การพัฒนาระบบซื้อขายสินค้าออนไลน์ กรณีศึกษา: ร้านกลับตานีสาขาพิษณุโลก

Development of Online Trading System: A Case Study of Klabtani Phitsanulok.

ณัฐภัทร สุวรรณศิลป์, ปิยะดา กันตรัตนากุล, กฤติกา สังขวดี
Nattaphat Suwannasin, Piyada Kantarattanakun, kittika Sungkawadee

สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ
คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
Corresponding Author: Nattaphat.s@psru.ac.th
Received: June 13, 2023. **Revised:** July 10, 2023. **Accepted:** July 17, 2023.

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อ 1) พัฒนาบริหารระบบจัดการร้านค้าออนไลน์กรณีศึกษาร้านกลับตานี โรตีขนมจีนน้ำยากุ้ง ชาชักปักษ์ใต้ สาขาพิษณุโลก 2) ประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบบริหารจัดการร้านค้าออนไลน์กรณีศึกษาร้านกลับตานี โรตีขนมจีนน้ำยากุ้ง ชาชักปักษ์ใต้ สาขาพิษณุโลก เครื่องมือการวิจัยได้แก่ ระบบบริหารจัดการร้านค้าออนไลน์ และแบบประเมินความพึงพอใจ กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยได้แก่ ลูกค้าที่ใช้ระบบบริหารจัดการร้านค้าออนไลน์กรณีศึกษาร้านกลับตานี โรตีขนมจีนน้ำยากุ้ง ชาชักปักษ์ใต้ สาขาพิษณุโลก จำนวน 30 คน โดยเลือกการวิจัยแบบเจาะจง (กลุ่มตัวอย่างใช้สมาชิกในการใช้โปรแกรม เพื่อความสะดวกในการเก็บข้อมูล สถิติการวิจัย ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลวิจัยพบว่า 1) ระบบบริหารจัดการร้านค้าออนไลน์กรณีศึกษาร้านกลับตานี โรตีขนมจีนน้ำยากุ้ง ชาชักปักษ์ใต้ สาขาพิษณุโลก สามารถเพิ่มความสะดวกสบายในการสั่งซื้อสินค้า สร้างความเป็นระบบระเบียบให้กับงาน เนื่องจากการจัดเก็บสามารถปรับปรุงได้ตลอดเวลา ไม่ต้องใช้กระดาษให้สิ้นเปลือง การค้นหาข้อมูลทำได้อย่างรวดเร็ว สามารถเพิ่มสินค้า และแก้ไข ได้ 2) ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ด้วยค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$ =4.59 ,S.D = 0.37)

คำสำคัญ : พัฒนาระบบ ซื้อขาย สินค้า ออนไลน์

Abstract

The objectives of this research were to 1) develop a management system for an online store, using the case study of Klabtani Roti Vermicelli with Shrimp Sauce, and Tea Chak Pak Tai, Phitsanulok Branch, 2) to improve the sales channel and increase revenue, and 3) assess user satisfaction with the online store management system, using the case study of Klabtani Roti Vermicelli with Shrimp Sauce, and Tea Chak Pak Tai, Phitsanulok Branch. The research tools included an online store management system and a satisfaction evaluation questionnaire. The research sample comprised of 30 customers who used the online store management system of Klabtani Roti Vermicelli with Shrimp Sauce, and Tea Chak Pak Tai, Phitsanulok Branch. The research methodology was focused and employed program users as participants to facilitate data collection. The statistical analysis was conducted in terms of means and standard deviations.

The research findings revealed that the online store management system, as observed through the case study of Klabtani Roti Vermicelli with Shrimp Sauce, and Tea Chak Pak Tai, Phitsanulok Branch, successfully enhanced the convenience of ordering products and established an organized system for operations. The system's adaptability for continual improvement was highlighted, eliminating paper wastage, and enabling swift data retrieval, product additions, and modifications. The system effectively catered to customers who primarily relied on online channels for their daily life activities, consequently contributing to increased sales. The overall user satisfaction assessment yielded the highest level of satisfaction. This was reflected in the highest average score ($\bar{x}$ =4.59 ,S.D = 0.37)

Keywords: System development, Shopping, Product, Online

บทนำ

ปัจจุบันเทคโนโลยีสารสนเทศได้เข้ามามีบทบาทต่อการดำเนินชีวิตมากขึ้น สามารถเพิ่มความสะดวกสบายในชีวิตประจำวันได้เป็นอย่างดี คนหันมาบริโภคข้อมูลข่าวสารกันมากขึ้น เทคโนโลยีสารสนเทศยังเป็นสิ่งสำคัญสำหรับองค์กรที่เข้ามาช่วยอำนวยความสะดวกในการดำเนินงาน ทำให้เข้าถึงข้อมูลมีความรวดเร็ว การติดต่อสื่อสารมีประสิทธิภาพ และช่วยประหยัดต้นทุนในการดำเนินงานด้านต่างๆ ของหน่วยงานที่เชื่อมต่อในระบบอินเทอร์เน็ต ซึ่งอินเทอร์เน็ตนั้นเป็นเทคโนโลยีสารสนเทศที่ปัจจุบันสังคมมีความต้องการอย่างมาก เพราะสามารถใช้ประโยชน์ได้หลายด้าน เช่น การขายของออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ การรับส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ การมีเว็บไซต์เป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่าง ๆ การเปิดร้านค้าออนไลน์ เป็นการสร้างเว็บไซต์ขึ้นมาเพื่อนำสินค้าของตนเองมาจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์ ซึ่งร้านค้าออนไลน์จะเหมือนกับร้านค้าทั่วไปที่นำสินค้ามาวางขาย แต่มีความแตกต่างกันตรงที่ทำการซื้อขายทุกขั้นตอนผ่านอินเทอร์เน็ตเท่านั้น สามารถซื้อขาย ได้ทุกที่ ทุกเวลา ไม่ว่าจะอยู่ส่วนใดของโลก เพียงเข้าอินเทอร์เน็ตก็สามารถเข้าซื้อสินค้าได้ง่าย ทำให้ไม่มีปัญหาเรื่องทำเลที่ตั้งของร้านค้า การซื้อขายออนไลน์ หรือที่เรียกว่า พาณิชย์

อิเล็กทรอนิกส์ หรือ E-Commerce เป็นการดำเนินการซื้อขายสินค้าหรือบริหารด้วยสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นการทำธุรกรรมการซื้อขายสินค้าระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อผ่านทางอินเทอร์เน็ต โดยทั้งสองฝ่ายไม่ต้องพบกัน แต่ใช้การติดต่อขายทางอินเทอร์เน็ตก็สามารถซื้อขายสินค้าได้ทุกรูปแบบ สินค้าทุกประเภท ตลอด 24 ชั่วโมงทั่วโลก เกิดความสะดวกสบาย เนื่องจากทางร้านขายสินค้าบางส่วน ยังไม่มีเว็บไซต์ในการซื้อขายสินค้าออนไลน์เป็นของตนเอง จึงทำให้ผู้บริโภคต้องมาดูสินค้าด้วยตนเองที่หน้าร้าน ซึ่งเป็นการเสียเวลาพอสมควรหากว่าผู้บริโภคต้องการที่จะซื้อสินค้าจากทางร้านแต่อยู่ห่างจากร้านมากหรือเวลาที่มีอยู่อย่างจำกัดในการเลือกซื้อสินค้า ทั้งนี้การที่มีเว็บไซต์ในการซื้อขายสินค้าของตนเอง สามารถซื้อขายสินค้าได้ 24 ชั่วโมง จึงขจัดปัญหา ข้อจำกัดทางด้านเวลาออกไป สามารถทำให้เรานำเสนอข้อมูลข่าวสารต่างๆ มานำเสนอผ่าน อินเทอร์เน็ตได้ตลอดเวลาและหลากหลายรูปแบบเช่นการนำเสนอสินค้าใหม่ ๆ มาเสนอขายได้ตลอดเวลา

เทคโนโลยีสารสนเทศได้เข้ามามีบทบาทต่อการดำเนินชีวิตโดยการใช้เทคโนโลยีมาช่วยในการสร้างเสริมเศรษฐกิจ หรือการใช้เทคโนโลยีทั้งหลายในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อการขับเคลื่อนทุกมิติของเป้าหมายของการดำเนินธุรกิจ (Digital Economy) หรือ เศรษฐกิจดิจิทัล ด้วยนโยบายส่งเสริมภาคเศรษฐกิจดิจิทัลและการขับเคลื่อนเทคโนโลยีสารสนเทศก้าวหน้าไปได้ทันโลกและสามารถแข่งขันในโลกสมัยใหม่ได้ ซึ่งหมายความรวมถึงสารสนเทศสร้างสรรค์ธุรกิจส่งเสริมสนับสนุนรองรับการพัฒนาเศรษฐกิจดิจิทัล สนับสนุนอุปกรณ์สื่อสารดิจิทัลเป็นการใช้ดิจิทัลทางสารสนเทศสร้างสรรค์ที่รองรับการใช้บริการในภาคธุรกิจสมัยใหม่

ร้านกลับตานี พิษณุโลก มีประวัติความเป็นมาทางด้านธุรกิจระดับครัวเรือน และได้ขยายเป็นการขายสาขาหลาย ๆ สาขา มีการจำหน่ายเครื่องดื่มและโรตี ดำเนินธุรกิจประเภทร้านเครื่องดื่มและอาหารภายใต้คอนเซ็ปต์ของร้าน คือ “กลับ-ตานี คอฟฟี่ แอนด์ โรตี เฮ้าส์” (Klab Tani Coffee & Roti House) “กลับ-ตานี” (Klab Tani) หมายความว่า “กลับบ้านปัตตานี คือ ท่านจะกินอยู่ที่ไหน จังหวัดใดก็ตาม ก็เหมือนกลับไปที่ จ.ปัตตานี” โดยจุดเริ่มต้น ของชายหนุ่มชาวปัตตานี ที่มาเรียนในกรุงเทพฯ แต่ยังคงหลงใหลชื่นชอบรสชาติของโรตี-ชาชัก อาหารพื้นถิ่นของ จ.ปัตตานี โดยผู้ก่อตั้งแบรนด์ เคยมีประสบการณ์จากการทำงานในร้านอาหารชื่อดังในประเทศมาเลเซีย ประกอบกับความคิดที่จะพัฒนา ต่อยอด สร้างสรรค์สูตรโรตี ชาชักปัตตานี แบบดั้งเดิม ให้ได้รสชาติที่อร่อยและลงตัว จนกระทั่ง กลายเป็นร้าน “กลับ-ตานี คอฟฟี่ แอนด์ โรตี เฮ้าส์” ในปัจจุบัน ซึ่งตั้งอยู่ที่ ถ.ศรีนครินทร์ ด้านหลังศูนย์การค้าพาราไดซ์ พาร์ค สาขาแรกในกรุงเทพฯ ซึ่งชายหนุ่มชาวปัตตานีคนนี้ คือ อาจารย์ พทป. แวสมิง แวหมะ (หมอแวร์) ด้วยความรู้ความสามารถทางการแพทย์แผนไทย เภสัชกรรมแผนไทย พืชสมุนไพร ทำให้ ‘หมอแวร์’ ได้ประยุกต์ใช้ ‘กัญชา’ ที่มีสรรพคุณทำให้ตื่นตัวผ่อนคลายกับเมนูโรตี ชาชัก ทำให้เกิดกัญชารสชาติที่เพิ่มความอร่อยให้กับอาหารมากยิ่งขึ้น รวมถึงยังมีอีกหลากหลายเมนูกัญชาใหม่ ๆ ให้ได้ลิ้มลองอีกด้วย โดยมั่นใจในคุณภาพคัดสรรวัตถุดิบ ในทุกขั้นตอนกระบวนการผลิตกัญชาออร์แกนิค ไร้สารตกค้าง ไร้โลหะหนัก ตลอดจนถึงการเก็บเกี่ยวเพื่อให้ได้ซึ่งกัญชาที่ดีที่สุด ในการสร้างสรรค์เมนูโรตี ชาชัก และทุกเมนูให้ได้รสชาติอร่อย และยังรู้สึกผ่อนคลาย หลับสบาย และไม่เป็นอันตรายต่อผู้บริโภค บริษัท กลับตานี จำกัด จึงเริ่มก่อตั้งอย่างเป็นทางการ เพื่อขยายธุรกิจแฟรนไชส์เต็มรูปแบบ เมื่อวันที่ 1 มิถุนายน 2564 เพื่อต่อยอดความสำเร็จอย่างต่อเนื่อง

จุดเด่นของร้าน

- สูตรเมนูโรตีชาชัก สูตรปักษ์ใต้ดั้งเดิมจาก จ.ปัตตานี ผสมผสานรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์ของประเทศมาเลเซีย
- เป็นเจ้าของแฟรนไชส์โรตีชาชักกัญชาเจ้าแรกในประเทศไทย
- มีลิขสิทธิ์การใช้ผลิตภัณฑ์ คือ เมนูกาแฟ โรตีชาชัก เมนูกัญชา
- เมนูกัญชา ได้ทีมแพทย์ผู้บริหารและเป็นผู้เชี่ยวชาญควบคุมการผลิตทั้งหมด มีใบรับรองถูกต้องตามกฎหมาย และส่งตรงจากฟาร์มออร์แกนิค ได้มาตรฐาน สร้างสรรค์เมนูเพื่อสุขภาพมากมาย
- มีเครื่องหมายฮาลาล (HALAL) รับรองอย่างถูกต้องได้มาตรฐาน

ร้านกลับตานี สาขาพิษณุโลกเปิดบริการอย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 19 ธันวาคม พ.ศ.2564 เป็นต้นมา และจากที่กล่าวมาข้างต้น คณะผู้จัดทำจึงได้ทำเว็บไซต์การพัฒนาระบบซื้อขายสินค้าออนไลน์ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ที่สนใจ เยี่ยมชมสินค้าผ่านทางเว็บไซต์ที่เรา จัดทำขึ้น เพื่อเป็นอีกทางเลือกในการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคเอง ซึ่งเว็บไซต์นี้จะนำเสนอข้อมูล เกี่ยวกับสินค้าต่างๆ

นิยามศัพท์

1. เว็บไซต์ หมายถึง แหล่งของกลุ่มของเว็บเพจหลายๆ เว็บเพจ แล้วรวบรวมเว็บเพจเหล่านั้นเข้าด้วยกัน โดยที่เว็บเพจที่มีหลายๆหน้าจะ มีลิงค์เชื่อมโยงถึงกัน
2. อินเทอร์เน็ต หมายถึง เครือข่ายนานาชาติ ที่เกิดจากเครือข่ายขนาดเล็กมากมาย รวมเป็นเครือข่ายเดียวทั้งโลก หรือเครือข่ายสื่อสาร ซึ่งเชื่อมโยงระหว่างคอมพิวเตอร์ทั้งหมด ที่ต้องการเข้ามาในเครือข่าย สำหรับคำว่า internet หากแยกศัพท์จะได้มา 2 คำ คือ คำว่า Inter และคำว่า net ซึ่ง Inter หมายถึงระหว่าง หรือท่ามกลาง และคำว่า Net มาจากคำว่า Network หรือเครือข่าย เมื่อนำความหมายของทั้ง 2 คำมารวมกัน จึงแปลว่า การเชื่อมต่อกันระหว่างเครือข่าย
3. E-Commerce หรือ การซื้อขายร้านค้าผ่านออนไลน์ พาณิชอิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง การดำเนินการซื้อขายสินค้าและบริการด้วยสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ผ่านระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ หรือ อินเทอร์เน็ต เพื่อบริการลูกค้า
4. ธุรกรรม หมายถึง การเจรจาซื้อขายแลกเปลี่ยนหรือการติดต่อทางธุรกิจ, กิจกรรมเกี่ยวกับการเงิน
5. ระบบ Context Diagram หมายถึง การออกแบบในระดับหลักการเป็นแผนภาพหรือ ไดอะแกรม (Diagram) ที่แสดงเพียงหนึ่งกระบวนการ คือชื่อของระบบงาน และ Boundaries ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับระบบ ซึ่งจะไม่มี Data store โดย Context Diagram จะแสดงผู้ที่เกี่ยวข้องกับระบบหลัก ๆ เท่านั้น
6. การทดลองแบบ Black Box Testing หมายถึง การทดสอบที่ไม่คำนึงถึงคำสั่งภายในซอฟต์แวร์ (เปรียบเหมือนกล่องดำที่มองไม่เห็นอะไรข้างใน) เป็นการทดสอบการทำงานของซอฟต์แวร์ตามความต้องการ (Requirements) ที่มี โดยดูค่าผลลัพธ์ที่แสดงออกมา (Output) จากข้อมูลนำเข้า (Input)ที่ให้กับซอฟต์แวร์ว่ามีความสอดคล้องกันหรือไม่ ซึ่งถ้าโปรแกรมทำงานถูกต้องก็คือ Output ต้องสอดคล้องกันกับ Input

วัตถุประสงค์

1. เพื่อพัฒนาระบบบริหารจัดการร้านค้าออนไลน์กรณีศึกษาร้านกลับตานี โรตีขนมจีนน้ำยากุ้ง ชาชักปักษ์ใต้ สาขาพิษณุโลก

2. เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบบริหารจัดการร้านค้าออนไลน์ ร้านกลับตานี โรตีขนมจีนน้ำยากุ้ง ชาชักปักษ์ใต้ สาขาพิษณุโลก

การทบทวนวรรณกรรม

พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Commerce) การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจต่าง ๆ เกี่ยวกับการซื้อขายและแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการบนอินเทอร์เน็ตผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์โดยใช้เว็บไซต์หรือแอปพลิเคชัน เป็นสื่อการนำเสนอสินค้าและบริการต่าง ๆ รวมถึงการติดต่อกันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายโดยการใช้คอมพิวเตอร์ เทคโนโลยีสารสนเทศ การสื่อสารและอินเทอร์เน็ตเพื่อทำให้กระบวนการทางธุรกิจมีประสิทธิภาพและตอบสนองความต้องการของคู่ค้าและลูกค้าให้ตรงใจ และรวดเร็ว และเพื่อลดต้นทุน และขยายโอกาสทางค้า และการบริการ (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2563)

พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ แบ่งได้ 5 ประเภท ดังนี้ (ภาวุธ พงษ์วิทยภานุ, 2566)

1) เว็บไซต์แคตตาล็อกสินค้าออนไลน์ (Online Catalog Web Site) โดยภายในเว็บไซต์ได้รวบรวมทั้งรูปภาพและรายละเอียดของสินค้าเพื่อประกอบการตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้า พร้อมระบุที่อยู่สำหรับการติดต่อกลับลูกค้า จะไม่มีระบบการชำระเงินผ่านเว็บไซต์และตะกร้าสินค้า (Shopping Cart) โดยผู้ที่สนใจจะซื้อสินค้าต้องทำการติดต่อกับเจ้าของร้านค้าออนไลน์นั้นโดยตรง

2) ร้านค้าออนไลน์ (E-Shop Web Site) เป็นรูปแบบเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่สมบูรณ์โดยภายในเว็บไซต์ได้รวมไว้ทั้งระบบการจัดการสินค้า ตะกร้าสินค้า (Shopping Cart) ระบบการชำระเงินรวมถึงการขนส่งไว้ครบถ้วน โดยผู้ที่สนใจจะซื้อสินค้าสามารถสั่งซื้อและทำการชำระเงินผ่านเว็บไซต์ได้ทันที

2.3 การประมูลสินค้า (Auction) ถือเป็นรูปแบบเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่นำเสนอการประมูลสินค้า โดยเป็นการแข่งขันกันระหว่างผู้ที่ต้องการสินค้าที่จัดไว้สำหรับการประมูล

2.4 การประกาศซื้อ - ขาย (E-Classified) เป็นรูปแบบเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่เปิดโอกาสให้ผู้ที่สนใจลงประกาศความต้องการซื้อ-ขายสินค้าของตน โดยเว็บไซต์จะทำหน้าที่เหมือนกับกระดานข่าวและตัวกลางในการแสดงข้อมูลของสินค้าต่าง ๆ หากมีผู้สนใจจะซื้อสินค้า ต้องทำการติดต่อโดยตรงไปยังผู้ที่ลงประกาศได้ทันทีตามข้อมูลที่ประกาศไว้

2.5 ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ (E-Marketing) ถือเป็นรูปแบบเว็บไซต์พาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ที่ทำหน้าที่เป็นตลาดนัดขนาดใหญ่ โดยภายในเว็บไซต์จะมีการรวบรวมเว็บไซต์ของร้านค้าและบริษัทต่าง ๆ มากมาย โดยมีการแบ่งหมวดหมู่ของสินค้าเอาไว้เพื่อให้ผู้ใช้สามารถเข้าไป ดูสินค้าภายในร้านค้าต่าง ๆ ภายในตลาดได้อย่างง่ายดาย

สำหรับประโยชน์ของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สมาคมธุรกิจอินเทอร์เน็ตไทย (อ้างถึงใน พุทธิพงศ์ เอี่ยมสอาด, 2561) กล่าวถึงการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในปัจจุบันที่มองว่าเป็นธุรกิจที่น่าจับตามอง มีตัวเลขการเติบโตต่อเนื่องทุกปี ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์โตอย่างต่อเนื่องเพราะการทำธุรกิจมีประโยชน์มากมาย เช่น ทำการค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง และขายสินค้าได้ทั่วโลก ข้อมูลทันสมัยอยู่เสมอและประหยัดค่าใช้จ่าย

เทคโนโลยีช่วยส่งเสริมผลิตภัณฑ์ให้น่าสนใจยิ่งขึ้น ปัจจุบันมีเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาช่วยในการทำให้ผลิตภัณฑ์มีความน่าสนใจยิ่งขึ้น เช่น การแสดงสินค้าโดยผู้ชมสามารถดูสินค้าได้ 180 องศา หรือลูกค้าสามารถอ่านหัวข้อของหนังสือที่ต้องการซื้อก่อนได้ ง่ายต่อการชำระเงิน พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สามารถชำระเงินได้อย่างสะดวกสบายโดยวิธีการตัดผ่านบัตรเครดิตหรือการโอนเงินเข้าบัญชีซึ่งจะเป็นระบบอัตโนมัติ สร้างความประทับใจและพึงพอใจได้มากกว่า ทำให้ไม่ต้องเสียเวลาในการเดินทางและเสียเวลาไปกับการค้นหาสินค้าและบริการที่ต้องการ ลูกค้าสามารถค้นหาสินค้าที่ต้องการได้อย่างรวดเร็วที่สุด

การตัดสินใจ (Decision Making) หมายถึง กระบวนการในการเลือกที่จะกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งจากทางเลือกต่าง ๆ ที่มีอยู่ ซึ่งผู้บริโภคมักจะต้องตัดสินใจในทางเลือกต่าง ๆ ของสินค้าและบริการอยู่เสมอ โดยที่เขาจะเลือกสินค้าหรือบริการตามข้อมูลและข้อจำกัดของสถานการณ์ การตัดสินใจจึงเป็นกระบวนการที่สำคัญและอยู่ภายในจิตใจของผู้บริโภคการตัดสินใจซื้อทางการตลาด มีความเกี่ยวข้องกับสิ่งกระตุ้นทางการตลาด ทั้งที่เป็นสิ่งกระตุ้นอันเกิดจากผู้ขายและสิ่งกระตุ้นที่เกิดจากพฤติกรรมของผู้บริโภคเอง โดยการตัดสินใจซื้อสามารถพิจารณาได้เป็นขั้นตอนต่าง ๆ ซึ่งกระบวนการตัดสินใจซื้อทางการตลาด ประกอบไปด้วย 5 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้ (Kotler Philip, and Keller Kelvin Lane, 2016)

ขั้นแรก คือ ขั้นตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการ (Problem or Need Recognition) โดยที่ปัญหาก็คือความแตกต่างระหว่างสภาพอุดมคติและสภาพความเป็นจริงจากการรับรู้ของบุคคล จึงก่อให้เกิดความต้องการที่จะเติมเต็มส่วนต่างระหว่างสภาพอุดมคติกับสภาพที่เป็นจริง โดยผู้บริโภคจะตัดสินใจแก้ไขปัญหาก็ต่อเมื่อปัญหามีความสำคัญ ทั้งนี้ผู้บริโภคอาจมีการแสวงหาข้อมูลเสียก่อน

ขั้นที่สอง คือ การเสาะแสวงหาข้อมูล (Search for Information) การที่ผู้บริโภคแสวงหาหนทางแก้ไขโดยหาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อช่วยในการตัดสินใจซื้อจากแหล่งข้อมูลจากแหล่งบุคคล (Personal Search) เป็นแหล่งข่าวสารที่เป็นบุคคล เช่น ครอบครัว เพื่อ ผู้เชี่ยวชาญ แหล่งธุรกิจ (Commercial Search) เป็นแหล่งข่าวสารที่ได้ ณ จุดขายสินค้า สาขาหรือตัวแทนจำหน่าย แหล่งข่าว ทั่วไป (Public Search) เป็นแหล่งข่าวสารที่ได้จากสื่อมวลชนต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต และ จากประสบการณ์ของผู้บริโภคเอง (Experimental Search) อันเป็นการที่ผู้บริโภคได้ลองสัมผัส ตรวจสอบ ทดลองใช้ โดยผู้บริโภคบางคนก็ใช้ความพยายามในการเสาะแสวงหาข้อมูลอย่างมาก

ขั้นตอนที่สาม คือ การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternative) โดยผู้บริโภคจะประเมินทางเลือกและตัดสินใจทางเลือกที่ดีที่สุด วิธีการที่ผู้บริโภคใช้ในการประเมินทางเลือกจะประเมิน โดยการเปรียบเทียบข้อมูลคุณสมบัติของแต่ละสินค้าและในการที่จะเลือกเพียงตรายี่ห้อเดียว อาจขึ้นอยู่กับความเชื่อค่านิยม ความศรัทธาในตราสินค้า หรืออาจขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของผู้บริโภคที่ผ่านมาในอดีต

ขั้นตอนที่สี่ คือ การตัดสินใจซื้อ (Decision Making) โดยปกติแล้วผู้บริโภคจะค้นหาข้อมูลและใช้ระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดแตกต่างกัน คือ ผลิตภัณฑ์บางอย่างต้องการข้อมูลมากต้องใช้ระยะเวลาในการเปรียบเทียบนาน แต่สำหรับบางผลิตภัณฑ์ผู้บริโภคอาจไม่ใช้ระยะเวลานาน ก็ได้

ขั้นตอนสุดท้าย คือ พฤติกรรมหลังการซื้อ (Post purchase Behaviour) โดยที่ผู้บริโภคจะได้รับประสบการณ์ในการบริโภคที่เป็นความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ ถ้าพอใจจะทำให้เกิดการซื้อซ้ำได้หรืออาจจะแนะนำให้เกิดลูกค้าใหม่ แต่ถ้าไม่พอใจผู้บริโภคก็อาจจะเลิกซื้อสินค้านั้น ๆ ในครั้งต่อไปและอาจส่งผลเสียต่อเนื่องจากการบอกต่อทำให้ลูกค้าซื้อสินค้าน้อยลงด้วย

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ฉัตรทิพย์ สง่า และ ฆัมภิชา ตันติสันติสม (2560) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาระบบสารสนเทศออนไลน์การเช่าชุดและเครื่องประดับ ผลการศึกษาพบว่า ระบบสามารถทำงานได้อย่าง ถูกต้องและสอดคล้องตามความต้องการของลูกค้าและเจ้าของร้าน อีกทั้งการประเมินประสิทธิภาพของระบบ 4 ด้าน คือ 1) ด้านการทำงานตามความต้องการของผู้ใช้งาน 2) ด้านการทำงานได้ตามหน้าที่ 3) ด้านการรักษา ความปลอดภัยของข้อมูลนั้น ระบบสามารถตอบสนองความต้องการในแต่ละด้านได้อย่างครบถ้วน และ 4) ด้านความง่ายต่อการใช้งาน

สิทธิศักดิ์ ภู่เสือ และ วินิจชัย หลิมสกุล (2560) ได้พัฒนาระบบร้านขายเสื้อผ้าออนไลน์ กรณีศึกษาร้าน F&O SHOPMAKE พบว่าร้านขายเสื้อผ้าออนไลน์มีประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ลดความผิดพลาด และความซับซ้อนต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานโดยใช้โปรแกรม Adobe Dreamweaver CS6 และSublime Text ในการพัฒนาโปรแกรมใช้ SQL Server 2.5.10 ในการเก็บข้อมูลต่าง ๆ ของระบบขายเสื้อออนไลน์สามารถจัดการทำงาน เช่น การสั่งซื้อสินค้า, การตัดสต็อกสินค้า, การเพิ่ม ลบ แก้ไขสินค้า รวมไปถึงการออกรายงานการขาย นอกจากนี้ระบบยังสามารถค้นหาข้อมูลของสินค้ารวมถึงรายละเอียดของสินค้าได้อย่างสะดวกรวดเร็ว

วิธีดำเนินการวิจัย

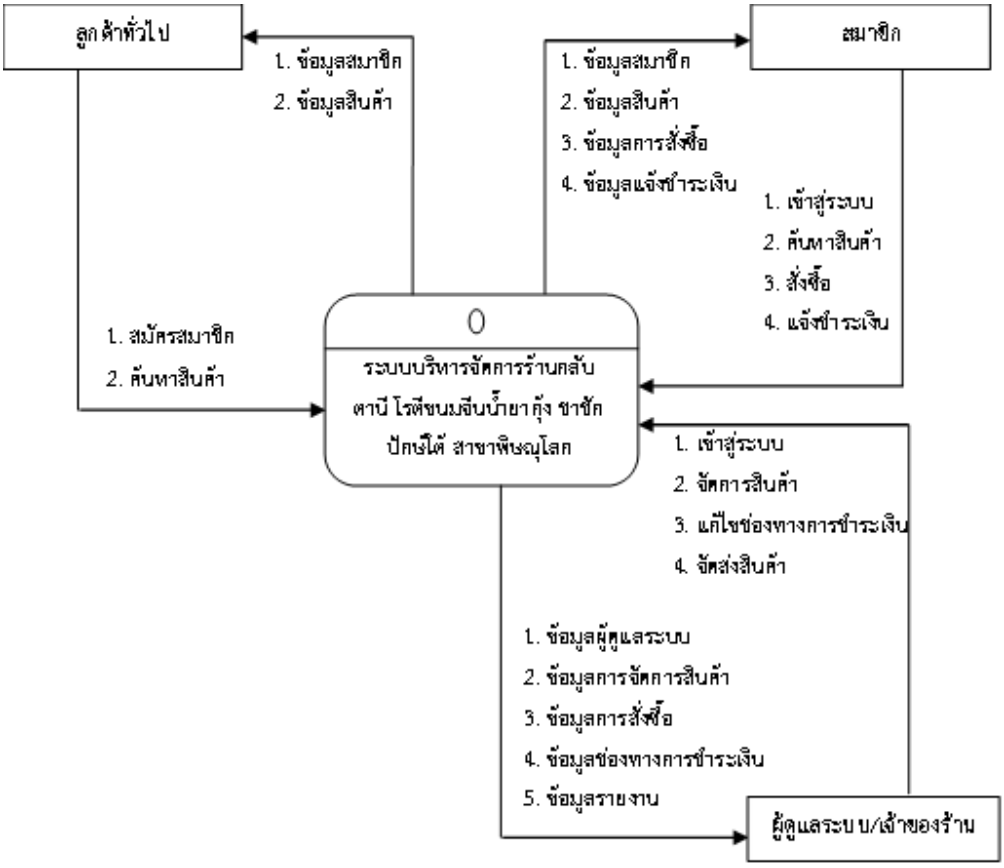
การพัฒนาระบบซื้อขายสินค้าออนไลน์ กรณีศึกษา: ร้านกลับตานีสาขาพิษณุโลก มีขั้นตอนการดำเนินการวิจัยดังนี้

1. ศึกษาเอกสาร โปรแกรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบและเทคโนโลยีที่เหมาะสม และศึกษาการทำงานของระบบขายสินค้าออนไลน์ ในการพัฒนาระบบการขายออนไลน์ กรณีศึกษาร้านกลับตานี โรตีขนมจีนน้ำยากุ้ง ชาชักปักษ์ใต้ สาขาพิษณุโลก ซึ่งใช้ทฤษฎี หลักการ และโปรแกรมต่างๆ ดังนี้

1) โปรแกรม Visual Studio Code
2) โปรแกรม Wampserver
3) ภาษา PHP
4) ภาษา SQL
5) ภาษา CSS
6) ภาษา HTML
7) ภาษา Javascript

2. สอบถามกลุ่มเป้าหมายเพื่อศึกษาองค์ประกอบและเทคโนโลยีที่เหมาะสมของ การพัฒนาระบบการขายออนไลน์ กรณีศึกษาร้านกลับตานี โรตีขนมจีนน้ำยากุ้ง ชาชักปักษ์ใต้ สาขาพิษณุโลก

3. ศึกษาและออกแบบการวิเคราะห์ข้อมูลด้านการไหลของระบบ Context Diagram ของระบบบริหารจัดการร้านค้า

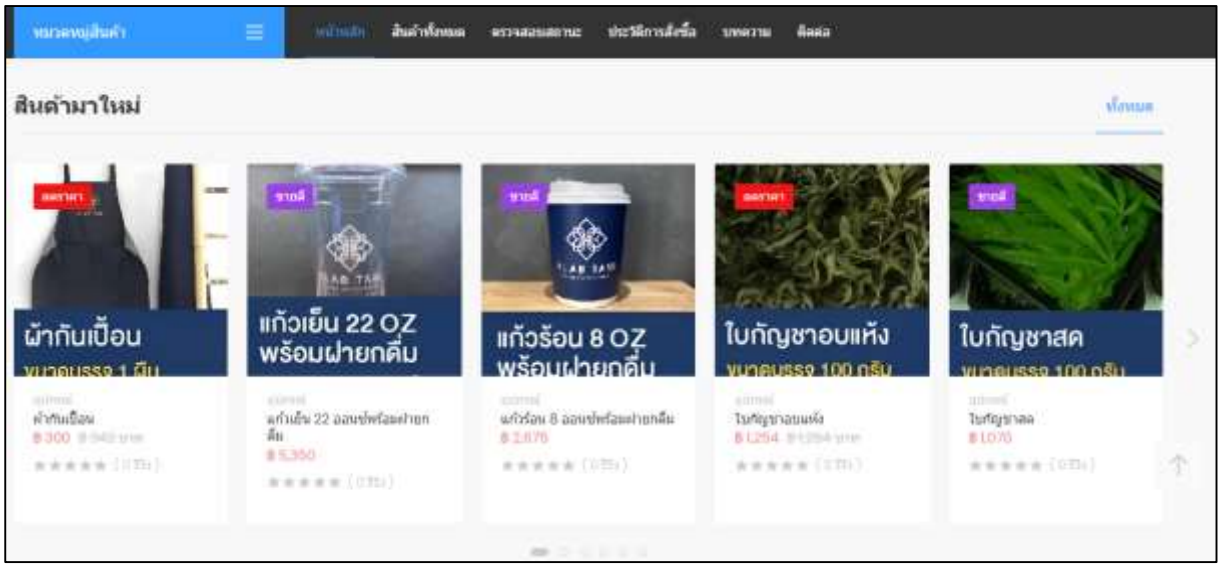


ภาพที่ 1 การไหลของระบบ Context Diagram

4. ศึกษาองค์ประกอบและเทคโนโลยีที่เหมาะสมของการพัฒนาระบบการขายออนไลน์ กรณีศึกษาร้านกลับตานี โรตีขนมจีนน้ำยากุ้ง ชาชักปักษ์ใต้ สาขาพิษณุโลก ออกแบบเว็บไซต์ ออกแบบระบบงาน เขียนโปรแกรม มีรายละเอียด ดังนี้

ภาพที่ 2 แถบเมนูหน้าหลักของเว็บไซต์

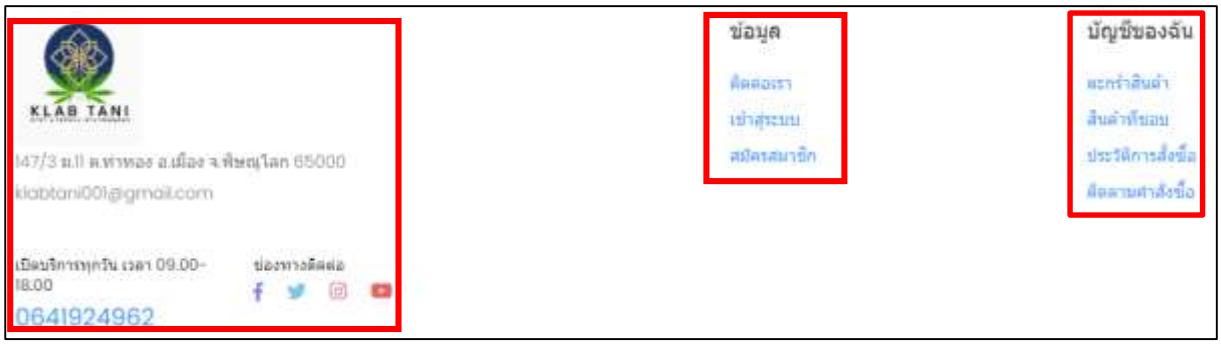
หน้าหลักของเว็บไซต์ออกแบบให้มีภาพชื่อร้านที่โดดเด่น มีเมนูให้เลือก ได้แก่ หมวดหมู่สินค้า วัตถุดิบ น้ำชงสำเร็จรูป บรรจุภัณฑ์ และโรตี เมื่อเลื่อนลงด้านล่างจะพบกับสินค้ามาใหม่ ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 สินค้ามาใหม่บนหน้าหลักของเว็บไซต์

5. ศึกษาข้อมูลการติดต่อร้านค้า การเข้าสู่ระบบ สมัครสมาชิก และข้อมูลบัญชีของผู้ใช้งาน

ข้อมูลการติดต่อร้านค้าประกอบด้วย ที่อยู่ เบอร์โทร E-mail และแอพพลิเคชันอื่น ๆ มีช่องทางการเข้าสู่ระบบ สมัครสมาชิก และดูข้อมูลบัญชีของตนเอง ซึ่งประกอบไปด้วย ตะกร้าสินค้า สินค้าที่ชอบ ประวัติการซื้อ และติดตามคำสั่งซื้อ ดังภาพที่ 4



ภาพที่ 4 ข้อมูลการติดต่อร้านค้า การเข้าสู่ระบบ สมัครสมาชิก และข้อมูลบัญชีของผู้ใช้งาน

เมื่อกดสั่งสินค้า และเข้ามาที่ตะกร้าสินค้า จะมีข้อมูลสินค้าที่สั่ง จำนวนเงินที่ต้องชำระ และมีส่วนที่ให้ลูกค้ากดชำระเงิน ดังภาพที่ 5

ภาพที่ 5 ตะกร้าสินค้า

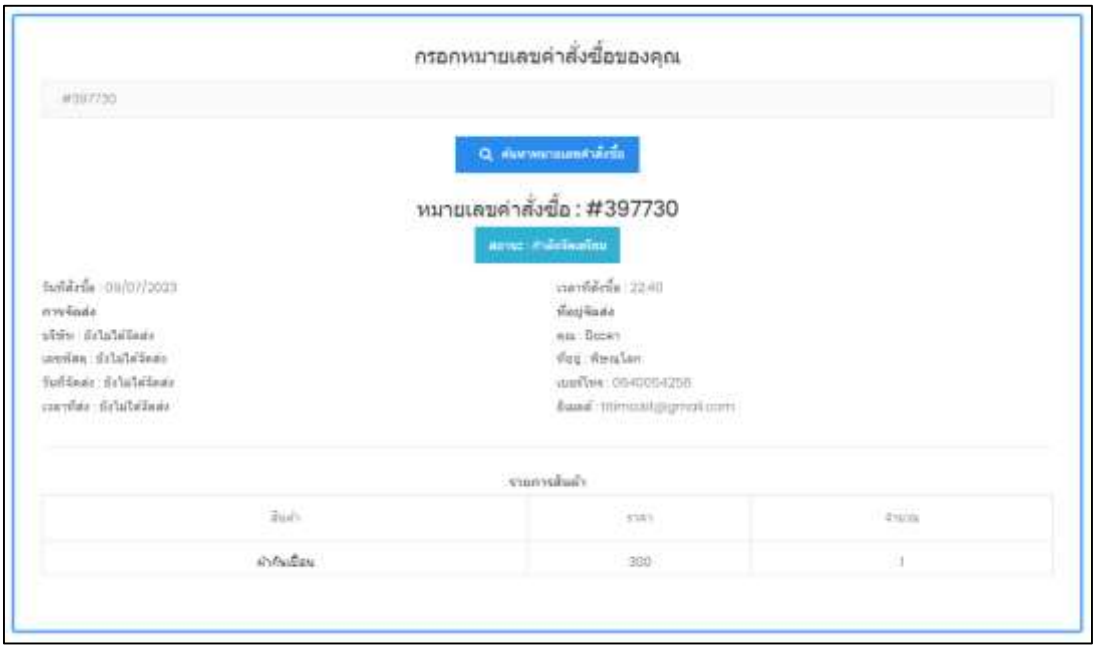
การชำระเงิน เป็นส่วนที่ให้ลูกค้ายืนยันการชำระเงิน โดยกรอกชื่อ-สกุล หมายเลขโทรศัพท์ E-mail ที่อยู่ พร้อมแนบสลิปการโอนเงิน เพื่อแจ้งชำระเงิน ดังภาพที่ 6

ภาพที่ 6 การชำระเงิน

เมื่อทำการชำระเงินสำเร็จแล้ว ระบบจะแจ้งหมายเลขคำสั่งซื้อ ดังภาพที่ 7

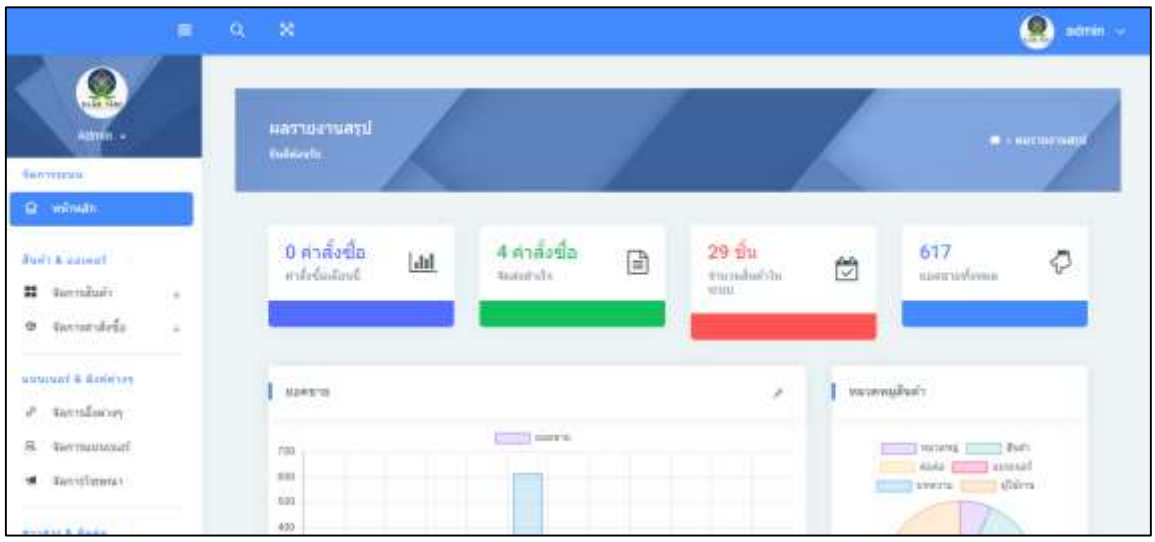
ภาพที่ 7 แจ้งหมายเลขคำสั่งซื้อ

การตรวจสอบสถานะคำสั่งซื้อ จะมีช่องให้กรอกหมายเลขคำสั่งซื้อ เพื่อให้สามารถตรวจสอบข้อมูลต่าง ๆ ได้ ดังภาพที่ 8



ภาพที่ 8 การตรวจสอบสถานะคำสั่งซื้อ

สำหรับผู้ดูแลระบบ จะมีข้อมูลผู้ดูแลระบบ ข้อมูลการจัดการสินค้า ข้อมูลการสั่งซื้อ ข้อมูลช่องทางการชำระเงิน และข้อมูลรายงาน ซึ่งจะแสดงเป็นข้อมูลตัวเลข และแผนภูมิ ดังภาพที่ 9



ภาพที่ 9 ข้อมูลสำหรับผู้ดูแลระบบ

6. ประเมินผลการนำไปใช้ และเทคโนโลยีที่เหมาะสม โดยการทดสอบระบบ และประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งาน

สร้างแบบประเมินพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบบริหารจัดการร้านค้าออนไลน์ ร้านกลับตานี โรตีขนมจีนน้ำยากุ้ง ชาชักปักษ์ใต้ สาขาพิษณุโลก ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจ เป็นมาตราส่วน ประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ดังนี้

5 หมายถึง มีคุณภาพระดับดีมาก

4 หมายถึง มีคุณภาพระดับดี

3 หมายถึง มีคุณภาพระดับปานกลาง

2 หมายถึง มีคุณภาพระดับพอใช้

1 หมายถึง มีคุณภาพระดับปรับปรุง

วิเคราะห์ข้อมูลหาระดับความพึงพอใจ วิเคราะห์โดยหาค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) โดยใช้เกณฑ์การแปลความหมาย เพื่อจัดระดับคะแนนเฉลี่ย ในช่วงคะแนนดังต่อไปนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.50 –5.00 หมายถึง มีความพึงพอใจระดับมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.50 –4.49 หมายถึง มีความพึงพอใจระดับมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.51 –3.49 หมายถึง มีความพึงพอใจระดับปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.50 –2.49 หมายถึง มีความพึงพอใจระดับน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00 –1.49 หมายถึง มีความพึงพอใจระดับน้อยที่สุด

7. วิเคราะห์และสรุปผลการศึกษาองค์ประกอบและเทคโนโลยีที่เหมาะสมของ ระบบการขายออนไลน์ กรณีศึกษาร้านกลับตานี โรตีขนมจีนน้ำยากุ้ง ชาชักปักษ์ใต้ สาขาพิษณุโลก

ผลการวิจัย

1. ผลการพัฒนาระบบบริหารจัดการร้านค้าออนไลน์กรณีศึกษาร้านกลับตานี โรตีขนมจีนน้ำยากุ้งชาชักปักษ์ใต้ สาขาพิษณุโลก โดยมีการทดลองการใช้งานเว็บไซต์ผ่านการทดลองแบบ Black Box Testing ได้ผลแสดงดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการทดลองใช้งานเว็บไซต์ผ่านการทดลองแบบ Black Box Testing

Test Case	Test Step	Result
ผู้ดูและระบบเข้าใช้งานโดยใช้ Username และ Password ที่ถูกต้อง	1. เข้าหน้าต่างแอดมิน 2. กรอก Username: admin, Password: admin 3. กดปุ่ม Login	เข้าระบบได้
ผู้ดูและระบบเข้าใช้งานโดยใช้ Username และ Password ที่ไม่ถูกต้อง	1. เข้าหน้าต่างแอดมิน 2. กรอก Username: mame, Password: 1234 3. กดปุ่ม Login	เข้าระบบไม่ได้
ผู้ใช้ทำการสั่งซื้อสินค้าที่ถูกต้อง	1. เลือกและเพิ่มสินค้าลงตะกร้า 2. ยืนยันคำสั่งซื้อ 3. กรอกข้อมูล และแนบสลิปถูกต้อง 4. นำหมายเลขคำสั่งซื้อไปค้นหาสถานะคำสั่งซื้อ	สถานการณ์ค้นหาขึ้นคำว่า “กำลังจัดเตรียมสินค้าให้ท่าน”
ผู้ใช้ทำการสั่งซื้อสินค้าที่ไม่ถูกต้อง	1. เลือกและเพิ่มสินค้าลงตะกร้า 2. ยืนยันคำสั่งซื้อ 3. กรอกข้อมูล และแนบสลิปไม่ถูกต้อง	ขึ้นหน้าต่าง ข้อมูลไม่ถูกต้อง กรุณาตรวจสอบข้อมูลอีกครั้ง หรือติดต่อผู้ดูแลระบบ
ผู้ดูแลระบบค้นหาเลขคำสั่งซื้อของ ลูกค้าโดยถูกต้อง	1. กดหน้าจัดการออเดอร์ 2. พิมพ์เลขออเดอร์ของลูกค้าที่ถูกต้อง : SP050368192L 3. กดปุ่มค้นหา	หน้าจอแสดงข้อมูลการสั่งซื้อ ได้แก่ สินค้าที่สั่ง จำนวนที่สั่ง ราคา และวันเวลาที่สั่ง ที่อยู่การจัดส่ง

Test Case	Test Step	Result
ค้นหาเลขคำสั่งซื้อของลูกค้าโดยถูกต้อง	1. กดหน้าจัดการคำสั่งซื้อ 2. พิมพ์เลขคำสั่งซื้อของลูกค้าที่ไม่ ถูกต้อง : 1234 3. กดปุ่มค้นหา	หน้าจอแสดงคำว่า “ข้อมูลไม่ถูกต้อง โปรดตรวจสอบหมายเลขและกรอกใหม่อีกครั้ง”

.

2. ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบบริหารจัดการร้านค้าออนไลน์ ร้านกลับตานี โรตีขนมจีนน้ำยากุ้ง ชาชักปักษ์ใต้ สาขาพิษณุโลก เมื่อพัฒนาระบบเสร็จสมบูรณ์ นำระบบไปให้ผู้ใช้ทดลองใช้และทำการประเมินผล ผลที่ได้จากการประเมินความพึงพอใจของระบบ จำนวน 30 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น เพศหญิงจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 63.33 และเพศชายจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 36.67 มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษาจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 รองลงมาเป็นพนักงานบริษัทเอกชน และลูกจ้างทั่วไป จำนวนเท่ากัน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 อาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 16.67 และข้าราชการ/พนักงานราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 23.33 และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีช่วงอายุระหว่าง 21-30 ปี จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 36.67 รองลงมามีอายุต่ำกว่า 20 ปีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 อายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 อายุระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 และอายุมากกว่า 50 ปี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 3.33 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบบริหารจัดการร้านค้าออนไลน์ ร้านกลับตานี โรตีขนมจีนน้ำยากุ้ง ชาชักปักษ์ใต้ สาขาพิษณุโลก

รายการประเมิน	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ระดับความพึงพอใจ
1. เว็บไซต์มีความสวยงาม น่าสนใจ	4.60	0.50	มากที่สุด
2. ใช้งานง่าย ค้นหาสินค้าได้สะดวก	4.63	0.49	มากที่สุด
3. มีภาพและรายละเอียดสินค้าครบถ้วน ชัดเจน	4.57	0.50	มากที่สุด
4. ขนาดตัวอักษรมีความเหมาะสมและรูปแบบตัวอักษรอ่านได้ง่าย	4.70	0.47	มากที่สุด
5. การชำระเงินสะดวก ปลอดภัย	4.43	0.50	มาก
เฉลี่ย	**4.59**	**0.37**	**มากที่สุด**

จากตารางที่ 2 พบว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบบริหารจัดการร้านค้าออนไลน์ ร้านกลับตานี โรตีขนมจีนน้ำยากุ้ง ชาชักปักษ์ใต้ สาขาพิษณุโลก ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$=4.59, S.D.=0.37) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ขนาดตัวอักษรมีความเหมาะสม และรูปแบบตัวอักษรอ่านได้ง่าย อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$=4.70, S.D.=0.47) รองลงมาคือ ใช้งานง่าย ค้นหาสินค้าได้สะดวก อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$=4.63, S.D.=0.49) และเว็บไซต์มีความสวยงาม น่าสนใจ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$=4.60, S.D.=0.50) ตามลำดับ ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ การชำระเงินสะดวก ปลอดภัย อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$=4.43, S.D.=0.50)

สรุปผลการวิจัย

ผลการพัฒนาระบบบริหารจัดการร้านค้าออนไลน์กรณีศึกษาร้านกลับตานี โรตีขนมจีนน้ำยากุ้ง ชาชักปักษ์ใต้ สาขาพิษณุโลก โดยมีการทดลองการใช้งานเว็บไซต์ พบว่าสามารถพัฒนาระบบได้สำเร็จ ใช้งานได้ดี ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบบริหารจัดการร้านค้าออนไลน์ ร้านกลับตานี โรตีขนมจีนน้ำยากุ้ง ชาชักปักษ์ใต้ สาขาพิษณุโลก พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยขนาดตัวอักษรมีความเหมาะสมและรูปแบบตัวอักษรอ่านได้ง่าย อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ใช้งานง่าย ค้นหาสินค้าได้สะดวก อยู่ในระดับมากที่สุด และเว็บไซต์มีความสวยงาม น่าสนใจ อยู่ในระดับมากที่สุด ตามลำดับ ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ การชำระเงินสะดวก ปลอดภัย อยู่ในระดับมาก

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการพัฒนาระบบบริหารจัดการร้านค้าออนไลน์กรณีศึกษาร้านกลับตานี โรตีขนมจีนน้ำยากุ้ง ชาชักปักษ์ใต้ สาขาพิษณุโลก โดยมีการทดลองการใช้งานเว็บไซต์ พบว่าสามารถพัฒนาระบบได้สำเร็จ ใช้งานได้ดี เนื่องจากผู้วิจัยได้มีการศึกษาแนวคิดทฤษฎี กระบวนการออกแบบเว็บไซต์ มีการวางแผนการทำงาน วิเคราะห์โครงสร้าง ออกแบบและสร้างเว็บไซต์ ทดสอบและปรับปรุงเว็บไซต์ เพื่อให้ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ สอดคล้องกับสิทธิศักดิ์ ภู่เสือ และวินิจชัย หลิมสกุล (2560) ที่พัฒนาระบบขายเสื้อผ้าออนไลน์กรณีศึกษาร้าน F&O SHOPMAKE พบว่าการพัฒนาระบบร้านขายเสื้อผ้าออนไลน์มีประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ลดความผิดพลาด และความซับซ้อนต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงาน และยังสอดคล้องกับฉัตรทิพย์ สง่า และ ฆัมภิชา ตันติสันติสม (2560) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาระบบสารสนเทศออนไลน์ การเช่าชุดและเครื่องประดับ พบว่า ระบบสามารถทำงานได้อย่างถูกต้องและสอดคล้องตามความต้องการของลูกค้าและเจ้าของร้าน อีกทั้งการประเมินประสิทธิภาพของระบบ ด้านการทำงานตามความต้องการของผู้ใช้งาน ด้านการทำงานได้ตามหน้าที่ ด้านการรักษา ความปลอดภัยของข้อมูลนั้นระบบสามารถตอบสนองความต้องการได้อย่างครบถ้วน

ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบบริหารจัดการร้านค้าออนไลน์ ร้านกลับตานี โรตีขนมจีนน้ำยากุ้ง ชาชักปักษ์ใต้ สาขาพิษณุโลก พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยขนาดตัวอักษรมีความเหมาะสม และรูปแบบตัวอักษรอ่านได้ง่าย อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ใช้งานง่าย ค้นหาสินค้าได้สะดวก อยู่ในระดับมากที่สุด และเว็บไซต์มีความสวยงาม น่าสนใจ อยู่ในระดับมากที่สุด ตามลำดับ ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ การชำระเงินสะดวก ปลอดภัย อยู่ในระดับมาก เนื่องจากผู้วิจัยได้มีการออกแบบเว็บไซต์โดยคำนึงถึงผู้ใช้งานเป็นหลัก สอดคล้องกับงานวิจัยของสุพัตรา มาตรา และทิพวิมล ชมภูคำ (2559) ที่พัฒนาระบบบริหาร

จัดการร้านขายเฟอร์นิเจอร์ออนไลน์ พบว่า ผู้ใช้งานมีความพึงพอใจต่อระบบบริหารจัดการร้านขายเฟอร์นิเจอร์ออนไลน์โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และสอดคล้องกับงานวิจัยของงานวิจัยของ มณฑล นิรัติศัยดีสกุล และ คณะ (2560) ที่ศึกษาการพัฒนาระบบร้านขายนาฬิกาออนไลน์ พบว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้งานที่มีต่อระบบซื้อ-ขายสินค้ามือสองออนไลน์โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งงานวิจัยดังกล่าว มีกระบวนการพัฒนาเว็บไซต์โดยมีการวางแผน วิเคราะห์โครงสร้าง และพัฒนาเว็บไซต์ที่เน้นผู้ใช้บริการเป็นสำคัญ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. ควรมีการรีวิวสินค้าแต่ละสินค้าเพื่อที่จะให้ผู้ใช้สามารถเพิ่มการตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้าได้
2. ควรมีการพัฒนาในส่วนของหน้าเว็บไซต์ให้มีความสวยงามมากยิ่งขึ้น
3. ควรเพิ่มข้อมูลรายละเอียด เช่น ข้อมูลแคลอรี่โดยประมาณ ข้อมูลส่วนผสม เป็นต้น
4. ควรมีการพัฒนาช่องทางในการชำระเงิน และระบบการรักษาความปลอดภัยในการชำระเงินของผู้ใช้บริการ ให้มีความเข้าใจง่าย และปลอดภัย

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาพัฒนาระบบบริการหลังการขาย การเก็บข้อมูลการสั่งซื้อเพื่อมอบโปรโมชั่นให้แก่ลูกค้า
2. ควรมีการศึกษาเพื่อพัฒนารูปแบบเว็บไซต์ให้มีความน่าเชื่อถือ การเพิ่มสินค้าที่หลากหลาย การยืนยันคำสั่งซื้อผ่านโทรศัพท์มือถือ หรือ E-mail
3. ควรมีการพัฒนาระบบการแสดงผลบนโทรศัพท์มือถือ เนื่องจากปัจจุบันผู้บริโภคนิยมใช้โทรศัพท์ในการซื้อสินค้าออนไลน์

เอกสารอ้างอิง

ฉัตรทิพย์ สง่า และฆัมภิชา ตันติสันติสม. (2560). **การพัฒนาระบบสารสนเทศออนไลน์การเช่าชุดและเครื่องประดับ** (รายงานการวิจัย). พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยนเรศวร.

พุทธิพงศ์ เอี่ยมสอาด. (2561). **องค์ประกอบและการสื่อสารการตลาดของเว็บไซต์ Shopee ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค** (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีปทุม.

ภาวุธ พงษ์วิทยภานุ. (2566). **ทิศทางตลาด E-commerce สุดยอดช่องทางรวย ทุนน้อย ทำง่าย สร้างรายได้ 24 ชั่วโมง**. กรุงเทพฯ: ตลาด ดอท คอม.

_____. (2566). **ทิศทางตลาด E-commerce** .สืบค้น 20 พฤษภาคม 2566 จาก https://www.facebook.com/PawootPom/?locale=th_TH

มณฑล นิรัติศัยดีสกุล, ดาวรถา วีระพันธ์ และ วิวัฒน์ ชินนาทศิริกุล. (2564). การพัฒนาระบบร้านขายนาฬิกาออนไลน์. **วารสารวิจัยและนวัตกรรมทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี, 2(1),** 63-73.

สิทธิศักดิ์ ภู่เสือ นายวินิจชัย หลิมสกุล. (2560). **ระบบขายเสื้อผ้าออนไลน์ กรณีศึกษาร้าน F&O SHOPMAKE**. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์.

สุพัตรา มาตรา และ ทิพวิมล ชมภูคำ. (2559). ระบบบริหารจัดการร้านขายเฟอร์นิเจอร์ออนไลน์. **การประชุมวิชาการระดับชาติการจัดการเทคโนโลยีและนวัตกรรม ครั้งที่ 2.** หน้า 1-7. มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2563). **ศัพท์ชวนรู้ e – Commerce**. สืบค้นเมื่อ 30 มิถุนายน 2566 จาก https://www.etda.or.th/th/Useful-Resource/terminology/หมวดหมู่-E/252.aspx

Kotler Philip, and Keller Kelvin Lane. (2016). **Marketing Management** *(15th* ed.). Edinburgh: Pearson Education.