขึ้น ทั้งนี้ ควรมีความเคลื่อนไหวของบทความหรือ มีการอัปเดตบ่อยๆ เพื่อให้รู้ว่า เว็บไซต์นี้ยังมีคนดูแล” (ไพลิน เปลี่ยนสีทอง, สัมภาษณ์, 31 พฤษภาคม, 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 7 กล่าวว่า “เนื้อหาดูไม่ได้เจาะจงที่จะขายแต่สินค้าในเว็บไซต์ แต่ใช้การเชื่อมโยงเนื้อหาเกี่ยวกับสินค้าได้ ควรเพิ่มบทความเกี่ยวกับสินค้าของเราว่าสามารถนำไปทำอะไรได้บ้าง” (วัลภา ไคว่มณี, สัมภาษณ์, 28 พฤษภาคม, 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 8 กล่าวว่า “ก็เป็นบทความที่น่าสนใจดี และควรเพิ่มเรื่องอื่นเข้าไป เป็นเรื่องที่น่าสนใจๆ และมีรูปภาพประกอบ” (ณัทธา เต็มหนูช, สัมภาษณ์, 28 พฤษภาคม, 2559)

ผู้ให้สัมภาษณ์กลุ่มที่ 3 ผู้ที่เชี่ยวชาญในการออกแบบเว็บไซต์

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 9 กล่าวว่า “บทความแนวนี้ดีก็แล้วครับ แต่ควรไปโพสต์ใน Facebook ด้วยทำเป็นลักษณะ Post engagement ไม่ควรทำเป็นคลิกเว็บไซต์ เพราะบทความมันไม่ได้เยอะอะไรขนาดนั้น ให้มีการกด Like กดแชร์ ทำในลักษณะ Post management มันจะสร้าง Backlist ได้” (ภัทวัฒน์ เสมอวงษ์, สัมภาษณ์, 30 พฤษภาคม, 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 10 กล่าวว่า “บทความควรที่จะมีครับ บทความที่มีอยู่แล้วก็พอได้ คำแนะนำคือ ควรใส่บทความส่งเสริมสินค้า คือ น่าจะนำบทความที่ทับซ้อนกัน เช่น วิธีการทำความสะอาดหมอน ความเป็นมาของหมอนผ้าห่ม ควรลงบทความที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับหมอนเรา” (วรวิทย์ ปิยะ โภช, สัมภาษณ์, 1 มิถุนายน 2559)

ตารางที่ 4-11 การวิเคราะห์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการนำเสนอบทความภายใน
เว็บไซต์ ของผู้ให้สัมภาษณ์

คนที่	ชื่อ-นามสกุล	เหมาะสม	ไม่ เหมาะสม	ข้อเสนอแนะ
1	นายสมชาย กิจแสงไกล	✓		ควรเพิ่มบทความ ประโยชน์ของสินค้า
2	นางสาวอุบลวรรณ อมรปิยะศิริกุล	✓		ควรเพิ่มบทความ ประโยชน์ของสินค้า
3	นางสาวนิภาภรณ์ พลภา	✓		ควรเพิ่มบทความ ประโยชน์ของสินค้า
4	นายสมภพ บัวภารังสี	✓		เพิ่มบทให้มากกว่านี้ เช่น ประโยชน์ของ สินค้า
5	นายวรปรัชญ์ บุญมี	✓		เพิ่มบทให้มากกว่านี้
6	นางสาวไพลิน เปลี่ยนศรีทอง	✓		ควรปรับปรุงและเพิ่ม บทความเรื่อย ๆ
7	นางสาววัลภา ไคว่มณี	✓		ควรเพิ่มบทความ ประโยชน์ของสินค้า
8	นางสาวฉันทษา เต็มนุช	✓		ควรเพิ่มบทความให้ มากขึ้นและเป็น บทความที่มีรูปภาพ ประกอบ
9	นายภัทวัฒน์ เสมอวงษ์	✓		ควรนำบทความไป โพสต์ในเฟสบุ๊กด้วย เพื่อให้คนกดไลค์และ กดแชร์
10	นายวรวิทย์ ปิยะโกษ	✓		ควรใส่บทความ ส่งเสริมสินค้า
ค่าเฉลี่ย		100%		

2.10 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับเว็บบอร์ด เพื่อตั้งกระทู้ ภายในเว็บไซต์ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร

ผู้ให้สัมภาษณ์กลุ่มที่ 1 ลูกค้าจากเว็บไซต์

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1 กล่าวว่า “ก็ดี เป็นที่พูดคุย เปิดให้ลูกค้ามีการซักถามก็ดีครับ ข้อเสนอแนะหรือครับผมว่าน่าจะตั้งกระทู้แนว ๆ เชิญชวนให้ ลูกค้ามีส่วนร่วมในกระทู้ครับ เช่น เหมือนชวนเล่นเกมสัปดาห์ให้คุณให้ของขวัญแฟน คุณจะให้ตุ๊กตา ตัวไหนเพราะอะไร อย่างนี้ครับ มันน่าจะทำให้สนุกดี” (สมชาย กิจแสงไกล, สัมภาษณ์, 23 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2 กล่าวว่า “ก็ดีค่ะ มีไว้เพื่อ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันระหว่างแม่ค้ากับลูกค้าก็ดีค่ะ” (อุบลวรรณ อมรปิยะศิริกุล, สัมภาษณ์, 28 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3 กล่าวว่า “การมีเว็บบอร์ดถือว่าดีค่ะ” (นิภาภรณ์ พลภา, สัมภาษณ์, 1 มิถุนายน 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4 กล่าวว่า “การตั้งหรือตอบ กระทู้ สามารถทำได้ไม่ยาก ก็ดีครับสำหรับส่วนนี้เพื่อลูกค้ามาแนะนำนิชมได้ครับ” (สมภพ บัวภรณ์, สัมภาษณ์, 28 พฤษภาคม, 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 5 กล่าวว่า “บอร์ดใช้งานง่าย มี ฟังก์ชัน ครบถ้วน” (วรปรัชญ์ บุญมี, สัมภาษณ์, 30 พฤษภาคม, 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 6 กล่าวว่า “เป็นช่องทางหนึ่งที่จะ ทำให้ลูกค้าและคนขายติดต่อกันได้ และลูกค้าคนอื่น ๆ ยังรับรู้ด้วยว่าคนอื่น ๆ คิดเห็นอย่างไร” (ไพลิน เปลี่ยนสีทอง, สัมภาษณ์, 31 พฤษภาคม, 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 7 กล่าวว่า “ดีที่มีเว็บบอร์ด เพื่อที่จะให้คนที่เข้ามาชมเว็บไซต์ ได้เขียนเพื่อให้คนทำหรือคนอื่น ๆ ที่เข้ามาได้รู้ถึงแนวความคิดที่ ต่างกันออกไป” (วัลภา โควมณี, สัมภาษณ์, 28 พฤษภาคม, 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 8 กล่าวว่า “เป็นช่องทางที่ ติดต่อกันได้ง่ายขึ้น” (ฉัทธา เต็มบุษ, สัมภาษณ์, 28 พฤษภาคม, 2559)

ผู้ให้สัมภาษณ์กลุ่มที่ 3 ผู้ที่เชี่ยวชาญในการออกแบบเว็บไซต์

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 9 กล่าวว่า “ผมคิดเว็บบอร์ดมัน ไม่จำเป็น เพราะผมคิดไม่ออกว่าต้อง Content แบบไหน เพราะถ้าหากเรามี Like box ไปแปะแล้ว เค้าก็สามารถไปติดตาม (Follow) ในเฟสบุ๊ก (Facebook) ได้อยู่ดี เป็น 2 Way communication เวลา

เอาเปะมันมันดูรกไปอะ อย่างที่บอก ถ้าเอาเปลี่ยนเป็น Category เอามาใส่แทน เพราะสามารถให้ ลูกค้าไปติดตาม (Follow) ในเฟสบุ๊ก ได้ดีกว่า และได้การพบปะ (Engagement) สูงกว่าด้วย จะได้ ผู้ที่มาติดตาม (Backlist) กลับมาดีกว่าด้วย” (ภัทวัฒน์ เสมอวงษ์, สัมภาษณ์, 30 พฤษภาคม, 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 10 วรวิทย์ ปิยะ โภช กล่าวว่า “เว็บบอร์ดมันก็เหมือนกับเฟสบุ๊ก จริงเราก็เขียนบทความแล้วนำไปแชร์ในเฟสบุ๊ก (Facebook) ก็ได้ หรือทำเป็นบทความแนะนำสินค้าใหม่ แล้วนำไปแชร์ในเฟสบุ๊ก ก็ได้ครับเป็นการโฆษณาเว็บ ซึ่งเฟสบุ๊กจะมีความนิยมมากกว่า” (วรวิทย์ ปิยะ โภช, สัมภาษณ์, 1 มิถุนายน 2559)

ตารางที่ 4-12 การวิเคราะห์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับเว็บบอร์ด เพื่อตั้งกระทู้ ภายใน เว็บไซต์ ของผู้ให้สัมภาษณ์

คนที่	ชื่อ-นามสกุล	เหมาะสม	ไม่เหมาะสม	ข้อเสนอแนะ
1	นายสมชาย กิจแสงไกล	✓		ตั้งกระทู้แนว ๆ เชิญชวนให้ลูกค้ามีส่วนร่วมในกระทู้ เช่น ชวนเล่นเกมส์
2	นางสาวอุบลวรรณ อมรปิยะสิริกุล	✓		มีไว้เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นของแม่ค้ากับลูกค้า
3	นางสาวนิภาภรณ์ พลเกา	✓		ไม่มีข้อเสนอแนะ
4	นายสมภพ บัวภารังสี	✓		เพื่อให้ลูกค้ามาแนะนำติชม สินค้า
5	นายวรปรัชญ์ บุญมี	✓		ไม่มีข้อเสนอแนะ
6	นางสาวไพลิน เปลี่ยนศรีทอง	✓		เป็นช่องทางหนึ่งที่จะทำให้ลูกค้าและคนขายติดต่อกันได้
7	นางสาววัลภา ไคว่มณี	✓		เพื่อใช้แลกเปลี่ยนความคิดเห็น

ตารางที่ 4-12 (ต่อ)

คนที่	ชื่อ-นามสกุล	เหมาะสม	ไม่เหมาะสม	ข้อเสนอแนะ
8	นางสาวฉันทา เต็มหนูช	✓		เป็นช่องทางติดต่อกันได้ง่ายขึ้น
9	นายภัทวัฒน์ เสมอวงษ์		✓	ไม่จำเป็นต้องมีเพราะ
10	นายวรวิทย์ ปิยะโกช		✓	สามารถไปติดตามได้ใน facebook ซึ่งคนเข้าถึงได้ง่ายกว่า
ค่าเฉลี่ย		80%	20%	

3. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับระบบนำทางหรือเนวิเกชัน และมีข้อเสนอแนะอย่างไร

ผู้ให้สัมภาษณ์กลุ่มที่ 1 ลูกค้าจากเว็บไซค์

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1 กล่าวว่า “คืออยู่แล้วครับ ข้อเสนอแนะไม่มี” (สมชาย กิจแสงไกล, สัมภาษณ์, 23 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2 กล่าวว่า “ดีค่ะมีความชัดเจนดี ข้อเสนอแนะอาจจะเพิ่มรายการสินค้าไว้ด้านบนให้เป็นระบบนำทางด้วยก็จะดีค่ะ” (อุบลวรรณ อมรปิยะศิริกุล, สัมภาษณ์, 28 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3 กล่าวว่า “คิดว่าระบบนำทางนี้ดีอยู่แล้ว เพราะทำให้สามารถไปยังหมวดหมู่ต่าง ๆ ได้ง่าย” (นิภาภรณ์ พลภา, สัมภาษณ์, 1 มิถุนายน 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4 กล่าวว่า “ก็ถือว่า ใช้ได้ครับ ชัดเจนดี มีสัญลักษณ์ที่เปลี่ยนไปเวลาชี้ที่เมนู” (สมภพ บัวภรณ์, สัมภาษณ์, 28 พฤษภาคม, 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 5 กล่าวว่า “ใช้งานได้ดี เป็นไปตามรูปแบบเหมาะสมดี” (วรปรัชญ์ บุญมี, สัมภาษณ์, 30 พฤษภาคม, 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 6 กล่าวว่า “ก็ทำให้เห็นภาพรวมของทั้งเว็บไซค์ดี และเลือกไปยังส่วนที่ต้องการได้ดี” (ไพลิน เปลี่ยนสีทอง, สัมภาษณ์, 31 พฤษภาคม, 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 7 กล่าวว่า “ใช้งานได้ดี ไม่มีข้อเสนอแนะ” (วัลภา โคว์มณี, สัมภาษณ์, 28 พฤษภาคม, 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 8 กล่าวว่า “ระบบนำทางก็ดี เพราะจะทำให้เรารู้ว่าเราควรจะไปตรงไหน” (ฉัทธา เต็มบุษ, สัมภาษณ์, 28 พฤษภาคม, 2559)

ผู้ให้สัมภาษณ์กลุ่มที่ 3 ผู้ที่เชี่ยวชาญในการออกแบบเว็บไซต์

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 9 กล่าวว่า “ควร เรียงเป็น หน้าแรก สินค้า บทความ วิธีการสั่งซื้อ แจ้งชำระเงิน ติดต่อเรา เพราะว่าเอาบทความไว้วันที่ 3 ให้เค้าได้มีการอ่าน บทความของเราก่อนครับ เพื่อกระตุ้นให้เกิดการสั่งซื้อ แล้วก็มาสั่งซื้อสินค้าของเรา” (ภัทวัฒน์ เสมอวงษ์, สัมภาษณ์, 30 พฤษภาคม, 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 10 กล่าวว่า “ตัว Layout ของทางเทพซ้อปเค้าวางไว้ดีในระดับนึงแล้ว ถ้าเปลี่ยนให้อาประเภทสินค้าวางไว้ด้านบนเลย” (วรวิทย์ ปิยะ โภช, สัมภาษณ์, 1 มิถุนายน 2559)

ตารางที่ 4-13 การวิเคราะห์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับระบบนำทางหรือเนวิเกชันของผู้ให้สัมภาษณ์

คนที่	ชื่อ-นามสกุล	เหมาะสม	ไม่เหมาะสม	ข้อเสนอแนะ
1	นายสมชาย กิจแสงไกล	✓		ไม่มีข้อเสนอแนะ
2	นางสาวอุบลวรรณ อมรปิยะ สิริกุล	✓		เพิ่มรายการสินค้าไว้ ด้านบนให้เป็นระบบ นำทางด้วย
3	นางสาวนิภาภรณ์ พลภา	✓		ไม่มีข้อเสนอแนะ
4	นายสมภพ บัวภรณ์สี	✓		ไม่มีข้อเสนอแนะ
5	นายวรปรัชญ์ บุญมี	✓		ไม่มีข้อเสนอแนะ
6	นางสาวไพลิน เปลียนศรีทอง	✓		ไม่มีข้อเสนอแนะ
7	นางสาววัลภา โคว์มณี	✓		ไม่มีข้อเสนอแนะ
8	นางสาวฉัทธา เต็มบุษ	✓		ไม่มีข้อเสนอแนะ

ตารางที่ 4-13 (ต่อ)

คนที่	ชื่อ-นามสกุล	เหมาะสม	ไม่เหมาะสม	ข้อเสนอแนะ
8	นางสาวณัฏฐา เต็มหนูช	✓		ไม่มีข้อเสนอแนะ
9	นายภัทวัฒน์ เสมอวงษ์		✓	ควร เรียงเป็น หน้าแรก สินค้า บทความ วิธีการสั่งซื้อ แจ้งชำระ เงิน และติดต่อเรา
10	นายวรวิทย์ ปิยะโกช		✓	เพิ่มหมวดสินค้าไว้ในระบบนำทางด้วย
ค่าเฉลี่ย		80%	20%	

4. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับขนาดตัวอักษรที่แสดงบนเว็บไซต์ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร

ผู้ให้สัมภาษณ์กลุ่มที่ 1 ลูกค้านักเว็บไซค์

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1 กล่าวว่า “ชัดเจนดีครับ ข้อเสนอแนะผมคิดว่าข้อความบางประโยคควรเน้นให้ใหญ่ขึ้น เป็นตัวหนาขึ้น เพื่อดึงดูดความน่าสนใจครับ อย่างเช่น ข้อความ “นี่ถึงเราผ้าหอมผ้าห่ม Sweet dream” ทำให้เด่น ๆ เตะตาไปเลยครับ” (สมชาย กิจแสงไกล, สัมภาษณ์, 23 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2 กล่าวว่า “ขนาดตัวอักษรเหมาะสมแล้วค่ะ ถ้าแก้ไขอาจเพื่อเน้นย้ำคำให้เป็นตัวหนาขึ้น เช่น ตุ๊กตาหอมผ้าห่ม ชื่อร้านค้า Sweetdream ค่ะ เพื่อลูกค้าจะได้รับรู้” (อุบลวรรณ อมรปิยะสิริกุล, สัมภาษณ์, 28 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3 กล่าวว่า “ตัวอักษรโดยรวมถือว่าดี เปลี่ยนเปลี่ยนฟอนต์ให้ดูน่ารักกว่านี้ โดยเฉพาะตรงแนะนำสินค้าเปลี่ยนให้ฟอนต์ดูเด่นและน่ารักขึ้น” (นิภาภรณ์ พลภา, สัมภาษณ์, 1 มิถุนายน 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4 กล่าวว่า “ขนาดอักษร มีความเหมาะสมดีอยู่แล้ว” (สมภพ บัวภารังสี, สัมภาษณ์, 28 พฤษภาคม, 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 5 กล่าวว่า “ตัวอักษรเห็นได้ชัดเจน ข้อเสนอแนะอาจมีการเน้นคำบางคำให้หนาและสีชัดเจนขึ้น” (วรปรัชญ์ บุญมี, สัมภาษณ์,

30 พฤษภาคม, 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 6 กล่าวว่า “ขนาดตัวอักษรในส่วน
ของสินค้า ชัดเจน เรียบร้อย ขนาดเหมาะสมดี แต่ในส่วนของบทความ ขนาดอักษรและช่องไฟ ทำ
ให้รู้สึกอึดอัด อ่านแล้วไม่สบายตา ทำให้ไม่ค่อยอยากอ่าน” (ไพลิน เปลี่ยนสีทอง, สัมภาษณ์, 31
พฤษภาคม, 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 7 กล่าวว่า “กำลังดีค่ะ ตัวอักษร
ค่ะ” (วัลภา ไคว่มณี, สัมภาษณ์, 28 พฤษภาคม, 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 8 กล่าวว่า “อยากให้ตัวอักษรดู
สวยและดึงดูดมากกว่านี้” (ณัทชา เต็มหนูช, สัมภาษณ์, 28 พฤษภาคม, 2559)

ผู้ให้สัมภาษณ์กลุ่มที่ 3 ผู้ที่เชี่ยวชาญในการออกแบบเว็บไซต์

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 9 กล่าวว่า “Target group ของคุณ
เป็นใคร ถ้า Target group ตั้งแต่ 13 ขึ้นไป ผมว่ามันก็ดีแล้วครับ ไม่ต้องปรับอะไรมาก เพราะเด็กเค้า
ไม่ต้องการอะไรที่มันจืดจาง ๆ ไป ส่วนใหญ่ก็จะดูแต่รูปภาพ ขนาดประมาณนี้ก็โอเคละครับ ถ้าใหญ่
ไปก็จะดูแะไป” (ภัทวัฒน์ เสมอวงษ์, สัมภาษณ์, 30 พฤษภาคม, 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 10 วรวิทย์ ปิยะ โภช กล่าวว่า
“ตัวอักษรถือว่าดีในระดับนี้ ไม่เล็กไม่ใหญ่มองแล้วสบายตา” (วรวิทย์ ปิยะ โภช, สัมภาษณ์, 1
มิถุนายน 2559)

ตารางที่ 4-14 การวิเคราะห์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับขนาดตัวอักษรที่แสดงบน
เว็บไซต์ ของผู้ให้สัมภาษณ์

คนที่	ชื่อ-นามสกุล	เหมาะสม	ไม่ เหมาะสม	ข้อเสนอแนะ
1	นายสมชาย กิจแสงไกล		✓	ควรเน้นให้ใหญ่ขึ้น เป็นตัวหนาขึ้น
2	นางสาวอุบลวรรณ อมรปิยะศิริกุล	✓		เน้นชื่อร้านค้า Sweetdream ให้เป็น ตัวหนา

ตารางที่ 4-14 (ต่อ)

คนที่	ชื่อ-นามสกุล	เหมาะสม	ไม่ เหมาะสม	ข้อเสนอแนะ
3	นางสาวนิภาภรณ์ พลเกา		✓	เปลี่ยนแปลงพอด้น ให้ดูน่ารักกว่านี้ โดยเฉพาะตรงแนะนำ สินค้าเปลี่ยนให้พอด้น ดูเด่นและน่ารักขึ้น
4	นายสมภพ บัวภารังสี	✓		ไม่มีข้อเสนอแนะ
5	นายวรปรัชญ์ บุญมี		✓	การเน้นคำบางคำให้ หนาและสีชัดเจนขึ้น
6	นางสาวไพลิน เปลี่ยนศรีทอง	✓		แก้ไขตัวอักษรใน บทความให้ดูสบายตา โดยปรับขนาด ตัวอักษรและเพิ่ม ช่องไฟ
7	นางสาววัลภา ไคว่มณี	✓		ไม่มีข้อเสนอแนะ
8	นางสาวณัทธา เต็มนุช		✓	อยากให้ตัวอักษรดู สวยและดึงดูด
9	นายภัทวัฒน์ เสมอวงษ์	✓		เลือกให้เหมาะกับกลุ่ม ลูกค้า
10	นายวรวิทย์ ปิยะ โภช	✓		ไม่มีข้อเสนอแนะ
ค่าเฉลี่ย		60%	40%	

5. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับความเหมาะสมของสีตัวอักษรและสีพื้นหลัง และมีข้อเสนอแนะอย่างไร

ผู้ให้สัมภาษณ์กลุ่มที่ 1 ลูกค้าจากเว็บไซต์

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1 กล่าวว่า “สีพื้นหลังคืออยู่แล้ว ครับ ส่วนสีตัวอักษรมันดูเฉย ๆ ธรรมดาเกินไปครับ มันดูจืดอะครับ ข้อเสนอแนะ อย่างที่บอกครับ

ข้อความบางประโยคควรเน้นให้ใหญ่ขึ้นเป็นตัวหนาขึ้น เพื่อดึงดูดความน่าสนใจรับหรืออาจเล่น โทนสีก็ได้ครับให้ออกมาสวยงามครับ” (สมชาย กิจแสง ไกล, สัมภาษณ์, 23 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2 กล่าวว่า “สีตัวอักษรและสี พื้นฐานมีความเหมาะสมดีค่ะ คุณารักเข้ากันดีกว่า ข้อเสนอแนะอาจมีการ Update เว็บไซต์โดยการ เปลี่ยนสีพื้นหลังเรื่อย ๆ จะทำให้ดูน่าสนใจและชวนติดตามขึ้นค่ะ” (อุบลวรรณ อมรปิยะศิริกุล, สัมภาษณ์, 28 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3 กล่าวว่า “สีหวานเหมาะกับ สินค้าหมอนผ้าห่มอยู่แล้ว สำหรับพื้นหลังก็ถือว่าดีอยู่แล้ว” (นิภาภรณ์ พลภา, สัมภาษณ์, 1 มิถุนายน 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4 กล่าวว่า “แถบ New products สี ของตัวอักษรมีความใกล้เคียงกัน อาจทำให้ดูยากสักหน่อย ควรเปลี่ยนให้มีความแตกต่างกันและให้ ดูสวยงาม” (สมภพ บัวภารังสี, สัมภาษณ์, 28 พฤษภาคม, 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 5 กล่าวว่า “สีสันสดใสไม่ กลมกลืนกลับแบบสีคกราว แต่หากมีการเน้นบางตัวอักษรจะช่วยดึงดูดความสนใจได้ดี” (วรปรัชญ์ บุญมี, สัมภาษณ์, 30 พฤษภาคม, 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 6 กล่าวว่า “ทั้งสีอักษรและพื้น หลัง โดยรวมถือว่า ดี อาจทำให้ตัวอักษรชื่อร้านด้านบน Head page ชัดเจนดีโดยการใส่สีรองพื้นอีกที หรืออาจทำโลโก้ร้านค้าเพื่อลูกค้าจดจำก็จะดี” (ไพลิน เปลี่ยนสีทอง, สัมภาษณ์, 31 พฤษภาคม, 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 7 กล่าวว่า “เหมาะสมแล้วค่ะ” (วัลภา ไคว่ฉนิ, สัมภาษณ์, 28 พฤษภาคม, 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 8 กล่าวว่า “อยากให้สีพื้นหลังดูฟ ลั่งพลังมากกว่านี้ เป็นสีฉูดฉาดสีเข้ม ๆ” (ณัทชา เต็มหนูช, สัมภาษณ์, 28 พฤษภาคม, 2559)

ผู้ให้สัมภาษณ์กลุ่มที่ 3 ผู้ที่เชี่ยวชาญในการออกแบบเว็บไซต์

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 9 กล่าวว่า “ก็ไม่ได้แยอะไรครับ ก็ symbol ดี สี Black ground ประมาณนี้ก็โอเคครับ ถ้าจะปรับสีตัวอักษรก็อาจเปลี่ยนเป็นสีน้ำเงิน เข้ม ๆ อีกนิด ให้มันดูตัดกัน” (ภัทวัฒน์ เสมอวงษ์, สัมภาษณ์, 30 พฤษภาคม, 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 10 วรวิทย์ ปิยะโภช กล่าวว่า “ในระดับนี้ก็ถือว่าดีครับ ถ้าพื้นหลังเป็นสีขาวมองแล้วสบายตา ต้องเอาใจ User ให้อ่านง่าย สบายตา ถ้าใส่ลูกเล่นมาก เว็บไซต์ก็จะหนักมาก เว็บก็จะโหลดช้า” (วรวิทย์ ปิยะโภช, สัมภาษณ์, 1

มิถุนายน 2559)

ตารางที่ 4-15 การวิเคราะห์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความเหมาะสมของสื่อตัวอักษร และสีพื้นหลัง ของผู้ให้สัมภาษณ์

คนที่	ชื่อ-นามสกุล	เหมาะสม	ไม่ เหมาะสม	ข้อเสนอแนะ
1	นายสมชาย กิจแสงไกล	✓		ใส่ลูกเล่นสำหรับ โทนสี
2	นางสาวอุบลวรรณ อมรปิยะศิริกุล	✓		Update เว็บไซต์โดย การเปลี่ยนสีพื้นหลัง เรื่อยๆ
3	นางสาวนิภาภรณ์ พลภา	✓		ไม่มีข้อเสนอแนะ
4	นายสมภพ บัวภารังสี		✓	เปลี่ยนสีแถบ New product ให้แตกต่าง เพื่อให้ดูเด่นและ สวยงาม
5	นายวรปรัชญ์ บุญมี		✓	การเน้นบางตัวอักษร จะช่วยดึงดูดความ สนใจได้
6	นางสาวไพลิน เปลี่ยนศรีทอง	✓		ใส่สีรองพื้นของชื่อ ร้าน หรืออาจทำโลโก้ ร้านค้าเพื่อลูกค้าจดจำ
7	นางสาววัลภา ใจ่วมฉวี	✓		ไม่มีข้อเสนอแนะ
8	นางสาวฉันทษา เต็มนุช		✓	เปลี่ยนเป็นสีจุดคาด สี เข้ม ๆ
9	นายภัทวัฒน์ เสมอวงษ์	✓		ปรับสีตัวอักษรก็อาจ เปลี่ยนเป็นสีน้ำเงิน เข้ม ๆ

ตารางที่ 4-15 (ต่อ)

คนที่	ชื่อ-นามสกุล	เหมาะสม	ไม่	ข้อเสนอแนะ
		เหมาะสม		
10	นายวรวิทย์ ปิยะโกษ	✓		ปรับเป็นพื้นหลังเป็นสีขาวจะทำให้มองเห็นสบายตา แต่ต้องพิจารณาความชอบของผู้เข้าชมเว็บไซต์ด้วย
ค่าเฉลี่ย		70%	30%	

6. ท่านมีความคิดเห็นต่อการใช้งานบนเว็บไซต์

6.1 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับความพึงพอใจในการเข้าชมเว็บไซต์ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร

ผู้ให้สัมภาษณ์กลุ่มที่ 1 ลูกจ้างจากเว็บไซต์

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1 กล่าวว่า “ดูสบายตาดี แต่ยังไม่รู้สึกเพลิดเพลินเท่าไร ข้อเสนอแนะควรทำวิดีโอแนะนำสินค้า รีวิวสินค้า มีเพลงประกอบมันน่าจะสนุกดีครับ” (สมชาย กิจแสงไกล, สัมภาษณ์, 23 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2 กล่าวว่า “สำหรับความเพลิดเพลินในการเข้าชมเว็บไซต์ก็ถือว่าใช้ได้อยู่ในระดับหนึ่ง ถ้าหากจะปรับให้มีความเพลิดเพลินขึ้น อาจจะมีการรีวิวสินค้า วิดีโอแนะนำสินค้าเพื่อรู้สึกเกิดความเพลิดเพลินขึ้นค่ะ” (อุบลวรรณ อมรปิยะสิริกุล, สัมภาษณ์, 28 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3 กล่าวว่า “ก็ถือว่ามีความเพลิดเพลินอยู่ในระดับหนึ่ง ในการเพิ่มเว็บไซต์เพื่อให้ผู้ชมเพลิดเพลินมากยิ่งขึ้น อาจมีการลงวิดีโอสินค้า รีวิว สินค้า หรือ อาจทำให้เว็บไซต์มีเสียงเพลงหรือเสียงดนตรี” (นิภาภรณ์ พลภา, สัมภาษณ์, 1 มิถุนายน 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4 กล่าวว่า “สำหรับความเพลิดเพลินถือว่ามีอยู่ในระดับหนึ่งจากรูปภาพสินค้าเพราะสินค้าน่ามีลักษณะน่ารัก ควรมี Q & A ทั่วไป เกี่ยวกับสินค้า เพื่อให้ลูกค้าได้ร่วมแสดงความคิดเห็น หรือเป็นการเล่นเกมส์” (สมภพ

บัวภารังสี, สัมภาษณ์, 28 พฤษภาคม, 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 5 กล่าวว่า “เว็บไซต์มีความสดใส สวยงาม ใช้งานง่าย ดึงดูดการซื้อได้เป็นอย่างดี” (วรปรัชญ์ บุญมี, สัมภาษณ์, 30 พฤษภาคม, 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 6 กล่าวว่า “ยังแบ่งกลุ่มสินค้าไม่ชัดเจนเท่าไร เว็บไซต์ บ่งบอกว่า ขายหมอนผ้าห่ม แต่ต้องดูไปเกือบทั้งหมด จึงรู้ว่า หมอนมีหลายหน้า ทั้งหมี่ ลิง ฮิปโป กระต่าย แต่ด้วยสีสัน ของตัวสินค้า ทำให้ดูเพิดเพลินดี ดังนั้นอาจมีการแยกประเภทสินค้าให้แสดงสินค้าหมอนผ้าห่มแบบเดียวกัน ให้อยู่ด้วยกัน” (ไพลิน เปลี่ยนสีทอง, สัมภาษณ์, 31 พฤษภาคม, 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 7 กล่าวว่า “ดูน่าสนใจดีค่ะ ควรเพิ่มรีวิวสินค้าจากลูกค้าลงไปในเว็บไซต์ด้วย อาจมีวิดีโอ แนะนำสินค้าจะทำให้รู้สึกเพิดเพลินมากยิ่งขึ้น” (วัลภา ไคว้มฉนิ, สัมภาษณ์, 28 พฤษภาคม, 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 8 กล่าวว่า “ก็มีความเพิดเพลินดี คือ เข้าไปแล้วอยากดูสินค้าหลาย ๆ รายการ” (ฉันทชา เต็มบุษ, สัมภาษณ์, 28 พฤษภาคม, 2559)

ผู้ให้สัมภาษณ์กลุ่มที่ 3 ผู้ที่เชี่ยวชาญในการออกแบบเว็บไซต์

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 9 กล่าวว่า “ยังไม่เพิดเพลินพอ ยังไม่เกิดการกระตุ้นให้ผมซื้อได้ อาจเป็นเป็นรูปถ่ายดารา หรือเน็ตไอดอล มาซื้อของร้านคุณแล้วมีภาพถ่ายมาลงอาจจะทำให้ผม เกิดการอยากซื้อได้ เช่น เด็กกำลังติดหนังเรื่อง ฮอร์โมน แล้วมีคุณสไปร์มาซื้อของร้านคุณ แล้วมีภาพถ่ายมาลงก็จะสามารถกระตุ้นให้เกิดการอยากซื้อได้” (ภัทวัฒน์ เสมอวงษ์, สัมภาษณ์, 30 พฤษภาคม, 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 10 กล่าวว่า “ก็ถือว่าโอเคในระดับหนึ่ง ในส่วนของ หน้า Home ควรมีการแนะนำสินค้าชนิดหนึ่ง แล้วเห็นสินค้าเรา ส่วนข้อมูลการติดต่อตัดออกไปไว้ใน About us เลย เอา New product ไปไว้ด้านบนเลย และอนาคตควรมีการใส่ผลิตภัณฑ์ให้หลากหลาย” (วรวิทย์ ปิยะ โภช, สัมภาษณ์, 1 มิถุนายน 2559)

ตารางที่ 4-16 การวิเคราะห์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความพึงพอใจในการเข้าชม
เว็บไซต์ ของผู้ให้สัมภาษณ์

คนที่	ชื่อ-นามสกุล	เหมาะสม	ไม่ เหมาะสม	ข้อเสนอแนะ
1	นายสมชาย กิจแสงไกล		✓	เพิ่มวิดีโอแนะนำ สินค้า รีวิวสินค้า
2	นางสาวอุบลวรรณ อมรปิยะศิริกุล	✓		เพิ่มวิดีโอแนะนำ สินค้า
3	นางสาวนิภาภรณ์ พลภา	✓		เพิ่มวิดีโอแนะนำ สินค้า
4	นายสมภพ บัวภารังสี	✓		ควรมี Q & A ทั่วไปเกี่ยวกับสินค้า เพื่อให้ลูกค้าได้ร่วม แสดงความคิดเห็น หรือเป็นการเล่นเกมส์
5	นายวรปรัชญ์ บุญมี	✓		ไม่มีข้อเสนอแนะ
6	นางสาวไพลิน เปลียนศรีทอง		✓	แยกสินค้าประเภท เดียวกันไว้ด้วย โดย ต่างกันในเรื่องสีของ สินค้า
7	นางสาววัลภา ไคว่มณี	✓		เพิ่มวิดีโอแนะนำ สินค้า
8	นางสาวณัฏชา เต็มนุช	✓		ไม่มีข้อเสนอแนะ
9	นายภัทวัฒน์ เสมอวงษ์	✓		อาจมีรูปถ่ายคารา หรือเน็ตไอดอล มาซื้อ ของที่ร้าน แล้วนำ ภาพถ่ายมาลงใน เว็บไซต์

ตารางที่ 4-16 (ต่อ)

คนที่	ชื่อ-นามสกุล	เหมาะสม	ไม่เหมาะสม	ข้อเสนอแนะ
10	นายวรวิทย์ ปิยะโกษ	✓		1.ปรับหน้า Home เป็นการนำสินค้าสั้น ๆ แล้วเห็นสินค้าที่ขายได้เลย 2.เอาข้อมูลด้านการติดต่อออกจากหน้า Home นำไปใส่ใน About us แทน
	ค่าเฉลี่ย	80%	20%	

6.2 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร

ผู้ให้สัมภาษณ์กลุ่มที่ 1 ลูกค้าจากเว็บไซต์

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1 กล่าวว่า “ผมมีความรู้สึกว่ามี ความน่าเชื่อถือกลาง ๆ ข้อเสนอแนะ ความน่าเชื่อถือคือปล่อยสินค้าถึงมือลูกค้าแล้วเก็บเงิน ปลายทาง มีภาพแสดงการได้รับสินค้าครับ” (สมชาย กิจแสงไกล, สัมภาษณ์, 23 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2 กล่าวว่า “ถ้ามองในเรื่องการ ให้ช่องทางการติดต่อถือว่าน่าเชื่อถือ เพราะมีเบอร์โทรศัพท์บ้าน และมีที่ตั้งร้านค้าแสดงอยู่ด้วย และควรเพิ่มความน่าเชื่อถือด้วยการจดโดเมนเนมให้เป็นคอตคอม” (อุบลวรรณ อมรปิยะศิริกุล, สัมภาษณ์, 28 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3 กล่าวว่า “สำหรับความ น่าเชื่อถือก็มีอยู่ในระดับหนึ่ง คือมีที่อยู่ มีเบอร์โทรติดต่อ ถ้าจะให้ น่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้นอาจเป็นการ ถ่ายรูปเจ้าของร้านกับสินค้า เพื่อแสดงตัวตน” (นิภาภรณ์ พลภา, สัมภาษณ์, 1 มิถุนายน 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4 กล่าวว่า “ถ้ามีรูปถ่ายของ ลูกค้าที่เคยซื้อของจากทางร้านไป จะดูน่าเชื่อถือกว่านี้” (สมภพ บัวภารังสี, สัมภาษณ์, 28 พฤษภาคม, 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 5 กล่าวว่า “ควรเพิ่มชื่อ หรือ รายละเอียดช่องทางการติดต่อ ให้มากกว่านี้เพื่อเพิ่มความมั่นใจให้กับลูกค้า” (วรปรัชญ์ บุญมี, สัมภาษณ์, 30 พฤษภาคม, 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 6 กล่าวว่า “มีความน่าเชื่อถือในระดับหนึ่ง เพราะมีการลงทะเบียน กับทาง Inw ทั้งนี้ ก็มีร้านบางส่วนใหญ่ที่ใช้เว็บไซต์ Inw จะลงทะเบียนถึงระดับสอง อาจทำให้เกิดการเปรียบเทียบ และในส่วนของเว็บบอร์ด ที่ยังไม่มีลูกค้ามาตั้งกระทู้เลย อาจทำให้บางคนข้องใจว่าขายได้บ้างหรือไม่ ทั้งนี้อาจใช้ช่องทางนี้ ในการแจ้งเลขพัสดุประจำวันก็ได้ จะได้ทำให้คนที่ผ่านมารู้ว่า เรามีการส่งของ มีการซื้อขายเกิดขึ้นจริง” (ไพลิน เปลี่ยนสีทอง, สัมภาษณ์, 31 พฤษภาคม, 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 7 กล่าวว่า “มีความน่าเชื่อถือ ค่ะ เนื่องจากมีหลายคนใช้เว็บนี้เช่นกันในการขายของค่ะ” (วัลภา ไคว้มณี, สัมภาษณ์, 28 พฤษภาคม, 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 8 กล่าวว่า “น่าจะมีประวัติ เจ้าของเว็บไซต์ ประวัติคนขายจะได้ดูน่าเชื่อถือกว่านี้” (ฉันทชา เต็มนุช, สัมภาษณ์, 28 พฤษภาคม, 2559)

ผู้ให้สัมภาษณ์กลุ่มที่ 3 ผู้ที่เชี่ยวชาญในการออกแบบเว็บไซต์

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 9 กล่าวว่า “อย่างหน้าแรกต้องปรับปรุงเยอะหน่อยนะ เพราะของมันดูจืดไปนิดนึง ก็เข้าใจว่าของเอามาจากจีน แต่เราทำให้มันดูเป็นแนวเกาหลีได้ เพราะว่าจิตวิทยาคนไทยมีค่านิยมไม่ดีต่อคนจีนเท่าไร แต่ดีกับคนเกาหลี พยายาม design ให้ออกมาเป็นเกาหลี” (ภทวัฒน์ เสมอวงษ์, สัมภาษณ์, 30 พฤษภาคม, 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 10 กล่าวว่า “ในส่วนนี้ ก็ถือว่าดูน่าเชื่อถืออยู่ในระดับหนึ่ง ในส่วนรูปภาพ ไม่ค่อยชัดเจน คำแนะนำก็คือ ควรทำให้ชัด อาจเซฟ (Save) เป็น .php ตั้งค่าขนาดให้อยู่ค่า” (วรวิทย์ ปิยะ โภช, สัมภาษณ์, 1 มิถุนายน 2559)

ตารางที่ 4-17 การวิเคราะห์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับน่าเชื่อถือของเว็บไซต์ ของผู้ให้สัมภาษณ์

คนที่	ชื่อ-นามสกุล	เหมาะสม		ข้อเสนอแนะ
		ไม่	เหมาะสม	
1	นายสมชาย กิจแสงไกล	✓		ควรมีภาพที่ลูกค้า

ตารางที่ 4-17 (ต่อ)

คนที่	ชื่อ-นามสกุล	เหมาะสม	ไม่ เหมาะสม	ข้อเสนอแนะ
				ได้รับสินค้าจริง ๆ มา แสดง
2	นางสาวอุบลวรรณ อมรปิยะศิริกุล	✓		จดโดเมนเนมของ เว็บไซต์
3	นางสาวนิภาภรณ์ พลภา	✓		การถ่ายรูปเจ้าของร้าน กับสินค้า เพื่อแสดง ตัวตน
4	นายสมภพ บัวภารังสี	✓		แสดงรูปถ่ายของลูกค้า ที่เคยซื้อของจากทาง ร้าน
5	นายวรปรัชญ์ บุญมี		✓	เพิ่มช่องทางการติดต่อ ให้มากกว่านี้
6	นางสาวไพลิน เปลี่ยนศรีทอง	✓		เพิ่มการลงทะเบียน ร้านค้ากับ Lawshop เป็นระดับสอง
7	นางสาววัลภา ไคว่มณี	✓		ไม่มีข้อเสนอแนะ
8	นางสาวณัฏชา เต็มนุช		✓	ควรมีประวัติเจ้าของ ร้านแสดงอยู่ด้วย
9	นายภัทวัฒน์ เสมอวงษ์		✓	พยายามออกแบบหน้า แรก ให้ออกมาเป็น แนวเกาหลี
10	นายวรวิทย์ ปิยะโกษ	✓		ควรทำภาพให้ชัด โดย เซฟเป็น .php และตั้ง ค่าขนาดให้อยู่ค่า
ค่าเฉลี่ย		60%	40%	

6.3 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับ Link ภายในเว็บไซต์ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร

ผู้ให้สัมภาษณ์กลุ่มที่ 1 ลูกค้ายกเว็บไซต์

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1 กล่าวว่า “ก็ได้อยู่แล้วครับ ข้อเสนอแนะผมคิดว่าตรงหน้าแรกควร Link ช่องทางติดต่อไปเลยครับ” (สมชาย กิจแสงไกล, สัมภาษณ์, 23 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2 กล่าวว่า “Link ภายในเว็บไซต์ก็ถือว่า Link ได้ถูกต้องดีนะ ใช้เวลาในการการแสดงผลไม่นาน ก็ใช้ได้ดีนะ” (อุบลวรรณ อมรปิยะสิริกุล, สัมภาษณ์, 28 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3 กล่าวว่า “Link ภายในเว็บไซต์ ถือว่าดีเพราะเมื่อกด Link สามารถไปยังที่ต่าง ๆ ได้ง่าย” (นิภาภรณ์ พลภา, สัมภาษณ์, 1 มิถุนายน 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4 กล่าวว่า “Link ภายในเว็บไซต์ถือว่ามี การเชื่อมโยงได้ตรงดีครับ” (สมภพ บัวภารังสี, สัมภาษณ์, 28 พฤษภาคม, 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 5 กล่าวว่า “ลิงค์ควรจะแนะนำช่องทางการขายอื่น ๆ ของร้าน เช่น อินสตาร์แกรม หรือเพจเฟซบุ๊ก หากมี” (วรปรัชญ์ บุญมี, สัมภาษณ์, 30 พฤษภาคม, 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 6 กล่าวว่า “Link shop smart ดูไม่อยู่ในหมวดหมู่เดียวกับสินค้าที่เราขาย หรือกลุ่มลูกค้าของเราเลย อาจแนะนำเป็น ร้านเครื่องสำอาง หรือ ร้านเสื้อผ้าคงดีกว่า” (ไพลิน เปลี่ยนสีทอง, สัมภาษณ์, 31 พฤษภาคม, 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 7 กล่าวว่า “Link ได้ง่ายนะ” (วัลภา ไคว้ฉวี, สัมภาษณ์, 28 พฤษภาคม, 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 8 กล่าวว่า “ไม่รกไปนะ มันอยู่ด้านล่าง ๆ ก็ไม่มีผลต่อสายตาเท่าไร” (ฉันทษา เต็มนุช, สัมภาษณ์, 28 พฤษภาคม, 2559)

ผู้ให้สัมภาษณ์กลุ่มที่ 3 ผู้ที่เชี่ยวชาญในการออกแบบเว็บไซต์

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 9 กล่าวว่า “ตัวลิงค์ เฟสบุ๊คแฟนเพจควรที่จะทำให้คนคลิกแล้วไปที่หน้าเฟสบุ๊คแฟนเพจเลย ไม่ใช่มา Coppy ไปวางในเบราว์เซอร์ แล้วเ็นเทอร์คูมันจะทำให้เค้าไม่อยากจะกดเพราะมันจะเป็นหลายขั้นตอน ดังนั้นถ้าเราเอามาใส่หน้าแรกแล้ว ก็ควรจะทำให้กดแล้วไปได้เลย เพราะมันจะทำให้เกิดประสบการณ์ในการใช้ที่ดีครับ อย่าง Line id อาจจะทำให้กดแล้ว ไปยัง Line@ ได้เลย ส่วน E-mail ไม่ต้องใส่ก็ได้ในหน้าแรก

เพราะคนไม่ค่อยได้ใช้ติดต่อเท่าไร อย่างเบอร์นี้ครับถ้าทำแบบกดแล้วโทรออกได้เลย ก็จะดีมากครับ”

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 10 วรวิทย์ ปิยะโกษ กล่าวว่า “ส่วน Link ก็ควรให้ตรงกับสิ่งที่ต้องการจะ Link ตัว Link ใน Web เรายังเราก็ต้องมี Key word เข้ามาใน URL ด้วย เพื่อช่วยในเรื่องการทำ SEO” (วรวิทย์ ปิยะโกษ, สัมภาษณ์, 1มิถุนายน 2559)

ตารางที่ 4-18 การวิเคราะห์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับ Link ภายในเว็บไซต์ของผู้ให้สัมภาษณ์

คนที่	ชื่อ-นามสกุล	เหมาะสม	ไม่เหมาะสม	ข้อเสนอแนะ
1	นายสมชาย กิจแสงไกล	✓		ในหน้าแรกควร Link ช่องทางการติดต่อ
2	นางสาวอุบลวรรณ อมรปิยะสิริกุล	✓		ไม่มีข้อเสนอแนะ
3	นางสาวนิภาภรณ์ พลภา	✓		ไม่มีข้อเสนอแนะ
4	นายสมภพ บัวภารังสี	✓		ไม่มีข้อเสนอแนะ
5	นายวรปรัชญ์ บุญมี		✓	ควรใส่ลิงค์ช่องทางการขายอื่น ๆ ที่มีด้วย เช่น อินสตาร์แกรม หรือเพจเฟซบุ๊ก
6	นางสาวไพลิน เปลี้นศรีทอง		✓	ควรลิงค์เว็บไซต์เป็นร้านเครื่องสำอาง หรือร้านเสื้อผ้า
7	นางสาววัลภา ไคว่มณี	✓		ไม่มีข้อเสนอแนะ
8	นางสาวฉัทธา เต็มหนูช	✓		ไม่มีข้อเสนอแนะ
9	นายภัทวัฒน์ เสมอวงษ์		✓	ควรใส่ลิงค์แฟนเพจไปเลย และเปลี่ยนไลน์ไอดี จากไลน์ส่วนตัว เป็นไลน์แอด

ตารางที่ 4-18 (ต่อ)

คนที่	ชื่อ-นามสกุล	เหมาะสม	ไม่เหมาะสม	ข้อเสนอแนะ
10	นายวรวิทย์ ปิยะโกช	✓		ควรใส่ Key word เข้าไป ใน URL ด้วย เพื่อช่วยในเรื่องการทำ SEO
ค่าเฉลี่ย		70%	30%	

7. ท่านมีข้อเสนอแนะในการพัฒนาและปรับปรุงเพิ่มเติมในส่วนอื่น ๆ อย่างไร
ผู้ให้สัมภาษณ์กลุ่มที่ 1 ลูกค้ายกจากเว็บไซต์

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1 กล่าวว่า “การพัฒนาเพิ่มเติม น่าจะเป็น ควรทำโลโก้ร้านครบเพื่อให้เป็นที่จดจำแก่ ลูกค้า เพิ่มวิดีโอเกี่ยวกับสินค้าลงไปในหน้าแรก มีการเชิญชวนให้ลูกค้าร่วมสนุกครับ” (สมชาย กิจแสงไกล, สัมภาษณ์, 23 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2 กล่าวว่า “สิ่งอยากเสนอเพิ่มเติม อาจเป็นเรื่องของรูปภาพที่แสดงบนเว็บไซต์ ควรเพิ่มรูปภาพเกี่ยวกับการนำสินค้าไปใช้ประโยชน์อะไรได้บ้างในหลาย ๆ แง่มุม เช่น ภาพการมอบตุ๊กตาหมอนผ้าห่มเป็นของขวัญ เพื่อให้คนที่เข้ามาชมภายในเว็บไซต์เกิดความประทับใจ เพิ่มวิดีโอแนะนำสินค้า รีวิว สินค้าเพิ่ม ละ”

(อุบลวรรณ อมรปิยะศิริกุล, สัมภาษณ์, 28 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3 กล่าวว่า “สำหรับข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ควรจัดป้ายโปรโมชั่นสินค้าเพื่อให้ ลูกค้าสนใจ เพิ่ม tag และ Keywords ในสินค้าให้มากกว่านี้” (นิภาภรณ์ พลภา, สัมภาษณ์, 1 มิถุนายน 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4 กล่าวว่า “ควรใช้เนื้อหาการรีวิวสินค้า ภาพถ่ายของลูกค้าที่ได้รับสินค้าจากร้านเราจริง ๆ เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือให้แก่เว็บไซต์ได้อีกด้วยครับ สำหรับส่วนของ New product ใหม่ ๆ ควรมีสีที่สดใสเด่นกว่าส่วนอื่น ๆ ครับ” (สมภพ บัวภรณ์, สัมภาษณ์, 28 พฤษภาคม, 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 5 กล่าวว่า “ควรมีการจัดโปรโมชั่นสินค้าภายในเว็บไซต์ ควรมีการเปลี่ยนภาพ Head page เรื่อย ๆ เพื่อสร้างความแปลกใหม่และความน่าสนใจให้กับเว็บไซต์ น่าจะมีวิดีโอแนะนำการใช้สินค้า ถ้ามีภาพถ่ายคนคู่กับหมอนก็จะ

ทำให้เกิดความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น” (วรปรัชญ์ บุญมี, สัมภาษณ์, 30 พฤษภาคม, 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 6 กล่าวว่า “เพิ่มช่องทางการชำระเงินให้หลากหลายขึ้น มากกว่า 1 แบนก์ จัดเรียงหมวดหมู่ของสินค้าใหม่ โดยแยกตามประเภทของหมอน ทำการเพิ่มวิดีโอแนะนำสินค้า มีรูปของลูกค้าถ่ายคู่กับหมอนเพื่อให้ดูว่า สามารถซื้อของแล้วได้ของจริง ๆ” (ไพลิน เปลี่ยนสีทอง, สัมภาษณ์, 31 พฤษภาคม, 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 7 กล่าวว่า “ทำ Key word ให้หลากหลายเพื่อจะสามารถทำ SEO ได้ ทำการจดโดเมนเนมให้เป็นดอทคอม ลงทะเบียนกับเว็บไซต์ให้เป็นระดับ 2 ขึ้นไปเพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือ” (วัลภา ไคว่มณี, สัมภาษณ์, 28 พฤษภาคม, 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 8 กล่าวว่า “อยากให้ปรับสีให้ดูฉลาดและสดใสมากกว่านี้” (ณัฏชา เต็มหนู, สัมภาษณ์, 28 พฤษภาคม, 2559)

ผู้ให้สัมภาษณ์กลุ่มที่ 3 ผู้ที่เชี่ยวชาญในการออกแบบเว็บไซต์

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 9 กล่าวว่า “ก็เป็นอย่างผมพูดมาเกือบทั้งหมดนะ ถ้าปรับปรุงเพิ่มผมว่าน่าจะเป็น ส่วนของเนื้อหา ก่อน คือ ต้องเข้าใจพฤติกรรม การซื้อก่อนนะ การซื้อของออนไลน์เนี่ยคนจะซื้อเนื้อหา ก่อน ถึงแม้ว่าคุณจะปรับปรุงเว็บไซต์ให้ใช้งานอย่างไร แต่ถ้าเนื้อหา ยังไม่โดนอะไ่ก็ยังไม่ซื้อ ข้อต่อไปก็คือ ความน่าเชื่อถือ ถามว่าน่าเชื่อถืออย่างไร ก็คือการทำให้คนเชื่อว่าคนมีตัวตนจริง ๆ เพียงเปลี่ยนจาก โลกออฟไลน์ มาเป็นออนไลน์แทน เช่น หากคนที่เค้าซื้อของคุณให้เค้ามารีวิวลงในเฟซบุ๊ก แล้วก็คอปหน้าจอลงในเว็บไซต์ด้วย หรือ ง่าย ๆ ก็หาเพื่อนมา Tie in ถ่ายรูปคู่กับหมอนคุณ ถือป้ายชื่อ เว็บไซต์คุณ หรือ คุณอาจจะ Tie in ตัวเองก็ได้ ก็ได้ถ่ายรูปคู่กับหมอนคุณถือบัตรประชาชน มีการบังเลขบัตรประชาชนก็จะทำให้รู้สึก ว่าน่าเชื่อถือและมีตัวตน” (ภทวัฒน์ เสมอวงษ์, สัมภาษณ์, 30 พฤษภาคม, 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 10 กล่าวว่า “การแนะนำเพิ่ม คัดรูปในหน้า Home ออกไปเพิ่มไว้ในบทความดีกว่า ทำให้เห็นสินค้าไปเลย และนำสินค้ามาใหม่ โดยเรียงลำดับสินค้า เรียงตามระดับ Volume ที่ขายดี แนะนำว่าเว็บไซต์ใหม่ก็อาจจะ มีซัก 3-6 ชั้น การ Lay out ลือคลุกค้าให้อยู่” (วรวิทย์ ปิยะโกษ, สัมภาษณ์, 1 มิถุนายน 2559)

ตารางที่ 4-19 ความคิดข้อเสนอแนะเพิ่มเติมต่อเว็บไซต์ Sweetdream287.lnwshop.com ของผู้ให้สัมภาษณ์

คนที่	ชื่อ-นามสกุล	ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
1	นายสมชาย กิจแสงไกล	ควรทำโลโก้ร้าน เพิ่มวิดีโอแนะนำสินค้าและชวนลูกค้าให้ร่วมสนุกกับทางร้านค้า
2	นางสาวอุบลวรรณ อมรปิยะศิริกุล	รูปภาพที่แสดงบนเว็บไซต์ ควรเพิ่มรูปภาพเกี่ยวกับการนำสินค้าไปใช้ประโยชน์อะไรได้บ้างในหลาย ๆ แง่มุม เช่น ภาพการมอบตุ๊กตาหมอนผ้าห่มเป็นของขวัญ
3	นางสาวนิภาภรณ์ พลภา	ควรจัดป้ายโปรโมชั่นสินค้าเพื่อให้ลูกค้าสนใจเพิ่ม Tag และ Keywords ในสินค้าให้มากกว่านี้
4	นายสมภพ บัวภารังสี	ควรใช้เนื้อหาการรีวิวสินค้า ภาพถ่ายของลูกค้าที่ได้รับสินค้าจากร้านเราจริง ๆ เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือให้แก่เว็บไซต์
5	นายวรปรัชญ์ บุญมี	ควรมีการจัดโปรโมชั่นสินค้าภายในเว็บไซต์ ควรมีการเปลี่ยนภาพ Head page เรื่อย ๆ เพื่อสร้างความแปลกใหม่และความน่าสนใจให้กับเว็บไซต์ น่าจะมีวิดีโอแนะนำการใช้สินค้า ถ้ามีภาพถ่ายคนคู่กับหมอนก็จะทำให้เกิดความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น
6	นางสาวไพลิน เปลี่ยนศรีทอง	เพิ่มช่องทางการชำระเงินให้หลากหลายขึ้นมากกว่า 1 แบบค์ จัดเรียงหมวดหมู่ของสินค้าใหม่ โดยแยกตามประเภทของหมอน ทำการเพิ่มวิดีโอแนะนำสินค้า มีรูปของลูกค้าถ่ายคู่กับหมอนเพื่อให้ดูว่า สามารถซื้อของแล้วได้ของจริง ๆ
7	นางสาววัลภา ใควมณี	ทำ Key word ให้หลากหลายเพื่อจะสามารถทำ SEO ได้ ทำการจดโดเมนเนมให้เป็นดอทคอม ลงทะเบียนกับเว็บไซต์ ให้เป็นระดับ 2 ขึ้นไป

ตารางที่ 4-19 (ต่อ)

คนที่	ชื่อ-นามสกุล	ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
8	นางสาวนัทธา เต็มนุช	เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือ
9	นายภัทวัฒน์ เสมอวงษ์	อยากให้ปรับสีให้ดูฉลาดและสดใสมากกว่านี้ ปรับปรุงเนื้อหาในเว็บไซต์เพื่อให้โดนใจผู้เข้าชมและสร้างความน่าเชื่อถือให้กับเว็บไซต์ โดยการทำให้คนเชื่อว่าผู้ชายมีตัวตนจริง ๆ เพียงเปลี่ยนจากโลกออฟไลน์มาเป็นออนไลน์แทน เช่น หากคนที่ซื้อจากทางเว็บไซต์แล้วให้ลูกค้าช่วยลงรีวิวในเฟสบุ๊ก จากนั้นทำการคอปหน้าจอลงในเว็บไซต์ด้วย หรือหาเพื่อนมา Tie in ถ้ารูปคู่กับหมอน โดยถือป้ายชื่อ เว็บไซต์ เจ้าของเว็บไซต์อาจจะ Tie in ตัวเองก็ได้โดยการถ่ายรูปคู่กับหมอนที่ขายและถือบัตรประชาชน
10	นายวรวิทย์ ปิยะ โภช	ตัดรูปในหน้า Home ออกไปเพิ่มไว้ในบทความ โดยทำให้เห็นสินค้าไปเลย การแนะนำสินค้ามาใหม่ โดยการเรียงลำดับสินค้าตามระดับยอดขายที่ขายดี แนะนำว่าเว็บไซต์ใหม่ก็อาจจะมีซัก 3-6 ชั้น ทำการ Lay out ล้อคลุกค้าให้อยู่

ตารางที่ 4-20 การวิเคราะห์ที่เกี่ยวกับความคิดข้อเสนอแนะเพิ่มเติมต่อเว็บไซต์ Sweetdream287.lnwshop.com ของผู้ให้สัมภาษณ์

ลำดับ ที่	ชื่อ-นามสกุล	ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม										
		โลโก้ ร้านค้า	วิดีโอ แนะนำ สินค้า	รูปภาพ ประโยชน์ สินค้า	รูปภาพ การรีวิว สินค้า	ป้าย โปร โมชั่น	เพิ่มคำ ค้นหา / จด โดเมน เนม	เพิ่มช่อง ทางการ ชำระ เงิน	แยก รูปภาพ สินค้า ตาม หมวด หมู่	ลง ทะเบียน เว็บไซต์	สีพื้น หลัง	
1	นายสมชาย กิจแสงไกล	✓	✓									
2	นางสาวอุบลวรรณ อมรปิยะศิริกุล			✓								
3	นางสาวนิภาภรณ์ พลภา					✓	✓					
4	นายสมภพ บัวภารังสี				✓							
5	นายวรปรัชญ์ บุญมี		✓	✓	✓	✓						
6	นางสาวไพลิน เปลี่ยนศรีทอง				✓			✓		✓		

ตารางที่ 4-20 (ต่อ)

ลำดับ ที่	ชื่อ-นามสกุล	ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม									
		โลโก้ ร้านค้า	วิดีโอ แนะนำ สินค้า	รูปภาพ ประโยชน์ สินค้า	รูปภาพ การรีวิว สินค้า	ป้าย โปร โมชั่น	เพิ่มคำ ค้นหา / จด โดเมน เนม	เพิ่มช่อง ทางการ ชำระ เงิน	แยก รูปภาพ สินค้า ตาม หมวด หมู่	ลง ทะเบียน เว็บไซต์	สีพื้น หลัง
7	นางสาววัลภา ไคว่มณี						✓			✓	
8	นางสาวณัทชา เต็มนุช										✓
9	นายภัทวัฒน์ เสมอวงษ์			✓							
10	นายวรวิทย์ ปิยะโกช									✓	
	ค่าเฉลี่ย	10%	20%	30%	30%	20%	20%	10%	10%	20%	10%

ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ให้สัมภาษณ์กลุ่มที่ 2 ถูกค้ำจากเฟสบุ๊คแฟนเพจ

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1 กล่าวว่า “ดิฉันชื่อนางสาวสุนทรีย์ พลภา อายุ 20 ปี กำลังศึกษาปริญญาตรี ปีที่1 คณะการจัดการการท่องเที่ยว ม.บูรพา สถานะภาพ โสด อาชีพ นักศึกษา ประสบการณ์การซื้อขายสินค้าออนไลน์ เคยซื้อของออนไลน์ผ่าน อินสตาแกรม (Instagram), เฟสบุ๊ค (Facebook), ลาซาด้า (Lazada) สินค้าที่ซื้อเป็นพวกกระเป๋า รองเท้าคะ” (สุนทรีย์ พลภา, สัมภาษณ์, 22 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2 กล่าวว่า “ผมชื่อนายสมศักดิ์ พลภา อายุ 21 ปี การศึกษา ม.6 สถานะภาพ โสด อาชีพพนักงานบริษัท ประสบการณ์การซื้อขายสินค้าออนไลน์ เคยซื้อสินค้าผ่าน ลาซาด้า (Lazada) พกสายชาร์ตโทรศัพท์ หูฟัง ซื้อผ่าน Website Bluedog เป็นเสื้อผ้าแบรนด์ ชื่ออะไหล่รถมอเตอร์ไซด์จาก Web kaidee เคยซื้อผ่าน เฟสบุ๊ค (Facebook) เป็น รองเท้า” (สมศักดิ์ พลภา, สัมภาษณ์, 22 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3 กล่าวว่า “ดิฉันชื่อ นางสาวนพรัตน์ สุขสำราญ อายุ 25 ปี การศึกษา กำลังศึกษาปริญญาโท สถานะภาพ โสด อาชีพ นักศึกษา ประสบการณ์การซื้อขายสินค้าออนไลน์ 3ปี ซื้อเสื้อผ้าผ่านเฟสบุ๊คและไลน์” (นพรัตน์ สุขสำราญ, สัมภาษณ์, 30 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4 กล่าวว่า “ผมชื่อ นาย ปณวัช พรหมดี อายุ 39 ปี การศึกษา ปริญญาโท สถานะภาพ สมรส อาชีพ พนักงานบริษัท ประสบการณ์การซื้อขายสินค้าออนไลน์ เคยซื้อของจาก ลาซาด้า (Lazada) ครับ” (ปณวัช พรหมดี, สัมภาษณ์, 30 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 5 กล่าวว่า “ดิฉันชื่อ นางสาวขวัญศรี จามจรี อายุ 27 ปี การศึกษา ปริญญาตรี สถานะภาพ โสด อาชีพ ล่ามภาษาญี่ปุ่น ประสบการณ์การซื้อขายสินค้าออนไลน์ เคยซื้อของออนไลน์ เช่น เจลเขียนคิ้ว กระเป๋า เสื้อผ้า ส่วนใหญ่จะซื้อผ่านแฟนเพจคะ” (ขวัญศรี จามจรี, สัมภาษณ์, 3 มิถุนายน 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 6 กล่าวว่า “ผมชื่อ สิทธิชัย เจริญสุข อายุ 34 ปี การศึกษา ปวช สถานะภาพ โสด อาชีพ ธุรกิจส่วนตัว ประสบการณ์การซื้อขายสินค้าออนไลน์ เคยซื้อสินค้าออนไลน์ เช่น สินค้าอะไหล่รถยนต์ ส่วนใหญ่จะซื้อผ่าน เฟสบุ๊คครับ” (สิทธิชัย เจริญสุข, สัมภาษณ์, 3 มิถุนายน 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 7 กล่าวว่า “ผมชื่อ นายวรพงษ์ เทียนทอง อายุ 34 ปี การศึกษา ปวช สถานะภาพ สมรส อาชีพ ทหารเรือ ประสบการณ์การซื้อขายสินค้า

ออนไลน์ เคยซื้อสินค้าอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ เช่น กล้องติดรถยนต์ผ่านทางเฟสบุ๊กครับ”

(นายวรพงศ์ เทียนทอง, สัมภาษณ์, 6 มิถุนายน 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 8 กล่าวว่า

“ดิฉันชื่อ นางสาวกมลรัตน์ ทัดสะวอน อายุ 24 ปี การศึกษาปวช สถานะภาพ สมรส อาชีพพนักงาน
โรงงาน ประสบการณ์การซื้อสินค้าออนไลน์ เคยซื้อครีม ชื่อของใช้จากเฟสบุ๊ก”

(กมลรัตน์ ทัดสะวอน, สัมภาษณ์, 6 มิถุนายน 2559)

ผู้ให้สัมภาษณ์กลุ่มที่ 4 ผู้ที่เชี่ยวชาญในการออกแบบเฟสบุ๊กแฟนเพจ

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 9 กล่าวว่า

“ดิฉันชื่อ กนกวรรณ สาสัก อายุ 30 ปี เพศ หญิง การศึกษาและสาขาที่จบ วิศวกรรมคอมพิวเตอร์ ที่
ราชมงคล ล้านนา เชียงใหม่ค่ะ ประสบการณ์ออกแบบเฟสบุ๊กแฟนเพจ มีประสบการณ์ในการ
ออกแบบกราฟฟิก ที่บริษัท โฟร์เอ็กซ์ตรีม จำกัด ประมาณ 6 ปีค่ะ” (กนกวรรณ สาสัก, สัมภาษณ์, 10
มิถุนายน 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 10 กล่าวว่า

“ผมชื่อ ภาคภูมิ วงศ์นำลักษณ์ อายุ 39 ปี การศึกษาและสาขาที่จบ วิศวกรรมอิเล็กทรอนิกส์ สถาบัน
เทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ประสบการณ์ออกแบบเฟสบุ๊กแฟนเพจ 6 ปี ส่วน
ที่ออกแบบแฟนเพจ จะครอบคลุมสินค้าทุกประเภท” (ภาคภูมิ วงศ์นำลักษณ์, สัมภาษณ์, 10

มิถุนายน 2559)

ตารางที่ 4-21 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

คนที่	ชื่อ-นามสกุล	อายุ	เพศ	การศึกษา	สถานะภาพ	อาชีพ	ประสบการณ์การซื้อขายสินค้าออนไลน์ / ประสบการณ์ในการออกแบบเฟสบุ๊คแฟนเพจ
1	นางสาวสุนทรีย์ พลเกา	20	หญิง	มัธยม 6	โสด	นักศึกษา	เคยซื้อผ่านทางอินสตาร์แกรม เฟสบุ๊ค เว็บไซต์
2	นายสมศักดิ์ พลเกา	21	ชาย	มัธยม 6	โสด	พนักงาน โรงงาน	เคยซื้อผ่านทางเฟสบุ๊ค เว็บไซต์
3	นางสาวนพรัตน์ สุขสำราญ	25	หญิง	ปริญญาตรี	โสด	นักศึกษา	เคยซื้อผ่านทางเฟสบุ๊คและไลน์
4	นายปณวัช พรหมดี	39	ชาย	ปริญญาโท	สมรส	พนักงาน บริษัท	เคยซื้อผ่านทางเว็บไซต์
5	นางสาวขวัญศรี จามจรี	27	หญิง	ปริญญาตรี	โสด	ล่าม ภาษาญี่ปุ่น	เคยซื้อผ่านทางเฟสบุ๊ค
6	นายสิทธิชัย เจริญสุข	34	ชาย	ปวช	โสด	ธุรกิจส่วนตัว	เคยซื้อผ่านทางเฟสบุ๊ค
7	นายวรพงศ์ เทียนทอง	33	ชาย	ปวช	สมรส	ทหาร	เคยซื้อผ่านทางเฟสบุ๊ค
8	นางสาวกมลรัตน์ ทัตสะวอน	24	หญิง	ปวช	สมรส	พนักงาน โรงงาน	เคยซื้อผ่านทางเฟสบุ๊ค

ตารางที่ 4-21 (ต่อ)

คนที่	ชื่อ-นามสกุล	อายุ	เพศ	การศึกษา	สถานะภาพ	อาชีพ	ประสบการณ์การซื้อขายออนไลน์ / ประสบการณ์ในการออกแบบเฟสบุ๊คแฟนเพจ
9	นางสาวกนกวรรณ สาสัก	30	หญิง	ปริญญาตรี วิศวกรรม คอมพิวเตอร์ ราชมงคล ล้านนา	โสด	ออกแบบ กราฟฟิก บริษัท โฟร์ เอ็กซ์ตรีม จำกัด	การออกแบบกราฟฟิก ที่บริษัท โฟร์เอ็กซ์ตรีม จำกัด ประมาณ 6 ปี
10	นายภาคภูมิ วงศ์นำลักษณะ	39	ชาย	วิศวกรรม อิเล็กทรอนิกส์ สถาบันพระ จอมเกล้าเจ้าคุณ ทหาร ลาดกระบัง	สมรส	ออกแบบ เว็บไซต์และ แฟนเพจ ไอคิวทีอิเล็กทรอนิกส์ ดีไซน์ จำกัด	ออกแบบเฟสบุ๊คแฟนเพจ 6 ปี
ค่าเฉลี่ย		29.2					

ส่วนที่ 2 แนวคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบปัจจุบันและข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาปรับปรุงเฟสบุ๊คแฟนเพจ Blanketspillows.sweetdream

1. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับชื่อของเฟสบุ๊คแฟนเพจ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร

ผู้ให้สัมภาษณ์กลุ่มที่ 2 ลูกค้าจากเฟสบุ๊คแฟนเพจ

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1 กล่าวว่า “ชื่อของเฟสบุ๊คนำเสนอได้ตรงกับสินค้าอยู่แล้ว ควรใช้ชื่อนี้ เพราะว่าเป็นชื่อที่ตรงกับสินค้าอยู่แล้ว” (สุนทรีย์ พลภา, สัมภาษณ์, 22 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2 กล่าวว่า “ชื่อของเฟสบุ๊คตรงกับสินค้าที่ขาย ข้อเสนอแนะไม่มี” (สมศักดิ์ พลภา, สัมภาษณ์, 22 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3 กล่าวว่า “ชื่อของเฟสบุ๊คควรสั้นกะทัดรัด ได้ใจความสำคัญ ข้อเสนอแนะควรนำเสนอชื่อด้วยรูปภาพหรือทำเป็น โลโก้จะดีกว่า” (นพรัตน์ สุขสำราญ, สัมภาษณ์, 30 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4 กล่าวว่า “กลุ่มเป้าหมายเป็นคนกลุ่มไหน ถึงจะทราบว่าจะเหมาะหรือไม่ น่าจะนำจุดเด่นของสินค้ามาตั้งเป็นชื่อและให้ง่ายต่อการค้นหา เช่น ตุ๊กตาหมอนผ้าห่ม” (ปณวิษ พรหมดี, สัมภาษณ์, 30 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 5 กล่าวว่า “คิดว่าส่วนนี้ชื่อนี้ดูโอเค แล้วเหมาะสมกับชื่อนี้ค่ะ เพราะง่ายต่อการค้นหา ข้อเสนอแนะไม่มีค่ะ” (ขวัญศรี จามจรี, สัมภาษณ์, 3 มิถุนายน 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 6 กล่าวว่า “ชื่อตุ๊กตาหมอนผ้าห่มมันก็ดี และตรงตัว แต่ชื่อตุ๊กตาหมอนผ้าห่มมันเหมือนเป็นการแยกขาย ถ้าไม่ได้ไปกดดู แต่โดยรวมแล้วมันก็ตรงตัวดีครับ” (สิทธิชัย เจริญสุข, สัมภาษณ์, 3 มิถุนายน 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 7 กล่าวว่า “ชื่อก็ดีครับดูเข้ากับสินค้าดีครับ เพราะเราขายหมอนก็สามารถสื่อออกมาถึงประโยชน์ของหมอนได้” (นายวรพงศ์ เทียนทอง, สัมภาษณ์, 6 มิถุนายน 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 8 กล่าวว่า “ชื่อก็ดีแล้ว เป็นตุ๊กตาหมอน และก็เป็นเหมือนยี่ห้อ Sweetdream” (กมลรัตน์ ทัดสะวอน, สัมภาษณ์, 6 มิถุนายน 2559)

ผู้ให้สัมภาษณ์กลุ่มที่ 4 ผู้ที่เชี่ยวชาญในการออกแบบเฟสบุ๊คแฟนเพจ

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 9 กล่าวว่า “ชื่อตอนนี้นี้ก็ดูโอเคเท่าที่เห็น แต่สำหรับตัวแบรนด์ Sweetdream นั้นยังไม่เด่นพอ ควรจะทำแบรนด์ให้เด่นเพื่อให้คนที่

พบเห็นเกิดการจดจำค่ะ” (กนกวรรณ สาสัก, สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 10 กล่าวว่า “ชื่อเฟสบุ๊กที่ตั้งไว้มันก็ใช้ได้ แต่ชื่อ URL มันยาวไป แต่ถ้าต้องการจะสื่อว่าเป็นแบรนด์ของเรา ก็อาจจะต้องใช้ชื่อนี้สำหรับการที่ต้องการให้หาเราเจอก็ต้องมาคู่ที่ Key words ที่จะบรรยายไปในสินค้า” (ภาคภูมิ วงศ์นาลักษณ์, สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2559)

ตารางที่ 4-22 การวิเคราะห์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับชื่อของเฟสบุ๊กแฟนเพจ ของผู้ให้สัมภาษณ์

คนที่	ชื่อ-นามสกุล	เหมาะสม	ไม่เหมาะสม	ข้อเสนอแนะ
1	นางสาวสุนทรีย์ พลภา	✓		ไม่มีข้อเสนอแนะ
2	นายสมศักดิ์ พลภา	✓		ไม่มีข้อเสนอแนะ
3	นางสาวนพรัตน์ สุขสำราญ		✓	ควรทำชื่อให้สั้น เปลี่ยนเป็นโลโก้แทน
4	นายปณวัช พรหมดี		✓	ตั้งเป็นชื่อและให้ง่าย ต่อการค้นหา เช่น ตุ๊กตาหมอนผ้าห่ม
5	นางสาวขวัญศรี จามจรี	✓		ไม่มีข้อเสนอแนะ
6	นายสิทธิชัย เจริญสุข	✓		ไม่มีข้อเสนอแนะ
7	นายวรพงศ์ เทียนทอง	✓		ไม่มีข้อเสนอแนะ
8	นางสาวกมลรัตน์ ทัดสะวอน	✓		ไม่มีข้อเสนอแนะ
9	นางสาวกนกวรรณ สาสัก	✓		ควรทำแบรนด์ Sweetdream ให้ดูเด่น
10	นายภาคภูมิ วงศ์นาลักษณ์	✓		พิจารณา Key words ที่ จะบรรยายไปในสินค้า
ค่าเฉลี่ย		80%	20%	

2. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับรูปภาพประจำตัว ของเฟสบุ๊กแฟนเพจ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร

ผู้ให้สัมภาษณ์กลุ่มที่ 2 ลูกค้าจากเฟสบุ๊กแฟนเพจ

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1 กล่าวว่า “คิดว่าควรเปลี่ยนรูปภาพประจำตัวเป็นรูปสินค้าเรื่อย ๆ ทุก ๆ สัปดาห์ก็ได้ เพื่อให้เห็นถึงสินค้าใหม่ ๆ” (สุนทรีย์ พลภา, สัมภาษณ์, 22 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2 กล่าวว่า “รูปภาพประจำตัวควรเปลี่ยนเพราะว่าไม่ควรไปคัดลอกของคนอื่นมา ควรเปลี่ยนเป็นเจ้าของถ่ายภาพกับสินค้าของตัวเอง ควรเปลี่ยนรูปภาพประจำตัวเรื่อย ๆ” (สมศักดิ์ พลภา, สัมภาษณ์, 22 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3 กล่าวว่า “รูปภาพประจำตัวนั้น น่าสนใจ ควรที่เป็นเจ้าของเฟสบุ๊กแฟนเพจมาถ่ายรูปเองจะดีกว่า” (นพรัตน์ สุขสำราญ, สัมภาษณ์, 30 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4 กล่าวว่า “น่าจะเลือกตัวสินค้าสักตัวที่ดูดีมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวน่าจะจดจำมาทำเป็นรูปโลโก้ประจำตัวน่าจะดีกว่า เหมือนอย่างที่คุณญี่ปุ่นจดจำ หมี่คุมมะงได้กันทั้งประเทศครับ” (ปณวัช พรหมดี, สัมภาษณ์, 30 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 5 กล่าวว่า “รูปภาพก็น่ารักดีเข้ากับ Concept ที่ตั้งชื่ออยู่ แบบนี้ก็ตอบ โจทย์คนที่เข้ามาดูอะ ด้วยชื่อและรูปภาพอะละ” (ขวัญศรี จามจรี, สัมภาษณ์, 3 มิถุนายน 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 6 กล่าวว่า “จากรูปหน้าเพจที่มองเห็นเหมือนเป็นตุ๊กตากะหมอน ไม่มีลักษณะของผ้าห่ม ควรเปลี่ยนเป็นคนถ่ายคู่กับตุ๊กตาและมีผ้าห่มหรือตุ๊กตาวางบนผ้าห่ม” (สิทธิชัย เจริญสุข, สัมภาษณ์, 3 มิถุนายน 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 7 กล่าวว่า “ก็น่ารักดีครับ แต่ข้อเสนอแนะก็คือ ควรให้เด็กผู้หญิงเอาผ้าออกมาห่มด้วย จะได้ว่า หมอนนี้เป็นทั้งหมอนและผ้าห่ม” (นายวรพงศ์ เทียนทอง, สัมภาษณ์, 6 มิถุนายน 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 8 กล่าวว่า “รูปภาพประจำตัวก็ชัดเจนว่าเป็นหมอนผ้าห่ม ข้อเสนอแนะคือ ถ้าเปลี่ยนไปได้เรื่อยๆ ก็ดี” (กมลรัตน์ ทัดสะวอน, สัมภาษณ์, 6 มิถุนายน 2559)

ผู้ให้สัมภาษณ์กลุ่มที่ 4 ผู้ที่เชี่ยวชาญในการออกแบบเฟสบุ๊กแฟนเพจ

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 9 กล่าวว่า “รูปภาพประจำตัวก็ถือว่าดีนะ สามารถสื่อสารได้ดี แต่ควรมีการเพิ่มคำว่า Sweetdream เข้าไปในภาพด้วย หรืออาจจะทำเป็นโลโก้ไปเลยก็ได้ละ มันจะได้ชัดกว่านี้” (กนกวรรณ สาสัก, สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 10 ภาควิชา วิศวกรรมศาสตร์

กล่าวว่า “ถ้าต้องการที่ขายสินค้าการนำเสนอภาพสินค้าก็ถือว่าใช่ แต่ถ้าอยากสร้างแบรนด์ก็ต้องหาสัญลักษณ์ให้จดจำ ขึ้นกับแผนการตลาดที่เราวางระยะสั้น ระยะยาว แค่นั้น” (ภาคภูมิ วงศ์นำถักษณ์, สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2559)

ตารางที่ 4-23 การวิเคราะห์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับรูปภาพประจำตัวของ เฟสบุ๊คแฟนเพจ ของผู้ให้สัมภาษณ์

คนที่	ชื่อ-นามสกุล	เหมาะสม	ไม่เหมาะสม	ข้อเสนอแนะ
1	นางสาวสุนทรีย์ พลภา	✓		ควรเปลี่ยนรูปภาพไปเรื่อย ๆ
2	นายสมศักดิ์ พลภา		✓	ควรเปลี่ยนเป็นเจ้าของถ่ายภาพกับสินค้าของตัวเอง
3	นางสาวนพรัตน์ สุขสำราญ		✓	ควรที่เป็นเจ้าของเฟสบุ๊คแฟนเพจมาถ่ายรูปเอง
4	นายปณวัช พรหมดี		✓	ควรหาสัญลักษณ์ของร้านเราเอง
5	นางสาวขวัญศรี จามจุรี	✓		ไม่มีข้อเสนอแนะ
6	นายสิทธิชัย เจริญสุข	✓		ควรเปลี่ยนเป็นคนถ่ายคู่กับตุ๊กตาและมีผ้าห่ม
7	นายวรพงศ์ เทียนทอง		✓	ควรให้เด็กผู้หญิงเอาผ้าออกมาห่มด้วย
8	นางสาวกมลรัตน์ ทัดสะวอน	✓		ควรเปลี่ยนรูปภาพไปเรื่อย ๆ
9	นางสาวกนกวรรณ สาสัก	✓		ควรมีการเพิ่มคำว่า Sweetdream เข้าไปในภาพด้วย

ตารางที่ 4-23 (ต่อ)

คนที่	ชื่อ-นามสกุล	เหมาะสม	ไม่ เหมาะสม	ข้อเสนอแนะ
10	นายภาณุภูมิ วงศ์นาลักษณ์	✓		ต้องหาสัญลักษณ์ให้ จดจำ
ค่าเฉลี่ย		60%	40%	

3. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับหน้าหลัก (Cover page) ของเฟสบุ๊กแฟนเพจ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร

3.1 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับรูปภาพที่นำเสนอบนหน้าหลัก (Cover page) ของเฟสบุ๊กแฟนเพจ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร

ผู้ให้สัมภาษณ์กลุ่มที่ 2 ลูกค้ายกเฟสบุ๊กแฟนเพจ

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1 กล่าวว่า “คิดว่าควรเปลี่ยนสีพื้นหลัง ใหม่เพราะสีมันดูลึบกับข้อความเกินไป และค่อนข้างนำสินค้าของเรามาตกแต่งให้เห็นถึงความหลากหลาย ” (สุนทรีย์ พลภา, สัมภาษณ์, 22 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2 กล่าวว่า “รูปภาพ Cover page ควรเปลี่ยนพื้นหลังให้เป็นสินค้าของเราเองที่มีจริง ๆ ทั้ง ไม่ควรไป คัดลอกของคนอื่นมา และควรเปลี่ยน Cover page เรื่อย ๆ เป็นสินค้าที่มีจริง ๆ ในช่วงเวลานั้น ๆ” (สมศักดิ์ พลภา, สัมภาษณ์, 22 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3 กล่าวว่า “รูปภาพที่เสนอบนหน้าหลักแฟนเพจควรนำเสนอหมอนผ้าห่มที่หลากหลายมากกว่านี้ ควรเป็นรูปเจ้าของเฟสบุ๊กถ่ายรูปกับสินค้าโดยตรงเพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือกับลูกค้า” (นพรัตน์ สุขสำราญ, สัมภาษณ์, 30 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4 กล่าวว่า “รูปมันค่อนข้างเยอะดูแล้วตา น่าจะคัดเลือกเฉพาะรูปตัวสินค้าเท่านั้น โดยไม่ต้องมีรูปคนมาทำเป็น Cover page และทำการจัดวางไว้ด้านมุมใดมุมหนึ่งเท่านั้น” (ปณวัช พรมติ, สัมภาษณ์, 30 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 5 กล่าวว่า “รูปภาพก็ดูน่ารักแต่ว่ามันไม่ค่อยชัดเท่านั้น น่าจะปรับพื้นหลังมันให้ดูง่ายเพราะว่าเราใส่ข้อความพวก Inbox เข้าไป มันจะได้ชัดเจนนขึ้น” (ขวัญศรี จามจรี, สัมภาษณ์, 3 มิถุนายน 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 6 กล่าวว่า “มันก็ใช้ได้ครับ แต่มันดูเป็นตุ๊กตามากเกินไป ควรจะเพิ่มภาพที่มีภาพผู้หญิงที่จับตุ๊กตา หรือผู้หญิงที่กางผ้าห่มออกมา ภาพในปัจจุบันมันเหมือนเป็นแค่ตุ๊กตากับหมอน ซึ่งมองไม่ออกกว่าว่ามันคือผ้าห่มด้วย” (สิทธิชัย เจริญสุข, สัมภาษณ์, 3 มิถุนายน 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 7 กล่าวว่า “คิดว่ามันก็สื่อถึงสินค้าดีครับ ข้อเสนอแนะควรเน้นสินค้าให้โดดเด่นสวยงามกว่านี้ครับ ไม่ต้องนำเสนอหลายใบก็ได้ เพียงนำเสนอว่าใช้เป็นอะไรได้บ้าง เช่น หมอน ผ้าห่ม และตุ๊กตา” (วรพงศ์ เทียนทอง, สัมภาษณ์, 6 มิถุนายน 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 8 กล่าวว่า “คิดว่ารูปภาพมันลายตาทำให้เห็นตัวหนังสือไม่ชัดเจน ควรเปลี่ยนให้ชัดเจนกว่านี้” (กมลรัตน์ ทัดสะวอน, สัมภาษณ์, 6 มิถุนายน 2559)

ผู้ให้สัมภาษณ์กลุ่มที่ 4 ผู้ที่เชี่ยวชาญในการออกแบบเฟสบุ๊กแฟนเพจ

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 9 กล่าวว่า “ถ้ามองที่ตัวอักษรก่อนมันทับกัน มองเห็นไม่ชัดเจนค่ะ ในภาพโดยรวมดูยังไม่เป็น Professional คือ เหมือนเอาตัวมาตัดต่อกัน ยังไม่มีการแต่งรูป จากของจริงค่ะ” (กนกวรรณ สาสัก, สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 10 กล่าวว่า “ตัว Cover page ควรจะต้องนำเสนอสินค้าเรา ให้ดูดึงดูดชัดเจนกว่านี้หน่อย เราขายหมอนคือทำอย่างไรให้คนเห็นแล้วสนใจอยากซื้อ” (ภาคภูมิ วงศ์นาลักษณ์, สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2559)

ตารางที่ 4-24 การวิเคราะห์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับรูปภาพที่นำเสนอบนหน้าหลัก (Cover page) ของเฟสบุ๊กแฟนเพจ ของผู้ให้สัมภาษณ์

คนที่	ชื่อ-นามสกุล	เหมาะสม		ข้อเสนอแนะ
		ไม่เหมาะสม	เหมาะสม	
1	นางสาวสุนทรีย์ พลภา		✓	คิดว่าควรเปลี่ยนสีพื้นหลัง ใหม่เพราะสีมันดูกลืนกับข้อความเกินไป

ตารางที่ 4-24 (ต่อ)

คนที่	ชื่อ-นามสกุล	เหมาะสม	ไม่ เหมาะสม	ข้อเสนอแนะ
2	นายสมศักดิ์ พลภา		✓	ควรเปลี่ยนพื้นหลังให้เป็นสินค้าของเราเองที่มีจริง ๆ
3	นางสาวนพรัตน์ สุขสำราญ		✓	ควรเป็นรูปเจ้าของเฟสบุ๊กถ่ายรูปกับสินค้าโดยตรง
4	นายปณวัช พรหมดี		✓	คัดเลือกเฉพาะรูปตัวสินค้าเท่านั้น ทำการจัดวางไว้ด้านมุมใดมุมหนึ่งเท่านั้น
5	นางสาวขวัญศรี จามจรี		✓	ปรับพื้นหลังมันให้ดูง่ายเพราะเราใส่ข้อความพวก Inbox เข้าไป มันจะได้ดูชัดเจน
6	นายสิทธิชัย เจริญสุข	✓		ควรจะมีภาพที่มีภาพผู้หญิงที่จับตุ๊กตาหรือผู้หญิงที่กางผ้าห่มออกมา
7	นายวรพงศ์ เทียนทอง	✓		ควรเน้นสินค้าให้โดดเด่นสวยงามกว่านี้
8	นางสาวกมลรัตน์ ทัดสะวอน		✓	ควรเปลี่ยนให้ชัดเจนไม่ลายตา
9	นางสาวกนกวรรณ สาสัก		✓	ควรมีแต่งภาพจากภาพของจริง

ตารางที่ 4-24 (ต่อ)

คนที่	ชื่อ-นามสกุล	เหมาะสม	ไม่ เหมาะสม	ข้อเสนอแนะ
10	นายภาณุภูมิ วงศ์นาลักษณ์		✓	จะต้องนำเสนอสินค้า เรา ให้ดูดึงดูดชัดเจน กว่านี้
ค่าเฉลี่ย		20%	80%	

3.2 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับข้อความแสดงชื่อร้านค้าที่นำเสนอบนหน้า
หลัก (Cover page) ของเฟสบุ๊กแฟนเพจ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร

ผู้ให้สัมภาษณ์กลุ่มที่ 2 ลูกค้าจากเฟสบุ๊กแฟนเพจ

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1 กล่าวว่า “ข้อความชื่อร้าน
ควรทำให้เด่นไปเลย ไม่ให้สีมันกลืนกับรูป Background โดยมีการทำสีรองพื้นอีกรอบหนึ่ง อาจจะมี
การใส่กรอบเพื่อให้ชัดเจน” (สุนทรีย์ พลภา, สัมภาษณ์, 22 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2 กล่าวว่า “ควรทำให้
หลากหลายและชัดเจนไม่ควรบ่งรูปภาพ หรือทำเป็นโลโก้ อาจจะทำแบนด์หรือสัญลักษณ์ของเรา
ไปเลย” (สมศักดิ์ พลภา, สัมภาษณ์, 22 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3 กล่าวว่า “ข้อความแสดงชื่อ
ร้านค้าที่นำเสนอบนหน้าหลักควรตัดสวิตช์ทิ้งเพราะยาวเกินไป” (นพรัตน์ สุขสำราญ, สัมภาษณ์
, 30 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4 กล่าวว่า “ให้มีแค่ภาษาไทย
อย่างเดียวดีกว่า ถ้ากลุ่มเป้าหมายเราเป็นคนไทย เช่น ตุ๊กตาหมอนผ้าห่ม ซึ่งชื่อมันมีความหมายใน
ตัวอยู่แล้วซึ่งเป็นที่ 3 สิ่งในตัวเดียวกันคือ เป็นตุ๊กตา เหมาะสำหรับโซฟาดูสวยงาม เป็นทั้งหมดอยู่ที่
กระต๊อที่สะดวกต่อการพกพาไปไหนต่อไหนด้วยก็ได้” (ปณวัช พรมดี, สัมภาษณ์, 30 พฤษภาคม
2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 5 กล่าวว่า “ชื่อมันดูบังไม่
ชัดเจน ควรเราชื่อร้านให้มันชัดเจนขึ้นเหมือนกับช่องทางติดต่อ เพราะเวลาที่คนเข้ามาจะได้
เห็นได้รู้ว่าสามารถติดต่อได้ทางไหนบ้าง แล้วก็ชื่อร้านมันจะสื่อให้ชัดเจน และควรปรับให้มันใหญ่
ด้วย” (ขวัญศรี จามจรี, สัมภาษณ์, 3 มิถุนายน 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 6 กล่าวว่า “ถ้ามองแล้วชื่อมันยังไม่เด่น ถ้ามองแล้วสีสันต์มันรวมไปกับหมอนเลย ควรจะทำให้เด่น โดย เพิ่มแถบพื้นรองข้อความให้มันดูเด่นขึ้นมา” (สิทธิชัย เจริญสุข, สัมภาษณ์, 3 มิถุนายน 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 7 กล่าวว่า “ข้อความแสดงชื่อร้านมันยังดูไม่เด่น คือ มันกลืนไปกับพื้นหลัง และแบบตัวอักษรยังไม่สวยงามครับ ควรแก้ไขแบบตัวอักษรที่อ่านง่ายชัดเจน และสีสันต์ดูโดดเด่น” (นายวรพงศ์ เทียนทอง, สัมภาษณ์, 6 มิถุนายน 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 8 กล่าวว่า “การแสดงผลข้อความไม่ชัดเจน อยากให้ปรับปรุงให้ดูชัดเจนและเด่นชัดขึ้น” (กมลรัตน์ ทัดสะวอน, สัมภาษณ์, 6 มิถุนายน 2559)

ผู้ให้สัมภาษณ์กลุ่มที่ 4 ผู้ที่เชี่ยวชาญในการออกแบบเฟสบุ๊กแฟนเพจ

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 9 กล่าวว่า “ข้อความมันไม่ชัดเจนอย่างที่กล่าวไว้แล้ว เสนอแนะก็คือ บางแบรนด์ก็อาจจะใช้สีพื้นเรียบ ๆ หรืออาจจะเอาเป็นรูปคนให้มันเด่น ๆ ไปเลยให้รู้ว่าเป็นสินค้าตัวนี้นะ อาจไม่จำเป็นว่าต้องใช้รูปเยอะขนาดนี้ สามารถมีชื่อร้านคำได้ มีเบอร์ติดต่ออะไรได้หมด แต่ควรใช้รูปเด่นที่เป็นหมอนผ้าห่มไปเลย หรือถ้าชอบรูปเยอะ ๆ แบบนี้ก็อาจจะนำไปกองไว้ด้านใดด้านหนึ่ง ต้องดูองค์ประกอบไม่ให้เกิดความสับสน เพราะในปัจจุบันไม่ได้ทำกราฟฟิกอะไรเลย” (กนกวรรณ สาสัก, สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 10 กล่าวว่า “การนำเสนอรายละเอียดข้อความบน Cover page เราไม่ควรที่จะใส่อะไรมาเยอะ ควรมีชื่อแบรนด์ หรือชื่อร้านเรา และช่องทางการติดต่อสำคัญมาก ไม่ว่าจะเบอร์โทร ไลน์ ไอจี พวกเฟสบุ๊กแฟนเพจ เป็นต้น แต่องค์ประกอบอื่น ๆ ก็อยู่ที่เราจะนำเสนอ Design ตัวนั้นออกมาอย่างไร เป็นแนวหรู แนววินเทจ” (ภาคภูมิ วงศ์นาลักษณ์, สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2559)

ตารางที่ 4-25 การวิเคราะห์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับข้อความแสดงชื่อร้านคำที่นำเสนอบนหน้าหลัก (Cover page) เฟสบุ๊กแฟนเพจ ของผู้ให้สัมภาษณ์

คนที่	ชื่อ-นามสกุล	เหมาะสม		ข้อเสนอแนะ
		ไม่	เหมาะสม	
1	นางสาวสุนทรีย์ พลเถา	✓		ข้อความชื่อร้านควรทำให้เด่นชัด

ตารางที่ 4-25 (ต่อ)

คนที่	ชื่อ-นามสกุล	เหมาะสม	ไม่ เหมาะสม	ข้อเสนอแนะ
2	นายสมศักดิ์ พลภา		✓	ทำโลโก้ หรือทำ แบรนด์หรือสัญลักษณ์
3	นางสาวนพรัตน์ สุขสำราญ		✓	ควรตัดสวิตช์ที่ เพราะยาวเกินไป
4	นายปณวัช พรหมดี		✓	ให้มีแค่ภาษาไทยอย่าง เดียว
5	นางสาวขวัญศิริ จามจุรี		✓	ทำให้ชัดเจนไม่โดน บัง
6	นายสิทธิชัย เจริญสุข		✓	เพิ่มแถบพื้นรอง ข้อความให้มันดูเด่น
7	นายวรพงศ์ เทียนทอง		✓	แก้ไขแบบตัวอักษรที่ อ่านง่ายชัดเจน และ สีสันต์ดูโดดเด่น
9	นางสาวกนกวรรณ สาสัก		✓	ใช้สีพื้นเรียบ ๆ หรือ อาจจะเอาเป็นรูปคน ให้มันเด่น ๆ และทำ ข้อความให้ชัดเจน
10	นายภาคภูมิ วงศ์นาลักษณ์		✓	ควรมีชื่อแบรนด์ หรือ ชื่อร้าน ออกแบบให้ สวยงาม
ค่าเฉลี่ย			100%	

3.3 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับความเหมาะสมของสีตัวอักษรและสีพื้นหลัง
บนภาพหน้าปก (Cover page) และมีข้อเสนอแนะอย่างไร

ผู้ให้สัมภาษณ์กลุ่มที่ 2 ลูกค้าจากเฟสบุ๊กแฟนเพจ

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1 กล่าวว่า “สีของตัวอักษรไม่เด่นชัดดูคลื่นไปกับภาพพื้นหลัง ควรทำให้ตัวอักษรเด่นชัดเจนขึ้น โดยอาจมีการทำสีรองพื้นข้อความอีกทีหนึ่ง ไม่ควรทำข้อความทับไปบนรูปภาพโดยตรง” (สุนทรีย์ พลภา, สัมภาษณ์, 22 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2 กล่าวว่า “สีของตัวอักษรมันก็ชัดแล้ว แต่แบบตัวอักษรมันมองไม่ค่อยเห็นควรเปลี่ยนเป็นลักษณะข้อความที่มองเห็นได้ชัดเจนบนพื้นหลัง สีพื้นหลังควรทำให้ตัวอักษรมันชัดขึ้นมา ควรทำเป็นกรอบของมันให้มันเด่นขึ้นมา” (สมศักดิ์ พลภา, สัมภาษณ์, 22 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3 กล่าวว่า “สีตัวอักษรและสีพื้นหลังบนภาพหน้าปกไม่ควรเป็นสีใกล้เคียงกันกับสีตัวอักษรและสีพื้นหลังทำให้ไม่เหมาะสมเท่าที่ควรเพราะทำให้ตัวหนังสือไม่ชัดเจน” (นพรัตน์ สุขสำราญ, สัมภาษณ์, 30 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4 กล่าวว่า “สีของตัวอักษรชื่อแฟนเพจเมื่อถูกวางอยู่ด้านหน้า Cover page แล้วสีมันค่อนข้างจะคลื่นกันมองเห็นไม่เด่นชัด ในความเห็นส่วนตัวคิดว่าบริเวณที่วางชื่อพื้นด้านหลังน่าจะเป็นสีพื้นที่ตัดกับสีของชื่อแฟนเพจจะดีกว่า” (ปณวัช พรหมดี, สัมภาษณ์, 30 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 5 นางสาวขวัญศรี จามจรี กล่าวว่า “พื้นหลังที่มันรูปภาพดูไม่ชัดเจน ให้นำข้อความร้านค้าและช่องทางการติดต่อไว้ตรงกลางแล้วเอาตุ๊กตาหมอนไว้ข้าง ๆ” (ขวัญศรี จามจรี, สัมภาษณ์, 3 มิถุนายน 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 6 กล่าวว่า “ควรทำชื่อให้มันดูใหญ่ สีเนี่ยควรทำให้มันดูเด่นขึ้นอย่างที่บอกมันดูคลื่นเกินไป คือ ทำเป็นแถบพื้นรอง” (สิทธิชัย เจริญสุข, สัมภาษณ์, 3 มิถุนายน 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 7 กล่าวว่า “อย่างที่บอกครับสีมันจืดโดนคลื่นไปกลับพื้นหลัง อาจสีพื้นหลังเป็นสีพื้นสีเดียว แล้วเอาสีน้าสวยเด่นไปวางให้ดูชัดเจน มันน่าจะสวยงามกว่า” (วรพงศ์ เทียนทอง, สัมภาษณ์, 6 มิถุนายน 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 8 กล่าวว่า “สีของชื่อร้านที่เป็นสีชมพูไม่ชัดเจนค่ะ” (กมลรัตน์ ทัดสะวอน, สัมภาษณ์, 6 มิถุนายน 2559)

ผู้ให้สัมภาษณ์กลุ่มที่ 4 ผู้ที่เชี่ยวชาญในการออกแบบเฟสบุ๊คแฟนเพจ

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 9 กนกวรรณ สาสั๊ก กล่าวว่า “ก็คือมองไม่เห็น โคนบังไปหมดเลย ยังไม่เด่นชัดค่ะ ข้อเสนอแนะข้อต้องทำโลโก้แล้วเราสามารถนำไปทาบที่ไหนก็ได้ ทำแบนด์หรือโลโก้เพื่อให้เกิดการจดจำ” (กนกวรรณ สาสั๊ก,

สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 10 กล่าวว่า “สีในปัจจุบันถ้าหากอยากจะทำอาจจะทำให้มันดูสดใส่ไปเลยก็ได้เพราะมันจะได้เหมาะกับตัวสินค้าเรา เป็นหมอนแบบดูน่ารัก ดูสดใสน้อย เรื่องของฟอนต์ตัวหนังสือในปัจจุบัน ควรทำให้มันดีกว่านี้หน่อย คือมันยังดูมั่ว ๆ อยู่” (ภาคภูมิ วงศ์นำลักษณ์, สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2559)

ตารางที่ 4-26 การวิเคราะห์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความเหมาะสมของสีตัวอักษร และสีพื้นหลังบนภาพหน้าปก (Cover page) เฟสบุ๊คแฟนเพจ ของผู้ให้สัมภาษณ์

คนที่	ชื่อ-นามสกุล	เหมาะสม	ไม่เหมาะสม	ข้อเสนอแนะ
1	นางสาวสุนทรีย์ พลภา		✓	ทำสีรองพื้นข้อความอีกที
2	นายสมศักดิ์ พลภา		✓	เปลี่ยนเป็นลักษณะข้อความที่มองเห็นได้ชัดเจนบนพื้นหลังหรือใส่กรอบ
3	นางสาวนพรัตน์ สุขสำราญ		✓	ไม่ใช่สีพื้นหลังกับสีตัวอักษรที่มันใกล้เคียงกัน
4	นายปณวัช พรหมดี		✓	บริเวณที่วางชื่อพื้นด้านหลังน่าจะเป็นสีพื้นตัดกับสีของชื่อแฟนเพจ
5	นางสาวขวัญศรี จามจรี		✓	นำข้อความร้านค้าและช่องทางการติดต่อไว้ตรงกลาง แล้วเอาตุ๊กตาหมอนไว้ข้าง ๆ

ตารางที่ 4-26 (ต่อ)

คนที่	ชื่อ-นามสกุล	เหมาะสม	ไม่เหมาะสม	ข้อเสนอแนะ
6	นายสิทธิชัย เจริญสุข		✓	ทำชื่อร้านให้ใหญ่และทำสีให้เด่น
7	นายวรพงศ์ เทียนทอง		✓	ทำสีพื้นหลังเป็นสีพื้นสีเดียว
8	นางสาวกมลรัตน์ ทัดสะวอน		✓	เปลี่ยนสีให้ดูชัดเจน
9	นางสาวกนกวรรณ สาสัก		✓	ทำโลโก้ให้เด่น
10	นายภาคภูมิ วงศ์นาลักษณ์		✓	ใช้สีที่สดใสบกับแบบอักษรที่ดูน่ารัก
ค่าเฉลี่ย			100%	

3.4 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับข้อความด้านช่องทางการติดต่อบนภาพหน้าปก (Cover page) และมีข้อเสนอแนะอย่างไร

ผู้ให้สัมภาษณ์กลุ่มที่ 2 ลูกค้าจากเฟสบุ๊กแฟนเพจ

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1 กล่าวว่า “การมีข้อความแสดงช่องทางการติดต่อภาพปกคืออยู่แล้ว แต่ควรปรับให้เด่นชัด และควรปรับให้อยู่ในตำแหน่งที่ไม่โดนบังหรือโดนปิดทับ ต้องขยับข้อความการติดต่อให้สูงขึ้น ทำให้เด่น เช่น ใส่สีรองพื้น ใส่กรอบข้อความ มีรูปภาพประกอบให้เด่นชัดขึ้น ควรบอกช่องทางการติดต่อทั้ง เบอร์โทรศัพท์ ไลน์ ไลน์ไอดี ให้ติดต่อ ได้โดยตรง ต้องทำให้ดูเด่นกว่าเดิม” (สุนทรีย์ พลภา, สัมภาษณ์, 22 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2 กล่าวว่า “ควรมีช่องทางการติดต่อให้หลากหลาย ให้เห็นไม่โดนบัง เพิ่มสถานที่ที่ตั้งร้านเพื่อให้ลูกค้า ที่เห็นแล้วเห็นว่าอยู่ในสถานที่เดียวกันก็สามารถรับสินค้าเองได้ ควรเพิ่มสถานที่ที่ตั้งลงไปเป็นช่องทางการติดต่ออีกช่องทางหนึ่ง” (สมศักดิ์ พลภา, สัมภาษณ์, 22 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3 กล่าวว่า “ช่องทางการติดต่อบนภาพหน้าปกควรเพิ่มโซเชียลเน็ตเวิร์ก IG และทวิตเตอร์เพื่อให้เกิดลูกค้ามากขึ้นและมีการติดตามมากขึ้น” (นพรัตน์ สุขสำราญ, สัมภาษณ์, 30 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4 กล่าวว่า “ควรใส่สีพื้นไป

หรือมีสีรองข้อความอีกทีหนึ่ง และควรรให้อยู่ในบริเวณที่เห็นชัด” (ปณวัช พรหมดี, สัมภาษณ์, 30 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 5 กล่าวว่า “ควรทำอย่างทีแนะนำไปแล้วข้างต้น คือ ทำตัวอักษรด้านช่องทางการติดต่อให้ดูชัดเจนและเด่นชัด โดยการใส่สีรองพื้นข้อความอีกที” (ขวัญศรี จามจุรี, สัมภาษณ์, 3 มิถุนายน 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 6 กล่าวว่า “ถ้าเป็นไปได้ควรเพิ่มไอดีไลน์ขึ้นมา และใส่สัญลักษณ์ลงไปด้วย เพราะบางคนไม่สะดวกที่จะโทรจะนิยม Inbox หรือไลน์เข้ามา” (สิทธิชัย เจริญสุข, สัมภาษณ์, 3 มิถุนายน 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 7 กล่าวว่า “ส่วนผมคิดว่าจำเป็นต้องมีเพื่อให้ลูกค้าเข้ามาแล้วสะดวกตา เวลาต้องการสินค้าก็จะได้สั่งได้เลย ข้อเสนอแนะ คือ ทำข้อความให้เห็นเด่นชัดกว่านี้ เช่น ใส่กรอบ ใส่สีพื้นหลังใหม่ ใส่สัญลักษณ์ไลน์ หรือ เฟสบุ๊ค เว็บไซต์ เพื่อดึงดูดสายตา” (นายวรพงศ์ เทียนทอง, สัมภาษณ์, 6 มิถุนายน 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 8 นางสาว กล่าวว่า “หน้าปกควรมีแต่รูปจะดีกว่า เพราะรูปลายตาเลยทำให้เห็นข้อความไม่ชัดเจน อาจจะเปลี่ยนนำข้อความมาอยู่ด้านล่างในเนื้อหาจะดีกว่า” (กมลรัตน์ ทัดสะวอน, สัมภาษณ์, 6 มิถุนายน 2559)

ผู้ให้สัมภาษณ์กลุ่มที่ 4 ผู้ที่เชี่ยวชาญในการออกแบบเฟสบุ๊คแฟนเพจ

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 9 กล่าวว่า “ควรมีได้เพราะมันชัดเจน แต่ต้องการปรับสีและรูปภาพให้เด่นชัด ปรับมุมมอง ไม่ให้โดนบัง” (กนกวรรณ สาสัก, สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 10 กล่าวว่า “ข้อความบน Cover page เราอยากใส่อะไรลงไป เช่น ชื่อร้าน ข้อความด้านการติดต่อที่ชัดเจน หรือ จะใส่โปรโมชันก็ได้ เช่น ชื่อ 3 แกรม 1 อะไรแบบนี้” (ภาคภูมิ วงศ์นาลักษณ์, สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2559)

ตารางที่ 4-27 การวิเคราะห์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับข้อความด้านช่องทางการติดต่อบนภาพหน้าปก (Cover page) เฟสบุ๊คแฟนเพจ ของผู้ให้สัมภาษณ์

คนที่	ชื่อ-นามสกุล	เหมาะสม	ไม่เหมาะสม	ข้อเสนอแนะ
1	นางสาวสุนทรีย์ พลภา		✓	ควรปรับให้อยู่ในตำแหน่งที่ไม่โดนบัง
2	นายสมศักดิ์ พลภา		✓	ทำข้อความไม่ให้โดนบัง เพิ่มสถานที่ตั้งร้าน
3	นางสาวนพรัตน์ สุขสำราญ		✓	เพิ่มโซเชียลเน็ตเวค IG และทวิตเตอร์
4	นายปณวัช พรหมดี		✓	ควรใส่สีพื้นไป หรือมีสีรองข้อความอีกที ควรให้อยู่ในบริเวณที่เห็นชัด
5	นางสาวขวัญศรี จามจรี		✓	ใส่สีรองพื้นข้อความ
6	นายสิทธิชัย เจริญสุข		✓	ใส่สัญลักษณ์ไลน์ไอดี
7	นายวรพงศ์ เทียนทอง		✓	ใส่กรอบ ใส่สีพื้นหลังใหม่ ใส่สัญลักษณ์ไลน์ หรือ เฟสบุ๊ค เว็บไซต์ เพื่อดึงดูดสายตา
8	นางสาวกมลรัตน์ ทัดสะวอน		✓	นำข้อความมาอยู่ด้านล่างในเนื้อหา
9	นางสาวกนกวรรณ สาสั๊ก		✓	ปรับสีและรูปภาพให้เด่นชัด ปรับมุมมองไม่ให้โดนบัง
10	นายภาคภูมิ วงศ์นาลักษณ์		✓	ใส่ข้อความติดต่อที่ชัดเจน
ค่าเฉลี่ย			100%	

4. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการนำเสนอข้อความบนเฟสบุ๊กแฟนเพจ

4.1 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการโพสต์ข้อความลงบนเฟสบุ๊กแฟนเพจ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร

ผู้ให้สัมภาษณ์กลุ่มที่ 2 ลูกค้าจากเฟสบุ๊กแฟนเพจ

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1 กล่าวว่า “สำหรับการโพสต์ข้อความไม่จำเป็นต้องโพสต์ทุกวัน อาจจะเป็น 2 วันโพสต์ที่ และควรโพสต์อย่างต่อเนื่อง ราคาควรโพสต์ให้ลูกค้าเห็นโพสต์ไปเลย เพื่อจะได้ตัดสินใจ การรีวิวการขายควรมีดีแล้ว แต่ควรเพิ่มการรีวิวจากลูกค้า เช่น ได้รับสินค้าแล้ว ชอบหรือไม่ รู้สึกอย่างไรกับสินค้าเรา ควรโพสต์รายละเอียดสินค้าไปด้วย ควรโพสต์สินค้าประเภทเดียวกันก็เอาไว้ด้วยกัน” (สุนทรีย์ พลภา, สัมภาษณ์, 22 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2 กล่าวว่า “ข้อความที่เพจมีอยู่แล้วมันก็พอได้ ของเรามีอะไรก็ถ่ายรูปรวมเลย แล้วแยกเป็น หมิมี่ก็สี่สี่สี่ ลิงมีก็สี่สี่สี่ สำหรับของที่ขายควรจะมีการจูงใจ ในการโพสต์ เช่น ส่งฟรี EMS หรือ แถมบ้าง ควรโพสต์บ่อยๆเรื่อยๆ เวลาโพสต์อาจชี้ชัด เช่น หมิมี่ วันนี้ยังมีของที่อยู่ในสต็อก เช่น ใกล้เคียง เช่น จะเชิงเทราส่งฟรี หรือต่างจังหวัด ส่งเพิ่มอีก หรือ ช้อ 3 ชิ้นขึ้นไป วันนี้มีของที่อยู่ในสต็อก สนใจสอบถามได้ พื้นที่ใกล้เคียงบุรี จะเชิงเทรา ส่งฟรี เป็นต้น ควรลงโพสต์เรื่อยๆ” (สมศักดิ์ พลภา, สัมภาษณ์, 22 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3 กล่าวว่า “โพสต์เรื่องจริงที่น่าสนใจน่าเรื่องที่น่าสนใจ ที่เป็น Facts และไม่สามารถหาได้จากเว็บไซต์อื่นนำมาโพสต์ โพสต์ข้อความเกี่ยวกับ Google page ranking ซึ่งทำให้ผู้อ่านติดตามและสนใจ และเพิ่มยอดคนติดตามได้มากขึ้นอีกด้วย” (นพรัตน์ สุขสำราญ, สัมภาษณ์, 30 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4 กล่าวว่า “การโพสต์แบบนี้ดีอยู่แล้ว อยากให้ในแนวว่า ของนี้ส่งแล้วนะ หมายเลข EMS เพื่อให้คนซื้อรู้ว่าของตัวเองได้ถูกส่งไป ควรเวลาโพสต์ส่งของแจ้งสถานะจัดส่ง ให้ลูกค้าในทุก ๆ วัน เช่น “วันนี้ของส่งแล้วนะคะ” (ปณวัช พรหมดี, สัมภาษณ์, 30 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 5 กล่าวว่า “ตรงนี้เท่าที่ดูค่อนข้างที่จะ Cover คือ 1.มีการ Update ข้อความที่ต่อเนื่อง 2. มีการเพิ่มความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า คือ สำหรับลูกค้าใหม่ ถ้ามีการ Update สถานการณ์ส่งของให้ลูกค้า ก็จะทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นสำหรับเนื้อหาที่โพสต์มาก่อนข้างที่จะโอเค” (ขวัญศรี งามจรี, สัมภาษณ์, 3 มิถุนายน 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 6 กล่าวว่า “ถือว่าโอเค เป็น

ไอดีที่เหมาะสมกับผู้หญิง และดูหวาน ๆ ดี ถือว่าเหมาะสมครับในส่วนของกรโพสต์” (สิทธิชัย เจริญสุข, สัมภาษณ์, 3 มิถุนายน 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 7 กล่าวว่า “การโพสต์ข้อความบนปัจจุบันก็นำเสนอได้ระดับหนึ่ง ข้อเสนอแนะก็คือควรโพสต์ข้อความที่ส่งเสริมสินค้าเยอะๆ เพื่อให้คนที่สนใจในการอ่านบทความเข้าสู่เพจเรา และเห็นสินค้าเรา ซึ่งอาจมีการค้าขายเกิดขึ้น” (วรพงศ์ เทียนทอง, สัมภาษณ์, 6 มิถุนายน 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 8 กล่าวว่า “การโพสต์ขายสินค้าควรโพสต์ให้มันบ่อยและถี่กว่านี้” (กมลรัตน์ ทัดสะวอน, สัมภาษณ์, 6 มิถุนายน 2559)

ผู้ให้สัมภาษณ์กลุ่มที่ 4 ผู้ที่เชี่ยวชาญในการออกแบบเฟสบุ๊กแฟนเพจ

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 9 กล่าวว่า “การโพสต์ข้อความลงเฟสบุ๊กก็โอเค ค่ะ แต่ข้อความที่ไม่เกี่ยวข้องก็ไม่ควรลงมากค่ะ เราต้องดูกลุ่มเป้าหมายของเราด้วย ถ้ากลุ่มเป้าหมายเป็นวัยรุ่น ก็อาจจะลงข่าวที่เกี่ยวข้อง เกี่ยวกับสิ่งที่กลุ่มเป้าหมายสนใจ สำหรับรูปรีวิวเอามาต่อกันแน่นเกินไป บางทีเค้าจะเอารูปเดียวกัน” (กนกวรรณ สาสัก, สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 10 กล่าวว่า “การโพสต์ข้อความลงบนเฟสบุ๊กเราต้องสร้าง Content ให้ตัวเองก่อนคือ หมายถึง การมองการสร้างตัวตนของเรา เราอยากจะนำเสนออะไรให้กับลูกค้า เราก็ต้องกลับไปมองว่ากลุ่มลูกค้าเราเป็นใคร และเค้าจะดูอะไร ข่าวสาร เราก็ต้องเอาความสนใจตรงนั้นมาโพสต์ให้มันเกี่ยวข้องกับสินค้า” (ภาคภูมิ วงศ์นาลักษณ์, สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2559)

ตารางที่ 4-28 การวิเคราะห์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการนำเสนอข้อความบนเฟสบุ๊กแฟนเพจ ของผู้ให้สัมภาษณ์

คนที่	ชื่อ-นามสกุล	เหมาะสม		ข้อเสนอแนะ
		ไม่เหมาะสม	✓	
1	นางสาวสุนทรีย์ พลภา		✓	ควรเพิ่มการรีวิวจากลูกค้า เช่น ได้รับสินค้าแล้ว ชอบหรือไม่ รู้สึกอย่างไรกับสินค้า
2	นายสมศักดิ์ พลภา	✓		ควรโพสต์ข้อความที่มี

ตารางที่ 4-28 (ต่อ)

คนที่	ชื่อ-นามสกุล	เหมาะสม	ไม่ เหมาะสม	ข้อเสนอแนะ
3	นางสาวนพรัตน์ สุขสำราญ		✓	การจูงใจ โพสต์เรื่องจริงที่ น่าสนใจ
4	นายปณวัช พรหมดี	✓		เพิ่มโพสต์รายการส่ง ของให้ลูกค้าทุกคน
5	นางสาวขวัญศรี จามจรี	✓		ไม่มีข้อเสนอแนะ
6	นายสิทธิชัย เจริญสุข	✓		ไม่มีข้อเสนอแนะ
7	นายวรพงศ์ เทียนทอง	✓		ควรโพสต์ข้อความที่ ส่งเสริมสินค้า
8	นางสาวกมลรัตน์ ทัดสะวอน		✓	ควรเพิ่มความบ่อยและ ความถี่ในการโพสต์
9	นางสาวกนกวรรณ สาสัก	✓		ปรับรูปวีวสินค้าให้ เห็นแค่ภาพเดียว
10	นายภาควุฒิ วงศ์นาลักษณ์		✓	ต้องสร้าง Content ให้ ตัวเองก่อนโพสต์ ข้อความ
ค่าเฉลี่ย		60%	40%	

4.2 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับโพสต์รายละเอียดสินค้า ตั้งแต่รูปภาพ ราคา คำอธิบายสินค้า และมีข้อเสนอแนะอย่างไร

ผู้ให้สัมภาษณ์กลุ่มที่ 2 ลูกค้าจากเฟสบุ๊กแฟนเพจ

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1 กล่าวว่า “ควรบอกรายสินค้าให้ชัดเจน เช่น สีอะไร สินค้าอะไร ควรแยกประเภทสินค้าออกเป็นกลุ่ม ๆ เช่น สินค้าตุ๊กตากระต่าย ควรอยู่ในกลุ่มเดียวให้แตกต่างเฉพาะลาย จะได้เลือกสินค้าได้ง่าย ๆ เช่น ถ้าคนชอบกระต่ายจะได้มาดูที่อัลบั้มกระต่าย ส่วนราคาก็ควรแสดงไปด้วยทุกครั้งที่มีการโพสต์สินค้า ควรบอกรายละเอียดของสินค้าด้วยว่าสามารถทำอะไรได้บ้าง ขนาดเท่าไร ให้เห็นภาพในหลาย ๆ มุมมอง”

(สุนทรีย์ พลเอก, สัมภาษณ์, 22 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2 กล่าวว่า “เราควรจะรวมรูปหลายอย่างอยู่ในภาพเดียว และก็ลงข้อความติดต่อกเล็ก ๆ ลงไปในภาพสินค้าไปเลย สำหรับราคาควรโพสต์ร่วมกับข้อความไปเลย และควรบอกช่องทางการติดต่อและราคาไปพร้อมกับภาพสินค้าไปทุกครั้งที่มีการโพสต์ขาย” (สมศักดิ์ พลเอก, สัมภาษณ์, 22 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3 กล่าวว่า “เวลาโพสต์ขายสินค้า ควรโพสต์เรื่องอื่นบ้าง อย่าโพสต์แต่สินค้า ลูกค้าจะเบื่อเอา ควรโพสต์เรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับสินค้า หรือไม่เกี่ยวข้องแต่เป็นเรื่องราวที่ทุก ๆ คนชอบ ตามกระแสข่าว ตามกระแสเทศกาลต่าง ๆ” (นพรัตน์ สุขสำราญ, สัมภาษณ์, 30 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4 กล่าวว่า “ในส่วนนี้ดูโอเคอยู่แล้ว เวลาโพสต์ควรโพสต์ให้มันดูมีแคปชั่น เช่นว่า วันนี้ของมาใหม่แล้วนะสีใหม่ บรรยายไปเพื่อให้มันดูมีเรื่องราวหน่อย แล้วส่วนช่องทางการติดต่อเอาไปไว้ได้รูปภาพเลย” (ปณวัช พรหมดี, สัมภาษณ์, 30 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 5 กล่าวว่า “อยากให้ทุกโพสต์มีทุกช่องทางการติดต่อ ขนาดสินค้า และราคาละ” (ขวัญศรี จามจุรี, สัมภาษณ์, 3 มิถุนายน 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 6 กล่าวว่า “เท่าที่มองก็บอกราคาชัดเจน ในส่วนนี้เป็นไปได้ควรจะเพิ่มรูปในส่วนการใช้งาน อาจจะปูเตียงเพื่อให้เห็นว่าเอาสินค้าไปใช้ทำอะไรได้บ้าง” (สิทธิชัย เจริญสุข, สัมภาษณ์, 3 มิถุนายน 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 7 กล่าวว่า “รูปภาพสินค้ายังไม่ค่อยสวยงามเท่าไร รายละเอียดสินค้าไม่ได้โพสต์ทุกครั้งที่นำเสนอสินค้า คำแนะนำ คือ ทำรูปภาพให้สวยงาม เลือกลงพื้นหลังสวย ๆ หรือพื้นหลังเป็นสีขาวเพื่อนำตัวสินค้า และในส่วนการโพสต์ขายสอนค้าทุกครั้งควรโพสต์รายละเอียดให้หมด ทั้งประโยชน์ ราคา และช่องทางการติดต่อ” (นายวรพงษ์ เทียนทอง, สัมภาษณ์, 6 มิถุนายน 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 8 กล่าวว่า “รายละเอียดของสินค้าควรมีในทุกรูป ทั้งขนาดสินค้า และราคา ควรมีทุก ๆ รูปสินค้า” (กมลรัตน์ ทัดสะวอน, สัมภาษณ์, 6 มิถุนายน 2559)

ผู้ให้สัมภาษณ์กลุ่มที่ 4 ผู้ที่เชี่ยวชาญในการออกแบบเฟสบุ๊กแฟนเพจ

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 9 กล่าวว่า “อันนี้ไม่ค่อยเห็นในเรื่องของราคานะคะ มีเป็นบางโพสต์ แต่ก็ไม่จำเป็นต้องลงทุกโพสต์ แต่ควรอธิบายให้ลูกค้าเข้าใจว่าแบบไหนราคาไหน หรือราคาเท่ากันทุกแบบเลย ลูกค้าจะได้ไม่งง” (กนกวรรณ สาตัก, สัมภาษณ์)

, 10 มิถุนายน 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 10 กล่าวว่า “ขั้นแรกเราต้องตอบโจทย์ก่อนว่า Key word ที่คนจะค้นหา เหมือนถ้าเราเป็นคนซึ่งจะ Search คำว่าอะไร เช่น หมอนน่ารัก หมอนการ์ตูน เราก็อาจไปกด Search ใน Google ดูก็ได้ว่าจำนวนคนที่ค้นหานั้นก็แสนที่ล้านคน ก็นำ Key word พวกนั้นเข้ามาในการที่เราจะโพสต์สินค้า เราจะทำอย่างไรก็ได้ ให้ข้อความของเรามีแต่ Key word สำคัญ พูดบรรยายสรรพคุณของตัวหมอนวันวรรคมาอีก เราก็ใส่ Key word ต่าง ๆ ลงไป แล้วก็สนใจติดต่อ เบอร์โทรเรา” (ภาคภูมิ วงศ์นาลักษณ์, สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2559)

ตารางที่ 4-29 การวิเคราะห์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับโพสต์รายละเอียดสินค้า ตั้งแต่รูปภาพ ราคา คำอธิบายสินค้าของเฟสบุ๊กแฟนเพจ ของผู้ให้สัมภาษณ์

คนที่	ชื่อ-นามสกุล	เหมาะสม	ไม่เหมาะสม	ข้อเสนอแนะ
1	นางสาวสุนทรีย์ พลภา		✓	ควรบอกรายสินค้าให้ชัดเจน เช่น สีอะไร สินค้าอะไร ควรแยกประเภทสินค้าออกเป็นกลุ่ม ๆ
2	นายสมศักดิ์ พลภา		✓	เราควรจบรวมรูปหลาย ๆ อย่างอยู่ในภาพเดียว
3	นางสาวนพรัตน์ สุขสำราญ		✓	ควรโพสต์เรื่องอื่น ๆ ที่คนสนใจด้วย
4	นายปณวัช พรหมดี	✓		ควรโพสต์ให้ดูมีแคปชั่น
5	นางสาวขวัญศรี จามจรี		✓	ในทุกโพสต์ต้องมีทุกช่องทางการติดต่อ ขนาดสินค้า และราคา

ตารางที่ 4-29 (ต่อ)

คนที่	ชื่อ-นามสกุล	เหมาะสม	ไม่ เหมาะสม	ข้อเสนอแนะ
2	นายสมศักดิ์ พลภา		✓	เราควรจบรวมรูป หลายๆอย่างอยู่ในภาพ เดียว
3	นางสาวนพรัตน์ สุขสำราญ		✓	ควรโพสต์เรื่องอื่น ๆ ที่คนสนใจด้วย
4	นายปณวัช พรหมดี	✓		ควรโพสต์ให้ดูมี แคปชั่น
5	นางสาวขวัญศรี จามจรี		✓	ในทุกโพสต์ต้องมีทุก ช่องทางการติดต่อ
6	นายสิทธิชัย เจริญสุข	✓		ขนาดสินค้า และราคา เพิ่มรูปในส่วนการใช้ งาน
7	นายวรพงศ์ เทียนทอง		✓	ทำรูปภาพให้สวยงาม เลือกใช้พื้นหลังสวย ๆ
8	นางสาวกมลรัตน์ ทัดสะวอน		✓	รายละเอียดของสินค้า ควรมีในทุกรูป
9	นางสาวกนกวรรณ สาสัก		✓	ควรอธิบายให้ลูกค้า เข้าใจว่าแบบไหน ราคาไหน หรือราคา เท่ากันทุกแบบ
10	ภาคภูมิ วงศ์นำลักษณ์		✓	ต้องใช้ Key word ใน การโพสต์
ค่าเฉลี่ย		20%	80%	

4.3 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการโพสต์แนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ (New product) บนเฟสบุ๊กแฟนเพจ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร

ผู้ให้สัมภาษณ์กลุ่มที่ 2 ลูกค้าจากเฟสบุ๊คแฟนเพจ

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1 กล่าวว่า “ควรมีการนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่โดยมีรูปภาพและมีสต็อกเกอร์เพื่อแสดงให้เห็นว่า เป็นสินค้าใหม่จริง ๆ นะ หรืออาจมีป้ายแสดงว่าเป็นสินค้าใหม่ติดอยู่บนรูปภาพของสินค้า” (สุนทรีย์ พลภา, สัมภาษณ์, 22 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2 กล่าวว่า “เอาของใหม่มาลงทั้งรูปภาพโปรไฟล์ และอัลบั้มโปรโมทซ์ของมาใหม่ ใส่คำบรรยายใต้รูปภาพ รูปภาพควรถ่ายทั้งด้านหน้าและด้านหลัง เอาผ้าปูให้เห็น” (สมศักดิ์ พลภา, สัมภาษณ์, 22 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3 กล่าวว่า “เวลาโพสต์สินค้าแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ลงไป ควรทำให้สินค้าเป็นที่รู้จักคนจะแชร์ให้เพื่อนต่อไปอีกเยอะเป็นวิธีที่ดีที่สุด สร้างความน่าเชื่อถือให้แฟนเพจได้มากที่สุด” (นพรัตน์ สุขสำราญ, สัมภาษณ์, 30 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4 กล่าวว่าคือ “แนะนำได้เลย บอกว่าที่มาของสินค้า สินค้าใหม่สีใหม่ แล้วส่วนช่องทางการติดต่อเอาไปไว้ใต้รูปภาพเลย” (ปณวัช พรหมดี, สัมภาษณ์, 30 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 5 กล่าวว่า “คืออย่างที่แนะนำไป คือ อยากรู้ทุกโพสต์ มีทุกช่องทางการติดต่อ ขนาดสินค้า และราคา นอกจากนี้ก็คือว่ามีแคพชั่นโดน ๆ เท่าที่เห็นคนโพสต์กัน การติด Hat tag แล้วก็มีสัญลักษณ์ที่ทำให้รู้ว่าเป็นสินค้าใหม่ เช่น ติด New item มีรูปไอคอนน่ารัก ๆ แบบประกาศ มันจะได้ดูโดดเด่นน่าสนใจ โดยส่วนใหญ่เป็นหมอนตุ๊กตา ก็จะทำให้สินค้าใหม่ให้ดูโดดเด่น” (ขวัญศรี จามจุรี, สัมภาษณ์, 3 มิถุนายน 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 6 กล่าวว่า “เท่าที่มองยังไม่มีการระบุของขนาดผ้า เช่น ถ้าผู้ใช้นำไปใช้กับเตียงขนาดจะเหมาะสม สำหรับจุดเด่นของสินค้าใหม่ก็คือว่าโอเคครับ” (สิทธิชัย เจริญสุข, สัมภาษณ์, 3 มิถุนายน 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 7 นายวรพงศ์ เทียนทอง กล่าวว่า “การโพสต์ผลิตภัณฑ์ใหม่ (New product) ยังไม่ดึงดูดให้สนใจคลิกเข้าไปดู ข้อเสนอแนะคือ 1. ทำรูปภาพสินค้าให้ดูสวยงาม 2. ใส่สัญลักษณ์ที่ทำให้ผู้เข้าชมเพอร์สีกี่ตื่นตื่น” (นายวรพงศ์ เทียนทอง, สัมภาษณ์, 6 มิถุนายน 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 8 กล่าวว่า “การแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ ควรจะมีการโพสต์ให้ต่อเนื่องและสม่ำเสมอมากกว่านี้” (กมลรัตน์ ทัดสะวอน,

สัมภาษณ์, 6 มิถุนายน 2559)

ผู้ให้สัมภาษณ์กลุ่มที่ 4 ผู้ที่เชี่ยวชาญในการออกแบบเฟสบุ๊คแฟนเพจ

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 9 กล่าวว่า “ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่อยากจะให้ลูกค้าลอง ก็คือต้องจัด โปร โมชั่นอะไรสักอย่าง มีโปรโมชันอะไรก็ได้ให้คนสนใจ คือ การจัดโปรโมชันร่วมกับสินค้าใหม่ เช่น มีของแถม หรือลูกค้าเก่าลดลงก็เปอร์เซ็นต์ เพื่อให้ลูกค้าอยากจะได้ลอง” (กนกวรรณ สาสัก, สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 10 กล่าวว่า “ถ้าเป็นสินค้าใหม่ เราควรต้องมีฐานลูกค้าเก่า แล้วต้องมีการเก็บข้อมูลลูกค้า เราจะเอาสินค้านี้มาขายใคร เราถึงจะตอบได้ว่าเล่นอะไรกับมันได้บ้าง ถ้าเราไม่มีความรู้ เราเห็นเค้าขายหมอนแล้วเราอยากขายบ้าง อาจจะขายได้ระยะหนึ่งตามกระแส ไม่ได้ส่งผลไปที่ระยะยาว ดังนั้น เราต้องรู้ก่อนว่าเราจะขายใครจะได้วางแผนได้ถูกต้อง” (ภาควงศ์ วงศ์นาลักษณ์, สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2559)

ตารางที่ 4-30 การวิเคราะห์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการโพสต์แนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ (New product) เฟสบุ๊คแฟนเพจของผู้ให้สัมภาษณ์

คนที่	ชื่อ-นามสกุล	เหมาะสม	ไม่เหมาะสม	ข้อเสนอแนะ
1	นางสาวสุนทรีย์ พลเอก		✓	ป้ายแสดงว่าเป็นสินค้ามาใหม่ติดอยู่บนรูปภาพของสินค้า
2	นายสมศักดิ์ พลเอก		✓	เอาของใหม่มาลงทั้งรูปภาพโปรไฟล์และอัลบั้มโปรโมทซ์ของมาใหม่
3	นางสาวนพรัตน์ สุขสำราญ		✓	ควรมีการโพสต์เพื่อให้คนได้แชร์ต่อ
4	นายปณวัช พรหมดี	✓		นำช่องทางติดต่อไว้ใต้รูปสินค้า
5	นางสาวขวัญศรี จามจรี		✓	มีแคปชั่นโดน ๆ ติด Hat tag แล้วก็มี

ตารางที่ 4-30 (ต่อ)

คนที่	ชื่อ-นามสกุล	เหมาะสม	ไม่ เหมาะสม	ข้อเสนอแนะ
6	นายสิทธิชัย เจริญสุข		✓	สัญลักษณ์ New item ระบุขนาดผ้าและทาบ เตียงให้เห็นขนาด
7	นายวรพงศ์ เทียนทอง		✓	ทำรูปภาพให้สวยงาม และใส่สัญลักษณ์ สินค้ามาใหม่
8	นางสาวกมลรัตน์ ทัดสะวอน		✓	ควรโพสต์ให้ต่อเนื่อง
9	นางสาวกนกวรรณ สาสัก		✓	ต้องมีการจัด โปรโมชั่น
10	นายภาคภูมิ วงศ์นาลักษณ์		✓	ควรโปรโมทแก่ฐาน ลูกค้าเก่า
ค่าเฉลี่ย		10%	90%	

4.4 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการโพสต์โปรโมชั่นสินค้า และมี
ข้อเสนอแนะอย่างไร

ผู้ให้สัมภาษณ์กลุ่มที่ 2 ลูกค้าจากเฟสบุ๊กแฟนเพจ

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1 กล่าวว่า “ควรมีโปรโมชั่นเกี่ยวกับค่าส่ง เช่น ต่างจังหวัดส่งฟรี หรือจัดโปรค่าส่งก่อนวันหยุดยาว เช่น ปีใหม่ หรือวันหยุดที่ไปรษณีย์จะปิด อาจจะทำโปรโมชั่นของแถมที่ไม่ใช่สินค้าของเรา แต่สินค้าใกล้เคียงกันขึ้นเล็ก ๆ ก็ได้ เช่น พวงกุญแจ ตุ๊กตาตัวเล็ก ๆ อาจจะทำเป็นโปรโมชั่นบริการห่อของขวัญให้ด้วยก็ดี” (สุนทรีย์ พลภา, สัมภาษณ์, 22 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2 กล่าวว่า “โปรโมชั่นแนะนำให้ใส่ส่งฟรี ในแถว ๆ ชลบุรีและฉะเชิงเทรา ส่วนกรุงเทพฯ ลดราคาค่าส่งให้น้อยกว่าเรทปกติ โปรโมชั่นนักศึกษา เช่น โฉวบัตรนักศึกษาจะลดราคาหรือส่งสินค้าให้ฟรี ถ้าซื้อ 3 ชิ้นขึ้นไป จัดส่งให้ฟรี เป็นต้น” (สมศักดิ์ พลภา, สัมภาษณ์, 22 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3 กล่าวว่า “โพสต์โปรโมชั่น

สร้างร้านค้าให้นำเชื่อถือควรมีเว็บไซต์สำหรับร้านค้าช่วย จัดหมวดหมู่สินค้าชัดเจนมีระเบียบ รูปแบบร้านให้สวยงาม มีข้อมูลสำหรับให้ลูกค้าติดต่อได้ชัดเจน รายละเอียดการชำระค่าสินค้า ช่องทางการชำระค่าสินค้า ต้องแจ้งไว้อย่างชัดเจน ข้อเสนอแนะควรมีข้อมูลสินค้าจัดเตรียมให้ รายละเอียดครบถ้วน แจ้งรายละเอียดการจัดส่งสินค้า ระยะเวลา ค่าจัดส่งให้ชัดเจน เงื่อนไขการคืนสินค้า พยายามนึกถึงกรณีต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้นได้” (นพรัตน์ สุขสำราญ, สัมภาษณ์, 30 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4 กล่าวว่า “ไม่ยากให้เขียนว่า ราคาต่อรองกันได้ ควรทำเป็นโปรโมชันของแถมเล็ก ๆ น้อย ๆ อื่น ๆ ดึกว่า เช่น พวงกุญแจ ตุ๊กตา ตัวเล็ก ๆ ” (ปณวัช พรหมดี, สัมภาษณ์, 30 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 5 กล่าวว่า “ควรทำโปรโมชัน ค่ะ เพราะเป็นการส่งเสริมการขาย เช่น ค่าส่งฟรี ช้อ 3 ชิ้นส่งฟรีหรือราคาพิเศษ” (ขวัญศรี จามจรี, สัมภาษณ์, 3 มิถุนายน 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 6 กล่าวว่า “อาจจะโปรโมชัน ช้อ 2 แกรม 1 ถ้าต้องมองในเรื่องราคา แต่อาจจะจำกัดทำแค่ 5 ชุด อาจทำในช่วงมีโปรโมชัน สำหรับฟรีค่าส่งเนี่ยโดยปกติถ้าช้อของตามเพจเนี่ยเค้าจะมีการเก็บค่าส่ง แต่ถ้าเหมาะสมก็สามารถทำได้ใน ส่วนนี้” (สิทธิชัย เจริญสุข, สัมภาษณ์, 3 มิถุนายน 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 7 กล่าวว่า “โปรโมชันสินค้า ในปัจจุบันยังไม่ดึงดูดเท่าไร ข้อเสนอแนะ อาจทำโปรโมชันของแถมน่ารัก ๆ เป็นต้น” (นายวรพงษ์ เทียนทอง, สัมภาษณ์, 6 มิถุนายน 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 8 กล่าวว่า “ถ้าสินค้ามี โปรโมชันก็ช่วยส่งเสริมการขายสินค้า เช่น ช้อ 3 ชิ้นไปจะได้รับส่วนลดที่เปอร์เซ็นต์ หรือ ส่งฟรี EMS” (กมลรัตน์ ทัดสะวอน, สัมภาษณ์, 6 มิถุนายน 2559)

ผู้ให้สัมภาษณ์กลุ่มที่ 4 ผู้ที่เชี่ยวชาญในการออกแบบเฟสบุ๊คแฟนเพจ

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 9 กล่าวว่า “การจัดโปรโมชัน ร่วมกับสินค้าใหม่ เช่น มีของแถม หรือลูกค้าเก่าลดลงที่เปอร์เซ็นต์ เพื่อให้ลูกค้าอยากจะลอง ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมก็คือว่า ควรจะจัดทุกเดือน หรือจัดบ่อย ๆ ไม่ต้องซ้ำกัน ลด 10% เนี่ยถือน้อย มากที่ไหนเค้าก็ทำกัน ต้องหาอะไรที่มันแปลกใหม่ไปเลย หรือหากกิจกรรมร่วมกับเพจก็ได้ค่ะเค้าจะ ได้เข้ามาที่เพจบ่อย ๆ และจะได้จดจำ” (ภัทวัฒน์ เสมอวงษ์, สัมภาษณ์, 30 พฤษภาคม, 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 10 กล่าวว่า “ในส่วนนี้เราต้องรู้ ก่อนว่ากลุ่มเป้าหมายของเราคือใคร แล้วจัด โปรโมชันให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย ข้อเสนอแนะเพิ่มคือ

ราคาเราก็ไม่ควรตั้งให้มันถูกเกินไป แพงมากเกินไป ควรให้มันอยู่ในระดับของมันอะ สมมติว่าราคามันถูกอยู่แล้ว เราก็ไม่ต้องทำการลดราคาที่จะดูมันต่ำลง แต่ควรเปลี่ยนไปเล่นเป็นของแถมแทน คือ ทำให้คนเห็นว่าซื้อแล้วมันคุ้ม แต่ถ้าเราลดราคาจะทำให้สินค้ามันดูไม่มีมูลค่า” (ภาคภูมิ วงศ์นำลักษณะ, สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2559)

ตารางที่ 4-31 การวิเคราะห์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการโพสต์โปรโมชันสินค้าของเฟสบุ๊กแฟนเพจ ของผู้ให้สัมภาษณ์

คนที่	ชื่อ-นามสกุล	ควรมี	ไม่ควรมี	ข้อเสนอแนะ
1	นางสาวสุนทรีย์ พลภา	✓		จัดโปรค่าส่ง ของแถม การห่อของขวัญ
2	นายสมศักดิ์ พลภา	✓		จัดโปรค่าส่ง โปรโมชันนักศึกษา
3	นางสาวนพรัตน์ สุขสำราญ	✓		ความชัดเจน มีข้อมูล สินค้าจัดเตรียมให้ รายละเอียดครบถ้วน
4	นายปณวัช พรหมดี	✓		เป็นโปรโมชันของ แอมเล็ก ๆ น้อย อื่น ๆ
5	นางสาวขวัญศรี จามจรี	✓		โปรโมชันค่าส่ง
6	นายสิทธิชัย เจริญสุข	✓		โปรโมชันของแถม
7	นายวรพงศ์ เทียนทอง	✓		โปรโมชันของแถม
8	นางสาวกมลรัตน์ ทัดสะวอน	✓		โปรโมชันส่วนลดและค่าส่ง
9	กนกวรรณ สาสัก	✓		โปรโมชันของแถม ส่วนลด กิจกรรม ร่วมกับทางเพจ
10	ภาคภูมิ วงศ์นำลักษณะ	✓		จัดให้ตรง กลุ่มเป้าหมาย
ค่าเฉลี่ย		100%		

4.5 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการโพสต์เนื้อหาเรื่องอื่น ๆ ที่ไม่ใช่การขายสินค้า และมีข้อเสนอแนะอย่างไร

ผู้ให้สัมภาษณ์กลุ่มที่ 2 ลูกค้ายกเฟสบุ๊คแฟนเพจ

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1 กล่าวว่า “ควรแชร์เกี่ยวกับการเลือกวิธีซื้อของออนไลน์ แชร์การเตือนภัยผู้บริโภคเกี่ยวกับการเลือกซื้อของออนไลน์ เป็นการให้ความรู้แก่ลูกค้า ควรโพสต์เนื้อหาที่เอาสินค้าไปใช้ได้ เช่น การแต่งบ้าน ก็สามารถนำหมอนไปเป็นของแต่งบ้านได้ไม่ได้เป็นเพียงแค่หมอนหนุนอย่างเดียว โพสต์ไอเดีย การตกแต่งบ้าน เน้นเนื้อหาไปในทางที่เอาสินค้าไปประยุกต์ใช้ได้” (สุนทรีย์ พลภา, สัมภาษณ์, 22 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2 กล่าวว่า “เนื้อหาอื่น ๆ ที่ไม่ใช่การขาย อาจจะโพสต์เกี่ยวกับสถานการณ์จัดส่ง ไปรษณีย์ หรือสินค้าอื่น ๆ แนะนำวิธีการซักและผลิตภัณฑ์สำหรับซัก การถนอมของให้อยู่ได้นาน โพสต์ข่าวใหม่ที่อยู่ในกระแส รีวิวสินค้า แคลหน้าจอการพูดคุยสอบถามลูกค้า มาโพสต์ เพื่อสื่อสารให้ผู้ชมได้รู้ว่าเรามีตัวตนจริงๆ” (สมศักดิ์ พลภา, สัมภาษณ์, 22 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3 กล่าวว่า “การโพสต์เนื้อหาเรื่องอื่น ๆ ที่ไม่เกี่ยวข้องกับการโพสต์การขายสินค้าไม่ควรนำมาโพสต์เพราะจะทำให้ลูกค้าเกิดความสับสนในการขายสินค้า ข้อเสนอแนะถ้าโพสต์เนื้อหาเรื่องอื่น ๆ ควรเป็นเรื่องที่สอดคล้องเกี่ยวกับการขายเพื่อให้ลูกค้าติดตามต่อไป” (นพรัตน์ สุขสำราญ, สัมภาษณ์, 30 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4 กล่าวว่า “ควรโพสต์ดีแล้วจะทำให้ดูว่ามันเป็นการขายสินค้าอย่างเดียว แล้วเราขายสินค้าแนวนี้ ควรโพสต์อะไรที่เกี่ยวข้อกับสินค้าหน่อย เช่น ประโยชน์ของสินค้า หรือเรื่องราวแนวเดียวกับสิ่งที่สินค้าไปประยุกต์ใช้ได้ เช่น ของขวัญ” (ปณวัช พรหมดี, สัมภาษณ์, 30 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 5 กล่าวว่า “เป็นมุมมองการโพสต์อะไรก็ได้ที่คนส่วนใหญ่สนใจ เพราะบางที สินค้าของเราอาจมีไม่เยอะเท่าไร บางทีมันก็หมดแล้ว เราควรรหาเนื้อหาหรือเรื่องราวอื่น ๆ มาโพสต์บ้าง อย่างที่โพสต์เรื่องหัวใจสื่อรักมันก็ดูพริ้งพริ้งเหมือนกับสินค้าที่ขายค่ะ” (ขวัญศรี จามจรี, สัมภาษณ์, 3 มิถุนายน 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 6 กล่าวว่า “จริง ๆ ก็ดี เพื่อให้เราดูน่าเชื่อถือ ก็ควรจะโพสต์ เช่น แนะนำสถานที่ท่องเที่ยว สำหรับข้อเสนอ เนื้อหาที่ควรโพสต์เนื้อหาเกี่ยวกับผู้หญิง เช่น แนะนำสถานที่ท่องเที่ยว อาหารเพื่อสุขภาพ ครับ” (สิทธิชัย เจริญสุข, สัมภาษณ์, 3 มิถุนายน 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 7 กล่าวว่า “ส่วนนี้ถือว่าดีครับ ทำให้เพจไม่น่าเบื่อเปิดมาก็เจอแต่ภาพสินค้า การนำเสนอบทความไอเดียต่าง ๆ จะเหมาะกับที่ขาย” (วรพงศ์ เทียนทอง, สัมภาษณ์, 6 มิถุนายน 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 8 กล่าวว่า “คิดว่าไม่ควรโพสต์เรื่องอื่น เพราะเป็นเพจขายสินค้าก็ควรโพสต์แต่สินค้าอย่างเดียว” (กมลรัตน์ ทัดสะวอน, สัมภาษณ์, 6 มิถุนายน 2559)

ผู้ให้สัมภาษณ์กลุ่มที่ 4 ผู้ที่เชี่ยวชาญในการออกแบบเฟสบุ๊คแฟนเพจ

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 9 กล่าวว่า “การรีวิวกองส่งสินค้าควรโพสต์เลยที่ไปรษณีย์ โชว์ Tag ไปรษณีย์ จังหวัดนี้รองรับได้เลย ถ้าง่ายเยอะมาก ๆ ไป ก็อาจจะทำให้ผู้ชมคิดว่าเราสร้างขึ้นมาจาก copy คนอื่น มาริ่ป่าว แต่ถ้าหากเปลี่ยนเป็นถ่ายภาพเวลาส่งของให้ลูกค้าโดยตรงจะน่าสนใจกว่า จะทำให้ลูกค้าเชื่อมั่นว่าได้รับสินค้าจริง ๆ และมีอีกอย่างที่ยอยากแนะนำ เช่น เวลาไปไหนก็เอาสินค้าของเราไปด้วยไปถ่ายในที่อาร์ท ๆ เพื่อให้สินค้าของเราดูสวยและน่าสนใจ ไม่ใช่ว่าถ่ายกับโต๊ะอย่างเดียว ควรสร้างฉากให้มันด้วย” (กนกวรรณ สาสัก, สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 10 กล่าวว่า “จริง ๆ เราก็ต้องดูพฤติกรรมว่าคนส่วนใหญ่ชอบอะไร คือสร้าง Content ให้ได้ อาจจะโพสต์อะไรก็ได้ที่เป็นแนวน่ารัก ๆ บาง Content ของบางเพจ ถ้าเป็นสินค้าหมอนก็นั่นไปที่แนวน่ารัก ๆ เช่น คลิปวีดิโอการมอบของขวัญให้แฟน การเซอร์ไพรส์ หรือถ้าสินค้ามีสื่อตัวการ์ตูน ก็โพสต์ความน่ารักของตัวการ์ตูนตัวนั้น” (ภาคภูมิ วงศ์นาลักษณ์, สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2559)

ตารางที่ 4-32 การวิเคราะห์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับโพสต์เนื้อหาเรื่องอื่นๆ ที่ไม่ใช่การโพสต์ขายสินค้า ของเฟสบุ๊คแฟนเพจ ของผู้ให้สัมภาษณ์

คนที่	ชื่อ-นามสกุล	เหมาะสม		ข้อเสนอแนะ
		ไม่	เหมาะสม	
1	นางสาวสุนทรีย์ พลภา	✓		การเตือนภัยผู้บริโภคเกี่ยวกับการเลือกซื้อของออนไลน์
2	นายสมศักดิ์ พลภา	✓		แนะนำวิธีการช้กและผลิตภัณฑ์สำหรับช้ก

ตารางที่ 4-32 (ต่อ)

คนที่	ชื่อ-นามสกุล	เหมาะสม	ไม่ เหมาะสม	ข้อเสนอแนะ
3	นางสาวนพรัตน์ สุขสำราญ		✓	โพสต์เนื้อหาเรื่อง อื่น ๆ ควรเป็นเรื่องที่ สอดคล้องเกี่ยวกับการ ขาย
4	นายปณวัช พรหมดี	✓		เรื่องราวแนวเดียวกับ สิ่งที่สินค้าไป ประยุกต์ใช้ได้ เช่น ของขวัญ
5	นางสาวขวัญศรี จามจุรี	✓		โพสต์อะไรก็ได้ที่คน ส่วนใหญ่สนใจ
6	นายสิทธิชัย เจริญสุข	✓		เนื้อหาที่ควรโพสต์ เป็นเนื้อหาเกี่ยวกับ ผู้หญิง
7	นายวรพงศ์ เทียนทอง	✓		นำเสนอบทความ ไอเดียต่าง ๆ จะเหมาะ กับที่ขาย
8	นางสาวกมลรัตน์ ทัดสะวอน		✓	ควรโพสต์แต่สินค้า อย่างเดียว
9	นางสาวกนกวรรณ สาศักดิ์	✓		ถ่ายภาพเวลาส่งของ ให้ลูกค้าโดยตรงจะ น่าสนใจกว่า เรื่อง น่ารัก ๆ เช่น คลิป
10	นายภาคภูมิ วงศ์นำลักษณ์	✓		วิธีการมอบของขวัญ ให้แฟน การเซอร์ไพรส์
ค่าเฉลี่ย		80%	20%	

4.6 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการรีวิวกจากผู้ซื้อสินค้า และมีข้อเสนอแนะอย่างไร

ผู้ให้สัมภาษณ์กลุ่มที่ 2 ลูกค้าจากเฟสบุ๊คแฟนเพจ

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1 กล่าวว่า “สำหรับตัวเองคิดว่าไม่ใช่แค่มีตัวลูกค้ารีวิวอย่างเดียวที่ได้รับของแล้ว แต่ตัวแม่ค้าเองก็ต้องรีวิวด้วย อาจจะแชร์แทคไปรษณีย์ การเตรียมส่งสินค้า เมื่อลูกค้าซื้อของไปแล้วและได้รับของแล้วก็ให้ลูกค้าถ่ายรูปกลับมาว่าได้สินค้าแล้วจริง ๆ แล้วก็ แคมพหน้าจอมารีวิวอีกทีหนึ่งเพื่อให้ลูกค้า คนอื่น ๆ เกิดความเชื่อมั่นว่าซื้อจากร้านนี้จำเป็นได้รับของจริง ๆ ไม่โดนโกง” (สุนทรีย์ พลภา, สัมภาษณ์, 22 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2 กล่าวว่า “การรีวิวการส่งสินค้าควรโพสต์เลยที่ไปรษณีย์ โชว์แทคไปรษณีย์ จังหวัดนี้รองรับได้เลย ถ้าง่ายเยอะมาก ๆ ไป ก็อาจจะทำให้ผู้ชมคิดว่าเราสร้างขึ้นมาไป Cappy คนอื่น มารีวิว แต่ถ้าหากเปลี่ยนเป็นถ่ายภาพเวลาส่งของให้ลูกค้าโดยตรงจะน่าสนใจกว่า จะทำให้ลูกค้าเชื่อมั่นว่าได้รับสินค้าจริง ๆ และมีอีกอย่างที่ยกแนะนำ เช่น เวลาไปไหนก็เอาสินค้าของเราไปด้วยไปถ่ายในที่อาร์ท ๆ เพื่อให้สินค้าของเราดูสวยและน่าสนใจ ไม่ใช่ว่าถ่ายกับโต๊ะอย่างเดียว ควรสร้างฉากให้มันด้วย” (สมศักดิ์ พลภา, สัมภาษณ์, 22 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3 กล่าวว่า “การรีวิวผู้ซื้อสินค้าที่ใช้สินค้าจริงเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า ทำให้ลูกค้าเชื่อถือสินค้าว่าเป็นการใช้สินค้าจริง ส่งของจริง มีการแจ้งเลขพัสดุ หลังจากลูกค้าได้รับของควรให้ลูกค้ารีวิวสินค้าทุกครั้งเพื่อสร้างยอดขายต่อไป” (นพรัตน์ สุขสำราญ, สัมภาษณ์, 30 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4 นาย กล่าวว่า “การรีวิว เช่น คลิปวิดีโอแนะนำสินค้า เช่น เป็นหมอนก็ได้ เป็นผ้าห่มก็ได้ เป็นตุ๊กตาดัดตัวโชว์ก็สวยดีนะ ไว้ดีครรถควรแนะนำ” (ปณวัช พรมติ, สัมภาษณ์, 30 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 5 กล่าวว่า “สำหรับเพจที่เพิ่งเริ่มต้น การถูกใจยังไม่มากเท่าไร การรีวิวกจากลูกค้ามีส่วนสำคัญมาก เพราะเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า นอกจากการสร้างความเชื่อการก้านตรีในคุณภาพสินค้า การสร้างความเชื่อมั่นเรื่องการส่งสินค้า ก็ส่วนสำคัญ เช่น การโพสต์ของถึงแล้วนะคะ นอกจากนั้นการนำเนื้อหาการรีวิวที่ได้ลูกค้ามาโพสต์ลงในเพจจะเพิ่มความเชื่อมั่นได้ โดยเฉพาะลูกค้าจะทำให้เห็นมีคนเคยมาซื้อสินค้าแล้ว จะทำให้กล้าที่จะซื้อสินค้า” (ขวัญศรี จามจรี, สัมภาษณ์, 3 มิถุนายน 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 6 กล่าวว่า “ควรมีการโพสต์ลักษณะนี้ เพื่อสร้างความมั่นใจในการซื้อสินค้าของเรา การแนะนำเพิ่ม ก็อาจมีการให้ดาว เช่น 3

ดาว 4 ดาว” (สิทธิชัย เจริญสุข, สัมภาษณ์, 3 มิถุนายน 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 7 กล่าวว่า “ยังไม่ชัดเจนเพราะมันเยอะเกิน ข้อเสนอแนะใส่แค่แต่ละอันแต่แล้วแสดงให้ผู้รายอื่นรับรู้ หรือจะเป็นคลิปวิดีโอรวมภาพรีวิวกจากผู้ซื้อที่มีการถ่ายรูปกับหมอน” (นายวรพงศ์ เทียนทอง, สัมภาษณ์, 6 มิถุนายน 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 8 กล่าวว่า “คิดว่าการรีวิวกจากลูกค้าเอามาโพสต์ จะทำให้ผู้ที่เข้ามาชมในเฟสบุ๊กมั่นใจว่ามีการส่งสินค้า และมีการรับสินค้าจริง ข้อเสนออีกคือ ถ้าผู้ที่ซื้อไปโพสต์สินค้าก็จะเป็นรีวิวกให้เห็นว่าสินค้ามีขนาดไหน” (กมลรัตน์ ทัดสะวอน, สัมภาษณ์, 6 มิถุนายน 2559)

ผู้ให้สัมภาษณ์กลุ่มที่ 4 ผู้ที่เชี่ยวชาญในการออกแบบเฟสบุ๊กแฟนเพจ

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 9 กล่าวว่า “ไม่ควรเอาหน้ารีวิวกต่อกันจนแน่นเกิน ควรลงทีละภาพ และก็เป็นกรรีวิวกรูปภาพผู้ซื้อกับสินค้าจริงให้มันดูเด่น ๆ ไปเลยล่ะ บางทีลูกค้าจะนึกไม่ออกว่าจะห่มได้ขนาดไหน ถ้ามีภาพประกอบจะดีมากล่ะ” (กนกวรรณ สาทัก, สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 10 กล่าวว่า “การรีวิวกของลูกค้าควรจจะรีวิวกจริง ในปัจจุบันไม่สามารถโกหกได้ ดังนั้นเราก็ควรคุยกับลูกค้าให้ช่วยรีวิวกให้ในส่วนดี และกรณีที่เจอข้อเสียก็ควรคุยอีกทีหนึ่ง ว่าเราจะปรับปรุงแก้ไข ต้องคุยกับลูกค้าขออนุญาตนำมาออกสื่อเพราะบางคนไม่ต้องการที่จะออกสื่อ หลังรีวิวกไปแล้วเราอาจจะเล่นเกมสก็๊ไ้ได้ เช่น ใครถ่ายรูปสวยที่สุด ได้ยอดไลค์มากที่สุดเราจะมีของแจกให้” (ภาคภูมิ วงศ์นาลักษณ์, สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2559)

ตารางที่ 4-33 การวิเคราะห์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการรีวิวกจากผู้ซื้อสินค้า ของเฟสบุ๊กแฟนเพจ ของผู้ให้สัมภาษณ์

คนที่	ชื่อ-นามสกุล	เหมาะสม		ข้อเสนอแนะ
		ไม่	เหมาะสม	
1	นางสาวสุนทรีย์ พลภา	✓		ต้องให้ลูกค้ารีวิวกให้ด้วยตนเอง
2	นายสมศักดิ์ พลภา	✓		ควรโพสต์เวลาต่างของ
3	นางสาวนพรัตน์ สุขสำราญ	✓		ควรเป็นรีวิวกจากลูกค้า
4	นายปณวัช พรหมดี	✓		ทำคลิปวิดีโอแนะนำ

ตารางที่ 4-33 (ต่อ)

คนที่	ชื่อ-นามสกุล	เหมาะสม	ไม่ เหมาะสม	ข้อเสนอแนะ
4	นายปณวัช พรหมดี	✓		สินค้า ทำคลิปวิดีโอแนะนำ
5	นางสาวขวัญศรี จามจุรี	✓		สินค้า ควรเป็นการรีวิวจาก ลูกค้า
6	นายสิทธิชัย เจริญสุข	✓		อาจมีการให้ดาว เช่น 3 ดาว 4 ดาว
7	นายวรพงศ์ เทียนทอง	✓		ใส่แค่แต่ละอันแต่แล้ว แสดงให้ผู้ซื้อรายอื่น รับรู้หรือคลิปวิดีโอ
8	นางสาวกมลรัตน์ ทัดสะวอน	✓		ควรเป็นการรีวิวจาก ลูกค้า
9	นางสาวกนกวรรณ สาสัก	✓		การรีวิวรูปภาพผู้ซื้อ กับสินค้าจริงให้มันดู เด่น ๆ
10	นายภาคภูมิ วงศ์นาลักษณ์	✓		การรีวิวของลูกค้า ควร จะรีวิวจริง
ค่าเฉลี่ย			100%	

4.7 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการรีวิวจากผู้ชมเฟซบุ๊กแฟนเพจ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1 นางสาวสุนทรีย์ พลเอก กล่าวว่า “เพจจะเปิดเป็นสาธารณะอยู่แล้ว สำหรับคนที่เข้ามาชมเพจควรมีการเชิญชวนให้เข้ามาโพสต์ ดิชมสินค้า สำหรับลูกค้าที่ซื้อสินค้าไป ควรมาโพสต์ในกระดานข้อความเกี่ยวกับความพอใจในสินค้า รีวิวสินค้า ได้รับสินค้าแล้วรู้สึกอย่างไร เชิญชวนให้ลูกค้าเข้ามารีวิวในกระดานข้อความเยอะ ๆ” (สุนทรีย์ พลเอก, สัมภาษณ์, 22 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2 กล่าวว่า “สำหรับผมไม่ให้ความสำคัญในส่วนนี้ เพราะผมคิดว่าคนส่วนใหญ่จะดูจากมือถือซึ่งจะมองไม่เห็นส่วนนี้ มีน้อยสัก 10 เปอร์เซ็นต์ที่จะดูในคอมพิวเตอร์ เพื่อจะเช็คความน่าเชื่อถือของร้านค้า ดังนั้น ผมคิดว่าควรเน้นที่การโพสต์เนื้อหาดีกว่า” (สมศักดิ์ พลเอก, สัมภาษณ์, 22 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3 กล่าวว่า “การรีวิวผู้ชมเฟสบุ๊กแฟนเพจเป็นสิ่งสำคัญเนื่องจากการเพิ่มยอดไลค์ให้กับเพจแล้วยังสร้างความน่าเชื่อถือในการเลือกซื้อสินค้าจากแฟนเพจอีกด้วย” (นพรัตน์ สุขสำราญ, สัมภาษณ์, 30 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4 กล่าวว่า “ในส่วนนี้ถือว่าดีควรจะมี ไม่มีข้อเสนอแนะ” (ปณวัช พรหมดี, สัมภาษณ์, 30 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 5 กล่าวว่า “เห็นคิดส่วนนี้สำคัญมากนอกจากจะสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าแล้ว ยังเป็นกำลังใจให้กับแม่ค้าอีกด้วย เป็นองค์ประกอบหนึ่งที่สำคัญค่ะ” (ขวัญศรี จามจุรี, สัมภาษณ์, 3 มิถุนายน 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 6 กล่าวว่า “ลักษณะที่มองในปัจจุบันก็ถือว่าโอเค ถ้ามกไปมันก็ไม่ค่อยดีเท่า ควรหาโซ่วโพสต์ที่เป็นจุดเด่นของสินค้าเรา” (สิทธิชัย เจริญสุข, สัมภาษณ์, 3 มิถุนายน 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 7 กล่าวว่า “สำหรับผมคิดว่าไม่จำเป็น เพราะคนส่วนใหญ่จะดูตามไลน์ของแฟนเพจ ก็เป็นการรีวิวก็แล้ว” (นายวรพงศ์ เทียนทอง, สัมภาษณ์, 6 มิถุนายน 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 8 กล่าวว่า “คิดว่าส่วนมีส่วนช่วยให้เรารู้ข้อมูลมากขึ้น จากการที่คนเข้ามา Comment ตอบคำถามภายในเพจ” (กมลรัตน์ ทัดสะวอน, สัมภาษณ์, 6 มิถุนายน 2559)

ผู้ให้สัมภาษณ์กลุ่มที่ 4 ผู้ที่เชี่ยวชาญในการออกแบบเฟสบุ๊กแฟนเพจ

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 9 กล่าวว่า “มีได้ค่ะ แต่ว่าเวลาที่มีคนถาม หรือดิชมมา ก็ควรตอบด้วยความจริงใจเท่านั้นเองค่ะ สำหรับส่วนนี้จะมีหรือไม่มีก็ได้ เพราะถ้ามีรีวิวให้การโพสต์อยู่ แต่ถ้าหากมีคนถามมาเราก็ควรจะตอบ จะถ้าเราไม่สะดวกตอบก็ไม่มีในส่วนนี้ก็ได้” (กนกวรรณ สาสัก, สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 10 กล่าวว่า “ไม่ต่างจากข้อ 4.6 ก็คือ มันต้องเป็นของจริง นอกจากภาพแล้ว อาจจะมีคลิปแสดงการใช้งานจริงๆ” (ภาคภูมิ วงศ์นาลักษณ์, สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2559)

ตารางที่ 4-34 การวิเคราะห์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับบริวิจากผู้ชมของ
เฟสบุ๊คแฟนเพจ ของผู้ให้สัมภาษณ์

คนที่	ชื่อ-นามสกุล	เหมาะสม		ข้อเสนอแนะ
		✓	✗	
1	นางสาวสุนทรีย์ พลภา	✓		เชิญชวนให้ลูกค้าเข้ามา มารีวิวในกระดาน ข้อความ
2	นายสมศักดิ์ พลภา		✓	เน้นที่การโพสต์ เนื้อหาดีกว่า
3	นางสาวนพรัตน์ สุขสำราญ	✓		เป็นการเพิ่มยอดไลค์ ให้กับเพจ
4	นายปณวัช พรหมดี	✓		ไม่มีข้อเสนอแนะ
5	นางสาวขวัญศรี จามจรี	✓		เป็นองค์ประกอบที่ สำคัญ
6	นายสิทธิชัย เจริญสุข	✓		ควรรหาโชว์โพสต์ที่ เป็นจุดเด่นของสินค้า เรา
7	นายวรพงษ์ เทียนทอง		✓	คนส่วนใหญ่ดู ทามไลน์มากกว่า
8	นางสาวกมลรัตน์ ทัดสะวอน	✓		ช่วยให้รู้ข้อมูลมากขึ้น
9	นางสาวกนกวรรณ สาสัก	✓		ถ้ามีส่วนนี้แล้วเจ้าของ เพจต้องดูแลด้วย
10	นายภาคภูมิ วงศ์นำลักษณ์		✓	ควรเป็นการรีวิวของ จริง
ค่าเฉลี่ย		70%	30%	

4.8 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับข้อความด้านช่องทางการติดต่อที่แสดงบน
เฟสบุ๊คแฟนเพจ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1 กล่าวว่า “ควรโพสต์ได้

รูปภาพสินค้าทุก ๆ ครั้งในทุก ๆ ช่องทางการติดต่อ อาจจะถ่ายภาพแสดงข้อความข้อความช่องทางการติดต่อ สำหรับการโพสต์ด้วย และมีการแชร์โปรโมท อาจจะเป็นเดือนละครั้งก็ได้ เพราะว่ามีข้อความแสดงอยู่ที่ Cover page อยู่แล้ว” (สุนทรีย์ พลภา, สัมภาษณ์, 22 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2 กล่าวว่า “ควรมีไลน์กับเบอร์โทรคู่กันตลอด และอีกอย่างหนึ่งที่ผมแนะนำ คือ สถานที่รับสินค้า เช่น อมตะนคร สามารถรับสินค้าได้โดยตรง” (สมศักดิ์ พลภา, สัมภาษณ์, 22 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3 กล่าวว่า “ช่องทางการติดต่อ ควรสะดวกรวดเร็วในการสั่งซื้อสินค้าผ่านแฟนเพจข้อความมีเบอร์โทรติดต่อที่สะดวกและควรเพิ่มข้อความในส่วนธนาคารและเลขที่บัญชีหลัก ๆ 3 ธนาคารบนหน้าแฟนเพจอย่างชัดเจน..” (สมศักดิ์ พลภา, สัมภาษณ์, 22 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4 กล่าวว่า “ข้อความด้านช่องทางการติดต่อควรเอาไว้ได้รูปทุกรูปจะดีกว่า เพื่อให้คนที่เข้ามาชมเห็นรูปให้เกิดการถูกใจก่อน ถ้าผู้ชมถูกใจก็จะได้ติดต่อกลับไปเอง” (ปณวัช พรมติ, สัมภาษณ์, 30 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 5 กล่าวว่า “เขียนใส่รายละเอียดทุกช่องทางติดต่อไปเลย โดยเรียงลงมาเลย เช่น เบอร์โทร ไลน์ไอดี สำหรับการโพสต์ขายสินค้า ก็ควรใส่ทั้งช่องทางการติดและราคาไปเลย เพราะถ้าสินค้าบางรายลูกค้าชอบแต่แม่ค้าไม่ได้ใส่รายละเอียดการติดต่อหรือราคา จะทำให้ลูกค้าต้องไปไล่หาจากสินค้าก่อนหน้า” (ขวัญศรี จามจรี, สัมภาษณ์, 3 มิถุนายน 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 6 กล่าวว่า “ข้อความด้านช่องทางการบางโพสต์ก็ระบุไม่ทั้งหมด คือ ระบุแค่ไลน์อย่างเดียว ข้อเสนอแนะควรระบุช่องทางทั้งหมดที่ติดต่อไปกับภาพสินค้าทุกภาพและทุกโพสต์ ที่มองดูอยู่ในปัจจุบันก็ถือว่าโอเค” (สิทธิชัย เจริญสุข, สัมภาษณ์, 3 มิถุนายน 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 7 กล่าวว่า “ยังไม่ค่อยเหมาะสม บางทีก็พิมพ์แค่คำว่า Inbox ควรจะใส่ลิงก์หน้าเพจไปเลยทำให้คนสามารถติดต่อได้ง่าย” (วรพงษ์ เทียนทอง, สัมภาษณ์, 6 มิถุนายน 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 8 นางสาว กล่าวว่า “คิดว่าดีละ มีทุกช่องให้ติดต่อทั้งไลน์และเฟสบุ๊ก ข้อเสนอคือ ควรมีอยู่ทุกโพสต์เหมือนกัน (กมลรัตน์ ทัดสะวอน, สัมภาษณ์, 6 มิถุนายน 2559)

ผู้ให้สัมภาษณ์กลุ่มที่ 4 ผู้ที่เชี่ยวชาญในการออกแบบเฟสบุ๊กแฟนเพจ

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 9 กล่าวว่า “คือก็ชัดเจนดีละ แต่ใน

ส่วนนี้สามารถใส่ link massage เพื่อให้ลูกค้าสามารถติดต่อกับมาได้” (กนกวรรณ ศาสัก, สัมภาษณ์ , 10 มิถุนายน 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 10 กล่าวว่า “ข้อเสนอแนะคือ เวลาเราโพสต์ทุกครั้งให้ใส่ช่องทางการติดต่อไปด้วยทุกครั้ง ทุกช่องทางการติดต่อ เบอร์โทร ไลน์ ใต้ และทางอื่น ๆ ที่มี” (ภาณุภูมิ วงศ์นาลักษณ์, สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2559)

ตารางที่ 4-35 การวิเคราะห์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับข้อความด้านช่องทางการติดต่อที่แสดงบนเฟสบุ๊กแฟนเพจ ของผู้ให้สัมภาษณ์

คนที่	ชื่อ-นามสกุล	เหมาะสม	ไม่เหมาะสม	ข้อเสนอแนะ
1	นางสาวสุนทรีย์ พลภา	✓		ควรโพสต์ได้รูปภาพสินค้าทุกครั้ง
2	นายสมศักดิ์ พลภา		✓	ควรมีไลน์กับเบอร์โทรคู่กันตลอดและมีสถานที่รับสินค้า
3	นางสาวนพรัตน์ สุขสำราญ		✓	เพิ่มข้อความในส่วนธนาคาร
4	นายปณวัช พรหมดี		✓	ควรเอาไว้ได้รูปทุกรูปจะดีกว่า
5	นางสาวขวัญศรี จามจรี		✓	ในการโพสต์ขายสินค้า ก็ควรใส่ทั้งช่องทางการติดและราคาไปเลย
6	นายสิทธิชัย เจริญสุข	✓		ควรระบุช่องทางทั้งหมดที่ติดต่อไปกับภาพสินค้าทุกภาพ
7	นายวรพงศ์ เทียนทอง		✓	ใส่ลิงก์หน้าเพจไปเลย
8	นางสาวกมลรัตน์ ทัดสะวอน	✓		ควรมีอยู่ทุกโพสต์

ตารางที่ 4-35 (ต่อ)

คนที่	ชื่อ-นามสกุล	เหมาะสม	ไม่ เหมาะสม	ข้อเสนอแนะ
9	นางสาวกนกวรรณ สาสัก		✓	สามารถใส่ link Massage โพสต์ทุกครั้งให้ใส่ ช่องทางการติดต่อไป ด้วยทุกครั้ง
10	นายภาณุภูมิ วงศ์นาลักษณ์	✓		
ค่าเฉลี่ย		40%	60%	

5. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการนำเสนอรูปภาพแสดงสินค้าบน
เฟสบุ๊กแฟนเพจ

5.1 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการนำเสนอรูปภาพแสดงสินค้าบน
เฟสบุ๊กแฟนเพจ

ผู้ให้สัมภาษณ์กลุ่มที่ 2 ลูกค้ายกจากเฟสบุ๊กแฟนเพจ

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1 กล่าวว่า “การนำเสนอ
รูปภาพสินค้าควรนำเสนอให้ชัดเจน ควรแสดงรูปภาพในหลายๆมุมมอง รูปที่ลง ควรเป็นภาพ
สินค้าของเราเองที่ถ่ายจากสินค้าจริง ๆ ไม่ควรไป Copy มาจากที่อื่น เพื่อให้ดูว่ามีสินค้าขายจริง
ๆ” (สุนทรีย์ พลภา, สัมภาษณ์, 22 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2 กล่าวว่า “ควรจะมีแบบ
ถ่ายภาพในหลาย ๆ สถานที่ ให้มีฉากที่หลากหลายให้น่าสนใจ ภาพถ่ายวิธีการใช้สินค้าเพราะบาง
คนเห็นแค่ภาพในมุมมองเดียว อาจไม่รู้ว่าเป็นหมอนผ้าห่ม อาจทำให้เข้าใจผิดว่าเป็นกระเป๋าก็ได้”
(สมศักดิ์ พลภา, สัมภาษณ์, 22 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3 กล่าวว่า “การใส่รูปภาพ
สินค้าก็มีส่วนสำคัญอย่างมากกับการเลือกซื้อของลูกค้า โดยควรเป็นรูปภาพใหม่ที่ถ่ายเองจากสินค้า
หมอนผ้าห่ม ไม่ไปคัดลอกจากที่ไหนมาใส่” (นพรัตน์ สุขสำราญ, สัมภาษณ์, 30 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4 กล่าวว่า “มันดูเยอะไป ถ้าเรา
จัดภาพแล้วทำพื้นหลังดีดี ให้ทำรูปเด่นเพื่อที่จะโชว์สินค้าด้วยตัวมันเอง ทำพื้นหลังดี ๆ ต้องทำ

องค์ประกอบให้ดี จัดสเกลรูปภาพให้เหมาะสม” (ปณวัช พรหมดี, สัมภาษณ์, 30 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 5 กล่าวว่า “ภาพแสดงสินค้าก็ดูโอเคค่ะ ก็แล้วแต่แม่ค้าจะอยากรนำเสนอสินค้ามุมมองไหนบ้าง แต่มีข้อเสนอแนะคืออยากให้เทียบสเกลการวัดไปในตัวสินค้าและว่าขนาดผ้ากว้างเท่าไร ยาวเท่าไร และเมื่อพับเก็บแล้วได้ขนาดเท่าไร ก็เทียบสเกลให้ลูกค้าเห็นชัดไปเลย หรืออาจมีรูปคนที่กอดตุ๊กตาบ้างจะดูน่าสนใจมากยิ่งขึ้น” (ขวัญศรี จามจรี, สัมภาษณ์, 3 มิถุนายน 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 6 กล่าวว่า “ถ้ามองในลักษณะปัจจุบันก็คือเราอยากขายสินค้าตัวนี้จริง ๆ คือ อยากให้เพิ่มในส่วนของฟรีเซนต์เนอร์ เช่น เด็กถ่ายคู่กับหมอน” (สิทธิชัย เจริญสุข, สัมภาษณ์, 3 มิถุนายน 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 7 กล่าวว่า “อย่างที่กล่าวไปแล้วครับภาพแสดงสินค้า องค์ประกอบภาพยังไม่ชัดเจน ควรทำภาพให้สวยงามเน้นที่สินค้าให้ชัดเจน” (วรพงศ์ เทียนทอง, สัมภาษณ์, 6 มิถุนายน 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 8 กล่าวว่า “คิดว่ารูปภาพที่ถ่ายควรจะมีคนถ่ายคู่ด้วย” (กมลรัตน์ ทัดสะวอน, สัมภาษณ์, 6 มิถุนายน 2559)

ผู้ให้สัมภาษณ์กลุ่มที่ 4 ผู้ที่เชี่ยวชาญในการออกแบบเฟสบุ๊คแฟนเพจ

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 9 กล่าวว่า “รูปภาพยังไม่ค่อยสวย รูปรีวิวด่าง ๆ ไม่ดูไม่สวย และเวลาที่เราจะโพสต์เราดูขนาดไฟล์ภาพให้เหมาะสม ให้มุมมองเวลาแสดงผลออกมาแล้วดูสวยงามค่ะ มุมมองในการถ่ายภาพสามารถถ่ายหลายมุมมองได้ เวลาโพสต์จะได้ไม่ซ้ำกัน” (กนกวรรณ สาสัก, สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 10 กล่าวว่า “รูปภาพจริง ๆ แล้วจะลงยังไรก็ได้ เพราะแต่ละคนแตกต่างกัน ดังนั้นเราต้องหาวิธีการถ่ายรูปของเราที่น่าเสนอสินค้าออกมาแล้วมันดูชัดเจน บางทีเราก็หาจากหลังน่ารัก ๆ มาวางแล้วถ่ายภาพ ควรถ่ายในหลายมุมมอง ถ้าจะให้ดีก็หาคนน่ารัก ๆ มาถ่ายรูปคู่กับหมอน คือ หมอนเราใช้ประโยชน์อะไรได้ ก็ถ่ายภาพการใช้งานตามนั้น บางทีคนเห็นแล้วอยากได้บ้าง” (ภาควงมณี วงศ์นาลักษณ์, สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2559)

ตารางที่ 4-36 การวิเคราะห์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการนำเสนอรูปภาพแสดงสินค้าบนเฟสบุ๊คแฟนเพจ ของผู้ให้สัมภาษณ์

คนที่	ชื่อ-นามสกุล	เหมาะสม	ไม่เหมาะสม	ข้อเสนอแนะ
1	นางสาวสุนทรีย์ พลภา		✓	ควรเป็นภาพสินค้าของเราเองที่ถ่ายจากสินค้าจริง ๆ
2	นายสมศักดิ์ พลภา		✓	ควรจะมีแบบถ่ายภาพในหลายๆ สถานที่ ให้มีฉากที่หลากหลาย
3	นางสาวนพรัตน์ สุขสำราญ		✓	ไม่ควรคัดลอกรูปภาพจากที่อื่นมาโพสต์
4	นายปณวัช พรหมดี		✓	ทำองค์ประกอบให้ดี จัดสเกลรูปภาพให้เหมาะสม
5	นางสาวขวัญศรี จามจรี	✓		อยากให้เทียบสเกลการวัดไปในตัวสินค้า
6	นายสิทธิชัย เจริญสุข	✓		เพิ่มในส่วนของฟรีเซนเตอร์
7	นายวรพงศ์ เทียนทอง		✓	ทำภาพให้สวยงามเน้นที่สินค้าให้ชัดเจน
8	นางสาวกมลรัตน์ ทัดสะวอน	✓		รูปภาพที่ถ่ายควรจะมีคนถ่ายคู่ด้วย
9	นางสาวกนกวรรณ สาสัก		✓	ให้มุมมองเวลาแสดงผลออกมาแล้วดูสวยงาม
10	นายภาคภูมิ วงศ์นาลักษณ์	✓		หากคนน่ารัก ๆ มาถ่ายรูปคู่กับหมอน
ค่าเฉลี่ย		40%	60%	

5.2 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการสร้างอัลบั้มเพื่อแสดงหมวดหมู่ของสินค้าบนเฟสบุ๊กแฟนเพจ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร

ผู้ให้สัมภาษณ์กลุ่มที่ 2 ลูกค้าจากเฟสบุ๊กแฟนเพจ

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1 กล่าวว่า “ควรแยกอัลบั้มสินค้าเป็นแต่ละประเภท เช่น อัลบั้มตุ๊กตากระต่ายก็กระต่ายอย่างเดียว มีลายอะไรบ้าง มีแบบใดบ้าง อัลบั้มตุ๊กตาหมีก็หมีอย่างเดียว อัลบั้มตุ๊กตาลิงก็ลิงอย่างเดียว ส่วนอัลบั้มสินค้ามาใหม่ก็สามารถรวมเป็น 1 อัลบั้ม แต่เรียงสินค้าประเภทเดียวกันไว้ด้วย แล้วควรโพสต์อัลบั้มเรื่อย ๆ ” (สุนทรีย์ พลภา, สัมภาษณ์, 22 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2 กล่าวว่า “ผมคิดว่าคนส่วนใหญ่จะดูในทามไลน์มากกว่า เลื่อนดูมากกว่า แต่ก็ควรสร้างอัลบั้มไว้เพื่อเก็บสินค้า สินค้ามาใหม่ สินค้าแนะนำ ก็ควรแยกหมู่แยกประเภทสินค้า เช่น หมีก็หมี ลิงก็ลิง” (สมศักดิ์ พลภา, สัมภาษณ์, 22 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3 กล่าวว่า “การสร้างอัลบั้มรูปภาพในการแสดงขายสินค้าเป็นผลดีกับการขายสินค้าบนเฟสบุ๊กแฟนเพจ เป็นการสร้างความน่าเชื่อถือเพื่อให้ลูกค้ากลับมาซื้อสินค้าของเราอีก โดยการสร้างภาพลักษณ์ให้เหมือนแบรนด์ใหญ่ การถ่ายรูป การแพ็คเกจของส่ง การตอบคำถามลูกค้า และอื่น ๆ ต้องดูน่าเชื่อถือ เป็นต้น” (นพรัตน์ สุขสำราญ, สัมภาษณ์, 30 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4 นายปณวัช พรมดี กล่าวว่า “ส่วนนี้ควรที่จะทำ ข้อเสนอแนะคือ ทำรูปและองค์รูปภาพพื้นหลังให้ดูสวยงามและทำรูปให้เด่น” (ปณวัช พรมดี, สัมภาษณ์, 30 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 5 กล่าวว่า “ถ้าทำเป็นอัลบั้ม เช่น สินค้าใหม่ แบ่งประเภทสินค้า เช่น ตุ๊กตาลายไหน อัลบั้มรีวิวจากลูกค้า คิดว่าการสร้างอัลบั้มเป็นสิ่งสำคัญ” (ขวัญศรี จามจรี, สัมภาษณ์, 3 มิถุนายน 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 6 กล่าวว่า “ดีครับอย่างน้อยทำให้สามารถเข้าไปดูอัลบั้ม เพราะการโพสต์สินค้ามันจะดูเยอะ สำหรับการทำอัลบั้มก็สามารถรวมกันไปเลย เพราะถือว่าเป็นหมอนผ้าห่มเหมือนกัน” (สิทธิชัย เจริญสุข, สัมภาษณ์, 3 มิถุนายน 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 7 กล่าวว่า “ถือว่าดีครับในส่วนนี้ เพราะให้รู้ว่าสินค้าอะไรขายบ้าง ซึ่งมันเรียกดูง่าย” (วรพงศ์ เทียนทอง, สัมภาษณ์, 6 มิถุนายน 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 8 กล่าวว่า “การทำอัลบั้มก็จะทำให้คนที่เลือกซื้อสินค้าก็จะทำได้ง่ายขึ้น ควรแบ่งหมวดหมู่สินค้า เช่น หมอนผ้าห่มซุกมือ หรือหมอนอย่างอื่น” (กมลรัตน์ ทัดสะวอน, สัมภาษณ์, 6 มิถุนายน 2559)

ผู้ให้สัมภาษณ์กลุ่มที่ 4 ผู้ที่เชี่ยวชาญในการออกแบบเฟสบุ๊คแฟนเพจ

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 9 กล่าวว่า “อันก็ไม่จำเป็นต้องมีอัลบั้มก็ได้ค่ะ ถ้าสินค้าเรามีอย่างเดียวอาจจะเป็นอัลบั้มพร้อมส่ง ก็แล้วแต่สินค้าชนิดธุรกิจอีกทีนึง สำหรับตัวเพจหมอนผ้าห่มเอง ที่มีก็ได้อยู่แล้วค่ะ แต่ควร Update ด้วยว่ายังมีสินค้าอยู่หรือไม่ เช่น สินค้าเดือนมกราคม ถ้าอันไหนหมดก็ตัดออกไป” (กนกวรรณ สาสัก, สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 10 กล่าวว่า “การสร้างอัลบั้มถ้าเรามีหมวดหมู่อยู่ เราก็สร้างอัลบั้มให้เป็นหมวดหมู่ อาจจะแยกสีแยกลาย เช่น กระต่าย หมี ลิง” (ภาคภูมิ วงศ์นาลักษณ์, สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2559)

ตารางที่ 4-37 การวิเคราะห์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการการสร้างอัลบั้มเพื่อแสดงหมวดหมู่ของสินค้าบนเฟสบุ๊คแฟนเพจ ของผู้ให้สัมภาษณ์

คนที่	ชื่อ-นามสกุล	เหมาะสม	ไม่เหมาะสม	ข้อเสนอแนะ
1	นางสาวสุนทรีย์ พลภา		✓	ควรแยกอัลบั้มสินค้าเป็นแต่ละประเภท
2	นายสมศักดิ์ พลภา		✓	ควรแยกหมู่แยกประเภทสินค้า
3	นางสาวนพรัตน์ สุขสำราญ	✓		สร้างความน่าเชื่อถือเพื่อให้ลูกค้ากลับมาซื้อสินค้าอีก
4	นายปณวัช พรมติ		✓	ทำรูปและองค์รูปภาพพื้นหลังให้ดูสวยงาม
5	นางสาวขวัญศรี จามจรี		✓	แบ่งประเภทสินค้า
6	นายสิทธิชัย เจริญสุข	✓		รวมอัลบั้มกันได้
7	นายวรพงศ์ เทียนทอง	✓		ไม่มีข้อเสนอแนะ

ตารางที่ 4-37 (ต่อ)

คนที่	ชื่อ-นามสกุล	เหมาะสม	ไม่ เหมาะสม	ข้อเสนอแนะ
8	นางสาวกมลรัตน์ ทัดสะวอน		✓	ควรแบ่งหมวดหมู่ สินค้า
9	นางสาวกนกวรรณ สาสัก	✓		ควร Update ด้วยว่ายังมี สินค้าอยู่หรือไม่
10	นายภาคภูมิ วงศ์นำลักษณ์	✓		สร้างอัลบั้มให้เป็น หมวดหมู่
ค่าเฉลี่ย		50%	50%	

6. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการโฆษณาเฟสบุ๊ก และมีข้อเสนอแนะอย่างไร

6.1 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับความน่าสนใจของเฟสบุ๊กแฟนเพจ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร

ผู้ให้สัมภาษณ์กลุ่มที่ 2 ลูกค้าจากเฟสบุ๊กแฟนเพจ

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1 กล่าวว่า “สำหรับเพจในปัจจุบันยังมีความน่าสนใจอยู่ในระดับที่น้อย มันยังไม่แตกต่างจากร้านอื่น ๆ ควรโพสต์ให้ต่อเนื่องกัน ไม่ควรทิ้งระยะนาน ควรโพสต์ที่น่าสนใจ เช่น กรณีที่มีหมอนเข้ามาใหม่ บอกว่ามีสินค้านี้เข้ามาแล้ว เป็นลายอะไรสีอะไร ทำอะไรได้บ้าง ด้านล่างสินค้าก็โพสต์ด้านช่องทางติดต่อ ควรโพสต์ให้ต่อเนื่องกัน มีการรีวิวเยอะเพื่อให้ดูน่าสนใจ” (สุนทรีย์ พลภา, สัมภาษณ์, 22 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2 กล่าวว่า “ควรมีการปรับเพจให้มีการรีวิวสินค้า แสดงเวลา เปิด-ปิด ก็โมง ร้านปิดแล้วนะ ผมเคยเห็นเพจเมื่อก่อน พอสี่ทุ่ม มันจะขึ้นปิดแล้วนะ พอช่วงเช้าก็ขึ้นเปิดแล้วนะ พอให้ลูกค้าสามารถสอบถามได้” (สมศักดิ์ พลภา, สัมภาษณ์, 22 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3 กล่าวว่า “ความน่าสนใจของเฟสบุ๊กแฟนเพจการใช้เฟสบุ๊ก เพื่อในการนำเสนอแนวคิดหรือประชาสัมพันธ์สินค้าหรือบริการอย่างใดอย่างหนึ่ง ทางเฟสบุ๊ก ได้มีการสร้างพื้นที่ส่วนหนึ่งที่ทำให้เราได้มีโอกาสนำเสนอสิ่งที่เราต้องการจะนำเสนอให้แก่คนทั่วไป” (นพรัตน์ สุขสำราญ, สัมภาษณ์, 30 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4 กล่าวว่า “ความน่าสนใจในระดับโอเค ควรทำรูปภาพให้ดูสวยงาม ไม่ต้องพิมพ์ข้อความทั้งหมด เพราะมันดูเยอะไป เพราะคนรู้อยู่แล้วว่าสินค้าเรา คือ หมอนผ้าห่ม แค่นี้ก็น่าสนใจ สิ่งที่น่ามาใหม่ ลายใหม่ ถ้าคนสนใจเค้าก็จะส่งข้อความหาเองแล้วก็ไปอธิบายอีกที” (ปณวัช พรหมดี, สัมภาษณ์, 30 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 5 กล่าวว่า “คิดว่ามันน่าสนใจพอสมควร ดึงดูดตั้งแต่ชื่อ การโพสต์มันก็น่าสนใจ สิ่งที่น่าเพิ่ม เช่น หาแคปชั่นโดน ๆ สำหรับรูปภาพมีแต่รูปสินค้าอย่างเดียว น่าจะมี รูปคนถ่ายคู่กับสินค้า เช่น คนที่ซื้อสินค้าไปแล้วถ่ายรูปคู่กับสินค้า นำมารีวิว จะทำให้เกิดความน่าสนใจขึ้น” (ขวัญศรี จามจุรี, สัมภาษณ์, 3 มิถุนายน 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 6 กล่าวว่า “ความน่าสนใจในส่วนนี้มีแต่รูปสินค้า ไม่มีพรีเซนเตอร์ หรือวิดีโอแนะนำสินค้า เพราะถ้ามีพรีเซนเตอร์จะทำให้ดึงดูดความน่าสนใจได้มากขึ้น คือ แสดงให้เห็นถึงการใช้งานได้จริง” (สิทธิชัย เจริญสุข, สัมภาษณ์, 3 มิถุนายน 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 7 กล่าวว่า “ความน่าสนใจยังอยู่ระดับน้อย เพราะมีแต่รูปภาพสินค้าเต็มไปหมด ควรจะมีรูปคนถ่ายรูปคู่กับหมอนบ้างจะดูน่าสนใจกว่า และนำหมอนไปใช้ทำอะไรได้บ้างให้เห็นภาพการใช้งานก็จะดูน่าสนใจกว่าครับ” (วรพงศ์ เทียนทอง, สัมภาษณ์, 6 มิถุนายน 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 8 กล่าวว่า “คิดว่าเฟสบุ๊กยังไม่ น่าสนใจเท่าเพราะ ยังไม่ชวนให้ซื้อ” (กมลรัตน์ ทัดสะวอน, สัมภาษณ์, 6 มิถุนายน 2559)

ผู้ให้สัมภาษณ์กลุ่มที่ 4 ผู้ที่เชี่ยวชาญในการออกแบบเฟสบุ๊กแฟนเพจ

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 9 กล่าวว่า “ถ้าสินค้าเป็นหมอนผ้าห่มแล้ว ก็เป็นที่น่าสนใจในหมู่วัยรุ่น ก็อาจจะไม่ต้องสวยมาก ถ้าคนสนใจก็จะซื้ออยู่แล้ว แต่ถ้าเราต้องการเจาะกลุ่มเป้าหมายใหม่ ๆ ก็ต้องทำเพจให้สวยกว่านี้ล่ะ เพราะกลุ่มลูกค้าบางท่านก็จะสนใจองค์ประกอบรวม” (กนกวรรณ สาสัถ, สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 10 กล่าวว่า “ตามที่เคยพูดไป ไม่ว่าจะเป็นปรับตัว Cover page ตัวอักษร และองค์ประกอบอื่น ๆ แต่จะความน่าสนใจน่าจะมีการวัดที่ตัวโฆษณาเวลาเราไปโรมท์เพจออกไป มีคนเข้ามาชมมากน้อยแค่ สมมติว่าคนเห็น 100 คนมีคนกด ไลค์ให้เรา 1 คนก็ถือว่าโอเคแล้ว อย่างเช่นว่าถ้าเรามีการปรับเพจไปโฆษณาแล้วมีคนสนใจมากขายสินค้าได้ ถึงจะตอบได้ว่ามีคนสนใจหรือเปล่า” (ภาคภูมิ วงศ์นาคักษณ์, สัมภาษณ์, 10

มิถุนายน 2559)

ตารางที่ 4-38 การวิเคราะห์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความน่าสนใจของ
เฟสบุ๊คแฟนเพจของผู้ให้สัมภาษณ์

คนที่	ชื่อ-นามสกุล	เหมาะสม	ไม่ เหมาะสม	ข้อเสนอแนะ
1	นางสาวสุนทรีย์ พลภา		✓	ยังไม่แตกต่างจากร้าน อื่น ๆ
2	นายสมศักดิ์ พลภา		✓	ปรับเพจให้มีการรีวิว สินค้า
3	นางสาวนพรัตน์ สุขสำราญ		✓	เน้นประชาสัมพันธ์ สินค้า
4	นายปณวัช พรหมดี	✓		ควรทำรูปภาพให้ดู สวยงาม
5	นางสาวขวัญศรี จามจุรี	✓		หาแคปชั่นโดน ๆ สำหรับรูปภาพมีแต่รูป สินค้าอย่างเดียว
6	นายสิทธิชัย เจริญสุข	✓		ไม่มีฟรีเซนเตอร์ หรือ วิดีโอแนะนำสินค้า
7	นายวรพงศ์ เทียนทอง		✓	ควรมีรูปคนถ่ายรูปคู่ กับหมอน
8	นางสาวกมลรัตน์ ทัดสะวอน		✓	คิดว่าเฟสนี้ยังไม่ น่าสนใจเท่าเพราะ ยัง ไม่ชวนให้ซื้อ
9	นางสาวกนกวรรณ สาสัก		✓	ทำเพจให้สวยกว่านี้ค่ะ เพราะกลุ่มลูกค้าท่านก็ จะสนใจองค์ประกอบ รวม

ตารางที่ 4-38 (ต่อ)

คนที่	ชื่อ-นามสกุล	เหมาะสม	ไม่เหมาะสม	ข้อเสนอแนะ
10	นายภาควงศ์ วงศ์นาลักษณ์		✓	ความน่าสนใจน่าจะมีการวัดที่ตัวโฆษณา
ค่าเฉลี่ย		30%	70%	

6.2 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับความเพลิดเพลินในการเข้าชมเฟสบุ๊กแฟนเพจ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร

ผู้ให้สัมภาษณ์กลุ่มที่ 2 ลูกจ้างจากเฟสบุ๊กแฟนเพจ

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1 กล่าวว่า “ยังไม่ค่อยรู้สึกเพลิดเพลินในการชมเท่าไร การปรับปรุงเพื่อจะทำให้รู้สึกเพลิดเพลินอย่างเช่น การโพสต์รูปภาพสินค้าหอมผ้าห่ม ก็ควรไล่ระดับสีให้ดูตื่นต่อน่าสนใจ มีการเพิ่มคลิปการใช้ประโยชน์จากสินค้า เช่น เอาหอมผ้าห่มไว้ได้ทั้งบนเตียงนอน โซฟา เหมือนเป็นของตกแต่งบ้านอย่างหนึ่ง หรืออาจจะเพิ่มการใช้สินค้า เป็นหอมหนุนก็หนุนให้ดู เอาผ้าห่มออกมาห่มตัวได้ เป็นได้ทั้งหอมและผ้าห่ม รีวิวการพับเก็บด้วย” (สุนทรีย์ พลภา, สัมภาษณ์, 22 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2 กล่าวว่า “ควรมีวิดีโอ เป็นข่าวที่น่าสนใจ คลิปตลก Youlike เป็นต้นเพื่อให้นักเข้าชม อาจเป็นเนื้อหาอื่น ๆ ที่เป็นกระแสนิยม เหมือนเป็นเชิญชวนให้นักเข้าชมในเพจ และแ่งไปด้วยการขายสินค้า” (สมศักดิ์ พลภา, สัมภาษณ์, 22 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3 กล่าวว่า “กดไลค์คอมเมนต์ของแฟน ๆ ร่วมสนุกกับแฟนเพจของคุณ ด้วยการคอมเมนต์กลับบ่อย ๆ หรือขอบคุณพวกเขาด้วยการกดไลค์แบบง่าย ๆ ซึ่งเป็นการให้ความสนใจกับแฟนเพจโดยไม่เสียค่าใช้จ่ายอะไรเลย และไม่ต้องเสียเวลามากอีกด้วย เวลาที่คุณ ไปกดไลค์ข้อความของคนอื่น เขาก็จะกลับมาสนใจกับงานของคุณเช่นเดียวกัน มันเป็นวิธีที่จะเพิ่มช่องทางการสื่อสารและเรียกแฟนเพจได้เพิ่มขึ้น และที่สำคัญอย่าลืมตอบคำถามของแฟนเพจของคุณ” (นพรัตน์ สุขสำราญ, สัมภาษณ์, 30 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4 กล่าวว่า “ถ้าอยากให้เพลิน ต้องมองดูรูปให้มันเด่น ดูรูปภาพสวยงาม” (ปณวัช พรหมดี, สัมภาษณ์, 30 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 5 กล่าวว่า “อันนี้มันดู

ผลิตเพลินอยู่นะ เพราะมันเป็นหมอนที่ดูน่ารัก” (ขวัญศรี จามจรี, สัมภาษณ์, 3 มิถุนายน 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 6 กล่าวว่า “ที่มีอยู่โดยรวมก็ถือว่าโอเค ไม่ว่าจะเป็นส่วนของอัลบั้มสินค้า การโพสต์ต่าง ๆ รวมถึงการโพสต์ในส่วนที่ไม่ใช่สินค้า เพราะจะทำให้รู้สึกที่เราไม่ได้ขายสินค้าอย่างเดียว ข้อเสนอว่า อย่างที่ว่าให้เพิ่มในส่วนของฟรีเซนเตอร์ ข้อมูลเกี่ยวกับผู้หญิง เรื่องสุขภาพ และความรู้สึกรอบตัว เป็นต้น” (สิทธิชัย เจริญสุข, สัมภาษณ์, 3 มิถุนายน 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 7 กล่าวว่า “ความเพลินก็ถือว่าดีครับอาจด้วยสินค้ามันดูน่ารัก สีสันทัดสวยงาม เวลาดูเพจก็เพลินดี” (นายวรพงศ์ เทียนทอง, สัมภาษณ์, 6 มิถุนายน 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 8 กล่าวว่า “ยังไม่ผลิตเพลินเท่าที่ควรเพราะมีการโพสต์เรื่องราวอื่น ๆ เข้ามาแทรกด้วย” (กมลรัตน์ ทัดสะวอน, สัมภาษณ์, 6 มิถุนายน 2559)

ผู้ให้สัมภาษณ์กลุ่มที่ 4 ผู้ที่เชี่ยวชาญในการออกแบบเฟสบุ๊คแฟนเพจ

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 9 กล่าวว่า “ก็เฉย ๆ คือ ถ้าอยากซื้อก็มาเลือกเลยก็จบ ข้อเสนอแนะก็ควรจัดกิจกรรมร่วมกับลูกค้าอาจจะเป็นของแถมก็ได้ สำหรับเนื้อหาการโพสต์อาจจะมีรีวิวจริงส่งจริงค่ะ หรือทำ History ของเรา เช่น ของมาไหน ผ้าเป็นแบบไหน” (กนกวรรณ สาสัก, สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 10 กล่าวว่า “รู้สึกเฉยๆ เพราะยังไม่มียะไร ก็ปรับอย่างแนะนำไปทั้งหมดไม่ว่าจะเป็น Cover page, โลโก้, รูปภาพ , โปรโมชันต่าง ๆ หรือ กิจกรรมที่เราจะเล่นบนเพจของเรา” (ภาควงศ์ วงศ์นาคัทยณ, สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2559)

ตารางที่ 4-39 การวิเคราะห์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความเพลินในการเข้าชมเฟสบุ๊คแฟนเพจของผู้ให้สัมภาษณ์

คนที่	ชื่อ-นามสกุล	เหมาะสม		ข้อเสนอแนะ
		ไม่	เหมาะสม	
1	นางสาวสุนทรีย์ พลภา	✓		การโพสต์รูปภาพ สินค้าหมอนผ้าห่ม ก็ ควรไต่ระดับสีให้ดู ตื่นตื้นน่าสนใจ

ตารางที่ 4-39 (ต่อ)

คนที่	ชื่อ-นามสกุล	เหมาะสม	ไม่ เหมาะสม	ข้อเสนอแนะ
2	นายสมศักดิ์ พลภา		✓	ควรมีวิดีโอ เป็นข่าวที่ น่าสนใจ คลิปตลก Youlike
3	นางสาวนพรัตน์ สุขสำราญ		✓	จัดกิจกรรมร่วมสนุก
4	นายปณวัช พรหมดี		✓	ทำรูปให้ดูสวยงาม
5	นางสาวขวัญศรี จามจุรี	✓		ไม่มีข้อเสนอแนะ
6	นายสิทธิชัย เจริญสุข	✓		เพิ่มในส่วนของ ฟรีเซนต์เตอร์ ข้อมูล เกี่ยวกับผู้หญิง
8	นางสาวกมลรัตน์ ทัดสะวอน		✓	มีการโพสต์เรื่องราว อื่น ๆ เข้ามาแทรก
9	นางสาวกนกวรรณ สาสัก		✓	ควรจัดกิจกรรม ร่วมกับลูกค้า
10	นายภาณุภูมิ วงศ์นาลักษณ์		✓	แนะนำไปทั้งหมดไม่ ว่าจะเป็น Cover page, โลโก้, รูปภาพ, โปรโมชั่นต่าง ๆ หรือ กิจกรรมที่เราจะเล่น บนเพจของเรา
ค่าเฉลี่ย		20%	80%	

6.3 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการโฆษณาแบบโปรโมทเพจ (การถูกใจหน้า)
และมีข้อเสนอแนะอย่างไร

ผู้ให้สัมภาษณ์กลุ่มที่ 2 ลูกค้าจากเฟสบุ๊กแฟนเพจ

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1 กล่าวว่า “ควรมีการโฆษณา
เรื่อย ๆ เพื่อให้มีลูกค้าหลายๆกลุ่มเข้ามา การที่เพจมียอดการถูกใจเยอะ ๆ เหมือนเป็นการเพิ่ม

ความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า ว่าเพจนี้เป็นที่น่าสนใจ” (สุนทรีย์ พลภา, สัมภาษณ์, 22 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2 กล่าวว่า “ผมคิดว่าควรมีโฆษณาให้ถูกใจบ้าง เพราะว่าถ้ามีคนถูกใจเรามาก ๆ เพจจะขึ้นหน้าแรก ๆ ถ้ายอดถูกใจน้อยเพจจะไม่ค่อยขึ้น เราควรที่จะมีการโฆษณาที่เหมือนกับการโปรโมทร้านร้านของเรา และก็ควรให้มีการกดแชร์ ไม่งั้นร้านเราก็ไม่มีคนรู้เพราะการแพร่มน้อย” (สมศักดิ์ พลภา, สัมภาษณ์, 22 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3 กล่าวว่า “ใช้รูปภาพแทนการใช้ลิงค์เพราะการใช้รูปจะเป็นสิ่งดึงดูดให้คนเข้ามาดูได้มากกว่าการใช้ลิงค์ธรรมดา สิ่งแรกที่คนเข้ามาคือ เขาจะสนใจรูปภาพเป็นอย่างแรกหลังจากนั้นจะเริ่มอ่านข้อความ” (นพรัตน์ สุขสำราญ, สัมภาษณ์, 30 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4 กล่าวว่า “ในแง่ของคนขายแต่ในแง่คนซื้อมันดูน่ารำคาญ แต่ถ้าเราชอบ เช่น มีคนที่เพื่อนแชร์ กดไลค์ มาแล้วเห็นอย่างนี้ จะทำให้รู้สึกน่าสนใจในกว่า อยากให้เน้นแนวแชร์ต่อมากกว่า เพราะถ้าเห็นจากที่เพื่อนกดถูกใจ หรือแชร์มา ถ้าสนใจสินค้า ก็จะเข้าไปดูแล้วกดถูกใจเอง” (ปณวัช พรหมดี, สัมภาษณ์, 30 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 5 กล่าวว่า “ควรจะทำโฆษณาส่วนนี้ เพราะถ้าเพจไหนที่มีคนถูกใจเยอะ ๆ ก็เหมือนเป็นการสร้างความเชื่อมั่น เพราะการซื้อของออนไลน์ไหนก็มีความเสี่ยง เพราะต้องโอนเงินไปก่อนแล้วค่อยได้สินค้า เพราะถ้าเพจไหนมีคนถูกใจน้อยจะทำให้รู้สึกว่าจะไม่ค่อยกล้าซื้อ” (ขวัญศรี งามจรี, สัมภาษณ์, 3 มิถุนายน 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 6 กล่าวว่า “คิดว่าน่าจะทำโฆษณาถูกใจเพจ เพราะเป็นดัชนีชี้วัดว่ามีคนมาถูกใจ สำหรับจำนวนยอดไลค์นั้นไม่จำเป็นต้องมีมากครับ ขอแค่เราโพสต์แล้วมีคนมากดไลค์ก็ถือว่าประสบความสำเร็จครับ อย่างเช่น ไม่จำเป็นต้องมีเยอะมาก เช่น 1,000 ไลค์ก็ไม่ได้หมายความว่าคนจะซื้อสินค้าเรา 1,000 คน ขอแค่เราทำเพจขึ้นมาแล้วมีคนชอบจริงและกดไลค์ให้ถือว่าโอเคแล้วครับ” (สิทธิชัย เจริญสุข, สัมภาษณ์, 3 มิถุนายน 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 7 กล่าวว่า “คิดว่าการทำครับ เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือให้เพจครับ” (วรพงศ์ เทียนทอง, สัมภาษณ์, 6 มิถุนายน 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 8 กล่าวว่า “คิดว่าดีละ จะทำให้คนอื่นรู้จักเพจเรามากยิ่งขึ้น” (กมลรัตน์ ทัดสะวอน, สัมภาษณ์, 6 มิถุนายน 2559)

ผู้ให้สัมภาษณ์กลุ่มที่ 4 ผู้ที่เชี่ยวชาญในการออกแบบเฟสบุ๊คแฟนเพจ

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 9 กล่าวว่า “โปรโมทสามารถ

ใช้แนะนำสินค้าตัวใหม่ก็ได้ หรือจะขายก็ได้ ถ้าสินค้ามีตัวเดียวใช้โฆษณาแบบนี้ก็ได้เราจะได้ยอดขายดี แต่ไม่มีการให้โพสต์ข้อความเท่านั้นเอง” (กนกวรรณ สาสัก, สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 10 กล่าวว่า “การโปรโมทมันเป็นโฆษณาเชิงนำเสนอแบรนด์ให้คนรู้จัก แต่ก็ไม่ได้ส่งผลให้ขายสินค้าได้ โฆษณาที่ทำให้เราขายสินค้าได้ คือ โปรโมทโพสต์ คือ เข้าถึงคนได้ดีกว่าโปรโมทเพจ”. (ภาคภูมิ วงศ์นาลักษณ์, สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2559)

ตารางที่ 4-40 การวิเคราะห์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการโฆษณาแบบโปรโมทเพจ (การถูกใจหน้า) ของผู้ให้สัมภาษณ์

คนที่	ชื่อ-นามสกุล	เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	ข้อเสนอแนะ
1	นางสาวสุนทรีย์ พลภา	✓		ควรมีการโฆษณาเรื่อย ๆ
2	นายสมศักดิ์ พลภา	✓		มีการโฆษณาที่เหมือนกับการโปรโมทร้าน
3	นางสาวนพรัตน์ สุขสำราญ	✓		ใช้รูปภาพแทนการใช้ลิงค์
4	นายปณวัช พรมดี		✓	ในแง่คนซื้อมันดูน่ารำคาญ
5	นางสาวขวัญศรี จามจรี	✓		เพจไหนที่มีคนถูกใจเยอะ ๆ ก็เหมือนเป็นการสร้างความเชื่อมั่น
6	นายสิทธิชัย เจริญสุข	✓		เป็นดัชนีชี้วัดว่ามีคนมาถูกใจ
7	นายวรพงศ์ เทียนทอง	✓		เพิ่มความน่าเชื่อถือให้เพจ

ตารางที่ 4-40 (ต่อ)

คนที่	ชื่อ-นามสกุล	เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	ข้อเสนอแนะ
8	นางสาวกมลรัตน์ ทัดสะวอน	✓		ทำให้คนอื่นรู้จักเพจเรามากยิ่งขึ้น
9	นางสาวกนกวรรณ สาสัก	✓		โฆษณาแบบนี้ก็ได้เราจะได้ยอดไลค์
10	นายภาคภูมิ วงศ์นำลักษณ์	✓		เป็นโฆษณาเชิงนำเสนอแบรนด์ให้คนรู้จัก
ค่าเฉลี่ย		90%	10%	

6.4. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการ โฆษณาแบบโปร โมท โปสต์ (การมีส่วนร่วมในหน้า) และมีข้อเสนอแนะอย่างไร

ผู้ให้สัมภาษณ์กลุ่มที่ 2 ลูกค้าจากเฟสบุ๊กแฟนเพจ

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1 กล่าวว่า “ควรมีการทำโฆษณาโปรโมทโปสต์ เพื่อให้ลูกค้าเห็นว่าเรามีสินค้าอะไรเข้ามาเพื่อให้ ถ้าหากมีคนมาเห็นสินค้าในโฆษณานี้แล้วชอบหรือถูกใจ ก็จะได้ซื้อสินค้าได้ และจะได้เห็นสินค้าในหลาย ๆ แบบ” (สุนทรีย์ พลภา, สัมภาษณ์, 22 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2 กล่าวว่า “ควรจะมีเพราะเหมือนเป็นการโฆษณาสินค้าใหม่ ๆ เช่นว่าก่อนหน้านี้ไม่ถูกใจในสินค้า แต่พอมีสินค้ามาใหม่แล้วเห็นการโฆษณาแล้วถูกใจ ก็จะอยากซื้อสินค้า เราก็ต้องควรโฆษณา เพราะบางทีถ้าเรารอให้คนบอกปากต่อปากบางทีมันก็น้อย ดังนั้นเราควรมีการทำโฆษณาสินค้าโดยเฉพาะสินค้าที่เข้ามาใหม่ๆ ก็ต้องทำโฆษณาแบบโปรโมทโปสต์” (สมศักดิ์ พลภา, สัมภาษณ์, 22 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3 กล่าวว่า “โปสต์ จะ โปสต์กันในช่วง 2 ทุ่มถึง 5 ทุ่ม มากที่สุด เวลาโปสต์อย่าใช้ Link แบบย่อ ให้ใช้ URL แบบเต็ม ๆ ดีกว่า แฟนเพจของเราจะได้มั่นใจได้ว่าไม่ถูกหลอกให้ไปกดลิงค์อะไรไม่รู้ที่อื่น อย่าโปสต์ข้อความนิ่งให้มันยาวยืดนานเบื่อ ทำให้คนไม่อยากจะอ่าน กระชับคำ และเลือกใจความสำคัญ” (นพรัตน์ สุขสำราญ, สัมภาษณ์, 30 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4 กล่าวว่า “โฆษณาแบบนี้ ถือว่าโอเค” (ปณวัช พรมติ, สัมภาษณ์, 30 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 5 กล่าวว่า “ถ้าต้องการจะเจาะกลุ่มลูกค้าให้มากขึ้น หรือขยายผลกำไร คิดว่าเราควรจะทำโฆษณาที่ เช่น สินค้าใหม่ คิดที่จะทำส่วนนี้เพื่อขยายลูกค้า” (ขวัญศรี จามจุรี, สัมภาษณ์, 3 มิถุนายน 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 6 กล่าวว่า “ในส่วนนี้ถ้าเป็นไปได้ในการขายของออนไลน์ คือ ทำยังไงก็ได้ให้คนเห็นสินค้าของเรา และไม่ก่อให้เกิดความน่ารำคาญ ก็ทำไปเพื่อให้คนเห็นเพจเรา ถ้าเจอโฆษณาลักษณะนี้ก็จะสะดุดถ้าเป็นคนที่สนใจก็จะเข้าไปดูเอง” (สิทธิชัย เจริญสุข, สัมภาษณ์, 3 มิถุนายน 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 7 กล่าวว่า “คิดว่าควรทำครับ เพราะจะทำให้คนเห็นสินค้าและจะได้เปิดโอกาสในการขายสินค้า” (นายวรพงศ์ เทียนทอง, สัมภาษณ์, 6 มิถุนายน 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 8 กล่าวว่า “คิดว่าการโฆษณาที่ดีกว่าโปรโมทเพจ เพราะคนจะเห็นเยอะกว่า และมีการแชร์เยอะมากกว่า” (กมลรัตน์ ทัดสะวอน, สัมภาษณ์, 6 มิถุนายน 2559)

ผู้ให้สัมภาษณ์กลุ่มที่ 4 ผู้ที่เชี่ยวชาญในการออกแบบเฟสบุ๊คแฟนเพจ

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 9 กล่าวว่า “การโฆษณาแบบโปรโมทโพสต์ สามารถดูรูปภาพได้มาก แต่ถ้าเป็นโปรโมทเพจได้รูปเดียว แต่จะไม่มีการให้กดไลค์ แต่สามารถโพสต์ข้อความและนําคอนเข้ามาชมในเพจก่อนได้น คนจะดูสินค้า ถ้าถูกใจจะมีการกดไลค์เพจให้คะแนนได้เลย โปรโมทโพสต์จะใช้ได้ดีกว่าโปรโมทเพจ เพราะสามารถถามทางข้อความและดึงคนเข้ามาชมสินค้า” (กนกวรรณ สาสัก, สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 10 กล่าวว่า “โปรโมทโพสต์คือ เข้าถึงคนได้ดีกว่าโปรโมทเพจ เป็นโฆษณาที่จะทำให้เราขายสินค้าได้ ถ้าเราโฆษณาไป 100 บาทคนก็จะเห็นโฆษณามากกว่าโปรโมทเพจ” (ภาคภูมิ วงศ์นาลักษณ์, สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2559)

ตารางที่ 4-41 การวิเคราะห์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการโฆษณาแบบ
โปรโมทโพสต์ (การมีส่วนร่วมในหน้า) ของผู้ให้สัมภาษณ์

คนที่	ชื่อ-นามสกุล	เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	ข้อเสนอแนะ
1	นางสาวสุนทรีย์ พลภา	✓		หากมีคนมาเห็นสินค้า ในโฆษณานี้แล้วชอบ หรือถูกใจ ก็จะได้ซื้อ สินค้าได้
2	นายสมศักดิ์ พลภา	✓		สินค้าใหม่ ควรลง โฆษณา
3	นางสาวนพรัตน์ สุขสำราญ	✓		ควรโพสต์ช่วง 2 ทุ่ม ถึง 5 ทุ่ม
4	นายปณวัช พรมดี	✓		ไม่มีข้อเสนอแนะ
5	นางสาวขวัญศรี จามจรี	✓		ถ้าต้องการจะเจาะกลุ่ม ลูกค้าให้มากขึ้น
6	นายสิทธิชัย เจริญสุข	✓		ต้องทำให้คนเห็นเพจ ของเรา
7	นายวรพงศ์ เทียนทอง	✓		จะทำให้คนเห็นสินค้า
8	นางสาวกมลรัตน์ ทัดสะวอน	✓		คนจะเห็นเยอะกว่า
9	นางสาวกนกวรรณ สาสัก	✓		โปรโมทโพสต์จะ ใช้ได้ดีกว่าโปรโมท เพจ เพราะสามารถ ถามทางข้อความและ ดึงคนเข้ามาชมสินค้า
10	นายภาคภูมิ วงศ์นำลักษณะ	✓		เข้าถึงคนได้ดีกว่า โปรโมทเพจ
ค่าเฉลี่ย		100%		

7. ท่านมีข้อเสนอแนะในการพัฒนาและปรับปรุงเพิ่มเติมในส่วนอื่น ๆ อย่างไร
ผู้ให้สัมภาษณ์กลุ่มที่ 2 ลูกค้าจากเฟสบุ๊กแฟนเพจ

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1 กล่าวว่า “ควรปรับข้อความบน Cover page ไม่ให้สีมันกลืนไปกับรูปภาพ รูปภาพที่แสดงสินค้าควรเป็นสินค้าของเราเองที่ถ่ายจริง ๆ จากสินค้า แยกหมวดหมู่สินค้าให้สินค้าประเภทเดียวกันไว้ด้วยกัน ควรมีคลิปแนะนำสินค้า ธีวีว่าใช้สินค้าทำอะไรได้บ้าง ประโยชน์ที่หลากหลายของสินค้า ควรเปลี่ยนรูปภาพประจำตัวบ่อย ๆ ให้เป็นสินค้าที่เข้ามาใหม่เรื่อย ๆ Cover page ก็เหมือนกันควรเป็นเป็นภาพสินค้าเรื่อย ๆ และชื่อร้านค้าให้เด่นชัดไม่ทับรูปภาพ” (สุนทรีย์ พลภา, สัมภาษณ์, 22 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2 กล่าวว่า “เราควรที่จะขายของตามสถานที่ต่าง ๆ บ้างเพื่อให้คน ได้เห็นว่าเรามีตัวตนจริง ก็เหมือนเป็นการโปรโมทร้านเราด้วยว่าเรามีของจริง ๆ พร้อมส่ง และก็ควรขายในสื่อสังคมออนไลน์ช่องทางอื่นร่วมด้วย เช่น Instagram สื่อที่คนเล่น ๆ กัน” (สมศักดิ์ พลภา, สัมภาษณ์, 22 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3 กล่าวว่า “การทำ SEO การมีเนื้อหาเกี่ยวกับเพจของเราอยู่ในหลาย ๆ เว็บไซต์จะช่วยทำให้การค้นหาผ่าน Search engine อย่าง Google มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น ทำให้คนค้นเจอเพจของเราได้มากและเร็วยิ่งขึ้น” (นพรัตน์ สุขสำราญ, สัมภาษณ์, 30 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4 กล่าวว่า “ควรเคลียร์รูปภาพให้หมด แล้วเปลี่ยนใหม่ให้ดูสวยงามชัดเจน ไม่อยากให้เห็นข้อความลงบนรูปภาพมันจะดูไม่สวยงาม จัดพื้นที่หลังให้ดูดี เน้นเฉพาะหน้าตัวการ์ตูนของหมอน ไม่ควรถ่ายใส่ถุงพลาสติกเพราะดูไม่สวยงาม และไม่ควรถ่ายสินค้าแบบกองรวมกัน สรุป คือ ทำรูปภาพให้สวยงาม จัดองค์ประกอบให้สวยงาม” (ปณวิช พรหมดี, สัมภาษณ์, 30 พฤษภาคม 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 5 กล่าวว่า “นอกจากคำแนะนำที่ให้ใส่ข้อความการสั่งซื้อ และแคปชั่น โดนนอกจากนั้นก็ไม่มีแล้วค่ะ” (ขวัญศรี จามจรี, สัมภาษณ์, 3 มิถุนายน 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 6 กล่าวว่า “นอกจากแนะนำในส่วนของฟรีเชนเตอร์ และวิดีโอแนะนำสินค้าไปแล้ว ก็ควรจะมีบทความเกี่ยวกับการดูแลรักษา เช่น การซัก สีดทหรือไม่ ซักร่วมกับอะไรได้บ้าง และวัสดุที่นำมาผลิตสินค้า เช่น ผลิตภัณฑ์ที่ใช้แล้วแพ้หรือไม่ เด็กอ่อนก็สามารถใช้ได้ ไม่ก่อให้เกิดการแพ้ เป็นคั้งนี้ชีวิตของสินค้า” (สิทธิชัย เจริญสุข, สัมภาษณ์, 3 มิถุนายน 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 7 กล่าวว่า “ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

เช่น การถ่ายภาพการใช้งานโดยมีผู้ใช้ให้ดูเป็นตัวอย่าง หรือ ทำวิดีโอก็ได้ครับ” (วรพงศ์ เทียนทอง, สัมภาษณ์, 6 มิถุนายน 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 8 กล่าวว่า “คิดว่าโดยรวมก็ดีแล้ว ควรปรับปรุงในเรื่อง ที่พูดไป เช่น เนื้อหาอื่น รูปภาพ ตัวอักษร ช่องทางการติดต่อกับราคาให้มีทุกโพสต์ และเรื่องโปรโมชั่นค่ะ” (กมลรัตน์ ทัดสะวอน, สัมภาษณ์, 6 มิถุนายน 2559)

ผู้ให้สัมภาษณ์กลุ่มที่ 4 ผู้ที่เชี่ยวชาญในการออกแบบเฟสบุ๊กแฟนเพจ

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 9 กล่าวว่า “ปรับปรุงให้สวยงามมากยิ่งขึ้น อันไหนที่ไม่สวยงามก็ตัดออกไปเลย” (กนกวรรณ สาสัก, สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2559)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 10 กล่าวว่า “อันดับแรกเลย ต้องไปดูก่อนเลยว่ากลุ่มลูกค้าเราเป็นใคร เค้ารู้จักเราได้อย่างไร พฤติกรรมเป็นอย่างไร พฤติกรรมการใช้หมอนเป็นอย่างไร เราก็ต้องทำการเก็บข้อมูล ต่อมาเราก็ต้องมาทำในส่วนของ Content ให้คนเข้ามาสนใจ 2 ประเด็นหลักอันนี้เราก็ต้องปรับเป็นอันดับแรก เรื่องของสินค้ามันมีความน่ารักสวยงามด้วยตัวมันเองอยู่แล้ว ดังนั้นเราไม่ต้องไม่หวังเรื่องคุณภาพสินค้า ดังนั้นสิ่งที่สำคัญมากที่สุดคือจะทำอย่างไรให้คนเห็นเพจเราและติดตามเพจ มันต้องดึงดูดและมีความน่าสนใจ..” (กนกวรรณ สาสัก, สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2559)

ตารางที่ 4-42 การวิเคราะห์เกี่ยวกับความคิดข้อเสนอแนะเพิ่มเติมต่อเฟสบุ๊คแฟนเพจ Blanketspillows.sweetdream ของผู้ให้สัมภาษณ์

ลำดับ ที่	ชื่อ-นามสกุล	ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม									
		โปร โมชัน	วิดีโอ แนะนำ สินค้า	รูปภาพ Cover page	ภาพ สินค้า	ฟรีเชน เตอร์	เพิ่มคำ ค้นหา	Update รูป บ่อย ๆ	แยก รูปภาพ สินค้า ตาม หมวด หมู่	สี ตัวอักษร	อื่น ๆ
1	นางสาวสุนทรีย์ พลภา		✓					✓	✓	✓	
2	นายสมศักดิ์ พลภา										✓
3	นางสาวนพรัตน์ สุขสำราญ						✓				
4	นายปณวัช พรหมดี				✓						
5	นางสาวขวัญศรี จามจรี										✓
6	นายสิทธิชัย เจริญสุข		✓			✓					✓
7	นายวรพงษ์ เทียนทอง		✓								

ตารางที่ 4-42 (ต่อ)

ลำดับ ที่	ชื่อ-นามสกุล	ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม									
		โปร โมชั่น	วิดีโอ แนะนำ สินค้า	รูปภาพ Cover page	ภาพ สินค้า	ฟรีเชน เตอร์	เพิ่มคำ ค้นหา	Update รูป บ่อย ๆ	แยก รูปภาพ สินค้า ตาม หมวด หมู่	สี ตัวอักษร	อื่น ๆ
8	นางสาวกมลรัตน์ ทัดสะวอน	✓		✓							
9	นางสาวกนกวรรณ สาสัก				✓						
10	นายภาคภูมิ วงศ์นำลักษณ์						✓				
	ค่าเฉลี่ย	10%	30%	10%	20%	10%	20%	10%	10%	20%	30%

แนวทางการปรับปรุง เว็บไซต์ <http://sweetdream287.lnwshop.com> สำหรับจำหน่ายผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาทอมอนผ้าห่มนำเข้าจากประเทศจีน

แนวทางการพิจารณาจากค่าการวิเคราะห์ความเหมาะสมของผู้ให้สัมภาษณ์ในแต่ละข้อคำถาม ถ้าการวิเคราะห์ร้อยละของความเหมาะสมออกมาน้อยกว่าร้อยละ 50 ถือว่าต้องปรับปรุงในหัวข้อดังกล่าวสามารถสรุปได้ดังตารางที่ 4-43

ตารางที่ 4-43 การวิเคราะห์การวิเคราะห์แนวทางการปรับปรุงเว็บไซต์

Sweetdream287.lnwshop.com

คำถาม ข้อที่	หัวข้อ	ปรับปรุง	ไม่ ปรับปรุง	แนวทางการปรับปรุงตามข้อเสนอแนะ
1	ชื่อเว็บไซต์	✓		เปลี่ยนชื่อเป็น Sweetdreampillow.com
2.1	หมวดหมู่สินค้า	✓		แยกสินค้าหน้าตัวการ์ตูนเดียวกันไว้ด้วยกัน
2.2	การนำเสนอรูปภาพ ภายในเว็บไซต์	✓		ใช้รูปถ่ายจากสินค้าจริงและมีคนถ่ายรูปคู่ด้วย
2.3	ผลิตภัณฑ์ใหม่	✓		ใช้สัญลักษณ์แสดงผลิตภัณฑ์ใหม่
2.4	ราคาสินค้า		✓	
2.5	ช่องทางการติดต่อ	✓		ใส่ทุกช่องทางการติดต่อให้ชัดเจน เพิ่ม Link
2.6	การอธิบายวิธีสั่งซื้อ สินค้า		✓	
2.7	รายการสินค้าใน ตะกร้า		✓	
2.8	ระยะเวลาแสดงผล และสีบค้น		✓	
2.9	บทความภายใน เว็บไซต์	✓		1. ใส่บทความเกี่ยวกับประโยชน์ของ สินค้า 2. ใส่บทความเกี่ยวกับการดูแลรักษา สินค้า

ตารางที่ 4-43 (ต่อ)

คำถาม ข้อที่	หัวข้อ	ปรับปรุง	ไม่ ปรับปรุง	แนวทางการปรับปรุงตามข้อเสนอแนะ
				3.เพิ่มจำนวนบทความ
2.10	เว็บบอร์ด		✓	
3	ระบบนำทางหรือ เนวิเกชัน		✓	
4	ขนาดตัวอักษร	✓		เน้นคำบางคำให้เด่นชัดขึ้น
5	สีตัวอักษรและสีพื้น หลัง		✓	
6.1	ความเพลิดเพลินใน การเข้าชมเว็บไซต์		✓	
6.2	ความน่าเชื่อถือของ เว็บไซต์		✓	
6.3	Link ภายในเว็บไซต์		✓	
7	ข้อเสนอแนะอื่น ๆ	✓		เพิ่มวิดีโอรีวิวสินค้าเนื่องจากมีค่าคะแนน การแนะนำมากที่สุดร้อยละ 40

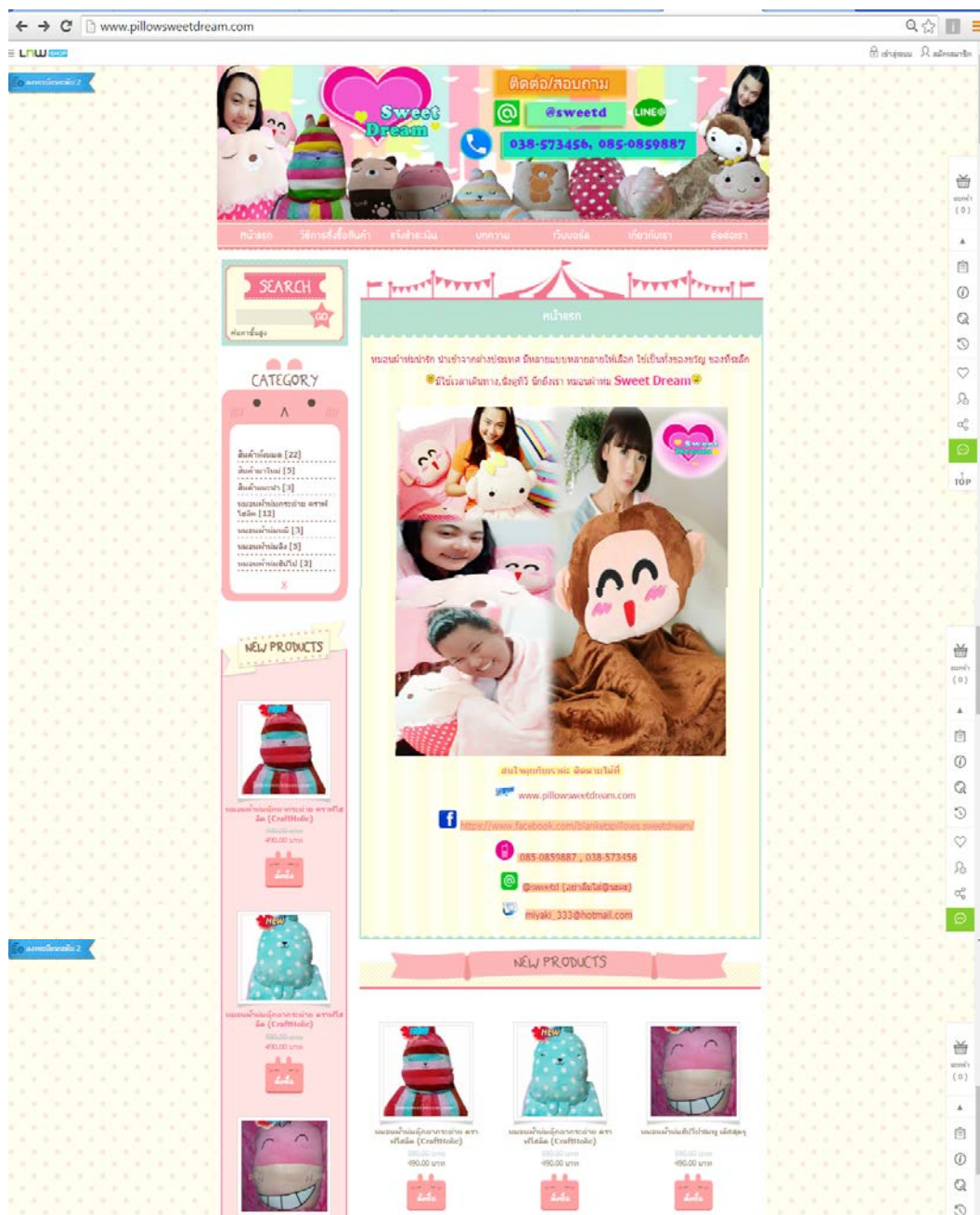
จากนั้นนำข้อสรุปของแนวทางการปรับปรุงเว็บไซต์ไปทำการปรับปรุงแสดงดังภาพที่
4-1 ภาพเว็บไซต์ก่อนการปรับปรุง และภาพที่ 4-2 ภาพเว็บไซต์หลังการปรับปรุง

เว็บไซต์ <http://sweetdream287.lnwshop.com> สำหรับจำหน่ายผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาหมอน
ผ้าห่มนำเข้าจากประเทศจีนก่อนปรับปรุง



ภาพที่ 4-1 เว็บไซต์ตุ๊กตาหมอนผ้าห่ม Sweetdream287.lnwshop.com ก่อนการปรับปรุง

เว็บไซต์ <http://sweetdream287.lnwshop.com> สำหรับจำหน่ายผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาหมอนผ้า
ห่มนำเข้าจากประเทศจีนหลังปรับปรุง



ภาพที่ 4-2 เว็บไซต์ตุ๊กตาหมอนผ้าห่ม Sweetdream287.lnwshop.com หลังการปรับปรุง

แนวทางการปรับปรุง เฟสบุ๊คแฟนเพจ Blanketspillows.sweetdream สำหรับจำหน่ายผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาทอมอนผ้าห่มนำเข้าจากประเทศจีน

แนวทางการพิจารณาจากค่าการวิเคราะห์ความเหมาะสมของผู้ให้สัมภาษณ์ในแต่ละข้อคำถาม ถ้าการวิเคราะห์ร้อยละของความเหมาะสมออกมาน้อยกว่าร้อยละ 50 ถือว่าต้องปรับปรุงในหัวข้อดังกล่าวสามารถสรุปได้ดังตารางที่ 4-44

ตารางที่ 4-44 การวิเคราะห์การวิเคราะห์แนวทางการปรับปรุงเฟสบุ๊คแฟนเพจ

Blanketspillows.sweetdream

คำถาม ข้อที่	หัวข้อ	ปรับปรุง	ไม่ ปรับปรุง	แนวทางการปรับปรุงตามข้อเสนอแนะ
1	ชื่อของเฟสบุ๊คแฟน เพจ		✓	
2	รูปภาพประจำตัว	✓		ทำโลโก้ หรือทำแบนด์หรือสัญลักษณ์ให้ชัดเจน
3.1	รูปภาพบนหน้าหลัก (Cover page)	✓		ควรเปลี่ยนพื้นหลังให้เป็นสินค้าของเราเองที่มีจริง ๆ ทำให้เด่นชัดเมื่อตัวอักษรมาวางทับแล้วดูเด่นชัด
3.2	ชื่อร้านค้าที่นำเสนอ บนหน้าหลัก (Cover page)	✓		ควรมีชื่อแบนด์ หรือชื่อร้าน ออกแบบให้สวยงาม
3.3	สีตัวอักษรและสีพื้น หลังบนภาพหน้าปก (Cover page)	✓		ใช้สีที่สัดใสบกับแบบอักษรที่ดูน่ารัก
3.4	ช่องทางการติดต่อบน ภาพหน้าปก (Cover page)	✓		ใส่กรอบ ใส่สีพื้นหลังใหม่ เอาสัญลักษณ์ไลน์ หรือ เฟซบุค เว็บไซต์ เพื่อดึงดูดสายตา และ มุมมองไม่โดนบัง
4.1	การโพสต์ข้อความ		✓	

ตารางที่ 4-44 (ต่อ)

คำถาม ข้อที่	หัวข้อ	ปรับปรุง	ไม่ ปรับปรุง	แนวทางการปรับปรุงตามข้อเสนอแนะ
4.2	การโพสต์รายละเอียด สินค้า ตั้งแต่รูปภาพ ราคา คำอธิบายสินค้า		✓	ทำรูปภาพให้สวยงาม เลือกใช้พื้นหลังสวย ๆ ในทุกโพสต์ต้องมีทุกช่องทางการติดต่อ ขนาด สินค้า และราคา
4.3	การโพสต์แนะนำ ผลิตภัณฑ์ใหม่ (New product)		✓	ควรโพสต์อธิบายสินค้าให้ครบถ้วนทั้งขนาด รูปภาพ ราคา
4.4	การโพสต์โปรโมชัน สินค้า	✓ (ควรมี)		ควรโพสต์โปรโมชันส่วนลด ของแถม ค่าส่ง เป็นต้น
4.5	การโพสต์เนื้อหาเรื่อง อื่น ๆ		✓	
4.6	การรีวิวจากผู้ซื้อ สินค้า	✓		ควรเป็นการรีวิวจากลูกค้า
4.7	การรีวิวจากผู้ชม		✓	
4.8	ช่องทางการติดต่อ	✓		ควรมีอยู่ทุกโพสต์ แลใส่ Link message
5.1	การนำเสนอรูปภาพ แสดงสินค้า	✓		ทำรูปภาพให้สวยงาม จัดองค์ประกอบให้ดูดี และจัดสเกลรูปภาพให้เหมาะสม
5.2	การสร้างอัลบั้มเพื่อ แสดงหมวดหมู่ของ สินค้า	✓		ควรแยกอัลบั้มสินค้าเป็นแต่ละประเภท
6.1	ความน่าสนใจของ เฟสบุ๊กแฟนเพจ	✓		ปรับปรุงเพจให้สวยงาม มีฟรีเซนเตอร์ถ้ารูปคู่ กับสินค้า ทดสอบความน่าสนใจโดยการ โฆษณา
6.2	ความเพลิดเพลินใน การเข้าชม	✓		ทำ Cover page, โลโก้, รูปภาพ, ให้สวยงาม มีฟรีเซนเตอร์ถ้ารูปคู่กับสินค้า จัด โปร โมชัน ต่าง ๆ หรือ กิจกรรมที่เราจะเล่นบนเพจ

ตารางที่ 4-44 (ต่อ)

คำถาม ข้อที่	หัวข้อ	ปรับปรุง	ไม่ ปรับปรุง	แนวทางการปรับปรุงตามข้อเสนอแนะ
6.3	การโฆษณาแบบ โปรโมทเพจ	✓ (ควรมี)		ทำให้คนอื่นรู้จักเพจเรามากยิ่งขึ้น
6.4	การโฆษณาแบบ โปรโมทโพสต์	✓ (ควรมี)		โปรโมทโพสต์จะใช้ได้ดีกว่าโปรโมทเพจ เพราะสามารถถามทางข้อความและดึงคนเข้ามา ชมสินค้า เข้าถึงคนได้ดีกว่าโปรโมทเพจ
7	ข้อเสนอแนะอื่น ๆ	✓		จัดทำรูปภาพให้สวยงาม มีการแนะนำมากที่สุดร้อยละ 40

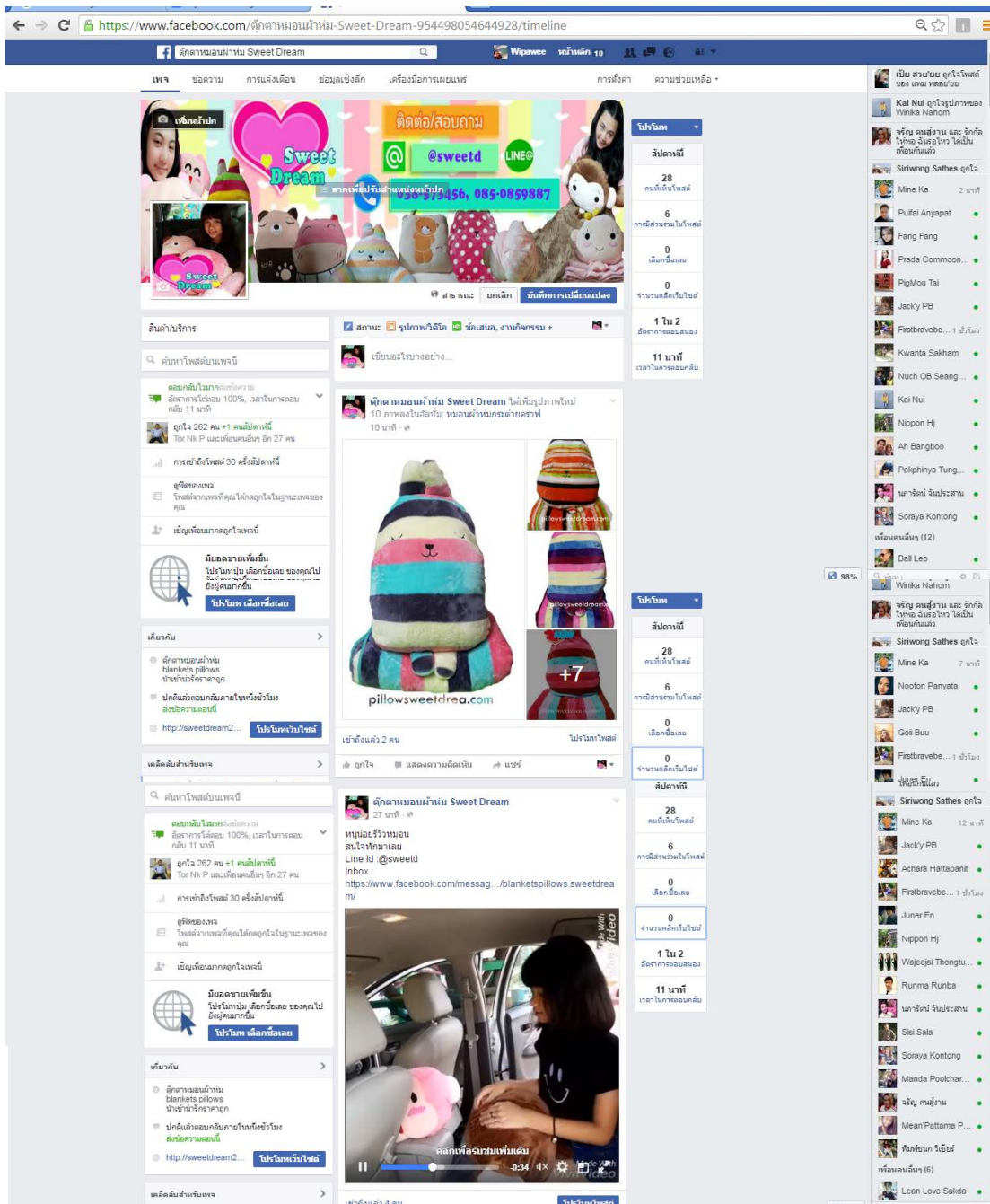
จากนั้นนำข้อสรุปของแนวทางการปรับปรุงเว็บไซต์ไปทำการปรับปรุงแสดงดังภาพที่ 4-3 ภาพเฟสบุ๊คแฟนเพจก่อนการปรับปรุง และภาพที่ 4-4 ภาพเฟสบุ๊คแฟนเพจหลังการปรับปรุง

เฟสบุ๊คแฟนเพจ Blanketpillows.sweetdream สำหรับจำหน่ายผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาดมนอนผ้า ห่มนำเข้าจากประเทศจีนก่อนปรับปรุง



ภาพที่ 4-3 เฟสบุ๊คแฟนเพจ Blanketpillows.sweetdream ก่อนการปรับปรุง

เฟสบุ๊คแฟนเพจ Blanketpillows.sweetdream สำหรับจำหน่ายผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาหมอนผ้า ห่มนำจากประเทศจีนหลังปรับปรุง



ภาพที่ 4-4 เฟสบุ๊คแฟนเพจ Blanketpillows.sweetdream หลังการปรับปรุง

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาเว็บไซต์และสื่อออนไลน์เพื่อการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ตุ๊กตาหมอนผ้าห่ม นำเข้าจากประเทศจีน เป็นการนำความรู้ไปพัฒนาการขายสินค้าในธุรกิจออนไลน์ เพื่อให้มียอดขายเพิ่มมากขึ้น

โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ คำถามถึงโครงสร้าง ซึ่งประกอบด้วยคำถาม 2 ชุดกับ 4 กลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มที่ 1 ลูกค้ายกจากเว็บไซต์ Sweetdream287.lnwshop.com กลุ่มที่ 2 ลูกค้ายกจาก เฟสบุ๊กแฟนเพจ Blanketspillows.sweetdream กลุ่มที่ 3 ผู้ที่เชี่ยวชาญในการออกแบบเว็บไซต์ และ กลุ่มที่ 4 ผู้ที่เชี่ยวชาญในการออกแบบเฟสบุ๊กแฟนเพจ คำถามที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย

1. คำถามเพื่อการพัฒนาเว็บไซต์ Sweetdream287.lnwshop.com ประกอบด้วยคำถาม 2 ส่วนคือ ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลของผู้ให้สัมภาษณ์ และส่วนที่ 2 แนวคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบปัจจุบันและข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาปรับปรุงเว็บไซต์

2. คำถามเพื่อการพัฒนาเฟสบุ๊กแฟนเพจ Blanketspillows.sweetdream ประกอบด้วยคำถาม 2 ส่วนคือ ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลของผู้ให้สัมภาษณ์ และส่วนที่ 2 แนวคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบปัจจุบันและข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาปรับปรุงเฟสบุ๊กแฟนเพจ

ผลจากการเก็บข้อมูล พบว่า ได้สัมภาษณ์กลุ่มลูกค้าและผู้เชี่ยวชาญสำหรับเว็บไซต์และเฟสบุ๊กแฟนเพจ จำนวนประเภทละ 10 คน เป็นจำนวนทั้งหมด 20 คนจนข้อมูลอิ่มตัว

การวิเคราะห์ใช้กระบวนการทางวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการพิจารณาประเด็นที่สำคัญตีความหมายพร้อมทั้งดึงข้อความหรือประโยชน์ที่สำคัญ

สรุปผลการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างจากเว็บไซต์

1. ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ให้ข้อมูล

จากการคำนวณพบว่ากลุ่มตัวอย่างประกอบไปด้วยเพศหญิงจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 50% เพศชาย 5 คน คิดเป็นร้อยละ 50% ระดับการศึกษาประกอบไปด้วยมัธยมศึกษาปีที่ 6 จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 20% ปริญญาตรี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 40% และปริญญาโท จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 40% อายุเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างอยู่ที่ 28.9 ปี

2. ความคิดเห็นต่อองค์ประกอบปัจจุบันและข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาปรับปรุง

เว็บไซต์ Sweetdream287.lnwshop.com

2.1 ชื่อของเว็บไซต์ Sweetdream287.lnwshop.com

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของกลุ่มตัวผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 10 คน มี

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่แตกต่างกัน โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มที่ 1 คือกลุ่มที่เห็นว่าชื่อของเว็บไซต์นั้นมีความเหมาะสมมีทั้งหมด 6 คน คิดเป็นร้อยละ 60% และกลุ่มที่ 2 คือกลุ่มที่เห็นว่าชื่อของเว็บไซต์นั้นไม่มีความเหมาะสมมีทั้งหมด 4 คน คิดเป็นร้อยละ 40% โดยมีความคิดเห็นว่าควรตัดเลขท้าย 287 ออกและเปลี่ยนเป็นชื่อที่สื่อถึงสินค้า เช่น Pillow แทน นอกจากนี้ยังมีความเห็นว่าควรจดโดเมนเนมจาก .lnwshop.com เป็น .com

2.2 การแสดงเนื้อหาของเว็บไซต์

2.2.1 หมวดหมู่ของสินค้า (Category)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของกลุ่มตัวผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 10 คน มี

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่แตกต่างกัน โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มที่ 1 คือกลุ่มที่เห็นว่าหมวดหมู่ของสินค้า (Category) ของเว็บไซต์นั้นมีความเหมาะสมมีทั้งหมด 7 คน คิดเป็นร้อยละ 70% และกลุ่มที่ 2 คือกลุ่มที่เห็นว่าหมวดหมู่ของสินค้า (Category) ของเว็บไซต์นั้นไม่มีความเหมาะสมมีทั้งหมด 3 คน คิดเป็นร้อยละ 30% โดยมีความคิดเห็นว่า ควรแยกหมวดหมู่ของหมอนออกเป็นรูปแบบต่าง ๆ ตามหน้าตัวการ์ตูน เช่น หมี กระต่าย ลิง และให้สร้าง Key word ในการบรรยาย

2.2.2 ขนาดรูปภาพ การดึงดูดให้เกิดความน่าสนใจของรูปภาพ

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของกลุ่มตัวผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 10 คน มี

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่แตกต่างกัน โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มที่ 1 คือกลุ่มที่เห็นว่าขนาดรูปภาพ การดึงดูดให้เกิดความน่าสนใจของรูปภาพที่แสดงบนเว็บไซต์นั้นมีความเหมาะสมมีทั้งหมด 6 คน คิดเป็นร้อยละ 60% และกลุ่มที่ 2 คือกลุ่มที่เห็นว่าหมวดหมู่ขนาดรูปภาพ การดึงดูดให้เกิดความน่าสนใจของรูปภาพที่แสดงบนเว็บไซต์นั้นไม่มีความเหมาะสมมีทั้งหมด 4 คน คิดเป็นร้อยละ 40% โดยมีความคิดเห็นว่า ขนาดรูปภาพน่าจะใหญ่กว่านี้และควรถ่ายรูปให้สวยกว่านี้ และปรับมุมเพื่อแสดงในโทรศัพท์ได้ชัดกว่านี้ สามารถทำโลโก้ Sweetdream ให้ดูหรู และมีการถ่ายภาพจากสินค้าของจริงประกอบกับการหาบุคคลเพื่อให้เป็นนางแบบถ่ายภาพคู่กับหมอนได้

2.2.3 ขนาดรูปภาพ การแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ (New product)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของกลุ่มตัวผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 10 คน มีความ

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่แตกต่างกัน โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มที่ 1 คือกลุ่มที่เห็นว่า การแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ (New product) ที่แสดงบนเว็บไซต์นั้นมีความเหมาะสมมีทั้งหมด 3 คน คิดเป็น

ร้อยละ 30% และกลุ่มที่ 2 คือกลุ่มที่เห็นว่าการแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ (New product) ที่แสดงบนเว็บไซต์นั้น ไม่มีความเหมาะสมมีทั้งหมด 7 คน คิดเป็นร้อยละ 70% โดยมีความคิดเห็นว่า ควรย้ายขึ้นไปอยู่ด้านบนสุด และควรใส่เครื่องหมายหรือสัญลักษณ์เพื่อบ่งบอกว่าเป็นสินค้าใหม่

2.2.4 ราคา

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของกลุ่มตัวผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 10 คน มีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่แตกต่างกันโดยแบ่งเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มที่ 1 คือกลุ่มที่เห็นว่าราคาที่แสดงบนเว็บไซต์นั้นมีความเหมาะสมมีทั้งหมด 6 คน คิดเป็นร้อยละ 60% และกลุ่มที่ 2 คือกลุ่มที่เห็นว่าการแนะนำราคาที่แสดงบนเว็บไซต์นั้น ไม่มีความเหมาะสม ที่แสดงบนเว็บไซต์นั้น ไม่มีความเหมาะสมมีทั้งหมด 4 คน คิดเป็นร้อยละ 40% โดยมีความคิดเห็นว่า ควรมีการจัดทำโปรโมชั่นสินค้า

2.2.5 ช่องทางการติดต่อ

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของกลุ่มตัวผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 10 คน มีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่แตกต่างกันโดยแบ่งเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มที่ 1 คือกลุ่มที่เห็นว่าช่องทางการติดต่อที่แสดงบนเว็บไซต์นั้นมีความเหมาะสมมีทั้งหมด 5 คน คิดเป็นร้อยละ 50% และกลุ่มที่ 2 คือ กลุ่มที่เห็นว่าช่องทางการติดต่อที่แสดงบนเว็บไซต์นั้น ไม่มีความเหมาะสม มีทั้งหมด 5 คน คิดเป็นร้อยละ 50% โดยมีความคิดเห็นว่า ควรทำให้เห็นเด่นชัดเจนโดยใส่สีรองพื้น ใส่กรอบ และใส่สัญลักษณ์ไลน์ หรือเฟสบุ๊ค ลงไป

2.2.6 การอธิบายวิธีการสั่งซื้อสินค้า ช่องทางการชำระเงิน การจัดส่งสินค้า และวิธีการตรวจสอบสถานะจัดส่งสินค้า

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของกลุ่มตัวผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 10 คน มีความคิดเห็นว่าการอธิบายวิธีการสั่งซื้อสินค้า ช่องทางการชำระเงิน การจัดส่งสินค้า และวิธีการตรวจสอบสถานะจัดส่งสินค้าที่แสดงบนเว็บไซต์นั้นมีความเหมาะสมมีทั้งหมด 10 คน คิดเป็น 100 %

2.2.7 การแสดงรายละเอียดสินค้าที่ซื้อในส่วนของรายการสินค้าในตะกร้า ก่อนกดสั่งซื้อสินค้า

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของกลุ่มตัวผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 10 คน มีความคิดเห็นว่าการแสดงรายละเอียดสินค้าที่ซื้อในส่วนของรายการสินค้าในตะกร้า ก่อนกดสั่งซื้อสินค้าที่แสดงบนเว็บไซต์นั้นมีความเหมาะสมมีทั้งหมด 10 คน คิดเป็น 100 %

2.2.8 ระยะเวลาในการแสดงเนื้อหา รูปภาพสินค้า และการแสดงข้อมูลจากการสืบค้น (Search)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของกลุ่มตัวผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 10 คน มี

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่แตกต่างกันโดยแบ่งเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มที่ 1 คือกลุ่มที่เห็นว่าระยะเวลาในการแสดงเนื้อหา รูปภาพสินค้า และการแสดงข้อมูลจากการสืบค้น (Search) ที่แสดงบนเว็บไซต์นั้นมีความเหมาะสมมีทั้งหมด 8 คน คิดเป็นร้อยละ 80% และกลุ่มที่ 2 คือ กลุ่มที่เห็นว่าระยะเวลาในการแสดงเนื้อหา รูปภาพสินค้า และการแสดงข้อมูลจากการสืบค้น (Search) ที่แสดงบนเว็บไซต์นั้นไม่มีความเหมาะสม มีทั้งหมด 2 คน คิดเป็นร้อยละ 20% โดยมีความคิดเห็นว่า ควรเพิ่ม Key word ในการสืบค้นให้มากขึ้น

2.2.9 การนำเสนอบทความภายในเว็บไซต์

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของกลุ่มตัวผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 10 คน มีความคิดเห็นว่าการนำเสนอบทความ ที่แสดงบนเว็บไซต์นั้นมีความเหมาะสมมีทั้งหมด 10 คน คิดเป็น 100% แต่มีข้อเสนอแนะเพิ่มเติม คือให้เพิ่มจำนวนบทความภายในเว็บไซต์ และเพิ่มเรื่องราวการนำเสนอ เป็นการใช้ประโยชน์จากสินค้า

2.2.10 เว็บไซต์ เพื่อตั้งกระทู้

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของกลุ่มตัวผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 10 คน มีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่แตกต่างกันโดยแบ่งเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มที่ 1 คือกลุ่มที่เห็นว่าเว็บไซต์เพื่อตั้งกระทู้ ที่แสดงบนเว็บไซต์นั้นมีความเหมาะสมมีทั้งหมด 8 คน คิดเป็นร้อยละ 80% และกลุ่มที่ 2 คือ กลุ่มที่เห็นว่าเว็บไซต์เพื่อตั้งกระทู้ที่แสดงบนเว็บไซต์ ไม่มีความเหมาะสม มีทั้งหมด 2 คน คิดเป็นร้อยละ 20% โดยมีความคิดเห็นว่า ส่วนนี้สามารถติดตามได้ในเฟสบุ๊คแฟนเพจ

2.3 ระบบนำทางหรือเนวิเกชั่น

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของกลุ่มตัวผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 10 คน มีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่แตกต่างกันโดยแบ่งเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มที่ 1 คือกลุ่มที่เห็นว่าระบบนำทางหรือเนวิเกชั่นที่แสดงบนเว็บไซต์นั้นมีความเหมาะสมมีทั้งหมด 8 คน คิดเป็นร้อยละ 80% และกลุ่มที่ 2 คือ กลุ่มที่เห็นว่าระบบนำทางหรือเนวิเกชั่นที่แสดงบนเว็บไซต์ ไม่มีความเหมาะสม มีทั้งหมด 2 คน คิดเป็นร้อยละ 20% โดยมีความคิดเห็นว่า ควรเพิ่มหมวดสินค้าไว้ในระบบนำทางด้วย

2.4 ขนาดตัวอักษร

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของกลุ่มตัวผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 10 คน มีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่แตกต่างกันโดยแบ่งเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มที่ 1 คือกลุ่มที่เห็นว่าขนาดตัวอักษรที่แสดงบนเว็บไซต์นั้นมีความเหมาะสมมีทั้งหมด 6 คน คิดเป็นร้อยละ 60% และกลุ่มที่ 2 คือ กลุ่มที่เห็นว่าที่เห็นว่าขนาดตัวอักษรแสดงบนเว็บไซต์ ไม่มีความเหมาะสม มีทั้งหมด 4 คน คิด

เป็นร้อยละ 40% โดยมีความคิดเห็นว่า ควรเน้นคำเฉพาะ เช่น ชื่อร้านให้ดูใหญ่ขึ้น และเปลี่ยนฟอนต์ให้ดูน่ารักขึ้น

2.5 สีตัวอักษรและสีพื้นหลัง

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของกลุ่มตัวผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 10 คน มีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่แตกต่างกัน โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มที่ 1 คือกลุ่มที่เห็นว่าสีตัวอักษรและสีพื้นหลังที่แสดงบนเว็บไซต์นั้นมีความเหมาะสมมีทั้งหมด 7 คน คิดเป็นร้อยละ 70% และกลุ่มที่ 2 คือ กลุ่มที่เห็นว่าที่เห็นว่าสีตัวอักษรและสีพื้นหลังที่แสดงบนเว็บไซต์ ไม่มีความเหมาะสม มีทั้งหมด 3 คน คิดเป็นร้อยละ 30% โดยมีความคิดเห็นว่า เปลี่ยนเป็นสีที่สดใสขึ้น เน้นส่วนของ แถบ New product ให้สีเด่นกว่าจุดอื่น ๆ ทำเป็น โลโก้ชื่อร้านหรือใส่สีรองพื้นข้อความ

2.6. การใช้งานบนเว็บไซต์

2.6.1 ความเพลิดเพลินในการเข้าชมเว็บไซต์

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของกลุ่มตัวผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 10 คน มีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่แตกต่างกัน โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มที่ 1 คือกลุ่มที่เห็นว่า มีความเพลิดเพลินในการเข้าชมเว็บไซต์ มีทั้งหมด 8 คน คิดเป็นร้อยละ 80% และกลุ่มที่ 2 คือ กลุ่มที่เห็นว่า ที่เห็นว่ายังไม่มีความเพลิดเพลินในการเข้าชมเว็บไซต์ มีทั้งหมด 2 คน คิดเป็นร้อยละ 20% โดยมีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะว่า ควรมีฟรีเซนเตอร์ถ่ายภาพคู่กับสินค้า และมีวิดีโอแนะนำสินค้า

2.6.2 ความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของกลุ่มตัวผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 10 คน มีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่แตกต่างกัน โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มที่ 1 คือกลุ่มที่เห็นว่า เว็บไซต์มีความน่าเชื่อถือ มีทั้งหมด 6 คน คิดเป็นร้อยละ 60% และกลุ่มที่ 2 คือ กลุ่มที่เห็นว่าเว็บไซต์ไม่มีความน่าเชื่อถือ มีทั้งหมด 4 คน คิดเป็นร้อยละ 40% โดยมีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะว่า ควรมีรูปผู้รับสินค้า มีภาพถ่ายเจ้าของร้านเพื่อแสดงตัวตน ควรมีประวัติเจ้าของร้านแสดงอยู่ด้วย

2.6.3 Link ภายในเว็บไซต์

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของกลุ่มตัวผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 10 คน มีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่แตกต่างกัน โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มที่ 1 คือกลุ่มที่เห็นว่า Link ภายในเว็บไซต์มีความเหมาะสม มีทั้งหมด 7 คน คิดเป็นร้อยละ 70% และกลุ่มที่ 2 คือ กลุ่มที่เห็นว่ากลุ่มที่เห็นว่า Link ภายในเว็บไซต์ไม่มีความเหมาะสม มีทั้งหมด 3 คน คิดเป็นร้อยละ 30% โดยมีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะว่า ควรใส่ลิงค์เฟสบุ๊กแฟนเพจไปเลย

2.7. ข้อเสนอแนะในการพัฒนาและปรับปรุงเพิ่มเติมในส่วนอื่น ๆ

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของกลุ่มตัวผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 10 คน มี

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่คล้ายกันและแตกต่างกัน สามารถสรุปความคิดเห็นให้มีการพัฒนาและปรับปรุง คือ ผู้ที่มีความคิดเห็นให้จัดทำโปรโมชัน มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 10 % เปรอร์เซ็นต์ ผู้ที่มีความคิดเห็นให้จัดทำวิดีโอแนะนำสินค้า มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 20% ผู้ที่มีความเห็นให้นำเสนอรูปภาพการใช้ประโยชน์จากสินค้า มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 20% ผู้ที่มีความเห็นให้นำเสนอรูปภาพวีวีสินค้า มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 40% ผู้ที่มีความเห็นให้จัดทำป้ายโปรโมชัน จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 20% ผู้ที่มีความคิดเห็นให้เพิ่มคำค้นหา (Key word) และจดโดเมน มีจำนวน 2 คนคิดเป็นร้อยละ 20% ผู้ที่มีความเห็นให้เพิ่มช่องทางการชำระเงิน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 10% ผู้ที่มีความเห็นให้แยกประเภทสินค้าตามหมวดหมู่ มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 20% ผู้ที่มีความเห็นให้ลงทะเบียนเว็บไซต์ มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 10% และผู้ที่มีความเห็นเกี่ยวกับสีพื้นหลัง จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 10%

กลุ่มตัวอย่างจากเฟสบุ๊คแฟนเพจ

1. ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ให้ข้อมูล

จากการคำนวณพบว่ากลุ่มตัวอย่างประกอบไปด้วยเพศหญิงจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 50% เพศชาย 5 คน คิดเป็นร้อยละ 50% ระดับการศึกษาประกอบไปด้วยมัธยมศึกษาปีที่ 6 จำนวน 2 ประกาศนียบัตรวิชาชีพ 3 คน คิดเป็นร้อยละ 30% ปริญญาตรี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 40% และปริญญาโท จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 10% อายุเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างอยู่ที่ 29.2 ปี

2. ความคิดเห็นต่อองค์ประกอบปัจจุบันและข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาปรับปรุง

เฟสบุ๊คแฟนเพจ Blanketspillows.sweetdream

2.1 ชื่อของเฟสบุ๊คแฟนเพจ Blanketspillows.sweetdream

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของกลุ่มตัวผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 10 คน มีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่แตกต่างกัน โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มที่ 1 คือกลุ่มที่เห็นว่าชื่อของเฟสบุ๊คแฟนเพจนั้นมีความเหมาะสมมีทั้งหมด 8 คน คิดเป็นร้อยละ 80% และกลุ่มที่ 2 คือกลุ่มที่เห็นว่าชื่อของเฟสบุ๊คแฟนเพจนั้นไม่มีความเหมาะสมมีทั้งหมด 2 คน คิดเป็นร้อยละ 20% โดยมีความคิดเห็นว่าจะเปลี่ยนชื่อให้สั้นลงให้ง่ายต่อการค้นหา

2.2 รูปภาพประจำตัว

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของกลุ่มตัวผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 10 คน มีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่แตกต่างกัน โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มที่ 1 คือกลุ่มที่เห็นว่ารูปภาพประจำตัวของเฟสบุ๊คแฟนเพจนั้นมีความเหมาะสมมีทั้งหมด 6 คน คิดเป็นร้อยละ 60% และกลุ่มที่ 2

คือกลุ่มที่เห็นว่ารูปภาพประจำตัวของเฟสบุ๊คแฟนเพจนั้นไม่มีความเหมาะสมมีทั้งหมด 4 คน คิดเป็นร้อยละ 40% โดยมีความคิดเห็นว่าอาจจะเปลี่ยนชื่อให้สั้นลงให้ง่ายต่อการค้นหา

2.3 หน้าหลัก (Cover page) ของเฟสบุ๊คแฟนเพจ

2.3.1 รูปภาพที่นำเสนอบนหน้าหลัก (Cover page)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของกลุ่มตัวผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 10 คน มีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่แตกต่างกัน โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มที่ 1 คือกลุ่มที่เห็นว่า รูปภาพที่นำเสนอบนหน้าหลัก (Cover page) ของเฟสบุ๊คแฟนเพจนั้นมีความเหมาะสมมีทั้งหมด 2 คน คิดเป็นร้อยละ 20% และกลุ่มที่ 2 คือกลุ่มที่เห็นว่ารูปภาพที่นำเสนอบนหน้าหลัก (Cover page) ของเฟสบุ๊คแฟนเพจ นั้น ไม่มีความเหมาะสมมีทั้งหมด 8 คน คิดเป็นร้อยละ 80% โดยมีความคิดเห็นว่า ควรเปลี่ยนพื้นหลังให้เป็นสินค้าของเจ้าของแฟนเพจเองที่มีจริง ๆ ควรเป็นรูปเจ้าของเฟสบุ๊คถ่ายรูปกับสินค้าโดยตรง ปรับพื้นหลังให้ดูเรียบง่ายเพราะเมื่อเวลาใส่ข้อความการติดต่อ จะได้อ่านชัดเจนขึ้น ต้องนำเสนอสินค้าให้ดูดึงดูดชัดเจนกว่านี้ โดยคัดเลือกเฉพาะรูปตัวสินค้าเท่านั้น ทำการจัดวางไว้มุมใดมุมหนึ่งเท่านั้น

2.3.2 ข้อความแสดงชื่อร้านค้าที่นำเสนอบนหน้าหลัก (Cover page)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของกลุ่มตัวผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 10 คน มี มีความคิดเห็นว่าข้อความแสดงชื่อร้านค้าที่นำเสนอบนหน้าหลัก (Cover page) ของเฟสบุ๊คแฟนเพจนั้นไม่มีความเหมาะสมมีทั้งหมด 10 คน คิดเป็น 100% โดยมีความคิดเห็นว่า ข้อความชื่อร้านค้าควรทำให้เด่นชัดไม่โดนบัง เพิ่มแถบพื้นรองข้อความให้มันดูเด่น แก้ไขแบบตัวอักษรให้อ่านง่ายชัดเจน มีสีสันสะดุดตา อาจทำภาพพื้นหลังโดยใช้สีพื้นเรียบ ๆ หรือจะเอาเป็นรูปคนให้เด่นชัด และทำข้อความให้ชัดเจน ควรมีชื่อแบรนด์ หรือชื่อร้าน โดยออกแบบให้สวยงาม

2.3.3 สีตัวอักษรและสีพื้นหลังบนภาพหน้าปก (Cover page)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของกลุ่มตัวผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 10 คน มี มีความคิดเห็นว่าสีตัวอักษรและสีพื้นหลังบนหน้าหลัก (Cover page) ของเฟสบุ๊คแฟนเพจนั้นไม่มีความเหมาะสมมีทั้งหมด 10 คน คิดเป็น 100% โดยมีความคิดเห็นว่า ทำสีรองพื้นข้อความอีกที เปลี่ยนเป็นลักษณะข้อความที่มองเห็นได้ชัดเจนบนพื้นหลัง หรือใส่กรอบ ไม่ใช้สีพื้นหลังกับสีตัวอักษรที่มันใกล้เคียงกัน บริเวณที่วางชื่อพื้นด้านหลังน่าจะเป็นสีพื้นตัดกับสีของชื่อแฟนเพจ นำข้อความร้านค้าและช่องทางการติดต่อไว้ตรงกลาง แล้วเอาตุ๊กตาหมอนผ้าห่มมาวางไว้ข้าง ๆ โดยทำชื่อร้านให้ใหญ่เด่นชัด มีการทำโลโก้ร้านให้เด่นชัด โดยใช้สีที่สดใสกับแบบอักษรที่ดูน่ารักเพื่อความเข้ากัน

2.3.4 ข้อความด้านช่องทางการติดต่อบนภาพหน้าปก (Cover page)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของกลุ่มตัวผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 10 คน มี ความคิดเห็นว่าข้อความด้านช่องทางการติดต่อบนภาพหน้าปก (Cover page) ของเฟสบุ๊กแฟนเพจนั้นไม่มีความเหมาะสมมีทั้งหมด 10 คน คิดเป็น 100% โดยมีความคิดเห็นว่า ควรปรับข้อความให้ชัดเจน โดยอยู่ในตำแหน่งที่ไม่โดนบดบัง เพิ่มสถานที่ตั้งร้าน เพิ่มโซเชียลเน็ตเวิร์ก เช่น อินสตาแกรมและ ทวิตเตอร์ ได้สัญลักษณ์ไลน์ไอดี เฟสบุ๊ก เว็บไซต์ ใต้กรอบ ใส่สีพื้นหลังใหม่ เพื่อดึงดูดสายตา

2.4 การนำเสนอข้อความบนเฟสบุ๊กแฟนเพจ

2.4.1 การโพสต์ข้อความลงบนเฟสบุ๊กแฟนเพจ

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของกลุ่มตัวผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 10 คน มีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่แตกต่างกัน โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มที่ 1 คือกลุ่มที่เห็นว่าการนำเสนอข้อความบนเฟสบุ๊กแฟนเพจ นั้นมีความเหมาะสมมีทั้งหมด 6 คน คิดเป็นร้อยละ 60% และกลุ่มที่ 2 คือ กลุ่มที่เห็นว่าการนำเสนอข้อความบนเฟสบุ๊กแฟนเพจ นั้นไม่มีความเหมาะสมมีทั้งหมด 4 คน คิดเป็นร้อยละ 40% โดยมีความคิดเห็นว่า ควรเพิ่มการรีวิวจากลูกค้า เช่น ได้รับสินค้าแล้ว ชอบหรือไม่ รู้สึกอย่างไรกับสินค้า ควรโพสต์ข้อความที่มีการจูงใจและส่งเสริมสินค้า โพสต์เรื่องจริงที่น่าสนใจ เพิ่มการโพสต์รายการส่งของให้ลูกค้าทุกคน ควรเพิ่มความบ่อยและความถี่ในการโพสต์ ปรับรูปรีวิวสินค้าให้เห็นแค่ภาพเดียว ต้องสร้าง Content ให้ตัวเองก่อนโพสต์ข้อความ

2.4.2 การโพสต์รายละเอียดสินค้า ตั้งแต่รูปภาพ ราคา คำอธิบายสินค้า

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของกลุ่มตัวผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 10 คน มีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่แตกต่างกัน โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มที่ 1 คือกลุ่มที่เห็นว่าการโพสต์รายละเอียดสินค้า ตั้งแต่รูปภาพ ราคา คำอธิบายสินค้าบนเฟสบุ๊กแฟนเพจ นั้นมีความเหมาะสมมีทั้งหมด 2 คน คิดเป็นร้อยละ 20% และกลุ่มที่ 2 คือ กลุ่มที่เห็นว่าการโพสต์รายละเอียดสินค้า ตั้งแต่รูปภาพ ราคา คำอธิบายสินค้าบนเฟสบุ๊กแฟนเพจ นั้นไม่มีความเหมาะสมมีทั้งหมด 8 คน คิดเป็นร้อยละ 80% โดยมีความคิดเห็นว่า ควรจะรวมรูปหลาย ๆ อย่างอยู่ในภาพเดียว ควรโพสต์เรื่อง อื่นๆที่คนทั่วไปสนใจด้วย ควรโพสต์ให้ดูมีแคปชั่น ในทุกโพสต์ต้องมีทุกช่องทางการติดต่อ ขนาดสินค้า รายละเอียดของสินค้าและราคา เพิ่มรูปในส่วนการใช้งาน ทำรูปภาพและพื้นหลังให้สวยงาม ควรอธิบายให้ลูกค้าเข้าใจในเรื่องราคาในแต่รูปแบบ และต้องใช้ Key word ในการโพสต์

2.4.3 การโพสต์แนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ (New product)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของกลุ่มตัวผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 10 คน มีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่แตกต่างกัน โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มที่ 1 คือกลุ่มที่เห็นว่าการ โพสต์แนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ (New product) บนเฟสบุ๊กแฟนเพจ นั้นมีความเหมาะสมมีทั้งหมด 1 คน คิดเป็นร้อยละ 10% และกลุ่มที่ 2 คือ กลุ่มที่เห็นว่าการ โพสต์แนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ (New product) บน

เฟสบุ๊คแฟนเพจ นั้น ไม่มีความเหมาะสมมีทั้งหมด 9 คน คิดเป็นร้อยละ 90% โดยมีความคิดเห็นว่าเป็นกรณีที่เป็นสินค้าใหม่ควรมีการเพิ่มลงในอัลบั้ม และเปลี่ยนรูปโปรไฟล์ด้วย สำหรับการโพสต์ควรมีสัญลักษณ์ที่แสดงว่าเป็นสินค้าใหม่ คิด Hat tag เวลาโพสต์ จัดทำโปรโมชันสินค้าใหม่ให้แก่ฐานลูกค้าเก่า

2.4.4 การโพสต์โปรโมชันสินค้า

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของกลุ่มตัวผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 10 คน มีมีความคิดเห็นว่าการโพสต์โปรโมชันสินค้าของเฟสบุ๊คแฟนเพจนั้น สมควรที่มีการโพสต์ทั้งหมด 10 คน คิดเป็น 100% โดยมีความคิดเห็นว่าการโพสต์ได้แก่ ส่วนลด ของแถม และค่าจัดส่งสินค้า ทั้งนี้ต้องพิจารณาด้านกำไรที่ได้ประกอบด้วย

2.4.5 การโพสต์เนื้อหาเรื่องอื่น ๆ ที่ไม่ใช่การโพสต์ขายสินค้า

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของกลุ่มตัวผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 10 คน มีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่แตกต่างกันโดยแบ่งเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มที่ 1 คือกลุ่มที่เห็นว่าการโพสต์เนื้อหาเรื่องอื่น ๆ ที่ไม่ใช่การโพสต์ขายสินค้าบนเฟสบุ๊คแฟนเพจ นั้นมีความเหมาะสมมีทั้งหมด 8 คน คิดเป็นร้อยละ 80% และกลุ่มที่ 2 คือ กลุ่มที่เห็นว่าการโพสต์เนื้อหาเรื่องอื่น ๆ ที่ไม่ใช่การโพสต์ขายสินค้าบนเฟสบุ๊คแฟนเพจ นั้นไม่มีความเหมาะสมมีทั้งหมด 2 คน คิดเป็นร้อยละ 20% โดยมีความคิดเห็นว่าการโพสต์แต่สินค้าอย่างเดียวและโพสต์เนื้อหาเรื่องอื่น ๆ ควรเป็นเรื่องที่สอดคล้องเกี่ยวกับการขาย สำหรับข้อเสนอเรื่องราวที่ควรโพสต์ อย่างเช่น การเตือนภัยผู้บริโภคเกี่ยวกับการเลือกซื้อของออนไลน์ แนะนำวิธีการช้กและผลิตภัณฑ์สำหรับช้ก เรื่องราวแนวเดียวกับสิ่งที่สินค้าไปประยุกต์ใช้ได้ เช่น ของขวัญ เนื้อหาเกี่ยวกับผู้หญิง นำเสนอบทความไอเดียต่าง ๆ และเรื่องที่น่าสนใจถึงความรู้สึกที่ดี เช่น คลิปวิดีโอการมอบของขวัญให้คนรัก การทำเซอร์ไพรส์ เป็นต้น

2.4.6 การรีวิวจากผู้ซื้อสินค้า

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของกลุ่มตัวผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 10 คน มีความคิดเห็นว่าการรีวิวจากผู้ซื้อสินค้าบนเฟสบุ๊คแฟนเพจนั้น ไม่มีความเหมาะสมมีทั้งหมด 10 คน คิดเป็น 100% โดยมีความคิดเห็นว่าการต้องให้ผู้ซื้อรีวิวให้ด้วยตนเอง ควรโพสต์เวลาส่งของจริงที่ไปรษณีย์ จัดทำคลิปวิดีโอแนะนำสินค้า อาจมีการให้ดาว เช่น 3 ดาว 4 ดาว ใส่แค่แต่ละอันดับ และแสดงให้ผู้ซื้อรายอื่นรับรู้ มีการรีวิวรูปภาพระหว่างผู้ซื้อเกี่ยวกับสินค้าจริงให้ผู้ดูเห็นชัด

2.4.7 การรีวิวจากผู้ชม

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของกลุ่มตัวผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 10 คน มีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่แตกต่างกันโดยแบ่งเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มที่ 1 คือกลุ่มที่เห็นว่าการรีวิวจากผู้ชมบนเฟสบุ๊คแฟนเพจ นั้นมีความเหมาะสมมีทั้งหมด 7 คน คิดเป็นร้อยละ 70% และกลุ่มที่ 2 คือ

กลุ่มที่เห็นว่าการรีวิวจากผู้ชมบนเฟสบุ๊กแฟนเพจ นั้น ไม่มีความเหมาะสมมีทั้งหมด 3 คน คิดเป็นร้อยละ 30% โดยมีความคิดเห็นว่า ควรเน้นที่การโพสต์เนื้อหาดีกว่า คนส่วนใหญ่จะดูตามไลน์บนหน้าหลักของเฟสบุ๊กมากกว่า สำหรับการรีวิวนั้นควรเป็นการรีวิวของจริง

2.4.8 ข้อความด้านช่องทางการติดต่อ

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของกลุ่มตัวผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 10 คน มีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่แตกต่างกัน โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มที่ 1 คือกลุ่มที่เห็นว่าข้อความด้านช่องทางการติดต่อบนเฟสบุ๊กแฟนเพจ นั้นมีความเหมาะสมมีทั้งหมด 4 คน คิดเป็นร้อยละ 40% และกลุ่มที่ 2 คือ กลุ่มที่เห็นว่าข้อความด้านช่องทางการติดต่อบนเฟสบุ๊กแฟนเพจ นั้นไม่มีความเหมาะสมมีทั้งหมด 6 คน คิดเป็นร้อยละ 60% โดยมีความคิดเห็นว่า ควรมีไลน์กับเบอร์โทรคู่กันตลอดและมีสถานที่รับสินค้า เพิ่มข้อความในส่วนธนาคาร ควรเอาไว้ได้รูปทุกรูป ในการโพสต์ขายสินค้า ก็ควรใส่ทั้งช่องทางการติดต่อและราคา โดยสามารถทำเป็นลิงก์หน้าเพจและข้อความ

2.5 การนำเสนอรูปภาพแสดงสินค้า

2.5.1 การนำเสนอรูปภาพแสดงสินค้า

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของกลุ่มตัวผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 10 คน มีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่แตกต่างกัน โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มที่ 1 คือกลุ่มที่เห็นว่าการนำเสนอรูปภาพแสดงสินค้าบนเฟสบุ๊กแฟนเพจ นั้นมีความเหมาะสมมีทั้งหมด 4 คน คิดเป็นร้อยละ 40% และกลุ่มที่ 2 คือ กลุ่มที่เห็นว่าการนำเสนอรูปภาพแสดงสินค้าบนเฟสบุ๊กแฟนเพจ นั้นไม่มีความเหมาะสมมีทั้งหมด 6 คน คิดเป็นร้อยละ 60% โดยมีความคิดเห็นว่า ควรเป็นภาพสินค้าของเราเองที่ถ่ายจากสินค้าจริง ๆ ควรจะมีการถ่ายภาพในหลาย ๆ สถานที่เพื่อให้มีฉากที่หลากหลาย ไม่ควรคัดลอกรูปภาพจากที่อื่นมาโพสต์ในเพจของตนเอง ควรจัดองค์ประกอบและสเกลรูปภาพให้เหมาะสม และทำภาพให้สวยงามเน้นที่สินค้าให้ชัดเจนเพื่อให้มุมมองเวลาแสดงผลออกมาแล้วดูสวยงาม

2.5.2 การสร้างอัลบั้มเพื่อแสดงหมวดหมู่ของสินค้า

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของกลุ่มตัวผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 10 คน มีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่แตกต่างกัน โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มที่ 1 คือกลุ่มที่เห็นว่าการสร้างอัลบั้มเพื่อแสดงหมวดหมู่ของสินค้าบนเฟสบุ๊กแฟนเพจ นั้นมีความเหมาะสมมีทั้งหมด 5 คน คิดเป็นร้อยละ 50% และกลุ่มที่ 2 คือ กลุ่มที่เห็นว่าการสร้างอัลบั้มเพื่อแสดงหมวดหมู่ของสินค้าบนเฟสบุ๊กแฟนเพจ นั้น ไม่มีความเหมาะสมมีทั้งหมด 5 คน คิดเป็นร้อยละ 50% โดยมีความคิดเห็นว่า ควรแยกอัลบั้มสินค้าเป็นแต่ละประเภทออกเป็นหมวดหมู่ ทำรูปและองค์ประกอบพื้นหลังให้ดูสวยงาม

2.6 การโฆษณาเฟสบุ๊ค

2.6.1 ความน่าสนใจของเฟสบุ๊คแฟนเพจ

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของกลุ่มตัวผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 10 คน มีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่แตกต่างกัน โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มที่ 1 คือกลุ่มที่เห็นว่าความน่าสนใจของเฟสบุ๊คแฟนเพจ นั้นมีความเหมาะสมมีทั้งหมด 3 คน คิดเป็นร้อยละ 30% และกลุ่มที่ 2 คือ กลุ่มที่เห็นว่าความน่าสนใจของเฟสบุ๊คแฟนเพจ นั้น ไม่มีความเหมาะสมมีทั้งหมด 7 คน คิดเป็นร้อยละ 70% โดยมีความคิดเห็นว่า เฟสบุ๊คแฟนเพจ นี้ยังไม่น่าสนใจเท่าไรยังไม่ชวนให้ซื้อ ยังคงให้ความรู้สึกที่ไม่แตกต่างจากร้านอื่น ๆ ควรปรับเพจให้มีการรีวิวสินค้า เน้นประชาสัมพันธ์สินค้า ควรมีรูปคนถ่ายรูปคู่กับหมอน และวัดความน่าสนใจที่ตัวโฆษณา

2.6.2 ความเพลิดเพลินในการเข้าชมเฟสบุ๊คแฟนเพจ

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของกลุ่มตัวผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 10 คน มีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่แตกต่างกัน โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มที่ 1 คือกลุ่มที่เห็นว่าความเพลิดเพลินในการเข้าชมเฟสบุ๊คแฟนเพจ นั้นมีความเหมาะสมมีทั้งหมด 3 คน คิดเป็นร้อยละ 30% และกลุ่มที่ 2 คือ กลุ่มที่เห็นว่าความเพลิดเพลินในการเข้าชมเฟสบุ๊คแฟนเพจ นั้น ไม่มีความเหมาะสมมีทั้งหมด 7 คน คิดเป็นร้อยละ 70% โดยมีความคิดเห็นว่า การโพสต์รูปภาพสินค้าหมอน ผ้าห่ม ก็ควรใส่ระดับสีให้ดูตื่นเต้น ควรมีวิดีโอเป็นข่าวที่น่าสนใจ คลิปตลก Youlike ควรมีวิดีโอจัดกิจกรรมร่วมสนุก ทำรูปให้ดูสวยงาม มีการโพสต์เรื่องราวอื่น ๆ เข้ามาแทรก

2.6.3 การโฆษณาแบบโปรโมทเพจ (การถูกใจหน้า)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของกลุ่มตัวผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 10 คน มีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่แตกต่างกัน โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มที่ 1 คือกลุ่มที่เห็นด้วยกับการทำโฆษณาแบบโปรโมทเพจ มีทั้งหมด 9 คน คิดเป็นร้อยละ 90% และกลุ่มที่ 2 คือ กลุ่มที่ไม่เห็นด้วยกับการทำโฆษณาแบบ โปรโมทเพจ มีทั้งหมด 1 คน คิดเป็นร้อยละ 10% โดยมีความคิดเห็นว่าในแง่คนซื้อจะทำให้รู้สึกว่ารำคาญ

2.6.4 การโฆษณาแบบโปรโมทโพสต์ (การมีส่วนร่วมในหน้า)

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของกลุ่มตัวผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 10 คน มีความเห็นด้วยทำการทำโฆษณาแบบโปร โมทโพสต์ (การมีส่วนร่วมในหน้า) เนื่องจาก โปรโมทโพสต์จะใช้ได้ดีกว่าโปรโมทเพจ เพราะสามารถถามทางข้อความและดึงคนเข้ามาชมสินค้า

2.7 การพัฒนาและปรับปรุงเพิ่มเติมในส่วนอื่น ๆ

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของกลุ่มตัวผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 10 คน มีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่คล้ายกันและแตกต่างกัน สามารถสรุปความมีความคิดเห็นให้มีการพัฒนาและ

ปรับปรุง คือ ผู้ที่มีความคิดเห็นให้จัดทำโปร โมชั่น มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 10% ผู้ที่มีความคิดเห็นให้จัดทำวิดีโอแนะนำสินค้า มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 30% ผู้ที่มีความเห็นให้จัดทำรูปภาพบน Cover page ให้สวยงามมากกว่านี้ มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 10% ผู้ที่มีความเห็นให้จัดทำรูปภาพแสดงสินค้าให้สวยงาม มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 20% ผู้ที่มีความเห็นให้มีฟรีเซนต์นำเสนอสินค้า จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 10% ผู้ที่มีความคิดเห็นให้เพิ่มคำค้นหา (Key word) มีจำนวน 2 คนคิดเป็นร้อยละ 20% ผู้ที่มีความเห็นให้มีการอัปเดตรูปภาพภายในเฟสบุ๊กแฟนเพจบ่อย ๆ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 10% ผู้ที่มีความเห็นให้แยกประเภทสินค้าตามหมวดหมู่ มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 10% ผู้ที่มีความเห็นให้ปรับปรุงสีตัวอักษรให้สวยงามขึ้น มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 10% ผู้ที่มีความเห็นส่วนอื่นๆ เช่น ขายสินค้าตามสถานที่ต่าง ๆ ตั้งข้อความที่โดนใจเพื่อโพสต์สินค้า บอกถึงวัสดุที่นำมาผลิตสินค้า จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 30%

อภิปรายผล

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาเว็บไซต์และสื่อออนไลน์เพื่อการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาดมยอนผ้าไหม นำเข้าจากประเทศจีน ผลการวิจัยของกลุ่มตัวอย่าง ต่อความคิดเห็นต่อองค์ประกอบปัจจุบันและข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาปรับปรุงเว็บไซต์ Sweetdream287.lnwshop.com แสดงดังต่อไปนี้

ชื่อของเว็บไซต์ Sweetdream287.lnwshop.com

จากผลการวิจัยกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในชื่อของเว็บไซต์โดยมีความคิดเห็นว่าชื่อของเว็บไซต์นั้นมีความเหมาะสมเป็นชื่อที่จดจำได้ง่าย คิดเป็นร้อยละ 60% แต่มีข้อเสนอแนะให้ตัดส่วนของตัวเลข 287 ออกเพราะไม่มีความหมายและให้เปลี่ยนเป็น Pillow แทนเพื่อสื่อสารถึงสินค้าที่ขาย ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีกระบวนการออกแบบเว็บไซต์ ของสุวิษ ธิระ โครต (2554, หน้า 168) ที่ระบุว่าต้องทำการวิจัยความชื่นชอบในชื่อของเว็บไซต์หรือไม่ เพื่อนำข้อมูลไปพิจารณาในการออกแบบเว็บไซต์

การแสดงผลเนื้อหาของเว็บไซต์

จากผลการวิจัยกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในการแสดงผลเนื้อหาของเว็บไซต์ ตั้งแต่หมวดหมู่ของสินค้า (Category) มีระดับความพอใจเนื่องจากการจัดแยกหมวดหมู่ของสินค้า อยู่ที่ร้อยละ 70% และมีข้อเสนอเพิ่มในการเปลี่ยนเป็นแบ่งหมวดหมู่ตามลักษณะของสินค้าแทน

รูปภาพ การดึงดูดให้เกิดความน่าสนใจของรูปภาพ มีระดับความพอใจอยู่ที่ร้อยละ 60% โดยมีความคิดเห็นว่าการมีโลโก้ร้านค้า และมีการถ่ายรูปบุคคลคู่กับตัวสินค้า

การแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ (New product) มีระดับความพอใจอยู่ที่ร้อยละ 30% โดยมีความคิดเห็นว่าควรทำรูปภาพให้ดูเด่นกว่าสินค้าธรรมดาโดยมีการใส่สัญลักษณ์เพื่อบ่งบอกว่าเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่

ราคา มีระดับความพอใจอยู่ที่ร้อยละ 60% เนื่องจากเป็นราคาที่สามารถยอมรับได้และแนะนำให้มีการจัดโปรโมชั่นสินค้า

ช่องทางการติดต่อที่มีระดับความพอใจอยู่ที่ร้อยละ 50% โดยมีความคิดเห็นว่าควรทำข้อความด้านการติดต่อให้เด่นชัดโดยการใส่สีรองพื้นตัวอักษร ใส่สัญลักษณ์ เช่น ไลน์ เฟสบุ๊ก ร่วมกับข้อความด้วย และมีให้การเชื่อมโยง การอธิบายวิธีการสั่งซื้อสินค้า

ช่องทางการชำระเงิน การจัดส่งสินค้า และวิธีการตรวจสอบสถานะจัดส่งสินค้า มีระดับความพอใจ 100% โดยมีความคิดเห็นว่าการอธิบายในรายละเอียดส่วนนี้มีความชัดเจนและเข้าใจง่าย มีข้อเสนอในส่วนนี้ คือ การเพิ่มช่องทางการชำระเงิน บัญชีธนาคาร

การแสดงรายละเอียดสินค้าที่ซื้อในส่วนของรายการสินค้าในตะกร้า ก่อนกดสั่งซื้อสินค้า มีระดับความพอใจอยู่ที่ร้อยละ 100% โดยมีความคิดเห็นว่าการแสดงผลชัดเจนดี คือ สามารถให้ผู้ซื้อทราบจำนวนและค่าชำระสินค้าก่อนการกดยืนยันการสั่งซื้อสินค้า

ระยะเวลาในการแสดงเนื้อหา รูปภาพสินค้า และการแสดงข้อมูลจากการสืบค้น (Search) มีระดับความพอใจอยู่ที่ร้อยละ 80% โดยมีความคิดเห็นว่าระยะเวลาในการแสดงเนื้อหานั้นมีความเหมาะสม แต่มีข้อเสนอแนะคือ ให้เพิ่มคำค้นหาเพื่อให้ครอบคลุมการสืบค้นสินค้า

การนำเสนอบทความภายในเว็บไซต์ มีระดับความพอใจ 100% แต่มีข้อเสนอแนะคือ การเพิ่มปริมาณบทความให้มากขึ้น และเขียนบทความส่งเสริมสินค้า การดูแลรักษาสินค้า

เว็บบอร์ดเพื่อตั้งกระทู้ ภายในเว็บไซต์ มีระดับความพอใจอยู่ที่ร้อยละ 80% โดยมีความคิดเห็นว่าสามารถใช้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างแม่ค้ากับลูกค้า แต่ก็มีส่วนที่เสนอว่าคนส่วนใหญ่นิยมเฟสบุ๊กเป็นการติดตามมากกว่า

ซึ่งการแสดงเนื้อหาภายในเว็บไซต์ทั้งหมดนี้ก็เป็นความตามทฤษฎีองค์ประกอบของการออกแบบเว็บไซต์อย่างมีประสิทธิภาพของกฤติญา สกุลเสาวภาค และคณะ (2552, หน้า 10) ได้กล่าวว่า การออกแบบเว็บไซต์ที่ดีนั้น จะต้องออกแบบให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย และจะต้องคำนึงถึงความสะดวกของผู้ใช้งานเป็นหลัก

ระบบนำทางหรือเนวิเกชัน

จากผลการวิจัยกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในส่วน of ระบบนำทางหรือเนวิเกชัน อยู่ที่ร้อยละ 80% โดยมีความคิดเห็นว่าเป็นส่วนที่เอื้ออำนวยความสะดวกในการไปยังส่วนต่างๆ ภายในเว็บไซต์ได้สะดวก และมีข้อเสนอแนะคือ ควรเพิ่มรายการสินค้า ให้เป็นรายการในระบบนำทาง

หรือเนวิเกชัน ซึ่งก็เป็นไปตามทฤษฎีการออกแบบเว็บไซต์ ของดวงพร เกียงคำ (2553, หน้า 25) ที่ระบุว่าระบบเนวิเกชัน (Site navigation design) เป็นระบบนำทาง เช่น แถบเมนู แท็บ หรือปุ่มกด ซึ่งจะช่วยให้ผู้ชมเข้าถึงข้อมูลได้อย่าง รวดเร็ว และไม่หลงทาง

ขนาดตัวอักษร

จากผลการวิจัยกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในส่วนของขนาดตัวอักษร อยู่ที่ร้อยละ 60% โดยมีความคิดเห็นว่า ขนาดตัวอักษรนั้นมีความเหมาะสม และมีข้อเสนอแนะโดยการเน้นข้อความบางประโยคให้เด่นชัดขึ้น อาจทำเป็นตัวหนาหรือให้มีขนาดใหญ่กว่าส่วนอื่น ซึ่งก็เป็นไปตามทฤษฎีขนาดตัวอักษรสำหรับเว็บไซต์ของพันจันทร์ ธนวัฒน์เสถียร และปิยะ นากสงค์ (2553, หน้า 26) ที่ระบุว่า การเลือกใช้ขนาดตัวอักษรต่าง ๆ ในเว็บไซต์ นั้นมีความสำคัญมาก ซึ่งถ้าหากเลือกตัวอักษรที่มีขนาดเล็กเกินไป จะทำให้ผู้ชมเว็บไซต์อ่านเนื้อหาภายในเว็บไซต์ลำบาก ขนาดตัวอักษรที่นิยมใช้ เนื่องจากเป็นขนาดที่ทำให้ผู้อ่านรู้สึกสบายตา จะมีขนาดประมาณ 14 พอยต์

สีตัวอักษรและสีพื้นหลัง

จากผลการวิจัยกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในส่วนของสีตัวอักษรและสีพื้นหลัง อยู่ที่ร้อยละ 70% โดยมีความคิดเห็นว่า สีตัวอักษรและสีพื้นหลังเข้ากันได้ดี และมีข้อเสนอแนะคืออาจมีการปรับสีข้อความบางข้อความให้สีมีความแตกต่างเพื่อเป็นการเน้นคำ และอยากให้มีเปลี่ยนสีพื้นหลังเรื่อย ๆ ตลอดเวลา ซึ่งก็เป็นไปตามทฤษฎีการเลือกใช้สีสำหรับเว็บไซต์ของดวงพร เกียงคำ (2553, หน้า 33) ที่ระบุว่า การออกแบบเว็บเพจให้สวยงามนั้น ขึ้นกับการเลือกชุดสีให้มีความเหมาะสมและกลมกลืนเพื่อให้เว็บเพจออกมาดูสวยงาม ไม่ว่าจะเป็นสีพื้นของเว็บเพจ สีข้อความ สีขององค์ประกอบอื่น ๆ เช่น กราฟิก ปุ่มกด ซึ่งการเลือกใช้สีนั้นจะแสดงออกซึ่งบุคลิกของเว็บไซต์ว่าต้องการสื่อสารต่อกลุ่มเป้าหมายกลุ่มใด

ความคิดเห็นต่อการใช้งานบนเว็บไซต์

จากผลการวิจัยกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในการแสดงเนื้อหาของเว็บไซต์ ตั้งแต่ ความเพลิดเพลิน อยู่ที่ร้อยละ 80% โดยมีความคิดเห็นว่า มีความเพลิดเพลินอยู่ในระดับหนึ่งจากความน่ารักของสินค้า และมีข้อเสนอแนะคือให้จัดทำวิดีโอแนะนำสินค้าเพื่อสร้างความเพลิดเพลิน ความน่าเชื่อถือ อยู่ที่ร้อยละ 60% โดยมีความคิดเห็นว่า ร้านค้าได้มีการลงทะเบียนกับ Lnw shop ที่ระดับหนึ่ง มีช่องทางการติดต่อที่ชัดเจน และมีข้อเสนอแนะคือ ให้เพิ่มการลงทะเบียนเป็นระดับสอง มีการถ่ายภาพของเจ้าของร้านกับสินค้าและอาจเพิ่มประวัติของเจ้าของร้าน Link ภายในเว็บไซต์ อยู่ที่ร้อยละ 70% โดยมีความคิดเห็นว่า Link ภายในเว็บไซต์มีการแสดงผลได้อย่างถูกต้อง และมีข้อเสนอแนะ คือ มีการทำลิงก์ไปยังช่องทางการติดต่อ เช่น เฟสบุ๊กหรือไลน์ สำหรับลิงก์ภายในน่าจะมีการลิงก์ไปยังเว็บไซต์ที่ขายสินค้าใกล้เคียงกับสินค้าที่ขายอยู่ในปัจจุบัน ซึ่งก็เป็นไปตาม

ทฤษฎีองค์ประกอบของการออกแบบเว็บไซต์อย่างมีประสิทธิภาพ ของกฤติญา สกุลเสาวภาค และคณะ (2552, หน้า 10) ที่ระบุว่า การออกแบบเว็บไซต์ที่ดีนั้น จะต้องออกแบบให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย และจะต้องคำนึงถึงความสะดวกของผู้ใช้งานเป็นหลัก โดยที่ผู้ออกแบบนั้นต้องให้ความสมดุลระหว่างความสวยงามและความสะดวก

ผลการวิจัยของกลุ่มตัวอย่าง ต่อความคิดเห็นต่อองค์ประกอบปัจจุบันและข้อเสนอแนะ เพื่อการพัฒนาปรับปรุงเฟสบุ๊คแฟนเพจ Blanketspillows.sweetdream แสดงดังต่อไปนี้

ชื่อของเฟสบุ๊คแฟนเพจ Blanketspillows.sweetdream

จากผลการวิจัยกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในชื่อของเฟสบุ๊คแฟนเพจ Blanketspillows.sweetdream อยู่ที่ร้อยละ 80% โดยมีความคิดเห็นว่าจะใช้ชื่อได้ตรงกับสินค้าที่ขาย และมีข้อเสนอแนะ คือ ควรทำแบรนด์ “Sweetdream” ให้เด่น ซึ่งก็เป็นไปตามทฤษฎีสิ่งที่ให้ความสำคัญในการสร้างเพจ ของชนะ เทศทอง (2557, หน้า 21) ที่ระบุว่า ชื่อร้านค้า หลักการตั้งชื่อร้านค้านั้น คือ มีความหมายดี ออกเสียงง่าย จดจำง่าย โดดเด่น และสื่อถึงสินค้าได้ดี

รูปภาพประจำตัวของเฟสบุ๊คแฟนเพจ

จากผลการวิจัยกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในรูปภาพประจำตัวของเฟสบุ๊คแฟนเพจ Blanketspillows.sweetdream อยู่ที่ร้อยละ 80% โดยมีความคิดเห็นว่ามีควมน่ารักเหมาะและควรรูปภาพประจำตัวไปเรื่อย ๆ และมีข้อเสนอแนะคือ ควรเปลี่ยนเป็นเจ้าของถ่ายภาพกับสินค้าของตนเอง ซึ่งก็เป็นไปตามทฤษฎีสิ่งที่ให้ความสำคัญในการสร้างเพจ ของชนะ เทศทอง (2557, หน้า 21) ที่ระบุว่า ให้ความสำคัญกับรูปภาพ เนื่องจากการขายสินค้าออนไลน์ไม่สามารถให้ลูกค้าจับต้องหรือเห็นตัวสินค้าของจริงได้ รูปภาพจึงเป็นสิ่งที่จะสื่อแทนตัวสินค้าจริง ดังนั้นรูปภาพจึงมีความสำคัญเป็นอย่างมาก

หน้าหลัก (Cover page)

จากผลการวิจัยกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อหน้าหลัก (Cover page) ของเฟสบุ๊คแฟนเพจ ตั้งแต่รูปภาพที่นำเสนอบนหน้าหลัก (Cover page) โดยที่กลุ่มตัวอย่างนั้นไม่พึงพอใจต่อรูปภาพบนหน้าหลัก (Cover page) อยู่ที่ร้อยละ 80% โดยมีความคิดเห็นว่าจะควรเปลี่ยนพื้นหลังให้เป็นสินค้าของเจ้าของแฟนเพจเองที่มีจริง ๆ ควรเป็นรูปเจ้าของเฟสบุ๊คถ่ายรูปกับสินค้าโดยตรง ปรับพื้นหลังให้ดูง่ายเพราะเมื่อเวลาใส่ข้อความการติดต่อ จะได้อ่านชัดเจนขึ้น

ข้อความแสดงชื่อร้านค้า จากผลการวิจัยกลุ่มตัวอย่างไม่มีความพึงพอใจในข้อความแสดงชื่อร้านค้าทั้งหมด 10 คน คิดเป็น 100% โดยมีความคิดเห็นว่าจะข้อความชื่อร้านควรทำให้เด่นชัดไม่โดนบังเพิ่มแถบพื้นรองข้อความให้ดูเด่น แก้ไขแบบตัวอักษรให้อ่านง่ายชัดเจน มีสีสันต์

สะดวก อาจทำภาพพื้นหลังโดยใช้สีพื้นเรียบ ๆ หรือจะเอาเป็นรูปคนให้มันเด่น ๆ และทำข้อความให้ชัดเจน ควรมีชื่อแบรนด์ หรือชื่อร้าน ออกแบบให้สวยงาม

สีตัวอักษรและสีพื้นหลัง จากผลการวิจัยกลุ่มตัวอย่างไม่มีความพึงพอใจในสีตัวอักษรและสีพื้นหลังทั้งหมด 10 คน คิดเป็น 100% โดยมีความคิดเห็นว่า ควรทำสีรองพื้นข้อความอีกที เปลี่ยนเป็นลักษณะข้อความที่มองเห็นได้ชัดเจนบนพื้นหลัง หรือใส่กรอบ ไม่ใช้สีพื้นหลังกับสีตัวอักษรที่มันใกล้เคียงกัน

ข้อความด้านช่องทางการติดต่อบนภาพหน้าปก จากผลการวิจัยกลุ่มตัวอย่างไม่มีความพึงพอใจในข้อความด้านช่องทางการติดต่อบนภาพหน้าปก ทั้งหมด 10 คน คิดเป็น 100% โดยมีความคิดเห็นว่า การโพสต์ข้อความด้านช่องทางการติดต่อลงบนภาพหน้าปกเฟสบุ๊กแฟนเพจนั้น สมควรที่จะแสดงข้อความนี้ แต่เฟสบุ๊กแฟนเพจในปัจจุบันยังแสดงข้อความไม่ชัดเจน โคนบดบัง โดยมีข้อเสนอแนะ คือ ให้ทำข้อความนี้ให้ชัดเจนโดยการใส่สีรองพื้นข้อความอีกที หรือมีการใส่กรอบให้ชัดเจน มีการใส่สัญลักษณ์โซเชียลมีเดีย เช่น ไลน์ เป็นต้น

ซึ่งก็เป็นที่ไปตามทฤษฎีสิ่งที่ให้ความสำคัญในการสร้างเพจ ของชนะ เทศทอง (2557, หน้า 21) ที่ระบุว่า สิ่งที่สำคัญในการสร้างเพจประกอบด้วย Cover page ส่วนนี้จะดึงดูดสายตาผู้เข้าชมชมมากที่สุด ดังนั้น ควรให้ความสำคัญกับส่วนนี้ รูปภาพที่ใช้ส่วนของหน้าปกจะต้องสื่อถึงสินค้าภายในร้านเป็นสิ่งสำคัญ โดยต้องมีข้อมูลสำคัญ เช่น ที่อยู่ร้าน เบอร์โทรศัพท์ ข้อมูลการติดต่อ

การนำเสนอข้อความบนเฟสบุ๊กแฟนเพจ

การโพสต์ข้อความลงบนเฟสบุ๊กแฟนเพจ จากผลการวิจัยกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการนำเสนอข้อความบนเฟสบุ๊กแฟนเพจตั้งแต่การโพสต์ข้อความลงบนเฟสบุ๊กแฟนเพจ โดยที่กลุ่มตัวอย่างนั้นมีความพึงพอใจต่อการโพสต์ข้อความลงบนเฟสบุ๊กแฟนเพจ อยู่ที่ร้อยละ 60% โดยมีความคิดเห็นว่า การโพสต์ข้อความของเฟสบุ๊กแฟนเพจในปัจจุบันอยู่ในระดับที่พอใช้ และมีข้อเสนอแนะคือ ควรเพิ่มการรีวิวจากลูกค้า เช่น ได้รับสินค้าแล้ว ชอบหรือไม่ รู้สึกอย่างไรกับสินค้า ควรโพสต์ข้อความที่มีการจูงใจและส่งเสริมสินค้า โพสต์เรื่องจริงที่น่าสนใจ เพิ่มการโพสต์รายการส่งของให้ลูกค้าทุกคน ควรเพิ่มความบ่อยและความถี่ในการโพสต์ ปรับรูปรีวิวสินค้าให้เห็นแค่ภาพเดียว ต้องสร้าง Content ให้ตัวเองก่อนโพสต์ข้อความ ซึ่งก็เป็นที่ไปตามทฤษฎีทำอย่างไรที่สร้างตัวตนที่เข้าถึงได้ในเฟสบุ๊กแฟนเพจ ของอังกร วงศ์กลุฑ (2557, หน้า 121) ที่ระบุว่าเรื่องราวที่โพสต์ จำเป็นต้องมี ภาษาทางการสื่อสารแบบดิจิทัล การตอบโต้ไม่ว่าจะเป็น การตอบคำถาม การนำเสนอ การพูดคุย สิ่งเหล่านี้ล้วนแล้วแต่มีความสำคัญต่อความน่าสนใจ และความน่าเชื่อถือที่สามารถกำหนดสัดส่วนของเรื่องที่จะโพสต์ลงบนเฟสบุ๊กแฟนเพจได้

การโพสต์รายละเอียดสินค้า ตั้งแต่รูปภาพ ราคา คำอธิบายสินค้า จากผลการวิจัยกลุ่มตัวอย่างนั้นยังไม่มี ความพึงพอใจต่อการโพสต์ข้อความลงบนเฟสบุ๊กแฟนเพจ อยู่ที่ร้อยละ 80% โดยมีความคิดเห็นว่าควรจรรวมรูปหลาย ๆ อย่างอยู่ในภาพเดียว ควรโพสต์เรื่องอื่นๆที่คนทั่วไปสนใจด้วย ควรโพสต์ให้ดูมีแคปชั่น ในทุกโพสต์ต้องมีทุกช่องทางการติดต่อ ขนาดสินค้า รายละเอียดของสินค้าและราคา

การโพสต์แนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ (New product) จากผลการวิจัยกลุ่มตัวอย่างนั้นยังไม่มี ความพึงพอใจต่อการโพสต์ข้อความลงบนเฟสบุ๊กแฟนเพจ อยู่ที่ร้อยละ 80% โดยมีความคิดเห็นว่า ในกรณีที่เป็นสินค้ามาใหม่ควรมีการเพิ่มลงในอัลบั้ม และเปลี่ยนรูปโปรไฟล์ด้วย สำหรับการโพสต์ ควรมีสัญลักษณ์ที่แสดงว่าเป็นสินค้ามาใหม่ ติด Hat tag เวลาโพสต์ จัดทำโปรโมชันสินค้ามาใหม่ ให้แก่ฐานลูกค้าเก่า

การโพสต์โปรโมชันสินค้า จากผลการวิจัยกลุ่มตัวอย่างนั้นเห็นว่าควรมีการโพสต์ โปรโมชันสินค้า ลงบนเฟสบุ๊กแฟนเพจ 100% โดยมีความคิดเห็นว่าควรมีการจัดโปรโมชันของ แคม ส่วนลด กิจกรรมร่วมกับทางเพจ และจัดให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย

การโพสต์เนื้อหาเรื่องอื่น ๆ ที่ไม่ใช่การโพสต์ขายสินค้า จากผลการวิจัยกลุ่มตัวอย่างนั้น มีความพึงพอใจต่อการโพสต์เนื้อหาเรื่องอื่น ๆ ที่ไม่ใช่การโพสต์ขายสินค้าบนเฟสบุ๊กแฟนเพจ อยู่ที่ ร้อยละ 80% โดยมีความคิดเห็นว่า เรื่องที่เหมาะสมแก่การโพสต์ ได้แก่ การเตือนภัยผู้บริโภคเกี่ยวกับการเลือกซื้อของออนไลน์ แนะนำวิธีการชั่งและผลิตภัณฑ์สำหรับชกหมอนผ้าห่ม การประยุกต์การใช้ประโยชน์จากสินค้า เป็นต้น

การรีวิวจากผู้ซื้อสินค้า จากผลการวิจัยกลุ่มตัวอย่างนั้นยังไม่มี ความพึงพอใจต่อการรีวิวจากผู้ซื้อบนเฟสบุ๊กแฟนเพจทั้ง 100% โดยมีความคิดเห็นว่า ต้องให้ลูกค้ารีวิวให้ด้วยตนเอง ควรโพสต์ เวลาส่งของจริงที่ไปรษณีย์ จัดทำคลิปวิดีโอแนะนำสินค้า อาจมีการให้ดาว เช่น 3 ดาว 4 ดาว ใส่แค่ แต่ละอันดับ แล้วแสดงให้ผู้ซื้อรายอื่นรับรู้ มีการรีวิวรูปภาพระหว่างผู้ซื้อกับสินค้าจริงให้ดูเด่นชัด

การรีวิวจากผู้ชม จากผลการวิจัยกลุ่มตัวอย่างนั้นมีความพึงพอใจต่อการรีวิวจากผู้ชมบน เฟสบุ๊กแฟนเพจ อยู่ที่ร้อยละ 70% โดยมีความคิดเห็นว่า เป็นองค์ประกอบที่สำคัญ เพื่อที่จะทำให้ เพจได้มีข้อความเกี่ยวกับความพอใจในสินค้า รีวิวสินค้า ได้รับสินค้าแล้วรู้สึกอย่างไร เพื่อให้ลูกค้า คนอื่น ๆ เกิดความมั่นใจ

ข้อความด้านช่องทางการติดต่อ จากผลการวิจัยกลุ่มตัวอย่างนั้นยังไม่มี ความพึงพอใจ ต่อข้อความด้านช่องทางการติดต่อที่แสดงบนเฟสบุ๊กแฟนเพจ อยู่ที่ร้อยละ 60% โดยมีความคิดเห็นว่า ควร มีไลน์กับเบอร์โทรคู่กันตลอดและมีสถานที่รับสินค้า เพิ่มข้อความในส่วนธนาคาร ควรเอาไว้ได้

รูปภาพทุกรูป ในการโพสต์ขายสินค้า ก็ควรใส่ทั้งช่องทางการติดและราคา โดยสามารถทำเป็นลิงก์หน้าเพจและข้อความ

ซึ่งก็เข้าไปตามทฤษฎีทำอะไรที่สร้างตัวตนที่เข้าถึงได้ในเฟสบุ๊คแฟนเพจ ของ อังกูร วงศ์กลุฑ (2557, หน้า 121) ที่ระบุว่าที่ระบุว่าเรื่องราวที่โพสต์ จำเป็นต้องมี ภาษาทางการ สื่อสารแบบดิจิทัล การตอบโต้ไม่ว่าจะเป็น การตอบคำถาม การนำเสนอ การพูดคุย สิ่งเหล่านี้ล้วนแล้วแต่มีความสำคัญต่อความน่าสนใจ และความน่าเชื่อถือ

การนำเสนอรูปภาพแสดงสินค้า

การนำเสนอรูปภาพแสดงสินค้า จากผลการวิจัยกลุ่มตัวอย่างนั้นยังไม่มีคามพึงพอใจต่อการนำเสนอรูปภาพแสดงสินค้าที่แสดงบนเฟสบุ๊คแฟนเพจ อยู่ที่ร้อยละ 60% โดยมีความคิดเห็นว่าการควรเป็นภาพสินค้าของเราเองที่ถ่ายจากสินค้าจริง ๆ ควรจะมีการถ่ายภาพในหลาย ๆ สถานที่เพื่อให้มีฉากที่หลากหลาย ไม่ควรคัดลอกรูปภาพจากที่อื่นมาโพสต์ในเพจของตนเอง ควรจัดองค์ประกอบและสเกลรูปภาพให้เหมาะสม และทำภาพให้สวยงามเน้นที่สินค้าให้ชัดเจนเพื่อให้มุมมองเวลาแสดงผลออกมาแล้วดูสวยงาม

การสร้างอัลบั้มเพื่อแสดงหมวดหมู่ของสินค้า จากผลการวิจัยกลุ่มตัวอย่างนั้นมีความพึงพอใจต่อการสร้างอัลบั้มเพื่อแสดงหมวดหมู่ของสินค้าที่แสดงบนเฟสบุ๊คแฟนเพจ อยู่ที่ร้อยละ 50% โดยมีความคิดเห็นว่าการแยกอัลบั้มสินค้าเป็นแต่ละประเภทออกเป็นหมวดหมู่ ทำรูปและองค์ประกอบรูปภาพพื้นหลังให้ดูสวยงาม

ซึ่งก็เข้าไปตามทฤษฎีเคล็ดลับสู่ความสำเร็จของร้านค้าออนไลน์ ของชนะ เทศทอง (2557, หน้า 21) ที่ระบุว่า ให้ความสำคัญกับรูปภาพ เนื่องจากการขายสินค้าออนไลน์ไม่สามารถให้ลูกค้าจับต้องหรือเห็นตัวสินค้าของจริงได้ รูปภาพจึงเป็นสิ่งที่จะสื่อแทนตัวสินค้าจริง ดังนั้นรูปภาพจึงมีความสำคัญเป็นอย่างมาก

การโฆษณาเฟสบุ๊ค

ความน่าสนใจของเฟสบุ๊คแฟนเพจ จากผลการวิจัยกลุ่มตัวอย่างนั้นยังรู้สึกรู้สึกว่าเฟสบุ๊คแฟนเพจในปัจจุบันนั้นยังไม่มีคามน่าสนใจ อยู่ที่ร้อยละ 70% โดยมีความคิดเห็นว่าการเฟสบุ๊คแฟนเพจ นี้ยังไม่น่าสนใจเท่าไร เพราะยังไม่ชวนให้ซื้อ ยังคงให้ความรู้สึกว่าไม่แตกต่างจากร้านอื่น ๆ ควรปรับเพจให้มีการรีวิวสินค้า เน้นประชาสัมพันธ์สินค้า ควรมีรูปคนถ่ายรูปคู่กับหมอน และวัดความน่าสนใจที่ตัวโฆษณา

ความเพลิดเพลินในการเข้าชมเฟสบุ๊คแฟนเพจ จากผลการวิจัยกลุ่มตัวอย่างนั้น ยังรู้สึกรู้สึกว่าเฟสบุ๊คแฟนเพจในปัจจุบันนั้นยังไม่มีคามเพลิดเพลินในการเข้าชม อยู่ที่ร้อยละ 70% โดยมีความคิดเห็นว่าการโพสต์รูปภาพสินค้าหมอนผ้าห่ม ก็ควรใส่ระดับสีให้ดูตื่นเต้น ควรมีวิดีโอเป็นข่าวที่

น่าสนใจ คลิปตลก Youlike จัดกิจกรรมร่วมสนุก ทำรูปภาพให้ดูสวยงาม มีการโพสต์เรื่องราวอื่น ๆ เข้ามาแทรก

การโฆษณาแบบโปรโมทเพจ (การถูกใจหน้า) จากผลการวิจัยกลุ่มตัวนั้น เห็นด้วยกับการทำโฆษณาแบบโปรโมทเพจ (การถูกใจหน้า) อยู่ที่ย้อยละ 90% โดยมีความคิดเห็นว่า ทำให้คนอื่นรู้จักเพจเรามากยิ่งขึ้น เพจไหนที่มีคนถูกใจเยอะ ๆ ก็เหมือนเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ลูกค้า

การโฆษณาแบบโปรโมทโพสต์ (การมีส่วนร่วมในหน้า) จากผลการวิจัยกลุ่มตัวนั้น เห็นด้วยกับการโฆษณาแบบโปรโมทโพสต์ (การมีส่วนร่วมในหน้า) อยู่ที่ 100% โดยมีความคิดเห็นว่า การโฆษณาแบบโปรโมทโพสต์จะใช้ได้ดีกว่าโปรโมทเพจ เพราะสามารถสอบถามทางข้อความ และดึงคนเข้ามาชมสินค้าได้ดีกว่า

ซึ่งก็เป็นไปตามทฤษฎีการทำโฆษณาบนเฟสบุ๊ก (Facebook ads) อังกร วงศ์กฤษ (2557, หน้า 147) ที่ระบุว่า สิ่งแรกก่อนที่จะทำการโฆษณานั้นจะต้องมี คือ Cover photo รูป Profile และเรื่องราวในหน้า Wall ซึ่งควรมีการโพสต์อย่างน้อยประมาณ 1 อาทิตย์ สิ่งที่สามารถนำมาสร้างโฆษณาได้แก่ URL ของเว็บไซต์ โปรโมทแฟนเพจ (Fanpage) แอปพลิเคชัน (Application) กิจกรรม (Events) ที่สร้างขึ้น และสถานที่ (Places) สำหรับการโปรโมทที่นิยมได้แก่ การถูกใจหน้า (โปรโมทเพจ) การมีส่วนร่วมในหน้า (โปรโมทโพสต์) และจำนวนคลิกไปยังเว็บไซต์

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย การพัฒนาเว็บไซต์และสื่อออนไลน์เพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาหมอนผ้าห่มนำเข้าจากประเทศจีน มีข้อเสนอแนะว่าควรมีการปรับปรุงเว็บไซต์และเฟสบุ๊กแฟนเพจ เพื่อให้ผู้บริโภครับรู้ถึงการมีตัวตนของร้านค้าออนไลน์ ให้เกิดความน่าเชื่อถือ และเกิดการจดจำแก่ผู้บริโภค ดังนั้น ผู้วิจัยจึงดำเนินการปรับปรุงเว็บไซต์และเฟสบุ๊กแฟนเพจตามคำแนะนำของกลุ่มตัวอย่างดังนี้

1. ชื่อของเว็บไซต์และเฟสบุ๊กแฟนเพจ

ดำเนินการปรับปรุงสำหรับชื่อเว็บไซต์ เปลี่ยนจาก Sweetdream287.lnwshop.com เป็น Pillowsweetdream.com ทั้งนี้ได้มีการจดโดเมนเนม สำหรับเฟสบุ๊กแฟนเพจ ยังคงใช้ชื่อเดิมไม่มีการเปลี่ยนแปลง ดังภาพที่ 5-1 และ 5-9

2. หมวดหมู่สินค้า

ดำเนินการปรับปรุงโดยการแยกประเภทสินค้าใหม่ เป็นหมอนแต่ละประเภทให้อยู่ในหมวดหมู่เดียวกัน แบ่งเป็น หมอนผ้าห่มหมี หมอนผ้าห่มลิง หมอนผ้าห่มกระต่าย หมอนผ้าห่ม

ฮิปโป สำหรับเฟสบุ๊คแฟนเพจจะทำการสร้างเป็นอัลบั้มแทน เพื่อผู้ชมสามารถเลือกดูสินค้าได้ง่ายขึ้น ดังภาพที่ 5-2 และ 5-10

3. รูปภาพในหน้าหลักของเว็บไซต์และเฟสบุ๊คแฟนเพจ

ดำเนินการปรับปรุงโดยการทำให้พื้นหลังเป็นสีพาสเทลสดใส ใช้สินค้าของตนเอง คือ หมอนผ้าห่ม หมี่ ลิง กระจ่าง ฮิปโป มาตกแต่ง มีบุคคลถ่ายภาพการใช้งานของหมอนอยู่ด้านข้างของภาพ ในส่วนตรงกลางใช้สัญลักษณ์ชื่อร้านค้าและช่องทางการติดต่อโดยใช้สัญลักษณ์ ไลน์ และเบอร์โทรติดต่อทำให้สวยงาม ปรับขนาดภาพในส่วนเว็บไซต์ 960×255 พิกเซล สำหรับเฟสบุ๊คแฟนเพจปรับเป็น 851×315 พิกเซล ดังภาพที่ 5-3 และ 5-11

4. รูปภาพประจำตัว

ดำเนินการปรับปรุงโดยการสร้างโลโก้เพื่อสื่อถึงร้านของเราเอง และให้ผู้บริโภคจดจำ โดยการทำให้โลโก้เป็นรูปหัวใจสองดวงซ้อนกัน และมีข้อความ “Sweetdream” แสดงดังภาพที่ 5-4 และ 5-12

5. ผลิตภัณฑ์ใหม่

ดำเนินการปรับปรุงโดยการใส่สัญลักษณ์ดาวเพื่อแสดงว่าเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ และนำไปโพสต์ทั้งในส่วนเว็บไซต์และเฟสบุ๊คแฟนเพจ ดังภาพที่ 5-5

6. ช่องทางการติดต่อ

ดำเนินการปรับปรุงโดยการทำให้ข้อความในส่วนของภาพหลักให้ชัดเจน สวยงาม โดยการใส่สี่เหลี่ยมและใส่กรอบ ใส่สัญลักษณ์รูปไอคอนไลน์ไอดี เฟสบุ๊คแฟนเพจ เป็นต้น ได้ทำการเปลี่ยนไอดีไลน์ จาก wipawee55 เป็น @sweetd ทำการใส่ลิงก์ที่ช่องทางการติดต่อ ดังภาพที่ 5-6

7. บทความภายในเว็บไซต์

ดำเนินการปรับปรุงโดยการ เพิ่มจำนวนบทความ การทำความสะอาดผ้าห่ม ดังภาพที่ 5-7

8. ขนาดตัวอักษร

ดำเนินการปรับปรุงขนาดตัวอักษรภายในบทความให้อ่านง่าย ดังภาพที่ 5-8

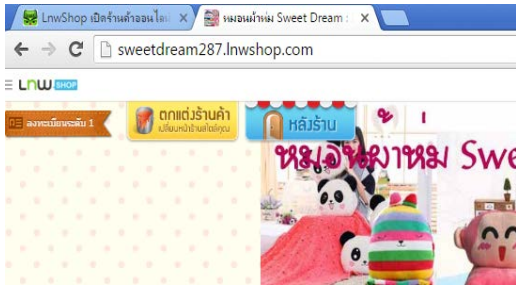
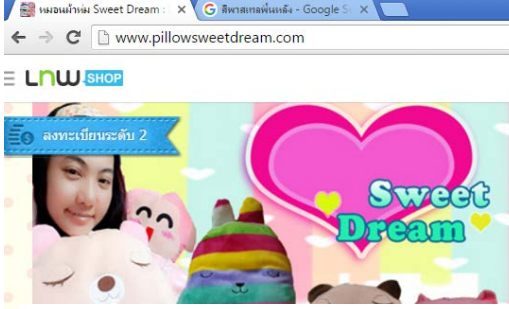
9. ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

ดำเนินการปรับปรุงโดยการ จัดทำวิดีโอเด็กน้อยยรีวิวสินค้าหมอนผ้าห่ม และนำเสนอในเว็บไซต์และเฟสบุ๊คแฟนเพจ ดังภาพที่ 5-13

10. หลังจากทำการปรับปรุงเว็บไซต์และเฟสบุ๊คแฟนเพจเป็นระยะเวลาหนึ่งควรมีเปรียบเทียบยอดขายสินค้า ยอดการเข้าชมจากผู้ชม ยอดถูกใจ และความคิดเห็นของลูกค้า เพื่อนำข้อมูลที่ได้รับมาทำการพิจารณาหาจุดบกพร่องเพื่อทำการพัฒนาปรับปรุงต่อไปเรื่อย ๆ

11. ควรมีการเพิ่มฟังก์ชันการส่งข้อความแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่อ



เว็บไซต์และเฟสบุ๊คแฟนเพจภายในเว็บไซต์ เพื่อที่จะนำความคิดเห็นที่ได้รับมาปรับปรุงและพัฒนาเว็บไซต์กับสื่อออนไลน์อย่างต่อเนื่อง

<p>ชื่อเว็บไซต์ตุ๊กตาหมอนผ้าห่ม ก่อนการปรับปรุง</p>  <p>ชื่อเว็บไซต์: weetdream287.lnwshop.com</p>	<p>ชื่อเว็บไซต์ตุ๊กตาหมอนผ้าห่ม หลังการปรับปรุง</p>  <p>ชื่อเว็บไซต์: pillowsweetdream.com</p>
---	--



ภาพที่ 5-1 ชื่อเว็บไซต์จำหน่ายตุ๊กตาหมอนผ้าห่มก่อนและหลังปรับปรุง

<p>หมวดหมู่สินค้า (Category) ตุ๊กตาหมอนผ้าห่ม ก่อนการปรับปรุง</p>  <p><u>หมวดหมู่สินค้า (Category)</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. สินค้าทั้งหมด 2. สินค้ามาใหม่ 3. สินค้าแนะนำ 4. สินค้ามาใหม่พร้อม <p>ไม่ได้แยกตามลักษณะสินค้า</p>	<p>หมวดหมู่สินค้า (Category) ตุ๊กตาหมอนผ้าห่ม หลังการปรับปรุง</p>  <p><u>หมวดหมู่สินค้า (Category)</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. สินค้าทั้งหมด 2. สินค้ามาใหม่ 3. สินค้าแนะนำ 4. หมอนผ้าห่มกระต่าย, หมี, ฮิปโป, ลิง <p>แยกตามลักษณะสินค้า</p>
---	---

ภาพที่ 5-2 หมวดหมู่สินค้า (Category) ตุ๊กตาหมอนผ้าห่มก่อนและหลังปรับปรุง

<p>รูปภาพในหน้าหลักของเว็บไซต์ตุ๊กตาหมอนผ้าห่มก่อนการปรับปรุง</p>	<p>รูปภาพในหน้าหลักของเว็บไซต์ตุ๊กตาหมอนผ้าห่มหลังการปรับปรุง</p>
 <p>รูปภาพในหน้าหลักของเว็บไซต์ใช้ภาพถ่ายจากการคัดลอกมาจากเว็บไซต์ประเทศจีน ข้อความช่องทางติดต่อมองเห็นไม่ชัดเจน</p>	 <p>รูปภาพในหน้าหลักของเว็บไซต์ใช้ภาพถ่ายจากสินค้าจริง ปรับข้อความช่องทางติดต่อให้มองเห็นชัดเจน</p>

ภาพที่ 5-3 รูปภาพในหน้าหลักของเว็บไซต์ตุ๊กตาหมอนผ้าห่มก่อนและหลังปรับปรุง

<p>รูปภาพประจำตัวของเว็บไซต์ตุ๊กตาหมอนผ้าห่มก่อนการปรับปรุง</p>	<p>รูปภาพประจำตัวของเว็บไซต์ตุ๊กตาหมอนผ้าห่มหลังการปรับปรุง</p>
 <p>รูปภาพประจำตัวใช้ข้อความ “หมอนผ้าห่ม Sweetdream” มองไม่ชัดเจนดูกลมกลืนกับรูปภาพ</p>	 <p>รูปภาพประจำตัวทำโลโก้เป็นรูปหัวใจสองดวงซ้อนกัน และมีข้อความ “Sweetdream”</p>



ภาพที่ 5-4 รูปภาพประจำตัวของเว็บไซต์ตุ๊กตาหมอนผ้าห่มก่อนและหลังปรับปรุง

<p>หมวดหมู่ผลิตภัณฑ์ใหม่ของเว็บไซต์ ตุ๊กตาดมอณผ้าห่มก่อนการปรับปรุง</p>	<p>หมวดหมู่ผลิตภัณฑ์ใหม่ของเว็บไซต์ ตุ๊กตาดมอณผ้าห่มหลังการปรับปรุง</p>
 <p><u>ผลิตภัณฑ์ใหม่</u> ใช้รูปภาพร่วมกับสินค้าทั่วไป ตั้งสินค้า ทุกชิ้นเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่</p>	 <p><u>ผลิตภัณฑ์ใหม่</u> ใช้สัญลักษณ์ New บนรูปภาพสินค้า และตั้งสินค้าแค่ 5 ชิ้นเพื่อดึงดูดความ สนใจ</p>



ภาพที่ 5-5 หมวดหมู่ผลิตภัณฑ์ใหม่ของเว็บไซต์ตุ๊กตาดมอณผ้าห่มก่อนและหลังปรับปรุง

<p>ช่องทางการติดต่อของเว็บไซต์ ตุ๊กตาดมอณผ้าห่มก่อนการปรับปรุง</p>	<p>ช่องทางการติดต่อของเว็บไซต์ ตุ๊กตาดมอณผ้าห่มหลังการปรับปรุง</p>
 <p><u>ช่องทางการติดต่อ</u> ใช้ข้อความวางบนรูปภาพซึ่งดูไม่ ชัดเจน ใช้ Line id เป็นชื่อส่วนตัว wipawee55</p>	 <p><u>ช่องทางการติดต่อ</u> มีการใช้สีและกรอบรองข้อความ เปลี่ยน Line id จากชื่อส่วนตัว เป็น Line@ และตั้งเป็นชื่อร้าน “sweetd”</p>



ภาพที่ 5-6 ช่องทางการติดต่อของเว็บไซต์ตุ๊กตาดมอณผ้าห่มก่อนและหลังปรับปรุง

<p>บทความภายในเว็บไซต์ ตุ๊กตาทอมอนผ้าห่มก่อนการปรับปรุง</p>	<p>บทความภายในเว็บไซต์ ตุ๊กตาทอมอนผ้าห่มหลังการปรับปรุง</p>
 <p><u>บทความ</u> ของเดิมมี 3 บทความ</p>	 <p><u>บทความ</u> เพิ่มบทความเรื่องการทำความสะอาดผ้าห่ม</p>


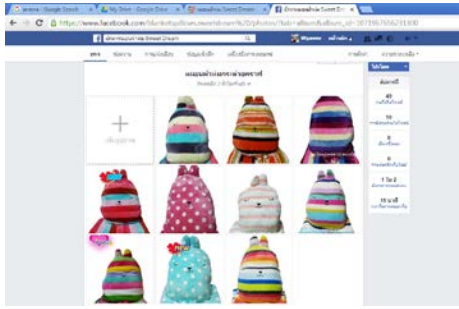
ภาพที่ 5-7 บทความภายในเว็บไซต์ตุ๊กตาทอมอนผ้าห่มก่อนและหลังปรับปรุง

<p>ขนาดตัวอักษรภายในเว็บไซต์ ตุ๊กตาทอมอนผ้าห่มก่อนการปรับปรุง</p>	<p>ขนาดตัวอักษรภายในเว็บไซต์ ตุ๊กตาทอมอนผ้าห่มหลังการปรับปรุง</p>
 <p><u>ขนาดตัวอักษร</u> บทความของขวัญสื่อความหมาย ตัวอักษรคู่อัดไม่สบายตา</p>	 <p><u>ขนาดตัวอักษร</u> เปลี่ยนตัวอักษรในบทความของขวัญสื่อ ความหมาย เป็นตัวอักษรที่อ่านได้ง่าย</p>



ภาพที่ 5-8 ขนาดตัวอักษรภายในเว็บไซต์ตุ๊กตาทอมอนผ้าห่มก่อนและหลังปรับปรุง

<p>ชื่อเฟสบุ๊กแฟนเพจตุ๊กตาหมอนผ้าห่ม ก่อนการปรับปรุง</p>	<p>ชื่อเฟสบุ๊กแฟนเพจตุ๊กตาหมอนผ้าห่ม หลังการปรับปรุง</p>
 <p>ชื่อเฟสบุ๊ก: Blanketspillows.sweetdream</p>	 <p>ชื่อเฟสบุ๊ก: ยังคงใช้ชื่อเดิม Blanketspillows.sweetdream</p>

ภาพที่ 5-9 ชื่อเฟสบุ๊กแฟนเพจตุ๊กตาหมอนผ้าห่มก่อนและหลังปรับปรุง

<p>อัลบั้มสินค้าที่แสดงบนเฟสบุ๊กแฟนเพจตุ๊กตา หมอนผ้าห่มก่อนปรับปรุง</p>	<p>อัลบั้มสินค้าที่แสดงบนเฟสบุ๊กแฟนเพจตุ๊กตา หมอนผ้าห่มหลังปรับปรุง</p>
 <p>อัลบั้มสินค้า: รวมเป็นอัลบั้มเดียว</p>	 <p>อัลบั้มสินค้า: แยกอัลบั้มสินค้าแต่ละ ประเภท</p>


ภาพที่ 5-10 อัลบั้มสินค้าที่แสดงบนเฟสบุ๊กแฟนเพจตุ๊กตาหมอนผ้าห่มก่อนและหลังปรับปรุง

<p>รูปภาพในหน้าหลักของเฟสบุ๊คแฟนเพจตุ๊กตาหมอนผ้าห่มก่อนปรับปรุง</p>	<p>รูปภาพในหน้าหลักของเฟสบุ๊คแฟนเพจตุ๊กตาหมอนผ้าห่มหลังปรับปรุง</p>
 <p>รูปภาพในหน้าหลักของเฟสบุ๊คแฟนเพจใช้ภาพถ่ายจากการคัดลอกมาจากเว็บไซต์ประเทศจีน ข้อความช่องทางการติดต่อมองเห็นไม่ชัดเจน</p>	 <p>รูปภาพในหน้าหลักของเฟสบุ๊คแฟนเพจใช้ภาพถ่ายจากสินค้าจริง ปรับข้อความช่องทางการติดต่อให้มองเห็นชัดเจน</p>

ภาพที่ 5-11 รูปภาพในหน้าหลักของเฟสบุ๊คแฟนเพจตุ๊กตาหมอนผ้าห่มก่อนและหลังปรับปรุง

<p>รูปภาพประจำตัวของเฟสบุ๊คแฟนเพจตุ๊กตาหมอนผ้าห่มก่อนปรับปรุง</p>	<p>รูปภาพประจำตัวของเฟสบุ๊คแฟนเพจตุ๊กตาหมอนผ้าห่มหลังปรับปรุง</p>
 <p>รูปภาพประจำตัวใช้รูปภาพคัดลอกมาจากเว็บไซต์ประเทศจีน</p>	 <p>รูปภาพประจำตัวใช้รูปภาพถ่ายคู่กับสินค้าจริง และมีโลโก้ร้านค้า</p>

ภาพที่ 5-12 รูปภาพประจำตัวของเฟสบุ๊คแฟนเพจตุ๊กตาหมอนผ้าห่มก่อนและหลังปรับปรุง

การนำเสนอสินค้าบนเฟสบุ๊คแฟนเพจตุ๊กตาหมอนผ้าห่มก่อนปรับปรุง	การนำเสนอสินค้าบนของเฟสบุ๊คแฟนเพจตุ๊กตาหมอนผ้าห่มหลังปรับปรุง
 <p data-bbox="331 701 721 857"><u>การนำเสนอสินค้า</u> ลงแต่รูปสินค้าอย่างเดียว ไม่มีผู้ใช้ ถ่ายรูปคู่กับสินค้า</p>	 <p data-bbox="895 701 1342 913"><u>การนำเสนอสินค้า</u> 1. ลงภาพถ่ายเป็นเจ้าของสินค้าถ่ายรูปคู่กับหมอนที่ขาย 2. จัดทำวิดีโอเด็กน้อยยริวิวมอนผ้าห่ม</p>

ภาพที่ 5-13 การนำเสนอสินค้าบนเฟสบุ๊คแฟนเพจตุ๊กตาหมอนผ้าห่มก่อนและหลังปรับปรุง

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการวิจัยถอดซื้อสินค้าหลังจากที่ได้มีการพัฒนาปรับปรุงเว็บไซต์และสื่อออนไลน์ เพื่อเป็นดัชนีชี้วัดประสิทธิภาพภายหลังการพัฒนาปรับปรุงเว็บไซต์และสื่อออนไลน์
2. ควรมีการวิจัยถอดดูใจเฟสบุ๊คแฟนเพจหลังจากที่ได้มีการพัฒนาปรับปรุงเฟสบุ๊คแฟนเพจ เพื่อเป็นดัชนีชี้วัดประสิทธิภาพภายหลังการพัฒนาปรับปรุงเฟสบุ๊คแฟนเพจ
3. ควรมีการวิจัยเปรียบเทียบผลตอบรับจากลูกค้าบนเว็บไซต์และสื่อออนไลน์ ก่อนและหลังทำการปรับปรุง จากนั้นนำความคิดเห็นของลูกค้ามาดำเนินการปรับปรุงเว็บไซต์อย่างต่อเนื่อง โดยการพัฒนาเว็บไซต์ให้มีฟังก์ชันการส่งข้อความแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่อเว็บไซต์และเฟสบุ๊คแฟนเพจ
4. ควรมีการวิจัยจำนวนผู้คลิกเข้าชมเว็บไซต์และเฟสบุ๊คแฟนเพจผ่านการโฆษณาเปรียบเทียบระหว่างก่อนการปรับปรุงกับหลังการปรับปรุงเพื่อนำมาวิเคราะห์ประสิทธิภาพในการปรับปรุงเว็บไซต์และเฟสบุ๊คแฟนเพจต่อไป
5. ควรมีการศึกษาเรื่องการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ลูกค้าในการซื้อสินค้าผ่านการตลาดออนไลน์

บรรณานุกรม

- กนกวรรณ สาสัก. (2559 10 มิถุนายน). สัมภาษณ์.
- กมลรัตน์ ทัดสะวอน. (2559, 6 มิถุนายน). สัมภาษณ์.
- กฤติญา สกุลเสาวภาค, กษิรา ศิริวัฒนากุล, ธนะชัย สุนทรเวช และอภิชญา นิ่มคุ้มภัย. (2552). *Profession web design*. กรุงเทพฯ: โรงเรียนอินเทอร์เน็ต และออกแบบ (Net design).
- กิตติ ภูวนิธิธนา. (2554). *Facebook for business and marketing*. กรุงเทพฯ: HN Group.
- ขวัญศรี จามจรี. (2559, 3 มิถุนายน). สัมภาษณ์.
- คมสัน ต้นสกุล. (2553). *การตลาดอิเล็กทรอนิกส์เชิงกลยุทธ์* (พิมพ์ครั้งที่5). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- คอตเลอร์, ฟิลิป. (2555). *หลักการตลาด* (นันทสาร์ สุขโตและคณะ, แปล). กรุงเทพฯ: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.
- คาร์เตอร์และไบรอัน. (2555). *Facebook marketing นวัตกรรมการตลาด สรรค์สร้างแบรนด์ให้โดดเด่น* (รัชตา ซึ่งสุนทร, แปล). กรุงเทพฯ: ทูโลฟ.
- ชนะ เทศทอง. (2557). *เปิดร้านออนไลน์ Facebook* (พิมพ์ครั้งที่5). นนทบุรี: ไอดีซี พรีเมียร์.
- ชญพร เหลืองสุรงค์. (2554). *ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อช่องทาง Facebook Fan page และ Official Website ของตราสินค้าและบริการ*. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหารการตลาด, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชรินทร์ กล้าแข็ง. (2554). *รายงานการวิจัยการพัฒนาเว็บไซต์ศูนย์กลางข้อมูลสารสนเทศคณะวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย*. เลข: คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย.
- ชาญณรงค์ แก้วกระจ่าง. (2555). *การพัฒนาเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่*. วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต, สาขาวิชาเทคโนโลยีการศึกษา, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ซีห์, คลาร่า. (2554). *ยุคแห่งเฟซบุค The facebook era*. (ณัฐพัชรา และคณะ, แปล). กรุงเทพฯ: ประพันธ์สาส์น.
- เขาว์ โรจนแสง. (2554). *การสื่อสารและการส่งเสริมการตลาด*. นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- จรรยา แหมมเจริญ. 2553. *ออนไลน์ ใต้ตั้งค์ : แนวทางการสร้างรายได้จากอินเทอร์เน็ต*. กรุงเทพฯ: จูปีตัส จำกัด.

- ฐะปะนีย์ ตรีรัตนภรณ์. (2553). *องค์ประกอบการการออกแบบเว็บไซต์ที่มีผลต่อการใช้งานของผู้ใช้*. คุยฎีนิพนธ์ปรัชญาคุยฎีบัณฑิต, สาขาวิชาวิศวกรรมไฟฟ้าและคอมพิวเตอร์, คณะวิศวกรรมศาสตร์, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.
- ณัฐพล ไยไพโรจน์. (2558). *Digital marketing: Concept & case study อัปเดต 2015*. นนทบุรี: ไอดีซี พรีเมียร์.
- ณัฏชา เต็มหนู. (2559, 28 พฤษภาคม). สัมภาษณ์.
- ดวงพร เกียงคำ. (2552). *สูตรสำเร็จ 101 เทคนิคสร้างเว็บไซต์*. กรุงเทพฯ: โปรวิชั่น.
- ดวงพร เกียงคำ. (2553). *คู่มือสร้างเว็บไซต์ด้วยตนเอง*. กรุงเทพฯ: โปรวิชั่น.
- ตราวุทธิ์ เหลืองสมบูรณ์. (2550). *Google AdWords โปรโมทเว็บ(ไซต์)ให้ดังศาสตร์*. กรุงเทพฯ: ตลาด ดอท คอม, บจก.
- ชนพร จินโต. (2545). *ปลุกกระแส Creative บนเว็บไซต์*. กรุงเทพฯ: เอส.พี.ซี. บุ๊คส์.
- รัชกร วงษ์คำชัย. (2558). *ออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์ (ทฤษฎีและปฏิบัติ พร้อมกรณีศึกษา)*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นชกฤต วันตะเมธ. (2555). *การสื่อสารทางการตลาด*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- นพรัตน์ สุขสำราญ. (2559, 30 พฤษภาคม). สัมภาษณ์.
- นิภาภรณ์ พลเกา. (2559, 1 มิถุนายน). สัมภาษณ์.
- ปณวัช พรหมดี. (2559, 30 พฤษภาคม). สัมภาษณ์.
- พินิจันท์ ธนวัฒน์เสถียร และปิยะ นากสงค์. (2553). *คู่มือออกแบบและสร้างเว็บไซต์ ฉบับสมบูรณ์*. กรุงเทพฯ: ชิมพลิฟาย.
- ไพลิน เปลี่ยนสีทอง. (2559, 31 พฤษภาคม). สัมภาษณ์.
- ภารัญชนรัตน์ ภู่วิจิตร. (2558). *เปิดร้านออนไลน์ให้รวยด้วยเว็บ&โซเชียล*. กรุงเทพฯ: โปรวิชั่น.
- ภัทวัฒน์ เสมอวงษ์. (2559, 30 พฤษภาคม). สัมภาษณ์.
- ภาคภูมิ วงศ์นาลักษณ์. (2559, 10 มิถุนายน). สัมภาษณ์.
- ภิเชก ชัยนิรันดร์. (2553). *การตลาดแนวใหม่ผ่าน Social media*. กรุงเทพฯ: วี. พริน.
- ภิเชก ชัยนิรันดร์. (2556). *E-commerce และ Online marketing*. กรุงเทพฯ: พิมพ์ดี.
- มณีนุช สมานหมู่. (2557). *รายออนไลน์นำเข้าจากจีน*. กรุงเทพฯ: รีไวว่า.
- วรปรัชญ์ บุญมี. (2559, 30 พฤษภาคม). สัมภาษณ์.
- วรพงศ์ เทียนทอง. (2559 6 มิถุนายน). สัมภาษณ์.
- วรวิทย์ ปิยะโกช. (2559, 1 มิถุนายน). สัมภาษณ์.
- วัลภา ไคว่มณี. (2559, 28 พฤษภาคม). สัมภาษณ์.

- วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี (2559). *การตลาดบนอินเทอร์เน็ต*. เข้าถึงได้จาก <https://th.wikipedia.org/wiki/การตลาดบนอินเทอร์เน็ต>
- วุฒิ สุขเจริญ. (2555). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: จี.พี. ไซเบอร์พริ้นท์.
- สถานีวิทยุซีอาร์ไอ (China Radio International). (2558). *จีนเร่งพัฒนาธุรกิจออนไลน์*. เข้าถึงได้จาก <http://thai.cri.cn/247/2016/02/29/102s240140.htm>
- สมชาย กิจแสงไกล. (2559, 23 พฤษภาคม). สัมภาษณ์.
- สมภพ บัวภารังสี. (2559, 28 พฤษภาคม). สัมภาษณ์.
- สมศักดิ์ พลภา. (2559, 22 พฤษภาคม). สัมภาษณ์.
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (2558). *ผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2558* เข้าถึงได้จาก <https://www.etda.or.th/content/thailand-internet-user-profile-2015.html>
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2557). *การสำรวจสถานภาพการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย พ.ศ. 2557*. เข้าถึงได้จาก https://www.msociety.go.th/ewt_news.php?nid=13436
- สิทธิชัย เจริญสุข. (2559, 3 มิถุนายน). สัมภาษณ์.
- สุนทรีย์ พลภา. (2559, 22 พฤษภาคม). สัมภาษณ์.
- สุพัตรา ห.เพียรเจริญ. (2556). *นำเข้าออนไลน์สินค้าจากจีน*. นนทบุรี: อดิษฐ์ พรีเมียร์.
- สุวิษ ธีระโครต. (2554). *เว็บไซต์: ทฤษฎีและหลักการ*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- อรรถชัย วรจรัสรังสี. (2556). ประเภทเนื้อหาการตลาดบนเฟสบุ๊คแฟนเพจและความตั้งใจของผู้บริโภค. *วารสารการประชาสัมพันธ์และการโฆษณา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย*, 6(2), 88-89.
- อังกูร วงศ์กลุฑ. (2557). *แสนโลกที่คุณทำได้*. กรุงเทพฯ: พี เอ็น เค แอนด์ สกายพรีนติ้งส์.
- อิทธิวัฒน์ รัตนพองบุญ. (2555). *E-marketing การตลาดอิเล็กทรอนิกส์*. กรุงเทพฯ: HN Group.
- อุบลวรรณ อมรปิยะศิริกุล. (2559, 28 พฤษภาคม). สัมภาษณ์.
- Barnes, S. J., & Vidgen, R. T. (2014). Technology socialness and Web site satisfaction. *Technological Forecasting and Social* , 89, 12-25.
- Colaizzi P. F. (1978). *Existential Phenomenological Alternatives for Psychology* . R vaik and M King. eds. New York: Oxford University Press.
- Dedeke, A. N. (2016). Travel web-site design: Information task-fit, service quality and purchase intention. *Tourism Management*, 54, 541-554.

- Emma White. (2015). Online shopping in china. In *Internet World Stats: Usage and Population Statistics*. Retrieved from <http://www.internetworldstats.com/articles/art189.htm>
- Internet World Stats. (2015). *Asia internet use, population data and facebook statistics*. Retrieved from <http://www.internetworldstats.com/stats3.htm>
- Lauterborn, B. (1990) Advertising Age: *New Marketing Litany; Four Ps passe; C-words take over*. Retrieved from http://rlauterborn.com/pubs/pdfs/4_Cs.pdf
- Rovinelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1977). On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity. *Dutch Journal of Educational Research*, 2, 49-60.
- Shaouf, A., Lu, K., & Li, X. (2016). The effect of web advertising visual design on online purchase intention: An examination across gender. *Computers in Human Behavior*, 60, 622-634.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย



วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

Graduate School of Commerce Burapha University

169 ถนนลงหาดบางแสน ตำบลแสนสุข อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี

แบบสัมภาษณ์

เรื่อง การพัฒนาเว็บไซต์และสื่อออนไลน์เพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาทอมอนผ้าห่ม

นำเข้าจากประเทศจีน

แบบสอบถามชุดนี้จัดทำขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้ประกอบการทำงานนิพนธ์
ในหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
ผู้ทำการวิจัยขอความอนุเคราะห์จากท่านในการตอบแบบสอบถามฉบับนี้
และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

คำชี้แจง

1. แบบสอบถาม (Questionnaire) แบ่งออกเป็น 4 ชุด สำหรับกลุ่มตัวอย่าง 4 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ 1
ลูกค้าจากเว็บไซต์ Sweetdream287.lnwshop.com กลุ่มที่ 2 ลูกค้าจากเฟสบุ๊กแฟนเพจ
Blanketspillows.sweetdreamกลุ่มที่ 3 ผู้ที่เชี่ยวชาญในการออกแบบเว็บไซต์ กลุ่มที่ 4 ผู้ที่เชี่ยวชาญ
ในการออกแบบเฟสบุ๊กแฟนเพจ

คำถามในการสัมภาษณ์ชุดที่ 1 ใช้สำหรับผู้ให้สัมภาษณ์กลุ่มที่ 1 ลูกค้าจากเว็บไซต์

Sweetdream287.lnwshop.com ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ จำนวน 7 ข้อ

ส่วนที่ 2 แนวคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบปัจจุบันและข้อเสนอแนะเพื่อ
การพัฒนาปรับปรุงเว็บไซต์เพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาทอมอนผ้าห่มนำเข้าจากประเทศจีน ของ
เว็บไซต์ Sweetdream287.lnwshop.com

**คำถามในการสัมภาษณ์ชุดที่ 2 ใช้สำหรับผู้ให้สัมภาษณ์กลุ่มที่ 3 ผู้ที่เชี่ยวชาญในการออกแบบ
เว็บไซต์ ประกอบด้วย**

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ จำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 2 แนวคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบปัจจุบันและข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาปรับปรุงเว็บไซต์เพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาหมอนผ้าห่มนำเข้าจากประเทศจีน ของเว็บไซต์ Sweetdream287.lnshop.com

คำถามในการสัมภาษณ์ชุดที่ 3 ใช้สำหรับผู้ให้สัมภาษณ์กลุ่มที่ 2 ลูกค้านักฟลนเพจ

Blanketspillows.sweetdream ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ จำนวน 7 ข้อ

ส่วนที่ 2 แนวคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบปัจจุบันและข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาปรับปรุงฟลนเพจ เพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาหมอนผ้าห่มนำเข้าจากประเทศจีน ของฟลนเพจ Blanketspillows.sweetdream

คำถามในการสัมภาษณ์ชุดที่ 4 ใช้สำหรับผู้ให้สัมภาษณ์กลุ่มที่ 4 ผู้ที่เชี่ยวชาญในการออกแบบ

ฟลนเพจ ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ จำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 2 แนวคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบปัจจุบันและข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาปรับปรุงฟลนเพจ เพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาหมอนผ้าห่มนำเข้าจากประเทศจีน ของฟลนเพจ Blanketspillows.Sweetdream



วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
Graduate School of Commerce Burapha University

ถนนลงหาดบางแสน ตำบลแสนสุข อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี

แบบสัมภาษณ์

เรื่อง การพัฒนาเว็บไซต์และสื่อออนไลน์เพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาหมอนผ้าห่ม
นำเข้าจากประเทศจีน

ชุดที่ 1 คำถามประกอบการสัมภาษณ์ลูกค้าจากเว็บไซต์ Sweetdream287.lnwshop.com

แบบสอบถามชุดนี้จัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้ประกอบการเรียนวิชาการศึกษาค้นคว้าด้วย
ตนเองในหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
ผู้ทำการวิจัยขอความอนุเคราะห์จากท่านในการตอบแบบสอบถามฉบับนี้ด้วย
และขอขอบคุณท่านมา ณ โอกาสนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

- 1.1 ชื่อ-สกุล ผู้ให้สัมภาษณ์
- 1.2 อายุ
- 1.3 เพศ
- 1.4 การศึกษา
- 1.5 สถานะภาพ
- 1.6 อาชีพ
- 1.7 ประสบการณ์การซื้อขายสินค้าออนไลน์

ส่วนที่ 2 แนวคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบปัจจุบันและข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนา
ปรับปรุงเว็บไซต์เพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาหมอนผ้าห่มนำเข้าจากประเทศจีน ของเว็บไซต์
Sweetdream287.lnwshop.com ดังนี้

1. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับชื่อของเว็บไซต์ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
2. ท่านมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการแสดงเนื้อหาของเว็บไซต์
 - 2.1 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับหมวดหมู่ของสินค้า (Category) ที่แสดงบน
เว็บไซต์ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร

2.2 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับขนาดรูปภาพ การดึงดูดให้เกิดความน่าสนใจของรูปภาพ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร

2.3 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ (New product) ที่แสดงอยู่บนหน้าแรกของเว็บไซต์ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร

2.4 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับ ราคา และมีข้อเสนอแนะอย่างไร

2.5 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับช่องทางการติดต่อที่แสดงบนเว็บไซต์ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร

2.6 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการอธิบายวิธีการสั่งซื้อสินค้า ช่องทางการชำระเงิน การจัดส่งสินค้า และวิธีการตรวจสอบสถานะจัดส่งสินค้า และมีข้อเสนอแนะอย่างไร

2.7 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการแสดงรายละเอียดสินค้าที่ซื้อในส่วนของรายการสินค้าในตะกร้า ก่อนกดสั่งซื้อสินค้า และมีข้อเสนอแนะอย่างไร

2.8 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับระยะเวลาในการแสดงเนื้อหา รูปภาพสินค้า และการแสดงข้อมูลจากการสืบค้น (Search) และมีข้อเสนอแนะอย่างไร

2.9 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการนำเสนอบทความภายในเว็บไซต์ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร

2.10 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับเว็บบอร์ด เพื่อตั้งกระทู้ ภายในเว็บไซต์ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร

3. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับระบบนำทางหรือเนวิเกชัน และมีข้อเสนอแนะอย่างไร

4. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับขนาดตัวอักษรที่แสดงบนเว็บไซต์ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร

5. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับความเหมาะสมของสีตัวอักษรและสีพื้นหลัง และมีข้อเสนอแนะอย่างไร

6. ท่านมีความคิดเห็นต่อการใช้งานบนเว็บไซต์

6.1 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับความเพลิดเพลินในการเข้าชมเว็บไซต์ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร

6.2 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร

6.3 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับ Link ภายในเว็บไซต์ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร

7. ท่านมีข้อเสนอแนะในการพัฒนาและปรับปรุงเพิ่มเติมในส่วนอื่น ๆ อย่างไร

วันที่สัมภาษณ์.....

เวลา.....น.

สถานที่สัมภาษณ์.....

ผู้สัมภาษณ์.....



วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
Graduate School of Commerce Burapha University

169 ถนนลงหาดบางแสน ตำบลแสนสุข อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี

แบบสัมภาษณ์

เรื่อง การพัฒนาเว็บไซต์และสื่อออนไลน์เพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาหมอนผ้าห่ม

นำเข้าจากประเทศจีน

ชุดที่ 2 คำถามประกอบการสัมภาษณ์ผู้ที่เชี่ยวชาญในการออกแบบเว็บไซต์

แบบสอบถามชุดนี้จัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้ประกอบการเรียนวิชาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองในหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

ผู้ทำการวิจัยขอความอนุเคราะห์จากท่านในการตอบแบบสอบถามฉบับนี้ด้วย

และขอขอบคุณท่านมา ณ โอกาสนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

- 1.1 ชื่อ-สกุล ผู้ให้สัมภาษณ์
- 1.2 อายุ
- 1.3 เพศ
- 1.4 การศึกษา
- 1.5 ประสบการณ์ออกแบบเว็บไซต์

ส่วนที่ 2 แนวคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบปัจจุบันและข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาปรับปรุงเว็บไซต์ เพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาหมอนผ้าห่มนำเข้าจากประเทศจีน ของเว็บไซต์

Sweetdream287.lnwshop.com ดังนี้

1. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับชื่อของเว็บไซต์ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
2. ท่านมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการแสดงเนื้อหาของเว็บไซต์
 - 2.1 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับหมวดหมู่ของสินค้า (Category) ที่แสดงบนเว็บไซต์ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
 - 2.2 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับขนาดรูปภาพ การดึงดูดให้เกิดความน่าสนใจของรูปภาพ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร

- 2.3 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ (New product) ที่แสดงอยู่บนหน้าแรกของเว็บไซต์ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
- 2.4 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับ ราคา และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
- 2.5 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับช่องทางการติดต่อที่แสดงบนเว็บไซต์ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
- 2.6 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการอธิบายวิธีการสั่งซื้อสินค้า ช่องทางการชำระเงิน การจัดส่งสินค้า และวิธีการตรวจสอบสถานะจัดส่งสินค้า และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
- 2.7 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการแสดงรายละเอียดสินค้าที่ซื้อในส่วนจากรายการสินค้าในตะกร้า ก่อนกดสั่งซื้อสินค้า และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
- 2.8 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับระยะเวลาในการแสดงเนื้อหา รูปภาพสินค้า และการแสดงข้อมูลจากการสืบค้น (Search) และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
- 2.9 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการนำเสนอบทความภายในเว็บไซต์ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
- 2.10 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับเว็บบอร์ด เพื่อตั้งกระทู้ ภายในเว็บไซต์ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
3. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับระบบนำทางหรือเนวิเกชัน และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
4. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับขนาดตัวอักษรที่แสดงบนเว็บไซต์ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
5. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับความเหมาะสมของสีตัวอักษรและสีพื้นหลัง และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
6. ท่านมีความคิดเห็นต่อการใช้งานบนเว็บไซต์
 - 6.1 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับความเพลิดเพลินในการเข้าชมเว็บไซต์ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
 - 6.2 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
 - 6.3 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับ Link ภายในเว็บไซต์ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
7. ท่านมีข้อเสนอแนะในการพัฒนาและปรับปรุงเพิ่มเติมในส่วนอื่น ๆ อย่างไร



วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
Graduate School of Commerce Burapha University

169 ถนนลงหาดบางแสน ตำบลแสนสุข อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี

แบบสัมภาษณ์

เรื่อง การพัฒนาเว็บไซต์และสื่อออนไลน์เพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาดมอญผ้าไหม

นำเข้าจากประเทศจีน

ชุดที่ 3 คำถามประกอบการสัมภาษณ์ลูกค้าจากเฟสบุ๊กแฟนเพจ Blanketspillows.sweetdream แบบสอบถามชุดนี้จัดทำขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้ประกอบการเรียนวิชาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองในหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ผู้ทำการวิจัยขอความอนุเคราะห์จากท่านในการตอบแบบสอบถามฉบับนี้ด้วย และขอขอบคุณท่านมา ณ โอกาสนี้

แบ่งคำถามในการสัมภาษณ์ออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

- 1.1 ชื่อ-สกุล ผู้ให้สัมภาษณ์
- 1.2 อายุ
- 1.3 เพศ
- 1.4 การศึกษา
- 1.5 สถานะภาพ
- 1.6 อาชีพ
- 1.7 ประสบการณ์การซื้อขายสินค้าออนไลน์

ส่วนที่ 2 แนวคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบปัจจุบัน และข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาปรับปรุงเฟสบุ๊กแฟนเพจ เพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาดมอญผ้าไหมนำเข้าจากประเทศจีน ของเฟสบุ๊กแฟนเพจ Blanketspillows.sweetdream ดังนี้

1. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับชื่อของเฟสบุ๊กแฟนเพจ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร

2. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับรูปภาพประจำตัว ของเฟสบุ๊กแฟนเพจ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
3. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับหน้าหลัก (Cover page) ของเฟสบุ๊กแฟนเพจ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
 - 3.1 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับรูปภาพที่นำเสนอบนหน้าหลัก (Cover page) ของเฟสบุ๊กแฟนเพจ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
 - 3.2 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับข้อความแสดงชื่อร้านค้าที่นำเสนอบนหน้าหลัก (Cover page) ของเฟสบุ๊กแฟนเพจ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
 - 3.3 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับความเหมาะสมของสีตัวอักษรและสีพื้นหลังบนภาพหน้าปก (Cover page) และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
 - 3.4 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับข้อความด้านช่องทางการติดต่อบนภาพหน้าปก (Cover page) และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
4. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการนำเสนอข้อความบนเฟสบุ๊กแฟนเพจ
 - 4.1 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการโพสต์ข้อความลงบนเฟสบุ๊กแฟนเพจ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
 - 4.2 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับโพสต์รายละเอียดสินค้า ตั้งแต่รูปภาพ ราคา คำอธิบายสินค้า และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
 - 4.3 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการโพสต์แนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ (New product) บนเฟสบุ๊กแฟนเพจ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
 - 4.4 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการโพสต์โปรโมชั่นสินค้า และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
 - 4.5 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการโพสต์เนื้อหาเรื่องอื่นๆ ที่ไม่ใช่การโพสต์ขายสินค้า และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
 - 4.6 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการรีวิวจากผู้ซื้อสินค้า และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
 - 4.7 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการรีวิวจากผู้ชมเฟสบุ๊กแฟนเพจ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
 - 4.8 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับข้อความด้านช่องทางการติดต่อที่แสดงบนเฟสบุ๊กแฟนเพจ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร

5. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการนำเสนอรูปภาพแสดงสินค้าบนเฟสบุ๊กแฟนเพจ
 - 5.1 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการนำเสนอรูปภาพแสดงสินค้าบนเฟสบุ๊กแฟนเพจ
 - 5.2 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการสร้างอัลบั้มเพื่อแสดงหมวดหมู่ของสินค้าบนเฟสบุ๊กแฟนเพจ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
6. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการโฆษณาเฟสบุ๊ก และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
 - 6.1 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับความน่าสนใจของเฟสบุ๊กแฟนเพจ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
 - 6.2 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับความเพลิดเพลินในการเข้าชมเฟสบุ๊กแฟนเพจ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
 - 6.3 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการโฆษณาแบบโปร โมทเพจ (การถูกใจหน้า) และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
 - 6.4. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการโฆษณาแบบโปร โมทโพสต์ (การมีส่วนร่วมในหน้า) และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
7. ท่านมีข้อเสนอแนะในการพัฒนาและปรับปรุงเพิ่มเติมในส่วนอื่น ๆ อย่างไร

วันที่สัมภาษณ์.....

เวลา.....น.

สถานที่สัมภาษณ์.....

ผู้สัมภาษณ์.....



วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
Graduate School of Commerce Burapha University

169 ถนนลงหาดบางแสน ตำบลแสนสุข อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี

แบบสัมภาษณ์

เรื่อง การพัฒนาเว็บไซต์และสื่อออนไลน์เพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาหมอนผ้าห่ม
นำเข้าจากประเทศจีน

ชุดที่ 4 คำถามประกอบการสัมภาษณ์ผู้ที่เชี่ยวชาญในการออกแบบเฟสบุ๊คแฟนเพจ แบบสอบถาม
ชุดนี้จัดทำขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้ประกอบการเรียนวิชาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองใน
หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
ผู้ทำการวิจัยขอความอนุเคราะห์จากท่านในการตอบแบบสอบถามฉบับนี้ด้วย
และขอขอบคุณท่านมา ณ โอกาสนี้

แบ่งคำถามในการสัมภาษณ์ออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

- 1.1 ชื่อ-สกุล ผู้ให้สัมภาษณ์
- 1.2 อายุ
- 1.3 เพศ
- 1.4 การศึกษา
- 1.5 ประสบการณ์ออกแบบเฟสบุ๊คแฟนเพจ

ส่วนที่ 2 แนวคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบปัจจุบัน และข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนา
ปรับปรุงเฟสบุ๊คแฟนเพจ เพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาหมอนผ้าห่มนำเข้าจากประเทศจีน
ของเฟสบุ๊คแฟนเพจ Blanketspillows.sweetdream ดังนี้

1. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับชื่อของเฟสบุ๊คแฟนเพจ และมีข้อเสนอแนะ
อย่างไร
2. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับรูปภาพประจำตัว ของเฟสบุ๊คแฟนเพจ และมี
ข้อเสนอแนะอย่างไร

3. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับหน้าหลัก (Cover page) ของเฟสบุ๊กแฟนเพจ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร

3.1 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับรูปภาพที่นำเสนอบนหน้าหลัก (Cover page) ของเฟสบุ๊กแฟนเพจ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร

3.2 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับข้อความแสดงชื่อร้านค้าที่นำเสนอบนหน้าหลัก (Cover page) ของเฟสบุ๊กแฟนเพจ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร

3.3 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับความเหมาะสมของสีตัวอักษรและสีพื้นหลังบนภาพหน้าปก (Cover page) และมีข้อเสนอแนะอย่างไร

3.4 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับข้อความด้านช่องทางการติดต่อบนภาพหน้าปก (Cover page) และมีข้อเสนอแนะอย่างไร

4. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการนำเสนอข้อความบนเฟสบุ๊กแฟนเพจ

4.1 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการโพสต์ข้อความลงบนเฟสบุ๊กแฟนเพจ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร

4.2 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับโพสต์รายละเอียดสินค้า ตั้งแต่รูปภาพ ราคา คำอธิบายสินค้า และมีข้อเสนอแนะอย่างไร

4.3 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการโพสต์แนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ (New product) บนเฟสบุ๊กแฟนเพจ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร

4.4 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการโพสต์โปรโมชันสินค้า และมีข้อเสนอแนะอย่างไร

4.5 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการโพสต์เนื้อหาเรื่องอื่น ๆ ที่ไม่ใช่การโพสต์ขายสินค้า และมีข้อเสนอแนะอย่างไร

4.6 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการรีวิวจากผู้ซื้อสินค้า และมีข้อเสนอแนะอย่างไร

4.7 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการรีวิวจากผู้ชมเฟสบุ๊กแฟนเพจ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร

4.8 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับข้อความด้านช่องทางการติดต่อที่แสดงบนเฟสบุ๊กแฟนเพจ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร

5. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการนำเสนอรูปภาพแสดงสินค้าบนเฟสบุ๊กแฟนเพจ

- 5.1 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการนำเสนอรูปภาพแสดงสินค้าบนเฟสบุ๊กแฟนเพจ
- 5.2 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการสร้างอัลบั้มเพื่อแสดงหมวดหมู่ของสินค้าบนเฟสบุ๊กแฟนเพจ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
6. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการโฆษณาเฟสบุ๊ก และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
- 6.1 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับความน่าสนใจของเฟสบุ๊กแฟนเพจ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
- 6.2 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับความเพลิดเพลินในการเข้าชมเฟสบุ๊กแฟนเพจ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
- 6.3. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการโฆษณาแบบโปรโมทเพจ (การถูกใจหน้า) และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
- 6.4. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการโฆษณาแบบโปรโมทโพสต์ (การมีส่วนร่วมในหน้า) และมีข้อเสนอแนะอย่างไร
7. ท่านมีข้อเสนอแนะในการพัฒนาและปรับปรุงเพิ่มเติมในส่วนอื่น ๆ อย่างไร

วันที่สัมภาษณ์.....

เวลา.....น.

สถานที่สัมภาษณ์.....

ผู้สัมภาษณ์.....

ภาคผนวก ข

ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ของความสอดคล้องของแบบสัมภาษณ์

(Index of Concordance: IOC)

ผลการวิเคราะห์การหาค่าดัชนีความสอดคล้องของวัตถุประสงค์ (ค่า IOC) ของผู้เชี่ยวชาญ
 ชื่อเรื่อง: การพัฒนาเว็บไซต์และสื่อออนไลน์เพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาดมอญผ้าไหมนำเข้าจาก
 ประเทศจีน

แบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บข้อมูล โดยผู้วิจัยได้ส่งแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญดัง
 รายนามต่อไปนี้ชื่อ

1. ชื่อ ดร.สุชนนี เมธิโยธิน

ตำแหน่งทางวิชาการ อาจารย์ สถาบัน วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

2. ชื่อ ดร.ธีทัต ตรีศิริโชติ

ตำแหน่งทางวิชาการ อาจารย์ สถาบัน วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

3. ชื่อ ดร.ศุภสิทธิ์ เลิศบัวสิน

ตำแหน่งทางวิชาการ อาจารย์ สถาบัน วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

ผู้วิจัยได้กำหนดค่าดัชนีความสอดคล้องของวัตถุประสงค์ (IOC) ซึ่งมีเกณฑ์ในการ
 พิจารณาค่า IOC คือข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.5-1.00 ถือว่าเหมาะสมสามารถนำไปใช้ได้ แต่
 สำหรับข้อคำถามที่มีค่า IOC ต่ำกว่า 0.5 ควรพิจารณาปรับปรุงหรือตัดออก ดังนี้

ค่าคะแนน +1 หมายถึง คำถามมีความเหมาะสม

0 หมายถึง ไม่แน่ใจว่าคำถามมีความเหมาะสมหรือไม่

-1 หมายถึง คำถามที่ไม่มีความเหมาะสม

ชุดที่ 1 คำถามประกอบการสัมภาษณ์ลูกค้าจากเว็บไซต์ sweetdream287.lnwshop.com

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

ข้อคำถาม	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่			คะแนน IOC	แปลผล
	1	2	3		
1. ชื่อ-สกุล ผู้ให้สัมภาษณ์	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
2. อายุ	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
3. เพศ	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
4. การศึกษา	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
5. สถานภาพ	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
6. อาชีพ	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
7. ประสบการณ์การซื้อขายสินค้าออนไลน์	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง

ส่วนที่ 2 แนวคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบปัจจุบันและข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาปรับปรุงเว็บไซต์เพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาหมอนผ้าห่มนำเข้าจากประเทศจีน ของเว็บไซต์ sweetdream287.lnwshop.com

ข้อคำถาม	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่			คะแนน IOC	แปลผล
	1	2	3		
1. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับชื่อของเว็บไซต์ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
2.1 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับหมวดหมู่ของสินค้า (Category) ที่แสดงบนเว็บไซต์ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
2.2 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับขนาดรูปภาพ การดึงดูดให้เกิดความน่าสนใจของรูปภาพ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
2.3 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ (New product) ที่แสดงอยู่บนหน้าแรกของเว็บไซต์ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
2.4 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับ ราคา และมีข้อเสนอแนะอย่างไร	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
2.5 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับช่องทางการติดต่อที่แสดงบนเว็บไซต์ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง

ข้อคำถาม	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่			คะแนน IOC	แปลผล
	1	2	3		
2.6 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการอธิบายวิธีการสั่งซื้อสินค้า ช่องทางการชำระเงิน การจัดส่งสินค้า และวิธีการตรวจสอบสถานะจัดส่งสินค้า และมีข้อเสนอแนะอย่างไร	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
2.7 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการแสดงรายละเอียดสินค้าที่ซื้อในส่วนของรายการสินค้าในตะกร้า ก่อนกดสั่งซื้อสินค้า และมีข้อเสนอแนะอย่างไร	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
2.8 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับระยะเวลาในการแสดงเนื้อหา รูปภาพสินค้า และการแสดงข้อมูลจากการสืบค้น (Search) และมีข้อเสนอแนะอย่างไร	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
2.9 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการนำเสนอบทความภายในเว็บไซต์ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
2.10 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับเว็บบอร์ด เพื่อตั้งกระทู้ ภายในเว็บไซต์ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
3. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับระบบนำทางหรือเนวิเกชัน และมีข้อเสนอแนะอย่างไร	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
4. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับขนาดตัวอักษรที่แสดงบนเว็บไซต์ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
5. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับความเหมาะสมของสีตัวอักษรและสีพื้นหลัง และมีข้อเสนอแนะอย่างไร	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง

ข้อคำถาม	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่			คะแนน IOC	แปลผล
	1	2	3		
6.1 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับความ เพี้ยนในการเข้าชมเว็บไซต์ และมี ข้อเสนอแนะอย่างไร	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
6.2 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับความ น่าเชื่อถือของเว็บไซต์ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
6.3 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับ Link ภายในเว็บไซต์ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง

ชุดที่ 2 คำถามประกอบการสัมภาษณ์ผู้ที่เชี่ยวชาญในการออกแบบเว็บไซต์
 ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

ข้อคำถาม	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่			คะแนน IOC	แปลผล
	1	2	3		
1. ชื่อ-สกุล ผู้ให้สัมภาษณ์	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
2. อายุ	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
3. เพศ	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
4. การศึกษา	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
5. ประสบการณ์ออกแบบเว็บไซต์	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง

ส่วนที่ 2 แนวคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบปัจจุบันและข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนา
 ปรับปรุงเว็บไซต์ เพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาหมอนผ้าห่มนำเข้าจากประเทศจีน ของเว็บไซต์

Sweetdream287.lnwshop.com (หมายเหตุ: คำถามเหมือนกับคำถามชุดที่ 1)

ข้อคำถาม	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่			คะแนน IOC	แปลผล
	1	2	3		
1. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับชื่อของเว็บไซต์ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
2. ท่านมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการแสดงเนื้อหาของเว็บไซต์					
2.1 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับหมวดหมู่ของสินค้า (Category) ที่แสดงบนเว็บไซต์ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
2.2 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับขนาดรูปภาพ การดึงดูดให้เกิดความน่าสนใจของรูปภาพ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง

ข้อคำถาม	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่			คะแนน IOC	แปลผล
	1	2	3		
2.3 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ (New Product) ที่แสดงอยู่บนหน้าแรกของเว็บไซต์ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
2.4 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับราคา และมีข้อเสนอแนะอย่างไร	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
2.5 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับช่องทางการติดต่อที่แสดงบนเว็บไซต์ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
2.6 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการอธิบายวิธีการสั่งซื้อสินค้า ช่องทางการชำระเงิน การจัดส่งสินค้า และวิธีการตรวจสอบสถานะจัดส่งสินค้า และมีข้อเสนอแนะอย่างไร	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
2.7 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการแสดงรายละเอียดสินค้าที่ซื้อในส่วนของรายการสินค้าในตะกร้า ก่อนกดสั่งซื้อสินค้า และมีข้อเสนอแนะอย่างไร	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
2.8 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับระยะเวลาในการแสดงเนื้อหา รูปภาพสินค้า และการแสดงข้อมูลจากการสืบค้น (search) และมีข้อเสนอแนะอย่างไร	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
2.9 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการนำเสนอบทความภายในเว็บไซต์ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง

ข้อความ	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่			คะแนน IOC	แปลผล
	1	2	3		
2.10 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับเว็บบอร์ด เพื่อตั้งกระทู้ ภายในเว็บไซต์ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
3. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับระบบนำทางหรือเมนูเกชั่น และมีข้อเสนอแนะอย่างไร	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
4. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับขนาดตัวอักษรที่แสดงบนเว็บไซต์ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
5. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับความเหมาะสมของสีตัวอักษรและสีพื้นหลัง และมีข้อเสนอแนะอย่างไร	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
6.1 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับความเพลิดเพลินในการเข้าชมเว็บไซต์ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
6.2 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
6.3 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับ Link ภายในเว็บไซต์ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
7. ท่านมีข้อเสนอแนะในการพัฒนาและปรับปรุงเพิ่มเติมในส่วนอื่น ๆ อย่างไร	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง

ชุดที่ 3 คำถามประกอบการสัมภาษณ์ลูกค้าจากเฟสบุ๊คแฟนเพจ Blanketspillows.sweetdream

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

ข้อคำถาม	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่			คะแนน IOC	แปลผล
	1	2	3		
1. ชื่อ-สกุล ผู้ให้สัมภาษณ์	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
2. อายุ	+1	+1	1	0.75	สอดคล้อง
3. เพศ	+1	+1	1	0.75	สอดคล้อง
4. การศึกษา	+1	+1	1	0.75	สอดคล้อง
5. สถานภาพ	+1	+1	1	0.75	สอดคล้อง
6. อาชีพ	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
7. ประสบการณ์การซื้อขายสินค้าออนไลน์	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง

ส่วนที่ 2 แนวคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบปัจจุบัน และข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาปรับปรุงเฟสบุ๊คแฟนเพจ เพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาหมอนผ้าห่มนำเข้าจากประเทศจีน ของเฟสบุ๊คแฟนเพจ blanketspillows.sweetdream

ข้อคำถาม	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่			คะแนน IOC	แปลผล
	1	2	3		
1. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับชื่อของเฟสบุ๊คแฟนเพจ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
2. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับรูปภาพประจำตัว ของเฟสบุ๊คแฟนเพจ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
3. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับหน้าหลัก (Cover page) ของเฟสบุ๊คแฟนเพจ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร					

ข้อคำถาม	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่			คะแนน IOC	แปลผล
	1	2	3		
3.1 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับรูปภาพที่นำเสนอบนหน้าหลัก (Cover page) ของเฟสบุ๊คแฟนเพจ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
3.2 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับข้อความแสดงชื่อร้านค้าที่นำเสนอบนหน้าหลัก (Cover page) ของเฟสบุ๊คแฟนเพจ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
3.3 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับความเหมาะสมของสีตัวอักษรและสีพื้นหลังบนภาพหน้าปก (Cover Page) และมีข้อเสนอแนะอย่างไร	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
3.4 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับข้อความด้านช่องทางการติดต่อบนภาพหน้าปก (Cover page) และมีข้อเสนอแนะอย่างไร	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
4.1 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการโพสต์ข้อความลงบนเฟสบุ๊คแฟนเพจ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
4.2 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับโพสต์รายละเอียดสินค้า ตั้งแต่รูปภาพ ราคา คำอธิบายสินค้า และมีข้อเสนอแนะอย่างไร	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
4.3 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการโพสต์แนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ (New product) บนเฟสบุ๊คแฟนเพจ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
4.4 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการโพสต์โปรโมชั่นสินค้า และมีข้อเสนอแนะอย่างไร	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง

ข้อความถาม	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่			คะแนน IOC	แปลผล
	1	2	3		
4.5 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการโพสต์เนื้อหาเรื่องอื่นๆ ที่ไม่ใช่การโพสต์ขายสินค้า และมีข้อเสนอแนะอย่างไร	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
4.6 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการรีวิวจากผู้ซื้อสินค้า และมีข้อเสนอแนะอย่างไร	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
4.7 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการรีวิวจากผู้ชมเฟสบุ๊กแฟนเพจ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
4.8 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับข้อความด้านช่องทางการติดต่อที่แสดงบนเฟสบุ๊กแฟนเพจ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
5. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการนำเสนอรูปภาพแสดงสินค้าบนเฟสบุ๊กแฟนเพจ					
5.1 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการนำเสนอรูปภาพแสดงสินค้าบนเฟสบุ๊กแฟนเพจ	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
5.2 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการสร้างอัลบั้มเพื่อแสดงหมวดหมู่ของสินค้า บนเฟสบุ๊กแฟนเพจ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
6. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการโฆษณาเฟสบุ๊ก และมีข้อเสนอแนะอย่างไร					
6.1 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับความน่าสนใจของเฟสบุ๊กแฟนเพจ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
6.2 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับความเพลิดเพลินในการเข้าชมเฟสบุ๊กแฟนเพจ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
6.3 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการโฆษณาแบบโปรโมทเพจ (การถูกใจหน้า) และมีข้อเสนอแนะอย่างไร	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง

ข้อคำถาม	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่			คะแนน IOC	แปลผล
	1	2	3		
6.4. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการโฆษณาแบบโปรโมทโพสต์ (การมีส่วนร่วมในหน้า) และมีข้อเสนอแนะอย่างไร	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
7. ท่านมีข้อเสนอแนะในการพัฒนาและปรับปรุงเพิ่มเติมในส่วนอื่นๆ อย่างไร	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง

ชุดที่ 4 ข้อคำถามประกอบการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญในการออกแบบเฟสบุ๊คแฟนเพจ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

ข้อคำถาม	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่			คะแนน IOC	แปลผล
	1	2	3		
1. ชื่อ-สกุล ผู้ให้สัมภาษณ์	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
2. อายุ	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
3. เพศ	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
4. การศึกษา	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
5. ประสบการณ์ออกแบบเฟสบุ๊คแฟนเพจ	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง

ส่วนที่ 2 แนวคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบปัจจุบัน และข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาปรับปรุงเฟสบุ๊คแฟนเพจ เพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาหมอนผ้าห่มนำเข้าจากประเทศจีน ของเฟสบุ๊คแฟนเพจ blanketspillows.sweetdream (หมายเหตุ : ข้อคำถามเหมือนคำถามชุดที่ 3)

ข้อคำถาม	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่			คะแนน IOC	แปลผล
	1	2	3		
1. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับชื่อของเฟสบุ๊คแฟนเพจ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง

ข้อความถาม	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่			คะแนน IOC	แปลผล
	1	2	3		
2. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับรูปภาพประจำตัว ของเฟสบุ๊กแฟนเพจ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
3. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับหน้าหลัก (Cover page) ของเฟสบุ๊กแฟนเพจ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร					
3.1 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับรูปภาพที่นำเสนอบนหน้าหลัก (Cover Page) ของเฟสบุ๊กแฟนเพจ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
3.2 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับข้อความแสดงชื่อร้านค้าที่นำเสนอบนหน้าหลัก (Cover Page) ของเฟสบุ๊กแฟนเพจ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
3.3 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับความเหมาะสมของสีตัวอักษรและสีพื้นหลังบนภาพหน้าปก (Cover Page) และมีข้อเสนอแนะอย่างไร	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
3.4 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับข้อความด้านช่องทางการติดต่อบนภาพหน้าปก (Cover Page) และมีข้อเสนอแนะอย่างไร	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
4.1 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการโพสต์ข้อความลงบนเฟสบุ๊กแฟนเพจ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
4.2 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับโพสต์รายละเอียดสินค้า ตั้งแต่รูปภาพ ราคา คำอธิบายสินค้า และมีข้อเสนอแนะอย่างไร	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง

ข้อความถาม	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่			คะแนน IOC	แปลผล
	1	2	3		
4.3 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการโพสต์แนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ (New product) บนเฟซบุ๊กแฟนเพจ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
4.4 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการโพสต์โปรโมชันสินค้า และมีข้อเสนอแนะอย่างไร	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
4.5 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการโพสต์เนื้อหาเรื่องอื่นๆ ที่ไม่ใช่การโพสต์ขายสินค้า และมีข้อเสนอแนะอย่างไร	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
4.6 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการรีวิวจากผู้ซื้อสินค้า และมีข้อเสนอแนะอย่างไร	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
4.7 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการรีวิวจากผู้ชมเฟซบุ๊กแฟนเพจ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
4.8 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับข้อความด้านช่องทางการติดต่อที่แสดงบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
4.9 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับข้อความด้านช่องทางการติดต่อที่แสดงบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
5. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการนำเสนอรูปภาพแสดงสินค้าบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ					
5.1 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการนำเสนอรูปภาพแสดงสินค้าบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
5.2 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการสร้างอัลบั้มเพื่อแสดงหมวดหมู่ของสินค้า บนเฟซบุ๊กแฟนเพจ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง

ข้อคำถาม	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่			คะแนน IOC	แปลผล
	1	2	3		
6. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการโฆษณาเฟสบุ๊ค และมีข้อเสนอแนะอย่างไร					
6.1 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับความน่าสนใจของเฟสบุ๊คแฟนเพจ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
6.2 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับความเพลิดเพลินในการเข้าชมเฟสบุ๊คแฟนเพจ และมีข้อเสนอแนะอย่างไร	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
6.4 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการโฆษณาแบบโปรโมทเพจ (การถูกใจหน้า) และมีข้อเสนอแนะอย่างไร	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
6.5. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการโฆษณาแบบโปรโมทโพสต์ (การมีส่วนร่วมในหน้า) และมีข้อเสนอแนะอย่างไร	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง
7. ท่านมีข้อเสนอแนะในการพัฒนาและปรับปรุงเพิ่มเติมในส่วนอื่นๆ อย่างไร	+1	+1	+1	1	สอดคล้อง



แบบสัมภาษณ์นี้สามารถใช้เป็น
เครื่องมือในการวิจัย(วิจัยเชิงคุณภาพ)

- ได้
- ได้ แต่ต้องปรับปรุงบางส่วน
- ไม่ได้ทั้งฉบับ

ลงชื่อ..... อก สรพ / มช/อช

ผู้เชี่ยวชาญ/ ผู้ทรงคุณวุฒิ

แบบทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา IOC ของแบบสอบถามสัมภาษณ์ (วิจัยเชิงคุณภาพ)

ชื่อเรื่องงานนิพนธ์ การพัฒนาเว็บไซต์และสื่อออนไลน์เพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์
ตุ๊กตาดมอญผ้าไหมนำเข้าจากประเทศจีน

ชื่อผู้วิจัย นางสาววิภาวี เทียนทอง

รหัสประจำตัว 57710121

นิสิตหลักสูตร

สาขาการจัดการธุรกิจโลก (กลุ่มธุรกิจจีน) (GBM รุ่น 4)

หมายเลขโทรศัพท์ 085-0859887

Email miyaki_333@hotmail.com

อาจารย์ที่ปรึกษา คร. ศรีธนา เลิศพุทธรักษ์

ข้อมูลเบื้องต้น

- วัตถุประสงค์ เพื่อพัฒนาเว็บไซต์และสื่อออนไลน์เพื่อการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาดมอญผ้าไหมนำเข้าจากประเทศจีน
- กรอบแนวคิด 1. ความคิดเห็นของลูกค้าและผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเว็บไซต์ต้องประกอบด้วยเว็บไซต์ สามารถนำมาพัฒนาและปรับปรุงเว็บไซต์จนได้เป็นรูปแบบที่เหมาะสมของเว็บไซต์เพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาดมอญผ้าไหมนำเข้าจากประเทศจีน
 2. ความคิดเห็นของลูกค้าและผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเฟรชบุคแฟนเพจต่อองค์ประกอบของเฟรชบุคแฟนเพจ สามารถนำมาพัฒนาและปรับปรุงเฟรชบุคแฟนเพจจนได้เป็นรูปแบบที่เหมาะสมของเฟรชบุคแฟนเพจเพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาดมอญผ้าไหมนำเข้าจากประเทศจีน



แบบสัมภาษณ์นี้สามารถใช้เป็น
เครื่องมือในการวิจัย(วิจัยเชิงคุณภาพ)

ได้

ได้ แต่ต้องปรับปรุงบางส่วน

ไม่ได้ทั้งฉบับ

ลงชื่อ.....ดร. สัจจา อธิสรโรจน์.....

ผู้เชี่ยวชาญ/ ผู้ทรงคุณวุฒิ

..... 1 / 5 / 2559

แบบทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา IOC ของแบบสอบสัมภาษณ์ (วิจัยเชิงคุณภาพ)

ชื่อเรื่องงานนิพนธ์ การพัฒนาเว็บไซต์และสื่อออนไลน์เพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์
ตุ๊กตาหมอนผ้าไหมนำเข้าจากประเทศจีน

ชื่อผู้วิจัย นางสาววิภาวี เทียนทอง

รหัสประจำตัว 57710121

นิสิตหลักสูตร

สาขาการจัดการธุรกิจโลก (กลุ่มธุรกิจจีน) (GBM รุ่น 4)

หมายเลขโทรศัพท์ 085-0859887

Email miyaki_333@hotmail.com

อาจารย์ที่ปรึกษา คร. ศรีธนา เลิศพุทธรักษ์

ข้อมูลเบื้องต้น

- วัตถุประสงค์ เพื่อพัฒนาเว็บไซต์และสื่อออนไลน์เพื่อการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาหมอนผ้าไหม นำเข้าจากประเทศจีน
- กรอบแนวคิด 1. ความคิดเห็นของลูกค้าและผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเว็บไซต์ต้ององค์ประกอบของเว็บไซต์ สามารถนำมาพัฒนาและปรับปรุงเว็บไซต์จนได้เป็นรูปแบบที่เหมาะสมของเว็บไซต์เพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาหมอนผ้าไหมนำเข้าจากประเทศจีน
2. ความคิดเห็นของลูกค้าและผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเฟรชบุคแฟนเพจต้ององค์ประกอบของเฟรชบุคแฟนเพจ สามารถนำมาพัฒนาและปรับปรุงเฟรชบุคแฟนเพจจนได้เป็นรูปแบบที่เหมาะสมของเฟรชบุคแฟนเพจเพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาหมอนผ้าไหมนำเข้าจากประเทศจีน



แบบสัมภาษณ์นี้สามารถใช้เป็น
เครื่องมือในการวิจัย(วิจัยเชิงคุณภาพ)

ได้

ได้ แต่ต้องปรับปรุงบางส่วน

ไม่ได้ทั้งฉบับ

ลงชื่อ.....
ผู้เชี่ยวชาญ/ ผู้ทรงคุณวุฒิ

แบบทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา IOC ของแบบสอบถามสัมภาษณ์ (วิจัยเชิงคุณภาพ)

ชื่อเรื่องงานนิพนธ์ การพัฒนาเว็บไซต์และสื่อออนไลน์เพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์
ตุ๊กตาหมอนผ้าห่มนำเข้าจากประเทศจีน

ชื่อผู้วิจัย นางสาววิภาวี เทียนทอง

รหัสประจำตัว 57710121

นิสิตหลักสูตร

สาขาการจัดการธุรกิจโลก (กลุ่มธุรกิจจีน) (GBM รุ่น 4)

หมายเลขโทรศัพท์ 085-0859887

Email miyaki_333@hotmail.com

อาจารย์ที่ปรึกษา คร. ศรีธยา เลิศพุทธรักษ์

ข้อมูลเบื้องต้น

- วัตถุประสงค์ เพื่อพัฒนาเว็บไซต์และสื่อออนไลน์เพื่อการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาหมอนผ้าห่มนำเข้าจากประเทศจีน
- กรอบแนวคิด 1. ความคิดเห็นของลูกค้าและผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเว็บไซต์ต่อองค์ประกอบของเว็บไซต์ สามารถนำมาพัฒนาและปรับปรุงเว็บไซต์จนได้เป็นรูปแบบที่เหมาะสมของเว็บไซต์เพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาหมอนผ้าห่มนำเข้าจากประเทศจีน
 2. ความคิดเห็นของลูกค้าและผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเฟรชบุคแฟนเพจต่อองค์ประกอบของเฟรชบุคแฟนเพจ สามารถนำมาพัฒนาและปรับปรุงเฟรชบุคแฟนเพจจนได้เป็นรูปแบบที่เหมาะสมของเฟรชบุคแฟนเพจเพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาหมอนผ้าห่มนำเข้าจากประเทศจีน

ภาคผนวก ค
ผลตรวจอักษรวิสุทธิ

Plagiarism Checking Report

Created on Jun 24, 2016 at 21:38 PM

Submission Information

ID	SUBMISSION DATE	SUBMITTED BY	ORGANIZATION	FILENAME	STATUS	SIMILARITY INDEX
264084	Jun 24, 2016 at 21:38 PM	57710121@my.buu.ac.th	มหาวิทยาลัยบูรพา	3.บทที่ 1 แนวทางการพัฒนาสื่อออนไลน์.doc	Completed	0.00 %

Match Overview

NO.	TITLE	AUTHOR(S)	SOURCE	SIMILARITY INDEX
No data available in table				

Plagiarism Checking Report

Created on Jun 25, 2016 at 08:04 AM

Submission Information

ID	SUBMISSION DATE	SUBMITTED BY	ORGANIZATION	FILENAME	STATUS	SIMILARITY INDEX
264248	Jun 25, 2016 at 08:04 AM	57710121@my.buu.ac.th	มหาวิทยาลัยบูรพา	4.บทที่ 2 แนวทางการพัฒนาสื่อออนไลน์ (1).doc	Completed	0.00 %

Match Overview

NO.	TITLE	AUTHOR(S)	SOURCE	SIMILARITY INDEX
No data available in table				

Plagiarism Checking Report

Created on Jun 24, 2016 at 21:41 PM

Submission Information

ID	SUBMISSION DATE	SUBMITTED BY	ORGANIZATION	FILENAME	STATUS	SIMILARITY INDEX
264086	Jun 24, 2016 at 21:41 PM	57710121@my.buu.ac.th	มหาวิทยาลัยบูรพา	5.บทที่ 3 แนวทางการพัฒนาสื่อออนไลน์ (2)Rev01.doc	Completed	0.00 %

Match Overview

NO.	TITLE	AUTHOR(S)	SOURCE	SIMILARITY INDEX
No data available in table				

Plagiarism Checking Report

Created on Jun 24, 2016 at 21:49 PM

Submission Information

ID	SUBMISSION DATE	SUBMITTED BY	ORGANIZATION	FILENAME	STATUS	SIMILARITY INDEX
264098	Jun 24, 2016 at 21:49 PM	57710121@my.buu.ac.th	มหาวิทยาลัยบูรพา	6.บทที่ 4 ผลการวิจัย rev1.docx	Completed	0.00 %

Match Overview

NO.	TITLE	AUTHOR(S)	SOURCE	SIMILARITY INDEX
No data available in table				

Plagiarism Checking Report

Created on Jun 24, 2016 at 21:53 PM

Submission Information

ID	SUBMISSION DATE	SUBMITTED BY	ORGANIZATION	FILENAME	STATUS	SIMILARITY INDEX
264102	Jun 24, 2016 at 21:53 PM	57710121@my.buu.ac.th	มหาวิทยาลัยบูรพา	7.มทที่ 5 สรุปอภิบายผลและข้อเสนอแนะ.doc	Completed	0.00%

Match Overview

NO.	TITLE	AUTHOR(S)	SOURCE	SIMILARITY INDEX
No data available in table				

ประวัติย่อของผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล	นางสาววิภาวี เทียนทอง
วัน เดือน ปีเกิด	9 พฤษภาคม พ.ศ.2528
สถานที่เกิด	จังหวัดฉะเชิงเทรา
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	บ้านเลขที่ 12/37 หมู่ 6 ตำบลท่าข้าม อำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา 24130
ตำแหน่งและประวัติการทำงาน	
พ.ศ. 2554-ปัจจุบัน	เจ้าหน้าที่ฝ่ายวางแผนต้นทุน บริษัท เควายบี (ประเทศไทย) จำกัด
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2547-2550	วิศวกรรมศาสตร์ (วิศวกรรมอุตสาหกรรม) มหาวิทยาลัยบูรพา
พ.ศ. 2557	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (สาขาการจัดการธุรกิจโลก) วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา