

หัวข้อเรื่อง	ระบบบริหารจัดการการขายสินค้าร้านฟลุ๊ค & เฟรช
ชื่อผู้จัดทำโครงการ	นายกิตติกร พวงไธสง นายธนาวุฒิ สุขโน
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์ศธาวุฒิ จันบัวลา
คณะ	วิทยาการจัดการ
สถาบัน	มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
ปีการศึกษา	2562

บทคัดย่อ

โครงการ ระบบบริหารจัดการการขายสินค้ากรณีศึกษาร้านฟลุ๊ค & เฟรช มีวัตถุประสงค์ เพื่อพัฒนาระบบบริหารจัดการการขายสินค้ากรณีศึกษาร้านฟลุ๊ค & เฟรช สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ โครงการนี้ได้จัดทำระบบบริหารจัดการการขายสินค้าและได้มีการสำรวจความพึงพอใจ นักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่างได้เข้ามาศึกษาระบบบริหารจัดการการขายสินค้าได้แก่นักศึกษาสาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ จำนวน 40 คน โปรแกรมที่ใช้ในการเก็บข้อมูลเป็นโปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ การวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ การหาค่าเฉลี่ย ร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการทดลองที่ได้สามารถสรุปได้ว่าแบบสอบถามความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อระบบบริหารจัดการการขายสินค้า โดยรวมอยู่ในระดับดีมาก คิดเป็นร้อยละ 4.58 %

คำสำคัญ : ระบบบริหารจัดการการขายสินค้ากรณีศึกษาร้านฟลุ๊ค & เฟรช

Project Title	Product sales management system flook & fresh shop
Project Owner Name	Mr.Kittikorn Puangthaisong Mr.Tanavut Sukno
Advisors	Mr.Khathawut Chanbuala
Faculty	of Management Science
Institution	Buriram Rajabhat University

Abstract

Project for sales management system for flook & fresh shop purpose To develop a sales management system for flook & fresh shop products Business Computer Program Buriram Rajabhat University. This project has established a sales management system and has a satisfaction survey. Students who are sample groups have come to study the sales management system, namely students in the business computer program of the Faculty of Management Science. Buriram Rajabhat University, amount 40 people. The program used to collect data is a computer program. Data analysis includes Finding the average, percentage, standard deviation The results obtained can be concluded that the sample satisfaction questionnaire on product sales management system Overall is in a very good level. Accounting for 4.58 %

Keyword: Product sales management system flook & fresh shop

กิตติกรรมประกาศ

โครงการคอมพิวเตอร์ธุรกิจนี้ สำเร็จลุล่วงได้จากความกรุณาและได้ให้ความช่วยเหลืออย่างดียิ่งจากอาจารย์ครุฑูมิ จันบัวลา ที่กรุณารับเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาเฉพาะกรณีตลอดมา รวมทั้งได้กรุณาเสียสละ เวลาตรวจสอบการศึกษาเฉพาะกรณีตลอดมา รวมทั้งได้กรุณาเสียสละเวลา ตรวจสอบการศึกษาเฉพาะ กรณีและแก้ไขปัญหาการใช้โปรแกรมและแก้ไขตรวจสอบข้อผิดพลาดให้จนสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ด้วย

ขอขอบพระคุณอาจารย์ สาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการทุกท่านที่ให้การอบรมสั่งสอนและให้คำแนะนำในการพัฒนาระบบ

สุดท้ายนี้คุณประโยชน์ทั้งหมดที่เกิดจากการทำโครงการในครั้งนี้ ขอมอบความดีและคำชื่นชมแก่ทุกท่านที่ให้ความช่วยเหลือในครั้งนี้ทั้งหมดและหากมีข้อผิดพลาดหรือข้อบกพร่องประการใด ผู้จัดทำใคร่ขอน้อมรับด้วยความเคารพ

ผู้จัดทำ

นายกิตติกร พวงไธสง

นายธนาวุฒิ สุขโน

สารบัญ

เรื่อง	หน้า
บทคัดย่อ.....	ก
กิตติกรรมประกาศ.....	ค
สารบัญ.....	ง
สารบัญภาพ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ช
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของโครงการ.....	1
1.2 วัตถุประสงค์.....	1
1.3 ขอบเขตของโครงการ.....	1
1.4 ขั้นตอนและระยะเวลาการดำเนินงาน	3
1.5 เครื่องมือที่ใช้ในการพัฒนา.....	3
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	4
1.7 นิยามศัพท์	4
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	5
2.1 บริบทร้าน ฟู้ด&เฟรช บ้านเสื่อผ้า	5
2.2 ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค.....	6
2.3 ระบบ E – COMMERCE การขายสินค้าออนไลน์	10
2.4 เทคโนโลยีในการพัฒนาระบบ.....	12
2.5 งานวิจัยที่สัมพันธ์กับโครงการ.....	24
บทที่ 3 วิธีการดำเนินโครงการ	25
3.1 ภาพรวมระบบ	25
3.2 การออกแบบการทำงานของระบบ.....	27
3.3 การออกแบบระบบฐานข้อมูลของเว็บไซต์.....	29
3.4 การออกแบบส่วนติดต่อผู้ใช้งานของเว็บไซต์	41
3.5 การออกแบบสอบถามความพึงพอใจ	43
บทที่ 4 การดำเนินงาน.....	45

4.1 ADMIN.....	45
4.2 ลูกค้าสมาชิก.....	48
4.3 ลูกค้าที่ไม่ได้เป็นสมาชิก.....	54
4.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	58
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ.....	62
5.1 สรุป อภิปรายผล.....	62
5.2 ข้อเสนอแนะ.....	63
บรรณานุกรม.....	63

สารบัญภาพ

เรื่อง	หน้า
ภาพที่ 2.1 ฟลุ้ค&เฟรช บ้านเสื้อผ้า.....	5
ภาพที่ 3.1 ภาพรวมระบบซื้อขายออนไลน์ผลิตภัณฑ์ฟลุ้ค&เฟรช บ้านเสื้อผ้า.....	25
ภาพที่ 3.2 ภาพรวมระบบซื้อขายออนไลน์.....	26
ภาพที่ 3.3 โครงสร้างของระบบซื้อขายออนไลน์.....	27
ภาพที่ 3.4 ระบบจัดการสินค้า.....	28
ภาพที่ 3.5 CONTEXT DIAGRAM LEVEL 0 ของระบบจัดการการขายสินค้าฟลุ้ค&เฟรช บ้านเสื้อผ้า.....	29
ภาพที่ 3.6 DATA FLOW DIAGRAM LEVEL 1 ระบบการขายสินค้าออนไลน์.....	30
ภาพที่ 3.7 DATA FLOW LEVEL 2 สมัครสมาชิก.....	31
ภาพที่ 3.8 DATA FLOW LEVEL 2 เข้าสู่ระบบ.....	31
ภาพที่ 3.9 DATA FLOW LEVEL 2 การสั่งซื้อสินค้า.....	32
ภาพที่ 3.10 DATA FLOW LEVEL 2 การชำระเงิน.....	32
ภาพที่ 3.11 DATA FLOW LEVEL 2 การจัดการสินค้า.....	33
ภาพที่ 3.12 DATA FLOW LEVEL 2 การจัดการการออกรายงาน.....	34
ภาพที่ 3.13 FLOWCHART แสดงการสมัครสมาชิก.....	35
ภาพที่ 3.14 FLOWCHART แสดงการเข้าสู่ระบบ.....	36
ภาพที่ 3.15 FLOWCHART แสดงการสั่งซื้อสินค้า.....	37
ภาพที่ 3.16 FLOWCHART แสดงการแจ้งชำระเงิน.....	38
ภาพที่ 3.17 FLOWCHART แสดงการจัดการข้อมูลสินค้า.....	39
ภาพที่ 3.18 FLOWCHART แสดงการจัดการการออกรายงาน.....	40
ภาพที่ 3.19 หน้า LOGIN เข้าสู่ระบบ.....	41
ภาพที่ 3.20 แสดงหน้าจอเข้าสู่ระบบ ผู้ใช้งาน หน้าจอการสมัครสมาชิก.....	41
ภาพที่ 3.21 แสดงหน้าจอการสมัครสมาชิก หน้าจอ เพิ่ม ลบ แก้ไขข้อมูลสินค้า.....	42
ภาพที่ 3.22 แสดงหน้าจอคลังสินค้าและตรวจสอบสินค้า.....	42
ภาพที่ 4.1 หน้าจอเข้าสู่ระบบผู้ใช้งาน.....	45
ภาพที่ 4.2 หน้าแรกของเว็บไซต์.....	46
ภาพที่ 4.3 หน้าหลังร้านสินค้า.....	46

สารบัญภาพ(ต่อ)

เรื่อง	หน้า
ภาพที่ 4.4 หน้าตรวจสอบการชำระเงินลูกค้า	47
ภาพที่ 4.5 ตัวอย่างหน้าร้านค้า.....	47
ภาพที่ 4.6 ตัวอย่างหน้าสมัครสมาชิก	48
ภาพที่ 4.7 ตัวอย่างหน้าเข้าสู่ระบบ.....	48
ภาพที่ 4.8 หน้าผู้ใช้งาน.....	49
ภาพที่ 4.9 หน้าร้านค้า.....	49
ภาพที่ 4.10 ตะกร้าสินค้า	50
ภาพที่ 4.11 หน้าแสดงมูลค่าสินค้าและเลือกช่องทางการจัดส่ง.....	50
ภาพที่ 4.12 หน้าที่อยู่การจัดส่ง	51
ภาพที่ 4.13 หน้ารายการสั่งซื้อ	51
ภาพที่ 4.14 หน้าแจ้งชำระเงิน.....	52
ภาพที่ 4.15 แจ้งสลิปการโอนเงิน.....	52
ภาพที่ 4.16 เช็คการสั่งซื้อ	53
ภาพที่ 4.17 ติดตามสินค้า.....	53
ภาพที่ 4.18 หน้าแรก.....	54
ภาพที่ 4.19 หน้าสินค้า.....	54
ภาพที่ 4.20 หน้าตะกร้าสินค้า	55
ภาพที่ 4.21 หน้าแสดงมูลค่าสินค้าและเลือกช่องทางการจัดส่ง.....	55
ภาพที่ 4.22 หน้าสั่งซื้อและชำระเงิน.....	56
ภาพที่ 4.23 หน้ารายการสั่งซื้อ.....	56
ภาพที่ 4.24 หน้ารายการสั่งซื้อ.....	57
ภาพที่ 4.25 หน้าแจ้งชำระเงิน.....	57

สารบัญตาราง

เรื่อง	หน้า
ตารางที่ 4.1 จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ.....	58
ตารางที่ 4.2 ด้านการออกแบบระบบ.....	58
ตารางที่ 4.3 ด้านประโยชน์ของระบบ.....	59
ตารางที่ 4.4 ด้านคุณภาพของเนื้อหา.....	60
ตารางที่ 4.5 ด้านประโยชน์การนำไปใช้.....	61

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของโครงการ

E-Commerce นั้นมาจากคำว่า “Electronic Commerce” หรือการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์นั่นเอง E-Commerce จะเป็นการโฆษณา การซื้อขายสินค้าและบริการต่าง ๆ ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ไม่ว่าจะเป็นโทรศัพท์ โทรทัศน์ โดยเฉพาะอินเทอร์เน็ต เราจะเห็นได้ว่าในปัจจุบันนี้เราสามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้ง่ายขึ้น ทำให้การทำการตลาดแบบออนไลน์นั้นเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว ซึ่ง E-Commerce นั้นมีประโยชน์กับธุรกิจของเราเป็นอย่างมาก สามารถทำการค้าได้แบบอัตโนมัติ หรือสามารถเปิดขายสินค้าได้ทั่วโลก ไม่ว่าจะอยู่ที่ไหนก็สามารถเข้าถึงสินค้าของเราได้ตลอด 24 ชั่วโมง ทำให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้อย่างตรงจุด และที่สำคัญ E-Commerce จะช่วยเพิ่มยอดขายสินค้าให้กับเราโดยที่เราไม่ต้องลงแรงอะไรมากมาย นอกจากนี้ที่กล่าวมาแล้ว E-Commerce ยังสามารถช่วยอำนวยความสะดวกให้กับนักธุรกิจแบบเรา ๆ ได้อีกหลายด้านเลยทีเดียว

เนื่องจากเสื้อผ้าแฟชั่นในบ้านปัจจุบันมีผู้คนให้ความสนใจเป็นจำนวนมากทำให้ร้านค้าเสื้อผ้าแฟชั่นเปิดขายเป็นจำนวนมาก แต่ร้าน ฟลุค & เฟรช บ้านเสื้อผ้า ยังไม่มีระบบการบริหารจัดการร้านค้าออนไลน์เข้ามาช่วยทำให้การค้าขายสินค้าเป็นไปด้วยความยากลำบาก ทำให้ค้าขาย ขายไม่ได้ตลอดเวลาและยังไม่ใช่ที่รู้จักจากผู้คนภายนอก ผู้คนที่มาซื้อสินค้ามาส่งสินค้าไม่มีการจดบันทึกและดูยอดการขายไม่ได้ดูประวัติการซื้อขายต่าง ๆ ไม่ได้

ดังนั้นผู้พัฒนาจึงมีแนวคิดที่จะพัฒนาระบบบริหารจัดการ ร้านฟลุค & เฟรช บ้านเสื้อผ้า โดยมีการนำเอาเทคโนโลยี E-Commerce เข้ามาประยุกต์รวมกับเทคโนโลยีเว็บไซต์เพื่อให้ตัวระบบสามารถประชาสัมพันธ์และขายได้ตลอด 24 ชั่วโมงเป็นที่สะดวกต่อลูกค้าเพิ่มยอดลูกค้าให้กับร้านฟลุค & เฟรช บ้านเสื้อผ้าในอนาคต

1.2 วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาและพัฒนาระบบบริหารจัดการร้านค้าออนไลน์กรณีศึกษาร้าน
2. เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้เข้าใช้เว็บไซต์ระบบบริหารจัดการร้านค้าออนไลน์กรณีศึกษาร้าน ฟลุค&เฟรช บ้านเสื้อผ้า เพื่อส่งเสริมการขาย

1.3 ขอบเขตของโครงการ

1.3.1 ผู้ใช้งานทั่วไป

- 1) สามารถสมัครสมาชิกได้

- 2) ดูแบบสินค้า
- 3) ค้นหาหือเสื้อผ้าดูไซส์ของเสื้อผ้าได้

1.3.2 ผู้ใช้งานที่เป็นสมาชิก

- 1) เข้าสู่ระบบ
- 2) เข้าดูสินค้า
- 3) สั่งซื้อสินค้าได้
- 4) ยืนยันการสั่งซื้อสินค้าได้
- 5) ชำระเงินผ่านระบบธนาคาร
- 6) ยืนยันหลักฐานการชำระเงิน
- 7) ตรวจสอบการสั่งซื้อ
- 8) ออกจากระบบ

1.3.3 ส่วนของผู้ดูแลระบบ

- 1) สามารถล็อกอินเพื่อเข้าสู่ระบบได้
- 2) สามารถเพิ่ม ลบ แก้ไขข้อมูลสินค้าได้
- 3) สามารถตรวจสอบข้อมูลสมาชิก
- 4) สามารถเพิ่มข้อมูลผู้ติดต่อ
- 5) จัดการข้อมูลสินค้า
- 6) จัดการข้อมูลการสั่งซื้อสินค้า
- 7) ตรวจสอบการชำระเงินได้
- 8) ยืนยันการสั่งซื้อสินค้าของลูกค้า
- 9) จัดการข้อมูลสินค้าคงเหลือในคลัง

1.4 ขั้นตอนและระยะเวลาการดำเนินงาน

กิจกรรม	เดือน พ.ศ. 2562															
	มิถุนายน				กรกฎาคม				สิงหาคม				กันยายน			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.การนำเสนอหัวข้อ	■	■	■	■	■											
2.รวบรวมข้อมูล			■	■	■	■	■									
3.วิเคราะห์ออกแบบระบบ					■	■	■	■	■	■	■	■	■			
4.พัฒนาระบบ								■	■	■	■	■	■	■		
5.ทดสอบระบบและแก้ไขข้อผิดพลาด									■	■	■	■	■	■	■	■
6.นำเสนอผลงาน											■	■	■	■	■	■
7.จัดทำคู่มือ											■	■	■	■	■	■

1.5 เครื่องมือที่ใช้ในการพัฒนา

1.5.1 ฮาร์ดแวร์

- Notebook Intel Core i5-6200U 2.30GHz
- NVIDIA GEFORCE 940MX
- Ram 8.00 GB

1.5.2 ซอฟต์แวร์

- Wordpress
- Adobe Photoshop CS6
- Appserv

1.5.3 ภาษาที่ใช้พัฒนา

- PHP
- CSS
- HTML
- Sql
- Java Script

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1.ได้ระบบบริหารจัดการการขายสินค้าออนไลน์เป็นกรณีศึกษาร้าน ฟลุค&เฟรช บ้านเสื้อผ้า
- 2.ได้ผลประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบจัดการการขายสินค้าของร้าน ฟลุค&เฟรช บ้านเสื้อผ้า

1.7 นิยามศัพท์

ระบบบริหารจัดการร้าน ฟลุค&เฟรช บ้านเสื้อผ้า เป็นระบบบริหารจัดการที่เกี่ยวกับการขายเสื้อผ้าออนไลน์ ประเภท แฟชั่น สามารถใส่ได้ทั้งเด็กเล็กและผู้ใหญ่ มีไซส์เสื้อ S,M,L,XXL มีหลากหลายแบรนด์ จำนวนเสื้อผ้า 200-300 ตัว

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง “ระบบบริหารจัดการขายสินค้าออนไลน์ กรณีศึกษาร้าน ฟลุค&เฟรช บ้านเสื้อผ้า” ผู้วิจัยได้ทำการสำรวจ แนวคิด ทฤษฎี และงานโครงการที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดกรอบแนวคิด ทฤษฎี

- 2.1 บริบทร้าน ฟลุค&เฟรช บ้านเสื้อผ้า
- 2.2 ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค
- 2.3 ระบบ E – Commerce การขายสินค้าออนไลน์
- 2.4 เทคโนโลยีในการพัฒนาระบบ
- 2.5 งานวิจัยที่สัมพันธ์กับโครงการ

2.1 บริบทร้าน ฟลุค&เฟรช บ้านเสื้อผ้า

ร้าน ฟลุค&เฟรช บ้านเสื้อผ้า ได้เปิดมาเป็นเวลา 5-6 ปีแล้ว ปัจจุบันร้าน ฟลุค&เฟรช บ้านเสื้อผ้า ได้ตั้งขึ้นที่อยู่ 367/41/2 หมู่บ้านจิระนคร ต.ในเมือง อ.เมือง จ.บุรีรัมย์ 31000 เมื่อปี ค.ศ. 2014 ทางร้าน ฟลุค&เฟรช บ้านเสื้อผ้า ได้สร้างเพจเฟซบุ๊กขึ้นมาเพื่อกระซอข้อมูลข่าวสารทางร้าน ฟลุค&เฟรช บ้านเสื้อผ้า ให้ลูกค้าและผู้คนได้รู้จักมากขึ้นเพื่อที่จะการสร้างรายได้ให้มากขึ้น ร้าน ฟลุค&เฟรช บ้านเสื้อผ้า ขายเสื้อผ้าแฟชั่นทั่วไปสามารถใส่ได้หลายแนว เข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่เป็นวัยรุ่นได้



ภาพที่ 2.1 ฟลุค&เฟรช บ้านเสื้อผ้า

1. เสื้อยืดแขนสั้น



2. เสื้อคอโปโล



3. กางเกงขาสั้น



4. เสื้อมัดย้อม



2.2 ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค

2.2.1 พฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์

การดำเนินธุรกิจของบริษัทต่างๆ ในยุคปัจจุบันล้วนอยู่ภายใต้สภาพแวดล้อมการแข่งขันที่มีความเข้มข้นมากขึ้น ดังนั้นการหาลูกค้าและความพยายามในการรักษาฐานลูกค้าเดิมเอาไว้ ย่อมเป็นสิ่งที่มีบริษัททั่วไปได้ยึดถือปฏิบัติ เพื่อนำไปสู่ความสำเร็จทั้งในธุรกิจแบบดั้งเดิมและแบบออนไลน์ และหนึ่งในกุญแจหลักที่จะถูกนำมาใช้เพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าก็คือ ความเข้าใจในพฤติกรรมของผู้บริโภคออนไลน์ นั่นเอง

ผู้บริโภค (Consumer) หมายถึงบุคคลใดๆ ก็ตามที่แสดงออกถึงความต้องการบริโภคสินค้าหรือบริการที่ถูกเสนอขายในตลาดแม้ว่าทุกคนล้วนเป็นผู้บริโภคดังนั้นพฤติกรรมผู้บริโภคจึงเป็นการศึกษาถึงพฤติกรรมและกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคที่มีต่อการซื้อและการใช้สินค้าหรือบริการ ที่ผู้บริโภคเข้าใจว่าจะตอบสนองความต้องการได้ ในทำนองเดียวกันกับพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ที่มุ่งศึกษาจากผู้บริโภคบนโลกออนไลน์เป็นหลัก เนื่องจากกระแสของอินเทอร์เน็ตได้ส่งผลกระทบต่อเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมของผู้บริโภค โดยหันมาใช้บริการออนไลน์กันมากขึ้น นอกจากนี้ผู้บริโภคออนไลน์ยังแบ่งออกเป็น 2 ชนิดด้วยกัน คือ ผู้บริโภคแต่ละราย กับผู้ซื้อระดับองค์กร ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยสำคัญอยู่ 2 ส่วนด้วยกัน

2.2.2 ปัจจัยหลักที่มีอิทธิพลต่อการซื้อจัดเป็นปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจที่จะซื้อของตัวผู้บริโภค ซึ่งประกอบด้วยมิติทั้ง ๕ ดังนี้

1. คุณลักษณะของผู้บริโภค
2. คุณลักษณะด้านสภาพแวดล้อม
3. คุณลักษณะของผู้ประกอบการและคนกลาง
4. คุณลักษณะเกี่ยวกับสินค้าและบริการ
5. ระบบอีคอมเมิร์ซ

สำหรับปัจจัยในสามข้อแรกจัดเป็นตัวแปรที่ไม่สามารถควบคุมได้ โดยพิจารณาจากมุมมองของผู้ขาย ซึ่งถูกนำเสนออยู่ส่วนบนสุดของแผนภาพจากรูปที่ 5.1 ในขณะที่ปัจจัย 2 ข้อสุดท้ายเป็นตัวแปรที่สามารถควบคุมได้โดยผู้ขาย

2.2.3 กระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ

สำหรับกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคนั้นจะเริ่มต้นจากทัศนคติในด้านบวกและจบลงด้วยการตัดสินใจของผู้ซื้อและการซื้อซ้ำ (ความภักดี) ทั้งนี้ทัศนคติที่ดีจะนำไปสู่ความตั้งใจซื้อที่แข็งแกร่ง ซึ่งจะส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อที่เกิดขึ้นจริงในที่สุด ดังนั้นการพัฒนาทัศนคติของผู้บริโภคในเชิงบวกย่อมมีบทบาทสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อขั้นสุดท้าย

คุณลักษณะเฉพาะของแต่ละบุคคล (Personal Characteristics)

ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะเฉพาะของผู้บริโภคแต่ละคน เป็นการอ้างอิงปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ การได้รับการยอมรับในแต่ละบุคคล และคุณลักษณะด้านพฤติกรรมเฉพาะตัว โดยมีหลายเว็บไซต์ด้วยกันที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อออนไลน์ของลูกค้ (เช่น emarketer.com, clickz.com และ comscore.com) ในด้านผลการสำรวจที่เกี่ยวข้องกับแนวโน้มการซื้อปิ้งบนอินเทอร์เน็ตทั่วโลกเมื่อปี ค.ศ. 2005 ได้มีการเปิดเผยว่า เพศของนักซื้อปิ้งออนไลน์โดยรวมแล้วค่อนข้างสมดุล ไม่ค่อยมีความแตกต่าง

ปัจจัยเกี่ยวกับสินค้าและบริการ (Product/Service Factors)

ปัจจัยในลำดับถัดมา จะเกี่ยวข้องกับคุณลักษณะของสินค้าและบริการ ไม่ว่าจะเป็นผู้บริโภคตัดสินใจซื้อจากผลกระทบในทางธรรมชาติของตัวสินค้าหรือบริการก็ตาม โดยปัจจัยเกี่ยวกับคุณลักษณะของสินค้าและบริการจะเกี่ยวข้องกับราคา คุณภาพ การออกแบบ แปรนตร์สินค้า และคุณสมบัติอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

2.2.4 ปัจจัยของผู้ประกอบการและคนกลาง (Merchant and Intermediary Factors)

การทำธุรกรรมออนไลน์ ย่อมมีปัจจัยอยู่มากมายที่อาจส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการไม่มากนัก้อย เช่น ความมีชื่อของผู้ประกอบการ ขนาดของธุรกิจ ตัวอย่างที่ทำให้ลูกค้าไว้วางใจมากกว่าเว็บหน้าร้านอื่น ๆ ที่ตนไม่รู้จัก สำหรับปัจจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ กลยุทธ์ทางการตลาด และการโฆษณาซึ่งก็มีบทบาทสำคัญเช่นกัน

ปัจจัยสภาพแวดล้อม (Environmental Factors)

สภาพแวดล้อมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจากการทำธุรกรรมย่อมมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ซึ่งตัวแปรด้านสภาพแวดล้อมยังสามารถแบ่งกลุ่มออกเป็นหลายประเภทด้วยกัน คือ

- ตัวแปรทางสังคม ปกติการซื้อโดยทั่วไปมักได้รับอิทธิพลมาจากสมาชิกภายในครอบครัว ดังนั้นตัวแปรทางสังคมจึงมีบทบาทสำคัญต่ออีคอมเมิร์ซ

- ตัวแปรทางชุมชน/วัฒนธรรม เกี่ยวข้องกับความแตกต่างระหว่างผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในแต่ละประเทศ

นอกจากนี้ ยังมีตัวแปรทางสภาพแวดล้อมอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง อันได้แก่ ตัวแปรในเรื่องของการรับรู้ข่าวสาร กฎหมายและกฎระเบียบจากภาครัฐ ซึ่งอาจแตกต่างกันตามแต่ละประเทศ รวมถึงปัจจัยเกี่ยวกับสถานการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น

2.2.5 กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

จากเนื้อหาที่ผ่านมาทำให้เราได้เข้าใจถึงพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ และกระบวนการตัดสินใจซื้อมาบ้างแล้ว ดังนั้นเนื้อหาต่อไปนี้จะมาขยายความในเรื่องของกระบวนการตัดสินใจดังกล่าวกัน

2.2.6 แบบจำลองการตัดสินใจซื้อแบบทั่วไป (A Generic Purchasing-Decision Model) จะประกอบด้วย 5 ระยะด้วยกัน ดังนี้

1. การระบุความต้องการ (Need Identification)

จัดเป็นระยะแรกที่เกิด โดยเมื่อผู้บริโภคได้ตระหนักถึงปัญหาที่ตนกำลังเผชิญอยู่ จนเกิดความต้องการที่จะหาสิ่งใดสิ่งหนึ่งเข้ามาชดเชยและแก้ไขปัญหาดังกล่าว

2. การค้นหาข้อมูล (Information Search)

ภายหลังจากผู้บริโภครู้ถึงปัญหาและความต้องการของตนแล้ว ผู้บริโภคก็จะค้นหาข้อมูลบนทางเลือกต่าง ๆ ที่มีอยู่ เพื่อตอบสนองความต้องการของเขาภายใต้การตัดสินใจว่าสินค้าที่จะซื้อนั้นคืออะไร และจะซื้อจากผู้ใด สำหรับข้อมูล que ผู้บริโภคค้นหาได้นั้นก็มาจากแคตตาล็อก การโฆษณา นอกจากนี้ในการค้นหาสินค้าและเปรียบเทียบราคายังสามารถใช้เครื่องมือช่วยได้ เช่น shopping.com, buyersindex.com รวมถึงข่าวสารที่ค้นหาได้จากเครื่องมือค้นหาอย่าง Google

3. การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternatives)

การแสวงหาข้อมูลของผู้บริโภค จะได้มาซึ่งกลุ่มทางเลือกชุดเล็ก ๆ ขึ้นมา และจากชุดของกลุ่มทางเลือกที่ได้รับการกรองเหล่านี้ ก็จะถูกนำมาพิจารณาเพื่อหาทางเลือกที่ดีที่สุด ทั้งนี้ในการตัดสินใจเลือกของผู้บริโภค

4. การซื้อและการจัดส่ง (Purchase and Delivery)

ภายหลังจากการประเมินทางเลือกผู้บริโภคก็จะตัดสินใจได้แล้วว่าจะซื้อสินค้าหรือบริการกับผู้ขายรายใด ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับการซื้อ การชำระเงิน การจัดส่งสินค้า การรับประกันสินค้า หากสินค้าหรือบริการที่ผู้บริโภคซื้อนั้น เป็นผลิตภัณฑ์ทางดิจิทัลก็สามารถดาวน์โหลดผ่านอินเทอร์เน็ตได้ หากเป็นสินค้าทางกายภาพก็ควรมีทางเลือกในการจัดส่งสินค้าที่น่าเชื่อถือ เช่น ผู้บริโภคสามารถเข้าไปตรวจสอบหรือติดตามสถานะสินค้า

5.พฤติกรรมหลังการซื้อ (Postpurchase Activities)

จัดเป็นระยะสุดท้ายที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึกภายหลังจากได้ทดลองใช้สินค้า ซึ่งมีทั้งพึงพอใจและไม่พึงพอใจ โดยผู้บริโภคจะพิจารณาถึงงานบริการลูกค้า และการประเมินคุณประโยชน์ที่ได้จากตัวสินค้า ดังนั้น หากลูกค้ามีความพึงพอใจในตัวสินค้าและบริการ ความภักดีที่มีต่อสินค้านั้นก็จะเพิ่มมากขึ้น จนนำไปสู่การซื้อซ้ำและการบอกต่อในที่สุด

มีปัจจัยอยู่มากมายที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ในขณะที่เดียวกันการโฆษณาถือถือเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งเช่นกัน สำหรับรูปแบบ/แบบจำลองที่มักถูกนำมาใช้อธิบายถึงประสิทธิภาพจากการโฆษณา ด้วยการกระตุ้นให้ลูกค้าสนใจซื้อก็คือ Attention-Interest-Desire-Action (AIDA Model) โดยแบบจำลองดังกล่าวเป็นทฤษฎีลำดับขั้นการตัดสินใจที่พัฒนาขึ้นโดย E.St. Elmo Lewis เมื่อปี ค.ศ. 1898 และถูกนำมาใช้เพื่ออธิบายถึงกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคจากการโฆษณา ซึ่งประกอบด้วย ๔ ขั้นตอนสำคัญ ๆ ดังนี้

- A-Attention (Awareness) : การรับรู้เป็นขั้นตอนแรกด้วยการสร้างแรงดึงดูดกระตุ้นให้เกิดการรับรู้

-I-Interest : ความสนใจคือข้อความที่กระตุ้นให้ลูกค้าเกิดความสนใจในสินค้าที่เสนอ จากคำอธิบายถึงคุณสมบัติ ข้อดี และคุณประโยชน์

- D-Desire : ความต้องการ/ความปรารถนาลูกค้ามีความรู้สึกอยากได้ และเชื่อว่าสินค้าหรือบริการเหล่านั้นสามารถแก้ไขปัญหาหรือตอบสนองในสิ่งที่เขาต้องการได้

-A-Action : การกระทำ สุดท้ายก็จะจบลงที่ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อในที่สุด อย่างไรก็ตามก็มีนักวิจัยบางคนได้เพิ่มคำว่า “S” ต่อท้าย จึงกลายเป็น AIDA (S)

- S-Satisfaction : ความพึงพอใจ /ความพึงพอใจเป็นที่มาของการสร้างความภักดีของลูกค้าที่มีต่อสินค้าให้สูงขึ้น อีกทั้งยังนำไปสู่กระบวนการซื้อซ้ำอีกด้วย

2.2.7 ผู้เล่นในกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค (Players in The Consumer Decision Process)

1. ผู้ริเริ่ม (Intitator) เป็นบุคคลที่ริเริ่มจุดประกายเป็นคนแรก ที่ทำให้ผู้บริโภคเริ่มมีความสนใจต่อตัวสินค้าหรือบริการนั้น ๆ ซึ่งอาจเป็นบุคคลที่เคยใช้สินค้านั้นอยู่ก่อนแล้ว

2. ผู้ชักชวนให้ซื้อ (Influencer) เป็นบุคคลที่ให้คำแนะนำ หรือให้ข้อมูลเกี่ยวกับตัวสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ เช่น พนักงานขาย

3. ผู้ตัดสินใจ (Decider) เป็นบุคคลที่ตัดสินใจซื้อ

4. ผู้ซื้อ (Buyer) คือบุคคลที่ดำเนินการสั่งซื้อสินค้า

5. ผู้ใช้ (User) คือ ผู้บริโภค หรือบุคคลที่ใช้สินค้าหรือบริการเหล่านั้น

2.3 ระบบ E – Commerce การขายสินค้าออนไลน์

2.3.1 ระบบอีคอมเมิร์ซ (e-Commerce Systems)

ในด้านแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซที่นำมาใช้กับการทำธุรกรรมออนไลน์ (เช่น การป้องกันความปลอดภัย กลไกเกี่ยวกับการชำระเงิน และอื่น ๆ) โดยปัจจัยการออกแบบระบบอีคอมเมิร์ซ ยังสามารถแบ่งออกเป็น 2 ปัจจัยด้วยกัน คือ

- ปัจจัยจูงใจ (Motivational Factors) เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับฟังก์ชันการทำงานต่าง ๆ บนเว็บไซต์ ที่สนับสนุนในเรื่องการประมวลผลธุรกรรมโดยตรง เช่น เครื่องมือค้นหา การเลือกซื้อสินค้าผ่านระบบรถเข็นอิเล็กทรอนิกส์ และวิธีการชำระเงินต่าง ๆ เป็นต้น

- ปัจจัยค้ำจุน (Hygiene Factors) เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับฟังก์ชันการทำงานต่าง ๆ บนเว็บไซต์ที่มีจุดประสงค์หลักในเรื่องของการป้องกันปัญหาที่อาจเกิดขึ้นจากการประมวลผล เช่น ความปลอดภัย และระบบติดตามสินค้า

การทำเว็บไซต์ ขาย สินค้า ออนไลน์ หรือที่เรียกว่า “E-Commerce” นับวันยิ่งมาแรงขึ้นเรื่อย ๆ และเรียกว่ายังคงเติบโตอย่างต่อเนื่อง ซึ่งคนทำธุรกิจประเภทนี้ส่วนใหญ่จะเป็นเด็กรุ่นใหม่ ที่เพิ่งจบการศึกษาและต้องการที่จะมีธุรกิจเป็นของตัวเอง แต่ยังคงไม่มั่นใจที่จะลงทุน จึงใช้ช่องทางออนไลน์มาเป็นช่องทางการทำธุรกิจของตัวเอง ธุรกิจ E-Commerce ถือเป็นช่องทางใหม่และยังเป็นช่องทางหนึ่งที่จะสร้างโอกาสในการขยายช่องทางการค้าขายให้ผู้ขายได้มากยิ่งขึ้น สิ่งสำคัญคือ “E-Commerce” เป็นช่องทางที่ช่วยในการเข้าถึงผู้บริโภคได้ง่ายและตรงกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น เลยเห็นได้ว่าในปัจจุบันคนนิยมหันมาทำ “E-Commerce” มากขึ้น แต่การขายสินค้าบนโลกออนไลน์นั้นก็ไม่ใช่เรื่องง่าย

2.3.2 ความประหยัด

ถือเป็นจุดเด่นที่สามารถจับต้องได้ชัดเจนมากที่สุดของการสร้างเว็บไซต์ขึ้นมาขายสินค้า เพราะถ้ามาลองจับคู่เทียบความแตกต่างระหว่างกรณีมีร้านขายสินค้ากับการใช้เว็บไซต์เป็นตัวช่วยขายสินค้าให้ทางบริษัทแล้ว ผู้ประกอบการจะสามารถมองเห็นภาพความแตกต่างได้อย่างชัดเจนว่าการขายสินค้าผ่านทางโลกออนไลน์จะช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายค่อนข้างมาก เพราะเว็บไซต์แทบจะไม่ต้องลงทุนอะไรเลยเพียงแค่เสียค่าโดเมนและค่าทำเว็บเท่านั้น หรือจะเลือกใช้เว็บสำเร็จรูปก็ยิ่งสะดวกอย่างบริษัทรับทำเว็บไซต์ขายสินค้า , รับทำเว็บไซต์ [magento](#) , รับทำเว็บ e commerce เป็นต้น นี่เลยเป็นทางเลือกที่ดีมากในการออกสตาร์ทเริ่มทำธุรกิจ

2.3.3 ซื้อขายได้ตลอด 24 ชั่วโมง

ลูกค้าสามารถเลือกชมหรือสั่งซื้อสินค้าได้ตลอด 24 ชม. โดยไม่ต้องเดินทาง ด้วยความที่ว่าการเชื่อมต่อทางอินเทอร์เน็ตเป็นสิ่งที่สามารถเชื่อมทุกคนจากทุกมุมโลกให้สามารถติดต่อสื่อสารกันได้ผ่านทางเว็ลด์ไวด์เว็บ การมีเว็บไซต์เพื่อขายสินค้าจึงเป็นการเพิ่มช่องทางการติดต่อซื้อสินค้าให้มี

มากขึ้นและยังเป็นการเพิ่มความสะดวกสบายให้กับลูกค้าด้วย เพราะลูกค้าไม่จำเป็นต้องมาดูและเลือกซื้อสินค้าถึงบริษัทหรือหน้าร้านที่จัดจำหน่ายด้วยตนเองซึ่งเป็นการเสียเวลาพอสมควรในปัจจุบันที่มีสาเหตุจากการจราจรที่ติดขัด อีกทั้งการมีเว็บไซต์ยังสามารถทำให้ซื้อขายสินค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง จึงจัดปัญหาข้อจำกัดทางด้านเวลาออกไป

2.3.4 ไม่เหนียวกับเรื่องฉ้อโกง

การใช้เว็บไซต์เป็นช่องทางในการจำหน่ายสินค้าจะมีข้อได้เปรียบมากกว่าการลงทุนเปิดร้านหรือโชว์รูมเป็นของตนเอง เพราะการมีหน้าร้านเพื่อขาย ต้องเสียค่าเช่า ค่าตกแต่ง ค่าจ้างพนักงานและอื่นๆอีกอีกประการ รวมถึงต้องเหน็ดเหนื่อยกับการดูแลเปิดและปิดร้าน ซึ่งอาจจะไม่คุ้มค่ามากสักเท่าไร สำหรับธุรกิจที่เพิ่งจะเริ่มลงมือสร้างใหม่ของผู้ประกอบการโดยเฉพาะในเรื่องของการคืนทุน

2.3.5 มีสิ่งดึงดูดทั้งสี่สรรและลูกเล่นต่างๆ

ด้วยความที่สื่อออนไลน์บนโลกไซเบอร์เป็นเรื่องของเทคโนโลยีและสีสัน สิ่งต่างๆเหล่านี้จึงถือเป็นข้อได้เปรียบในการนำเสนอขายสินค้ามากกว่าวิธีกติกรรมมาทั่วไปๆ ผู้ประกอบการอาจจะใช้ลูกเล่นในการนำเสนอด้วยการตกแต่งภาพของสินค้าและองค์ประกอบภายในรูปให้น่าสนใจและดึงดูดมากยิ่งขึ้น ใช้วิธีการสร้างวิดีโอแนะนำเสนอสาธิตวิธีการใช้งานสินค้าโดยผู้เชี่ยวชาญหรือดาราผู้มีชื่อเสียงก็เป็นวิธีการที่น่าสนใจไม่น้อย ส่งผลทางจิตวิทยาต่อผู้รับชมได้จึงเป็นแท็คติกที่มีความน่าสนใจอยู่อย่างมากสำหรับการขายสินค้าผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

2.3.6 เกิดการบอกต่อได้อย่างรวดเร็ว

สามารถกระจายข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว เนื่องจากปัจจุบันนี้ได้มี Social Network เข้ามาในชีวิตประจำวันทำให้เกิดการบอกต่อ หรือแชร์สู่ผู้บริโภคได้รวดเร็วมายิ่งขึ้น ซึ่งเป็นตัวช่วยทำให้การขายหรือแนะนำสินค้านั้นมีประสิทธิภาพไม่แพ้สื่อประเภทอื่นเลยทีเดียว

2.3.7 รูปแบบเว็บไซต์ของ E-commerce

รูปแบบของการทำเว็บไซต์ E-Commerce มีหลายประเภททั้งนี้และทั้งนั้นต้องขึ้นอยู่กับความต้องการและรูปแบบในการทำของแต่ละเว็บว่าจะมีรูปแบบเป็นอย่างไร ซึ่งแต่ละแบบก็มีความแตกต่างกันออกไป ซึ่งลองมาดูกันว่า คุณจะเลือกรูปแบบการทำ E-Commerce รูปแบบไหน ที่เหมาะสมกับคุณและธุรกิจของคุณมากที่สุด

1. การประกาศซื้อ-ขาย E-Classifiedเป็นรูปแบบเว็บไซต์ E-Commerce ที่เปิดโอกาสให้ผู้ที่สนใจประกาศความต้องการ ซื้อ-ขาย สินค้าของตนได้ภายในเว็บไซต์ โดยเว็บไซต์จะทำหน้าที่เหมือนกระดานข่าวและตัวกลางในการแสดงข้อมูลสินค้าต่างๆ และหากมีคนสนใจสินค้าที่ประกาศไว้ ก็สามารถติดต่อตรงไปยังผู้ประกาศได้ทันทีจากข้อมูลที่ประกาศอยู่ภายในเว็บไซต์

2. เว็บไซต์แคตตาล็อกสินค้าออนไลน์ (Online Catalog Web Site) เป็นรูปแบบจัดทำเว็บไซต์ E-Commerce ในรูปแบบแคตตาล็อกออนไลน์ ที่มีรูปภาพและรายละเอียด สินค้าพร้อมที่อยู่ เบอร์โทรติดต่อ ไม่มีระบบการชำระเงินผ่านทางเว็บไซต์ หรือระบบช้อปปิ้งการ์ด (ตะกร้าสินค้าออนไลน์) โดยหากผู้สนใจสินค้าก็เพียงโทรสอบถามและสั่งซื้อสินค้าได้ ซึ่งเป็นการใช้เว็บไซต์เป็นเหมือนโบรชัวร์หรือแคตตาล็อกออนไลน์ เพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้ามาเลือกดูรายละเอียดสินค้าและราคาได้ จากทั่วประเทศหรือทั่วโลกผ่านทางเว็บไซต์

3. ร้านค้าออนไลน์ (E-Shop Web Site) เป็นรูปแบบเว็บไซต์ E-Commerce สมบูรณ์แบบ ที่มีทั้งระบบการจัดการสินค้า ระบบตะกร้าสินค้า (Shopping Cart) ระบบการชำระเงิน รวมถึงการขนส่งสินค้า ครบสมบูรณ์แบบ ทำให้ผู้ซื้อสามารถสั่งซื้อสินค้าและทำการชำระเงินผ่านเว็บไซต์ได้ทันที โดยการชำระเงินส่วนใหญ่สามารถชำระเงินผ่าน บัตรเครดิต เป็นส่วนมาก

4. การประมูลสินค้า (Auction) เป็นเว็บไซต์ E-Commerce ที่มีรูปแบบของการนำสินค้าของไปประมูลขายกัน โดยจะเป็นการแข่งขันใน การเสนอราคาสินค้า หากผู้ใดเสนอราคาสินค้าได้สูงสุดในช่วงเวลาที่กำหนด ก็จะมีชนะการประมูลและสามารถซื้อสินค้าชิ้นนั้นไปไม่สูงกว่าราคาท้องตลาด ยกเว้นสินค้าเก่า บางประเภท หากยิ่งเก่ามากยิ่งมีราคาสูง เช่น ของเก่า ของสะสม เป็นต้น

5. ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ (E-Marketplace) เป็นเว็บไซต์ E-Commerce ที่มีรูปแบบเป็นตลาดนัดขนาดใหญ่ โดยภายในเว็บไซต์จะมีการรวบรวมเว็บไซต์ของร้านค้าและบริษัทต่างๆ มากมาย โดยมีการแบ่งหมวดหมู่ของสินค้าเอาไว้ เพื่อให้ผู้ใช้สามารถเข้าไป ดูสินค้าภายในร้านค้าต่างๆ ภายในตลาดได้อย่างง่ายดายและสะดวก

6. การค้าผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Commerce) Social Commerce คือ "การขายสินค้าโดยอาศัยมวลชนและสังคมเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดความยากและการซื้อเกิดขึ้น ผ่านเทคโนโลยีของโซเชียลเน็ตเวิร์ก (Social Network)" ที่ทำให้คนสามารถสื่อสารกับเพื่อนๆ และคนรอบข้างของตัวเองได้ง่ายมากขึ้น มันได้สร้างรูปแบบการปฏิสัมพันธ์ (Engagement) รูปแบบใหม่ ที่ทำให้เกิดการโน้มน้าว ชักชวน คนจำนวนมากได้ง่ายๆ ผ่านบริการอย่าง Facebook หรือ Twitter รวมถึงการเกิดโมเดลธุรกิจรูปแบบใหม่อย่าง "การค้าทางสังคมออนไลน์ (Social Commerce)" ที่มีรูปแบบโมเดลทางธุรกิจอย่าง "ร่วมกันซื้อ (Group Buying)" โดยรูปแบบของ Social Commerce เพิ่งเกิดขึ้นมาใหม่หลังจาก Social Network เติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง

2.4 เทคโนโลยีในการพัฒนาระบบ

2.4.1 ความหมายเกี่ยวกับภาษา Php

นั่นเป็นภาษาสำหรับการเขียนโปรแกรมบนเว็บไซต์สามารถเขียนได้หลากหลายโปรแกรมเช่นเดียวกับภาษาทั่วไป อาจมีข้อสงสัยว่า ต่างจาก HTML อย่างไร คำตอบคือ HTML นั้น

เป็นภาษาที่ใช้ในการจัดรูปแบบของเว็บไซต์ จัดตำแหน่งรูป จัดรูปแบบตัวอักษร หรือใส่สีสันทให้กับเว็บไซต์ของเรา แต่ PHP นั้นเป็นส่วนที่ใช้ในการคำนวณ ประมวลผล เก็บค่า และทำตามคำสั่งต่างๆ อย่างเช่น รับค่าจากแบบ form ที่เราทำ รับค่าจากช่องคำตอบของเว็บบอร์ดและเก็บไว้เพื่อนำมาแสดงผลต่อไป แม้แต่กระทั่งใช้ในการเขียน CMS ยอดนิยมเช่น Drupal , Joomla พุดง่ายๆคือเว็บไซต์จะโต้ตอบกับผู้ใช้ได้ ต้องมีภาษา PH ส่วน HTML หรือ Javascript ใช้เป็นเพียงแค่ตัวควบคุมการแสดงผลเท่านั้น การกำเนิดภาษาPHPแต่ละเวอร์ชัน

PHP เกิดในปี 1994 โดย Rasmus Lerdorf โปรแกรมเมอร์อเมริกันได้คิดค้นสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการพัฒนาเว็บส่วนตัวของเขา โดยใช้ข้อดีของภาษา C และ Perl เรียกว่า Personal Home Page และได้สร้างส่วนติดต่อกับฐานข้อมูลที่ชื่อว่า Form Interpreter (FI) รวมทั้งสองส่วนเรียกว่า PHP/FI ซึ่งก็เป็นจุดเริ่มต้นของPHP มีคนที่เข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์ของเขาแล้วเกิดชอบจึงติดต่อขอเอาโค้ดไปใช้บ้าง และนำไปพัฒนาต่อ ในลักษณะของ Open Source ภายหลังจากมีความนิยมขึ้นเป็นอย่างมากภายใน 3 ปีมีเว็บไซต์ที่ใช้ PHP/FI ในติดต่อกับฐานข้อมูลและแสดงผลแบบไดนามิกและอื่นๆ มากกว่า 50000 เว็บไซต์

PHP2 (ในตอนนั้นใช้ชื่อว่า PHP/FI) ในช่วงระหว่าง 1995-1997 Rasmus Lerdorf ได้มีผู้ที่มาช่วยพัฒนาอีก 2 คนคือ Zeev Suraski และ Andi Gutmans ชาวอิสราเอล ซึ่งปรับปรุงโค้ดของ Lerdorf ใหม่โดยใช้ C++ให้มีความสามารถจัดการเกี่ยวกับแบบฟอร์มข้อมูลที่ถูกสร้างมาจากภาษา HTML และสนับสนุนการติดต่อกับโปรแกรมจัดการฐานข้อมูล SQL จึงทำให้ PHP เริ่มถูกใช้มากขึ้นอย่างรวดเร็ว และเริ่มมีผู้สนับสนุนการใช้งาน PHP มากขึ้น โดยในปลายปี 1996 PHP ถูกนำไปใช้ประมาณ 15,000 เว็บไซต์ทั่วโลก และเพิ่มจำนวนขึ้นเรื่อยๆ ต่อมาก็มีผู้เข้ามาช่วยพัฒนาอีก 3 คน คือ Stig Bakken รับผิดชอบความสามารถในการติดต่อ Oracle, Shane Caraveo รับผิดชอบดูแล PHP บน Window 9x/NT, และ Jim Winstead รับผิดชอบการตรวจความบกพร่องต่างๆ และได้เปลี่ยนชื่อเป็น Professional Home Page ในเวอร์ชันที่ 2 PHP3 ออกมาในช่วงระหว่างเดือน มิถุนายน 1997 ถึง 1999 ได้ออกสู่สายตาของนักโปรแกรมเมอร์ มีคุณสมบัติเด่นคือสนับสนุนระบบปฏิบัติการทั้ง Window 95/98/ME/NT, Linux และเว็บเซิร์ฟเวอร์ อย่าง IIS, PWS, Apache, OmniHTTPd สนับสนุน ฐานข้อมูลได้หลายรูปแบบเช่น SQL Server, MySQL, mSQL, Oracle, Informix, ODBC PHP4 ตั้งแต่ 1999 - 2007 ซึ่งได้เพิ่ม Functions การทำงานในด้านต่างๆให้มากและง่ายขึ้นโดย บริษัทZend ซึ่งมี Zeev และ Andi Gutmans ได้ร่วมก่อตั้งขึ้น (<http://www.zend.com>) ในเวอร์ชันนี้จะเป็น compile script ซึ่งในเวอร์ชันหน้านี้จะ เป็น embed script interpreter ในปัจจุบันมีคนได้ใช้ PHP สูงกว่า 5,100,000 เว็บไซต์ แล้วทั่วโลก และ ผู้พัฒนาได้ตั้งชื่อของ PHP ใหม่ว่า PHP: Hypertext Preprocessor ซึ่งหมายถึงมีประสิทธิภาพระดับโปรเฟสเซอร์สำหรับไฮเปอร์เท็กซ์

2.4.2 พีเอชพี (PHP) คือ ภาษาคอมพิวเตอร์ในลักษณะเซิร์ฟเวอร์-ไซด์ สคริปต์ โดยลิขสิทธิ์ อยู่ในลักษณะโอเพนซอร์ส ภาษาพีเอชพีใช้สำหรับจัดทำเว็บไซต์ และแสดงผลออกมาในรูปแบบ HTML โดยมีรากฐานโครงสร้างคำสั่งมาจากภาษา ภาษาซี ภาษาจาวา และ ภาษาเพิร์ล ซึ่ง ภาษาพีเอชพี นั้นง่ายต่อการเรียนรู้ ซึ่งเป้าหมายหลักของภาษานี้ คือให้นักพัฒนาเว็บไซต์สามารถ เขียน เว็บเพจ ที่มีความตอบโต้ได้อย่างรวดเร็ว

2.4.3 ระบบการจัดการฐานข้อมูล (Database Management System) คือการบริหาร แหล่งข้อมูลที่ถูก เก็บรวบรวมไว้ที่ศูนย์กลาง เพื่อตอบสนองต่อการใช้ของโปรแกรมประยุกต์อย่างมีประสิทธิภาพและ ลดการซ้ำซ้อนของข้อมูล รวมทั้งความขัดแย้งของข้อมูลที่เกิดขึ้นภายในองค์กร ในอดีตการเก็บ ข้อมูลมักจะเป็นอิสระต่อกันไม่มีการเชื่อมโยงของข้อมูลเกิดการ สิ้นเปลืองพื้นที่ในการ เก็บข้อมูลเช่น องค์กรหนึ่งจะมีแฟ้มบุคคล (Personnel) แฟ้มเงินเดือน (Payroll) และแฟ้มสวัสดิการ (Benefits) แยก จากกัน เวลาผู้บริหารต้องการข้อมูลของพนักงานท่านใดจำเป็นต้องเรียกดู แฟ้มข้อมูลทั้ง 3 แฟ้มซึ่งเป็นการไม่สะดวก จึงทำให้เกิดแนวความคิดในการรวมแฟ้มข้อมูลทั้ง 3 เข้าด้วยกันแล้วเก็บไว้ที่ ศูนย์กลางในลักษณะฐานข้อมูล (Database) จึงทำให้เกิดระบบการจัดการ ฐานข้อมูล (Database Management system (DBMS) ซึ่งจะต้องอาศัยโปรแกรมเฉพาะในการสร้าง และบำรุงรักษา (Create and Maintenance) ฐานข้อมูลและสามารถที่จะให้ผู้ใช้ประยุกต์ใช้กับธุรกิจ ส่วนตัวได้โดยการดึงข้อมูล (Retrieve) ขึ้นมาแล้วใช้โปรแกรมสำเร็จรูปอื่นสร้างงานขึ้นมาโดยใช้ข้อมูลที่มีอยู่ใน ฐานข้อมูลระบบการจัดการฐานข้อมูลจะมีส่วนประกอบที่สำคัญ 3 ส่วนได้แก่

1) ภาษาคำนิยามของข้อมูล (Data Definition Language: DDL) ในฐานข้อมูลซึ่งเป็น ภาษา ทางการที่นักเขียนโปรแกรมใช้ในการ สร้างเนื้อหาข้อมูลและโครงสร้างข้อมูลก่อนที่ข้อมูล ดังกล่าวจะ ถูกแปลงเป็นแบบฟอร์มที่ต้องการของโปรแกรมประยุกต์หรือในส่วนของ DDL จะ ประกอบด้วย คำ สั่งที่ใช้ในการกำหนดโครงสร้างข้อมูลว่ามีคอลัมน์อะไร แต่ละคอลัมน์เก็บข้อมูล ประเภทใด รวมถึงการเพิ่มคอลัมน์การกำหนดดัชนี เป็นต้น

2) ภาษาการจัดการฐานข้อมูล (Data Manipulation Language: DML) เป็นภาษา เฉพาะที่ใช้ ในการจัดการระบบฐานข้อมูล ซึ่งอาจจะเป็นการเชื่อมโปรแกรมภาษาในยุคที่สามและยุค ที่สี่เข้า ด้วยกัน เพื่อจัดการข้อมูลในฐานข้อมูล ภาษานี้มักจะประกอบด้วยคำสั่งที่อนุญาตให้ผู้ใช้ สามารถสร้าง โปรแกรมพิเศษขึ้นมา รวมถึงข้อมูลต่างๆ ในปัจจุบัน ที่นิยมใช้ได้แก่ ภาษา SQL (Structure Query Language)

3) พจนานุกรมข้อมูล (Data Dictionary) เป็นเครื่องมือสำหรับการเก็บและการจัด ข้อมูล สำหรับการบำรุงรักษาในฐานข้อมูล โดยพจนานุกรมจะมีการกำหนดชื่อของสิ่งต่างๆ (Entity) และ ระบุไว้ในโปรแกรมฐานข้อมูลเช่น ชื่อของฟิลด์ ชื่อของโปรแกรมที่ใช้รายละเอียดของข้อมูล ผู้มี สิทธิ์ ใช้และผู้ที่ได้รับผิดชอบ แสดงส่วนประกอบของระบบการจัดการฐานข้อมูล

2.4.4 JavaScript Functions การเรียกใช้ฟังก์ชัน Functions คือ ชุดคำสั่งที่ใช้ในการทำ
งานอย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งจะทำงานเมื่อถูกเรียกใช้งานลักษณะของฟังก์ชันเป็นดังนี้

function ชื่อฟังก์ชัน (อาร์กิวเมนต์)

{ // คำสั่งต่างๆ } -ชื่อฟังก์ชัน การตั้งชื่อฟังก์ชันมีหลักการคล้ายกับการตั้งชื่อตัวแปร
โดยนิยมเขียนด้วยตัวพิมพ์เล็ก หรือหากมีหลายคำอาจขึ้นต้นด้วยตัวพิมพ์เล็ก คำต่อไปให้ขึ้นต้นด้วย
ตัวพิมพ์ใหญ่ก็ได้ เช่น submitForm() , blockInvalidChar() เป็นต้น

-อาร์กิวเมนต์ (argument) หรือพารามิเตอร์คือข้อมูลบางอย่างที่ฟังก์ชันต้องใช้ในการ
ประมวลผล ซึ่งอาร์กิวเมนต์จะมีหรือไม่มีก็ได้ขึ้นอยู่กับความจำเป็น

2.4.5 การเรียกใช้ฟังก์ชัน

สำหรับการเรียกใช้ฟังก์ชันนั้นให้ระบุชื่อฟังก์ชันพร้อมอาร์กิวเมนต์ (ถ้ามี) ไว้ ณ จุดที่
ต้องการใช้ฟังก์ชัน ทั้งนี้ส่วนที่เรียกใช้ฟังก์ชันไม่จำเป็นต้องอยู่ในแท็ก <script> เดียวกันกับส่วนที่
เขียนฟังก์ชัน หรือบางที่ส่วนที่เรียกใช้ฟังก์ชันอาจอยู่ในแท็กของ HTML ก็ได้ แต่การเรียกใช้ฟังก์ชันใน
แท็กของ HTML ส่วนใหญ่จะเกิดจากการตอบสนองต่อการกระทำบางอย่าง เช่น การคลิกเมาส์ การ
พิมพ์อักขระ เป็นต้น

ตัวอย่างเช่น

```
<html>
```

```
<body>
```

```
<p>Click the button to call a function with arguments</p>
```

```
<button onclick="myFunction('Harry Potter','Wizard')">Try it</button>
```

```
<script>
```

```
function myFunction(name,job)
```

```
{alert("Welcome " + name + ", the " + job);}
```

```
</script>
```

```
</body>
```

```
</html>
```

ฟังก์ชันแบบส่งค่ากลับ (Functions With a Return Value)ฟังก์ชันแบบส่งค่ากลับก็สร้าง
เหมือนฟังก์ชันปกติ แต่ก่อนสิ้นสุดฟังก์ชันจะใช้คำสั่ง return เพื่อส่งค่าบางอย่างกลับออกมา

ตัวอย่างเช่น

```
<html>
  <body>
    <p>This example calls a function which performs a calculation, and
returns the result:</p>
    <p id="demo"></p>
    <script>
function myFunction(a,b)
{return a*b; // ส่งค่าผลคูณของ a คูณ b กลับออกไป}
document.getElementById("demo").innerHTML=myFunction(4,3);
  </script>
  </body>
</html>
```

2.4.6 ภาษาสอบถามข้อมูล MySQL หรือภาษาจัดการข้อมูลอย่างมีโครงสร้าง มีการพัฒนาภาษาคอมพิวเตอร์และโปรแกรมฐานข้อมูลที่รองรับมากมาย เพราะจัดการข้อมูลได้ง่าย เช่น MySQL, PostgreSQL หรือ MS Access เป็นต้น สำหรับโปรแกรมฐานข้อมูลที่ได้รับความนิยมคือ MySQL เป็น Open Source ที่ใช้งานได้ทั้งใน Linux และ Windows ใช้ในการจัดการฐานข้อมูล จัดเก็บข้อมูล เพิ่ม ลบ แก้ไข และค้นหา รวมทั้งการจัดเรียงข้อมูล PHPMyAdminDatabaseManagerphpMyAdmin เป็นโปรแกรมหนึ่งที่ติดมากับ Appserv เพื่อใช้สำหรับการจัดการฐานข้อมูล เช่น สร้าง/ลบฐานข้อมูล สร้าง/ลบตาราง จัดการฟิลด์ต่างๆ ของข้อมูล รวมทั้งการประมวลผลคำสั่ง SQL เป็นต้น ซึ่งพัฒนามาจากสคริปต์ภาษา PHP ใช้บริหารฐานข้อมูลออนไลน์ผ่านทางหน้าเว็บไซต์ มีเครื่องมือที่ช่วยในการจัดการที่ง่ายและคล่องตัวใช้

สำหรับจัดการฐานข้อมูล สร้าง/ลบฐานข้อมูล สร้างและจัดการตารางเช่น เพิ่มแถวข้อมูล ,ลบแถวข้อมูล ,แก้ไขแถวข้อมูลหรือลบตารางเพิ่มหรือแก้ไข Field ต่างๆ ของข้อมูลรวมทั้งการประมวลผล คำสั่ง SQL

2.4.7 โครงสร้างของภาษา HTML

1) คำสั่ง หรือ Tag เป็นลักษณะเฉพาะของภาษา HTML ใช้ในการระบุรูปแบบคำสั่ง หรือการลงรหัสคำสั่ง HTML ภายในเครื่องหมาย less-than bracket (<) และ greater-than bracket (>) โดยที่ Tag HTML แบ่งได้ 2 ลักษณะ คือ Tag เดี่ยว เป็น Tag ที่ไม่ต้องมีการปิดรหัส เช่น <HR>,
 เป็นต้น Tag เปิด/ปิด รูปแบบของ tag นี้จะเป็นแบบ <tag> </tag> โดยที่ <tag> เราเรียกว่า tag เปิด </tag> เราเรียกว่า tag ปิด

2) Attributes Attributes เป็นตัวบอกรายละเอียดของ tag นั้นเช่น `<span align = 'left' ... ` เป็นการบอกว่าให้อักขรที่อยู่ใน tag นี้ชิดซ้าย

3) not case sensitive หมายถึง คุณจะใช้พิมพ์ `
` หรือ `
` ก็ได้ ผลลัพธ์ออกมาไม่ต่างกัน

2.4.8 โครงสร้างของหลักของ HTML

โครงสร้างหลักของ HTML ก็จะมีเริ่มด้วย `<html>` และจบด้วย `</html>` เสมอ ซึ่งชุดคำสั่งที่ใช้จะแยกเป็น 2 ส่วนคือ

1) head คำสั่งที่อยู่ในส่วนนี้จะใช้บรรยายรายละเอียดเกี่ยวกับ web page ซึ่งจะไม่แสดงผลที่ web page โดยตรง

2) body คำสั่งที่อยู่ในส่วนนี้จะใช้ในการจัดรูปแบบตัวอักษร จัดหน้า ใส่รูปภาพ ซึ่งตัวอักษรในส่วนนี้จะแสดงที่ web browser โดยตรง

2.4.9 วิวัฒนาการของการขาย ชาดไทยมีการค้าขายมาตั้งแต่โบราณ โดยอาศัยทรัพยากรที่สมบูรณ์เป็นสินค้า สมัยสุโขทัย เมืองสุโขทัยนี้ดี ในน้ำมีปลา ในนามีข้าว เจ้าเมืองบ่เอาจังกอบในไพร่ ลู่ทาง เพื่อนจูงวัวไปค้า ขี่ม้าไปขาย ใครจักใคร่ค้าช้างค้า ใครจักใคร่ค้าม้าค้า ใครจักใคร่ค้าเงินค้า ทองค้า แสดงถึงความมีเสรีภาพในการขายในสมัยของพ่อขุนรามคำแหง มีตลาดที่เรียกว่า ตลาดปสาน หรือ บาร์ซาร์ (Bazaar)

หรือตลาดนัด เป็นย่านชุมชนที่เป็นห้องแถว หรือร้านเป็นแถว ๆ ให้ประชาชนมาติดต่อซื้อขายกัน ในสมัยนี้ ไทยสามารถผลิตขามสังคโลกเป็นสินค้าได้แล้ว มีการค้ากับชาวต่างประเทศ คือ มอญ จีน ลังกา ญี่ปุ่น

สมัยอยุธยา เจริญสูงสุดในสมัยของสมเด็จพระนารายณ์มหาราช มีพระคลังสินค้า คือ พระยาวิชาเยนทร์(นายฟอลคอน ชาวอังกฤษ)

ทำหน้าที่เหมือนรัฐมนตรีกระทรวงพาณิชย์และกระทรวงการคลัง มีการค้ากับโปรตุเกส สเปน ฮอลันดา อังกฤษ จีน ญี่ปุ่น อินเดีย เปอร์เซีย อาหรับสมัยธนบุรี มีเรือสำเภาจีนเข้ามาค้าขาย และค้าขายกับ อินเดีย อังกฤษ มลายู สมัยรัตนโกสินทร์ เริ่มมีการค้ากับสหรัฐอเมริกาในสมัย รัชกาลที่ 2 ต่อมาในรัชกาลที่ 3 ไทยค้าขายกับจีนมากที่สุด และติดต่อกับหมอบรัดเล ซึ่งได้นำเครื่องพิมพ์ดีดมาใช้ในไทย ในรัชสมัยของรัชกาลที่ 4 ยกเลิกระบบการค้าแบบผูกขาดหันมาค้าขายแบบเสรี ในรัชสมัยรัชกาลที่ 5 ชาวต่างประเทศได้มาเปิดห้างขายสินค้าในไทย และมีการจัดตั้งกระทรวงพาณิชย์ขึ้นในรัชกาลที่ 6

ปัจจุบัน ระบบการค้าของไทยเป็นแบบผสม คือ ระบบเศรษฐกิจเสรีนิยม หรือ ทุนนิยม(ประชาชนมีเสรีในการทำธุรกิจ) ผสมกับสังคมนิยม (รัฐบาลเข้ามามีส่วนร่วมในการทำธุรกิจ ธนาคาร การขนส่ง และสาธารณูปโภค

การขายในยุคก่อนๆ ผู้ขายไม่ต้องใช้ความพยายามมากในการขาย เนื่องจากการผลิตสินค้าทำได้ยาก ปริมาณสินค้ามีน้อยกว่าความต้องการของผู้ซื้อ ผลิตเท่าไรก็ขายหมด แต่ในปัจจุบันเทคโนโลยีก้าวหน้ามีผู้ผลิตจำนวนมาก สินค้ามีมากกว่าความต้องการของผู้ซื้อ ผู้ซื้อมีโอกาสได้เลือก มีอำนาจในการต่อรอง ผู้ขายจึงต้องพยายามชักจูงให้เกิดความต้องการแล้ว ยังจะต้องทำให้ผู้ซื้อเกิดความพอใจในสินค้ามากที่สุด

2.4.10 แนวคิดการทำธุรกิจ ก่อนเริ่มขายของออนไลน์ วันนี้ขอนำเสนอบทความที่เกี่ยวกับการค้าขายในโลกออนไลน์ ที่ได้เงินอย่างจริงๆ จังๆ บ้างหลังจากที่เขียนแต่เรื่องเว็บ เรื่องทำร้านค้าออนไลน์ เรื่องแนวคิด มาเยอะแล้ว บทความนี้ผมจะเขียนเกี่ยวกับการขายของออนไลน์ทำอะไรถึงจะขายของได้และขายดี

เริ่มจากที่ผมเริ่มเข้าสู่วงการ E-commerce หรือค้าขายของออนไลน์เนี่ย เมื่อ 2 ปีที่แล้ว อาจจะดูไม่นาน ไซ้ครับผมเพิ่งเริ่มได้ไม่นานเลย แรกๆ มีหลายคนดูถูกว่า จะขายได้หรือ ออนไลน์เนี่ย ใครที่ไหนจะมาซื้อ เขาไม่ซื้อของออนไลน์กันหรอก กลัวโดนหลอก ตอนที่เริ่มทำเจอคำพูดแบบนี้บ่อยมาก แต่ผมก็ไม่ได้สนใจ ทำต่อไปเรื่อยๆ จนทำมาได้สัก 4-5 เดือนตอนนั้นเองยอดขายของผมก็แตะ “6 หลัก” แล้วทำให้คนที่ดูถูกแรกๆ เริ่มให้ความสนใจมากขึ้น (เราต้องทำให้เขาเห็น) และก็มีหลายคนเริ่มอยากเปิดร้านขายของออนไลน์ตามกันมากขึ้น เพราะเห็นขายง่าย ทำง่าย ได้เงินง่ายดี แคร์บอเดอร์ส่งของแค่นี้เอง แต่พอเอาเข้าจริงๆ หลายๆ คนที่เริ่มเปิดร้านขายของออนไลน์ส่วนใหญ่ 90% อยู่ได้ไม่ถึง 3 เดือนก็เลิกกันไปหมด และก็ขอบพูดว่า “ไม่เห็นจะขายได้เลย” คนที่ทำได้เขาเก่า เขาทำมาก่อนนิ (ผมก็เพิ่งเริ่มเหมือนกันยังทำได้เลย ไม่ได้ทำมา 10 ปี ชะหน้อย)เรื่องแรกเลยที่ทุกคนต้องมีคือ “แนวคิดที่ถูกต้อง” และ “ความรู้ที่เกี่ยวข้อง”

ก่อนที่เราจะเปิดร้านขายของออนไลน์ เราต้องมีแนวคิดความเป็นเจ้าของธุรกิจเสียก่อน เพราะการค้าขายบนโลกออนไลน์เนี่ยมันก็เหมือนกับเรามีหน้าร้านออฟไลน์นั่นแหละ แค่มันอยู่บนอินเทอร์เน็ต เราต้องมีแนวคิดที่ว่า เราเป็นเจ้าของธุรกิจนี้ ธุรกิจนี้คือลูกของเรา เราต้องทำทุกอย่างหาทุกวิธีที่จะทำให้ธุรกิจของเราเติบโต เราต้องมองระยะยาวและต้องศึกษาความรู้ที่จำเป็นต้องใช้ให้เยอะๆ อย่างที่ผมบอกไปคนที่เปิดร้านค้าออนไลน์หลายๆ คนมักไม่ทำการตลาดคิดแค่จะทำเว็บไซต์เสร็จแล้วจะมีคนมาซื้อ ซึ่งเป็นความคิดที่ผิด บางคนอยากจะทำขายของออนไลน์มาก แต่ไม่ได้ศึกษาหาความรู้เรื่องการทำเว็บไซต์เลย ไม่รู้จักวิธีทำ SEO ไม่รู้จักการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ แล้วพอลงทำจริงๆ มันจะไปขายของได้อย่างไรละ

ผมมีเรื่องแนวคิดเรื่องหนึ่งที่ดีมากและใช้อยู่ประจำ นั่นคือ A B C (ไม่ได้ให้ท่องภาษาอังกฤษนะครับ)

A = attitude หรือ ทักษะคติที่เราต้องมีคือทัศนคติที่ดีในการทำธุรกิจ และทัศนคติที่ดีเป็นยังไง ? ง่ายๆ ก็คือการคิดบวกนั่นแหละครับ ไม่ว่าเรื่องอะไรเราควรมีทัศนคติที่ดีต่อเรื่องนั้นๆ เวลา

เจอปัญหาเรามีทัศนคติอย่างไร อันดับแรกเราต้องรู้จักตัวเองก่อนคือต้องรู้ว่าตัวเองมีความคิด อารมณ์ อยากรู้เมื่อเจอปัญหา ถ้าเวลาเจอปัญหา ยอดขายไม่ดี เว็บเสีย ไม่มีลูกค้าเข้ามา ขายขาดทุน และ ปัญหาต่างๆ นานา ที่เราต้องเจอ (คนที่ขายของออนไลน์ต้องเจอแน่นอน) เราจะมีทัศนคติอย่างไร บวก หรือ ลบ และมองมันเป็นปัญหาหรือโอกาส เช่นเราเจอลูกค้าสั่งซื้อสินค้าเข้ามา ตกลงกันเรียบร้อย แต่ พอถึงเวลาโอนเงินลูกค้ากลับยกเลิกซะงั้น ถ้าเป็นเมื่อก่อนผมจะหงุดหงิดมาก แต่พอคิดได้ว่า เวลาที่เราหงุดหงิดว่าลูกค้ายกเลิกไม่ซื้อ เอาเวลามาคิดดีกว่าว่าลูกค้าไม่ซื้อเพราะอะไร ถ้าปัญหาอยู่ที่เรา ก็ ควรปรับปรุง แต่ถ้าปัญหาอยู่ที่ลูกค้ากวตั้น วันหลังเราก็ไม่ต้องไปคุยอะไรมาก เรื่องลูกค้ายกเลิกการ สั่งซื้อผมเจอบ่อย เจอจนชิน เจอจนรู้ว่าถ้าลูกค้าพูดมาแนวๆ นี้ เป็นคนที่กวตั้น ไม่ใช่ลูกค้าแน่นอนก็ อย่าไปให้ความสำคัญมาก ขายของออนไลน์เราต้องแยกให้ออกด้วยว่า คนไหนลูกค้า คนไหนพวก ก่อกวน เพราะมีเยอะมาก B = belief หรือ ความเชื่อนอกจากการทำธุรกิจแล้วไม่ว่าเรื่องอะไรเราต้อง มีความเชื่อเสมอ หลายๆ คนที่ผมได้เจอที่ทำธุรกิจไม่ประสบความสำเร็จส่วนใหญ่นอกจากไม่มีความรู้ แล้ว ยังขาดความเชื่อด้วย ขนาดให้ตั้งเป้าหมายยอดขายเดือนละ 1 แสน เพื่อนผมบางคนยังบอกว่า บ้าเป็นไปไม่ได้ เยอะเกิน พวกนี้คือคนที่ไม่มีความเชื่อ และคนส่วนใหญ่มักจะชอบฟังและให้ ความสำคัญกับเสียงพวกนี้ ทำให้ตนเองไม่เชื่อตามไปด้วยและสุดท้ายก็ล้มเหลว มีคำพูดที่บอกว่า

“ถ้าคนทั้งโลกบอกว่าเราทำได้ แต่ถ้าเราบอกว่าเราทำไม่ได้ เราก็ทำไม่ได้”

“ถ้าคนทั้งโลกบอกว่าเราทำไม่ได้ แต่เราบอกว่าฉันทำได้ เราก็ทำได้”

มันอยู่ที่ตนเองว่าเชื่อหรือไม่เชื่อ ถ้าเชื่อว่าคุณทำได้ คุณก็จะทำได้แน่นอน และต้องลง มือทำจริงๆ ด้วยละ ไม่ใช่นั่งคิดอย่างเดียว

C = Commitment หรือ พันธสัญญา

เราต้องมีพันธสัญญากับตนเอง ถ้าเราตั้งเป้าหมายอะไรเอาไว้ก็ต้องทำให้ได้ เช่นถ้าเรา ต้องการยอดขายเดือนละ 1 แสนบาทเราก็ทำมันจนกว่าจะได้อะไรมา คนส่วนใหญ่เวลาตั้งเป้าหมายว่าจะ ทำอย่างนู้นอย่างนี้แต่พอทำไปสักกระยะนึงก็เลิกไปซะงั้น และก็เปลี่ยนเป้าหมายไปเรื่อยๆ สุดท้ายก็ ไม่ได้อะไรสักอย่าง การที่เราตั้งเป้าหมายไว้เราต้องมีพันธสัญญากับตัวเอง ว่าต้องทำให้ได้ ทำไปแล้ว ถ้ายังไม่ถึงเป้าหมายหรือมีปัญหาอะไร สิ่งที่เราต้องทำคือ เปลี่ยนวิธีการ ไม่ใช่ เปลี่ยนเป้าหมาย เหมือนที่คน ส่วนใหญ่ทำกัน เรารู้ว่าวิธีการนี้มันทำให้เราถึงเป้าหมายไม่ได้ก็ออกไปใช้หาวิธีใหม่ซะ และที่สำคัญ เป้าหมายที่ตั้งควรกำหนดระยะเวลาให้ชัดเจน ยกตัวอย่าง ช่วงที่ผมขายของออนไลน์ 2-3 เดือนแรก ยอดขายอยู่แค่ 2-3 หมื่นบาทเอง วันนึงได้คุยกับผู้บริหารท่านนึง เรื่องยอดขายว่ามันน้อยจัง ท่านเลย พูดมากกว่า “ให้ลองตั้งเป้าหมายยอดขายมากกว่านี้สัก 2 เท่าดูสิ” ผมกลับมาที่ตั้งเป้าทันทีว่าจะต้องทำ ยอดขายมากกว่าเดิม 2 เท่า ก่อนเดือนตุลาคม ตอนที่คุยกันเดือนสิงหาคม ผมเหลือเวลาอีก 3 เดือน แต่พอเราได้เป้าหมายแล้วกำหนดเวลาที่บีบแล้ว (บังคับตัวเอง) สุดท้ายเดือนตุลาคมยอดขายก็ดีขึ้น มากกว่าเดิม 3 เท่าเกินที่ตั้งไว้อีกและสิ้นปียอดขายก็ทะลุหลักแสนภายในปีแรกที่เปิดเว็บขายของ

(บางเว็บทำยอดได้เป็นหลักล้านก็มี ของผมมันแค่เด็ก)เป็นยังไงกันบ้างครับสำหรับเรื่อง A B C ลองเอาไปใช้กันดู สิ่งที่สำคัญมากๆ ไม่ว่าจะเราทำอะไรเรื่องอะไรก็ตาม จะเปิดร้านค้าออนไลน์ หรือ ทำธุรกิจทั่วไป เรื่องแนวคิดเป็นสิ่งที่สำคัญมาก ถ้าคุณอย่างจะสำเร็จก็ต้องฝึกเรื่องแนวให้ถูกต้องด้วย

ตอนแรกบอกว่าจะไม่เขียนเรื่องแนวคิดแล้วแต่สุดท้ายก็เขียนจนได้ คงไม่ต่างกันเพราะมันสำคัญจริงๆ เลยอยากให้ผู้ที่จะเริ่มขายของออนไลน์เป็นอาชีพหลักได้รู้ไว้ก่อน แต่ถ้าคุณต้องการขายของออนไลน์แค่ อยากรได้เงินเล็กๆ น้อย หลักพัน หลักหมื่น ขายๆ ได้เงินแล้วก็ไปก็ไม่ต้องการให้ความสำคัญกับเรื่องแนวคิดมาก

2.4.11 หลักการออกแบบเว็บไซต์ ในการออกแบบเว็บไซต์นั้นประกอบด้วยกระบวนการต่าง ๆ มากมาย เช่น การออกแบบโครงสร้าง ลักษณะหน้าตา หรือการเขียนโปรแกรม แต่มีหลายคนที่พัฒนาเว็บไซต์ โดยขาดการวางแผนและทำงานไม่เป็นระบบ ตัวอย่าง เช่น การลงมือออกแบบโดยการใส่โปรแกรมช่วยสร้างเว็บ เนื้อหาและรูปแบบก็เป็นไปตามที่นึกขึ้นได้ขณะนั้น และเมื่อเห็นว่าดูดีแล้วก็เปิดตัวเลย ทำให้เว็บนั้นมีเป้าหมายและแนวทางที่ไม่แน่นอน ผลลัพธ์ที่ได้จึงเสี่ยงกับความล้มเหลวค่อนข้างมาก

การออกแบบเว็บไซต์อย่างถูกต้องจะช่วยลดความผิดพลาดเหล่านี้ และช่วยลดความเสี่ยงที่จะทำให้เว็บประสบความสำเร็จ การออกแบบเว็บไซต์ที่ดีต้องอาศัยการออกแบบและจัดระบบข้อมูลอย่างเหมาะสม

2.4.12 องค์ประกอบของการออกแบบเว็บไซต์

การออกแบบเว็บไซต์ที่มีประสิทธิภาพนั้นต้องคำนึงถึง องค์ประกอบสำคัญดังต่อไปนี้

1) ความเรียบง่าย (Simplicity) หมายถึง การจำกัดองค์ประกอบเสริมให้เหลือเฉพาะองค์ประกอบหลัก กล่าวคือในการสื่อสารเนื้อหากับผู้ใช้นั้น เราต้องเลือกเสนอสิ่งที่เราต้องการนำเสนอจริงๆ ออกมาในส่วนของกราฟิก สี สัน ตัวอักษรและภาพเคลื่อนไหวต้องเลือกให้พอเหมาะ ถ้าหากมีมากเกินไปจะรบกวนสายตาและสร้างความรำคาญต่อผู้ใช้ตัวอย่างเว็บไซต์ที่ได้รับการออกแบบที่ดีได้แก่ เว็บไซต์ของบริษัทใหญ่ ๆ อย่างเช่น Apple Adobe Microsoft หรือ Kokia ที่มีการออกแบบเว็บไซต์ในรูปแบบที่เรียบง่าย ไม่ซับซ้อน และใช้งานอย่างสะดวก

2) ความสม่ำเสมอ (Consistency) หมายถึง การสร้างความสม่ำเสมอให้เกิดขึ้นตลอดทั้งเว็บไซต์ โดยอาจเลือกใช้รูปแบบเดียวกันตลอดทั้งเว็บไซต์ก็ได้ เพราะถ้าหากว่าแต่ละหน้าในเว็บไซต์นั้นมีความแตกต่างกันมากเกินไป อาจทำให้ผู้ใช้เกิดความสับสนและไม่แน่ใจว่ากำลังอยู่ในเว็บไซต์เดิมหรือไม่ เพราะฉะนั้นการออกแบบเว็บไซต์ในแต่ละหน้าควรมีรูปแบบ สไตลของกราฟิก ระบบเนวิเกชัน (Navigation) และโทสนีที่มีความคล้ายคลึงกันตลอดทั้งเว็บไซต์

3) ความเป็นเอกลักษณ์ (Identity) ในการออกแบบเว็บไซต์ต้องคำนึงถึงลักษณะขององค์กรเป็นหลัก เนื่องจากเว็บไซต์จะสะท้อนถึงเอกลักษณ์และลักษณะขององค์กร การเลือกใช้

ตัวอักษร ชัดสี รูปภาพหรือกราฟิก จะมีผลต่อรูปแบบของเว็บไซต์เป็นอย่างมาก ตัวอย่างเช่น ถ้าเราต้องออกแบบเว็บไซต์ของธนาคารแต่เรากลับเลือกสีเงินและกราฟฟิกมากมาย อาจทำให้ผู้ใช้คิดว่าเว็บไซต์ของสวนสนุกซึ่งส่งผลต่อความเชื่อถือขององค์กรได้

4. เนื้อหา (Useful Content) ถือเป็นสิ่งสำคัญที่สุดในเว็บไซต์ เนื้อหาในเว็บไซต์ต้องสมบูรณ์และได้รับการปรับปรุงพัฒนาให้ทันสมัยอยู่เสมอ ผู้พัฒนาต้องเตรียมข้อมูลและเนื้อหาที่ผู้ใช้ต้องการให้ถูกต้องและสมบูรณ์ เนื้อหาที่สำคัญที่สุดคือเนื้อหาที่ทีมผู้พัฒนาสร้างสรรค์ขึ้นมาเอง และไม่ไปซ้ำกับเว็บอื่น เพราะจะถือเป็นสิ่งที่ดึงดูดผู้ใช้ให้เข้ามาเว็บไซต์ได้เสมอ แต่ถ้าเป็นเว็บที่ลิงค์ข้อมูลจากเว็บอื่น ๆ มาเมื่อใดก็ตามที่ผู้ใช้ทราบว่าข้อมูลนั้นมาจากเว็บใด ผู้ใช้ก็ไม่จำเป็นต้องกลับมาใช้งานลิงค์เหล่านั้นอีก

5. ระบบเนวิเกชัน (User-Friendly Navigation) เป็นส่วนประกอบที่มีความสำคัญต่อเว็บไซต์มาก เพราะจะช่วยไม่ทำให้ผู้ใช้เกิดความสับสนระหว่างดูเว็บไซต์ ระบบเนวิเกชันจึงเปรียบเสมือนป้ายบอกทาง ดังนั้นการออกแบบเนวิเกชัน จึงควรให้เข้าใจง่าย ใช้งานได้สะดวก ถ้ามีการใช้กราฟิกก็ควรสื่อความหมาย ตำแหน่งของการวางเนวิเกชันก็ควรวางให้สม่ำเสมอ เช่น อยู่ตำแหน่งบนสุดของทุกหน้าเป็นต้น ซึ่งถ้าจะให้ดีเมื่อมีเนวิเกชันที่เป็น กราฟิกก็ควรเพิ่มระบบเนวิเกชันที่เป็นตัวอักษรไว้ส่วนล่างด้วย เพื่อช่วยอำนวยความสะดวกให้กับผู้ใช้ที่ยกเลิกการแสดงผลภาพกราฟิกบนเว็บเบราว์เซอร์

6. คุณภาพของสิ่งที่ปรากฏให้เห็นในเว็บไซต์ (Visual Appeal) ลักษณะที่น่าสนใจของเว็บไซต์นั้น ขึ้นอยู่กับความชอบส่วนบุคคลเป็นสำคัญ แต่โดยรวมแล้วก็สามารถสรุปได้ว่าเว็บไซต์ที่น่าสนใจนั้นส่วนประกอบต่าง ๆ ควรมีคุณภาพ เช่น กราฟิกควรสมบูรณ์ไม่มีรอยหรือขอบขั้นบันได้ให้เห็น ชนิดตัวอักษรอ่านง่ายสบายตา มีการเลือกใช้โทนสีที่เข้ากันอย่างสวยงาม เป็นต้น

7. ความสะดวกของการใช้ในสภาพต่าง ๆ (Compatibility) การใช้งานของเว็บไซต์นั้นไม่ควรมีขอบจำกัด กล่าวคือ ต้องสามารถใช้งานได้ดีในสภาพแวดล้อมที่หลากหลาย ไม่มีการบังคับให้ผู้ใช้ต้องติดตั้งโปรแกรมอื่นใดเพิ่มเติม นอกเหนือจากเว็บเบราว์เซอร์ ควรเป็นเว็บที่แสดงผลได้ดีในทุกระบบปฏิบัติการ สามารถแสดงผลได้ในทุกความละเอียดหน้าจอซึ่งหากเป็นเว็บไซต์ที่มีผู้ใช้บริการมากและกลุ่มเป้าหมายหลากหลายควรให้ความสำคัญกับเรื่องนี้ให้มาก

8. ความคงที่ในการออกแบบ (Design Stability) ถ้าต้องการให้ผู้ใช้ใช้งานรู้สึกว่าการเว็บไซต์มีคุณภาพ ถูกต้อง และเชื่อถือได้ ควรให้ความสำคัญกับการออกแบบเว็บไซต์เป็นอย่างมาก ต้องออกแบบวางแผนและเรียบเรียงเนื้อหาอย่างรอบคอบ ถ้าเว็บที่จัดทำขึ้นอย่างลวก ๆ ไม่มีมาตรฐานการออกแบบและระบบการจัดการข้อมูล ถ้ามีปัญหาเกิดขึ้นอาจส่งผลให้เกิดปัญหาและทำให้ผู้ใช้หมดความเชื่อถือ

9. ความคงที่ของการทำงาน (Function Stability)ระบบการทำงานต่าง ๆ ในเว็บไซต์ควรมีความถูกต้องแน่นอน ซึ่งต้องได้รับการออกแบบสร้างสรรค์และตรวจสอบอยู่เสมอ ตัวอย่างเช่น ลิงค์ต่าง ๆ ในเว็บไซต์ ต้องตรวจสอบว่ายังสามารถลิงค์ข้อมูลได้ถูกต้องหรือไม่ เพราะเว็บไซต์อื่นอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา ปัญหาที่เกิดจากลิงค์ ก็คือลิงค์ขาด ซึ่งพบได้บ่อยเป็นปัญหาที่สร้างความรำคาญกับผู้ใช้เป็นอย่างมาก

2.4.13 ความหมายของความพึงพอใจ ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) ได้มีผู้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้หลายความหมาย ดังนี้

Kotler (2000, อ้างถึงใน กำพล แก้วสมนึก, 2552) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกของผู้บริโภค ซึ่งเกิดจากการเปรียบเทียบคุณค่าที่ผู้บริโภคได้รับจากผลิตภัณฑ์กับความคาดหวัง ทำให้ระดับความพอใจของแต่ละคนแตกต่างกัน หากคุณค่าที่ผู้บริโภคได้รับจากผลิตภัณฑ์ต่ำกว่าความคาดหวัง จะส่งผลให้ผู้บริโภคเกิดความไม่พึงพอใจ (Dissatisfaction) แต่หากคุณค่าที่ผู้บริโภคได้รับจากผลิตภัณฑ์ตรงกับความคาดหวัง ผู้บริโภคจะเกิดความพึงพอใจ(Satisfaction) และถ้าคุณค่าที่ผู้บริโภคได้รับจากผลิตภัณฑ์สูงกว่าความคาดหวังจะทำให้ผู้บริโภคเกิดความประทับใจ (Delight)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541, อ้างถึงใน วิไลลักษณ์ ทองปั้น, 2552) ให้ความหมายของความพึงพอใจของลูกค้า คือ การได้รับคุณค่าจากผลิตภัณฑ์มากกว่าต้นทุนที่ต้องจ่ายไป และความพึงพอใจนี้ยังขึ้นอยู่กับเครื่องมือทางการตลาดอื่นๆ ด้วย

ชุดิมา เตชะธโนปจัย (2549, อ้างถึงใน ธมนวรรณ กัญญาหัตถ์, 2554) ให้ความหมายของความพึงพอใจ คือ ความรู้สึกของผู้บริโภคที่เกิดขึ้นจากการเปรียบเทียบความรู้สึกของตนเองหลังจากได้รับผลประโยชน์จากการใช้สินค้าหรือบริการกับความคาดหวังก่อนการใช้สินค้าหรือบริการ

2.4.14 Appserv

Appserv คือโปรแกรมที่รวบรวมเอา Open Source Software หลากๆ อย่างมารวมกันโดยมี Package หลักดังนี้

- Apach
- PHP
- MySQL
- phpMyAdmin

โปรแกรมต่างๆ ที่นำมารวบรวมไว้ทั้งหมดนี้ ได้ทำการดาวน์โหลดจาก Official Release ทั้งสิ้น โดยตัว AppServจึงให้ความสำคัญว่าทุกสิ่งทุกอย่างจะต้องให้เหมือนกับต้นฉบับ เราจึงไม่ได้ตัดทอนหรือเพิ่มเติมอะไรที่แปลกไปกว่า Official Release แต่อย่างใด เพียงแต่มีบางส่วนเท่านั้นที่เราได้เพิ่มประสิทธิภาพการติดตั้งให้สอดคล้องกับการทำงานแต่ละคน โดยที่กประสิทธิภาพนี้ไม่ได้ไปยุ่ง ใน

ส่วนของ Original Package เลยแม้แต่เล็กน้อยเพียงแต่เป็นการกำหนดค่า Config เท่านั้น เช่น Apache ก็จะเป็นในส่วนของ httpd.conf, PHP ก็จะเป็นในส่วนของ php.ini, MySQL ก็จะเป็นในส่วนของ my.ini ดังนั้นเราจึงรับประกันได้ว่าโปรแกรม AppServ สามารถทำงานและความเสถียรของระบบ ได้เหมือนกับ Official Release ทั้งหมดจุดประสงค์หลักของการรวบรวม Open Source Software เหล่านี้เพื่อทำให้การติดตั้งโปรแกรมต่างๆ ที่ได้กล่าวมาให้ง่ายขึ้น เพื่อลดขั้นตอนการติดตั้งที่แสนจะยุ่งยากและใช้เวลานาน โดยผู้ใช้งานเพียงดับเบิลคลิก setup ภายในเวลา 1 นาที ทุกอย่างก็ติดตั้งเสร็จสมบูรณ์ระบบต่างๆ ก็พร้อมที่จะทำงานได้ทันทีทั้ง Web Server, Database Server เหตุผลนี้จึงเป็นเหตุผลหลักที่หลายๆ คนทั่วโลก ได้เลือกใช้โปรแกรม AppServ แทนการที่จะต้องมาติดตั้งโปรแกรมต่างๆ ที่ละส่วนไม่ว่าจะเป็นผู้ที่ความชำนาญในการติดตั้ง Apache, PHP, MySQL ก็ไม่ได้เป็นเรื่องง่ายเสมอไป เนื่องจากการติดตั้งโปรแกรมที่แยกส่วนเหล่านี้ให้มารวมเป็นชิ้นอันเดียวกัน ก็ใช้เวลาค่อนข้างมากพอสมควร แม้แต่ตัวผู้พัฒนา AppServ เอง ก่อนที่จะ Release แต่ละเวอร์ชันให้ดาวน์โหลด ต้องใช้ระยะเวลาในการติดตั้งไม่น้อยกว่า 2 ชั่วโมง เพื่อทดสอบความถูกต้องของระบบ ดังนั้นจึงจะเห็นว่าเราเองนั้นเป็นมือใหม่หรือมือเก่า ย่อมไม่ใช่เรื่องง่ายเลยที่จะติดตั้ง Apache, PHP, MySQL ในพริบตาเดียวมีบางคำถามที่พบบ่อยว่า AppServ สามารถนำไปเป็น Web Server หรือ Database Server ได้ทันทีหรือไม่ ข้อนี้ต้องตอบว่าได้แน่นอน 100% แต่ทางผู้พัฒนาเองขอแนะนำว่าระบบจัดการ Memory และ CPU บน Windows ที่ทำงานเกี่ยวกับ Web Server หรือ Database Server ไม่เหมาะกับการใช้งานหนักๆ เป็นอย่างยิ่ง เพราะ Windows นั้นจะกินทรัพยากรอันมหาศาล และหากเทียบอัตราการรับระบบงานกับ OS ตัวอื่นเช่น Linux/Unix จะยิ่งเห็นได้ชัดว่า OS ที่เป็น Windows ที่มีขนาด Memory และ CPU ที่เท่าๆ กัน OS ที่เป็น Linux/Unix นั้น จะรองรับงานได้น้อยกว่ามากพอสมควร เช่น Windows รับได้ 1000 คนพร้อมๆ กัน แต่ Linux/Unix อาจรับได้ถึง 5000 พร้อมๆ กัน หากท่านต้องทำงานหนักๆ ทางผู้พัฒนาแนะนำให้เลือกใช้ Linux/Unix OS จึงจะเหมาะสมกว่า

2.4.15 Photoshop

โปรแกรม Photo shop เป็นโปรแกรมในตระกูล Adobe ที่ใช้สำหรับตกแต่งภาพถ่าย และภาพกราฟฟิก ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ไม่ว่าจะเป็นงานด้านสิ่งพิมพ์ นิตยสาร และงานด้านมัลติมีเดีย อีกทั้งยังสามารถ retouching ตกแต่งภาพและการสร้างภาพ ซึ่งกำลังเป็นที่นิยมสูงมาก ในขณะนี้ เราสามารถใช้โปรแกรม Photoshop ในการตกแต่งภาพ การใส่ Effect ต่าง ๆ ให้กับภาพ และตัวหนังสือ การทำภาพขาวดำ การทำภาพถ่ายเป็นภาพเขียน การนำภาพมารวมกัน การ Retouch ตกแต่งภาพต่างเราสามารถเรียนรู้วิธีการใช้โปรแกรม Adobe Photoshop นี้ได้ด้วยตัวเอง คุณสามารถที่จะทำการแก้ไขภาพ ตกแต่งภาพ ซ้อนภาพในรูปแบบต่างๆ ได้อย่างง่ายดาย และสิ่งที่คุณขาดไม่ได้ก็คือ การใส่ข้อความประกอบลงในภาพด้วย และเนื่องด้วย Adobe Photoshop มี

การพัฒนาโปรแกรมอย่างต่อเนื่อง ทำให้เราจำเป็นต้องศึกษาคำสั่งต่างๆ ให้เข้าใจ แต่ที่สำคัญ เมื่อคุณเรียนรู้การใช้คำสั่งในเวอร์ชันเก่า คุณก็ยังคงสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับเวอร์ชันใหม่ๆ ได้อีกด้วย

2.5 งานวิจัยที่สัมพันธ์กับโครงการ

นักชัตภาส เรื่องเพิ่มพูน (2556) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ ระบบร้านขายรองเท้าออนไลน์ การศึกษาโครงการเฉพาะเรื่องนี้ได้จัดหาระบบร้านขายรองเท้าออนไลน์ขึ้นมาช่วยในการอำนวยความสะดวกในการตรวจสอบสินค้าให้กับลูกค้าด้วยตนเอง รวมถึงมีการจัดเก็บข้อมูลของรายละเอียดสินค้า ยอดค่าชำระการสั่งซื้อสินค้า และเก็บข้อมูลประวัติข้อมูลของลูกค้าที่ได้ใช้บริการในระบบร้านขายรองเท้าออนไลน์ การพัฒนานี้ใช้ภาษาพีเอชพีในการพัฒนาโปรแกรมใช้มายเอสคิวแอลบริหารการจัดการระบบฐานข้อมูล และใช้พีเอชพีคลาวด์เป็นตัวบริหารการจัดการระบบ ในรูปแบบอีคอมเมิร์ซ เพื่อที่จะลดค่าใช้จ่ายในการนำเสนอตัวสินค้าสามารถเข้าถึงลูกค้าได้เพิ่มมากขึ้น และเป็นข้อมูลการขายที่ถูกต้องแม่นยำ

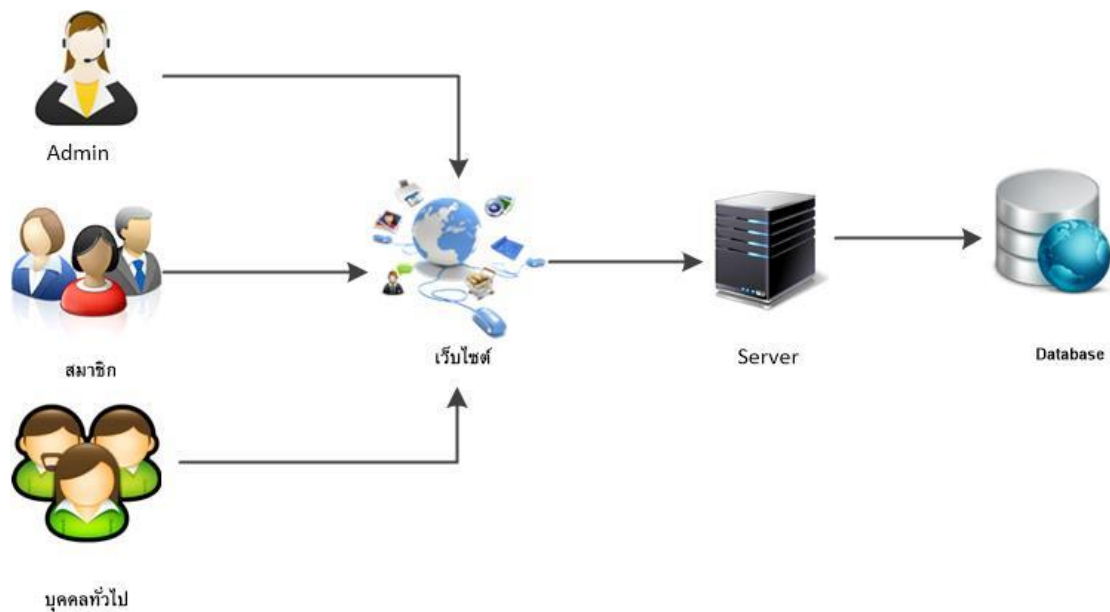
จันทร์จิรา ทองพริก มารีย์ยะ สันเกาะ เสาวลักษณ์ ธาณิรัตน์ (2559) สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช ร้านโทรศัพท์จ่อมโอบายดาเนิน ธุรกิจขายโทรศัพท์มือถือ เพื่อเพิ่มช่องทางในการจัดจำหน่ายโทรศัพท์มือถือและระบบสามารถจัดการข้อมูลสินค้า จัดการข้อมูลสมาชิก จัดการข้อมูลข่าว ประชาสัมพันธ์ จัดการการแจ้งชำระเงิน และสามารถสรุปยอดขายตามช่วงเวลาโดยโปรแกรมที่ใช้พัฒนา Adobe Dreamweaver CS6 ในการพัฒนาเว็บไซต์ Appserv Version 2.5.10 ในการจัดการเซิร์ฟเวอร์ และ My SQL ในการจัดการฐานข้อมูล

ธนภัทร พิบุรณ์สวัสดิ์ ปิยะฉัตร สุวรรณหงษ์ วนาลี มูลเนียม กาญจนา ศรีชากา ปวีณา สายแสง (2557) สาขาวิชาการระบบสารสนเทศ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ การพัฒนาระบบขายเครื่องสำอางออนไลน์ เพื่อทดแทนระบบงานเดิม โดยการทำงานของระบบ มีการจัดการเนื้อหาภายในเว็บไซต์ ให้มีความสะดวกรวดเร็วมากยิ่งขึ้น มีการสั่งซื้อสินค้าที่ไม่ยุ่งยาก มีการตกแต่งหน้าร้านให้มีความทันสมัย โดยโปรแกรมที่ใช้ในการพัฒนามีดังนี้ Adobe Dreamweaver CS5 ใช้ในการตกแต่งเว็บไซต์ Adobe Photoshop CS5 ใช้ในการตกแต่งรูปภาพ My SQL ในการจัดการระบบฐานข้อมูล และใช้ภาษา PHP ในการพัฒนาเว็บไซต์

บทที่ 3 วิธีการดำเนินโครงการ

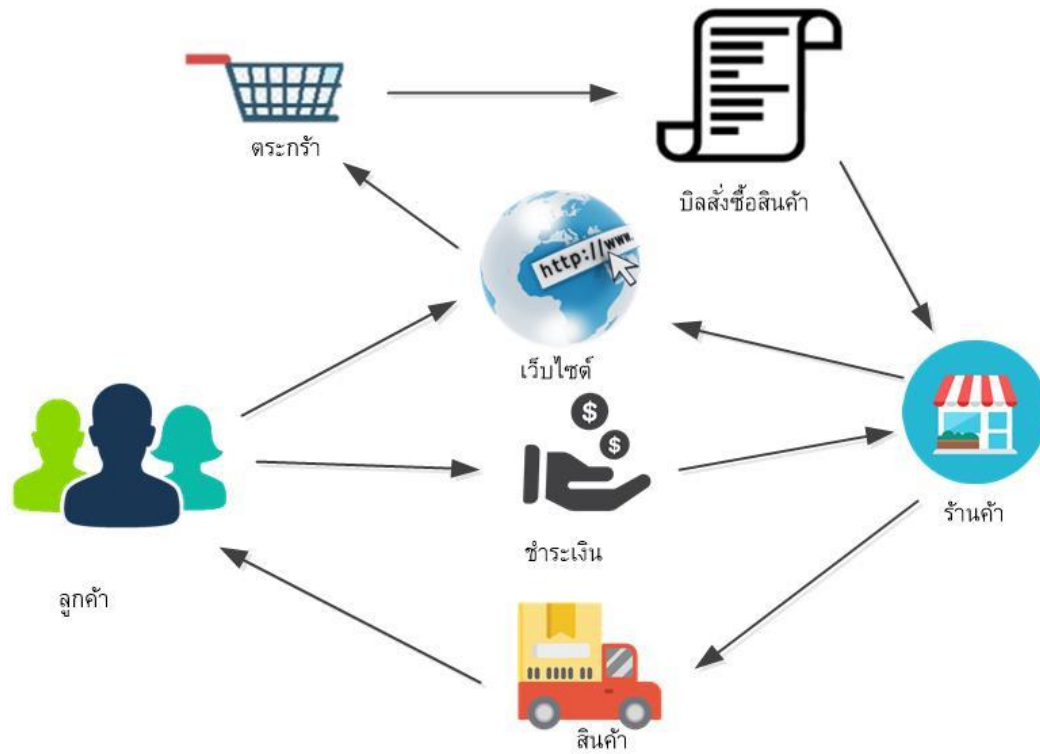
จากการสอบถามระบบงานเดิมของผู้ประกอบการการขายสินค้าฟู้ด&เฟรช บ้านเสื้อผ้า ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ พบว่าระบบงานเดิมนั้นมีปัญหาเกี่ยวกับการขายส่งสินค้า ซึ่งผู้ประกอบการไม่ได้ขายผ่านเว็บหรือเพจใด ๆ เพราะระบบเดิมคือการขายหน้าร้าน จึงได้ข้อมูลที่ชัดเจนว่าสินค้าภายในฟู้ด&เฟรช บ้านเสื้อผ้าไม่ได้ออกสู่การขายผ่านตลาดออนไลน์จึงเป็นผลต่อการสั่งซื้อช่องทางการขายได้น้อย ดังนั้นการทำระบบซื้อขายออนไลน์นี้ขึ้นมาเพื่อเป็นช่องทางในการเลือกซื้อและตัดสินใจของผู้บริโภค ซึ่งถือว่าเป็นอีกทางเลือกหนึ่งในการอำนวยความสะดวกให้กับผู้บริโภค

3.1 ภาพรวมระบบ



ภาพที่ 3.1 ภาพรวมระบบซื้อขายออนไลน์ผลิตภัณฑ์ฟู้ด&เฟรช บ้านเสื้อผ้า

จากภาพที่ 3.1 คือ ภาพรวมของระบบซื้อขายออนไลน์ผลิตภัณฑ์ฟู้ด&เฟรช บ้านเสื้อผ้า ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ ผู้ใช้งานและผู้ดูแลระบบเข้าสู่เว็บไซต์ผ่านอินเทอร์เน็ต ผู้ดูแลระบบทำการบันทึกข้อมูลไปยัง Database

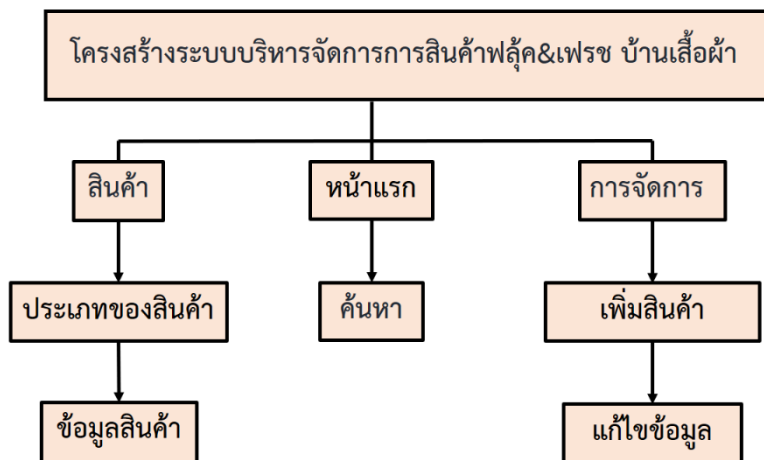


ภาพที่ 3.2 ภาพรวมระบบซื้อขายออนไลน์

จากภาพที่ 3.2 คือ ภาพรวมของระบบซื้อขายออนไลน์สินค้าผลิตภัณฑ์ฟู้ด&เฟรช บ้านเสื่อผ้า 367/41/2 หมู่บ้านจิระนคร ต.ในเมือง อ.เมือง จ.บุรีรัมย์ 31000 ผู้ใช้จะทำการเข้าสู่ระบบและเข้าดูสินค้ากดสั่งซื้อสินค้า ทำการยืนยันการสั่งซื้อ ชำระเงินผ่านระบบธนาคาร ยืนยันหลักฐานการชำระเงิน และออกจากระบบ จากนั้นแอดมินจะจัดการข้อมูลการสั่งซื้อสินค้า ตรวจสอบการชำระเงิน ยืนยันการสั่งซื้อสินค้าของลูกค้า

3.2 การออกแบบการทำงานของระบบ

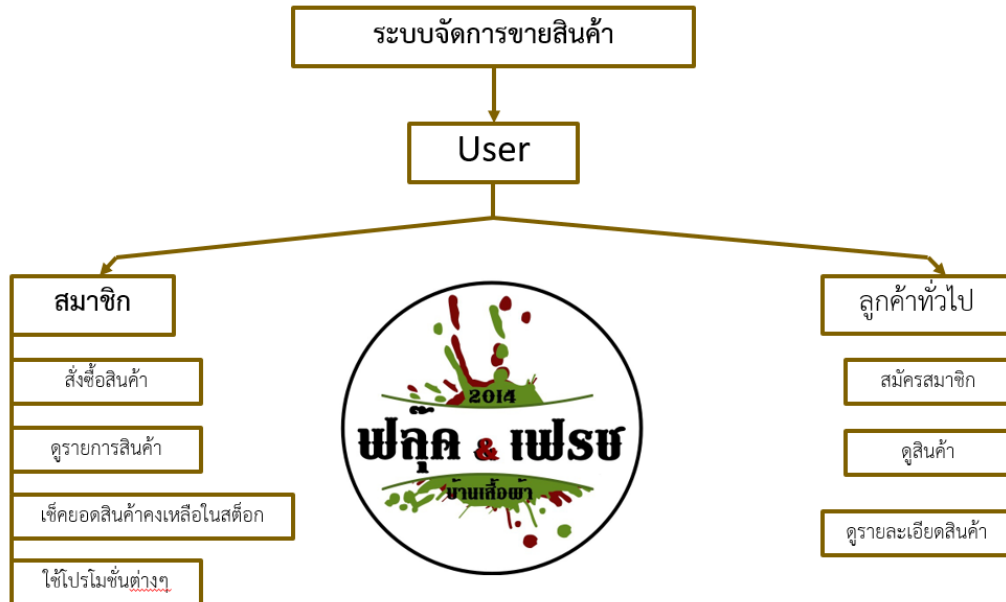
3.2.1 การออกแบบระบบของเว็บไซต์ส่วนของ Admin ของระบบการจัดการการขายสินค้าฟลุ๊ค&เฟรช บ้านเสื่อผ้า



ภาพที่ 3.3 โครงสร้างของระบบซื้อขายออนไลน์

จากภาพที่ 3.3 เป็นภาพรวมของเว็บไซต์ระบบการจัดการขายสินค้าสวนคุณย่าโดยแบ่งผู้ใช้ ออกเป็น 3 ส่วน คือ Admin จะทำหน้าที่ในการจัดการข้อมูลตรวจสอบและยืนยันข้อมูลทั้งหมดในส่วน ของพนักงานและลูกค้าจะทำการเข้าสู่ระบบ เลือกดูรายการสินค้า

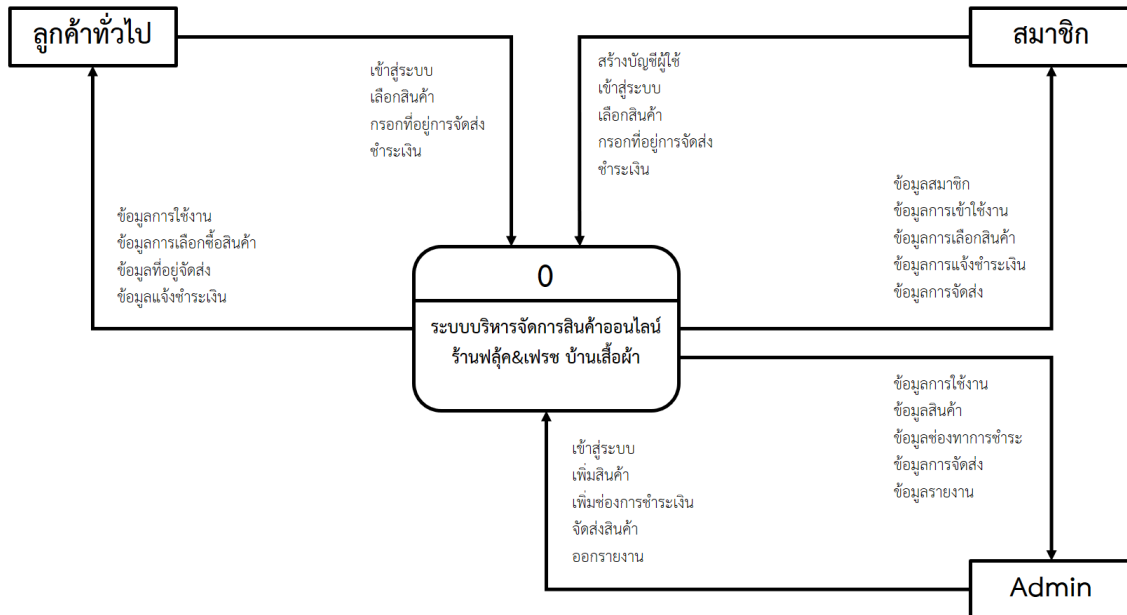
3.2.2 การออกแบบระบบของเว็บไซต์ส่วนของ User ของระบบการจัดการการขายสินค้าฟู้ด&เฟรช บ้านเสื่อผ้า



ภาพที่ 3.4 ระบบจัดการสินค้า

จากภาพที่ 3.4 เป็นภาพรวมของเว็บไซต์ระบบการจัดการขายสินค้าฟู้ด&เฟรช บ้านเสื่อผ้า โดยแบ่งผู้ใช้ออกเป็น 3 ส่วนคือ User จะทำหน้าที่ในการเข้าสู่ระบบ เลือกดูรายการสินค้าต่างๆ

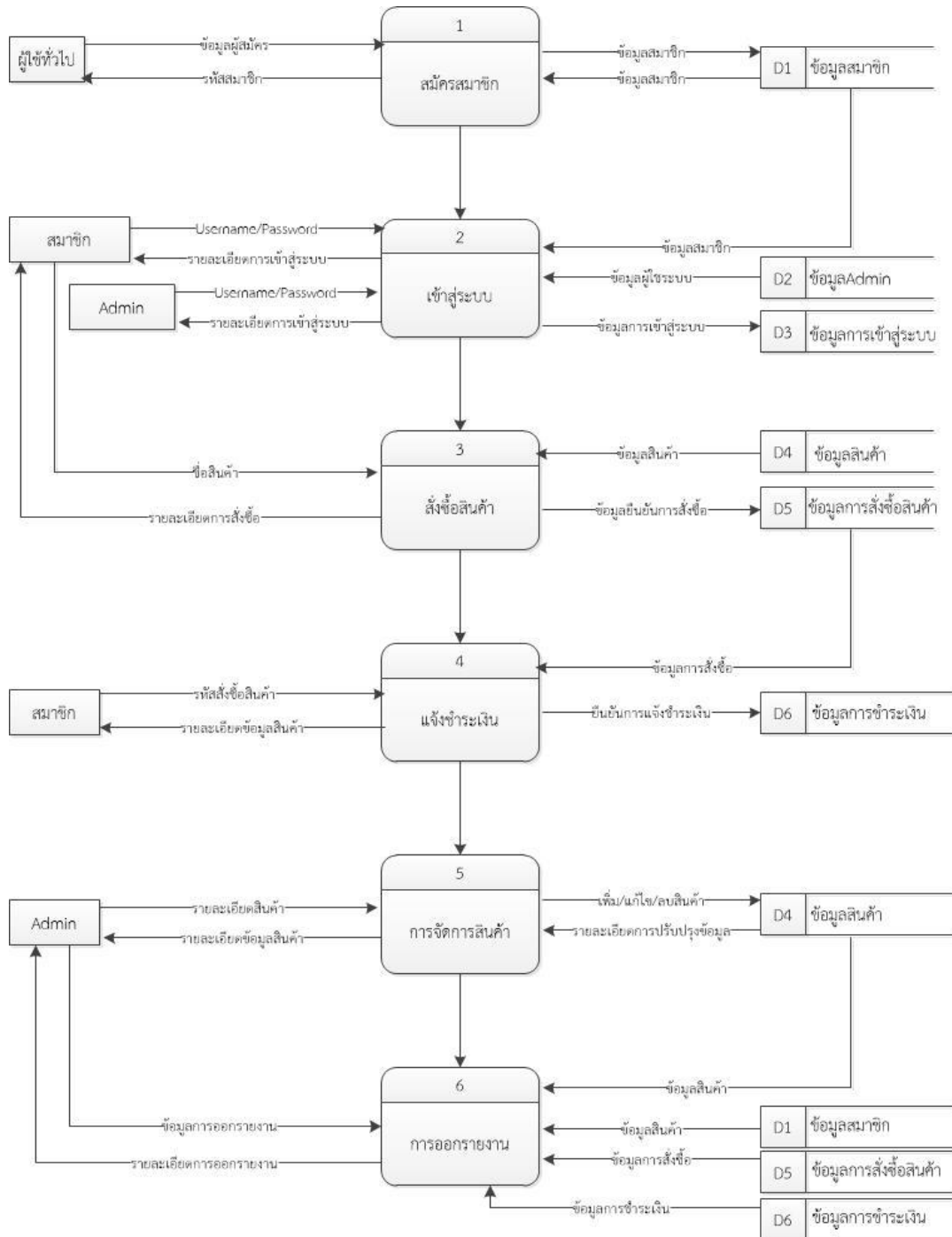
3.3 การออกแบบระบบฐานข้อมูลของเว็บไซต์



ภาพที่ 3.5 Context diagram Level 0 ของระบบจัดการการขายสินค้าฟู้ค&เฟรช บ้านเสื้อผ้า

จากภาพที่ 3.5 เป็นการไหลของกระแสข้อมูลในระดับ 0 ของระบบการจัดการการขายสินค้าฟู้ค&เฟรช บ้านเสื้อผ้า บันทึกรายละเอียดระบบสั่งซื้อ ข้อมูลลูกค้า ข้อมูลเจ้าของร้าน ซึ่งมีการทำงานระหว่างข้อมูลที่ผู้ใช้งานส่งคำสั่งซื้อไปยังเว็บไซต์ และ เว็บไซต์ส่งข้อมูลไปที่ฐานข้อมูล และมีการส่งข้อมูลกลับมายังผู้ใช้งาน

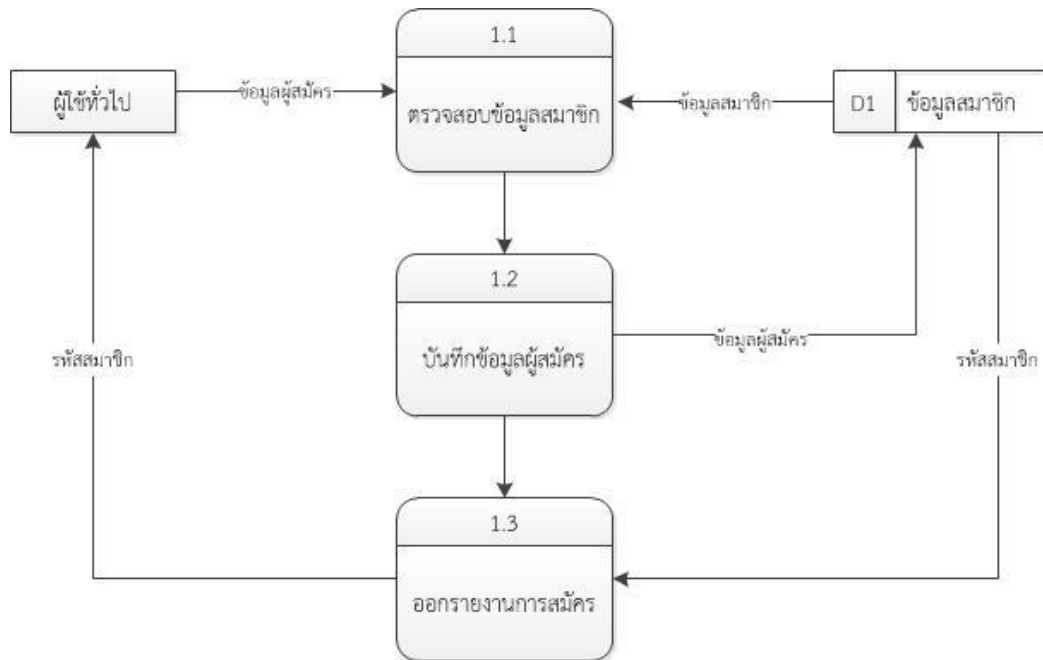
3.3.1 แผนภาพกระแสข้อมูลระดับที่ 1 ประกอบด้วยการประมวลผลย่อยของแผนภาพระดับที่ 1



ภาพที่ 3.6 Data flow Diagram level 1 ระบบการขายสินค้าออนไลน์

จากภาพที่ 3.6 แสดงการทำงานของระบบสินค้าออนไลน์ โดยที่สมาชิกเข้าสู่ระบบเพื่อสั่งซื้อสินค้าแล้วชำระเงิน Admin เข้าสู่ระบบและจัดการข้อมูลสินค้า ผู้ใช้ทั่วไปสามารถสมัครสมาชิกได้

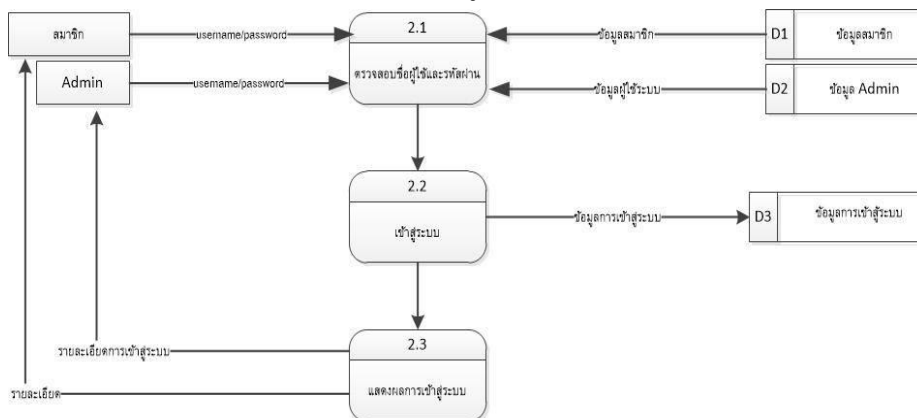
3.3.2 Data flow level 2 สมัครสมาชิก



ภาพที่ 3.7 Data flow level 2 สมัครสมาชิก

จากภาพที่ 3.7 แสดงการทำงานของส่วนการสมัครสมาชิกของระบบขายสินค้าออนไลน์ โดยที่ระบบการสมัครสมาชิก จะทำการตรวจสอบข้อมูลผู้สมัครกับบันทึกข้อมูลผู้สมัครและออกรายงานการสมัคร

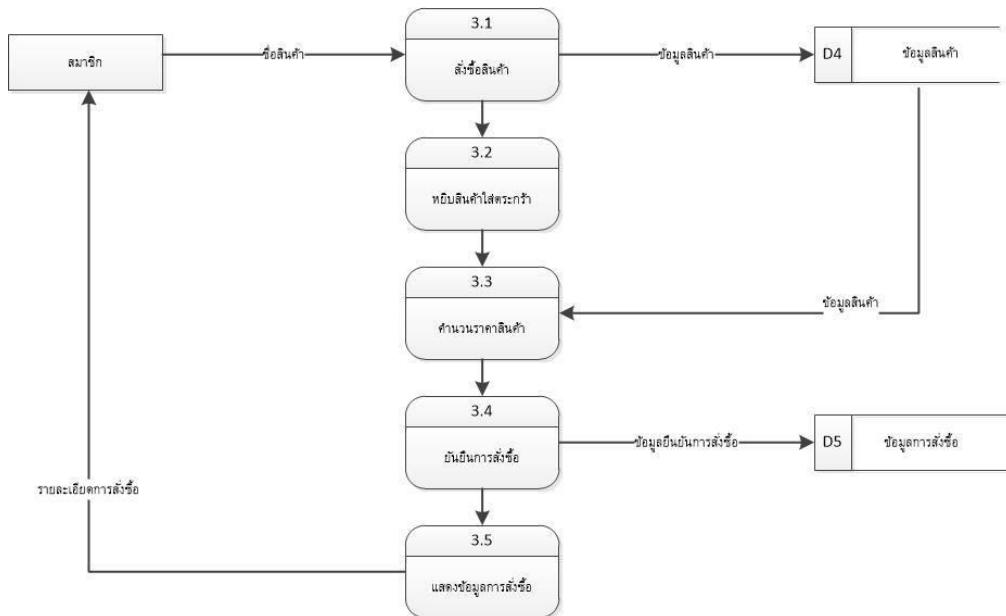
3.3.3 Data flow level 2 เข้าสู่ระบบ



ภาพที่ 3.8 Data flow level 2 เข้าสู่ระบบ

จากภาพที่ 3.8 แสดงการทำงานของส่วนการเข้าสู่ระบบของระบบขายสินค้าออนไลน์ โดยที่ ระบบ จะทำการตรวจสอบชื่อผู้ใช้และรหัสผ่านและเข้าสู่ระบบ

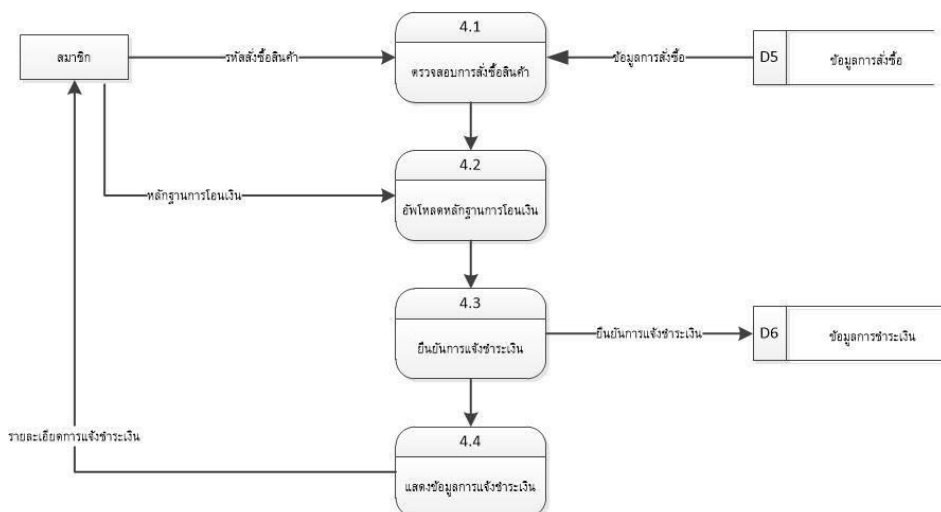
3.3.4 Data flow level 2 การสั่งซื้อสินค้า



ภาพที่ 3.9 Data flow level 2 การสั่งซื้อสินค้า

จากภาพที่ 3.9 แสดงการทำงานของส่วนการสั่งซื้อสินค้าโดยที่สมาชิกจะทำการเลือกซื้อสินค้าและหยิบสินค้าใส่ตะกร้า คำนวณราคา ยืนยันการสั่งซื้อ แสดงข้อมูลการสั่งซื้อ

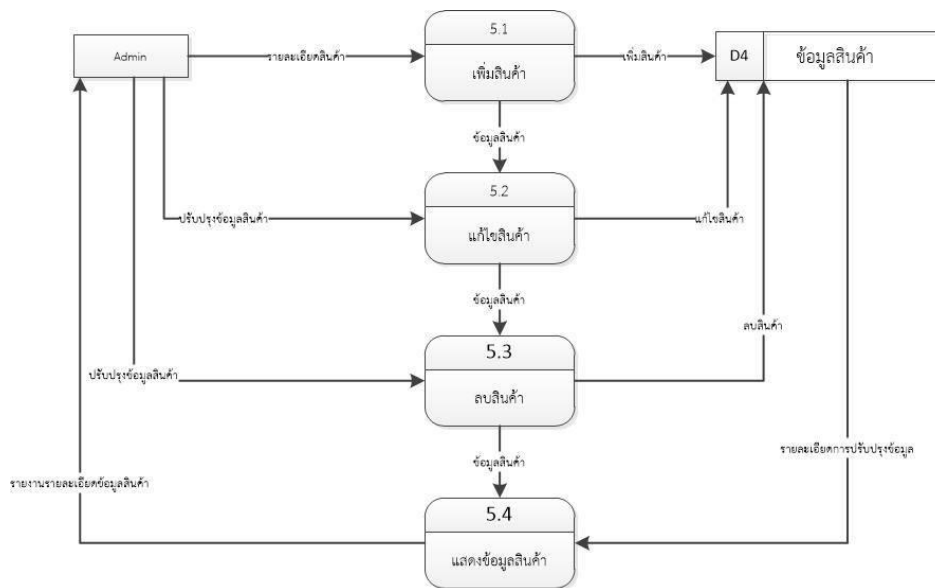
3.3.5 Data flow level 2 การชำระเงิน



ภาพที่ 3.10 Data flow level 2 การชำระเงิน

จากภาพที่ 3.10 แสดงการทำงานของส่วนการชำระเงินของระบบขายสินค้าออนไลน์ โดยที่สมาชิกจะทำการส่งหลักฐานการโอนเงินจากนั้นยืนยันการแจ้งชำระเงินและแสดงข้อมูลการแจ้งชำระ

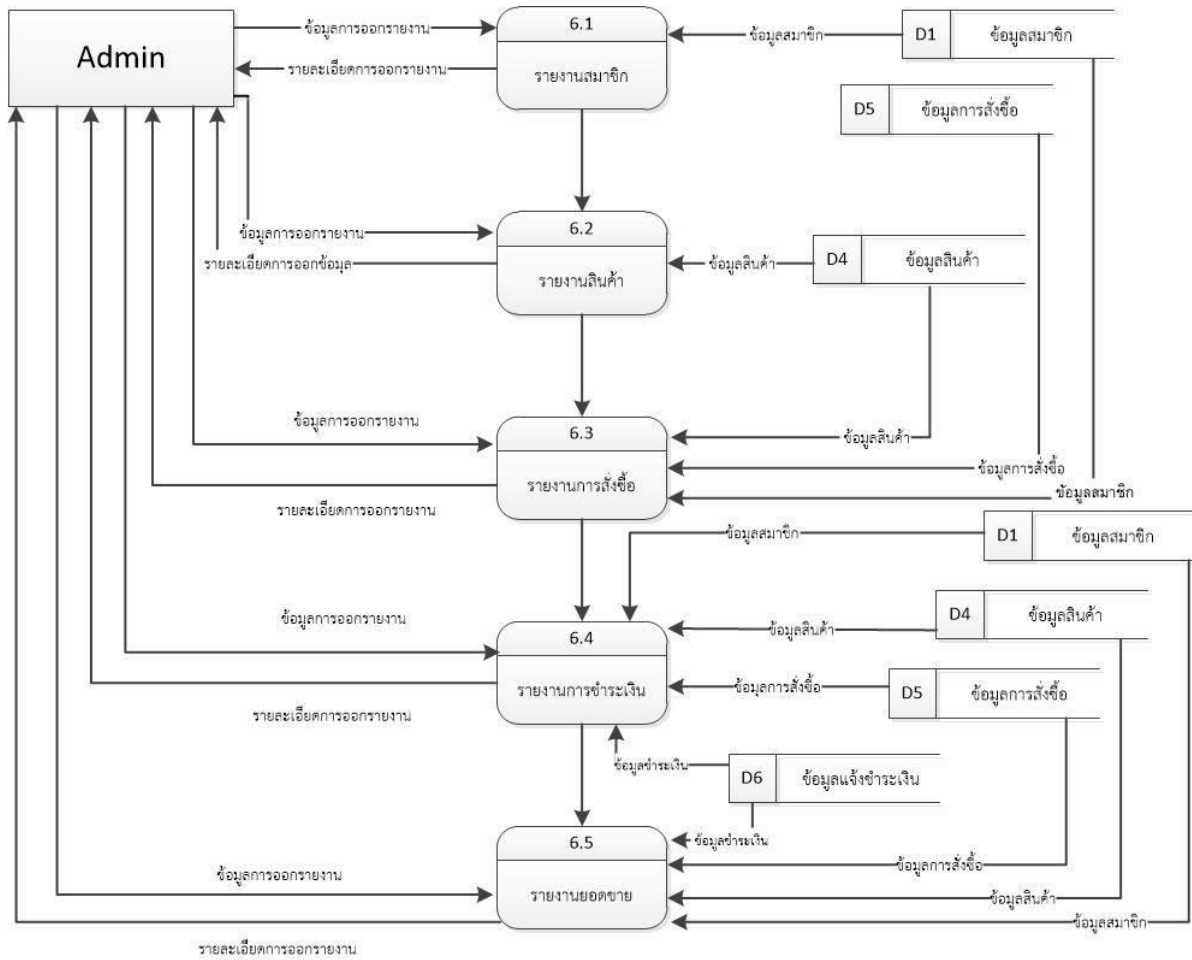
3.3.6 Data flow level 2 การจัดการสินค้า



ภาพที่ 3.11 Data flow level 2 การจัดการสินค้า

จากภาพที่ 3.11 แสดงการทำงานของส่วนการจัดการสินค้าของระบบขายสินค้าออนไลน์ โดยที่ผู้จัดการสินค้าคือ Admin จะทำการเพิ่ม ลบ และแก้ไขสินค้าและแสดงข้อมูลสินค้า

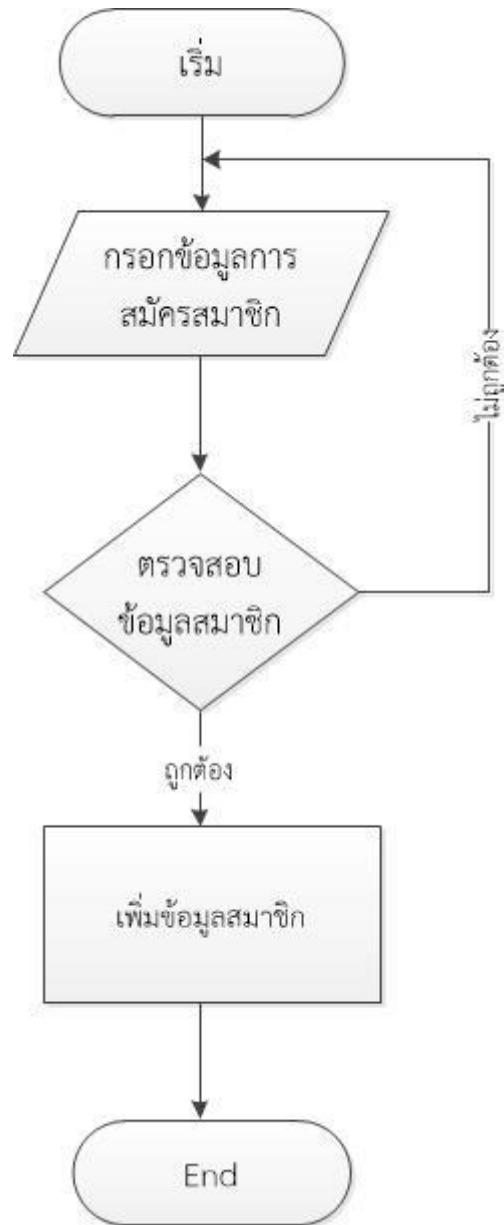
3.3.7 Data flow level 2 การจัดการการออกรายงาน



ภาพที่ 3.12 Data flow level 2 การจัดการการออกรายงาน

จากภาพที่ 3.12 แสดงการทำงานของส่วนการจัดการออกรายงานของระบบขายสินค้าออนไลน์ โดยที่ผู้จัดการสินค้าคือ Admin จะทำการรายงานยอดขายสินค้า

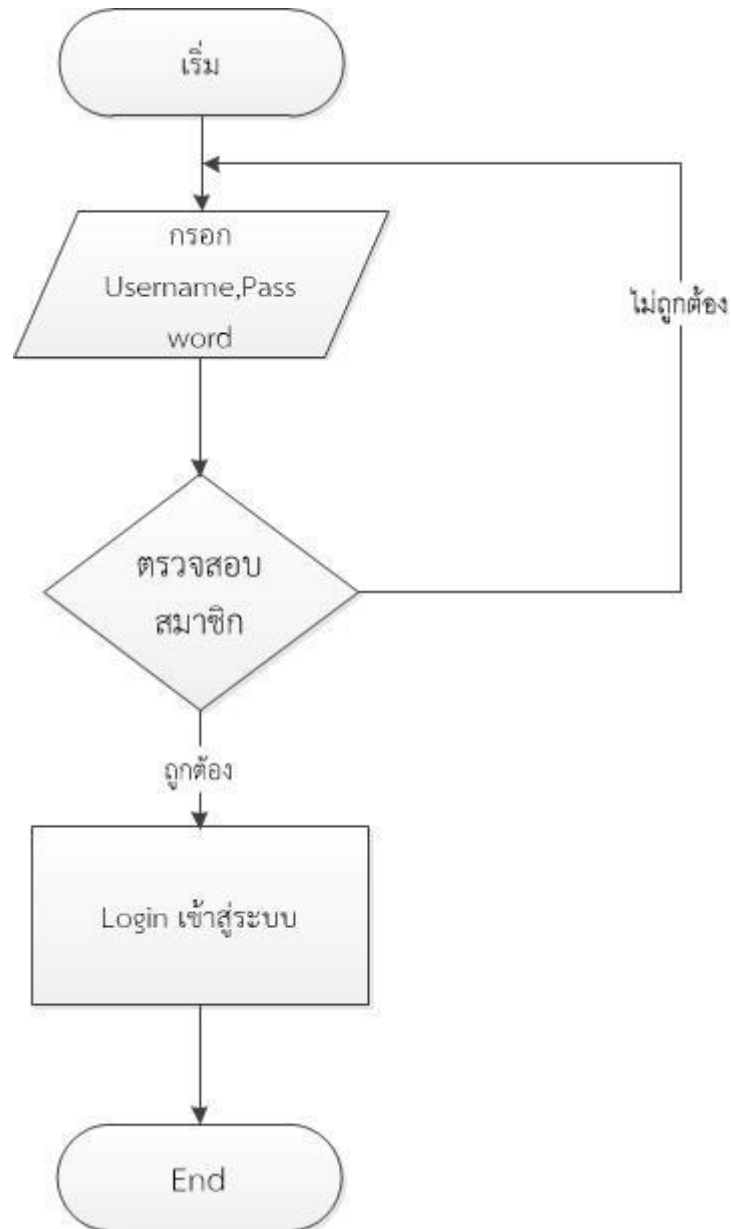
3.3.8 Flowchart แสดงการทำงานของกรสมัครสมาชิก



ภาพที่ 3.13 Flowchart แสดงการสมัครสมาชิก

จากภาพที่ 3.13 เป็นการแสดงการสมัครสมาชิกโดยมีการกรอกข้อมูลในการสมัคร ตรวจสอบข้อมูลสมาชิกถ้าไม่ถูกต้องก็จะกลับไปกรอกใหม่ แต่ถ้าถูกต้องก็ลงมาต่อไปเพิ่มข้อมูลสมาชิกและจบการทำงาน

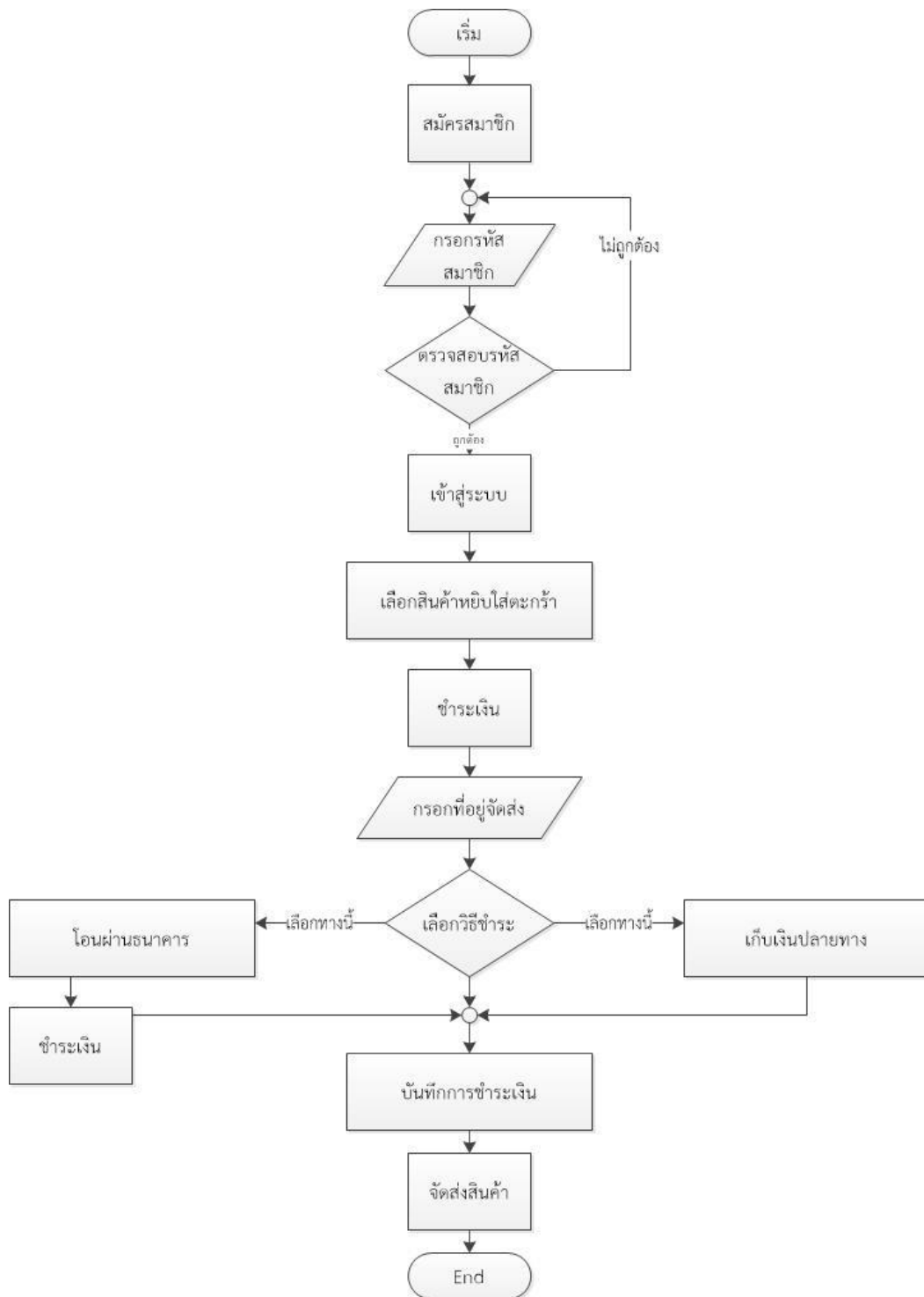
3.3.9 Flowchart แสดงการทำงานของระบบ



ภาพที่ 3.14 Flowchart แสดงการเข้าสู่ระบบ

จากภาพที่ 3.14 Flowchart แสดงการเข้าสู่ระบบ ทำการกรอก Username และ Password ตรวจสอบชื่อสมาชิก ถ้าชื่อสมาชิกไม่ถูกต้องให้กลับไปกรอก Username และ Password ใหม่ แต่ถ้าชื่อสมาชิกถูกต้องจะทำการเข้าสู่ระบบและจบการทำงาน

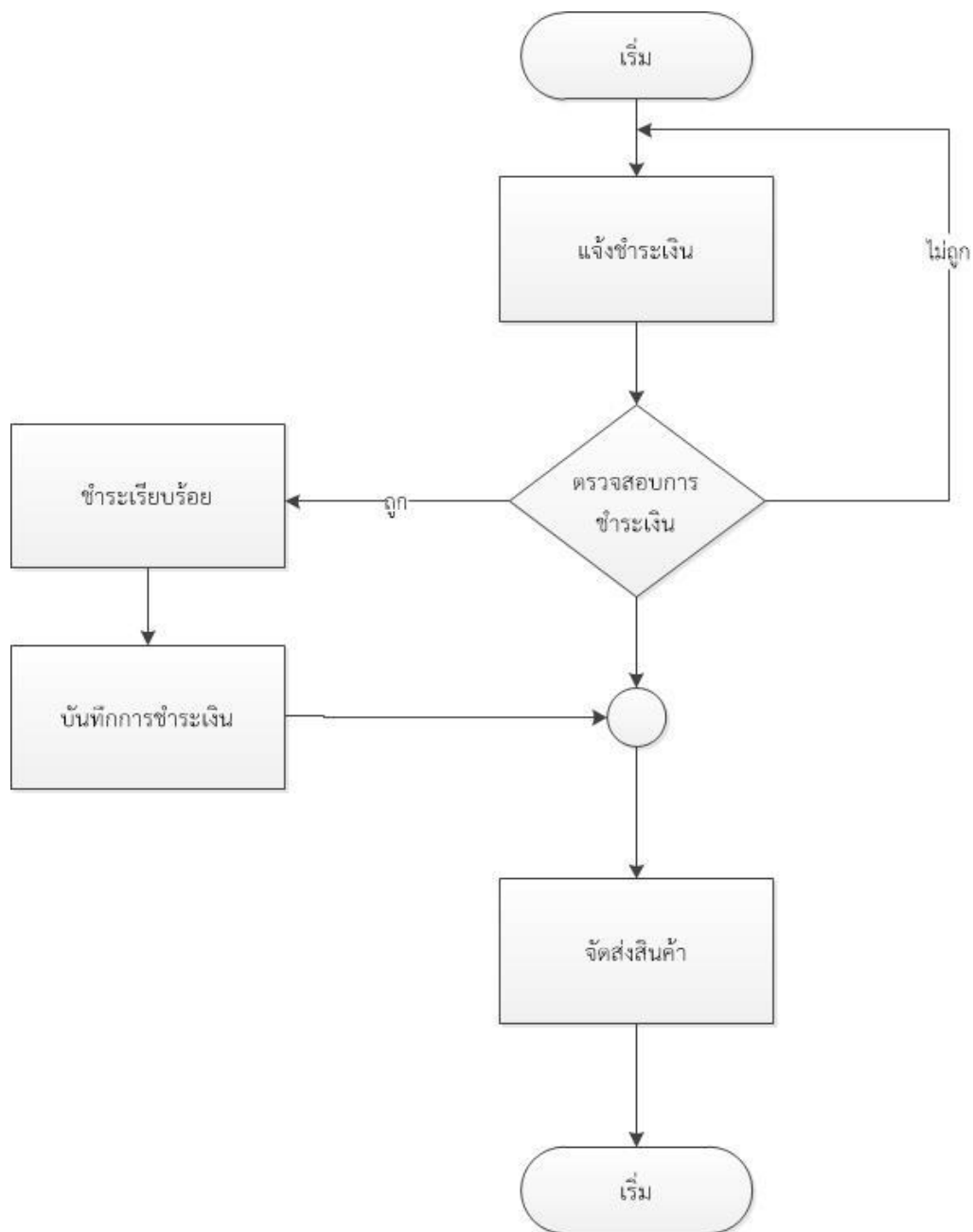
3.3.10 Flowchart แสดงการทำงานของกรสั่งซื้อสินค้า



ภาพที่ 3.15 Flowchart แสดงการสั่งซื้อสินค้า

จากภาพที่ 3.15 เป็นการแสดงขั้นตอนในการสั่งซื้อสินค้าในเว็บไซต์ ค้นหาสินค้า เพิ่มสินค้า ลงในตะกร้า ชำระเงิน เลือกวิธีชำระ บันทึกการชำระเงิน จัดส่งสินค้าเป็นอันเสร็จสิ้น

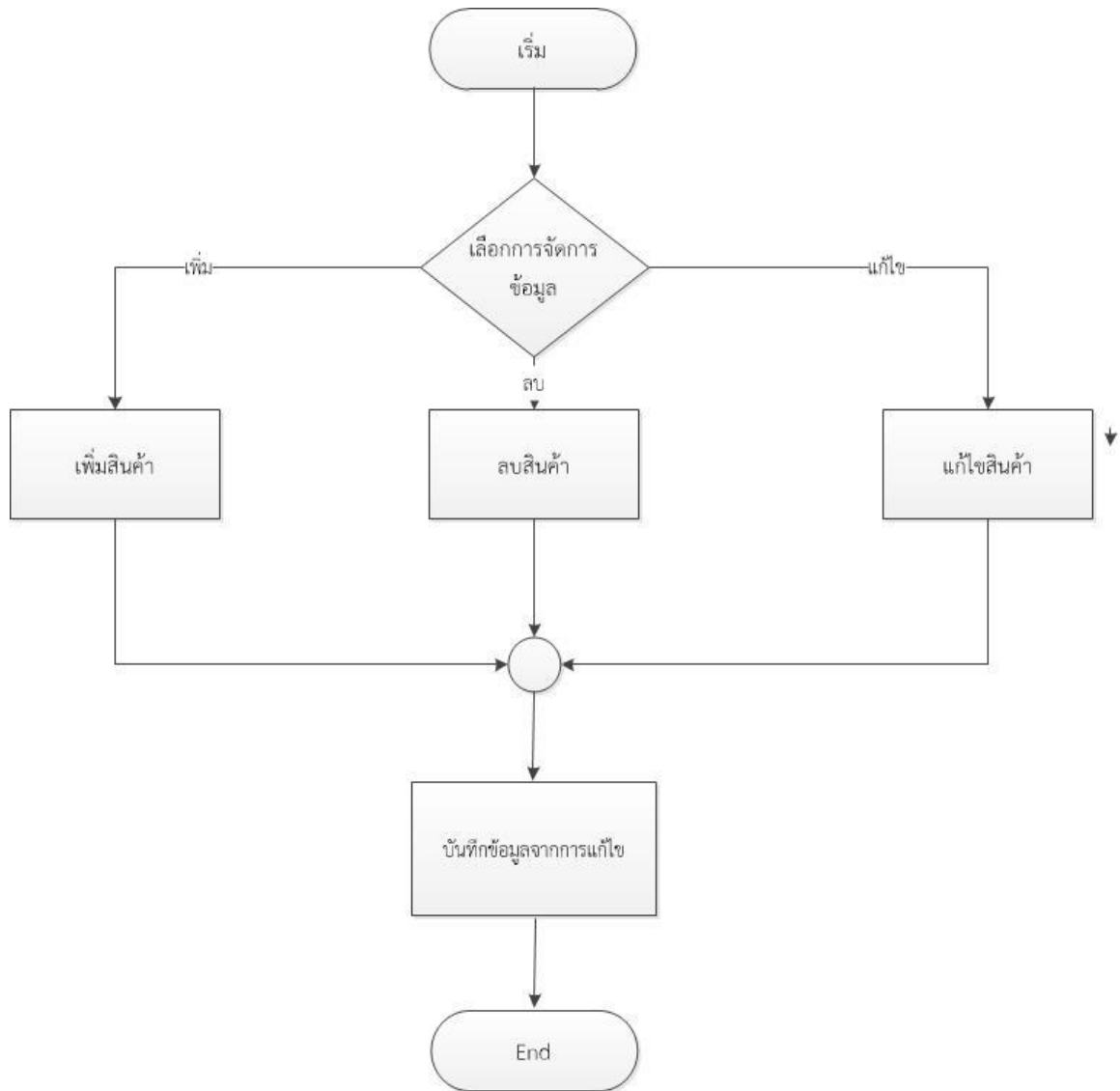
3.3.11 Flowchart แสดงการทำงานของการทำงานของการแจ้งชำระเงิน



ภาพที่ 3.16 Flowchart แสดงการแจ้งชำระเงิน

จากภาพที่ 3.16 เป็นการแสดงขั้นตอนการแจ้งชำระเงินโดยการแจ้งชำระเงินต่อมา ตรวจสอบการชำระเงินถ้าไม่ถูกให้แจ้งชำระเงินใหม่ แต่ถ้าถูกจะชำระเรียบร้อยแล้วและบันทึกการชำระเงิน จัดส่งสินค้าเป็นอันเสร็จสิ้น

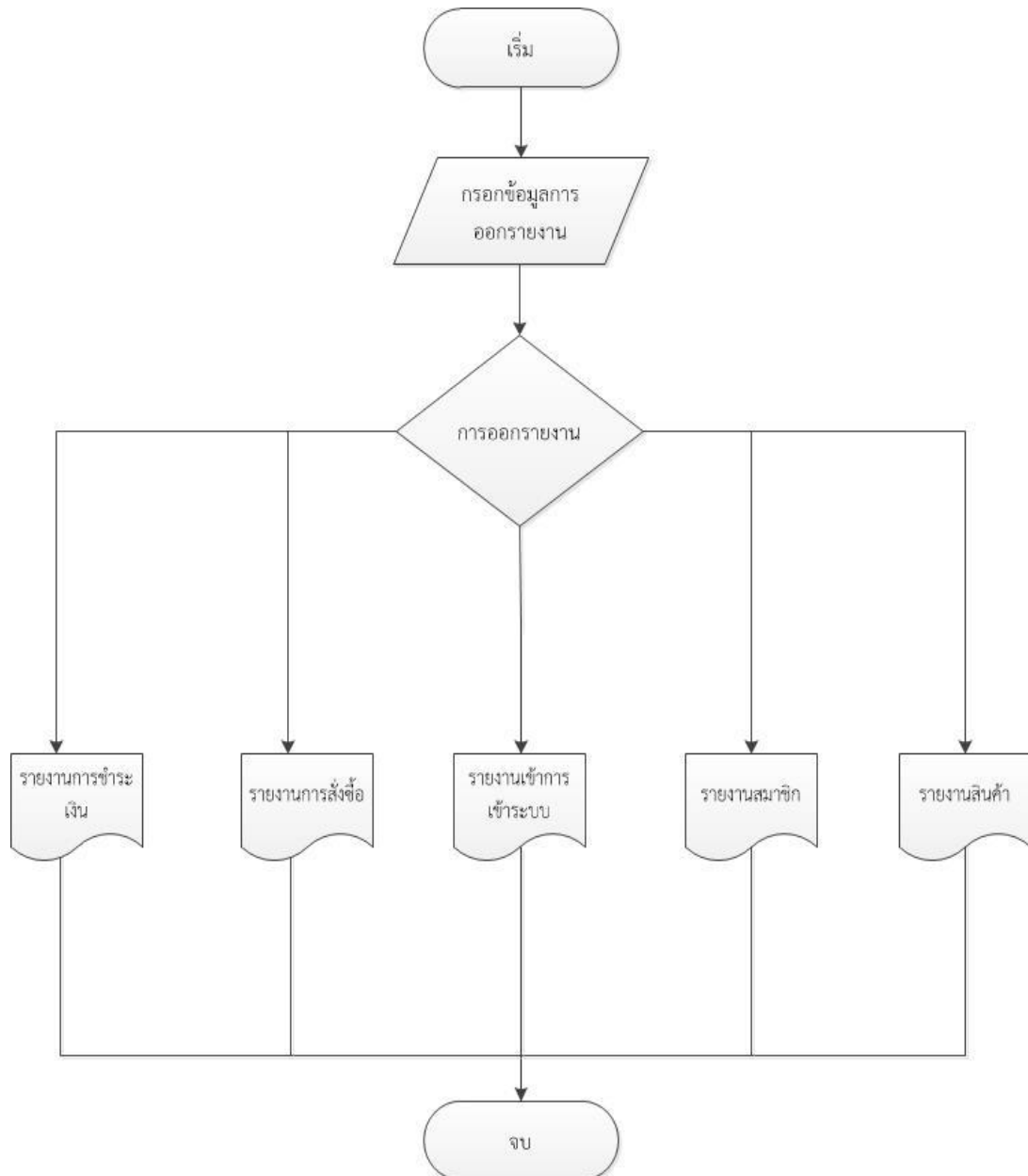
3.3.12 Flowchart แสดงการทำงานของจัดการข้อมูลสินค้า



ภาพที่ 3.17 Flowchart แสดงการจัดการข้อมูลสินค้า

จากภาพที่ 3.17 เป็นการแสดงการจัดการข้อมูลสินค้าในส่วนของการเพิ่ม ลบ และแก้ไขสินค้าเมื่อทำการเพิ่มลบและแก้ไขสินค้าและการบันทึกข้อมูลก็จะจบการทำงาน

3.3.13 Flowchart แสดงการทำงานของจัดการการออกรายงาน



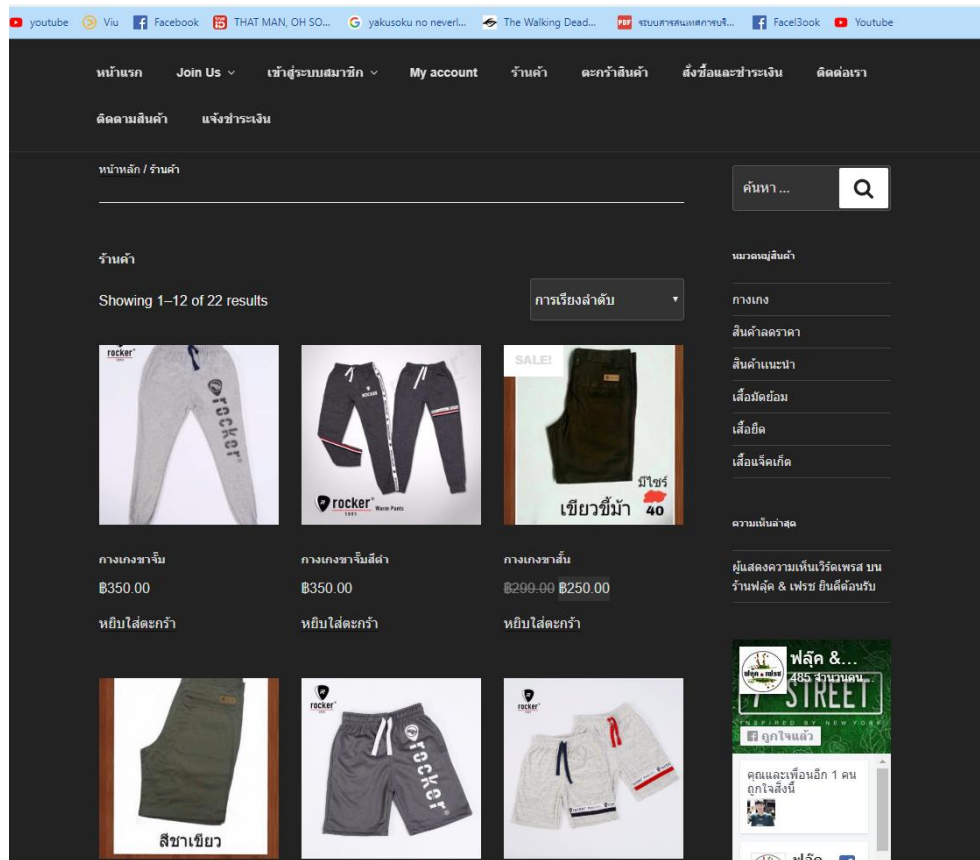
ภาพที่ 3.18 Flowchart แสดงการจัดการการออกรายงาน

จากภาพที่ 3.18 เป็นการแสดงการจัดการการออกรายงาน โดยมีการกรอกข้อมูลการออกรายงานและการออกรายงานการชำระเงิน การสั่งซื้อ การเข้าสู่ระบบ รายงานสมาชิก รายงานสินค้า และสิ้นสุดการทำงาน

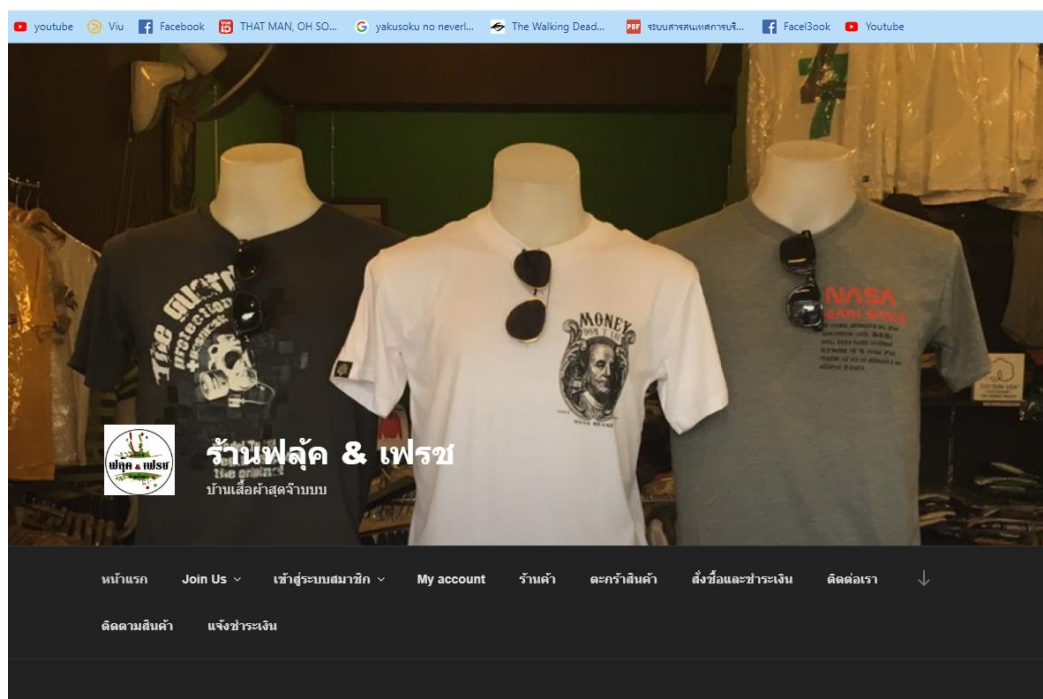
3.4 การออกแบบส่วนติดต่อผู้ใช้งานของเว็บไซต์

ภาพที่ 3.19 หน้า Login เข้าสู่ระบบ

ภาพที่ 3.20 แสดงหน้าจอเข้าสู่ระบบ ผู้ใช้งาน หน้าจอการสมัครสมาชิก



ภาพที่ 3.21 แสดงหน้าจอกการสมัครสมาชิก หน้าจอ เพิ่ม ลบ แก้ไขข้อมูลสินค้า



ภาพที่ 3.22 แสดงหน้าจอคลังสินค้าและตรวจสอบสินค้า

3.5 การออกแบบสอบถามความพึงพอใจ

การศึกษาความพึงพอใจของผู้สนใจผลิตภัณฑ์สินค้าสวนคุณย่า ในการใช้บริการระบบสั่งซื้อผลิตภัณฑ์สินค้าจาก ฟลุค&เฟรช บ้านเสื้อผ้า แบบสอบถามความพึงพอใจที่มีต่อการสั่งซื้อสินค้าจากฟลุค&เฟรช บ้านเสื้อผ้า แบ่งออกเป็น 3 ส่วนได้แก่

3.5.1 กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าในครั้งนี้ คือผู้ที่เข้ามาใช้สื่อสังคมออนไลน์ การบริหารจัดการการขายสินค้าฟลุค&เฟรช บ้านเสื้อผ้า โดยมีจำนวนกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 45 คน

3.5.2 สูตรการวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติ สำหรับวิเคราะห์คุณภาพเว็บไซต์สำหรับผู้เชี่ยวชาญ
หาค่าเฉลี่ยเลขคณิต สูตรการหาค่าเฉลี่ย (Mean)

$$\bar{X} = \frac{\sum x}{n}$$

เมื่อ \bar{X} แทนค่าเฉลี่ย
 $\sum x$ แทนผลผลรวมของคะแนนทั้งหมดในกลุ่ม
 n แทนจำนวนของคะแนนในกลุ่ม

ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน(Standard Deviation)เพื่อใช้แปลความหมายของข้อมูลในฐานต่างๆ โดยใช้สูตรนี้

$$S.D. = \sqrt{\frac{\sum (x_i - \bar{x})^2}{n(n-1)}}$$

เมื่อ S.D. แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
 N แทน จำนวนข้อมูล
 x แทน ค่ากึ่งกลางชั้น
 Σ แทน ผลรวม

3.5.3 แบบสอบถามความพึงพอใจ

เกณฑ์การให้คะแนนแบบประเมินแบ่งเป็น 5 ระดับคือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด โดยมีหลักเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

ความพึงพอใจมากที่สุด	มีคะแนนเท่ากับ	5
ความพึงพอใจมาก	มีคะแนนเท่ากับ	4
ความพึงพอใจปานกลาง	มีคะแนนเท่ากับ	3
ความพึงพอใจน้อย	มีคะแนนเท่ากับ	2
ความพึงพอใจน้อยที่สุด	มีคะแนนเท่ากับ	1

โดยใช้เกณฑ์ประเมินผลค่าเฉลี่ยเกี่ยวกับประสิทธิภาพ ของการพัฒนาเว็บไซต์ระบบ ระบบบริหารจัดการการขายสินค้าฟู้ด&เฟรช บ้านเสื้อผ้า จะมีเกณฑ์ประเมิน ดังนี้

ระดับคะแนน	ความหมาย
คะแนนเฉลี่ย 4.50 – 5.00	ระดับประสิทธิภาพของระบบดีมาก
คะแนนเฉลี่ย 3.50 – 4.49	ระดับประสิทธิภาพของระบบดี
คะแนนเฉลี่ย 2.50 – 3.49	ระดับประสิทธิภาพของระบบดีปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย 1.50 – 2.49	ระดับประสิทธิภาพของระบบน้อย
คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.49	ระดับประสิทธิภาพของระบบน้อยมาก

บทที่ 4

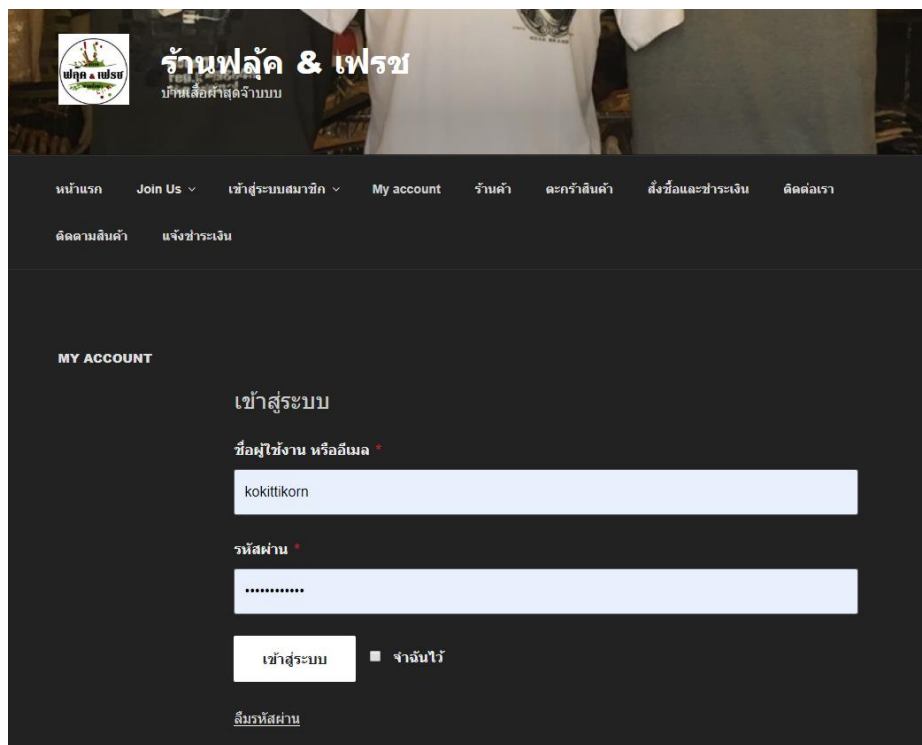
การดำเนินงาน

การพัฒนาเว็บไซต์ระบบบริหารจัดการร้านค้าออนไลน์ กรณีศึกษาร้านฟลัค & เฟรช ได้ผลการดำเนินงาน 3 ส่วนคือ Admin ลูกค้าสมาชิกและผลการประเมินความพึงพอใจ

4.1 Admin

4.1.1 หน้าจอเข้าสู่ระบบ

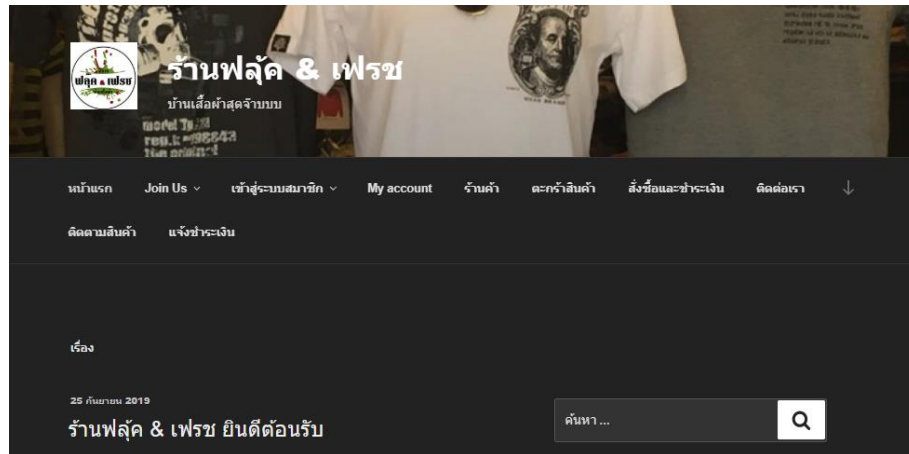
ของ Admin เป็นส่วนของหน้าจอเข้าสู่ระบบใช้งานของ Admin จำเป็นต้องกรอกชื่อผู้ใช้ของ Admin หรือที่อยู่อีเมล และรหัสผ่านให้ถูกต้องเพื่อที่จะเข้ามาใช้งานของโปรแกรม wordpress ดังภาพที่ 4.1



ภาพที่ 4.1 หน้าจอเข้าสู่ระบบผู้ใช้งาน

4.1.2 หน้าแรกของเว็บไซต์

เป็นส่วนของหน้าแรกของเว็บไซต์ จะเป็นการโฆษณาสินค้าต่าง ๆ ของทางร้านและเราสามารถเพิ่มรายละเอียดต่างๆ ในส่วนของหน้าแรกได้อย่างหลากหลายตามที่เจ้าของร้านต้องการจะเพิ่ม ดังภาพที่ 4.2



ภาพที่ 4.2 หน้าแรกของเว็บไซต์

4.1.3 หน้าหลังร้านสินค้า

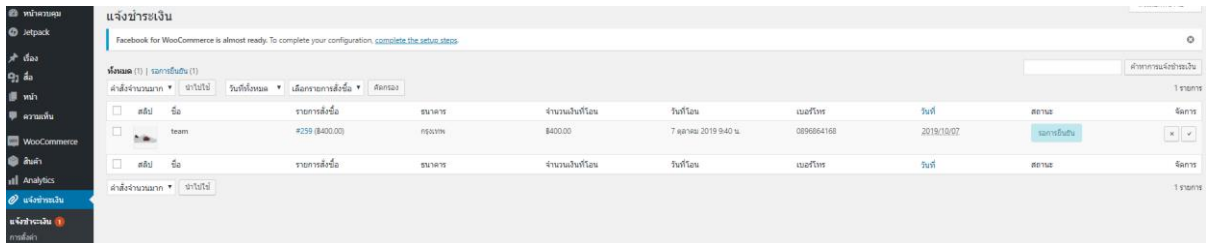
หน้าหลังร้านสินค้าเป็นหน้าหลังร้านสินค้า Admin ทำการเพิ่ม ลบ ข้อมูลสินค้า แก้ไข รายละเอียดสินค้าได้ทั้งหมดและสามารถเข้าไปดู รหัสสินค้า ราคาสินค้า หมวดหมู่สินค้า ได้ดังภาพที่ 4.3

ชื่อ	รหัสสินค้า	สต็อกสินค้า	ราคา	หมวดหมู่	สถานะสินค้า	วันที่
เสื้อแขนยาว	HM-Q-13	มีสินค้า (4)	\$1,800.00	เสื้อแขนยาว
เสื้อแขนยาว	MK-08	มีสินค้า (4)	\$300.00	เสื้อแขนยาว
เสื้อแขนยาว	MK-05	มีสินค้า (4)	\$300.00	เสื้อแขนยาว
เสื้อแขนยาว	MK-04	มีสินค้า (4)	\$300.00	เสื้อแขนยาว
เสื้อแขนยาว	MK-03	มีสินค้า (4)	\$300.00	เสื้อแขนยาว
เสื้อแขนยาว	MK-01	มีสินค้า (5)	\$300.00	เสื้อแขนยาว
เสื้อแขนยาว	MK-02	มีสินค้า (4)	\$300.00	เสื้อแขนยาว
เสื้อแขนยาว	MK-04	มีสินค้า (8)	\$350.00	เสื้อแขนยาว
เสื้อแขนยาว	HL-01	มีสินค้า (5)	\$800.00	เสื้อแขนยาว
เสื้อแขนยาว	HM-Q-12	มีสินค้า (3)	\$1,900.00	เสื้อแขนยาว

ภาพที่ 4.3 หน้าหลังร้านสินค้า

4.1.4 หน้าตรวจสอบการชำระเงินลูกค้า

ส่วนของหน้าตรวจสอบการชำระเงินลูกค้า เป็นส่วนของหน้าที่แสดงส่วนของ การตรวจสอบการชำระเงินของลูกค้า โดยสามารถทำการ ลบ แก้ไขหรือ ยกเลิก Order นั้นได้และสามารถดูวันที่โอน เบอร์โทร ดังภาพที่ 4.4

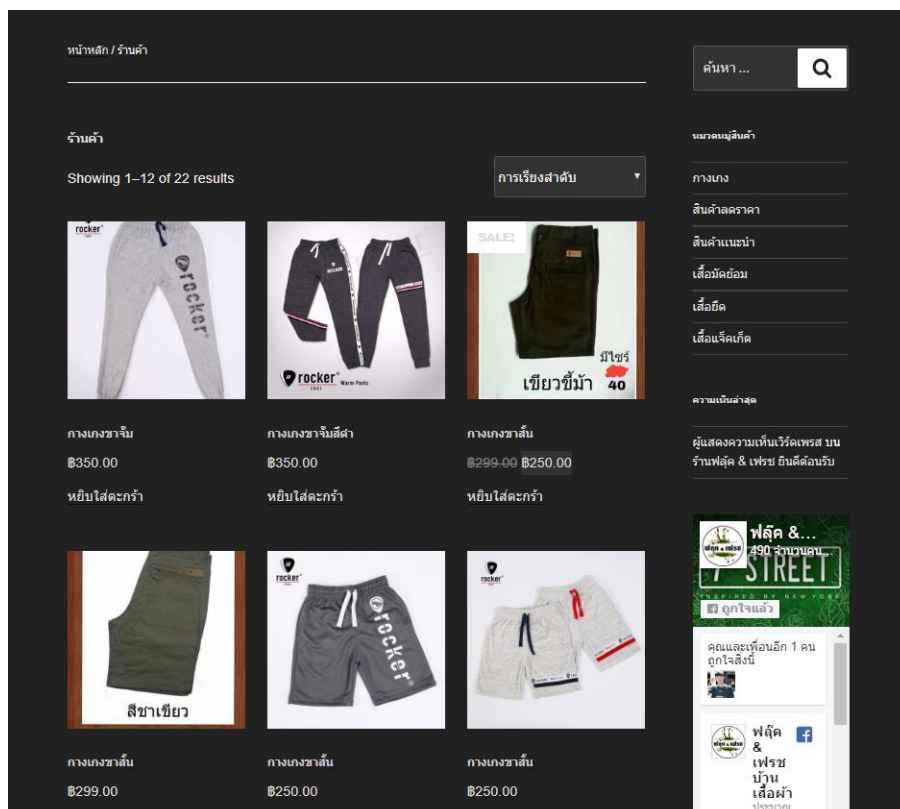


คำสั่งจ่ายรวม	คำสั่งจ่าย	เลือกภาษาสั่งซื้อ	สถานะ	จำนวนเงินโอน	วันที่โอน	เบอร์โทร	วันที่	สถานะ	จัดการ
คำสั่งจ่ายรวม	คำสั่งจ่าย	เลือกภาษาสั่งซื้อ	สถานะ	จำนวนเงินโอน	วันที่โอน	เบอร์โทร	วันที่	สถานะ	จัดการ
คำสั่งจ่ายรวม	คำสั่งจ่าย	เลือกภาษาสั่งซื้อ	สถานะ	จำนวนเงินโอน	วันที่โอน	เบอร์โทร	วันที่	สถานะ	จัดการ

ภาพที่ 4.4 หน้าตรวจสอบการชำระเงินลูกค้า

4.1.5 ตัวอย่างหน้าร้านค้า

หน้าร้านค้า เป็นส่วนของสินค้า รูปภาพประกอบสินค้า และตัวกรองราคาสินค้า รายละเอียดสินค้า เช่น ราคาสินค้า สินค้าลดราคา ขนาดของสินค้า น้ำหนัก รหัสสินค้า เป็นต้น ดังภาพที่ 4.5



ภาพที่ 4.5 ตัวอย่างหน้าร้านค้า

4.2 ลูกค้าสมาชิก

4.2.1 ตัวอย่างหน้าสมัครสมาชิก

สมัครสมาชิกเป็นส่วนของหน้าสมัครสมาชิกสำหรับลูกค้าทั่วไปเข้ามาสมัครสมาชิก ประกอบด้วย Username, First Name, Last name, E-mail address, Password, Confirm Password ดังภาพที่ 4.6

The screenshot shows a registration form on a website. The header includes the store name 'ร้านฟลัด & เฟรช' and navigation links like 'หน้าแรก', 'Join Us', 'เข้าสู่ระบบสมาชิก', 'My account', 'ร้านค้า', 'ตะกร้าสินค้า', 'สั่งซื้อและชำระเงิน', and 'ติดต่อเรา'. Below the header, there are links for 'ติดตามสินค้า' and 'แจ้งชำระเงิน'. The main form area is titled 'REGISTRATION' and contains the following fields: Username, Email, Password, Repeat Password, First Name, Last Name, and Membership Level (with a dropdown menu). A 'Register' button is located at the bottom right of the form.

ภาพที่ 4.6 ตัวอย่างหน้าสมัครสมาชิก

4.2.2 ตัวอย่างหน้าเข้าสู่ระบบ

เข้าสู่ระบบ ส่วนของลูกค้าที่เป็นสมาชิกเป็นส่วนของหน้า Login เข้าสู่ระบบ สำหรับลูกค้าสมาชิก ที่จะลงชื่อเข้าใช้เพื่อไปยังหน้าร้าน ประกอบด้วย Username or E-mail, Password ดังภาพที่ 4.7

The screenshot shows a member login form on the same website. The header and navigation links are identical to the registration page. The main form area is titled 'MEMBER LOGIN' and contains the following fields: Username or Email (with the example 'kokittikom'), Password (with masked characters '.....'), a 'Remember Me' checkbox, and a 'Login' button. Below the login button, there are links for 'Forgot Password?' and 'Join Us'.

ภาพที่ 4.7 ตัวอย่างหน้าเข้าสู่ระบบ

4.2.3 หน้าผู้ใช้งาน

หน้าผู้ใช้งานหลังจากเข้าสู่ระบบเรียบร้อยแล้ว เข้ามาจะเจอหน้าผู้ใช้งาน สมาชิกสามารถเข้าสู่ข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้งานและยังสามารถทำการแก้ไขข้อมูลของผู้ใช้งานได้ตามที่ผู้ใช้งานต้องการอีก ด้วย ดังภาพที่ 4.8

The screenshot shows a user profile page with the following fields:

- Username:** Tanavit
- Email:** teamlovehon2@gmail.com
- Password:** Leave empty to keep the current password
- Repeat Password:** Leave empty to keep the current password
- First Name:** team
- Last Name:** reatrat
- Phone:**
- Street:**
- City:**
- State:**
- Zipcode:**
- Country:** (Please Select)
- Company Name:**
- Membership Level:** free

An "Update" button is located at the bottom right of the form.

ภาพที่ 4.8 หน้าผู้ใช้งาน

4.2.4 หน้าร้านค้า

ส่วนของหน้าร้านค้า ลูกค้าทั่วไปหรือสมาชิกสามารถทำการสั่งซื้อสินค้าได้ โดยการหยิบสินค้าเข้าใส่ตะกร้าสินค้าและลูกค้าทั่วไปหรือสมาชิกยังสามารถเพิ่มสินค้า ยกเลิกสินค้าได้ ดังภาพที่ 4.9

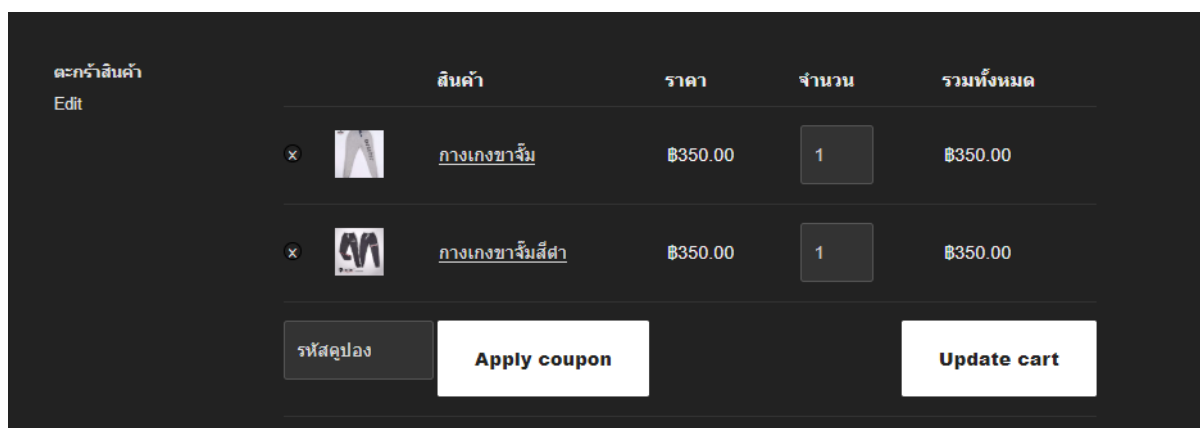
The screenshot displays an online store interface with the following elements:

- Header:** "จําหน่าย" (Wholesale) and "Showing 1-12 of 22 results".
- Product Listings:**
 - Item 1: "กางเกงขาสั้น" (Shorts) for ฿350.00, "หยิบใส่ตะกร้า" (Add to cart).
 - Item 2: "กางเกงขาสั้นสีด้า" (Dark shorts) for ฿350.00, "หยิบใส่ตะกร้า" (Add to cart).
 - Item 3: "กางเกงขาสั้น" (Shorts) for ฿299.00 / ฿250.00, "หยิบใส่ตะกร้า" (Add to cart).
- Right Sidebar:**
 - หมวดหมู่สินค้า (Product Categories): กางเกง (Trousers), สินค้าลดราคา (Sale items), สินค้าแนะนำ (Recommended items), เสื้อมัดย้อม (Tie-dye shirts), เสื้อยืด (T-shirts), เสื้อแจ็คเก็ต (Jackets).
 - ความถี่เข้าชม (View Frequency): ผู้แสดงความเห็นเว็บไซต์เพรส บัน ร้าน พลัส 5. เพอร์ อินลิคชั่นรับ (Website press opinion frequency, Plus 5. Per In-Link reception).

ภาพที่ 4.9 หน้าร้านค้า

4.2.5 ตะกร้าสินค้า

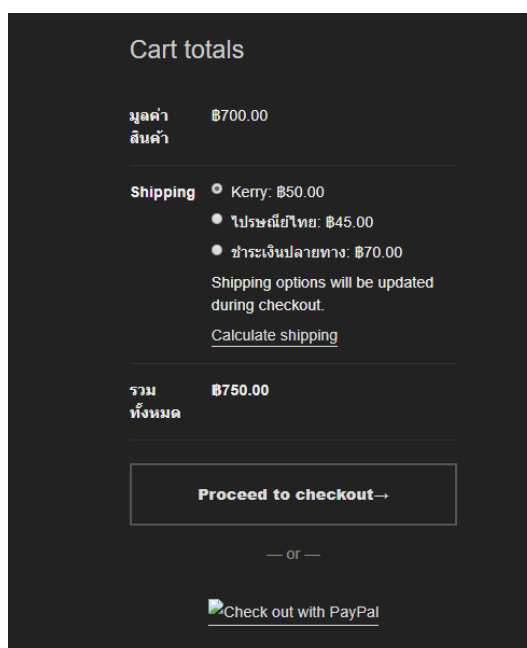
เป็นส่วนของหน้าตะกร้าสินค้า ประกอบไปด้วย สินค้า ราคา จำนวน รวมทั้งหมด ลูกค้าสามารถใช้รหัสคูปองเพื่อลดราคาสินค้าได้ ถ้าลูกค้าต้องการจะใช้หรือไม่ใช้ก็ได้ ในส่วนของสินค้า และจำนวนลูกค้าสามารถแก้ไขได้ ดังภาพที่ 4.10



ภาพที่ 4.10 ตะกร้าสินค้า

4.2.6 หน้าแสดงมูลค่าสินค้าและเลือกช่องทางการจัดส่ง

หน้าแสดงมูลค่าสินค้าและเลือกช่องทางการจัดส่ง เป็นหน้าการเลือกช่องทางการจัดส่งสินค้า ประกอบไปด้วย มูลค่าสินค้า, Shipping, รวมทั้งหมด แต่ละช่องทางการจัดส่งจะมีราคาต่างออกไป และลูกค้าเลือกได้จะจัดส่งแบบไหน ดังภาพที่ 4.11



ภาพที่ 4.11 หน้าแสดงมูลค่าสินค้าและเลือกช่องทางการจัดส่ง

4.2.7 หน้าที่อยู่การจัดส่ง

หน้ากรอกที่อยู่การจัดส่ง เมื่อลูกค้าทำการเลือกช่องทางการชำระเงินแล้ว ก็ทำการกรอกข้อมูลที่อยู่เพื่อทำการจัดส่งให้ลูกค้า ให้ลูกค้ากรอกที่อยู่ที่จะให้จัดส่งที่จะให้ไปส่งสินค้าหรือที่อยู่ของลูกค้าอาศัยอยู่ปัจจุบัน กรองข้อมูลดังภาพที่ 4.12

ภาพที่ 4.12 หน้าที่อยู่การจัดส่ง

4.2.8 หน้ารายการสั่งซื้อ

หน้ารายการสั่งซื้อหน้ารายการสั่งซื้อ มีการจัดส่งหลายรูปแบบเราสามารถเลือกวิธีการจัดส่งได้ เช่น EMS ชำระเงินปลายทาง ลงทะเบียน Kerry แต่ละการจัดส่งจะมีราคาต่างกันอย่างออกไปและความเร็วในการส่ง ดังภาพที่ 4.13

สินค้า	รวมทั้งหมด
เสื้อ * 1	\$250.00
เสื้ออีกตัว * 1	\$300.00
กางเกงยีนส์ตัว * 1	\$350.00
มูลค่าสินค้า	\$900.00
Shipping	<input type="radio"/> Kerry \$50.00 <input checked="" type="radio"/> ไปรษณีย์ไทย \$45.00 <input type="radio"/> ดำเนินไปรษณีย์ \$70.00
รวมทั้งหมด	\$950.00

Direct bank transfer
 Make your payment directly into our bank account. Please use your Order ID as the payment reference. Your order will not be shipped until the funds have cleared in our account.

Check payments
 PayPal

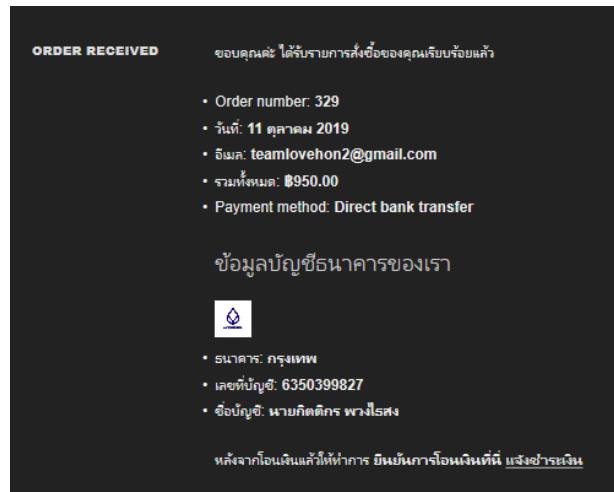
Your personal data will be used to process your order, support your experience throughout this website, and for other purposes described in our [privacy policy](#).

สั่งซื้อ

ภาพที่ 4.13 หน้ารายการสั่งซื้อ

4.2.9 หน้าแจ้งชำระเงิน

ส่วนของหน้าแจ้งการชำระเงิน เมื่อทำรายการสั่งซื้อเสร็จแล้ว ก็มาที่หน้าแจ้งชำระเงิน ประกอบไปด้วย หมายเลข Order และบัญชีธนาคารของเจ้าสินค้าที่ลูกค้าทำการสั่งซื้อ ดังภาพที่ 4.14



ภาพที่ 4.14 หน้าแจ้งชำระเงิน

4.2.10 แจ้งสลิปการโอนเงิน

หน้าแจ้งสลิปการโอนเงิน เป็นหน้าแจ้งสลิปการโอนเงินประกอบไปด้วย ชื่อ เบอร์โทร รายการสั่งซื้อ จำนวนเงินที่โอน ธนาคารที่โอน วันที่โอน เวลาที่โอน และหลักฐานการโอน ลูกค้าทำการส่งข้อมูลการโอนมาที่นี้ ดังภาพที่ 4.15

ภาพที่ 4.15 แจ้งสลิปการโอนเงิน

4.2.11 เช็ครายการสั่งซื้อ

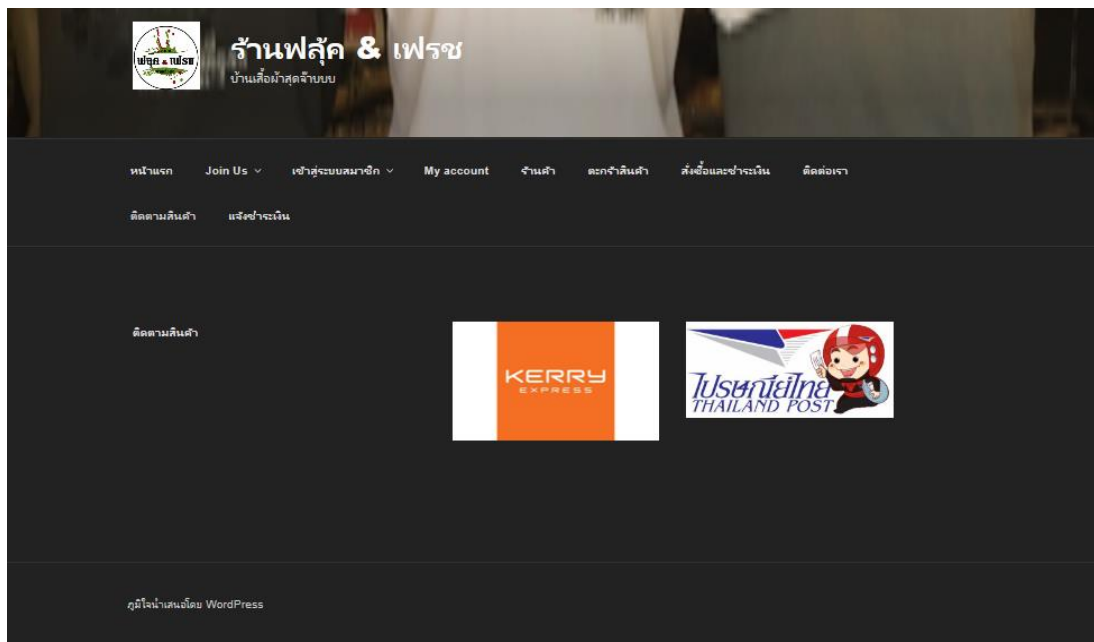
ส่วนของเช็ครายการสั่งซื้อลูกค้า สมาชิกสามารถดูรายการสั่งซื้อของตนเองได้ ดูรายละเอียดแจ้งชำระเงินได้ตรวจสอบรายละเอียดให้แน่ใจว่าสินค้าถูกต้อง ดังภาพที่ 4.16

คำสั่งซื้อ	คำสั่งซื้อ	วันที่	สถานะ	รวมทั้งหมด	จัดการ
	#342	12 ตุลาคม 2019	On hold	฿400.00 for 1 item	ดูรายละเอียดแจ้งชำระเงิน
	#329	11 ตุลาคม 2019	On hold	฿950.00 for 3 items	ดูรายละเอียดแจ้งชำระเงิน

ภาพที่ 4.16 เช็ครายการสั่งซื้อ

4.2.12 การติดตามสถานะสินค้า

การติดตามสถานะสินค้า เป็นหน้าเช็คสถานะการสั่งซื้อ เราสามารถนำรหัสพัสดุมาตรวจสอบหรือติดตามสินค้าได้ ก็จะมี Kerry ไปรษณีย์ไทย จะเข้าไปที่หน้าให้กรอกรหัสพัสดุแล้วเราจะสามารถดูได้ว่าสินค้าเราเป็นอย่างไรอยู่ที่ไหน ภาพที่ 4.17

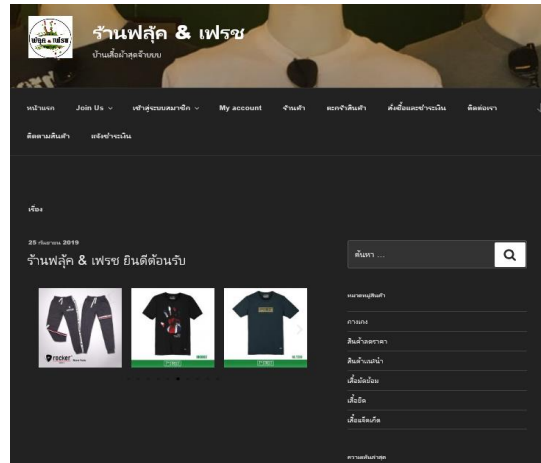


ภาพที่ 4.17 ติดตามสินค้า

4.3 ลูกค้ำที่ไม่ได้เป็นสมาชิก

4.3.1 หน้าแรก

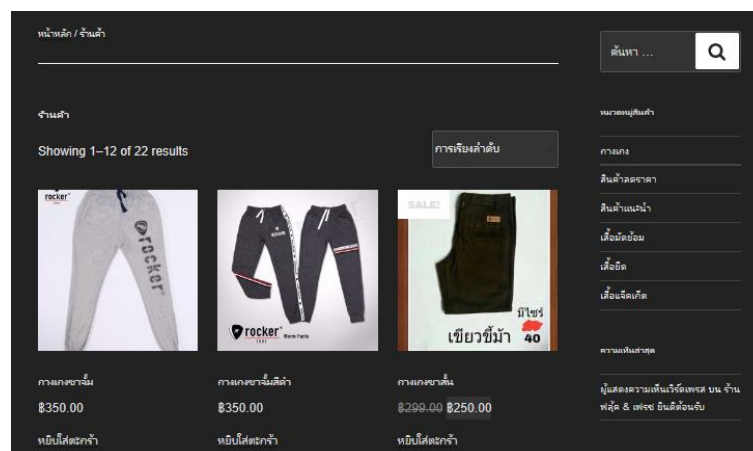
ลูกค้ำที่ไม่ได้เป็นสมาชิก สามารถเข้าดูหน้าร้านได้เพียงแค่ หน้าแรก หน้าสินค้า หน้าบทความ หน้าเกี่ยวกับเรา ลูกค้ำเลือกที่จะสั่งซื้อหรือจะสอบถามอะไรเกี่ยวกับสินค้าหรือรายละเอียดต่าง ๆ ของสินค้าหรือร้านค้าก็ได้ ดังภาพที่ 4.18



ภาพที่ 4.18 หน้าแรก

4.3.2 หน้าสินค้า

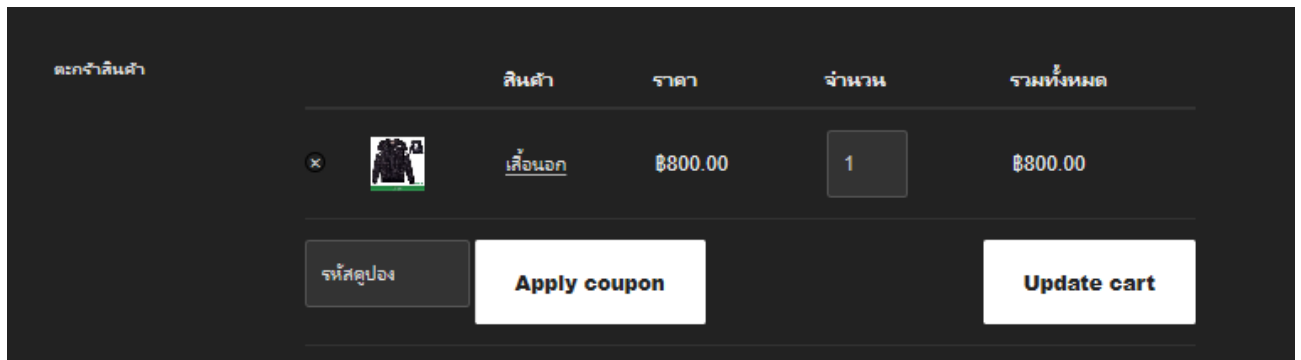
ทำการสั่งซื้อสินค้าได้ โดยการหยิบใส่ตะกร้าสินค้า ทางร้านมีสินค้ามากมายให้ลูกค้ำเลือกได้ตามใจไม่ว่าจะเป็นเสื้อยืด เสื้อนอก เสื้อแขนสั้น เสื้อแขนยาว กางเกงขาสั้น กางเกงขายาว และรายละเอียดราคารายละเอียดสินค้า ดังภาพที่ 4.19



ภาพที่ 4.19 หน้าสินค้า

4.3.3 หน้าตะกร้าสินค้า

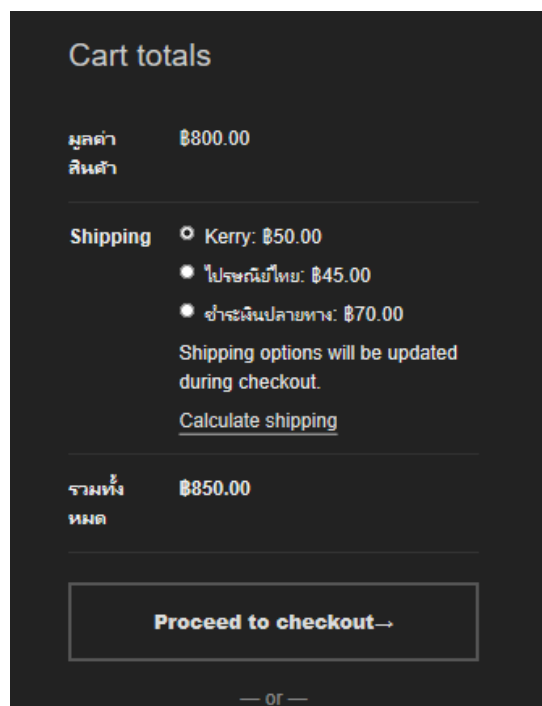
หลังจากหยิบสินค้าใส่ตะกร้าสินค้าเรียบร้อยแล้ว สินค้าก็จะมาอยู่ที่หน้าตะกร้าสินค้า และแสดงรายละเอียดสินค้า ราคาของสินค้า จำนวนสินค้า และมีปุ่มลดราคาสินค้าให้ใส่เพื่อเป็นส่วนลดสินค้า ดังภาพที่ 4.20



ภาพที่ 4.20 หน้าตะกร้าสินค้า

4.3.4 หน้าแสดงมูลค่าสินค้าและเลือกช่องทางการจัดส่ง

จากนั้นเลือกการจัดส่ง เพื่อจะได้จัดส่งสินค้าไปยังลูกค้า มีราคาต่างออกไปตามระดับ และความเร็วการจัดส่งก็ต่างกันแล้วแต่การจัดส่ง ดังภาพที่ 4.21



ภาพที่ 4.21 หน้าแสดงมูลค่าสินค้าและเลือกช่องทางการจัดส่ง

4.3.5 หน้าใส่ที่อยู่ลูกค้า

หน้ากรอกที่อยู่การจัดส่ง เมื่อลูกค้าทำการเลือกช่องทางการชำระเงินแล้ว ก็ทำการกรอกข้อมูลที่อยู่เพื่อทำการจัดส่งให้ลูกค้า ให้ลูกค้ากรอกที่อยู่ที่จะให้จัดส่งที่จะให้ไปส่งสินค้าหรือที่อยู่ของลูกค้าอาศัยอยู่ปัจจุบัน กรองข้อมูลดังภาพที่ 4.22

Billing details

ต้องการจัดส่งไม่ไปอยู่ที่อื่นหรือไม่?

Order notes (optional)
Notes about your order, e.g. special notes for delivery.

Company name (optional)

ประเภท

Street address

House number and street name

Apartment, suite, unit etc. (optional)

จำนวน

จังหวัด

รหัสไปรษณีย์

โทรศัพท์ (optional)

อีเมลลูกค้า

ภาพที่ 4.22 หน้าใส่ที่อยู่ลูกค้า

4.3.6 หน้ารายการสั่งซื้อ

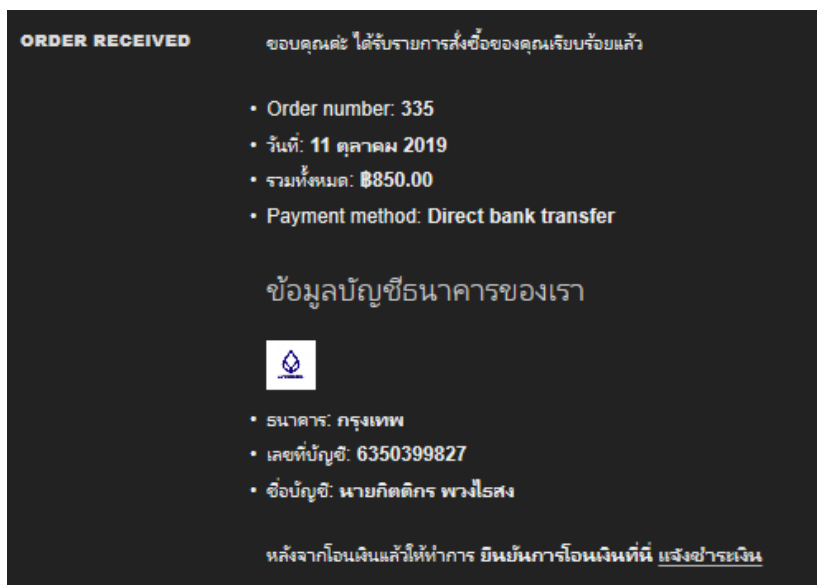
ส่วนของหน้ารายการสั่งซื้อ มีการจัดส่งหลายรูปแบบเราสามารถเลือกวิธีการจัดส่งได้ เช่น EMS ชำระเงินปลายทาง การลงทะเบียน Kerry และการจัดส่งแบบไปรษณีย์ไทย เป็นต้น ดังภาพที่ 4.23

สินค้า	รวมทั้งหมด
เสื้อนอก × 1	฿800.00
รวม:	฿800.00
การจัดส่ง	฿50.00 ผ่านทาง Kerry
Payment method:	Direct bank transfer
รวมทั้งหมด:	฿850.00

ภาพที่ 4.23 หน้ารายการสั่งซื้อ

4.3.7 หน้ารายการสั่งซื้อ

ส่วนของแจ้งการชำระเงินเมื่อทำรายการสั่งซื้อเสร็จแล้ว ก็มาที่หน้าแจ้งชำระเงิน ประกอบไปด้วย หมายเลข Order และบัญชีธนาคาร ดังภาพที่ 4.24



ภาพที่ 4.24 หน้ารายการสั่งซื้อ

4.3.8 หน้าแจ้งชำระเงิน

เป็นหน้าแจ้งสลิปการโอนเงิน ประกอบไปด้วย ชื่อ เบอร์โทร รายการสั่งซื้อ จำนวนเงินที่โอน ธนาคารที่โอน วันที่โอน เวลาที่โอน และหลักฐานการโอน ดังภาพที่ 4.25

ภาพที่ 4.25 หน้าแจ้งชำระเงิน

4.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 ผลการประเมินความพึงพอใจของเว็บไซต์ของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 4.1 จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	26	65
หญิง	14	35
Total	40	100

จากตาราง 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากเป็นเพศหญิง จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 35 และเพศชาย จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 65

ตารางที่ 4.2 ด้านการออกแบบระบบ

ด้านการออกแบบระบบ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
1. รูปแบบการใช้งานระบบ ความง่ายในการเข้าถึงข้อมูล	4.15	0.43
2. มีการจัดระบบข้อมูลเป็นหมวดหมู่	3.78	0.53
3. กระบวนการทำงานของระบบมีความรวดเร็วในการเรียกใช้บริการ	3.85	0.53
4. การออกแบบให้ใช้งานง่าย เมนูไม่ซับซ้อน	3.90	0.63
รวม	3.92	0.39

จากตาราง 4.2 ความพึงพอใจของระบบในส่วนเนื้อหาด้านการออกแบบและการจัดการรูปแบบเว็บไซต์ ของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 คน พบว่าผู้ที่มีความพึงพอใจมีการจัดระบบข้อมูลเป็นหมวดหมู่ อยู่ในระดับดีมากมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.92 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน(S.D.) 0.39 อยู่ในเกณฑ์ดี ประกอบด้วย รูปแบบการใช้งานระบบ ความง่ายในการเข้าถึงข้อมูล เท่ากับ 4.15 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) 0.43 อยู่ในเกณฑ์ดี มีการจัดระบบข้อมูลเป็นหมวดหมู่มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.78 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) 0.53 อยู่ในเกณฑ์ดี มีกระบวนการทำงานของระบบมีความรวดเร็วในการเรียกใช้บริการค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.85 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) 0.53 อยู่ในเกณฑ์ดี การออกแบบให้ใช้งานง่าย เมนูไม่ซับซ้อนค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.90 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) 0.39 อยู่ในเกณฑ์ดี

ตารางที่ 4.3 ด้านประโยชน์ของระบบ

ด้านประโยชน์ของระบบ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
5. ความเหมาะสมในการใช้งานโปรแกรมข้อมูลตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้	4.08	0.73
6. ช่วยประหยัดเวลาในการเลือกซื้อสินค้า	3.68	0.76
7. ความสามารถของระบบ ในการนำไปใช้	3.68	0.73
8. ความพึงพอใจในภาพรวมต่อการใช้งานระบบ	3.78	0.70
9. ระบบเป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้งาน	3.90	0.71
รวม	3.80	0.59

จากตาราง 4.3 ด้านประโยชน์ของระบบ ของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 คน พบว่าผู้ที่มีความเหมาะสมในการใช้งานโปรแกรมข้อมูลตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้ อยู่ในระดับดีมากมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.80ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) 0.59 อยู่ในเกณฑ์ดี ประกอบด้วย ความเหมาะสมในการใช้งานโปรแกรมข้อมูลตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.08ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) 0.73อยู่ในเกณฑ์ดี ช่วยประหยัดเวลาในการเลือกซื้อสินค้าค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.68ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) 0.76 อยู่ในเกณฑ์ดี ความสามารถของระบบ ในการนำไปใช้ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.68ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) 0.73 อยู่ในเกณฑ์ดี ความพึงพอใจในภาพรวมต่อการใช้งานระบบค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.78 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) 0.70 อยู่ในเกณฑ์ดี ระบบเป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้งานค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.90 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) 0.59 อยู่ในเกณฑ์ดี

ตารางที่ 4.4 ด้านคุณภาพของเนื้อหา

ด้านเนื้อหา	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน
10. มีความชัดเจน ถูกต้อง น่าเชื่อถือ และข้อมูลมีการปรับปรุง อยู่เสมอ	4.35	0.74
11. การประชาสัมพันธ์ข่าวสาร ภาพ ในเว็บไซต์มีความ เหมาะสม น่าสนใจ	3.85	0.66
12. ปริมาณเนื้อหาไม่เพียงพอกับความต้องการ	3.95	0.71
13. การจัดลำดับเนื้อหาเป็นขั้นตอน มีความต่อเนื่อง อ่านแล้ว เข้าใจ	4.10	0.74
14. มีการจัดหมวดหมู่ให้ง่ายต่อการ ค้นหาและทำความเข้าใจ	4.10	0.59
15. ข้อความในเว็บไซต์ถูกต้องตามหลักภาษา และไวยากรณ์	3.78	0.66
16. เนื้อหากับภาพมีความสอดคล้องกัน	3.93	0.57
รวม	4.01	0.50

จากตาราง 4.4 ด้านคุณภาพของเนื้อหา ของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 คน พบว่าผู้ที่มีความพึงพอใจความสะดวกในการเชื่อมโยงข้อมูลภาพในเว็บไซต์ อยู่ในระดับดีมากมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.01 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) 0.50 อยู่ในเกณฑ์ดี ประกอบด้วย มีความชัดเจน ถูกต้อง น่าเชื่อถือ และข้อมูลมีการปรับปรุงอยู่เสมอค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.35ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) 0.74 อยู่ในเกณฑ์ดี การประชาสัมพันธ์ข่าวสาร ภาพ ในเว็บไซต์มีความเหมาะสม น่าสนใจค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.85 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) 0.66 อยู่ในเกณฑ์ดี ปริมาณเนื้อหาไม่เพียงพอกับความต้องการค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.95 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) 0.71อยู่ในเกณฑ์ดี การจัดลำดับเนื้อหาเป็นขั้นตอน มีความต่อเนื่อง อ่านแล้วเข้าใจค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.10 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) 0.74อยู่ในเกณฑ์ดี มีการจัดหมวดหมู่ให้ง่ายต่อการ ค้นหาและทำความเข้าใจ เท่ากับ 4.10 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) 0.59 อยู่ในเกณฑ์ดี ข้อความในเว็บไซต์ถูกต้องตามหลักภาษา และไวยากรณ์ เท่ากับ 3.78 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) 0.66 อยู่ในเกณฑ์ดีเนื้อหากับภาพมีความสอดคล้องกัน เท่ากับ 3.93 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) 0.57 อยู่ในเกณฑ์ดี

ตารางที่ 4.5 ด้านประโยชน์การนำไปใช้

ด้านประโยชน์การนำไปใช้	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
17. เนื้อหาที่มีประโยชน์ต่อผู้ใช้งาน และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้	4.10	0.74
18. เป็นสื่อในการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ และงานวิจัย	4.10	0.59
19. สามารถเป็นแหล่งความรู้ได้	3.78	0.66
20. เป็นแหล่งข้อมูลที่ตรงกับความต้องการของผู้ใช้งาน	3.93	0.57
รวม	3.98	0.49

จากตาราง 4.5 ด้านประโยชน์การนำไปใช้ ของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 คน พบว่าผู้ใช้มีความพึงพอใจความสะดวกในการเชื่อมโยงข้อมูลภาพในเว็บไซต์ อยู่ในระดับดีมากมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.98 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) 0.49 อยู่ในเกณฑ์ดี ประกอบด้วย เนื้อหาที่มีประโยชน์ต่อผู้ใช้งาน และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ เท่ากับ 4.10 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) 0.74 อยู่ในเกณฑ์ดี เป็นสื่อในการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ และงานวิจัย เท่ากับ 4.10 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) 0.59 อยู่ในเกณฑ์ดี สามารถเป็นแหล่งความรู้ได้ เท่ากับ 3.78 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) 0.66 อยู่ในเกณฑ์ดี เป็นแหล่งข้อมูลที่ตรงกับความต้องการของผู้ใช้งาน เท่ากับ 3.93 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) 0.57 อยู่ในเกณฑ์ดี

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุป อภิปรายผล

การจัดทำระบบบริหารจัดการร้านค้าออนไลน์ กรณีศึกษาร้านฟลุ๊ค & เฟรช เป็นการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ของร้านฟลุ๊ค & เฟรช ต้องการให้ลูกค้าที่สนใจเสื่อทุกชนิด ทุกยี่ห้อ ทราบถึงการเคลื่อนไหวของกิจกรรมภายใน wordpress และอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าทุกเพศทุกวัยที่สนใจเสื่อ ได้เลือกชมเสื่อร้านฟลุ๊ค & เฟรช ผ่าน wordpress โดยไม่ต้องเสียเวลา และเป็นการสร้างภาพลักษณ์ให้กับร้านเสื่อให้มีประสิทธิภาพ และพัฒนาตามวัตถุประสงค์ 1.เพื่อพัฒนาระบบบริหารจัดการร้านค้าออนไลน์กรณีศึกษาร้านฟลุ๊ค & เฟรช ได้สรุปข้อมูลการพัฒนา ดังนี้

โดยการสร้างเว็บไซต์ระบบบริหารจัดการร้านค้าออนไลน์ ครั้งนี้ได้พัฒนาขึ้นมาจากโปรแกรม Word press โปรแกรมสำเร็จรูปที่มีไว้เพื่อสร้างและจัดการเนื้อหาบนอินเทอร์เน็ต (Contents Management System หรือ CMS) กล่าวคือ แทนที่เราจะดาวโหลดโปรแกรมมาทำการสร้างและออกแบบเว็บไซต์บนเครื่องคอมพิวเตอร์ของเราอย่างเช่น Macromedia Dreamwaver, Microsoft Fontpage และ xampp เป็นโปรแกรม Apache web server ไว้จำลอง web server เพื่อไว้ทดสอบ สคริปหรือเว็บไซต์ในเครื่องของเรา โดยที่ไม่ต้องเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตและไม่ต้องมีค่าใช้จ่ายใดๆ ง่ายต่อการติดตั้งและใช้งานโปรแกรม และปลั๊กอิน WooCommerce เป็นโปรแกรมร้านค้าออนไลน์หรือโปรแกรมเสริมทางด้านของ Ecommerce ที่เพิ่มขีดความสามารถทำให้โปรแกรม WordPress ทำ Ecommerce มีความสามารถมากขึ้นกว่าการเป็นแค่เว็บบล็อก (Blog) หรือเว็บที่เขียนบทความเท่านั้น โดยมีฟีเจอร์สนับสนุนการทำงานในการขายสินค้าออนไลน์ที่ครบถ้วน อันได้แก่ ระบบสินค้า การขาย สต็อกสินค้า โปรโมชัน การจ่ายเงิน และรายงาน และปลั๊กอิน LINE Notify คือบริการที่เราสามารถได้รับข้อความแจ้งเตือนจากเว็บเซอร์วิสต่าง ๆ ที่เราสนใจได้ทาง LINE โดยหลังเสร็จสิ้นการเชื่อมต่อกับทางเว็บเซอร์วิสแล้ว เราจะได้รับบริการแจ้งเตือนจากบัญชีทางการของ “LINE Notify” ซึ่งให้บริการโดย LINE นั่นเอง

เนื้อหาบนเว็บไซต์ระบบบริหารจัดการร้านค้าออนไลน์กรณีศึกษาร้านฟลุ๊ค & เฟรช มีดังนี้ หน้าแรก join up เข้าสู่ระบบสมาชิก Myaccount ร้านค้า ตะกร้าสินค้า สั่งซื้อและชำระเงิน ติดต่อเรา ติดตามสินค้า แจ้งชำระเงิน นอกจากนี้ยังมีส่วนประกอบเสริมการทำงานให้เว็บไซต์ ได้แก่ ข่าวสารประชาสัมพันธ์ลูกค้าสมาชิก,ลูกค้าทั่วไป โปรโมชันและส่วนลด เป็นต้น

การออกแบบและพัฒนาได้ออกแบบตามมาตรฐานการทำเว็บไซต์ โดยเน้นเนื้อหาข้อมูลเกี่ยวกับหลักการพัฒนาเว็บไซต์ ซึ่งได้มาจากเอกสารวิชาการ ตำรา งานวิจัย และบุคคลที่มีความรู้

ความเชี่ยวชาญ และข้อมูลสารสนเทศบนเว็บไซต์ จะได้มาจากข้อมูลจากบุคลากรสาขาวิชาคอมพิวเตอร์ ศึกษาคณะวิทยาการ

เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบบริหารจัดการร้านค้าออนไลน์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการเก็บข้อมูลวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักศึกษาคณะวิทยาการศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ ที่ใช้งานคอมพิวเตอร์และเข้าใช้งานเว็บไซต์ จำนวน 40 คน โดยจะมาประเมินความพึงพอใจของเว็บไซต์

เครื่องมือที่ใช้ในการประเมิน คือ แบบประเมินความพึงพอใจของเว็บไซต์แบ่งเป็นประเด็น ดังนี้ ความพึงพอใจของระบบในส่วนเนื้อหาด้านการออกแบบและการจัดการรูปแบบเว็บไซต์ ความพึงพอใจของระบบในส่วนเนื้อหาด้านเนื้อหาและความถูกต้อง ความพึงพอใจของระบบในส่วนเนื้อหา ด้านประโยชน์และการนำไปใช้

การกำหนดคะแนนของระดับความพึงพอใจของแบบสอบถามเป็นแบบมาตรฐานส่วนประมาณค่า (Rating scale) ความพึงพอใจของระบบในส่วนเนื้อหาด้านการออกแบบและการจัดการรูปแบบเว็บไซต์ ตามรูปแบบของ Likert's scale ซึ่งจะมีให้เลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว แบ่งเป็น 5 ระดับ ซึ่งผลการวิเคราะห์และสรุปผลการพัฒนาเว็บไซต์ ดังนี้

ผลการประเมินความพึงพอใจของเว็บไซต์

สรุปได้ว่าผู้ตอบแบบสำรวจ ทั้งหมด จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 100.0 ส่วนมากเป็นเพศหญิง จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 65 และเพศชาย จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 35 ตามลำดับ ข้อมูลความพึงพอใจของเว็บไซต์

ผลการประเมินความพึงพอใจของเว็บไซต์จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 40 คน พบว่า ผู้ใช้มีความพึงพอใจด้านการออกแบบ อยู่ในระดับดีมากมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.92ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) 0.39 อยู่ในเกณฑ์ดี ด้านประโยชน์ของระบบ เท่ากับ 3.80 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) 0.59 อยู่ในเกณฑ์ด้านคุณภาพของเนื้อหา มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.01 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) 0.50 อยู่ในเกณฑ์ดี ด้านประโยชน์การนำไปใช้ เท่ากับ 3.98 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) 0.49 อยู่ในเกณฑ์ดี

5.2 ข้อเสนอแนะ

1. สำหรับผู้ที่สนใจที่จะพัฒนาโปรแกรม ควรศึกษาการนำเสนอ และการออกแบบหน้า เว็บไซต์ให้องค์ประกอบของเนื้อหาแต่ละส่วนน่าสนใจมากกว่านี้
2. ควรศึกษาภาษาอื่นๆนอกเหนือจากโปรแกรมที่ใช้อยู่แล้ว เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการควบคุมและการนำเสนอของระบบ
3. ควรออกแบบระบบให้น่าสนใจ เข้าใจง่าย และนำไปใช้

บรรณานุกรม

จันทร์จิรา ทองพริก มารีย์ยะ สันเกาะ เสาวลักษณ์ ธาณิรัตน์ (2559) ร้านโทรศัพท์จ่อมโอบายดาเงิน

- ธุรกิจขายโทรศัพท์มือถือ** สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช จังหวัดนครศรีธรรมราช
ชุตินา เตชะธโนปจัย (2549, อ้างถึงใน ธมนวรรณ กัญญาหัตถ์, 2554) **ให้ความหมายของ ความพึงพอใจ** มหาวิทยาลัยกรุงเทพ จังหวัดกรุงเทพมหานคร
ธนภัทร พิบุรณ์สวัสดิ์ ปิยะฉัตร สุวรรณหงษ์ วนาลี มูลเนียม กาญจนา ศรีษาคา ปวีณา สายแสง (2557) **การพัฒนาระบบขายเครื่องสำอางออนไลน์ เพื่อทดแทนระบบงานเดิม** สาขาวิชาระบบสารสนเทศ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ จังหวัดกรุงเทพมหานคร
นักชัตภาส เรื่องเพิ่มพูน (2556) **ได้ศึกษาเกี่ยวกับ ระบบร้านขายรองเท้าออนไลน์ การศึกษาโครงการเฉพาะเรื่องนี้ได้จัดหาระบบร้านขายรองเท้าออนไลน์** สาขาเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และการสื่อสาร คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม
ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541, อ้างถึงใน วิไลลักษณ์ ทองปั้น, 2552) **ให้ความหมายของความพึงพอใจของลูกค้า** สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ จังหวัดกรุงเทพมหานคร
E.St. Elmo Lewis เมื่อปี ค.ศ. 1898 **อธิบายถึงกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคจากการโฆษณา** บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต จังหวัดกรุงเทพมหานคร
Rasmus Lerdorf เมื่อปี 1994 **โปรแกรมเมอร์อเมริกันได้คิดค้นสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการพัฒนาเว็บส่วนตัว โดยใช้ภาษา C และ Perl เรียกว่า Personal Home Page PHP** สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จังหวัดสงขลา
Kotler (2000, อ้างถึงใน กำพล แก้วสมนึก, 2552) **กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกของผู้บริโภค ซึ่งเกิดจากการเปรียบเทียบคุณค่าที่ผู้บริโภคได้รับจากผลิตภัณฑ์กับความคาดหวัง** บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต จังหวัดกรุงเทพมหานคร
Zeev Suraski และ Andi Gutmans ระหว่าง 1995-1997 **ปรับปรุงโค้ดของ Lerdorf ใหม่โดยใช้ C++ให้มีความสามารถจัดการเกี่ยวกับแบบฟอร์มข้อมูลที่ถูกสร้างมาจากภาษา HTML** มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จังหวัดสงขลา

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

เรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบบริหารจัดการการขายสินค้าฟู้ด&เฟรช บ้านเสี้ยว
วัตถุประสงค์ : เพื่อผู้พัฒนาระบบจะได้นำข้อมูลของท่านมาปรับปรุงระบบ ให้ตรงกับความต้องการ
ของท่านและเกิดประโยชน์ต่อการใช้งานมากที่สุด

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ลงในช่อง [] ที่ตรงกับสภาพความเป็นจริง

ตอนที่ 1 สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

[] ชาย [] หญิง

2. อายุ

[] 20-24 ปี [] 25-29 ปี [] 30-34 ปี
[] 35-44 ปี [] มากกว่า 44 ปีขึ้นไป

3. สถานะ

[] โสด [] สมรส [] หย่าร้าง

4. การศึกษา

[] ต่ำกว่าปริญญาตรี [] ปริญญาตรี [] สูงกว่าปริญญาตรี
[] อื่น ๆ โปรดระบุ.....

5. อาชีพ

[] รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ [] พนักงานเอกชน [] รับจ้างทั่วไป
[] อาชีพอิสระ/ค้าขาย [] นักเรียนนิสิตนักศึกษา [] อื่น ๆ.....

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความพึงพอใจของท่านต่อระบบบริหารจัดการการขายสินค้าฟู้ด&เฟรช บ้านเสี้ยว

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจของผู้ใช้งานของระบบบริหารจัดการการขายสินค้าฟู้ด&เฟรช บ้านเสี้ยว

รายการ	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ด้านการออกแบบระบบ					
1. รูปแบบการใช้งานระบบ ความง่ายในการเข้าถึงข้อมูล					
2. มีการจัดระบบข้อมูลเป็นหมวดหมู่					
3. กระบวนการทำงานของระบบมีความรวดเร็วในการเรียกใช้บริการ					
4. การออกแบบให้ใช้งานง่าย เมนูไม่ซับซ้อน					
ด้านประโยชน์ของระบบ					
5. ความเหมาะสมในการใช้งานโปรแกรมข้อมูลตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้					
6. ช่วยประหยัดเวลาในการเลือกซื้อสินค้า					
7. ความสามารถของระบบ ในการนำไปใช้ประโยชน์					
8. ความพึงพอใจในภาพรวมต่อการใช้งานระบบ					
9. ระบบเป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้งาน					
ด้านเนื้อหา					
10. มีความชัดเจน ถูกต้อง น่าเชื่อถือ และข้อมูลมีการปรับปรุงอยู่เสมอ					

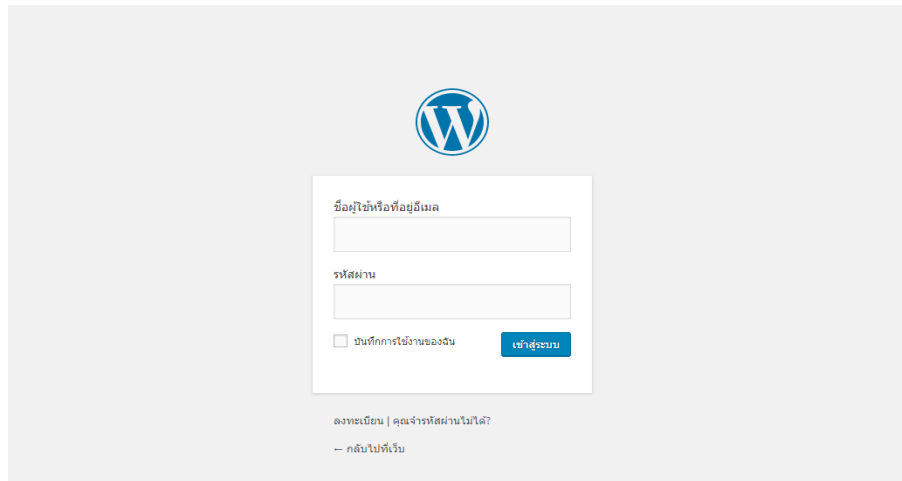
รายการ	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
11. การประชาสัมพันธ์ข่าวสาร ภาพ ใน เว็บไซต์มีความเหมาะสม น่าสนใจ					
12. ปริมาณเนื้อหาไม่เพียงพอกับความต้องการ					
13. การจัดลำดับเนื้อหาเป็นขั้นตอน มีความ ต่อเนื่อง อ่านแล้วเข้าใจ					
14. มีการจัดหมวดหมู่ให้ง่ายต่อการ ค้นหาและ ทำความเข้าใจ					
15. ข้อความในเว็บไซต์ถูกต้องตามหลักภาษา และไวยากรณ์					
16. เนื้อหากับภาพมีความสอดคล้องกัน					
ด้านประโยชน์การนำไปใช้					
17. เนื้อหาไม่ประโยชน์ต่อผู้ใช้งาน และสามารถ นำไปประยุกต์ใช้ได้					
18. เป็นสื่อในการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ และงานวิจัย					
19. สามารถเป็นแหล่งความรู้ได้					
20. เป็นแหล่งข้อมูลที่ตรงกับความต้องการของ ผู้ใช้งาน					

คำแนะนำ.....

ภาคผนวก ก

คู่มือการใช้งานโปรแกรม

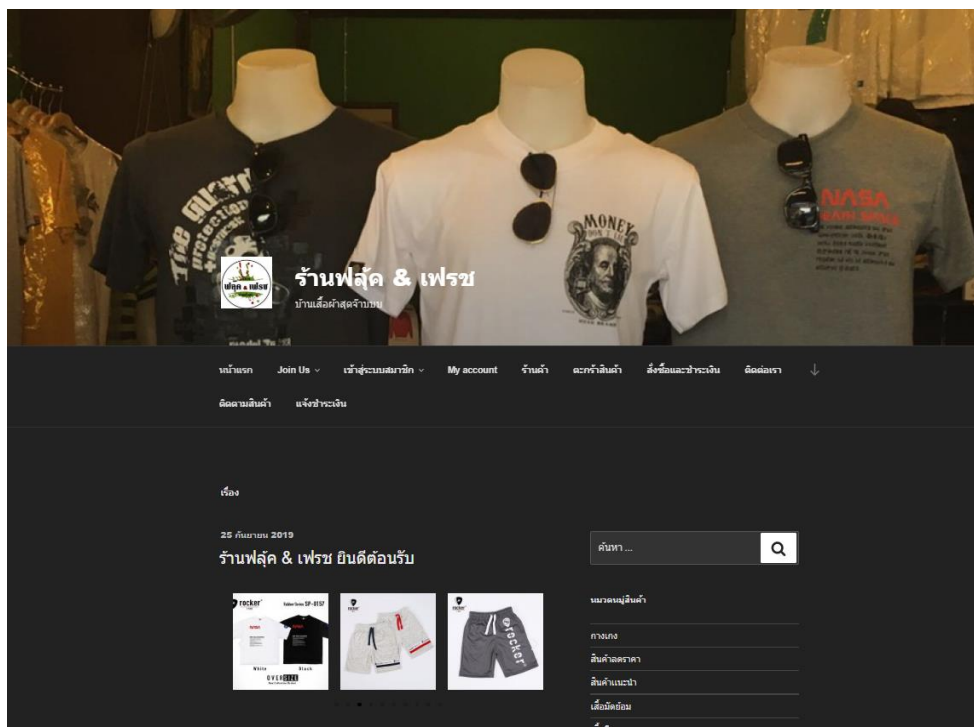
1. หน้าจอ Login ของระบบ



ภาพที่ ก-1 หน้าจอ Login ของระบบ

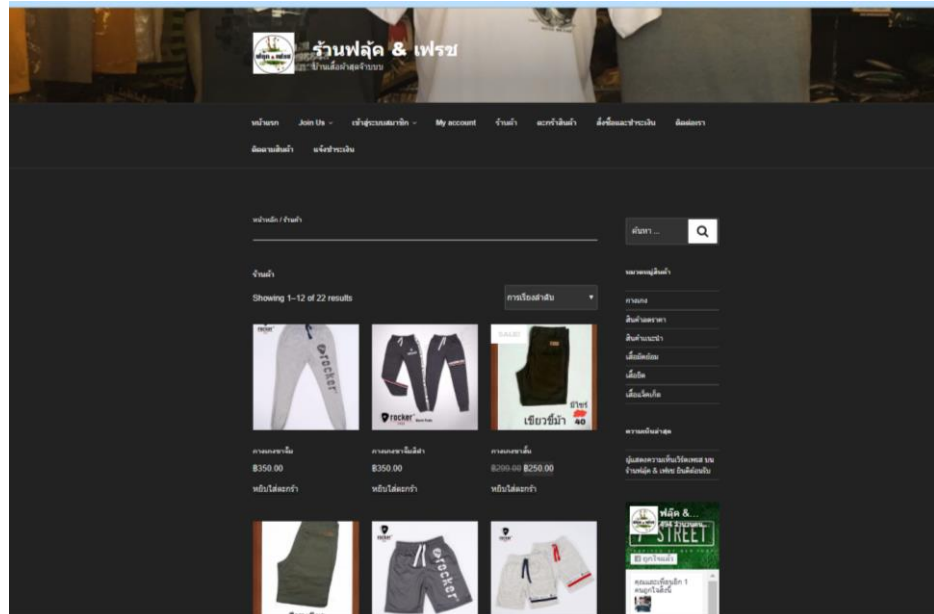
2. หน้าจัดการระบบโปรแกรม

หน้าหลักของระบบบริหารจัดการการขายสินค้าร้านฟลุ๊ค & เฟรช



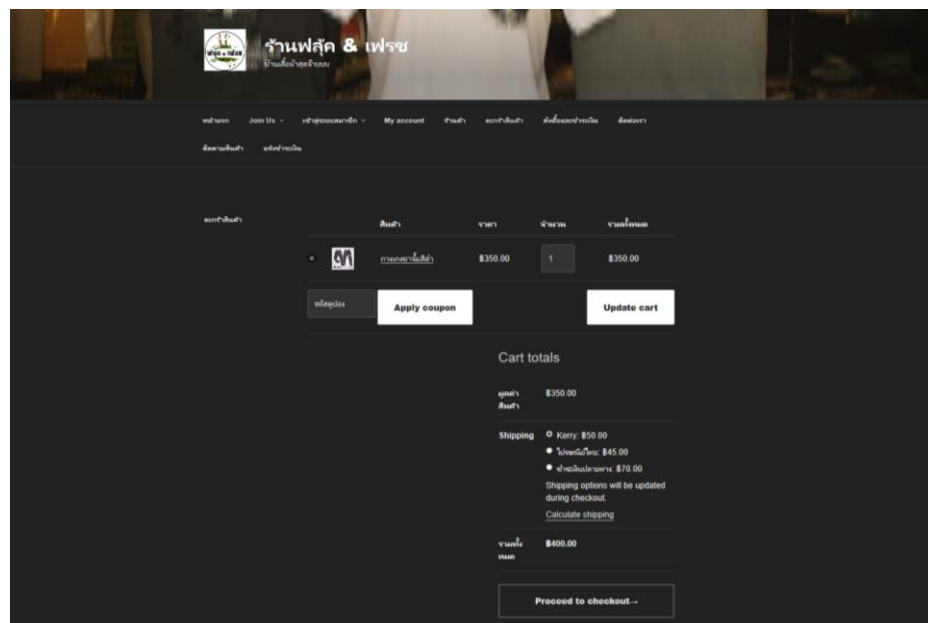
ภาพที่ ก-2 หน้าหลักของระบบบริหารจัดการการขายสินค้า

3. หน้าร้านค้า



ภาพที่ ก-3 หน้าร้านค้า

4. ตะกร้าสินค้า



ภาพที่ ก-4 ตะกร้าสินค้า

5. สั่งซื้อและชำระเงิน

ร้านฟู้ด & เฟรช
บ้านเมืองใจดี

หน้าแรก Join Us - ส่งของขวัญสมาชิก - My account ร้านค้า หน้าร้านสินค้า สั่งซื้อและชำระเงิน ติดต่อเรา

ติดต่อหน้าร้าน แจ้งชำระเงิน

สั่งซื้อและชำระเงิน

กรุณาระบุชื่อ? ชื่อที่ใช้จัดส่งของ

Billing details ต้องการจัดส่งไปยังที่อยู่อื่นหรือไม่?

ชื่อจริง * นามสกุล *

Company name (optional)

ประเภท

Street address *

House number and street name

Apartment, suite, unit etc. (optional)

บ้านเลขที่ *

จังหวัด *

เขต/อำเภอ/เมือง...

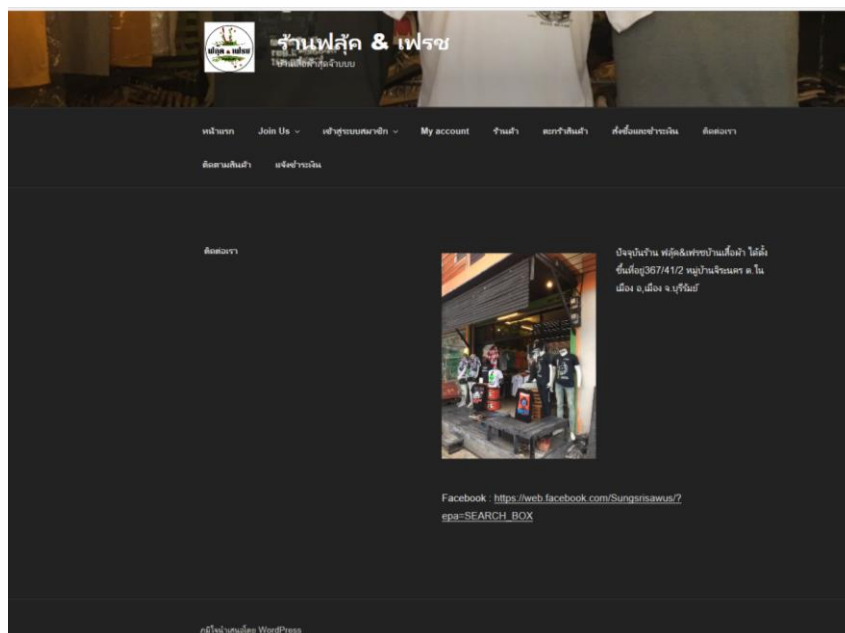
จุดที่ไปรษณีย์

Order notes (optional)

Notes about your order, e.g. special notes for delivery.

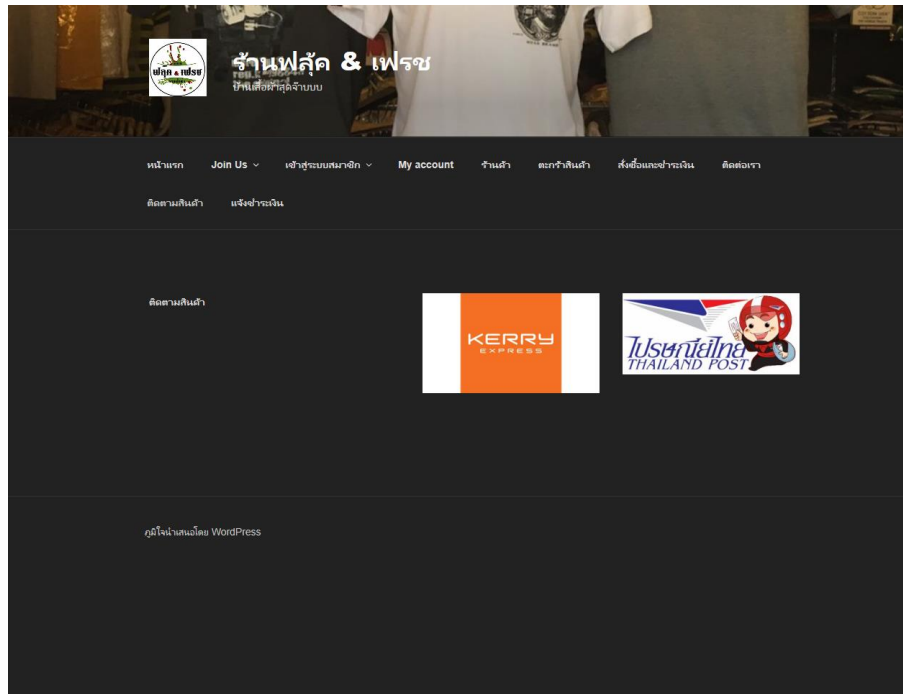
ภาพที่ ก-5 สั่งซื้อและชำระเงิน

6. ติดต่อเรา



ภาพที่ ก-6 ติดต่อเรา

7.ติดตามสินค้า



ภาพที่ ก-7 ติดตามสินค้า

8.แจ้งชำระ

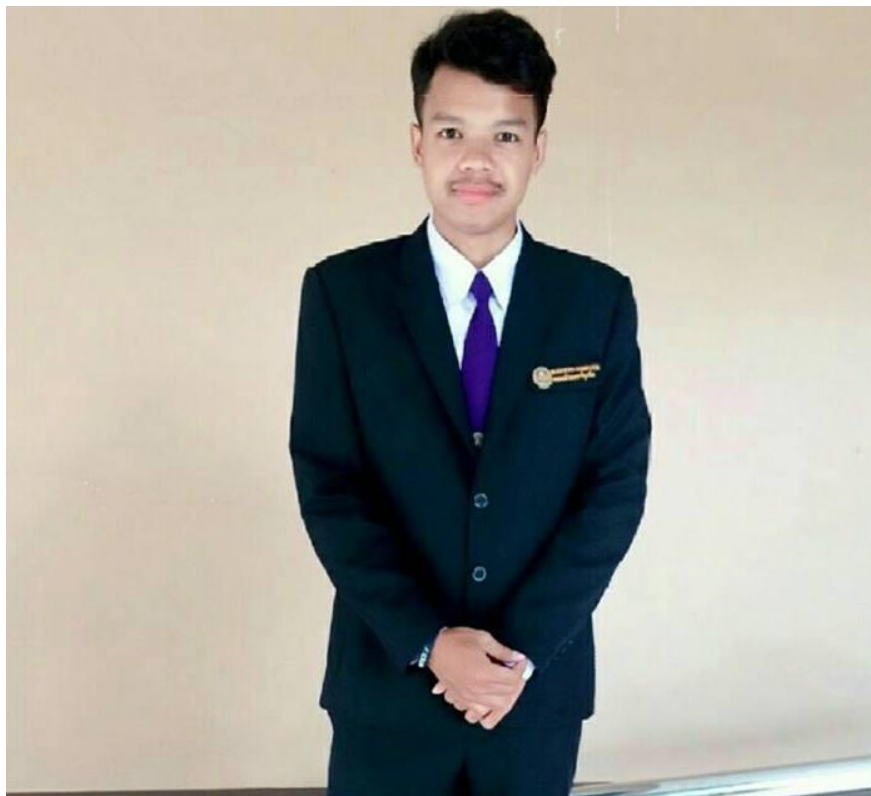
ภาพที่ ก-8 แจ้งชำระ

ภาคผนวก ข

ข้อมูลผู้จัดทำ



นาย ธนาวุฒิ สุขโน รหัส 590112358013 ปี 4 หมู่ 1
สาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ
เกิดวันที่ 7 พฤศจิกายน พ.ศ. 2540
257/6 บ.หนองโพรง ต.อิสาน อ.เมือง จ.บุรีรัมย์ 31000



นายกิตติกร พวงไธสง รหัส 590112358004 ปี 4 หมู่ 1

สาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ

เกิดวันที่ 3 ตุลาคม พ.ศ. 2540

113/1 หมู่ 2 ต.ปะคำ อ.ปะคำ จ.บุรีรัมย์ 31220