



ระบบบริหารจัดการร้านค้าออนไลน์ กรณีศึกษาร้านลูกเต๋า
Online store management system, case study, dice shop

ปนัดดา บุญมี
สุวิช อายาเมือง

งานวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชาโครงการคอมพิวเตอร์เพื่อธุรกิจ
สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
ปีการศึกษา 2562

ระบบบริหารจัดการร้านค้าออนไลน์ กรณีศึกษาร้านลูกเต๋า
Online store management system, case study, dice shop

ปนัดดา บุญมี
สุวิช อายยาเมือง

งานวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชาโครงการงานคอมพิวเตอร์เพื่อธุรกิจ
สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
ปีการศึกษา 2562

หัวข้อโครงการ	ระบบบริหารจัดการร้านค้าออนไลน์กรณีศึกษาลูกเต๋า
ชื่อผู้จัดทำโครงการ	นางสาวปนัดดา บุญมี นายสุวิช อัจฉยาเมือง
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์ศธาวุฒิ จันบัวลา
คณะ	วิทยาการจัดการ
สถาบัน	มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
ปีการศึกษา	2562

บทคัดย่อ

โครงการระบบบริหารจัดการร้านค้าออนไลน์ กรณีศึกษาร้านลูกเต๋า มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาระบบบริหารจัดการร้านค้าออนไลน์และเพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบบริหารจัดการร้านค้าออนไลน์ โครงการนี้ได้จัดทำระบบบริหารจัดการร้านค้าออนไลน์และได้มีการสำรวจความพึงพอใจ พบว่าโดยรวมมีปัญหาและอุปสรรคอยู่มากในการบริหารจัดการ ปัจจุบันมีการนิยมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce) การตลาด การขาย สื่อออนไลน์ต่าง ๆ เป็นอย่างมาก ดังนั้นผู้จัดทำจึงได้มีแนวคิดในการนำเอา พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce) การขายสินค้าออนไลน์เข้ามาช่วยแก้ไขปัญหาให้ร้านค้า โดยการพัฒนาระบบบริหารจัดการ โดยใช้เทคนิควิธีการทางอินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ E-commerce เพื่อให้สะดวกรวดเร็วในการเลือกซื้อของและตรงตามความต้องการของลูกค้า เพิ่มช่องทางในการขายได้มากขึ้น ทำให้ผู้คนเข้ามาชมเว็บไซต์ของร้านหรือข้อมูลเกี่ยวกับร้านทำได้สะดวกยิ่งขึ้น กลุ่มตัวอย่างได้เข้ามาศึกษาระบบบริหารจัดการร้านค้าออนไลน์ ได้แก่ นักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ จำนวน 45 คน สรุปได้ว่าผู้ตอบแบบสำรวจ ทั้งหมด จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 100.0 ส่วนมากเป็นเพศหญิง จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 73.3 และเพศชาย จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 26.7 ตามลำดับ ผลการประเมินความพึงพอใจของเว็บไซต์จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 45 คน พบว่า ผู้ใช้มีความพึงพอใจด้านการออกแบบและการจัดการรูปแบบเว็บไซต์ อยู่ในระดับดีมากมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.23 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) 0.52 อยู่ในเกณฑ์ดีมาก ด้านเนื้อหาและความถูกต้องมีความพึงพอใจภาพรวม อยู่ในระดับดีมากมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.29 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) 0.51 อยู่ในเกณฑ์ดีมาก ด้านประโยชน์และการนำไปใช้ มีความพึงพอใจภาพรวม อยู่ในระดับดีมากมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.35 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) 0.43 อยู่ในเกณฑ์ดีมาก

คำสำคัญ : ระบบบริหารจัดการ, ร้านค้าออนไลน์

Project Title	Online store management system, case study of dice
Project Owner Name	Miss Panadda Boonmee Mr. Suwit Artyamueang
Advisors	Mr.Khathawut Chanbuala
Faculty	of Management Science
Institution	Buriram Rajabhat University

Abstract

Online Store Management System Project Case study of dice shop The objective is to develop an online store management system and to assess the satisfaction of users of the online store management system. This project has created an online store management system and has a satisfaction survey. Found that overall there are a lot of problems and obstacles in the management Currently being popular Electronic commerce (E-commerce), marketing, selling various online media is so huge The producer therefore has the idea of bringing Electronic commerce (E-commerce) Online product sales Came to help solve problems for the store By developing a management system By using the internet method of the E-commerce website in order to be convenient, quick to buy products and meet the needs of customers Increase more sales channels Make it easier for people to visit the store's website or information about shoes. The sample came to study the online store management system. Including students from the Faculty of Management Science Rajabhat University, 45 people, concluded that all 45 respondents, accounting for 100.0%, most of them are 33 women representing 73.3% and males 12 people representing 26.7%, respectively. Results Assessing the satisfaction of the website from a sample of 45 people found that users are satisfied with the design and management of the website layout. Is at a very good level with an average of 4.23. The standard deviation (S.D.) 0.52 is very good. Regarding content and accuracy, they were satisfied with the overall picture. Was at a very good level with an average value of 4.29. The standard deviation (S.D.) 0.51 was very good. Benefits and uses Overall satisfaction Was at a very good level with an average of 4.35. The standard deviation (S.D.) 0.43 was very good

Keywords: Management system, online shop

กิตติกรรมประกาศ

โครงการระบบบริหารจัดการร้านค้าออนไลน์กรณีศึกษาร้านลูกเต้านี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วย ความช่วยเหลืออย่างดียิ่งจากอาจารย์ ศธาวุฒิ จันบัวลา ที่กรุณาได้รับเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษา เฉพาะกรณีตลอดมา รวมทั้งได้กรุณาเสียสละเวลาตรวจสอบการศึกษาเฉพาะกรณีตลอดมา รวมทั้งได้ กรุณาเสียสละเวลาตรวจสอบการศึกษาเฉพาะกรณีและแก้ไขมาปัญหาการใช้โปรแกรมและแก้ไข ตรวจสอบข้อผิดพลาดให้จนสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ ด้วย

ขอขอบพระคุณอาจารย์ สาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการทุกท่านที่ให้การ อบรมสั่งสอนและให้คำแนะนำในการพัฒนาระบบ และขอบคุณมหาวิทาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ที่ให้ สถานที่ในการจัดทำโครงการครั้งนี้

สุดท้ายนี้คุณประโยชน์ทั้งหมดที่เกิดจากการทำโครงการในครั้งนี้ ขอมอบความดีและคำชื่น ชมแก่ทุกท่านที่ให้ความช่วยเหลือในครั้งนี้ทั้งหมดและหากมีข้อผิดพลาดหรือข้อบกพร่องประการใด ผู้จัดทำใคร่ขอน้อมรับด้วยความเคารพ

ผู้จัดทำ

นางสาวปนัดดา บุญมี

นายสุวิช อาญาเมือง

สารบัญ

เรื่อง	หน้า
บทคัดย่อ.....	ก
กิตติกรรมประกาศ.....	ค
สารบัญ.....	ง
สารบัญภาพ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ช
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์.....	2
1.3 ขอบเขตของโครงการ.....	2
1.4 ขั้นตอนและระยะเวลาการดำเนินงาน.....	3
1.5 เครื่องมือที่ใช้ในการพัฒนา.....	3
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	4
1.7 นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง.....	4
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	5
2.1 ประวัติร้านลูกเต๋ารองเท้ามือสอง.....	5
2.2 แนวคิดการทำตลาดรูปแบบออนไลน์.....	6
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ต.....	9
2.4 การตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์.....	13
2.5 ความหมายของสังคมออนไลน์.....	14
2.6 เทคโนโลยีการพัฒนาเว็บ.....	17
2.7 วิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	26
บทที่ 3 วิธีดำเนินโครงการ.....	27
3.1 ภาพรวมระบบ.....	27
3.2 การออกแบบการทำงานระบบ.....	28
3.3 ออกแบบหน้าจอ.....	37
3.4 การออกแบบแบบสอบถามความพึงพอใจ.....	41
บทที่ 4 ผลการดำเนินงาน.....	43
4.1 ระบบบริหารจัดการร้านค้าออนไลน์ กรณีศึกษาร้านลูกเต๋ารองเท้า.....	43
4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	57

สารบัญ(ต่อ)

เรื่อง	หน้า
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ.....	61
5.1 สรุป อภิปรายผล.....	61
5.2 ข้อเสนอแนะ.....	62
บรรณานุกรม.....	63
ภาคผนวก.....	65
ข้อมูลผู้จัดทำ.....	76

สารบัญญภาพ

เรื่อง	หน้า
ภาพที่ 2.1 หน้าร้านลูกเต๋ารองเท้ามือสอง.....	5
ภาพที่ 2.2 ภาพประกอบหน้าจอ XAMPP.....	19
ภาพที่ 3.1 แสดงภาพตัวอย่างระบบการทำงาน	27
ภาพที่ 3.2 แสดงภาพตัวอย่างการออกแบบขั้นตอนการทำงานของระบบ CONTEXT DIAGRAM.....	28
ภาพที่ 3.3 DATAFLOW DIAGRAM LEVEL 1 ระบบซื้อขายรองเท้ามือสอง.....	29
ภาพที่ 3.4 PROCESS1 แสดงการทำงานของระบบการสมัครสมาชิก	30
ภาพที่ 3.5 PROCESS2 แสดงการทำงานของระบบการเข้าสู่ระบบ.....	30
ภาพที่ 3.6 PROCESS3 แสดงการทำงานของระบบการสั่งซื้อสินค้า.....	31
ภาพที่ 3.7 PROCESS4 แสดงการทำงานของระบบการแจ้งชำระ	31
ภาพที่ 3.8 PROCESS5 แสดงการทำงานของระบบการจัดการสินค้า.....	32
ภาพที่ 3.9 PROCESS6 แสดงการทำงานของระบบการออกรายงาน	33
ภาพที่ 3.10 FLOWCHART แสดงการทำงานของระบบสมัครสมาชิก	34
ภาพที่ 3.11 FLOWCHART แสดงการทำงานของระบบการเข้าสู่ระบบ.....	34
ภาพที่ 3.12 FLOWCHART แสดงการทำงานของระบบสั่งซื้อสินค้า	35
ภาพที่ 3.13 FLOWCHART แสดงการทำงานของระบบแจ้งการชำระเงิน	36
ภาพที่ 3.14 FLOWCHART แสดงการทำงานของระบบจัดการสินค้า.....	36
ภาพที่ 3.15 FLOWCHART แสดงการทำงานของระบบออกรายงาน	37
ภาพที่ 3.16 แสดงภาพตัวอย่างหน้าการสมัครสมาชิก.....	37
ภาพที่ 3.17 แสดงภาพตัวอย่างหน้าการเข้าสู่ระบบเว็บไซต์	38
ภาพที่ 3.18 แสดงภาพตัวอย่างหน้าแรกของเว็บไซต์	38
ภาพที่ 3.19 แสดงภาพตัวอย่างหน้าแสดงสินค้าค้นหาสินค้า.....	39
ภาพที่ 3.20 แสดงภาพตัวอย่างหน้าเรียกดูสินค้า	39
ภาพที่ 3.21 แสดงภาพตัวอย่างหน้าเลือกการจัดส่งสินค้า	40
ภาพที่ 3.22 แสดงภาพตัวอย่างหน้าการเลือกการจัดส่ง	40
ภาพที่ 3.23 แสดงภาพตัวอย่างหน้าการเลือกวิธีการชำระเงิน.....	40
ภาพที่ 3.24 แสดงภาพตัวอย่างหน้าการยืนยันการสั่งซื้อเป็นที่เรียบร้อย	41
ภาพที่ 4.1 ตัวอย่างหน้าจอเข้าสู่ระบบแอดมิน	43
ภาพที่ 4.2 ตัวอย่างหน้าจอโฮมเพจ.....	44
ภาพที่ 4.3 ตัวอย่างหน้าจอเพิ่มสินค้า	44
ภาพที่ 4.4 ตัวอย่างหน้าจอคุณสมบัติ.....	45
ภาพที่ 4.5 ตัวอย่างหน้าจอตรวจสอบการแจ้งชำระเงินลูกค้า.....	45
ภาพที่ 4.6 ตัวอย่างหน้าคำสั่งซื้อ	45
ภาพที่ 4.7 ตัวอย่างหน้าจอร้านค้า	46
ภาพที่ 4.8 ตัวอย่างหน้าลงทะเบียนหรือสมัครสมาชิก.....	46

สารบัญ(ต่อ)

เรื่อง	หน้า
ภาพที่ 4.9 ตัวอย่างหน้าLOGIN เข้าสู่ระบบ.....	47
ภาพที่ 4.10 ตัวอย่างหน้าจอผู้ใช้งาน	47
ภาพที่ 4.11 ตัวอย่างหน้าจอร้านค้า	48
ภาพที่ 4.12 ตัวอย่างหน้าหยิบใส่ตะกร้าสินค้า	48
ภาพที่ 4.13 ตัวอย่างหน้าจอตะกร้าสินค้า.....	48
ภาพที่ 4.14 ตัวอย่างหน้าแสดงมูลค่าสินค้าและเลือกช่องทางการจัดส่ง.....	49
ภาพที่ 4.15 ตัวอย่างหน้าจอกรอกที่อยู่การจัดส่ง.....	49
ภาพที่ 4.16 ตัวอย่างหน้ารายการสั่งซื้อ	50
ภาพที่ 4.17 ตัวอย่างหน้าจอแจ้งชำระเงิน.....	50
ภาพที่ 4.18 ตัวอย่างหน้าแจ้งสลิปการโอนเงิน.....	51
ภาพที่ 4.19 ตัวอย่างหน้าจอเช็คการสั่งซื้อ.....	51
ภาพที่ 4.20 ตัวอย่างหน้าตรวจสอบรายละเอียดสินค้า.....	52
ภาพที่ 4.21 ตัวอย่างหน้าจอติดตามสถานะเลขพัสดุ.....	52
ภาพที่ 4.22 ตัวอย่างหน้าจอเกี่ยวกับเรา.....	53
ภาพที่ 4.23 ตัวอย่างหน้าแรกของลูกค้าทั่วไป.....	53
ภาพที่ 4.24 ตัวอย่างหน้าสินค้า	54
ภาพที่ 4.25 ตัวอย่างหน้าหยิบใส่ตะกร้าสินค้า	54
ภาพที่ 4.26 ตัวอย่างหน้าจอตะกร้าสินค้า.....	54
ภาพที่ 4.27 ตัวอย่างหน้าแสดงมูลค่าสินค้าและเลือกช่องทางการจัดส่ง.....	55
ภาพที่ 4.28 ตัวอย่างหน้าที่อยู่การจัดส่ง	55
ภาพที่ 4.29 ตัวอย่างหน้ารายการสั่งซื้อ	56
ภาพที่ 4.30 ตัวอย่างหน้าแจ้งชำระเงิน	56
ภาพที่ 4.31 ตัวอย่างหน้าแจ้งชำระการโอนเงิน.....	57

สารบัญตาราง

เรื่อง	หน้า
ตารางที่ 1.1 ขั้นตอนและระยะเวลาการดำเนินงาน.....	3
ตารางที่ 4.1 จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	57
ตารางที่ 4.2 ความพึงพอใจของระบบในส่วนเนื้อหาด้านการออกแบบและการจัดการรูปแบบเว็บไซต์	58
ตารางที่ 4.3 ความพึงพอใจของระบบในส่วนเนื้อหาด้านเนื้อหาและความถูกต้อง	59
ตารางที่ 4.4 ความพึงพอใจของระบบในส่วนเนื้อหาด้านประโยชน์และการนำไปใช้	60

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปีที่ผ่านมาการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce) เริ่มเข้ามามีบทบาทมากในทางสังคม อาจเรียกได้ว่าในปีที่ผ่านมาเป็นการเติบโตของตลาดการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce Market) อย่างแท้จริงก็ว่าได้ ซึ่งปีที่ผ่านมาฮองกงถูกจัดอันดับเป็นประเทศที่มีการซื้อปิ้งออนไลน์สูงที่สุดในโลกตกเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณคนละ 103,965 บาทต่อปี ส่วนประเทศไทยของเราถูกจัดอยู่ในลำดับที่ 45 ตกประมาณการซื้อเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณ 3,915 บาทต่อคนต่อปี โดยจะเห็นได้ว่าการทำการตลาดในลักษณะนี้นั้นได้เข้ามาช่วยในการดำเนินธุรกิจของผู้ให้บริการทั่วไปที่มีความต้องการที่จะขยายกลุ่มตลาดหรือลูกค้าให้เปิดกว้างมากขึ้น ทั้งในปัจจุบันนี้ยังมีการเข้ามาดำเนินธุรกิจของผู้ให้บริการการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce Market) จากต่างประเทศอยู่เรื่อย ๆ เป็นส่วนให้ระบบการให้บริการด้านต่าง ๆ มีการเชื่อมโยงและมีการพัฒนาให้เหมาะสมกับการใช้งานและบริการด้านการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce) มากขึ้น ทั้งผู้ให้บริการภายในประเทศยังมีการปรับตัวให้เข้ากับวิถีการใช้ชีวิตของผู้บริโภคที่มีความต้องการที่แตกต่างกันเพิ่มมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นระบบการให้บริการชำระค่าบริการออนไลน์ (Online Payment) หรือระบบการจัดการด้านขนส่งสินค้าจนถึงที่นัดรับสินค้าปลายทางพร้อมเรียกชำระเงินปลายทาง (Warehouse & Fulfilment) เพราะเนื่องจากในปัจจุบันมีตัวเลขการใช้บริการด้านอินเทอร์เน็ตที่ปรับตัวสูงขึ้นถึง 31 ล้านคนโดยโทรศัพท์มือถือสมาร์ตโฟนเป็นอีกหนึ่งตัวช่วยสำคัญที่ทำให้ประชากรในประเทศไทยทั้งไทยและฮองกงมีแนวโน้มการเข้าใช้บริการด้านอินเทอร์เน็ตเพิ่มมากขึ้น และไม่ว่าจะเป็นทางด้านเครือข่ายบริษัทผู้ให้บริการสัญญาณโทรศัพท์มือถือที่น้อยใหญ่ก็ตามต่างก็มีการแข่งขันกันค่อนข้างสูงทำให้ผู้ใช้บริการมีค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าบริการอินเทอร์เน็ตที่ถูกลงทำให้บริโภคมักมีการเปลี่ยนแปลงและหันมาจับจ่ายซื้อสินค้าหรือบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตสูงขึ้น จากการเก็บข้อมูลสถิติจากการซื้อสินค้าหรือบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ภาวุธพงษ์ วิทยาภาณุ (2557)

เนื่องจากปัจจุบันนี้ร้านลูกเต่ารองเท้ามือสอง ได้ขึ้นชอปรองเท้าและถนัดเป็นอย่างมาก จึงหันมาศึกษาแหล่งซื้อขายรองเท้ามือสองเพื่อนำมาขายปลีก เดิมแล้วร้านลูกเต่ามีการเก็บข้อมูลโดยการจดบันทึก ขยายแบบหน้าร้านไม่มีการประชาสัมพันธ์ให้ใครเห็น และลูกค้าไม่สามารถทราบได้เลยว่ามี Size สี ยี่ห้อที่ลูกค้าต้องการ จึงทำให้ลูกค้าเสียเวลาในการเข้ามาเลือกรองเท้าเองโดยที่ไม่รู้ว่าจะมีรองเท้าที่ลูกค้าต้องการหรือไม่ พบว่าโดยรวมมีปัญหาและอุปสรรคอยู่มากในการบริหารจัดการ ปัจจุบันมีการนิยม พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce) การตลาด การขาย สื่อออนไลน์ต่าง ๆ เป็นอย่างมาก

ดังนั้นผู้จัดทำจึงได้มีแนวคิดในการนำเอา พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce) การขายสินค้าออนไลน์ เข้ามาช่วยแก้ไขปัญหาร้านค้า ร้านลูกเต่า โดยการพัฒนาระบบบริหารจัดการร้านค้าออนไลน์ โดยใช้เทคนิควิธีการทาง อินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ E-commerce เพื่อให้สะดวกรวดเร็วในการเลือกซื้อของและตรงตามความต้องการของลูกค้า เพิ่มช่องทางในการขายได้มากขึ้น ทำให้ผู้คนเข้ามาชมเว็บไซต์ของร้านหรือข้อมูลเกี่ยวกับรองเท้าได้อย่างสะดวกยิ่งขึ้น

1.2 วัตถุประสงค์

- 1.2.1 เพื่อพัฒนาระบบบริหารจัดการร้านค้าออนไลน์กรณีศึกษาร้านลูกเต๋า
- 1.2.2 เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบบริหารจัดการร้านค้าออนไลน์

1.3 ขอบเขตของโครงการ

1.3.1 Admin

- 1) Login เข้าสู่ระบบ
- 2) สามารถเพิ่ม ลบ แก้ไขข้อมูลรองเท้า
- 3) สามารถตรวจสอบข้อมูลสมาชิก
- 4) สามารถเพิ่ม ลบ แก้ไขข้อมูลผู้ติดต่อ
- 5) สามารถตรวจสอบสินค้าคงเหลือได้
- 6) สามารถเพิ่ม ลบ แก้ไขสถานะการสั่งซื้อสินค้า
- 7) สามารถเพิ่ม ลบ แก้ไขข้อมูลสมาชิก

1.3.2 ลูกค้าสมาชิก

- 1) Login เข้าสู่ระบบ
- 2) สามารถค้นหาข้อมูลยี่ห้อรองเท้า ราคา ไซส์ได้
- 3) สามารถสั่งซื้อสินค้าได้
- 4) สามารถตรวจสอบรายการและสถานะการสั่งซื้อรองเท้าได้
- 5) สามารถแจ้งการชำระเงิน วัน/เวลา/หลักฐาน
- 6) มีส่วนลดและโปรโมชั่น

1.3.3 ลูกค้าทั่วไป

- 1) สามารถสมัครสมาชิกได้
- 2) สามารถดูรายละเอียดข้อมูลรองเท้าได้
- 3) ดูรายละเอียดข้อมูลของร้านได้

1.4 ขั้นตอนและระยะเวลาการดำเนินงาน

ตารางที่ 1.1 ขั้นตอนและระยะเวลาการดำเนินงาน

ลำดับ	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	นำเสนอหัวข้อต่ออาจารย์ที่ปรึกษา	■	■														
2	ศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูล		■	■	■	■	■	■									
3	วิเคราะห์และออกแบบระบบงาน			■	■	■	■	■									
4	พัฒนาระบบ					■	■	■	■	■	■	■	■	■			
5	ทดสอบแก้ไขข้อผิดพลาด						■	■	■	■	■	■	■	■	■		
6	จัดทำคู่มือ						■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	
7	นำเสนอผลงานต่อคณะกรรมการ														■	■	■

1.5 เครื่องมือที่ใช้ในการพัฒนา

1.5.1 ฮาร์ดแวร์

Windows 8.1 Pro Intel(R) Core(TM) i3-4005U CPU @ 1.70GHz 1.70 GHz Ram

4.00 GB 64-bit Operating System, x64-based processor

1.5.2 ซอฟต์แวร์

- Word press
- Xampp
- Photoshop

1.5.3 ภาษาที่ใช้พัฒนา

- PHP
- CSS
- HTML
- Spl
- Java Script

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.6.1 ได้ระบบบริหารจัดการร้านค้าออนไลน์กรณีศึกษาร้านลูกเต๋า

1.6.2 ได้ผลประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบบริหารจัดการร้านค้าออนไลน์

1.7 นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง

1.7.1 ระบบบริหารจัดการ คือ ระบบที่พัฒนาขึ้นมาช่วยอำนวยความสะดวกให้กับร้านลูกเต๋าสำหรับการขายสินค้าต่าง ๆ เพื่อให้มีความรวดเร็วในการเข้ามาเลือกชมเลือกซื้อรองเท้าร้านลูกเต๋า โดยใช้โปรแกรม WordPress เข้ามาช่วยในการพัฒนาเว็บไซต์

1.7.2 ร้านค้าออนไลน์ คือ ระบบที่ทำให้สินค้าของร้านลูกเต๋าสามารถเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ให้กับลูกค้าสามารถเข้าถึงได้ตลอด 24 ชั่วโมง ของระบบอินเทอร์เน็ตเว็บไซต์

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง “ระบบบริหารจัดการร้านค้าออนไลน์ กรณีศึกษาร้านลูกเต่า” ถนนธานี ตำบลในเมือง อำเภอเมืองบุรีรัมย์ จังหวัดบุรีรัมย์ ผู้วิจัยได้ศึกษา แนวคิด ทฤษฎี และวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนด กรอบแนวคิดและทฤษฎี ประกอบด้วยการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้

- 2.1 ประวัติร้านลูกเต่ารองเท้ามือสอง
- 2.2 แนวคิดการทำการตลาดรูปแบบออนไลน์
- 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ต
- 2.4 การตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์
- 2.5 ความหมายของสังคมออนไลน์
- 2.6 เทคโนโลยีการพัฒนาเว็บ
- 2.7 วิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ประวัติร้านลูกเต่ารองเท้ามือสอง

ลัดดา แผ่นผา (2562) ร้านลูกเต่ารองเท้ามือสอง คุณลัดดาได้ยื่นขอรองเท้าและถนัดเป็นอย่างมาก จึงหันมาศึกษาแหล่งซื้อขายรองเท้ามือสองเพื่อนำมาขายปลีก ขายส่ง เดิมแล้วร้านลูกเต่ามีการเก็บข้อมูลโดยการจดบันทึก ขายแบบหน้าร้านไม่มีการประชาสัมพันธ์ให้ใครเห็น และลูกค้าไม่สามารถทราบได้เลยว่า มี Size สี ยี่ห้อที่ลูกค้าต้องการ จึงทำให้ลูกค้าเสียเวลาในการเข้ามาเลือกรองเท้าเองโดยที่ไม่รู้ว่าจะมีรองเท้าที่ลูกค้าต้องการหรือไม่ ร้านลูกเต่าเปิดมา 5 ปี ร้านเก่าอยู่ที่ซอยแสนสุขหลัง บขส.บุรีรัมย์ อยู่ได้ 3 ปีจึงมาเปิดตรงสี่แยก บขส.บุรีรัมย์ 68 ต.ในเมือง ถนนธานี อ.เมือง จ.บุรีรัมย์ 31000 เพราะทำเลดี ผู้คนพลุกพล่าน จึงทำให้ขายดีมากขึ้น รองเท้าในร้านลูกเต่ามีมากกว่า 10 ยี่ห้อ Converse, Nike, Adidas, New balance, Onitsuka Tiger, Reebok, Vans ฯลฯ



ภาพที่ 2.1 หน้าร้านลูกเต่ารองเท้ามือสอง

2.2 แนวคิดการทำการตลาดรูปแบบออนไลน์

Marketin Oops (2552) อธิบายเรื่องการใช้งาน Social Media ไว้ว่า เป็นกลุ่มสังคมที่มีกลุ่มคนผู้ใช้งานเป็นผู้สื่อสารในสารนั้น ๆ หรือการบอกต่อเรื่องราว การเขียน ประสบการณ์ รูปภาพ หรือบันทึกเคลื่อนไหว ที่ผู้ใช้เป็นผู้เขียน ขึ้นเอง โดน นำมากระจายถ่ายทอกบอกต่อบนพื้นที่ของตัวเองในโลกออนไลน์หรือ Social Media ที่ให้บริการ เพื่อนำพาสารมาเผยแพร่Thump อธิบายเรื่อง Social Media เอาไว้ว่าเป็นการใช้ Webbased ผสมผสานกับเทคโนโลยีของโทรศัพท์มือถือ ถือ เพื่อสร้างประสิทธิภาพการสื่อสารให้เกิดการปฏิสัมพันธ์และโต้ตอบได้ในทันที (Thumbsup, 2554)

SEO (2554) ได้พูดถึงเรื่อง Social Media ว่าหมายถึง เป็นสื่อในสังคมออนไลน์ปัจจุบันที่เป็นที่ใช้งานอย่าง แพร่หลาย ด้วยรูปแบบการสื่อสารแบบ Interactive หรือ Two Way Communicationsทำให้ผู้ใช้สามารถเข้า ถึงโลก Social Media ประเภทต่าง ๆ อย่างรวดเร็วและเข้าถึง โดยผู้ใช้งานสามารถใช้พื้นที่ เผยแพร่โต้ตอบได้ อย่างทันทีทันใด

ธัญวัฒน์ กาบคำ (2553) กล่าวถึง Social Media ว่าเป็นสังคมออนไลน์ที่ตอบสนองได้ทุกทิศทุกทาง โดยผ่านตัวกลางเป็นสื่อออนไลน์ซึ่งสามารถทำให้มีการโต้ตอบกันได้

จากการให้ความหมายข้างบนนี้ สามารถให้ข้อสรุปได้ว่า Social Media เป็นสื่อสังคมออนไลน์บนเครือข่าย ออนไลน์ หรือมีการทำกิจกรรมใดร่วมกันบนอินเทอร์เน็ต โดยหัวใจสำคัญคือการสื่อสารที่สามารถโต้ตอบได้ทั้งสองฝ่ายได้โดยมีบุคคลใช้การสื่อสารต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นวิดีโอ หรือรูปภาพตัวอักษร เพื่อแบ่งปันให้ผู้อื่นรับรู้ ได้ถึงการกระทำของตัวเอง โดยผู้ใช้งานสามารถสร้างเนื้อหาสาระเพื่อชักจูงให้ผู้ที่อยู่ในโลกออนไลน์นั้นได้เข้าถึง กลายเป็นสถานที่ที่พบปะผู้คนใด จะสร้างประวัติของตัวเองและสร้างเครือข่ายของบุคคลเพื่อติดต่อและสื่อสารกับผู้อื่น เช่น Myspace Facebook Line Instagram Twitter Google+ YouTube เป็นต้น เหล่านี้ล้วนแล้ว แต่เป็น เว็บที่สร้างขึ้นมาเพื่อการตอบสนองความต้องการในการติดต่อธุรกิจหรือหาเพื่อนบนโลกไซเบอร์ ทั้งสิ้น คำว่า Social Media ไม่มีคำไทยอย่างเป็นทางการ แต่มีการใช้คำว่า “เครือข่ายสังคมออนไลน์” มาแทนที่ ทำให้เราเกิดการปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน ซึ่งเราเรียกว่า Participation หรือการมีส่วนร่วมนั่นเอง ปัจจุบันผู้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Media) ทั่วโลกมีจำนวนมากดังนั้นการจัดอันดับเครือข่ายสังคมออนไลน์ จึงเปิดเผยว่า Facebook มีบัญชีผู้ใช้งานมากเป็นอันดับ 13 ของโลก และกรุงเทพฯ ติดเป็นอันดับเมืองที่มีผู้คนใช้ Facebook มากที่สุดในโลกอีกเช่นกัน ด้วยจำนวนในประเทศไทยสูงถึง 12.8 ล้านบัญชี จากจำนวนของคนใช้งานทั่วประเทศ 18.3 ล้านบัญชีนั่นเอง นอกจากนี้ยังมีสื่อสังคมออนไลน์อื่น ๆ อีกด้วย นอกเหนือจากนั้นยังมีการให้ข้อมูลของ เครือข่ายสังคมออนไลน์เพิ่มเติมอีกด้วยว่ายังมี Twitter, YouTube , Line และ Instagram ที่มาแรงและเริ่มเป็นที่นิยมขึ้นเรื่อย ๆ ทั้งนี้สาเหตุที่สังคมออนไลน์นั้นมีการเติบโตพัฒนาได้อย่างรวดเร็วเพราะเครือข่ายสังคมออนไลน์จะช่วยให้เกิดประโยชน์รวมถึงการติดต่อสื่อสารที่สะดวกและรวดเร็วได้ในทันที สื่อสังคมออนไลน์นั้นล้วนมีความแตกต่างและจุดเด่นที่ไม่เหมือนกันและมีเทคโนโลยีเกิดขึ้นใหม่ ๆ

ตลอดเวลาเมื่อโลกแห่งการสื่อสารพัฒนาขึ้นอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้ปัจจัยโดยรอบต่างก็มีความเปลี่ยนแปลงเช่นกัน ไม่ว่าจะเป็นสื่อต่าง ๆ ทำให้ตลาดในปัจจุบันนั้นสื่อต่าง ๆ จำเป็นจะต้องอาศัยการปรับตัวให้ทันท่วงที ไม่ว่าจะเป็นสื่อโทรทัศน์ วารสาร ไปจนถึงสื่อภาพยนตร์ การแข่งขันในตลาดปัจจุบันของผู้ให้บริการภาพยนตร์รูปแบบสตรีมมิ่งนั้นถือเป็นช่วงที่เริ่มต้นทำความเข้าใจให้กับ

ผู้บริโภค ดังนั้นเพื่อให้ได้กลุ่มเป้าหมายที่ตรงกับความต้องการของผู้ประกอบการ การใช้การทำ การตลาดในรูปแบบออนไลน์จึงเป็นเครื่องมือสำคัญเพื่อเพิ่มการเติบโตในแวดวงของธุรกิจ

นักการตลาดชื่อ Smith และ Chaffey (2005) ได้กล่าวว่า การใช้แนวคิดการประกอบ ธุรกิจในรูปแบบการทำตลาดอิเล็กทรอนิกส์นั้นจะส่งผลดีกับองค์กรเป็นอย่างสูง เนื่องจาก ความสามารถในการจำแนก (Identity) ผู้บริโภคได้อย่างชัดเจนว่าเป็นใคร มีจุดประสงค์อะไรต่อความ ต้องการผ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ห้องสนทนา จึงสามารถเก็บบันทึกข้อมูลของผู้บริโภค ส่งผลให้เกิด การรู้ทันความต้องการของผู้บริโภคได้ (Anticipating) ทำให้สามารถตอบสนองความพึงพอใจของ ลูกค้าได้ (Satisfy) เพื่อเกิดประโยชน์สูงสุด (Effectively) นอกจากนี้แล้วนักการตลาดชื่อ Smith และ Chaffey (2005) ยัง ได้กล่าวไว้ถึงคุณประโยชน์จากการทำตลาดอิเล็กทรอนิกส์ 5Ss ดังต่อไปนี้

1) การขาย (Sell) ช่องทางการขายที่เพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้รองรับลูกค้าเก่าและใหม่ที่จะเกิดขึ้นได้

2) การบริการ (Service) ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงได้ตลอดเวลา

3) การพูดคุย (Speak) ช่วยลดพื้นที่ว่างตรงกลางระหว่างสินค้ากับผู้บริโภค ทำให้ เกิดการเข้าถึงที่ง่ายขึ้น ผู้บริโภคจึงมีพื้นที่สำหรับการพูดคุยมากขึ้น

4) ประหยัด (Save) ช่วยลดค่าใช้จ่ายหรือทดแทนค่าใช้จ่ายจากการดำเนินงานต่าง ๆ ตัวอย่างเช่นการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์แทนการส่งจดหมายแบบเดิม

5) ประสาท (Sizzle) สร้างตราสินค้าให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้นส่งผลในการทำกลยุทธ์ การทำตลาดแบบออนไลน์เป็นสิ่งสำคัญเป็นอย่างยิ่งโดยเฉพาะสินค้าหรือผู้ให้บริการประเภทออนไลน์ ยิ่งจำเป็นจะต้องมีความเข้าใจในการทำตลาดรูปแบบใหม่ เพื่อให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงของ เทคโนโลยี ไป จนถึงการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของบริการให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด และเข้าถึงผู้บริโภค ได้อย่าง แท้จริง จึงจำเป็นจะต้องมีหลักการในการทำตลาดออนไลน์หลักในการทำตลาด ออนไลน์

การทำตลาดนั้นไม่ใช่เพียงแคมีเว็บไซต์ หรือเฟสบุ๊ค หรือเครื่องมือทางการตลาด ออนไลน์รูปแบบใดแบบหนึ่งเท่านั้น สิ่งสำคัญคือจะต้องมีข้อมูลต่าง ๆ ที่ตอบสนองความต้องการของ ผู้บริโภคได้ทุกรูปแบบซึ่ง ขั้นตอนการทำตลาดแบบอิเล็กทรอนิกส์ (SOSTAC) เพื่อให้เข้าถึง กลุ่มเป้าหมายได้ตรงที่สุดรวมถึง เกิดประโยชน์สูงสุด โดยมีขั้นตอนในการทำตลาดดังต่อไปนี้ (Smith & Chaffey,2005)

1) วิเคราะห์สถานการณ์ (Situation) โดยพิจารณาว่าปัจจุบันองค์กรหรือตัวสินค้า ของเรานั้นอยู่บริเวณตำแหน่งใดของตลาดในทุก ๆ ด้าน เพื่อให้ทราบถึงตำแหน่งปัจจุบันขององค์กร ทั้งทางด้านสถานการณ์ทางการตลาดด้านสินค้า ด้านการแข่งขัน ด้านการจัดจำหน่าย รวมถึงปัจจัย โดยรอบ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาทำการ วิเคราะห์หาโอกาสและรู้ทัน อุปสรรคเพื่อเป็นตัวช่วยในการ กำหนดทิศทางการพัฒนาแผนการตลาด

2) วัตถุประสงค์ (Objective) ตำแหน่งของสิ่งที่องค์กรต้องการจะเป็น ซึ่งเกิดจาก การกำหนดทิศทางการวัตถุประสงค์ โดยวัตถุประสงค์จะต้องอธิบายเหตุผล หรือผลประโยชน์ที่จะเกิดขึ้น จากการทำตลาดแบบ อิเล็กทรอนิกส์อย่าง ชัดเจน

3) กลยุทธ์ (Strategy) หมายถึงวิธีการโดยใช้แผนกลยุทธ์เป็นตัวผลักดันให้องค์กรไปสู่วัตถุประสงค์หรือตามความสำเร็จในขั้นตอนที่ได้ตั้งเอาไว้ โดยเครื่องมือที่จะนำมาใช้นั้นจะต้องเป็นตามกลยุทธ์ที่วางเอาไว้

4) วางกลยุทธ์ (Tactics) หมายถึงการวางแผนการดำเนินงานโดยใช้เครื่องมือและการตลาดแบบผสม (Marketing Mix) เป็นแนวความคิดที่จะช่วยให้การการตลาดสามารถสร้างโครงสร้างรวมถึงวิธีการเพื่อให้ไปถึงกลุ่มเป้าหมาย

5) การดำเนินการ (Action) หมายถึงการดำเนินงาน การบริหารโครงการที่จะต้องแสดงให้เห็นถึงศักยภาพ ของ แผนการตลาดที่วางเอาไว้ไปจนถึงการบรรลุวัตถุประสงค์และกลยุทธ์ของการตลาดที่ตั้งเอาไว้ และเพื่อแสดงถึงแบบแผนวิธีการทำงานที่ชัดเจนว่าจะเริ่มทำอะไร เมื่อไหร่ ด้วยใคร ต้นทุน ไปจนถึงผู้รับผิดชอบในส่วนงานต่าง ๆ

6) การควบคุม (Control) ถือเป็นส่วนสุดท้ายของแผนการตลาดเพื่อเป็นการตรวจสอบความก้าวหน้าหรือการดำเนินงานของแผนการตลาดเพื่อใช้ในการวัดผลโดยจำเป็นจะต้องใช้การคิดวิเคราะห์ส่วนต่าง ๆ ของตลาดประกอบกันไปด้วย เพื่อให้ควบคุมแผนการดำเนินงานให้เป็นไปตามเป้าหมายรวมถึงการติดตามการเปลี่ยนแปลง

2.2.1 รับรู้ถึงพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์

อินเทอร์เน็ตกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายนั้น เป็นการทราบถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ใช้ชีวิตอยู่บนโลกออนไลน์เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้และดึงดูดด้วยความสนใจที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภคเพราะแต่ละกลุ่มเป้าหมาย ล้วนมีความต้องการที่ไม่เหมือนกัน ทั้งด้านการบริการตลาด การประชาสัมพันธ์หรือรูปแบบการพัฒนาเว็บไซต์ เพื่อให้เหมาะสมและเข้าถึงตามความต้องการของผู้บริโภคบนโลกออนไลน์มากยิ่งขึ้น กิจกรรมออนไลน์ของผู้บริโภค กิจกรรมออนไลน์ที่ผู้บริโภคให้ความสนใจ ไม่ว่าจะเป็นการติดต่อสื่อสาร การค้นหาข้อมูลด้วยการเสิร์ช การซื้อสินค้าออนไลน์ นอกจากนั้นเสียงของผู้บริโภคเหล่านี้จะเป็นสิ่งที่ให้นักการตลาดได้อ่านความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างแม่นยำมากยิ่งขึ้น จึงควรเปิดช่องทางการสื่อสารบนโลก ออนไลน์ไว้เพื่อให้สามารถศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคได้

2.2.2 พฤติกรรมของผู้บริโภคออนไลน์ นักการตลาดควรยึดหลักดังนี้

- 1) เหตุผลที่ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้า
- 2) ความสะดวกสบาย
- 3) ราคาสินค้าที่พิเศษ
- 4) ลดการปะทะกับฝูงชน
- 5) อยากรู้ อยากรทดลอง

2.2.3 เหตุผลที่ผู้บริโภคจะไม่สั่งซื้อสินค้าออนไลน์

- 1) กังวลในเรื่องความไม่ปลอดภัย และไม่เชื่อ
- 2) ต้องการเห็นสินค้าของจริง ก่อนตัดสินใจซื้อ
- 3) ค่าส่งที่มีราคาสูง
- 4) กังวลเรื่องการคืนสินค้า

การทำตลาดนั้นออนไลน์นั้น นอกจากการเข้าใจบริบทของผู้บริโภคบนออนไลน์แล้วการทำตลาดที่มี เนื้อหา ดึงดูดและน่าสนใจก็เป็นส่วนสำคัญเช่นกันที่จะทำให้ผู้บริโภคสนใจหรือเกิดการซื้อสินค้า ดังนั้นการทำ ตลาดแบบ เนื้อหาจึงจะต้องมีความน่าสนใจมากพอเพื่อส่งเสริมการขายและการตลาด

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ต

2.3.1 ความหมายของอินเทอร์เน็ต

อินเทอร์เน็ต คือเครือข่ายของเครือข่ายที่เชื่อมโยงระหว่างเครือข่ายต่าง ๆ เข้าด้วยกัน เมื่อนำเครือข่ายคอมพิวเตอร์ข่ายหนึ่งต่อเชื่อมเข้าสู่อินเทอร์เน็ต เครือข่ายนั้นก็จะป็นอินเทอร์เน็ต และหากใครนำเครือข่ายอื่นมาต่อเชื่อมอีกก็จะเข้าสู่อินเทอร์เน็ตและเป็นการขยายเครือข่ายอินเทอร์เน็ตอีกด้วย โดยแต่ละเครือข่ายย่อย (sub network) อาจจะมีเครื่องคอมพิวเตอร์แม่ข่าย (host) เพียงตัวเดียวหรือหลาย ๆ ตัวก็ได้โดยเครื่องแม่ข่ายทุกตัวก็จะเชื่อมโยงกับอินเทอร์เน็ตตลอด 24 ชั่วโมง (ศรีศักดิ์ จามรมาน, 2539; ยืน ภู่วรรณ, 2539) ภายใต้มาตรฐานการเชื่อมโยงคอมพิวเตอร์เพื่อการแลกเปลี่ยนและส่งผ่านข้อมูลตัวเดียวกัน โดยที่คอมพิวเตอร์ที่เชื่อมโยงกันอยู่แล้ว อาจเป็นเครื่องคนละตระกูลกัน หรือใช้อุปกรณ์/ซอฟต์แวร์ที่เกี่ยวกับการเชื่อมต่อเครือข่ายที่แตกต่างกันก็ตาม ถนนอมพร ต้นพีพัฒนา (2539)

ปัจจุบันอินเทอร์เน็ตจัดว่าเป็นทางด่วนสารสนเทศ (information superhighway) ที่ได้รับความนิยมสูงสุด จนอาจกล่าวได้ว่าถนนทุกสายกำลังมุ่งเข้าสู่อินเทอร์เน็ต เนื่องจากเป็นที่ยอมรับโดยทั่วถึงกัน ศักยภาพในการเติบโตเป็นชุมชนขนาดใหญ่ของอินเทอร์เน็ต โดยปัจจุบันระบบอินเทอร์เน็ตมีการเชื่อมต่อกับระบบคอมพิวเตอร์นับล้านระบบ และมีผู้ใช้หลายสิบล้านคน (วาสนา สุขกระสานตี, 2540) ในการติดต่อสื่อสารเพื่อใช้งานในด้านต่าง ๆ เช่น ส่งจดหมายถึงเพื่อน ๆ คัดลอกแฟ้ม ข้อมูลและโปรแกรมจากเครื่องคอมพิวเตอร์เครื่องอื่น รวมทั้งค้นหาข้อมูลสารสนเทศจากแหล่งข้อมูลทั่วโลก

2.3.2 ความเป็นมาของอินเทอร์เน็ต

อินเทอร์เน็ตเป็นเครือข่ายที่มีพัฒนาการมาจาก อาร์พานีต (ARPAnet) ภายใต้ความรับผิดชอบของสำนักงานโครงการวิจัยขั้นสูง (advanced research project agency - ARPA) กระทรวง กลาโหมของประเทศสหรัฐอเมริกาได้จัดตั้งอาร์พานีต เพื่อให้การสนับสนุนการวิจัยทางทหารในภาวะสงคราม และทำหน้าที่สนับสนุนแก่มหาวิทยาลัยและบริษัทเอกชนที่ทำการวิจัยและพัฒนาโดยทำการเชื่อมเครื่องคอมพิวเตอร์ระหว่างสถาบัน 4 สถาบัน คือ มหาวิทยาลัยแคลิฟอร์เนีย ลอสแอนเจลิส มหาวิทยาลัยแคลิฟอร์เนียที่ซานตา บาร์บารา มหาวิทยาลัยยูทาห์ และสถาบันวิจัยสแตนฟอร์ด และเนื่องจากเครื่องคอมพิวเตอร์จากสถาบันทั้ง 4 แห่งนี้ เป็นเครื่องคอมพิวเตอร์ต่างชนิดกันและใช้ระบบปฏิบัติการที่แตกต่างกัน จึงได้กำหนดวิธีการเชื่อมต่อโดยใช้โปรโตคอลคือ คานห์น-เซอร์ฟิโปรโตคอล (kanhn-cerf protocal) และต่อมาเปลี่ยนมาใช้ ทีซีพีไอพี (transmission control protocal/internet protocal-TCP/IP) ซึ่งเป็นโปรโตคอลที่ทำให้คอมพิวเตอร์ต่างชนิดกันสามารถสื่อสารกันได้ในปี ค.ศ. 1983 จากจุดนี้เองที่ทำให้อาร์พานีตมีหน่วยงานต่าง ๆ ขอเข้าร่วมในเครือข่ายมากขึ้น อาร์พานีตได้ถูกแบ่งแยกออกเป็น 2 เครือข่าย คือ เครือข่ายด้านการวิจัยใช้ชื่ออาร์พา

เน็ต และเครือข่ายกองทัพใช้ชื่อมิลเน็ต (MILnet) เครือข่ายอาร์พาเน็ตเริ่มมีเครือข่ายอื่น ๆ เข้ามาขอใช้มากขึ้น เช่น เอ็นเอสเอฟเน็ต (NSFnet) ของมูลนิธิวิทยาศาสตร์แห่งชาติ และเครือข่ายของนาซ่า เป็นต้น ต่อมาได้มีการเปลี่ยนชื่อเป็นอาร์พาอินเทอร์เน็ต (ARPAInternet) จนกระทั่งที่สุดกลายเป็นอินเทอร์เน็ต สมนึก คีรีโต และคณะ (2537)

ในปี ค.ศ. 1969 มีผู้ใช้เครือข่ายอินเทอร์เน็ตทั่วโลกประมาณ 513.4 ล้านคน (Zook, 2002) ในประเทศไทยการใช้เครือข่ายอินเทอร์เน็ตเริ่มขึ้นในปี พ.ศ. 2530 คือมีการนำมาใช้เพื่อการสื่อสารโดยส่งและรับไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (electronic mail : e-mail) เป็นครั้งแรกที่มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่ และสถาบันเทคโนโลยีแห่งเอเชีย โดยได้รับความร่วมมือจากรัฐบาลออสเตรเลียภายใต้โครงการ แผนการพัฒนาศักยภาพ (international development plan - IDP) โดยทางออสเตรเลียจะโทรศัพท์เข้ามาวันละ 2 ครั้ง เพื่อแลกเปลี่ยนจดหมายโดยผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

พ.ศ. 2531 กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และการพลังงาน ได้มอบหมายให้ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (national electronics and computer technology center - NECTEC) ให้ทุนสนับสนุนการวิจัยโครงการเครือข่ายคอมพิวเตอร์ แก่สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง เพื่อศึกษาการเชื่อมต่อเครื่องคอมพิวเตอร์ของมหาวิทยาลัยด้านวิทยาศาสตร์ 12 แห่ง

พ.ศ. 2534 ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ ร่วมมือกับอาจารย์และนักวิจัยจากสถาบันอุดมศึกษา 8 แห่ง ก่อตั้งคณะทำงานชื่อนิวส์กรุป (newsgroup) เพื่อแลกเปลี่ยน จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ระหว่างคอมพิวเตอร์ของแต่ละสถาบัน และแลกเปลี่ยนกับประเทศออสเตรเลีย ผ่านสถาบันเทคโนโลยีแห่งเอเชีย (asian institute of technology) ทำให้นักวิจัยไทยสามารถติดต่อสื่อสารกับนักวิจัยนานาชาติได้

พ.ศ. 2535 ก่อตั้งเครือข่ายไทยสาร (Thai Social/Scientific Academic and Research Network - ThaiSARN) ภายใต้การดำเนินการของคณะทำงานซึ่งในตอนเริ่มแรกนั้นประกอบด้วยศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ และสถาบันอุดมศึกษาอีก 5 แห่ง คือ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีแห่งเอเชีย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัย สงขลานครินทร์ และมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วัตถุประสงค์การก่อตั้งก็เพื่อเป็นเครือข่ายสนับสนุนการศึกษา ค้นคว้า และวิจัย เพื่อให้บริการเฉพาะแก่กลุ่มนักวิชาการ และผู้อยู่ในแวดวงการศึกษา แต่สำหรับการบริการของเครือข่ายไทยสารผ่านเครือข่ายเป็นสาธารณะนั้นยังไม่สามารถดำเนินการได้ในขั้นต้น

พ.ศ. 2538 บริษัทอินเทอร์เน็ตประเทศไทย (Internet Thailand) ได้เปิดบริการอินเทอร์เน็ตเชิงพาณิชย์ (Internet Service Provider - ISP) เป็นรายแรกของประเทศไทย โดยการร่วมทุนระหว่างการศึกษาแห่งประเทศไทย และองค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย นับเป็นจุดกำเนิดของบริการอินเทอร์เน็ต เชิงพาณิชย์สำหรับประชาชนทั่วไป

พ.ศ. 2539 โรงเรียนต่าง ๆ ของไทยเริ่มให้ความสนใจกับการเชื่อมโยงสู่เครือข่ายอินเทอร์เน็ต ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ ได้เล็งเห็นความสำคัญของการพัฒนาคุณภาพการศึกษาของเยาวชนไทย ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ ได้ริเริ่มจัดทำเครือข่ายโรงเรียน ในโครงการชื่อโครงการเครือข่ายคอมพิวเตอร์เพื่อโรงเรียนไทย

(schoolnet) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้โรงเรียนมัธยมของรัฐบาลในประเทศไทย สามารถเชื่อมโยงเข้าสู่เครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้ เพื่อพัฒนาคุณภาพการศึกษาของไทย และสนับสนุนให้โรงเรียนมีการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการเรียนการสอน แลกเปลี่ยนสื่อการสอน และเพื่อนักเรียนสามารถเรียนรู้ได้ด้วยตนเองผ่านแหล่งความรู้บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

พ.ศ. 2541 ได้เริ่มมีมติใหม่ของโครงการเครือข่ายคอมพิวเตอร์เพื่อโรงเรียนไทย โดยได้รับพระมหากรุณาธิคุณจากสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ให้ใช้ระบบเครือข่ายกาญจนาภิเษก ซึ่งมีศูนย์บริการเชื่อมต่อทั่วประเทศ ใช้งานเชื่อมต่อเข้ากับเครือข่ายเพื่อโรงเรียนไทย นอกจากนั้นกระทรวงคมนาคม ได้มอบนโยบายให้องค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย (ทศท.) และการสื่อสารแห่งประเทศไทย (กสท.) ร่วมมือกับศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ ในการจัดระบบอินเทอร์เน็ตในราคาถูกให้กับโรงเรียนต่าง ๆ ในทั่วประเทศอย่างทั่วถึง และทัดเทียมกัน และขยายขอบเขตสำหรับโรงเรียนในทุกระดับการศึกษา เช่น มัธยมศึกษา ประถม ศึกษา อาชีวศึกษา สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล และรวมไปถึงโรงเรียนในสังกัดสำนักงานการศึกษาเอกชนทั่วประเทศได้อย่างทั่วถึง ทวีศักดิ์ กอนันต์กุล (2544)

2.3.3 ความสำคัญของอินเทอร์เน็ต

ในยุคโลกาภิวัตน์ (globalization) เช่นปัจจุบัน วิทยาการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ได้รับการพัฒนาไปมาก ทำให้เกิดสังคมใหม่ของมนุษย์โลกที่เรียกว่า สังคมสารสนเทศ (information society) โลกถูกหลอมเป็นหนึ่งเดียวเป็นหมู่บ้านโลก (global village) การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารสามารถทำได้อย่างรวดเร็วด้วยวิทยาการด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีรวมทั้งการสื่อสารโทรคมนาคมที่ได้รับการพัฒนาอยู่ตลอดเวลา

ด้วยเหตุนี้เองจึงทำให้ระบบอินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทสำคัญ ทั้งนี้เพราะอินเทอร์เน็ตเป็นเครือข่ายที่ครอบคลุมไปทั่วโลก อินเทอร์เน็ตจึงเป็นเครือข่ายที่ยิ่งใหญ่ที่สุดในปัจจุบัน คาดกันว่าในปัจจุบันมีผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ประมาณ 100 ล้านคนขึ้นไป อัตราการเพิ่มขึ้นของผู้ใช้บริการอยู่ในช่วงประมาณ 15 เปอร์เซ็นต์ต่อเดือน (ยีน ภู่วรรณ, 2540) จากการเชื่อมต่อคอมพิวเตอร์จำนวนมากทำให้เครือข่ายอินเทอร์เน็ตมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์อย่างมากมาย กิจกรรมทางการเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและการศึกษา ถูกเชื่อมโยงให้เข้าถึงซึ่งกันและกัน อินเทอร์เน็ตเป็นแหล่งสารสนเทศที่สำคัญ มีเรื่องราวต่าง ๆ มากมาย ทั้งความรู้ ความบันเทิงหลายรูปแบบเพื่อสนองความต้องการ ความสนใจสำหรับบุคคลทุกวงการและทุกสาขาอาชีพ การเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต ทำให้คนทั่วโลก ต่างเพศ ต่างวัย ต่างเชื้อชาติ ศาสนา สามารถติดต่อสื่อสารแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกันได้ อินเทอร์เน็ตจึงกลายเป็นสังคมขนาดใหญ่ที่เกิดขึ้นในโลกคอมพิวเตอร์ โดยถูกเรียกว่าไซเบอร์สเปซ (cyberspace) พันจันทร์ ธนวัฒน์เสถียร (2540)

ดังนั้น อินเทอร์เน็ตจึงมีบทบาทสำคัญอย่างมากทั้งในปัจจุบันและอนาคต ดังที่ Toffler (1980) ได้กล่าวถึงคลื่นลูกที่สามว่า อนาคตข้างหน้าคอมพิวเตอร์จะกลายเป็นของธรรมดาในชีวิตประจำวัน ผู้คนจะใช้คอมพิวเตอร์ส่วนตัวในบ้าน ไม่ต่างอะไรกับเครื่องรับโทรทัศน์ในปัจจุบัน คอมพิวเตอร์จะถูกเชื่อมเข้าหากัน ใช้แหล่งข้อมูลเดียวกัน เครือข่ายคอมพิวเตอร์ จะเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตผู้คน ในคลื่นลูกที่สาม การใช้เครือข่ายคอมพิวเตอร์แพร่หลายออกไป ทำให้สามารถเลือกเวลาทำงานได้ตามใจชอบ

2.3.4 ประโยชน์ของการใช้อินเทอร์เน็ต

ปัจจุบันมีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตจากทั่วโลกทุกวัย และทุกอาชีพสามารถสื่อสารกันโดยไม่มีข้อจำกัดใด ๆ ทั้งศาสนา เชื้อชาติ ระบบการปกครองหรือแม้กระทั่งกฎหมายของแต่ละประเทศ อินเทอร์เน็ตจึงได้รับการขนานนามว่า ไซเบอร์สเปซ (cyberspace) หรือพื้นที่ซึ่งจำลองขึ้นมาจากการที่มีคนรวมกันอยู่เป็นจำนวนมาก จึงเกิดความต้องการบริการที่หลากหลาย เพื่อตอบสนองความต้องการของแต่ละคน ซึ่งแตกต่างกันสามารถแบ่งบริการอินเทอร์เน็ตได้เป็นดังนี้

1) การบริการทางธุรกิจ

อินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางใหม่ทางการค้า เพราะผู้ขายสามารถประกอบธุรกิจทางการค้าผ่านหน้าจคอมพิวเตอร์ที่เชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต ลูกค้าสามารถชมภาพ และรายละเอียดของสินค้าเพื่อใช้ในการตัดสินใจได้ทันที ณ เครื่องของลูกค้าเอง ผู้ขายเพียงแต่จัดเตรียมข้อมูลลงในคอมพิวเตอร์ของตน ก็สามารถบริการขายลูกค้าได้ทั่วโลกพร้อม ๆ กัน โดยไม่ต้องสิ้นเปลืองงบประมาณในการประชาสัมพันธ์มากเท่าวิธีอื่น อินเทอร์เน็ตได้กลายเป็นตลาดแห่งใหม่ เพราะสามารถซื้อขายสินค้าและชำระเงินผ่านอินเทอร์เน็ตได้โดยตรง เพียงแต่ลูกค้าจะต้องมีบัตรเครดิตโดยการสั่งซื้อสินค้า ต่าง ๆ ได้โดยกรอกหมายเลขบัตร แล้วระบุสินค้าที่ต้องการและสินค้าจะถูกส่งมาทางไปรษณีย์ และเงินจะถูกหักจากบัญชีบัตรเครดิต

2) การบริการข้อมูลข่าวสาร

สื่อทางอินเทอร์เน็ต สามารถเข้าถึงผู้บริโภคที่มีกำลังซื้อค่อนข้างสูงได้เป็นจำนวนมาก ผู้ผลิตสื่อเผยแพร่ผ่านทางอินเทอร์เน็ต จึงสามารถทำกำไรจำนวนมากจากการขายโฆษณาบนสื่อของตน ทำให้ผู้สนใจผลิตสื่อรูปแบบต่าง ๆ ในอินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นทุก ๆ วัน ผู้ที่มีความรู้ความชำนาญไม่ว่าเรื่องใด ๆ สามารถเผยแพร่ความรู้ของตนไปยังผู้คนทั่วโลกได้โดยง่าย เช่น ถ้ามีความชำนาญในการทำอาหารไทย ก็สามารถนำข้อมูลในการทำอาหารไทยพร้อมกับภาพประกอบไปใส่ไว้ในคอมพิวเตอร์ที่เชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต เพื่อให้ผู้คนที่สนใจอาหารไทยทั่วโลกได้รับทราบอย่างง่ายดาย ในทางกลับกันก็สามารถค้นหาข้อมูลแทบทุกชนิดจากอินเทอร์เน็ต โดยอาจจะอาศัยเครื่องมือค้นหาในอินเทอร์เน็ตซึ่งมีประสิทธิภาพสูงและมีให้เลือกมากมาย

3) การพบปะและสนทนากับผู้คน

นอกจากข้อมูลที่เป็นเพียงภาพ และตัวอักษรบนอินเทอร์เน็ต ยังสามารถส่งจดหมายที่เรียกว่า “อีเมล (electronic mail : e-mail)” หรือพิมพ์ประโยคโต้ตอบกับผู้คนแม้จะอยู่กันคนละซีกโลก ยิ่งไปกว่านั้นยังสามารถคุยโต้ตอบผ่านอินเทอร์เน็ต ในลักษณะโทรศัพท์ที่ไปทั่วโลกไม่ต้องเสียค่าโทรศัพท์ได้อีกด้วย

4) การบริการซอฟต์แวร์

ในอินเทอร์เน็ตมีการบริการซอฟต์แวร์ที่ทันสมัยให้ใช้ได้ใช้ และสามารถโอนย้ายซอฟต์แวร์จากอินเทอร์เน็ต มาใช้ในเครื่องคอมพิวเตอร์ได้อีกด้วย

5) ความบันเทิง

เนื่องจากอินเทอร์เน็ตสามารถใช้สื่อต่าง ๆ ได้มากมาย เช่น ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว เสียงและภาพสามมิติ จึงมีความสามารถในการนำเสนอความบันเทิงรูปแบบต่าง ๆ เช่น เพลง รายการวิทยุ เกม ได้เป็นอย่างดี

6) การศึกษา

ในระบบการศึกษาได้นำอินเทอร์เน็ตเข้ามาใช้ในการศึกษามากขึ้น ทั้งช่วยในการสืบค้นข้อมูล และในการเรียนการสอนด้วย

7) การใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการประชาสัมพันธ์ทางการศึกษา

เนื่องจากสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่มีจุดเด่นในด้านการเข้าถึงได้ตลอดเวลา และไม่จำกัดระยะทาง นอกจากนี้ยังมีปฏิสัมพันธ์ได้อย่างรวดเร็ว จึงได้มีการนำมาใช้ในการประชาสัมพันธ์หน่วยงาน หน่วยงานทางการศึกษา ก็เช่นเดียวกันได้นำเอาสื่ออินเทอร์เน็ตไปใช้ในการประชาสัมพันธ์ทางการศึกษา พันจันทร์ ธนวัฒนาเสถียร และกรภัทร์ สุทธิดารา (2540)

2.4 การตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์

Kotler (2000) อธิบายว่า การตัดสินใจของผู้บริโภคเกิดจากภายใน คือ การรับรู้ การเรียนรู้ แรงจูงใจทัศนคติและบุคลิกภาพที่แสดงให้เห็นถึงความต้องการ ต่หกว่ามีสินค้าให้เลือกมากมาย เป็นกิจกรรมที่ผู้บริโภคมีความเกี่ยวข้องกับข้อมูลที่มีอยู่

ธนพร แดงขาว (2541) ให้ความหมายของการตัดสินใจว่า การเลือกบนทางเลือกที่ประกอบด้วยหลายทางเลือก มีการใช้เหตุผลในการพิจารณา มีเป้าหมายชัดเจนว่าการตัดสินใจนั้นเพื่อสิ่งใดสรุปได้ว่า การตัดสินใจหมายถึง การเลือกหรือเปรียบเทียบสิ่งที่ต้องการจากทางเลือกที่มีมากมายโดยใช้เหตุผลในการพิจารณา เพื่อให้วัตถุประสงค์บรรลุ

ศิรินทร์ ช้างสุนทร (2542) กระบวนการตัดสินใจซื้อเบื้องต้นประกอบด้วย 3 ประการ คือ

1. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการซื้อ คือปัจจัยภายนอก (External Influences) ซึ่งเป็นข้อมูลเกี่ยวกับสินค้านั้น ๆ เช่น ค่านิยม ทัศนคติ พฤติกรรม ปัจจัยที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจคือ

- ปัจจัยทางการตลาด ได้แก่ ตัวสินค้า หีบห่อ ขนาด คุณภาพ การประชาสัมพันธ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย

- ปัจจัยทางสังคมวัฒนธรรม ได้แก่ การบอกต่อจากเพื่อน บทความในหนังสือ ครอบครั้ว ชนชั้นทางสังคม

2. กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Process) เป็นขั้นตอนของการตัดสินใจซื้อ คือปัจจัยภายใน ได้แก่ แรงจูงใจ การเรียนรู้ การรับรู้ บุคลิกภาพ รวมไปถึงกิจกรรมที่ผู้บริโภคเข้ามาเกี่ยวข้องกับข้อมูลและผู้ผลิตสร้างการรับรู้

3. กระบวนการตัดสินใจ (The Act of Making Decision) มี 3 ขั้นตอน คือ

- การตระหนักถึงความต้องการ

- การหาข้อมูลก่อนการตัดสินใจ

- ผลจากกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2546) อธิบาย ขั้นตอนการตัดสินใจซื้อ 5 ขั้นตอน คือ

1. การรับรู้ปัญหา ผู้บริโภคตระหนักความต้องการของตนเองและความจำเป็นในตัวสินค้า

2. การค้นหาข้อมูล เมื่อรับรู้ปัญหา หลังจากนั้นค้นหาข้อมูลจากช่องทางต่าง ๆ

3. ประเมินทางเลือก จากข้อมูลข้อที่สอง เพื่อนามาพิจารณาเปรียบเทียบถึงความต้องการ และความเหมาะสมด้านต่าง ๆ

4. การตัดสินใจซื้อ หลังจากประเมินทางเลือก ผู้บริโภคตัดสินใจถึงความต้องการมากที่สุด

5. พฤติกรรมหลังการซื้อ ความรู้สึกพอใจหรือไม่พอใจหลังจากซื้อมาใช้แล้ว ขึ้นอยู่กับคุณสมบัติตรงกับความต้องการของผู้บริโภค

2.5 ความหมายของสังคมออนไลน์

อดิเทพ บุตรราช (2553) ได้นิยามคำว่า เครือข่ายสังคมออนไลน์ ไว้ว่า หมายถึง กลุ่มคนที่มีการรวมตัวกันเป็นสังคมทำให้เกิดการทำกิจกรรมร่วมกันบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตซึ่ง อยู่ในรูปของเว็บไซต์และได้มีการแพร่ขยายออกไปเรื่อย ๆ โดยใช้รูปแบบของการติดต่อสื่อสารผ่าน เครือข่ายอินเทอร์เน็ต มีการสร้างเครือข่ายชุมชนเสมือนบน เครือข่ายคอมพิวเตอร์เพื่อใช้เป็น เครื่องมือสำคัญในการติดต่อสื่อสาร การทำกิจกรรมต่าง ๆ รวมทั้งการใช้ประโยชน์ ทางด้านการศึกษา ธุรกิจ และความบันเทิง คนในสังคม ปัจจุบันส่วนใหญ่จะใช้ชีวิตอยู่กับสังคมออนไลน์ เพิ่มมากขึ้น มีการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อบอกเล่า เรื่องราว ประสบการณ์ รูปภาพ และ วิดีโอ ที่ผู้ใช้จัดทำขึ้นเองหรือพบเจอจากสื่อต่าง ๆ แล้วนำมาแบ่งปันให้ กับเพื่อนและผู้อื่นที่อยู่ใน เครือข่ายของตนได้ทราบผ่านทางเว็บไซต์ของเครือข่ายสังคมออนไลน์

เว็บไซต์ที่ให้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์สามารถแบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่

1. กลุ่มเว็บไซต์เผยแพร่ “ตัวตน” เป็นเว็บไซต์ที่มีลักษณะใช้นำเสนอตัวตน และเผยแพร่ เรื่องราวของตนเองผ่านทางอินเทอร์เน็ต หรือสร้างอัลบั้มรูปของตัวเอง สร้างกลุ่มเพื่อนในห้องเรียน และสร้างเครือข่ายเพื่อการเรียนรู้ขึ้นมาได้ เช่น myspace.com, hi5.com และ facebook.com เป็นต้น

2. กลุ่มเว็บไซต์เผยแพร่ “ผลงาน” อาจจะเป็นผลงานของกลุ่มหรือผลงานของตัวเอง โดย สามารถนำเสนอในรูปแบบต่าง ๆ ได้แก่ วิดีโอ รูปภาพ หรือเสียง เช่น YouTube.com, Yahoo VDO, Google VDO, Flickr.com และ Multiply.com เป็นต้น

3. กลุ่มเว็บไซต์ที่มีความสนใจเกี่ยวกับ เรื่องเดียวกัน อาจเป็นลักษณะ Online Bookmarking หรือ Social Bookmarking โดยมีแนวคิดที่ว่า แทนที่ เราจะทำ Bookmark เว็บไซต์ที่เราชอบ หรือ บทความ รายงานที่เกี่ยวข้องกับการเรียน เก็บไว้ในเครื่องของเรา คนเดียว เราก็สามารถทำ Bookmark เก็บไว้บนเว็บไซต์ แทน เพื่อเป็นการแบ่งให้เพื่อน ๆ คนอื่นเข้ามาดูได้ด้วย และเราก็สามารถดูได้ว่า เว็บไซต์ใดที่ได้รับความนิยมมาก หรือเป็นที่น่าสนใจ โดยดูจากจำนวนตัวเลขที่เว็บไซต์ นั้นถูก Bookmark เอาไว้จากสมาชิกคนอื่น ๆ เช่น Delicious, Digg, Zickr และ Duocore.tv เป็นต้น

4. กลุ่มเว็บไซต์ที่ใช้สำหรับการทำงานร่วมกันเป็นกลุ่มกล่าวคือ การทำงานบนเครือข่าย สังคมออนไลน์ ที่เปิดโอกาสให้สมาชิกทุกคนในกลุ่มสามารถเข้ามานำเสนอ ข้อมูล ความคิดหรือต่อยอด เรื่องราวต่าง ๆ ที่อนุญาตให้ใครก็ได้เข้ามาช่วยกันเขียน และแก้ไข บทความต่าง ๆ ได้ตลอดเวลา ทำให้ เกิดเป็นสารานุกรมออนไลน์ขนาดใหญ่ที่รวบรวมความรู้ ข่าวสาร และ เหตุการณ์ต่าง ๆ ไว้อย่างมากมาย

Dijk, J.V. (2006) เครือข่ายสังคม (Social networks) เป็นระบบทางสังคมที่เชื่อมโยงกันด้วยความสัมพันธ์ ซึ่งเครือข่าย (network) หมายถึง กลุ่มของจุดเชื่อมโยง (links) ระหว่าง

องค์ประกอบของหน่วย (elements of unit) แต่ละองค์ประกอบเรียกว่าโหนด (node) ปกติจะเรียกหน่วย(units)ว่าระบบ(system) จำนวนที่น้อยที่สุดขององค์ประกอบ(elements) คือ 3 และจำนวนที่น้อยที่สุดของจุดเชื่อมโยง (links)คือ 2 จุด เมื่อจุดเชื่อมโยง (link) ของ 2 องค์ประกอบ (elements) มาเจอกันเรียกว่าความสัมพันธ์ (relation หรือ relationship)

มีการจำแนกประเภทของเครือข่ายออกเป็น 6 ประเภท ได้แก่

1) เครือข่ายทางกายภาพ (Physical networks) เป็นระบบทางธรรมชาติที่ซับซ้อน เช่น ระบบนิเวศ ถนน แม่น้ำ และเส้นทางต่าง ๆ

2) เครือข่ายระบบเส้น (Organic networks) เป็นกลไกในร่างกายเช่นระบบประสาทของร่างกายมนุษย์ สื่อสารกันเองผ่านสมองซึ่งเป็นตัวควบคุมการทำงาน การไหลเวียนของเลือด และ DNA ในเซลล์

3) เครือข่ายประสาทเทียม (Neuronal networks) เป็นระบบความคิด การเชื่อมโยงของจิต และแผนผังความคิด

5) เครือข่ายทางเทคนิคหรือเครือข่ายเทคโนโลยี (Technical networks) ประกอบด้วย ถนน เครือข่ายการส่งของ การโทรคมนาคม และเครือข่ายคอมพิวเตอร์

6) เครือข่ายของสื่อ (Media networks) เป็นการเชื่อมโยงระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร โดยมีสัญลักษณ์และสารสนเทศ

ความหมายของเครือข่ายสังคม (social network)

เครือข่ายสังคมเป็นประเภทหนึ่งของเครือข่ายที่เป็นระบบทางสังคมที่เชื่อมโยงกันด้วยความสัมพันธ์ หมายถึง กลุ่มของบุคคลหรือตัวแสดง(individual หรือ actor)ที่มีความสัมพันธ์กัน โดยมี 3 องค์ประกอบสำคัญ ได้แก่

- 1) กลุ่มของบุคคลหรือตัวแสดง
- 2) แต่ละบุคคลมีกลุ่มแอตทริบิวต์(ที่อธิบายคุณลักษณะ)
- 3) กลุ่มของจุดเชื่อมโยงบอกความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล

(Wasserman & Faust, 1994) เครือข่ายสังคม จึงเป็นโครงสร้างของสังคมที่สร้างขึ้นจากกลุ่มบุคคลของสังคม (เช่น บุคคลหรือองค์กร) และกลุ่มของ 2 กลุ่มที่เชื่อมโยงกัน ภาพรวมของเครือข่ายสังคมทำให้มีวิธีการวิเคราะห์โครงสร้างเอ็นทิตีของสังคมเช่นเดียวกับหลายๆทฤษฎีที่อธิบายรูปแบบของโครงสร้างสังคม การศึกษาโครงสร้างเหล่านี้ใช้การวิเคราะห์เครือข่ายที่ระบุรูปแบบของแต่ละแห่งและของโลก ระบุหน่วยที่มีอิทธิพลต่อกันและตรวจสอบความเคลื่อนไหวของเครือข่าย

เครือข่ายทางสังคม จึงเป็นการรวมตัวของกลุ่มของสมาชิกของเครือข่าย (nodes) ที่มีความเกี่ยวข้องเชื่อมโยงกันโดยมีความสัมพันธ์และปฏิสัมพันธ์ทางสังคมในรูปแบบต่าง ๆ เช่น ความสัมพันธ์เป็นเพื่อน ญาติพี่น้อง ผู้ร่วมงาน การพูดคุย การให้คำแนะนำ การให้ความไว้วางใจ การแลกเปลี่ยนสารสนเทศ การติดต่อสื่อสารผ่านอีเมลและสื่อสังคมออนไลน์ การให้ความร่วมมือ ความเป็นผู้แต่งร่วม และการอ้างอิงผลงานวิจัย เป็นต้น (Marin and Wellman, 2011, pp.11-12 ใน รุจเรขา วิทยายุทธนิรุกต, 2557) สมาชิกเครือข่ายอาจเป็นได้ทั้งมนุษย์ที่เป็นปัจเจกบุคคล คณะบุคคล หรือสิ่งต่าง ๆ ที่ไม่ใช่มนุษย์ก็ได้เช่น องค์กร สถาบัน บทบาทหน้าที่ ตำแหน่ง สัตว์ สิ่งของ บทความวารสาร และเว็บเพจ เป็นต้น ส่วนเนื้อหาของทรัพยากรที่แลกเปลี่ยนไหลเวียนระหว่างกันในเครือข่ายทางสังคมมีได้หลายชนิด ทั้งทรัพยากรที่จับต้องได้ เช่น สินค้า วัตถุดิบ บริการ เงิน และทรัพยากรที่จับต้องไม่ได้ เช่น

ข้อมูล สารสนเทศ การสื่อสาร ความเชื่อ และอิทธิพลทางสังคม เป็นต้น (Haythornthwaite, 1996, p.323 ใน รุจเรขา วิทยายุทธพิภพ, 2557)

เมื่อเครือข่ายสังคม เป็นกลุ่มของบุคคลที่มีความสัมพันธ์กัน การวิเคราะห์เครือข่ายสังคม จึงเน้นที่บุคคลที่มีความสัมพันธ์เชื่อมโยงแต่ละบุคคลหรือกลุ่มบุคคลเข้าด้วยกันเป็นจุดสำคัญ การวิเคราะห์เครือข่ายสังคมจึงไม่เพียงเป็นวิธีการวิเคราะห์ แต่เป็นกลุ่มของทฤษฎี โมเดลและการประยุกต์ที่อธิบายแนวคิดของความสัมพันธ์และกระบวนการ ความสัมพันธ์ที่อธิบายโดยการเชื่อมโยงระหว่างหน่วยของแต่ละบุคคล เช่น ครู นักเรียน เขตพื้นที่การศึกษา เป็นต้น เรียกว่าเป็นแนวคิดของการวิเคราะห์เครือข่ายทางสังคม นอกเหนือจากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์แล้ว การวิเคราะห์เครือข่ายสังคม ยังเกี่ยวข้องกับการที่แต่ละบุคคลและการกระทำของแต่ละบุคคลเป็นอิสระ การเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลเป็นโอกาสของการแลกเปลี่ยนทรัพยากรระหว่างกัน รูปแบบของความสัมพันธระหว่างบุคคลเป็นโครงสร้างสังคมที่เกิดสภาพแวดล้อมที่ให้โอกาสแต่ละบุคคล และรูปแบบเครือข่ายสังคมทำให้เกิดรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล

ระดับของเครือข่ายสังคม เป็นระบบย่อยของสังคม ที่สนับสนุนโดยเครือข่ายของสื่อ (media network) มีในทุกระดับ จำแนกได้เป็น 4 ระดับ (Dijk, 2006, pp.25-26) ดังนี้

1) ระดับความสัมพันธ์ของแต่ละบุคคล (individual relations) โดยแต่ละคนจะสร้างจุดเชื่อมกับสมาชิกในครอบครัว เพื่อน คนคุ้นเคย เพื่อนบ้าน เพื่อนร่วมงาน และอื่น ๆ ระดับนี้ จะได้รับการสนับสนุนจากเครือข่ายของสื่อและอินเทอร์เน็ต

2) ระดับความสัมพันธ์ของกลุ่มและองค์กร เป็นการเชื่อมโยงของกลุ่มถาวรและชั่วคราวโดยใช้เครือข่ายคอมพิวเตอร์และโทรคมนาคม (group and organizational relations)

3) ระดับความสัมพันธ์ของสังคม (societal relations) เป็นระดับความสัมพันธ์ระดับบุคคล ระดับกลุ่ม และระดับองค์กรที่ทำให้เกิดสังคมที่มีการเชื่อมโยงโดยใช้เครือข่ายของสื่อ ความสัมพันธ์ของระดับนี้ทำให้เกิด เศรษฐกิจเครือข่าย หรือเศรษฐกิจใหม่

4) ระดับความสัมพันธ์ของโลก (global relations) เป็นระดับความสัมพันธ์ของสังคมทั่วโลกและองค์การระหว่างประเทศ

โดยสรุป เครือข่ายทางสังคม (Social Networks) หมายถึงชุดของความสัมพันธ์ของบุคคล กลุ่มองค์กร โดยที่มีการแลกเปลี่ยนทรัพยากรกันทั้งข้อมูลข่าวสารการบริการและคำแนะนำ ฯลฯ เอกสารฉบับนี้ได้นำเสนอแนวคิดและทฤษฎีเครือข่ายทางสังคมที่จำเป็น และใช้เป็นพื้นฐาน ในการศึกษาและการดำเนินงานเครือข่ายในอนาคต จากการศึกษางานที่เกี่ยวข้องกับเครือข่ายทางสังคม พบว่า มีกลุ่มงานวิจัยที่สามารถจำแนก ออกเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้ (kilduff & Tsai, 2003, p 36-37) 1) กลุ่มงานวิจัยที่ใช้ทฤษฎีนำเข้า (Import theories) ซึ่งเป็นทฤษฎีที่หยิบยืมมาจากศาสตร์ สาขาอื่น เช่น คณิตศาสตร์และจิตวิทยาสังคม ทฤษฎีที่นำมาจากคณิตศาสตร์คือ ทฤษฎี กราฟ (Graph theory) ซึ่งเป็นพื้นฐานของการวิจัยในด้านนี้อย่างต่อเนื่อง สอนทฤษฎี ที่นำมาจากศาสตร์สาขาจิตวิทยาสังคม ได้แก่ ทฤษฎีสมดุล (Balance theory) และ ทฤษฎีการเปรียบเทียบทางสังคม (Social comparison Theory) ทฤษฎีเหล่านี้ต่างมี คุณประการต่อกระบวนการศึกษาเครือข่ายทางสังคม ในองค์กรต่าง ๆ 2) กลุ่มงานวิจัยที่ใช้ทฤษฎีเติบโตจากภายใน (Home-grown theories) ได้แก่ 2.1) ทฤษฎี Heterophily theory ซึ่งกล่าวถึงแนวคิดด้านจุดแข็งของการเกาะเกี่ยวกัน อย่างหลวม ๆ (The strength of weak ties) และหลุมของโครงสร้าง (Structure -Hole) 2.2) ทฤษฎีบทบาทเชิง

โครงสร้าง (Structural role theory) ซึ่งกล่าวถึงแนวคิดด้าน ความเท่าเทียมกันทางโครงสร้าง ความเหนียวแน่นในโครงสร้าง และความเท่าเทียมกันในบทบาท ซึ่งจะสามารถทำนายว่าผู้แสดง (Actors) ในเครือข่าย มีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมของคนอื่นอย่างไร 3) กลุมงานวิจัยที่ส่งออก (Exportation) แนวคิดเรื่องเครือข่ายให้แกกลุ่มทฤษฎีองค์กร โดย ไซทฤษฎีองค์กร (Organization theories) ในการวิเคราะห์และสังเคราะห์องค์ประกอบภายในของเครือข่ายทางสังคมและมีการศึกษาคนควาก้าวไกลออกไปเพื่อให้เห็น ศักยภาพของความเกี่ยวพันอย่างสำคัญระหว่างทฤษฎีองค์กรและแนวคิดด้านเครือข่าย ทางสังคม ซึ่งในภาคธุรกิจได้นำมาใช้เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้แก่องค์กรในเครือข่าย และการสร้างอำนาจการต่อรองให้แก่องค์กรของตน เพื่อสามารถดำเนินธุรกิจอยู่ให้ได ทามกลางการแข่งขันที่สูงมากในปัจจุบัน

งานวิจัยที่ไซทฤษฎีต่าง ๆ ดังกล่าว พยายามที่จะอธิบายว่าพื้นฐานทางทฤษฎี ต่าง ๆ เหล่านี้ สามารถอธิบายถึงความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และระหว่างองค์กรว่า มีลักษณะอย่างไร เช่น ในขณะที่ทฤษฎี Import theories จะกล่าวถึงความสัมพันธ์/ ปฏิสัมพันธ์ในระดับ micro level ของปัจเจกบุคคลเป็นหลักนั้น ทฤษฎีที่เติบโตขึ้นจาก ภายใน (Home-grown theories) กลับมุ่งเน้นเอื้อต่องานวิจัยทั้งระดับ micro และระดับ macro

2.6 เทคโนโลยีการพัฒนาเว็บ

2.6.1 ซอฟต์แวร์

2.6.1.1 Word Press คือโปรแกรมสำเร็จรูปที่มีไว้เพื่อสร้าง และจัดการเนื้อหาบนอินเทอร์เน็ต (Contents Management System หรือ CMS) กล่าวคือ แทนที่เราจะดาวน์โหลดโปรแกรมมาทำการสร้าง และออกแบบเว็บไซต์บนเครื่องคอมพิวเตอร์ของเราอย่างเช่น Macromedia Dreamwaver, Microsoft Frontpage เป็นต้น แต่ CMS นั้นถูกสร้างมาเพื่อใช้งาน บนอินเทอร์เน็ตโดยตรง หมายความว่าเมื่อคุณจะใช้โปรแกรมนี้ คุณก็สามารถใช้ได้ทันทีผ่าน อินเทอร์เน็ตเพียงแค่คุณล็อกอินเข้าสู่ระบบจัดการของ CMS นั้น ๆ บางคนอาจจะคุ้นหูกับ cms เจ้าอื่น ๆ เช่น Joomla, simple machines, open cart, magento เป็นต้น

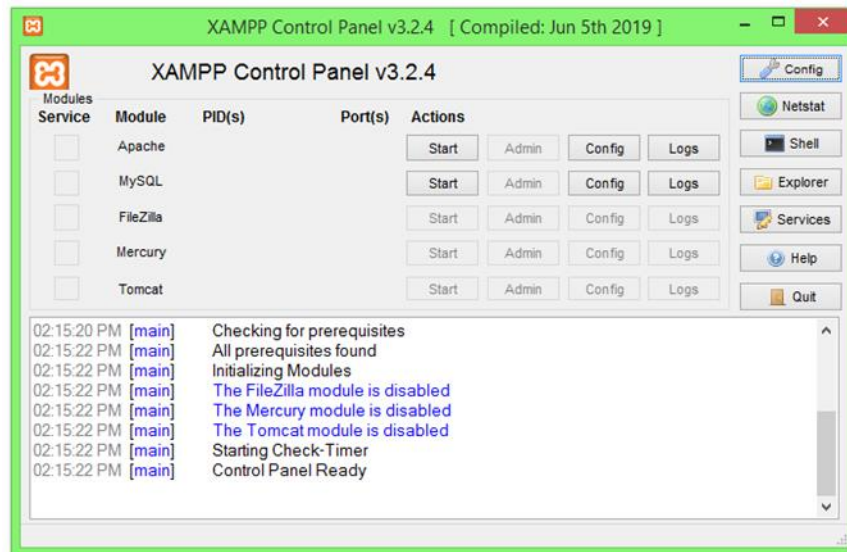
Word Press ถูกสร้างมาเพื่อให้ใช้งานง่ายที่สุด แต่แน่นอนว่าแต่ละคนมีความเร็วในการปรับตัวเข้ากับ เทคโนโลยีต่างกัน และด้วย Word Press นั้นสร้างขึ้นมาเพื่อรองรับเว็บไซต์หลายแบบ ดังนั้นมันก็จะมีการตั้งค่าต่าง ๆ พอสมควร โดยเฉพาะเมื่อเราติดตั้งปลั๊กอินมากขึ้นก็จะต้องตั้งค่ามากขึ้นด้วย (ถึงได้บอกว่าถ้าเขียนบล็อกอย่างเดียว ไม่พร้อม ไม่อยากเรียนรู้ ไม่อยากทำอะไรทั้งสิ้น ให้ไปใช้ WordPress.com แทน) สำหรับการสร้างเว็บไซต์ด้วย Word Press นั้น นอกจากการจัดการ ข้อความต่าง ๆ แล้วสิ่งที่จะทำให้เว็บไซต์ของเราเป็นรูปเป็นร่างสวยงามนั้น พระเอกสำหรับงานนี้ก็คือ Theme นั่นเอง โดยธีมนั้นจะมีทั้งธีมเฉพาะด้านที่จะกำหนดตำแหน่งต่าง ๆ มาไว้เรียบร้อย ธีมแบบนี้ ช่วยให้เราทำงานได้ง่าย การตั้งค่าไม่เยอะมากแค่กำหนดข้อมูลที่เราอยากจะทำอะไรไปไฟล์ส่วนไหน บ้าง ธีมก็จะจัดการออกมาให้เราโดยไม่ต้องวุ่นวายกับการตั้งค่าขยับเยอะๆ มีหลายแนวไม่ว่าจะแนว Magazine, Business, Blog, E-Commerce เป็นต้น เว็บธีมต่าง ๆ มักจะแบ่งประเภทไว้ให้เรา เรียบร้อยแล้วแต่จริง ๆ แล้วมันก็อยู่ที่จินตนาการของเราว่าจะประยุกต์เอาธีมไหนมาทำอะไร เพราะเรา สามารถปรับแต่งเพิ่มเติมได้อยู่แล้ว ส่วนธีมอีกแบบเรียกว่าเป็น Page Builder

คือธีมที่ประกอบไปด้วย โมดูลหรือชิ้นส่วนต่าง ๆ เยอะแยะมากมายให้เรานำมาประกอบกันเพื่อสร้างหน้าเว็บที่ต้องการเอง ธีม แบบนี้สามารถที่จะสร้างเว็บได้หลากหลายแนว อาจจะเรียกได้อีกอย่างหนึ่งว่าเป็นธีมแนว Multipurpose ธีมแบบนี้เหมาะสำหรับการสร้างเว็บที่มีเอกลักษณ์ไม่เหมือนใคร เพราะสามารถสร้าง หน้าตาที่แตกต่างกัน ไม่ถูกกำหนดไว้เพียงอย่างเดียวอย่างใดอย่างหนึ่ง แต่ทุกส่วนที่นำมาประกอบกัน ก็ต้องตั้งค่า แต่ละส่วนด้วยเว็บที่เหมาะสมกับแนวนี้ เช่น เว็บบริษัทหรือ Coporate เพราะแต่ละบริษัทก็จะมีข้อมูลที่ แตกต่างกันไป สำหรับแสดงผลงานหรือสำหรับนักออกแบบต้องการนำเสนอจุดเด่นที่ไม่เหมือนใคร ซึ่งธีมแนวนี้จะตอบโจทย์มากที่สุด เช่น Divi theme, The7, Avada, X The Theme, Total เป็นต้น

เราสามารถเลือกธีมที่สวยงามมีการจัดวางรูปแบบสีสันทันในแบบที่เราชอบ ที่เหลือก็จะเป็นการ ทำคอนเท้นของเราให้สวยงาม ก็จะทำให้เว็บไซต์ของเราดูดีมีสไตล์ขึ้นมาได้ โดยแทบไม่ต้องเรียนมา ทางด้านนี้โดยตรงก็ได้ หากแต่เราอาจต้องตามเทรนและดูการออกแบบของเว็บที่สวยงามไว้เป็นแรง บันดาลใจมากๆ และรู้ว่าเราต้องการให้เว็บเราออกมาแบบไหนมีจุดยืนเป็นของตัวเอง ก็จะทำให้ เว็บไซต์ของเรานั้นโดดเด่นออกมาจากเว็บของคนอื่นได้

2.6.1.2 XAMPP โปรแกรมนี้เป็นโปรแกรมที่มีการนำโปรแกรมที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาระบบมารวมเข้าไว้ด้วยกัน ซึ่งก็มีตั้งแต่ Apache สำหรับทำหน้าที่เป็นเว็บเซิร์ฟเวอร์, MySQL ซึ่งเป็นระบบฐานข้อมูลฟรีที่เป็นที่นิยมอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน, PHP ภาษาสำหรับพัฒนาเว็บแอปพลิเคชันที่เป็นที่นิยมเช่นกัน, php MyAdmin ระบบบริหารฐานข้อมูลที่พัฒนาโดย PHP เพื่อใช้เชื่อมต่อไปยังฐานข้อมูล MySQL, FileZilla ที่ใช้สำหรับเชื่อมต่อไปยังระบบ FTP, และ Tomcat ทำหน้าที่เป็นเว็บเซิร์ฟเวอร์ XAMPP มีการนำโปรแกรมเหล่านี้มารวมกัน เราสามารถลง XAMPP และใช้งานได้ทันทีโดยไม่ต้องตั้งค่าให้ยุ่งยาก แต่วัตถุประสงค์ XAMPP คือใช้เพื่อพัฒนาและทดสอบระบบเท่านั้น ทำให้ระบบความปลอดภัยที่ตั้งไว้ดีกว่าการที่จะนำไปใช้งานจริง หากใครต้องการนำไปใช้งานจริง ควรศึกษาการตั้งค่าความปลอดภัยให้ดีกว่าก่อนนำไปใช้งาน Xampp คือโปรแกรมที่รวบรวมเอา Open Source Software หลายๆ อย่างมารวมกัน

นักพัฒนาเว็บไซต์หลายคน อาจจะเคยเจอประสบการณ์ที่ยากลำบากในการจำลองเครื่องคอมพิวเตอร์ตัวเอง ให้กลายเป็น เว็บเซิร์ฟเวอร์ เพื่อจะสามารถทดสอบการเขียนโปรแกรมบนเว็บไซต์ได้ เพราะว่าจะต้องติดตั้ง เว็บเซิร์ฟเวอร์ (จะเป็น IIS หรือ Apache ก็ตาม) และก็ต้องติดตั้ง PHP หรือ Perl แล้วก็ตามด้วยการติดตั้ง MySQL เพื่อจัดการฐานข้อมูล



ภาพที่ 2.2 ภาพประกอบหน้าจอ Xampp

2.6.1.3 Adobe Photoshop โปรแกรม Photo shop เป็นโปรแกรมในตระกูล Adobe ที่ใช้สำหรับตกแต่งภาพถ่ายและภาพกราฟฟิก ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ไม่ว่าจะเป็นงานด้านสิ่งพิมพ์ นิตยสาร และงานด้านมัลติมีเดีย อีกทั้งยังสามารถ retouching ตกแต่งภาพและการสร้างภาพ ซึ่งกำลังเป็นที่นิยมสูงมากในขณะนี้ เราสามารถใช้โปรแกรม Photoshop ในการตกแต่งภาพ การใส่ Effect ต่าง ๆ ให้กับภาพ และตัวหนังสือ การทำภาพขาวดำ การทำภาพถ่ายเป็นภาพเขียน การนำภาพมารวมกัน การ Retouch ตกแต่งภาพต่าง (Thomas Knoll , John Knoll, 1988)

ความสามารถพื้นฐานของ Adobe Photoshop

- ตกแต่งหรือแก้ไขรูปภาพ
- ตัดต่อภาพบางส่วน หรือที่เรียกว่า crop ภาพ
- เปลี่ยนแปลงสีของภาพ จากสีหนึ่งเป็นอีกสีหนึ่งได้
- สามารถลากเส้น แบบฟรีสไตล์ หรือใส่รูปภาพ สีเหลี่ยม วงกลม หรือสร้างภาพ

ได้อย่างอิสระ

- มีการแบ่งชั้นของภาพเป็น Layer สามารถเคลื่อนย้ายภาพได้เป็นอิสระต่อกัน
- การทำ cloning ภาพ หรือการทำภาพซ้ำในรูปภาพเดียวกัน
- เพิ่มเติมข้อความ ใส่ effect ของข้อความได้
- Brush หรือแปรงทาสี ที่สามารถเลือกรูปแบบสำเร็จรูปในการสร้างภาพได้และ

อื่นๆ อีกมากมาย

1. เมนูของโปรแกรม Application menu หรือ Menu bar ประกอบด้วย

- File หมายถึง รวมคำสั่งที่ใช้จัดการกับไฟล์รูปภาพ เช่น สร้างไฟล์ใหม่, เปิด, ปิด, บันทึกไฟล์, นำเข้าไฟล์, ส่งออกไฟล์ และอื่น ๆ ที่เกี่ยวกับไฟล์

- Edit หมายถึง รวมคำสั่งที่ใช้สำหรับแก้ไขภาพ และปรับแต่งการทำงานของโปรแกรมเบื้องต้น เช่น ก๊อปปี้, วาง, ยกเลิกคำสั่ง, แก้ไขเครื่องมือ และอื่น ๆ

- Image หมายถึง รวมคำสั่งที่ใช้ปรับแต่งภาพ เช่น สี, แสง, ขนาดของภาพ (image size), ขนาดของเอกสาร (canvas), โหมดสีของภาพ, หมุนภาพ และอื่น ๆ
- Layer หมายถึง รวมคำสั่งที่ใช้จัดการกับเลเยอร์ ทั้งการสร้างเลเยอร์, แปลงเลเยอร์ และการจัดการกับเลเยอร์ในด้านต่าง ๆ
- select รวม คำสั่งเกี่ยวกับการเลือกวัตถุหรือพื้นที่บนรูปภาพ (Selection) เพื่อนำไปใช้งานร่วมกับคำสั่งอื่น ๆ เช่น เลือกเพื่อเปลี่ยนสี, ลบ หรือใช้เอฟเฟกต์ต่าง ๆ กับรูปภาพ
- Filter เป็นคำสั่งการเล่น Effects ต่าง ๆ สำหรับรูปภาพและวัตถุ
- View เป็นคำสั่งเกี่ยวกับมุมมองของภาพและวัตถุในลักษณะต่าง ๆ เช่น การขยายภาพและย่อภาพให้ดูเล็ก
- Window เป็นส่วนคำสั่งในการเลือกใช้อุปกรณ์เสริมต่าง ๆ ที่จำเป็นในการใช้สร้าง Effects ต่าง ๆ
- Help เป็นคำสั่งเพื่อแนะนำเกี่ยวกับการใช้โปรแกรมฯและจะมีรายละเอียดของโปรแกรมอยู่ในนั้น

2. เมนูของพื้นที่ทำงาน Panel menu Panel (พาเนล) เป็นวินโดว์ย่อย ๆ ที่ใช้เลือกรายละเอียด หรือคำสั่งควบคุมการทำงานต่าง ๆ ของโปรแกรม ใน Photoshop มีพาเนลอยู่เป็นจำนวนมาก เช่น พาเนล Color ใช้สำหรับเลือกสี, พาเนล Layers ใช้สำหรับจัดการกับเลเยอร์ และพาเนล Info ใช้แสดงค่าสีตรงตำแหน่งที่ชี้เมาส์ รวมถึงขนาด/ตำแหน่งของพื้นที่ที่เลือกไว้

3. พื้นที่ทำงาน Stage หรือ Panel เป็นพื้นที่ว่างสำหรับแสดงงานที่กำลังทำอยู่

4. เครื่องมือที่ใช้งาน Tools panel หรือ Tools box หรือ กล่องเครื่องมือ จะประกอบไปด้วยเครื่องมือต่าง ๆ ที่ใช้ในการวาด ตกแต่ง และแก้ไขภาพ เครื่องมือเหล่านี้มีจำนวนมาก ดังนั้นจึงมีการรวมเครื่องมือที่ทำหน้าที่คล้าย ๆ กันไว้ในปุ่มเดียวกัน โดยจะมีลักษณะรูปสามเหลี่ยมอยู่บริเวณมุมด้านล่างดังภาพ 2 เพื่อบอกให้รู้ว่าในปุ่มนี้ยังมีเครื่องมืออื่นอยู่ด้วย

5. สิ่งที่ควบคุมเครื่องมือที่ใช้งาน Tools control menu หรือ Option bar (ออปชั่นบาร์) เป็นส่วนที่ใช้ปรับแต่งค่าการทำงานของเครื่องมือต่าง ๆ โดยรายละเอียดในออปชั่นบาร์จะเปลี่ยนไปตามเครื่องมือที่เราเลือกจากทูลบ็อกซ์ในขณะนั้น เช่น เมื่อเราเลือกเครื่องมือ Brush (พู่กัน) บนออปชั่นบาร์จะปรากฏออปชั่นที่ใช้ในการกำหนดขนาด และลักษณะหัวแปรง, โหมดในการระบาย ความโปร่งใสของสี และอัตราการไหลของสี เป็นต้น

ความหมายและความสำคัญของเลเยอร์ Layer

เลเยอร์ Layer ชั้นงานย่อย หรือเรียกให้เข้าใจง่ายคือ ชั้นของชั้นงานใหญ่ เป็นหลักการการทำงานของโปรแกรม Photoshop นั่นคือการนำชั้นต่าง ๆ มาผสมกันเพื่อปรับแต่งให้เกิดความสวยงามมากขึ้นแสดงหรือซ่อน (Show or Hide Layer) การคลิกที่รูปดวงตาแต่ละครั้ง จะเป็นการเปิดเพื่อแสดง หรือปิดเพื่อซ่อนสิ่งที่อยู่ในเลเยอร์ เช่น ถ้าเราไม่ต้องการให้แสดงภาพของเลเยอร์ใด ก็ทำการปิด หรือซ่อนไป

คัดลอก และ ทำซ้ำเลเยอร์ (Copy and Duplicate Layer) แบ่งเป็นการคัดลอกเลเยอร์จากชั้นงานหนึ่งไปยังอีกชั้นงานหนึ่ง ทำได้หลายวิธี

- คลิกเลเยอร์ที่ต้องการทำการคัดลอก ใช้โปรแกรมเมนู Edit เลือก Copy หรือ กดปุ่ม Ctrl C คลิก Tab ของชั้นงานที่เราต้องการจะให้เลเยอร์นั้นมาวางไว้แล้วคลิก Edit เลือก Paste หรือกดปุ่ม Ctrl V

- คลิกเลเยอร์ที่ต้องการทำการคัดลอก คลิกขวาที่เมาส์ เลือก Duplicate Layer จะได้หน้าต่างตามภาพด้านล่าง ใส่ชื่อในช่อง Destination ให้เป็นชื่อชั้นงานที่เราต้องการนำเลเยอร์นี้ไปไว้

- คลิกเลเยอร์ที่ต้องการทำการคัดลอกค้างไว้ แล้วลากไปยังอีก Tab ของอีกชั้นหนึ่งโดยตรงการคัดลอกเลเยอร์ในชั้นงานเดียวกัน

- คลิกที่เลเยอร์ ใช้โปรแกรมเมนู Layer เลือก Duplicate Layer จะมีหน้าต่างเหมือนภาพที่ด้านบนเช่นกัน แต่ช่อง Destination ไม่ต้องกำหนดชื่อชั้นงานอื่น

- คลิกที่เลเยอร์ ใช้โปรแกรมเมนู Layer เลือก New เลือก Layer via Copy (คีย์ลัด Ctrl + J

- คลิกที่เลเยอร์นั้น และกดคีย์ Alt พร้อมกับลากเลเยอร์ไปยังตำแหน่งใน Panel ที่ต้องการวาง ปล่อยเมาส์

ย้ายตำแหน่งเลเยอร์ (Move Layer)

- ขั้นตอนการทำคล้ายกับการคัดลอก เพียงเปลี่ยนคำสั่งจาก Edit - Copy เป็น Edit Cut หรือ Ctrl X ในกรณีที่ย้ายคนละชั้นงาน แต่ถ้าชั้นงานเดียวกันเพียงคลิกที่เลเยอร์ และทำการเลื่อนไปยังตำแหน่งบน Panel ที่ต้องการเท่านั้น

เพิ่มเลเยอร์ (Add Layer)

- เพียงแค่คลิกไอคอน Create a new Layer ซึ่งอยู่ด้านล่างของ Layer Panel ติดกับรูปถัง ก็จะได้เลเยอร์เพิ่มแล้ว หรือถ้าต้องการใช้คำสั่งจากเมนูโปรแกรม เลือก Layer เลือก New เลือก Layer ตั้งชื่อ และ Enter ก็ได้เหมือนกัน

วิธีลบเลเยอร์

- ทำโดย คลิกที่เลเยอร์ที่ต้องการลบ กดปุ่ม Backspace หรือใช้โปรแกรมเมนู Layer เลือก Delete เลือก Layer หรือโดยการคลิกที่เลเยอร์แล้วลากมาที่รูปถัง

การล็อก และ ปลดล็อก เลเยอร์ (Lock and Unlock Layer)

- การล็อกเลเยอร์ ทำได้โดย คลิกที่เลเยอร์ที่ต้องการล็อก แล้วคลิกที่รูปกุญแจ ส่วนการปลดล็อกก็เพียงทำซ้ำขั้นตอนเดียวกัน

การปลดล็อกเลเยอร์ Background

- วิธีปลดล็อกทำได้โดย ดับเบิ้ลคลิกที่เลเยอร์ จะมีหน้าต่างดังภาพขึ้นมา จะตั้งชื่อเลเยอร์ใหม่หรือไม่ก็ได้ เลเยอร์นั้นก็จะปลดล็อกเป็นเลเยอร์ธรรมดา

ตั้งชื่อเลเยอร์ (Name Layer)

- ตั้งชื่อให้กับเลเยอร์ ทำโดยดับเบิ้ลคลิกที่ชื่อบนเลเยอร์นั้น และพิมพ์ชื่อ เสร็จแล้ว Enter สำหรับ Photoshop CS6 เมื่อพิมพ์ชื่อเลเยอร์หนึ่งเสร็จแล้ว สามารถกด Tab เพื่อเลื่อนไปยังเลเยอร์อื่นเพื่อทำการพิมพ์ชื่อได้เลย ไม่ต้องมาทำซ้ำขั้นตอนเดิม ทำให้ประหยัดเวลาได้มาก

2.6.2 ภาษาที่ใช้

ภาษา PHP (Professional Home Page) เป็นภาษาสคริปต์ (Script Language) ประเภท Open Source ถูกสร้างขึ้นเมื่อ ปี 1994 โดยนาย Rasmus Lerdorf โปรแกรมเมอร์ชาวอเมริกัน ได้รับความนิยมจากผู้พัฒนาเว็บไซต์ต่าง ๆ ทั่วโลกและใช้กันอย่างแพร่หลาย ซึ่งใช้ในการจัดทำเว็บไซต์ ภาษา PHP ได้รับการพัฒนาและออกแบบมาเพื่อใช้งานในการสร้างเอกสารแบบ HTML มีโครงสร้างคำสั่งคล้าย ภาษาซี ภาษาจาวา และ ภาษาเพิร์ล ซึ่งง่ายต่อการเรียนรู้ ชาญชัย ศุภอรธรรม (2555)

1) ความสามารถของ PHP

- ความสามารถในการจัดการกับตัวแปรหลายๆ ประเภท เช่น เลขจำนวนเต็ม (Integer) เลขทศนิยม (Float) สตริง (String) อาร์เรย์ (Array) เป็นต้น
- ความสามารถในการรับข้อมูลจากฟอร์มของ HTML 11
- ความสามารถในการรับ-ส่ง Cookies
- ความสามารถเกี่ยวกับ Session (ตั้งแต่ PHP เวอร์ชัน 4 ขึ้นไป)
- ความสามารถทางด้าน OOP (Object Oriented Programming) ซึ่งรองรับการเขียนโปรแกรมเชิงวัตถุ
- ความสามารถในการเรียกใช้ COM Component
- ความสามารถในการติดต่อและจัดการฐานข้อมูล
- ความสามารถในการสร้างกราฟฟิก

2) โครงสร้างของภาษา PHP ภาษา PHP มีลักษณะเป็น embedded script หมายความว่า เราสามารถฝังคำสั่ง PHP ไว้ในเว็บเพจร่วมกับคำสั่ง (Tag) ของ HTML ได้ และสร้างไฟล์ที่มีนามสกุล เป็น .php, .php3 หรือ .php4 ซึ่งไวยากรณ์ที่ใช้ใน PHP เป็นการนำรูปแบบของภาษาต่าง ๆ มารวมกันได้แก่ C, Perl และ Java ทำให้ผู้ใช้ที่มีพื้นฐานของภาษาเหล่านี้อยู่แล้วสามารถศึกษา และใช้งานภาษานี้ได้ไม่ยาก

3) หลักการทำงานของ PHP จากไคลเอนต์จะเรียกไฟล์ php script ผ่านทางโปรแกรม บราวเซอร์ (Internet Explore) บราวเซอร์จะส่งคำร้อง (Request) ไปยังเว็บเซิร์ฟเวอร์ผ่านทาง เครือข่ายอินเทอร์เน็ต เมื่อ เว็บเซิร์ฟเวอร์รับคำร้องขอจากบราวเซอร์แล้วก็จะนำสคริปต์ php ที่เก็บ อยู่ในเซิร์ฟเวอร์นำมาประมวลผลด้วยโปรแกรมแปลภาษา PHP ที่เป็นอินเตอร์พรีเตอร์ กรณีที่ php script มีการเรียกใช้ข้อมูลก็จะติดต่อกับฐานข้อมูลต่าง ๆ ผ่านทาง ODBC Connection ถ้าเป็น ฐานข้อมูลกลุ่ม Microsoft SQL, Server Microsoft, Access FoxPro หรือใช้ Function Connection ที่มีอยู่ใน PHP Library ในการเชื่อมต่อฐานข้อมูลเพื่อดึงข้อมูลออกมาหลังจากแปลสคริปต์ PHP เสร็จ แล้วจะได้รับไฟล์ HTML ใหม่ที่มีแต่แท็ก HTML ไปยัง Web Server ส่งไฟล์ HTML ที่ได้ผ่านการแปลแล้วกลับไปยังบราวเซอร์ที่ร้องขอผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ต บราวเซอร์รับไฟล์ HTML ที่เว็บเซิร์ฟเวอร์ส่งมาให้แปล HTML เพื่อแสดงผลออกมาทางจอภาพเป็นเว็บเพจ โดยใช้ตัวแปลภาษา HTML ที่ อยู่ในบราวเซอร์ ซึ่งเป็นอินเตอร์พรีเตอร์ เช่นเดียวกัน เป้าหมายหลักของภาษา PHP คือ เป็นเครื่องมือให้นักพัฒนาเว็บไซต์สามารถเขียนเว็บเพจที่ตอบโต้กับผู้ใช้ได้โดยสามารถสอดแทรกหรือแก้ไขเนื้อหาได้โดยอัตโนมัติ

ดังนั้น PHP จึงเป็นภาษาที่เรียกว่า “server-side หรือ HTML-embedded scripting language” ซึ่งเป็นเครื่องมือที่สำคัญ ทำให้สามารถใส่สคริปต์ของภาษา PHP ไว้ในเอกสารของ HTML ได้เลยซึ่งเมื่อแทรกสคริปต์ของภาษา PHP ไว้ในเอกสารของ HTML นั้นแล้ว เอกสารของ HTML นั้น จะถูกเรียกขึ้นมาเพื่อให้เว็บเซิร์ฟเวอร์จะตรวจสอบก่อนที่จะส่งเอกสารนั้นออกไปว่า ภายในเอกสารมี สคริปต์ของภาษา PHP อยู่หรือไม่ ถ้ามีเว็บเซิร์ฟเวอร์ก็จะทำงานในส่วนของสคริปต์ ภาษา PHP ให้ เสร็จสิ้นก่อนจากนั้นเว็บเซิร์ฟเวอร์จะเอาผลลัพธ์ที่ได้รวมกับเนื้อหาของเอกสาร HTML โดยทำการ สร้างไฟล์ใหม่เป็นไฟล์เอกสารของ HTML เพื่อส่งออกไปทำการแสดงผลต่อผู้ใช้งาน

2.6.2.1 CSS คือภาษาที่ใช้สำหรับตกแต่งเอกสาร HTML คำว่า CSS ย่อมาจาก Cascading Style Sheets (อาจเรียกว่า สไตลชีทหรือซีเอสเอส ก็ได้) เป็นภาษาที่มีรูปแบบการเขียน (Syntax) ที่ เฉพาะซึ่งกำหนดมาตรฐานโดยองค์กร W3C (World Wide Web Consortium) เมื่อเราทราบแล้วว่า การเขียน CSS สามารถทำให้เว็บเพจของเราดูสวยงามขึ้น ขึ้นตอนต่อไปคือวิธีการเขียน CSS ใน HTML, รูปแบบคำสั่ง CSS, และการนำไปประยุกต์ใช้ในส่วนต่างๆบนหน้าเว็บเพจ

2.6.2.2 HTML (ย่อมาจาก Hyper Text Markup Language) เป็นภาษาประเภท Markup Language ที่ใช้ในการสร้างเว็บเพจ มีแม่แบบมาจากภาษา SGML (Standard Generalized Markup Language) ที่ตัดความสามารถบางส่วนออกไปเพื่อให้สามารถทำความเข้าใจ และเรียนรู้ได้ง่ายปัจจุบัน มีการพัฒนาและกำหนดมาตรฐานโดยองค์กร World Wide Web Consortium (W3C)

ภาษา HTML ได้ถูกพัฒนาขึ้นอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ HTML Level 1, HTML 2.0, HTML 3.0, HTML 3.2 และ HTML 4.0 ในปัจจุบัน ทาง W3C ได้ผลักดันรูปแบบของ HTML แบบใหม่ ที่เรียกว่า XHTML ซึ่งเป็นลักษณะของโครงสร้าง XML แบบหนึ่ง ที่มีหลักเกณฑ์ในการกำหนดโครงสร้างของ โปรแกรมที่มีรูปแบบที่มาตรฐานกว่ามาตรฐานใช้ HTML รุ่น 4.01 ที่ใช้กันอยู่ในปัจจุบัน

HTML มีโครงสร้างการเขียนโดยอาศัย Tag ในการควบคุมการแสดงผลของข้อความ รูปภาพ หรือวัตถุอื่นๆ แต่ละ Tag อาจจะมีส่วนขยาย เรียกว่า Attribute สำหรับจัดรูปแบบเพิ่มเติม การสร้าง เว็บเพจ โดยใช้ภาษา HTML สามารถทำได้โดยใช้โปรแกรม Text Editor ต่างๆ เช่น Notepad, EditPlus หรือจะอาศัยโปรแกรมที่เป็นเครื่องมือช่วยสร้างเว็บเพจ เช่น Microsoft FrontPage, Dream Weaver ซึ่งอำนวยความสะดวกในการสร้างหน้า HTML ในลักษณะ WYSIWYG (What You See Is What You Get) แต่มีข้อเสียคือ โปรแกรมเหล่านี้มัก generate code ที่เกินความจำเป็นมาก เกินไปทำให้ไฟล์ HTML มีขนาดใหญ่และแสดงผลช้า ดังนั้นหากเรามีความเข้าใจ ภาษา HTML จะเป็น ประโยชน์ให้เราสามารถแก้ไข code ของเว็บเพจได้ตามความต้องการและยังสามารถนำ script มา แทรก ตัดต่อ สร้างลูกเล่นสีสันให้กับเว็บเพจของเราได้การเรียกใช้งานหรือ ทดสอบการทำงานของ เอกสาร HTML จะใช้โปรแกรม Internet Web Browser เช่น Internet Explorer (IE), Mozilla Firefox, Safari, Opera, และ Google Chrome เป็นต้น

2.6.2.3 ภาษา SQL (Standard Query Language)

ภาษา Standard relational database Query Language (SQL) ภาษาที่กลายเป็นภาษามาตรฐานสำหรับระบบฐานข้อมูลคือ ภาษา Standard relational atabaseQuery Language หรือเอสคิวแอล (SQL) หรือซีควอล (SE-QUEL) ซึ่งเป็นภาษาที่พัฒนาขึ้นมาโดยบริษัท

ไอบีเอ็ม ภาษา SQL (Standard Query Language) เป็นส่วนหนึ่งของระบบฐานข้อมูลแบบรีเลชันเนล(Relational Database) ที่ได้รับความนิยมมากเพราะง่ายต่อความเข้าใจ และอยู่ในรูปภาษาอังกฤษ ภาษาSQL แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

- ภาษาที่ใช้สำหรับนิยามข้อมูล (Data Definition Language-DDL)
- ภาษาสำหรับการจัดการข้อมูล (Data Manipulation Language: DML)
- ภาษาควบคุม (Control Language)
- ภาษาในการเลือกข้อมูล (Data Query Language)

รูปแบบการใช้คำสั่ง SQL สามารถใช้ได้เป็น 2 รูปแบบ ดังนี้ คือ

- คำสั่ง SQL ที่ใช้เรียกดูข้อมูลได้ทันที (Interactive SQL) เป็นการเรียกใช้คำสั่ง SQL สั่งงานบนจอภาพ เพื่อเรียกดูข้อมูลในขณะที่ทำงานได้ทันที เช่น

```
SELECT CITY
FROM SUPPLIER
WHERE SNO = 'SE';
```

- คำสั่ง SQL ที่ใช้เขียนร่วมกับโปรแกรมอื่น ๆ (Embedded SQL) เป็นคำสั่ง SQL ที่ใช้ร่วมกับคำสั่งของโปรแกรมภาษาต่าง ๆ เช่น PL/1 PASCAL ฯลฯ หรือแม้แต่ว่าคำสั่งในโปรแกรมที่ระบบจัดการฐานข้อมูลนั้นมีใช้เฉพาะ เช่น ORACLE มี PL/SQL (Procedural Language /SQL) ที่สามารถเขียนโปรแกรมและนำ คำสั่ง SQL มาเขียนร่วมด้วย เป็นต้น

ตัวอย่างการใช้คำสั่ง SQL ในภาษา PL/1

```
EXEC SQL SELECT CITY
INTO :XCITY
FROM SUPPLIER
WHERE SNO = 'S4';
```

2.6.2.4 JavaScript คือ ภาษาคอมพิวเตอร์สำหรับการเขียนโปรแกรมบนระบบอินเทอร์เน็ต ที่กำลังได้รับความนิยมอย่างสูง Java JavaScript เป็น ภาษาสคริปต์เชิงวัตถุ (ที่เรียกกันว่า "สคริปต์" (script) ซึ่งในการสร้างและพัฒนาเว็บไซต์ (ใช้ร่วมกับ HTML) เพื่อให้เว็บไซต์ของเรากุมีการเคลื่อนไหวสามารถตอบสนองผู้ใช้งานได้มากขึ้น ซึ่งมีวิธีการทำงานในลักษณะ "แปลความและดำเนินงานไปทีละคำสั่ง" (interpret) หรือเรียกว่า อ็อบเจ็กต์โอเรียนเต็ล (Object Oriented Programming) ที่มีเป้าหมายในการออกแบบและพัฒนาโปรแกรมในระบบอินเทอร์เน็ต สำหรับผู้เขียนด้วยภาษา HTML สามารถทำงานข้ามแพลตฟอร์มได้โดยทำงานร่วมกับ ภาษา HTML และ ภาษา Java ได้ทั้งทางฝั่งไคลเอนต์ (Client) และ ทางฝั่งเซิร์ฟเวอร์ (Server)

JavaScript ถูกพัฒนาขึ้นโดย เน็ตสเคปคอมมิวนิเคชันส์ (Netscape Communications Corporation) โดยใช้ชื่อว่า Live ออกมาพร้อมกับ Netscape Navigator2.0 เพื่อใช้สร้างเว็บเพจโดย ติดต่อกับเซิร์ฟเวอร์แบบ Live Wire ต่อมาเน็ตสเคป จึงได้ร่วมมือกับบริษัทซันไมโครซิสเต็มส์ปรับปรุง ระบบของบราวเซอร์เพื่อให้สามารถติดต่อกับภาษาจาวาได้ และได้ปรับปรุง LiveScript ใหม่ เมื่อ ปี 2538 แล้วตั้งชื่อใหม่ว่า JavaScript JavaScript สามารถทำ

ให้การสร้างเว็บเพจมีลูกเล่นต่างๆ มากมาย และยังสามารถโต้ตอบกับผู้ใช้ได้อย่างทันที เช่น การใช้เมาส์คลิก หรือ การกรอกข้อความใน ฟอรัม เป็นต้น

เนื่องจาก JavaScript ช่วยให้ผู้พัฒนาสามารถสร้างเว็บเพจได้ตรงกับความต้องการ และมี ความน่าสนใจมากขึ้นประกอบกับเป็นภาษาเปิด ที่ใครก็สามารถนำไปใช้ได้ ดังนั้นจึงได้รับความนิยม เป็นอย่างสูง มีการใช้งานอย่างกว้างขวาง รวมทั้งได้ถูกกำหนดให้เป็นมาตรฐานโดย ECMA การทำงาน ของ JavaScript จะต้องมีการแปลความคำสั่ง ซึ่งขั้นตอนนี้จะถูกจัดการโดยบราวเซอร์ (เรียกว่าเป็น client-side script) ดังนั้น JavaScript จึงสามารถทำงานได้ เฉพาะบนบราวเซอร์ที่สนับสนุน ซึ่ง ปัจจุบันบราวเซอร์เกือบทั้งหมดก็สนับสนุน JavaScript แล้ว อย่างไรก็ตาม สิ่งที่ต้องระวังคือ JavaScript มีการพัฒนาเป็นเวอร์ชันใหม่ๆ ออกมาด้วย (ปัจจุบันคือรุ่น 1.5) ดังนั้น ถ้านำโค้ดของเวอร์ชันใหม่ไปรันบนบราวเซอร์รุ่นเก่าที่ยังไม่สนับสนุน ก็อาจทำให้เกิด error ได้ JavaScript ทำอะไรได้บ้าง

1. JavaScript ทำให้สามารถใช้เขียนโปรแกรมแบบง่ายๆ ได้โดยไม่ต้องพึ่งภาษาอื่น
2. JavaScript มีคำสั่งที่ตอบสนองกับผู้ใช้งาน เช่นเมื่อผู้ใช้คลิกที่ปุ่ม หรือ Checkbox ก็ สามารถสั่งให้เปิดหน้าต่างใหม่ได้ ทำให้เว็บไซต์ของเรามีปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้งานมากขึ้นนี่คือข้อดีของ JavaScript เลยก็ว่าได้ที่ทำให้เว็บไซต์ต่างๆ ทั้งหลายเช่น Google Map ต่างหันมาใช้
3. JavaScript สามารถเขียนหรือเปลี่ยนแปลง HTML Element ได้นั้นคือสามารถ เปลี่ยนแปลงรูปแบบการแสดงผลของเว็บไซต์ได้ หรือหน้าแสดงเนื้อหาสามารถซ่อนหรือแสดงเนื้อหาได้ แบบง่ายๆ นั่นเอง
4. JavaScript สามารถใช้ตรวจสอบข้อมูลได้สังเกตว่าเมื่อเรากรอกข้อมูลบางเว็บไซต์ เช่น Email เมื่อเรากรอกข้อมูลผิดจะมีหน้าต่างฟ้องขึ้นมาว่าเรากรอกผิดหรือลืมกรอกอะไรบ้างอย่างเป็นต้น
5. JavaScript สามารถใช้ในการตรวจสอบผู้ใช้ได้เช่น ตรวจสอบว่าผู้ใช้ ใช้ web browser อะไร
6. JavaScript สร้าง Cookies (เก็บข้อมูลของผู้ใช้ในคอมพิวเตอร์ของผู้ใช้เอง) ได้ ข้อดีและข้อเสียของ Java JavaScript

การทำงานของ JavaScript เกิดขึ้นบนบราวเซอร์ (เรียกว่าเป็น client-side script) ดังนั้นไม่ว่าคุณจะใช้เซิร์ฟเวอร์อะไรหรือที่ไหน ก็ยังคงสามารถใช้ JavaScript ในเว็บเพจได้ต่างกับภาษา สคริปต์อื่น ๆ เช่น Perl, PHP หรือ ASP ซึ่งต้องแปลความและทำงานที่ตัวเครื่องเซิร์ฟเวอร์ (เรียกว่า server-side script) ดังนั้น จึงต้องใช้บนเซิร์ฟเวอร์ที่สนับสนุนภาษาเหล่านี้เท่านั้น อย่างไรก็ตาม จาก ลักษณะดังกล่าวก็ทำให้ JavaScript มีข้อจำกัดคือไม่สามารถรับและส่งข้อมูลต่าง ๆ กับเซิร์ฟเวอร์ โดยตรง เช่น การอ่านไฟล์จากเซิร์ฟเวอร์ เพื่อนำมาแสดงบนเว็บเพจหรือรับข้อมูลจากผู้ชมเพื่อนำไป เก็บบนเซิร์ฟเวอร์ เป็นต้น ดังนั้น งานลักษณะนี้ จึงยังคงต้องอาศัยภาษา server-side script อยู่ (ความจริง JavaScript ที่ทำงานบนเซิร์ฟเวอร์เวอร์ ก็มีซึ่งต้องอาศัยเซิร์ฟเวอร์ที่สนับสนุน โดยเฉพาะ เช่นกัน แต่ไม่เป็นที่ยอมรับนัก)

2.7 วิจัยที่เกี่ยวข้อง

ณัฐชยา รักประกอบกิจ และนิตนา ฐานิตธนกร (2559) ได้ทำการศึกษาเรื่อง คุณภาพของเว็บไซต์ และการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการสมัครงานออนไลน์(E-job) ของ ผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถามปลายปิดจำนวน 200 คน โดยมีสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ ผลการศึกษาพบว่า การยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ถึงประโยชน์มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการสมัครงานออนไลน์(E-job) ของ ผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ การยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน คุณภาพของเว็บไซต์ ด้านสารสนเทศ และด้านความน่าดึงดูดใจ ตามลำดับ โดยร่วมกันพยากรณ์ความพึงพอใจในการใช้บริการสมัครงานออนไลน์(E-job) ของผู้ให้บริการในเขตกรุงเทพมหานครได้ คิดเป็นร้อยละ 69.9 ในขณะที่คุณภาพของเว็บไซต์ ด้านระบบและด้านบริการไม่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการสมัครงานออนไลน์(E-job) ของผู้ให้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร

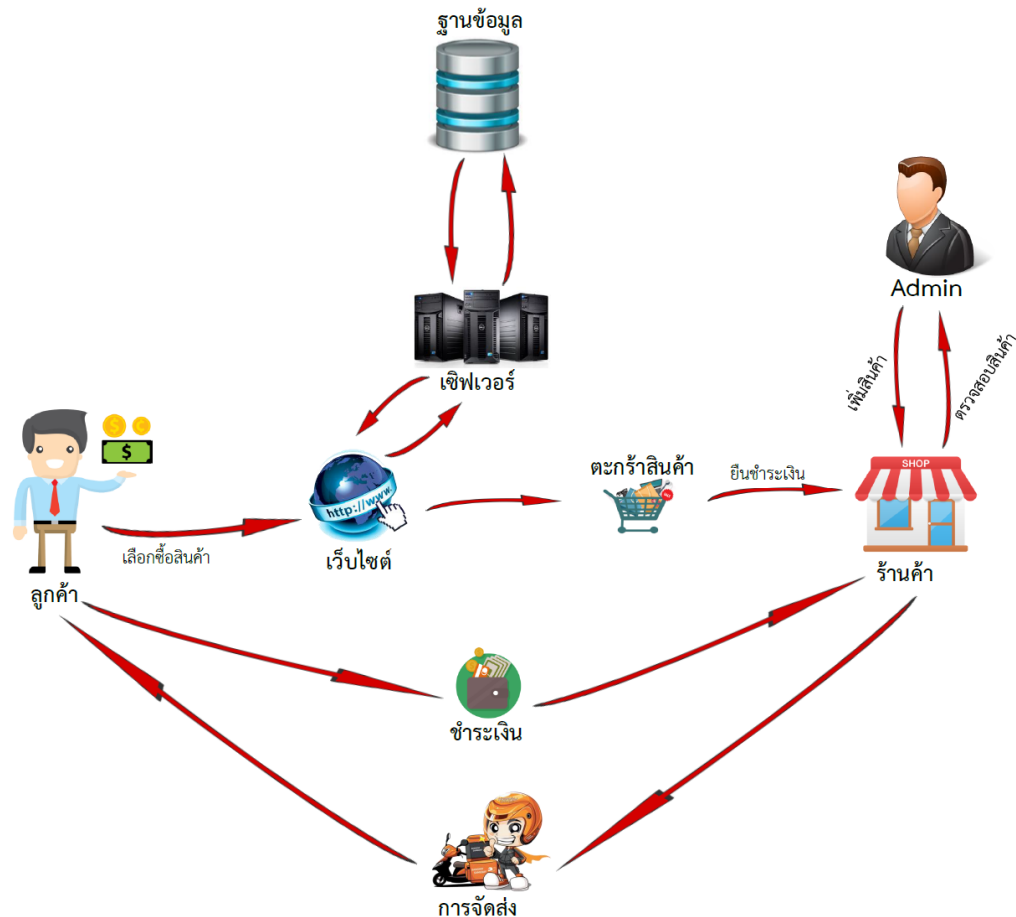
Godey, et al., (2016) ได้ทำการศึกษาเรื่อง Social Media Marketing Efforts of Luxury Brands: Influence on Brand Equity and Consumer Behavior เพื่อศึกษาเครื่องมือทางสื่อสังคมออนไลน์ผ่านกิจกรรมที่มีอิทธิพลต่อการสร้างตราสินค้าราคาแพงและพฤติกรรมของผู้บริโภคผ่านตราสินค้าราคาแพงจำนวน 5 ตราสินค้า ดังนี้ เบอร์เบอร์รี่ (Burberry) ดิออร์(Dior) กุชชี (Gucci)เฮอว์เมส (Hermes) หลุยส์ วิตตอง (Louis Vuitton) ซึ่งผลการศึกษาพบว่า เครื่องมือสื่อสังคมออนไลน์มีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญเกี่ยวกับความจงรักภักดีต่อตราสินค้า (0.876) ความต้องการของตราสินค้า (0.739) และราคาสินค้าที่มีราคาสูง (0.648) ทั้งนี้การตั้งคุณค่าของตราสินค้าโดยใช้สื่อสังคมออนไลน์มีศักยภาพในการสร้างตราสินค้า ซึ่งมีเป้าหมายในลักษณะเดียวกับกิจกรรมทางการตลาดโดยไป และพบว่ามิติความบันเทิง การปฏิสัมพันธ์ ความนิยม การตลาดปากต่อปากเป็นตัวกระตุ้นผู้บริโภคผ่านทางเครื่องมือสื่อสังคมออนไลน์ โดยเฉพาะกับผู้บริโภคเป็นหลักผ่านทางสื่อออนไลน์

Shaouf and Kevinand, Xiaoying (2016) ได้ศึกษาผลกระทบของการออกแบบโฆษณาที่ส่งผลต่อการซื้อสินค้าออนไลน์ โดยเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างเพศ พบว่า เพศที่แตกต่างกันส่งผลต่อการรับรู้โฆษณาเพื่อสร้างความสนใจในการซื้อสินค้าที่แตกต่างกัน และการออกแบบเว็บไซต์ส่งผลต่อการรับรู้ตราสินค้า การซื้อสินค้า ทัศนคติต่อตราสินค้า และความสนใจในการซื้อสินค้าผ่านออนไลน์

บทที่ 3 วิธีดำเนินโครงการ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาระบบบริหารจัดการร้านค้าออนไลน์ กรณีศึกษาร้านลูกเต่า ถนนธานี ตำบลในเมือง อำเภอเมืองบุรีรัมย์ จังหวัดบุรีรัมย์ ปัญหาและอุปสรรคในการบริหารจัดการ เรื่องการประยุกต์ใช้สื่อออนไลน์ต่าง ๆ เพื่อเป็นการเพิ่มช่องทางให้กับร้านลูกเต่า ในการสร้าง Website ขายสินค้าโดยไม่ต้องมีหน้าร้าน ลดค่าใช้จ่ายในการประชาสัมพันธ์ สามารถที่จะทำให้กลุ่มลูกค้าค้นเว็บเจอผ่าน Search Engine โดยกลุ่มคำที่เจาะจงกับธุรกิจให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุดรวมทั้งแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นจากการสืบค้นได้อย่างเหมาะสม ซึ่งผู้วิจัยมีขั้นตอนการดำเนินงานดังต่อไปนี้

3.1 ภาพรวมระบบ

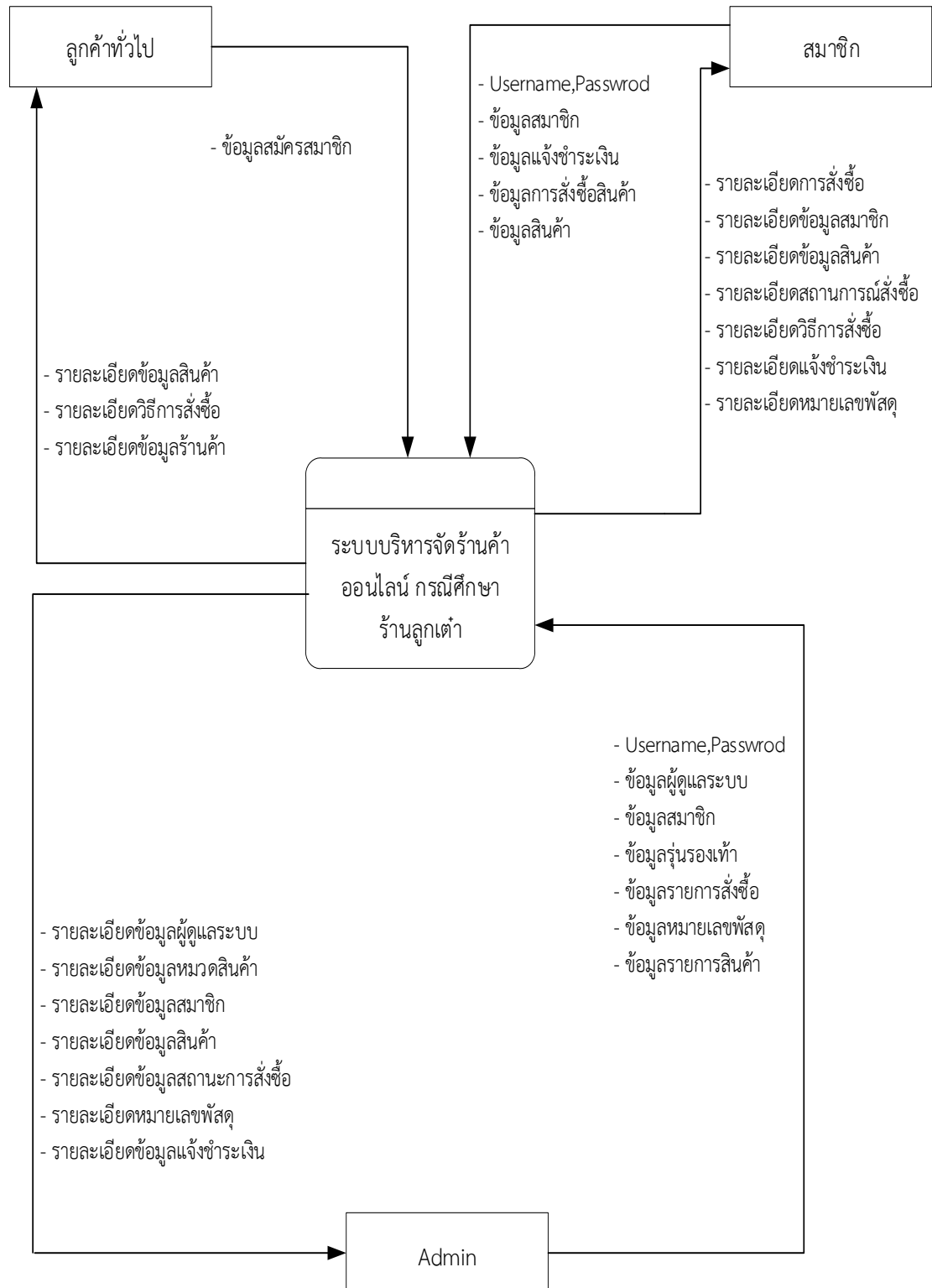


ภาพที่ 3.1 แสดงภาพตัวอย่างระบบการทำงาน

จากภาพที่ 3.1 เมื่อลูกค้าต้องการสินค้าให้เข้าไปเชื่อมต่อที่เว็บไซต์แล้วจากนั้นหยิบใส่ตะกร้าสินค้าเพื่อยืนยันการสั่งซื้อสินค้าทางร้านก็จะได้รับการสั่งซื้อสินค้าจากนั้นลูกค้าทำการชำระเงินผ่านธนาคาร เมื่อทางร้านได้รับข้อมูลการสั่งซื้อและข้อมูลการชำระเงินแล้วทางจึงทำการจัดส่งสินค้าไปยังลูกค้า

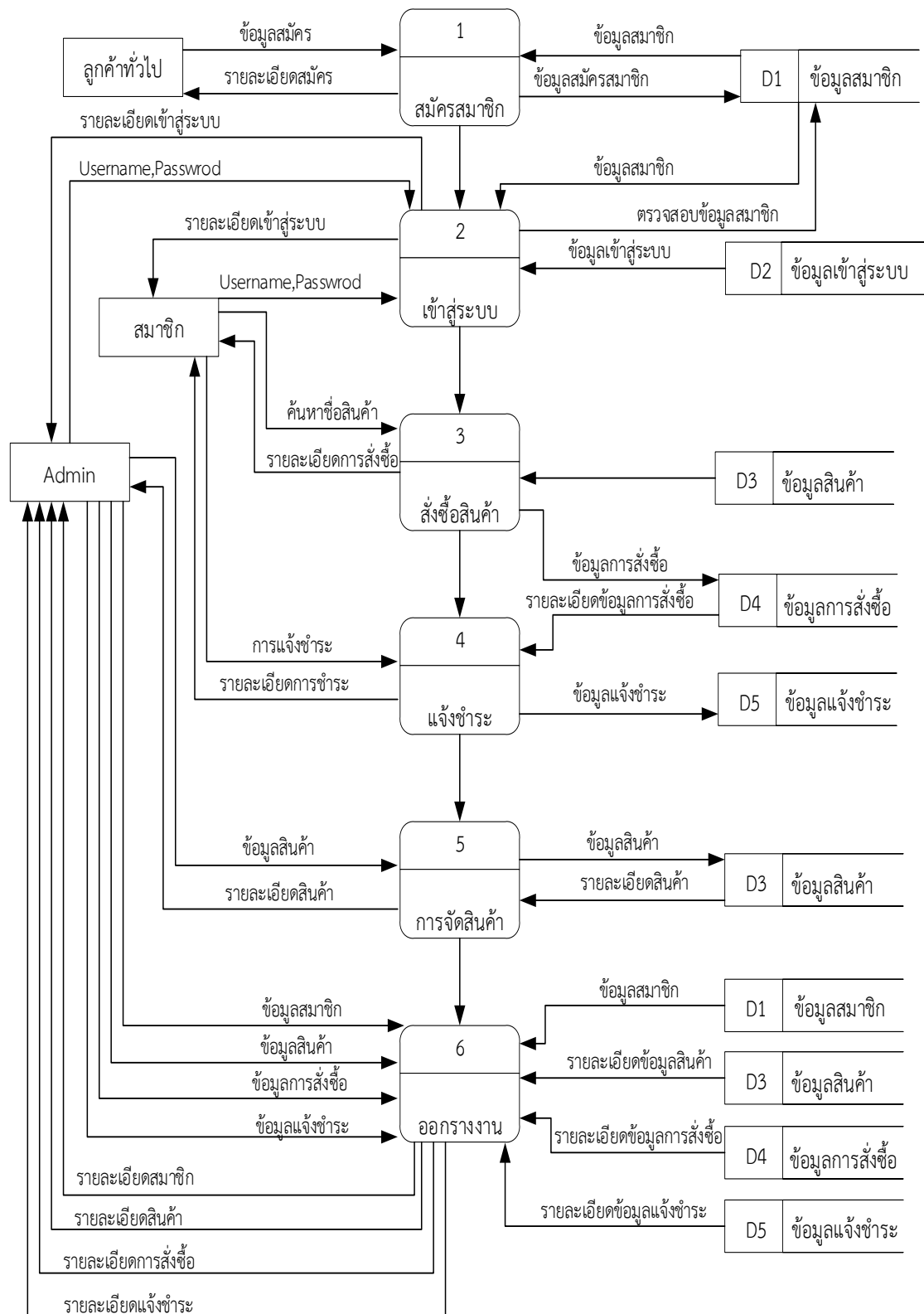
3.2 การออกแบบการทำงานระบบ

3.2.1 การออกแบบขั้นตอนการทำงานของระบบ Context Diagram



ภาพที่ 3.2 แสดงภาพตัวอย่างการออกแบบขั้นตอนการทำงานของระบบ Context Diagram

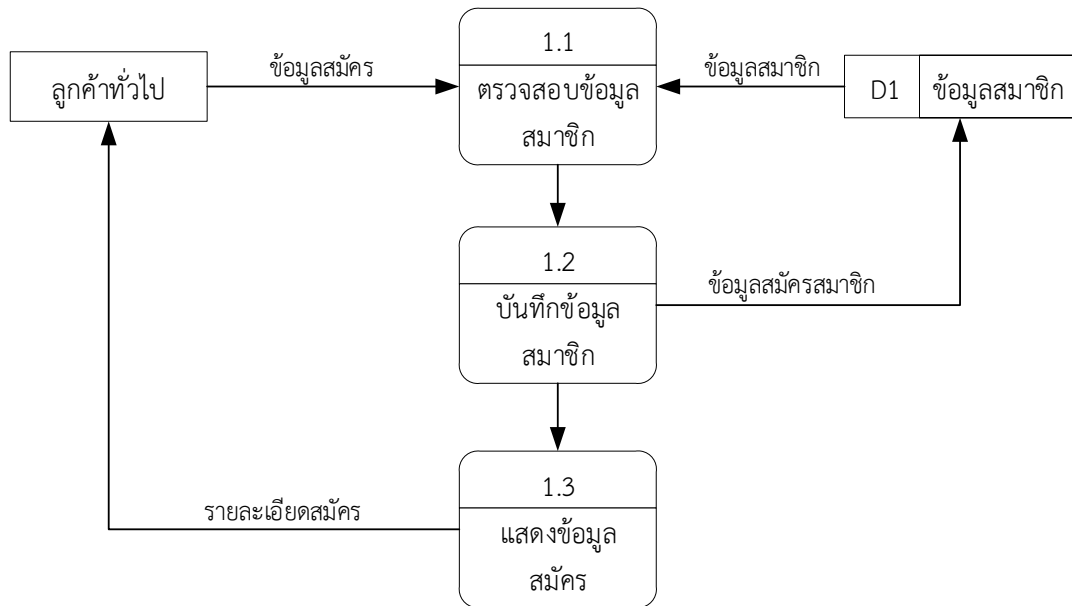
3.2.2 Dataflow Diagram Level 1 ระบบซื้อขายรองเท้ามือสอง



ภาพที่ 3.3 Dataflow Diagram Level 1 ระบบซื้อขายรองเท้ามือสอง

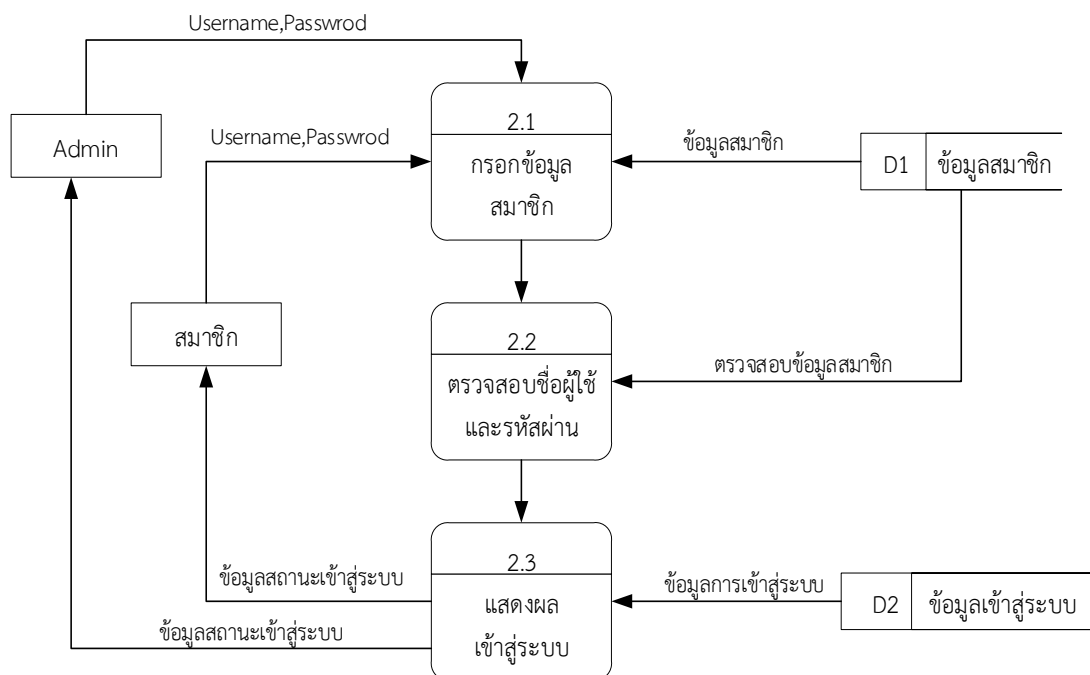
จากภาพที่ 3.3 เป็นการแสดงขั้นตอนการทำงานของระบบซื้อขายออนไลน์เพื่อสนับสนุนระบบบริหารจัดการร้านค้าออนไลน์ กรณีศึกษาร้านลูกเต๋า ถนนธานี ตำบลในเมือง อำเภอเมืองบุรีรัมย์ จังหวัดบุรีรัมย์ โดยสร้างบัญชีผู้ใช้จากนั้นเข้าสู่ระบบและเลือกสินค้า จากนั้นกรอกที่อยู่การจัดส่ง และชำระเงิน รอรับสินค้า

3.2.3 Dataflow Diagram Level2 Process1 แสดงการทำงานของระบบการสมัครสมาชิก



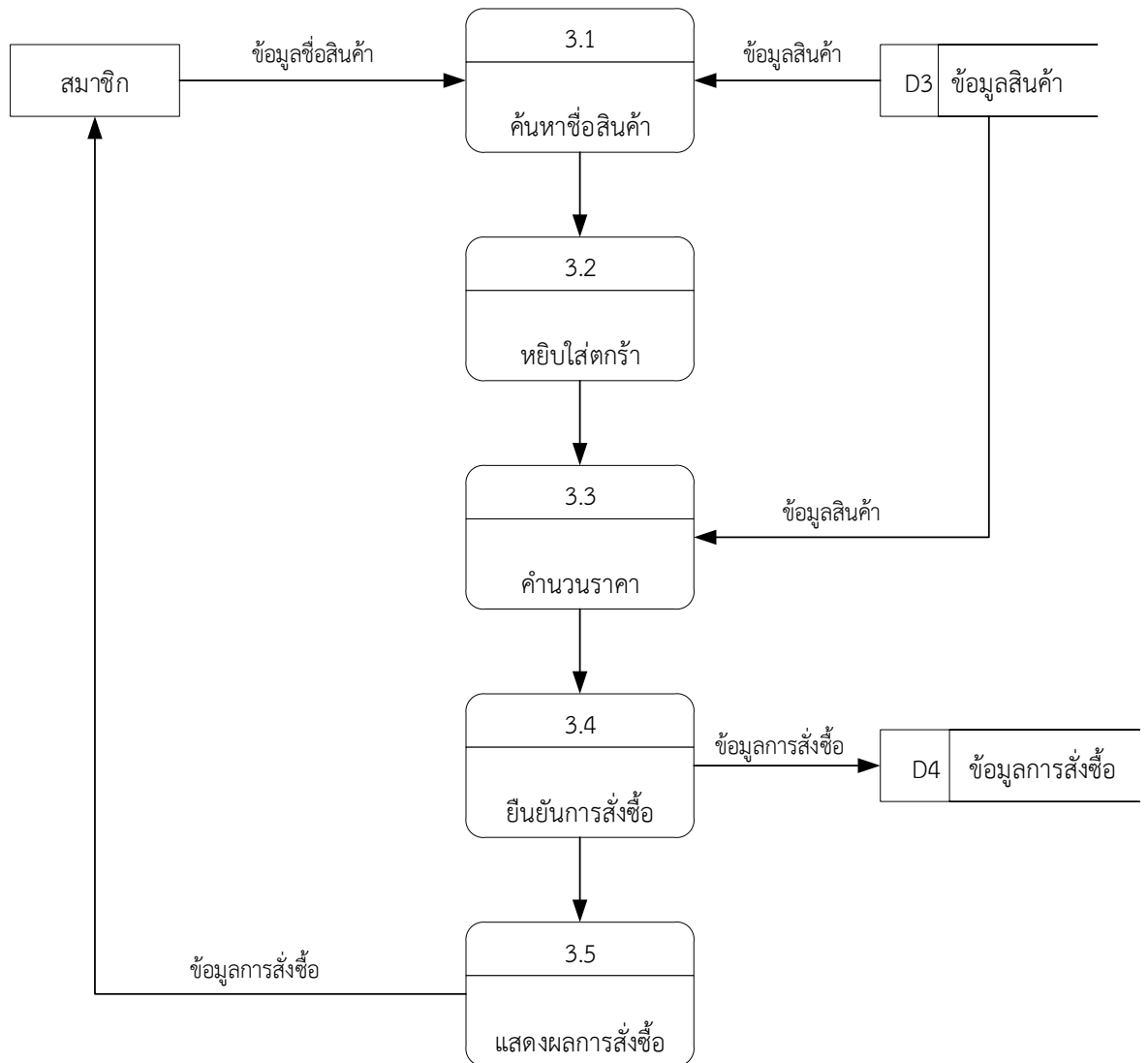
ภาพที่ 3.4 Process1 แสดงการทำงานของระบบการสมัครสมาชิก

3.2.4 Dataflow Diagram Level2 Process2 แสดงการทำงานของระบบการเข้าสู่ระบบ



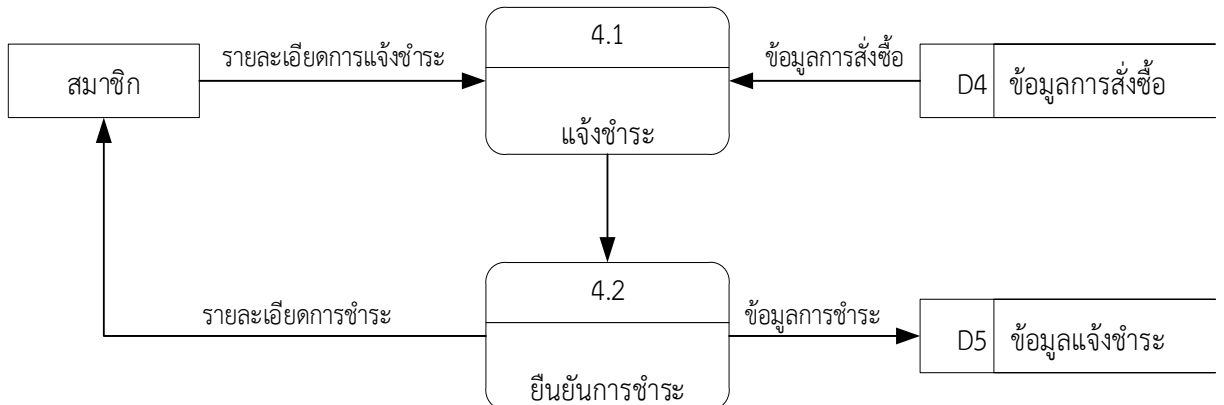
ภาพที่ 3.5 Process2 แสดงการทำงานของระบบการเข้าสู่ระบบ

3.2.5 Dataflow Diagram Level2 Process3 แสดงการทำงานของระบบการสั่งซื้อสินค้า



ภาพที่ 3.6 Process3 แสดงการทำงานของระบบการสั่งซื้อสินค้า

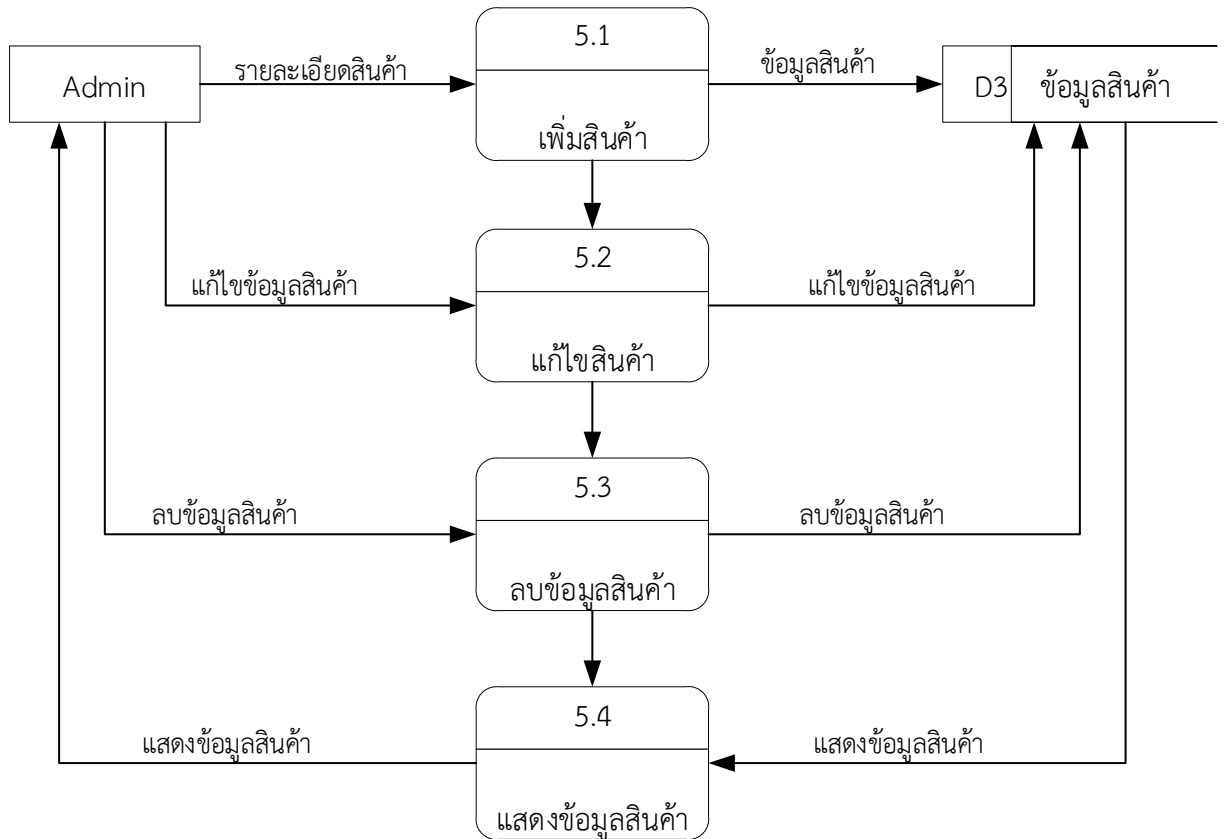
3.2.6 Dataflow Diagram Level2 Process4 แสดงการทำงานของระบบการแจ้งชำระ



ภาพที่ 3.7 Process4 แสดงการทำงานของระบบการแจ้งชำระ

3.2.7 Dataflow Diagram Level2 Process5 แสดงการทำงานของระบบการจัดการ

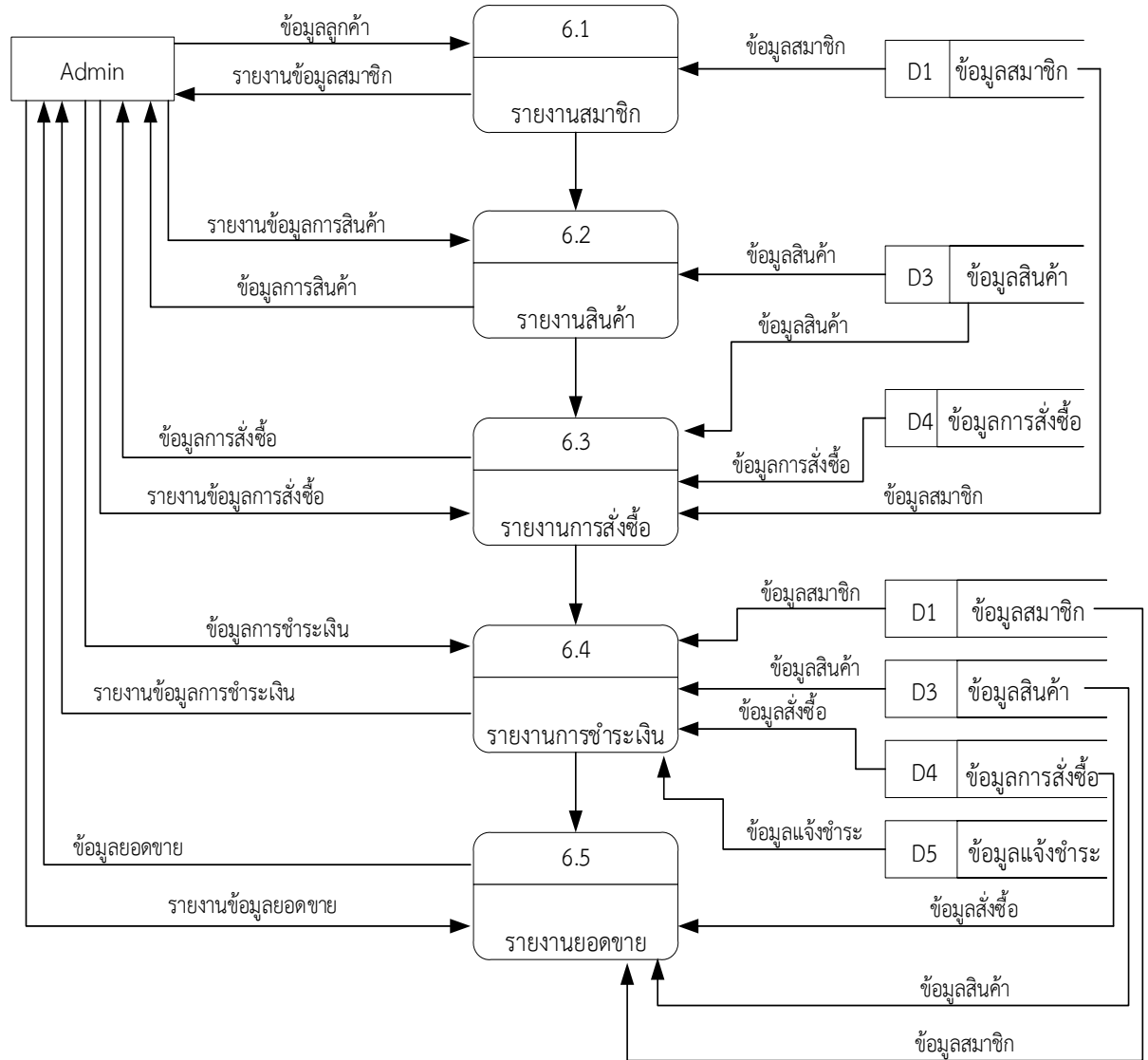
สินค้า



ภาพที่ 3.8 Process5 แสดงการทำงานของระบบการจัดการสินค้า

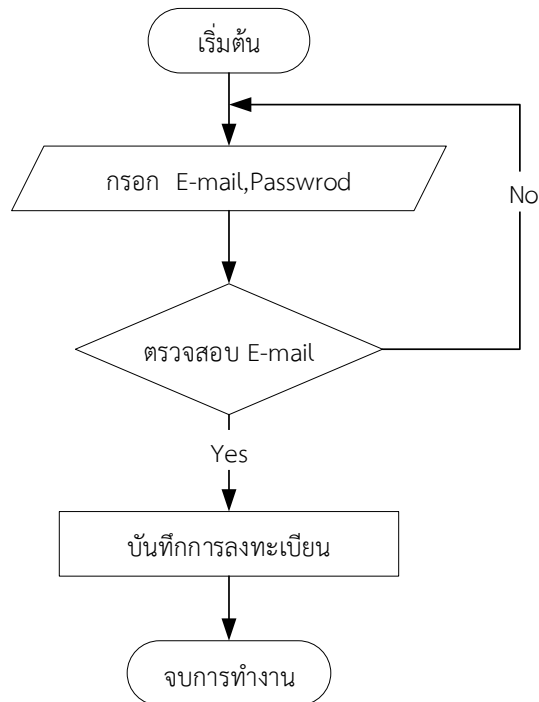
3.2.8 Dataflow Diagram Level2 Process6 แสดงการทำงานของระบบการออกรายงาน

รายงาน



ภาพที่ 3.9 Process6 แสดงการทำงานของระบบการออกรายงาน

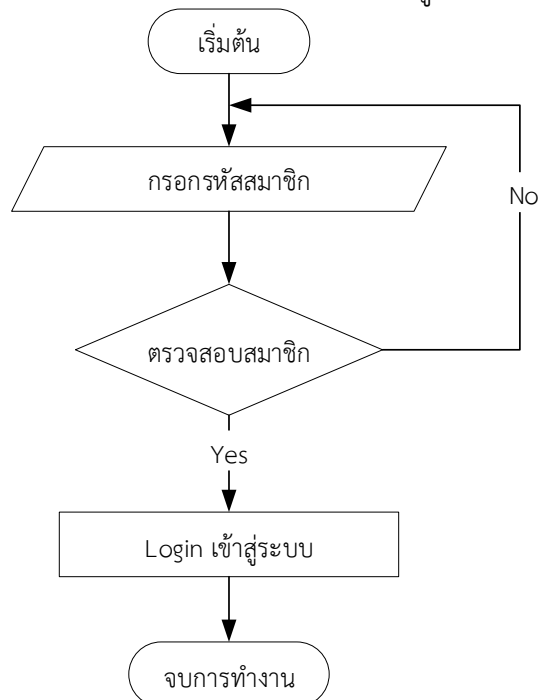
3.2.9 Flowchart แสดงการทำงานของระบบสมัครสมาชิก



ภาพที่ 3.10 Flowchart แสดงการทำงานของระบบสมัครสมาชิก

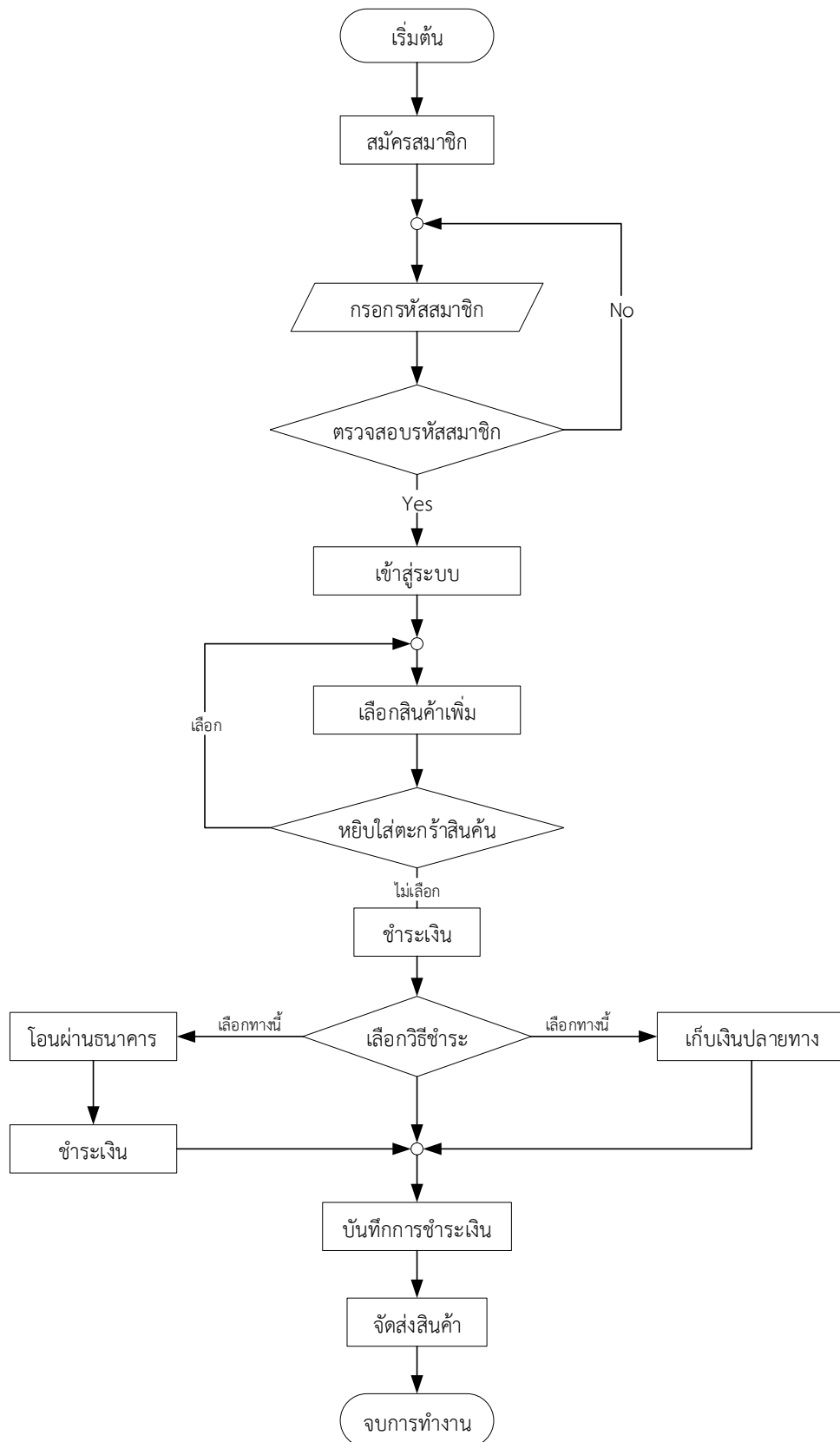
จากภาพที่ 3.10 เป็นการแสดงขั้นตอนการสมัครสมาชิกโดยลูกค้าทั่วไปสามารถสมัครสมาชิกแล้วกรอกข้อมูล E-mail และ Password ได้และลงทะเบียนได้เลย

3.2.10 Flowchart แสดงการทำงานของการทำงานของการเข้าสู่ระบบ



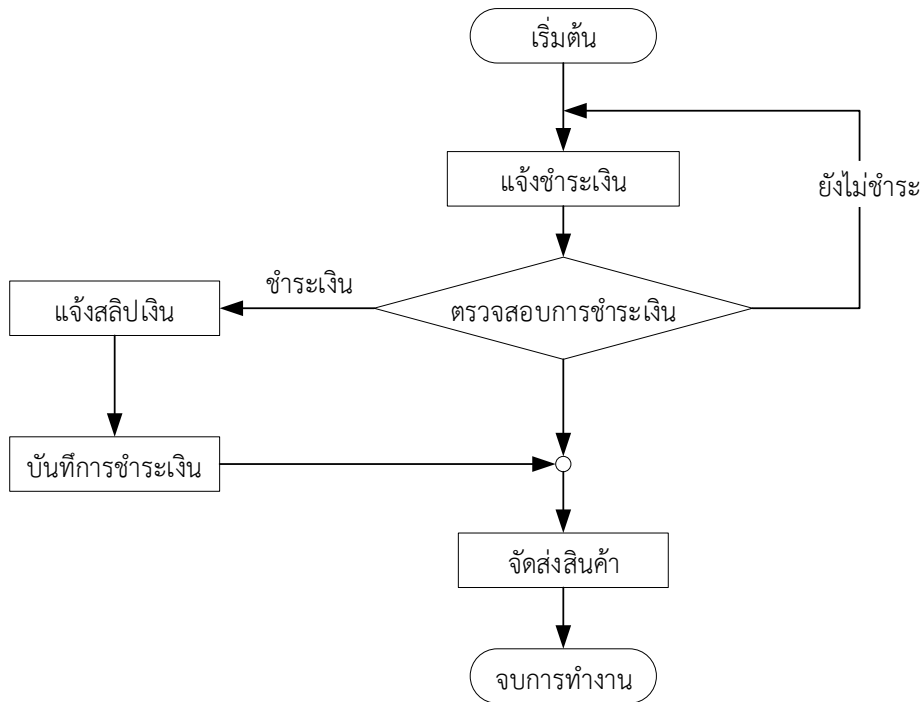
ภาพที่ 3.11 Flowchart แสดงการทำงานของการทำงานของการเข้าสู่ระบบ

3.2.11 Flowchart แสดงการทำงานของระบบสั่งซื้อสินค้า



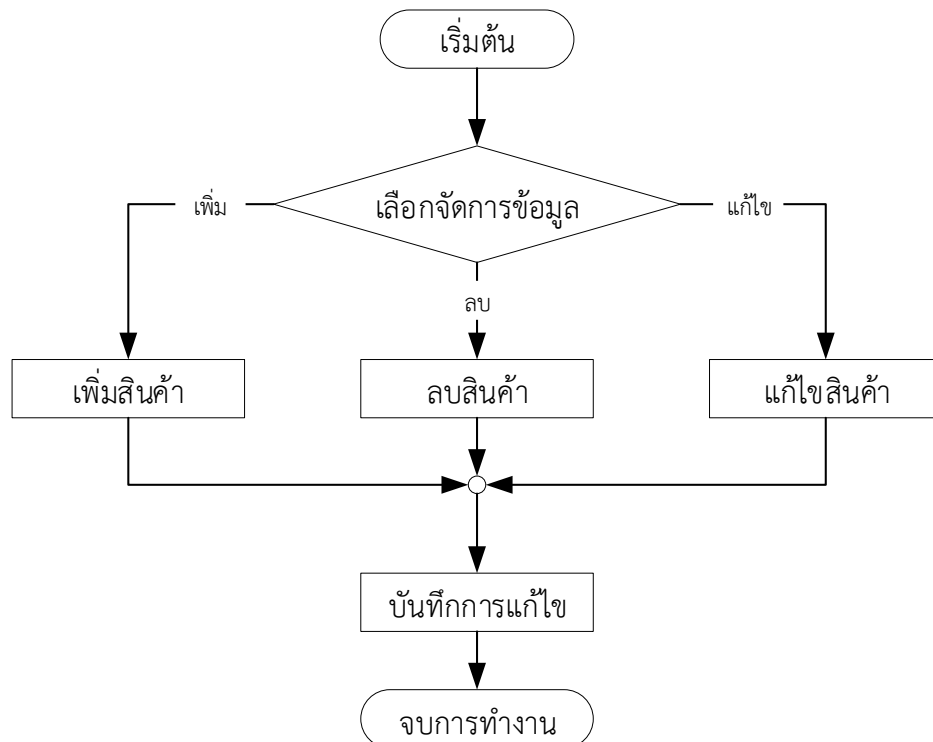
ภาพที่ 3.12 Flowchart แสดงการทำงานของระบบสั่งซื้อสินค้า

3.2.12 Flowchart แสดงการทำงานของระบบแจ้งการชำระเงิน



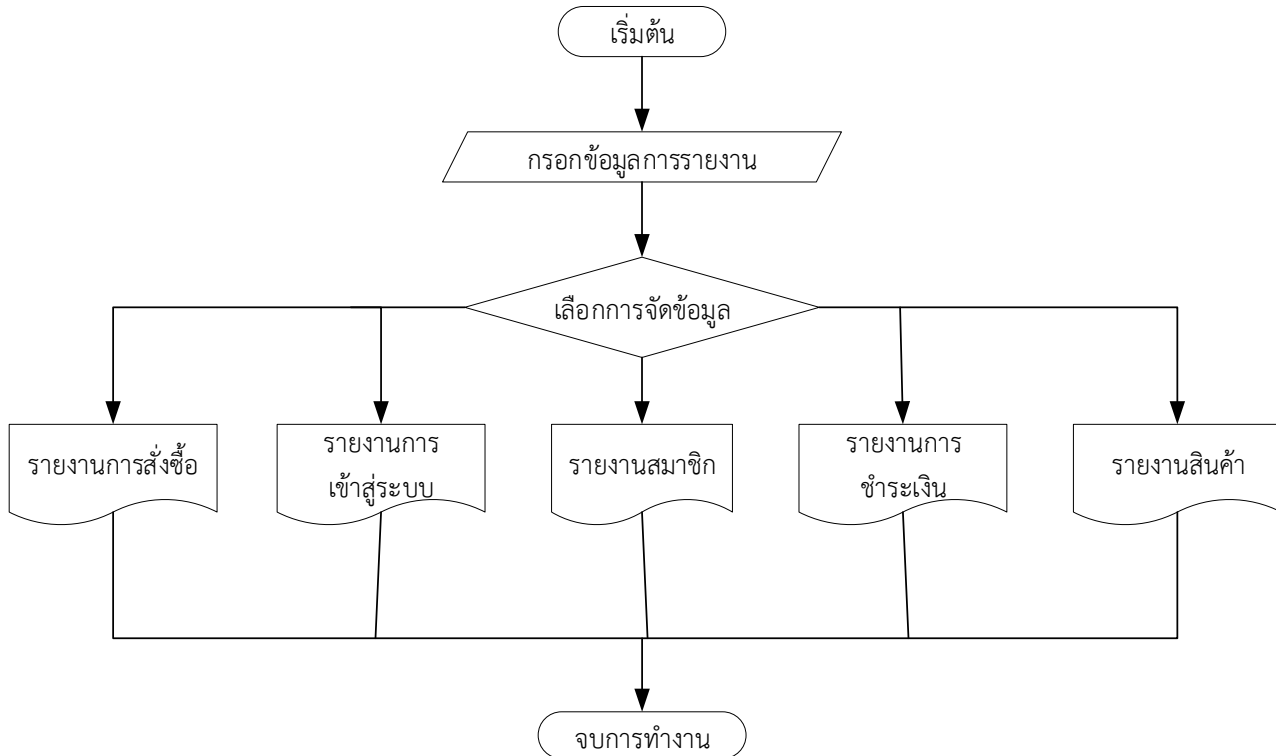
ภาพที่ 3.13 Flowchart แสดงการทำงานของระบบแจ้งการชำระเงิน

3.2.13 Flowchart แสดงการทำงานของระบบจัดการสินค้า



ภาพที่ 3.14 Flowchart แสดงการทำงานของระบบจัดการสินค้า

3.2.14 Flowchart แสดงการทำงานของระบบออกรายงาน



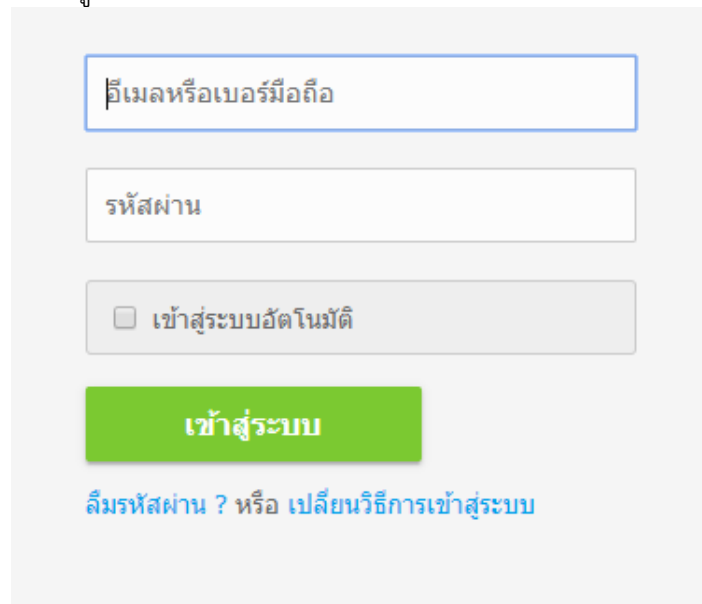
ภาพที่ 3.15 Flowchart แสดงการทำงานของระบบออกรายงาน

3.3 ออกแบบหน้าจอ

3.3.1 หน้าการสมัครสมาชิก

ภาพที่ 3.16 แสดงภาพตัวอย่างหน้าการสมัครสมาชิก

3.3.2 การเข้าสู่ระบบเว็บไซต์



อีเมลหรือเบอร์มือถือ

รหัสผ่าน

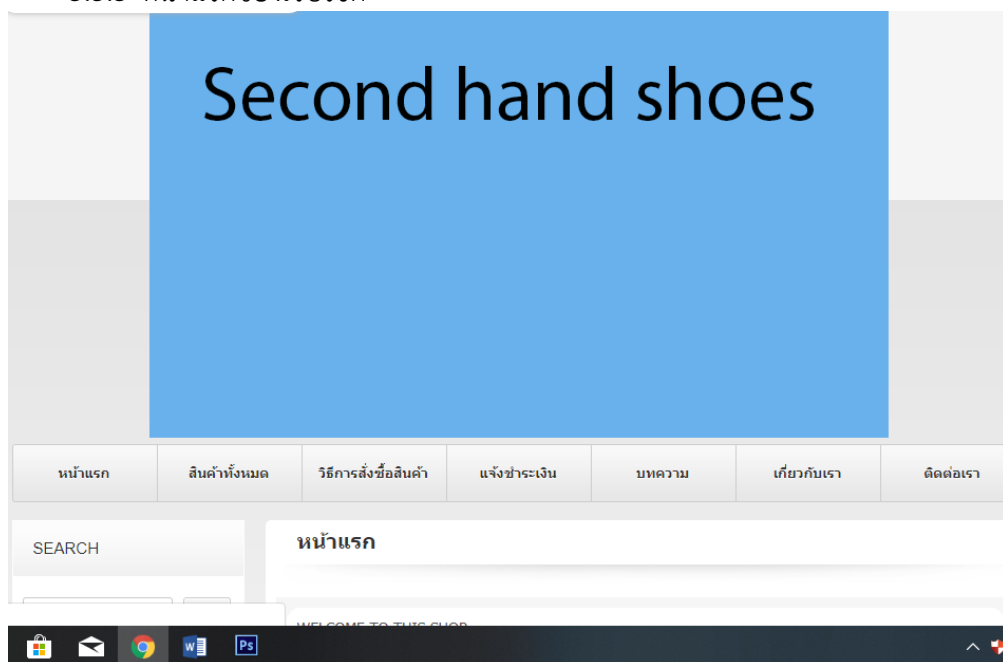
เข้าสู่ระบบอัตโนมัติ

เข้าสู่ระบบ

[ลืมรหัสผ่าน ?](#) หรือ [เปลี่ยนวิธีการเข้าสู่ระบบ](#)

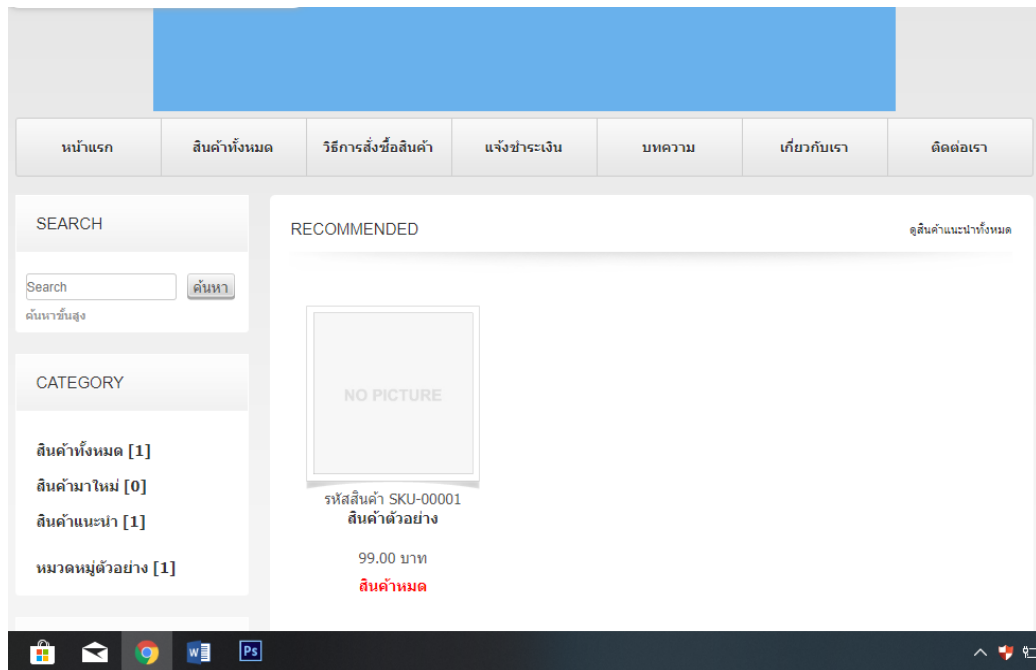
ภาพที่ 3.17 แสดงภาพตัวอย่างหน้าการเข้าสู่ระบบเว็บไซต์

3.3.3 หน้าแรกของเว็บไซต์



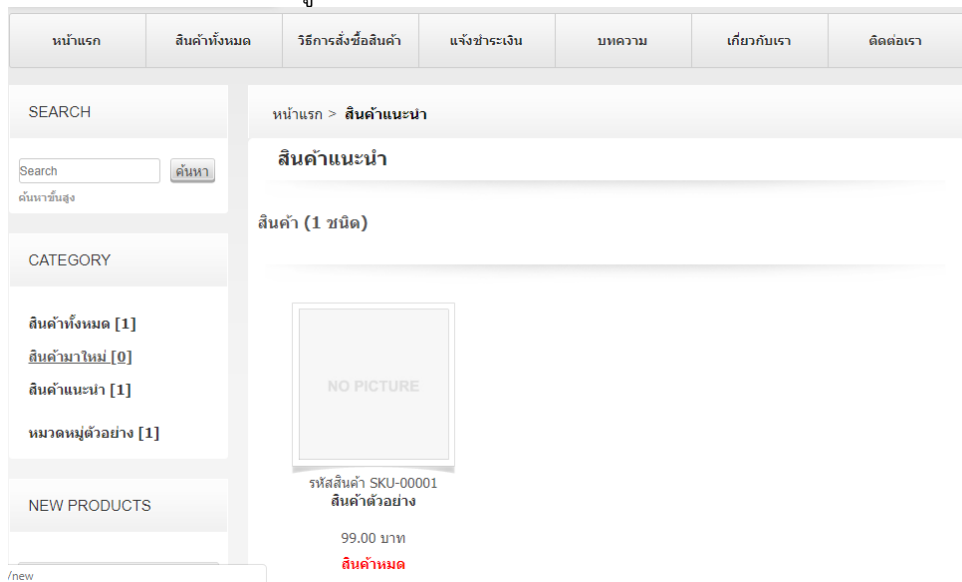
ภาพที่ 3.18 แสดงภาพตัวอย่างหน้าแรกของเว็บไซต์

3.3.4 หน้าแสดงสินค้าค้นหาสินค้า



ภาพที่ 3.19 แสดงภาพตัวอย่างหน้าแสดงสินค้าค้นหาสินค้า

3.3.5 หน้าเรียกดูสินค้า



ภาพที่ 3.20 แสดงภาพตัวอย่างหน้าเรียกดูสินค้า

3.3.6 หน้าเลือกการจัดส่งสินค้า

รายการสินค้าที่สั่งซื้อ

เลือกสินค้า

สินค้าตัวอย่าง
เพิ่มหมายเหตุ

99 บาท - 1 + 99.00 บาท
ลบรายการนี้ กำหนดราคาเอง

สรุปรายการสินค้า 1 รายการ 1 ชั้น

ราคาสินค้ารวม 99.00 บาท

ภาพที่ 3.21 แสดงภาพตัวอย่างหน้าเลือกการจัดส่งสินค้า

3.3.7 หน้าการเลือกการจัดส่ง

ราคาสินค้ารวม 99.00 บาท

วิธีการจัดส่ง

- + พัสดุลงทะเบียน 100.00
- + พัสดุด่วนพิเศษ 40.00 กำหนดราคาเอง
- + พัสด่วนพิเศษ ประเมินตามจำนวนรวมของสินค้า 100.00

ราคาสินค้ารวมค่าจัดส่ง 139.00 บาท

ตรวจสอบข้อมูล

- ✓ รายการสินค้า* 1 รายการ 1 ชั้น
- ✓ วิธีจัดส่ง + พัสดุด่วนพิเศษ
- ✓ ที่อยู่ผู้รับ -
- ✓ ข้อมูลผู้ซื้อ -
- ✓ ช่องทางชำระเงิน ไม่แจ้งชำระเงิน

สรุปรายการสั่งซื้อ

ราคาสินค้า 99.00 บาท

ค่าจัดส่ง 40.00 บาท

กำหนดส่วนลดท้ายบิล

ราคาสุทธิ 139.00 บาท

ภาพที่ 3.22 แสดงภาพตัวอย่างหน้าการเลือกการจัดส่ง

3.3.8 การเลือกวิธีการชำระเงิน

รายละเอียดการชำระเงิน

การชำระเงิน : ไม่แจ้งชำระเงิน แจ้งชำระเงิน แจ้งชำระเงิน & ยืนยันแล้ว

ช่องทางการจ่ายเงิน : ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) [6770209135]

จำนวนเงิน (บาท) : 139

วันที่โอน : 2019-07-10

เวลาโอน : 23 : 11 น.

หลักฐานการโอน : เลือกไฟล์ ไม่ได้เลือกไฟล์ใด [ไฟล์ jpg,gif,png,pdf ไม่เกิน2MB]

รายละเอียดเพิ่มเติม :

ตรวจสอบข้อมูล

- ✓ รายการสินค้า* 1 รายการ 1 ชั้น
- ✓ วิธีจัดส่ง + พัสดุด่วนพิเศษ
- ✓ ที่อยู่ผู้รับ -
- ✓ ข้อมูลผู้ซื้อ -
- ✓ ช่องทางชำระเงิน ไม่แจ้งชำระเงิน

สรุปรายการสั่งซื้อ

ราคาสินค้า 99.00 บาท

ค่าจัดส่ง 40.00 บาท

กำหนดส่วนลดท้ายบิล

ราคาสุทธิ 139.00 บาท

ภาพที่ 3.23 แสดงภาพตัวอย่างหน้าการเลือกวิธีการชำระเงิน

3.3.9 การยืนยันการสั่งซื้อเป็นที่เรียบร้อย

รายละเอียดใบสั่งซื้อ

สถานะ : **รอจัดส่ง**

สั่งซื้อเมื่อ : **ที่ผ้านมา (10 พ.ค. 2562 23:21 น.)**

ช่องทางการสั่งซื้อ : **- โมบาย - กานหนด**

การจัดส่ง : **+ พัสดุธรรมดา**

รายละเอียดเพิ่มเติม : **-**

บันทึกสับ : **เพิ่ม**
(เห็นเฉพาะเจ้าของร้าน)

Share order

<https://lnw.me/order/719780/1?s=dc0d5adb> [คัดลอก Link](#)

รายละเอียดผู้สั่งซื้อ

ชื่อผู้สั่งซื้อ : **ร้านสร้างเอง (เจ้าของร้านสินค้าแทน)**

อีเมล : **panadda.boo@bru.ac.th**

เบอร์มือถือ : **0648195077**

รายละเอียดผู้รับ

ชื่อผู้รับ : **นทีธร คันธมาลัย**

ที่อยู่ : **1 หมู่ 8 ต. พระศรู อ. เมือง จ.บุรีรัมย์ 31000 ตำบลพระศรู
อำเภอเมืองบุรีรัมย์ จังหวัดบุรีรัมย์**

รหัสไปรษณีย์ : **31000**

เบอร์โทร : **0648195077**

รายละเอียดการจัดส่ง

รหัสพัสดุ : **ใส่รหัสก่อนส่ง**

ยืนยันการจัดส่ง : **ยืนยันจัดส่ง**

ภาพที่ 3.24 แสดงภาพตัวอย่างหน้าการยืนยันการสั่งซื้อเป็นที่เรียบร้อย

3.4 การออกแบบแบบสอบถามความพึงพอใจ

การศึกษาความพึงใจของผู้สนใจรองเท้ามือสอง ในการใช้บริการระบบสั่งซื้อรองเท้ามือสองจากร้านลูกเต่า ผู้จัดทำได้กำหนดกลุ่มเป้าหมายเพื่อทำการเก็บข้อมูลของผู้ที่เข้ามาใช้งาน เครื่องที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล แบบสอบถามความพึงพอใจ แบ่งออกเป็น 3 ส่วนได้แก่

3.4.1 กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าในครั้งนี้ คือผู้ที่เข้ามาใช้ซื้อส่งคมออนไลน์ การบริหารจัดการการขายสินค้ารองเท้ามือสอง ร้านลูกเต่า โดยมีจำนวนกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 45 คน

3.4.2 สูตรการวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติ สำหรับวิเคราะห์คุณภาพเว็บไซต์สำหรับผู้เชี่ยวชาญหาค่าเฉลี่ยเลขคณิต จากสูตร

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

เมื่อ \bar{x} แทน ค่าเฉลี่ย

$\sum x$ แทนผลรวมของคะแนนทั้งหมดในกลุ่ม

n แทนจำนวนของคะแนนในกลุ่ม

ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อใช้แปลความหมายของข้อมูลด้านต่างๆ โดยใช้สูตรดังนี้

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

เมื่อ	S.D.	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
	N	แทน	จำนวนข้อมูล
	\bar{x}	แทน	ค่ากึ่งกลางชั้น
	Σ	แทน	ผลรวม

3.4.3 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

โดยใช้เกณฑ์ประเมินผลค่าเฉลี่ยเกี่ยวกับประสิทธิภาพการใช้งานของเว็บไซต์ขายรองเท้ามือสองออนไลน์ 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 ผลการดำเนินงาน

การพัฒนาเว็บไซต์ระบบบริหารจัดการร้านค้าออนไลน์ผลการดำเนินงาน เป็นการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ประชาสัมพันธ์เกี่ยวรองเท้ามือสอง กิจกรรมของร้านลูกเต่ารองเท้ามือสอง

- 4.1 ระบบบริหารจัดการร้านค้าออนไลน์
- 4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 ระบบบริหารจัดการร้านค้าออนไลน์

4.1.1 ส่วนผู้ใช้งาน Admin

4.1.1.1 หน้าเข้าสู่ระบบ Admin

เป็นส่วนของหน้าจอบนเว็บไซต์ระบบของแอดมินประกอบไปด้วยดังนี้ ชื่อผู้ใช้หรือที่อยู่ อีเมล รหัสผ่าน โดยทำการกรอกข้อมูล ผู้ใช้และรหัสผ่าน เพื่อทำการเข้าสู่ระบบหลังร้าน ดังภาพที่4.1

ภาพที่ 4.1 ตัวอย่างหน้าจอบนเว็บไซต์ระบบแอดมิน

4.1.1.2 หน้าจอโฮมเพจ

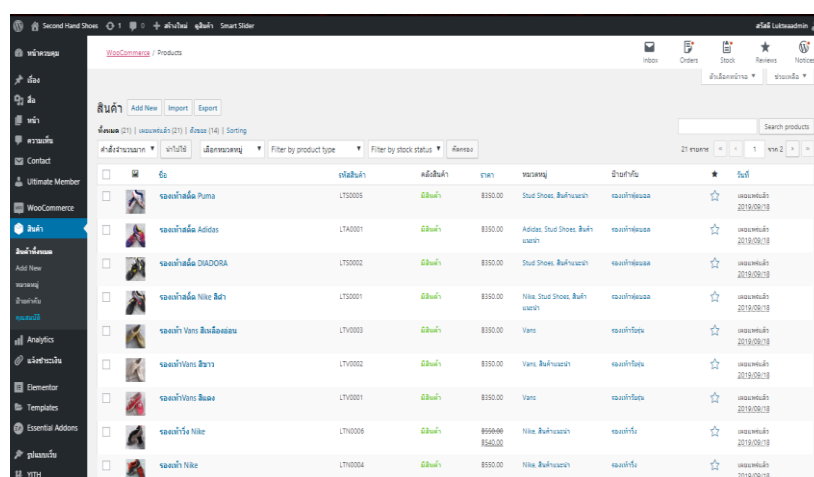
เป็นส่วนของหน้าหลักที่แสดงส่วนของเมนู ดังนี้ หน้าแรก ร้านค้า ตะกร้าสินค้า สั่งซื้อและชำระเงิน รายการคำสั่งซื้อ แจ้งชำระเงิน บทความ เกี่ยวกับเรา ตรวจสอบสถานะพัสดุ ออกจากระบบ ดังภาพที่4.2



ภาพที่ 4.2 ตัวอย่างหน้าจอโฮมเพจ

4.1.1.3 หน้าจอเพิ่มสินค้า

โดยเป็นส่วนที่แสดงหน้าจอเพิ่มสินค้าที่ Admin สามารถทำการเพิ่มสินค้า ลบสินค้า แก้ไขข้อมูลสินค้าหรือรายละเอียด และสามารถตรวจสอบสินค้าทั้งหมดได้ ว่าในสต็อกเหลือเท่าไร ดังภาพที่4.3



ภาพที่ 4.3 ตัวอย่างหน้าจอเพิ่มสินค้า

4.1.1.4 หน้าคุณสมบัติ

เป็นส่วนที่แสดงหน้าจอบริการ Admin สามารถเพิ่มคุณสมบัติให้กับสินค้าได้ และคุณสมบัตินี้สามารถทำให้สินค้า มีการเลือกได้หลายรูปแบบในแต่ละส่วนของตัวสินค้านั้นได้ โดยแอดมินสามารถกำหนด ชื่อหรือเงื่อนไข ดังภาพที่4.4

ชื่อ	Slug	ชนิด	เรียงตาม	เงื่อนไข
Color	color	Color	เรียงลำดับเอง	กลม, ขาว, ดำ, ป่าเงิน, ฟ้าย้อน, ฟ้ายิ้ม, ม่วง, ส้ม, เทา, เหลือง, เหลืองอ่อน, แดง ตั้งค่าข้อคดกลงและเงื่อนไข
Size	size	ตัวเลือก	เรียงลำดับเอง	36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45 ตั้งค่าข้อคดกลงและเงื่อนไข

ภาพที่ 4.4 ตัวอย่างหน้าจอบริการ Admin

4.1.1.5 หน้าตรวจสอบการแจ้งชำระเงินลูกค้า

เป็นส่วนที่แสดงหน้าจอบริการ Admin เพื่อที่จะทำการตรวจสอบการชำระเงินของลูกค้า ที่ลูกค้าได้ทำการสั่งซื้อสินค้าเข้ามา โดยแอดมินสามารถทำการ ลบ แก้ไขหรือ ยกเลิก Order และเข้าดูรายละเอียดของสินค้านั้นได้ ดังภาพที่4.5

คำสั่งจำนวนมาก	นำไปยัง	วันที่ทั้งหมด	เลือกรายการสั่งซื้อ	ปิดกรอง	3 รายการ					
<input type="checkbox"/>	สลิป	ชื่อ	รายการสั่งซื้อ	ขนาด	จำนวนเงินที่โอน	วันที่โอน	เบอร์โทร	วันที่	สถานะ	จัดการ
<input type="checkbox"/>		suwit artyamueang	#1302 (฿700.00)	ขนาดรอสมลิน	฿700.00	3 ตุลาคม 2019 19:00 น.	0611507034	2 ธันวาคม ที่ผ่านมา	สำเร็จ	
<input type="checkbox"/>		suwit Artyamueang	#1292 (฿800.00)	ขนาดรอสมลิน	฿800.00	3 ตุลาคม 2019 18:25 น.	0611507034	2 ธันวาคม ที่ผ่านมา	สำเร็จ	
<input type="checkbox"/>		suwit Artyamueang	#1280 (฿410.00)	ขนาดรอ ส.ก.ส	฿410.00	3 ตุลาคม 2019 15:09 น.	0611507034	5 ธันวาคม ที่ผ่านมา	สำเร็จ	
<input type="checkbox"/>	สลิป	ชื่อ	รายการสั่งซื้อ	ขนาด	จำนวนเงินที่โอน	วันที่โอน	เบอร์โทร	วันที่	สถานะ	จัดการ
คำสั่งจำนวนมาก	นำไปยัง									3 รายการ

ภาพที่ 4.5 ตัวอย่างหน้าจอบริการ Admin

4.1.1.6 หน้าคำสั่งซื้อ

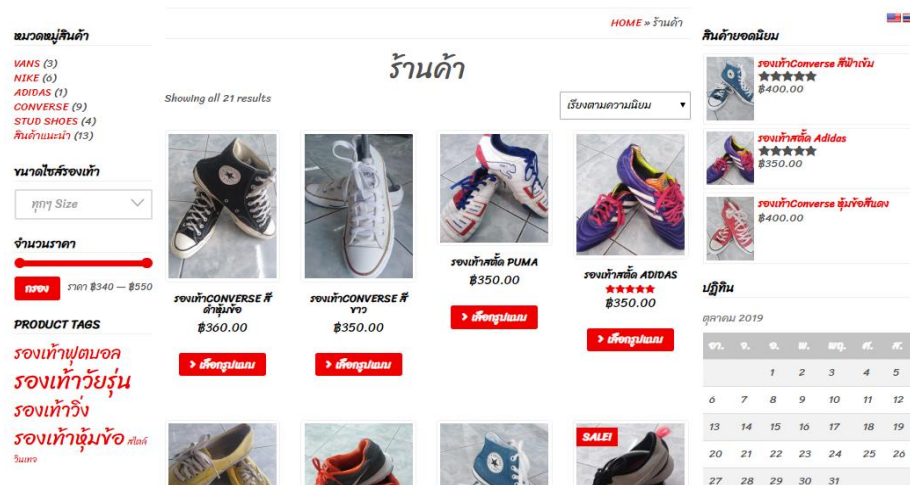
เป็นส่วนของหน้าคำสั่งซื้อของลูกค้าที่ Admin สามารถมาตรวจสอบสถานะการจัดส่งที่ลูกค้าได้เลือกไว้เช่น จัดส่งฟรี หรือ Kerry, EMS และยังสามารถเปลี่ยนแปลงสถานะการจัดส่งหรือแจ้งเลขพัสดุของค่ายบริษัทนั้นได้ โดยการเปลี่ยนแปลงสถานะจะมี Pending payment, กำลังตรวจสอบการชำระเงิน, กำลังเตรียมสินค้าเพื่อจัดส่ง, On hold, ส่งของแล้ว, ยกเลิก, คืนเงิน, ไม่สำเร็จ ดังภาพที่4.6

คำสั่งซื้อ #1309 details	AfterShip
<p>ชำระผ่าน โอนเงินผ่านธนาคารโดยตรง. Customer IP: ::1</p> <p>ทั่วไป</p> <p>Date created: 2019-10-03 @ 21:05</p> <p>Status: กำลังตรวจสอบการชำระเงิน</p> <p>ลูกค้า: suwit2540 (#3 - suwit.art@bru.ac.th)</p> <p>ใบเสร็จ</p> <p>สุวิทย์ อายยามเมือง 59 หมู่7 บ้านหนองคา ชำนาญ Buri Ram 31110</p> <p>อีเมลแอดเดรส: suwit.art@bru.ac.th</p> <p>โทรศัพท์: 0611507034</p> <p>การจัดส่ง</p> <p>สุวิทย์ อายยามเมือง 59 หมู่7 บ้านหนองคา ชำนาญ Buri Ram 31110</p>	<p>Carrier: Thailand Thai Post Update carrier list</p> <p>Tracking number: ER1255486454TH</p> <p>คำสั่งซื้อ actions</p> <p>Choose an action...</p> <p>Move to trash ลบทิ้ง</p>

ภาพที่ 4.6 ตัวอย่างหน้าคำสั่งซื้อ

4.1.1.7 หน้าร้านค้า

เป็นส่วนของที่แสดงหน้าสินค้า รายละเอียดสินค้า ราคาพร้อมรูปประกอบ ตัวกรองราคาสินค้า ขนาดของไซส์รองเท้า ป้ายกำกับสินค้า สินค้ายอดนิยม และการจัดเรียงลำดับของสินค้า ดังภาพที่4.7

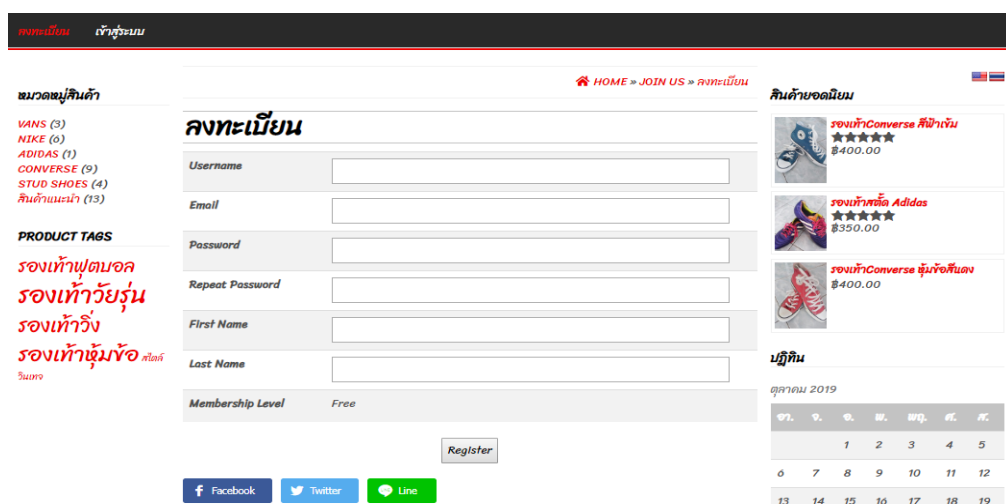


ภาพที่ 4.7 ตัวอย่างหน้าจอร้านค้า

4.1.2 สมาชิก

4.1.2.1 หน้าลงทะเบียนหรือสมัครสมาชิก

เป็นส่วนของหน้าลงทะเบียนสำหรับลูกค้าทั่วไปเข้ามาสมัครสมาชิก โดยมี ส่วนประกอบด้วยดังนี้ Username, Email, Password, Repeat Password, First name, Last name ดังภาพที่4.8



ภาพที่ 4.8 ตัวอย่างหน้าลงทะเบียนหรือสมัครสมาชิก

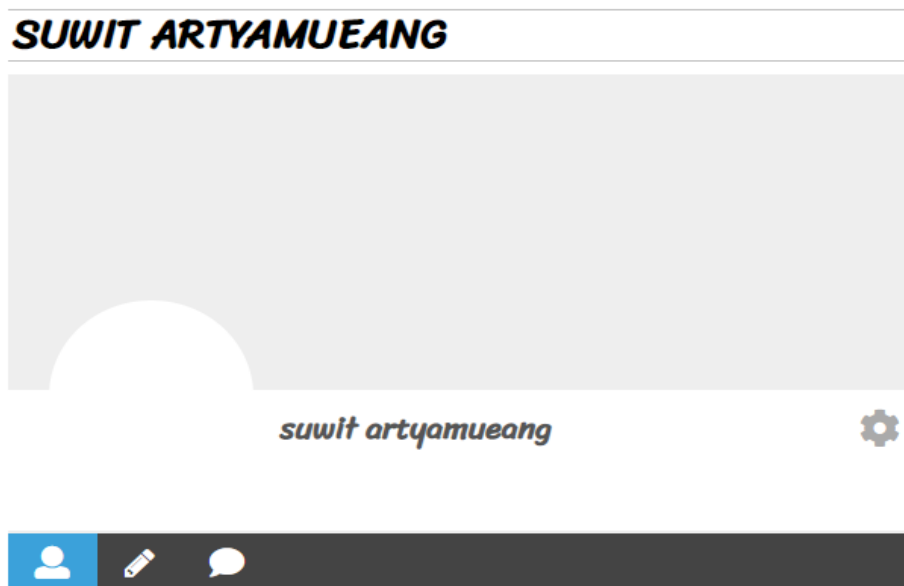
4.1.2.2 หน้าLogin เข้าสู่ระบบของสมาชิก

โดยส่วนเป็นหน้าLogin เข้าสู่ระบบของสมาชิก สำหรับลูกค้าสมาชิก ทำการลงชื่อเข้าใช้เพื่อไปยังหน้าร้านของเว็บไซต์ ประกอบด้วย Username or Email, Password ดังภาพที่4.9

ภาพที่ 4.9 ตัวอย่างหน้าLogin เข้าสู่ระบบ

4.1.2.3 หน้าผู้ใช้งาน

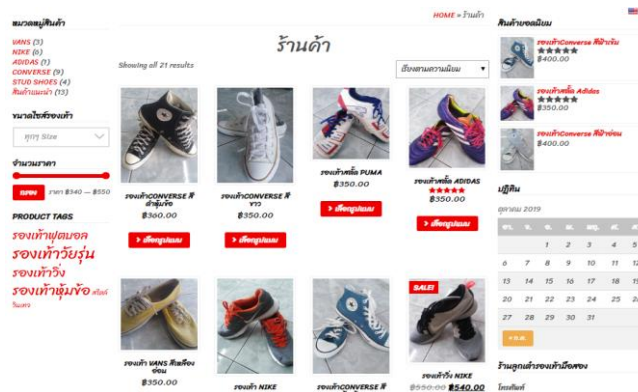
เป็นส่วนที่แสดงหลังจากได้ทำการเข้าสู่ระบบเรียบร้อยแล้ว เข้ามาจะเจอหน้าผู้ใช้งาน ลูกค้าสมาชิกสามารถเข้าดูข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้และสามารถแก้ไขข้อมูลได้ หรือเพิ่มรูปโปรไฟล์ได้ ดังภาพที่4.10



ภาพที่ 4.10 ตัวอย่างหน้าจอผู้ใช้งาน

4.1.2.4 หน้าร้านค้าลูกค้าสมาชิก

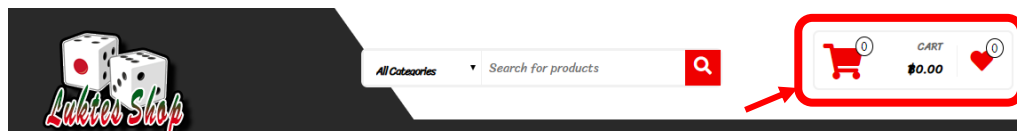
โดยเป็นส่วนที่แสดงหน้าจอร้านค้าที่ลูกค้าสมาชิกทำการเลือกซื้อสินค้าได้หลายรูปแบบ โดยมีการเข้าไปที่ตัวสินค้าและสามารถเลือกขนาดไซส์ของรองเท้าที่ต้องการได้แล้วจากนั้นทำการหยิบใส่ตะกร้าสินค้า ดังภาพที่4.11



ภาพที่ 4.11 ตัวอย่างหน้าจอร้านค้า

4.1.2.5 หน้าหยิบใส่ตะกร้าสินค้า

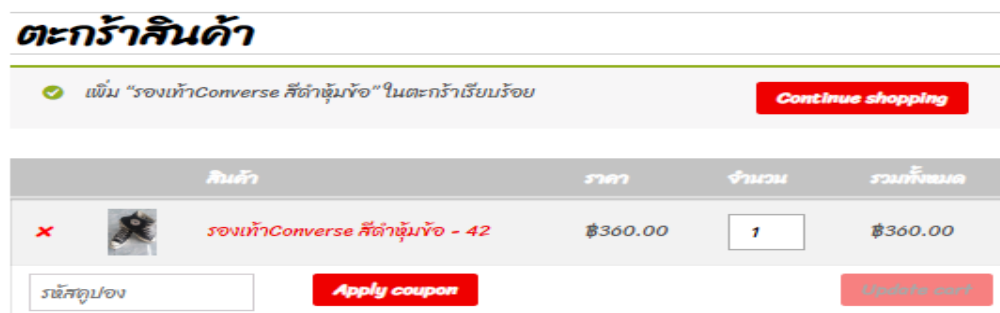
เป็นส่วนที่แสดงหน้าหยิบใส่ตะกร้าสินค้า ที่แสดงจำนวนชิ้นที่หยิบสินค้าใส่ตะกร้าสินค้าหรือจำนวนราคาหลังจากหยิบใส่ตะกร้าเรียบร้อยแล้ว สินค้าก็จะมาอยู่ที่หน้าตะกร้าสินค้า และแสดงรายละเอียด ดังภาพที่4.12



ภาพที่ 4.12 ตัวอย่างหน้าหยิบใส่ตะกร้าสินค้า

4.1.2.6 หน้าตะกร้าสินค้า

เป็นส่วนของหน้าตะกร้าสินค้า ประกอบไปด้วย สินค้า ราคา จำนวน รวมทั้งหมด ในส่วนนี้เราต้องเลือกสินค้าแล้วหยิบใส่ตะกร้าหรือทำการเพิ่มจำนวนสินค้าได้ ดังภาพที่4.13



ภาพที่ 4.13 ตัวอย่างหน้าจอตระกร้าสินค้า

4.1.2.7 หน้าแสดงมูลค่าสินค้าและเลือกช่องทางการจัดส่ง

เป็นส่วนของหน้าการเลือกช่องทางการจัดส่งสินค้า ประกอบไปด้วย มูลค่าสินค้า, Shipping, รวมทั้งหมด ดังภาพที่4.14

Cart totals

มูลค่าสินค้า	฿400.00
Shipping	<input checked="" type="radio"/> Kerry: ฿55.00 <input type="radio"/> EMS: ฿35.00 Shipping to 59 หมู่7, บ้านช่อพกา, ชำนิ, Buri Ram, 31110. Change address 📄
รวมทั้งหมด	฿455.00

Proceed to checkout

ภาพที่ 4.14 ตัวอย่างหน้าแสดงมูลค่าสินค้าและเลือกช่องทางการจัดส่ง

4.1.2.8 หน้ากรอกที่อยู่การจัดส่ง

เมื่อลูกค้าทำการเลือกช่องทางการชำระเงินแล้ว ก็ทำการกรอกชื่อ-นามสกุล ประเทศ ที่อยู่ เพื่อที่ทำการจัดส่งสินค้าไปให้ลูกค้าตามที่ลูกค้าได้ทำการกรอกเข้ามา และยังสามารถเปลี่ยนที่อยู่การจัดส่ง ดังภาพที่4.15

Billing details

ชื่อจริง * นามสกุล *

Company name (optional)

ประเทศ *

Street address *

อำเภอ *

จังหวัด *

รหัสไปรษณีย์ *

ต้องการจัดส่งไปยังที่อยู่อื่นหรือไม่?

Order notes (optional)

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

ภาพที่ 4.15 ตัวอย่างหน้าจกรอกที่อยู่การจัดส่ง

4.1.2.9 หน้ารายการสั่งซื้อ

เป็นส่วนของหน้ารายการสั่งซื้อ มีการจัดส่งหลายรูปแบบเราสามารถเลือกวิธีการจัดส่งได้ โดยมีการจัดส่งฟรีเมื่อสั่งซื้อครบตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ หากซื้อไม่ครบตามเงื่อนไขก็มีให้เลือกว่าต้องการจัดส่งแบบไหนบ้าง เช่น EMS, Kerry ดังภาพที่4.16

รายการสั่งซื้อของคุณ

สินค้า	รวมทั้งหมด
รองเท้าConverse สีฟ้าเงิน - 40 x 1	฿400.00
มูลค่าสินค้า	฿400.00
Shipping	<input checked="" type="radio"/> Kerry: ฿55.00 <input type="radio"/> EMS: ฿35.00
รวมทั้งหมด	฿455.00

โอนเงินผ่านธนาคารโดยตรง

ชำระเงินของคุณโดยตรงไปยังบัญชีธนาคารของเรา โปรดใช้รหัสคำสั่งซื้อของคุณเป็นข้อมูลอ้างอิงการชำระเงิน ค่าสั่งซื้อของคุณจะไม่ถูกส่งจนกว่าเงินจะเคลียร์ในบัญชีของเรา



ภาพที่ 4.16 ตัวอย่างหน้ารายการสั่งซื้อ

4.1.2.10 หน้าแจ้งชำระเงิน

เป็นส่วนของหน้าจอแจ้งชำระเงิน เมื่อทำการรายการสั่งซื้อเสร็จแล้ว ก็มาที่หน้าแจ้งชำระเงิน ประกอบไปด้วย หมายเลข Order และบัญชีธนาคาร ดังภาพที่4.17

ขอบคุณค่ะ ได้รับรายการสั่งซื้อของคุณเรียบร้อยแล้ว

ORDER NUMBER: 1309	วันที่: 3 ตุลาคม 2019	อีเมล: suwit.art@bru.ac.th	รวมทั้งหมด: ฿720.00
PAYMENT METHOD: โอนเงินผ่านธนาคารโดยตรง			

ท่านสามารถส่ง Slip ยืนยันการโอนมาได้ที่ Facebook : ลูกเต๋า ดนรกรองเท้า หรือ Line : 0639282469 ได้เลยนะคะ
#หากท่านยังไม่แจ้งชำระเงินในตอนนี้ ท่านสามารถแจ้งชำระได้อีกช่องทางหนึ่งที่หน้า (>>แจ้งชำระเงิน<<)

ข้อมูลบัญชีธนาคารของเรา

	ธนาคาร: ธนาคารออมสิน	เลขที่บัญชี: 020294004997	ชื่อบัญชี: Suwit Artyamueang
	ธนาคาร: ธนาคาร ส.ก.ส	เลขที่บัญชี: 020074033797	ชื่อบัญชี: Suwit Artyamueang
	ธนาคาร: พริอมแบงก์	เลขที่บัญชี: 0611507034	ชื่อบัญชี: Suwit Artyamueang

หลังจากโอนเงินแล้วให้ทำการ ยืนยันการโอนเงินที่นี้ **แจ้งชำระเงิน**

ภาพที่ 4.17 ตัวอย่างหน้าจอแจ้งชำระเงิน

4.1.2.11 หน้าแจ้งสลิปการโอนเงิน




โดยเป็นส่วนที่แสดงหน้าแจ้งสลิปการโอนเงิน เมื่อลูกค้าได้ทำการโอนเงินเรียบร้อยแล้ว มีประกอบดังนี้ ชื่อ เบอร์โทร รายการสั่งซื้อ จำนวนเงินที่โอน ธนาคารที่โอน วันที่โอน เวลาที่โอน และหลักฐานการโอน ดังภาพที่4.18

แจ้งชำระเงิน

ชื่อ* เบอร์โทร*

รายการสั่งซื้อ* จำนวนเงินที่โอน*

ธนาคารที่โอน*

-  ธนาคารออมสิน / 020294004997
-  ธนาคาร ธ.ก.ส / 020074033797
-  พร้อมเพย์ / 0611507034

วันที่โอน* เวลาที่โอน*

หลักฐานการโอน*

เลือกไฟล์ ไม่ได้เลือกไฟล์ใด

ส่งข้อมูล

ภาพที่ 4.18 ตัวอย่างหน้าแจ้งสลิปการโอนเงิน

4.1.2.12 หน้าเช็คการสั่งซื้อ

โดยส่วนนี้ลูกค้าสามารถดูรายการสั่งซื้อของตนเองได้ เช็คสถานะการสั่งซื้อ วันที่ จำนวนของรายการสั่งซื้อ และสามารถเข้าไปดูรายละเอียดได้ ดังภาพที่4.19

หน้าควบคุม	คำสั่งซื้อ	วันที่	สถานะ	รวมทั้งหมด	จัดการ
คำสั่งซื้อ	#1309	3 ตุลาคม 2019	กำลังตรวจสอบการชำระเงิน	฿720.00 for 2 Items	ดูรายละเอียด
ดาวน์โหลด	#1302	3 ตุลาคม 2019	กำลังเตรียมสินค้าเพื่อจัดส่ง	฿700.00 for 2 Items	ดูรายละเอียด

ประวัติการแจ้งชำระเงิน

ภาพที่ 4.19 ตัวอย่างหน้าจอเช็คการสั่งซื้อ

4.1.2.13 หน้าตรวจสอบรายละเอียดสินค้า

โดยเป็นส่วนของหน้าดูรายละเอียดสินค้า ที่ลูกค้าสมาชิกสามารถเข้ามาตรวจสอบสถานะ รายละเอียดสินค้าและเลขรหัสพัสดุของลูกค้าเพื่อที่จะนำเลขพัสดุไปติดตามสินค้าต่อไป ดังภาพที่4.20

รายการสั่งซื้อเลขที่ 1385 ดำเนินการเมื่อ 11 ตุลาคม 2019 ขณะนี้อยู่ในสถานะ
ส่งของแล้ว

ในสั่งซื้อของคุณถูกส่งผ่านThailand Thai Post
หมายเลขการติดตาม คือ ER1255486454TH

Order details

สินค้า	รวมทั้งหมด
รองเท้าConverse สีฟ้าเข้ม - 40 x 1	฿400.00
รวม:	฿400.00
การจัดส่ง	฿35.00 ผ่านทาง EMS
Payment method:	โอนเงินผ่านธนาคารโดยตรง
รวมทั้งหมด:	฿435.00

Order again

ภาพที่ 4.20 ตัวอย่างหน้าตรวจสอบรายละเอียดสินค้า

4.1.2.14 หน้าเช็คสถานะการณ้สั่งซื้อ

โดยเป็นส่วนที่แสดงหน้าจอเช็คสถานะการสั่งซื้อ เราสามารถนำรหัสพัสดุมาตรวจสอบหรือติดตามสินค้าได้ ก็จะมี Kerry ไปรษณีย์ไทยหรือEMS ดังภาพที่4.21

ติดตามสถานะเลขพัสดุ





ภาพที่ 4.21 ตัวอย่างหน้าจอติดตามสถานะเลขพัสดุ


4.1.2.15 หน้าเกี่ยวกับเรา


โดยเป็นส่วนหนึ่งของแสดงข้อมูลในการติดต่อสอบถามผู้ดูแลระบบ ที่อยู่ผู้ดูแล และหน้าร้านของผู้ดูแล ลูกค้าสมาชิกสามารถติดต่อสอบถามเพิ่มเติมได้ที่หน้านี้ ดังภาพที่4.22

เกี่ยวกับเรา

 68 ถนนราชนา ตำบล ในเมือง อำเภอเมืองบุรีรัมย์ บุรีรัมย์ 31000

 ลูกเต๋า คนรักรองเท้า

 ลูกเต๋า คนรักรองเท้ามือสอง

 0639282469

 Facebook

 Twitter

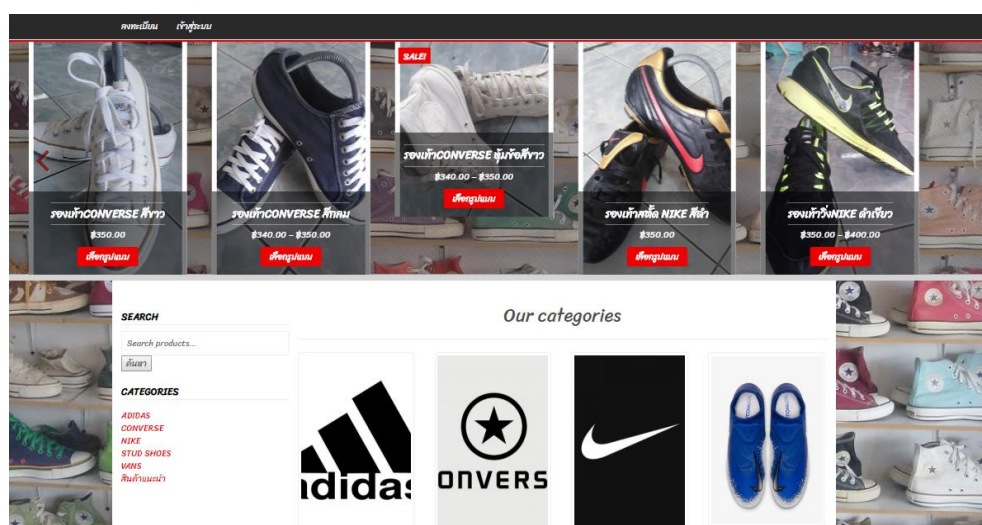
 Line

ภาพที่ 4.22 ตัวอย่างหน้าจอเกี่ยวกับเรา

4.1.3 ลูกค้าทั่วไป

4.1.3.1 หน้าแรกของลูกค้าทั่วไป

โดยส่วนนี้เป็นส่วนของหน้าแรกของลูกค้าทั่วไป ลูกค้าทั่วไปสามารถเลือกซื้อสินค้าและรายละเอียดของสินค้า จากส่วนนี้ได้ แต่ไม่สามารถดูรายละเอียดอื่น ๆ ได้ เมื่อลูกค้าทั่วไปต้องการดูรายละเอียดอื่น ๆ สามารถสมัครสมาชิกและเข้าสู่ระบบ ดังภาพที่4.23



ภาพที่ 4.23 ตัวอย่างหน้าแรกของลูกค้าทั่วไป

4.1.3.2 หน้าสินค้าของลูกค้าทั่วไป

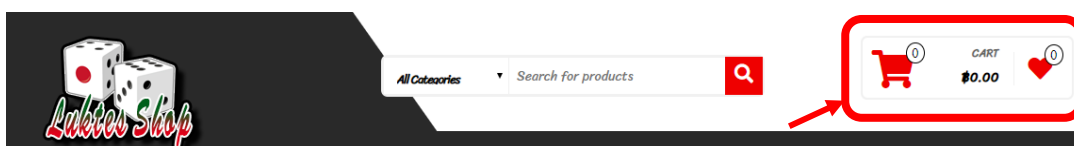
โดยส่วนนี้เป็นส่วนของหน้าสินค้า ที่ลูกค้าทั่วไปได้ทำการเลือกสินค้าเข้ามา สินค้ามีรูปแบบให้เลือกมากมายสามารถเลือกไซส์ของรองเท้าได้แล้วทำการหยิบใส่ตะกร้าสินค้า ดังภาพที่ 4.24



ภาพที่ 4.24 ตัวอย่างหน้าสินค้า

4.1.3.3 หยิบใส่ตะกร้าสินค้าของลูกค้าทั่วไป



โดยส่วนนี้เป็นส่วนที่แสดงหน้าหยิบใส่ตะกร้าสินค้าของลูกค้าทั่วไป ที่แสดงจำนวนชิ้นที่หยิบสินค้าใส่ตะกร้าสินค้าหรือจำนวนราคาหลังจากหยิบใส่ตะกร้าเรียบร้อยแล้ว สินค้าก็จะมาอยู่ที่หน้าตะกร้าสินค้า และแสดงรายละเอียด ดังภาพที่ 4.25



ภาพที่ 4.25 ตัวอย่างหน้าหยิบใส่ตะกร้าสินค้า

4.1.3.4 หน้าตะกร้าสินค้าของลูกค้าทั่วไป

โดยส่วนนี้เป็นส่วนของหน้าตะกร้าสินค้าของลูกค้าทั่วไป ประกอบด้วย สินค้า ราคา จำนวน รวมทั้งหมด ในส่วนนี้เราต้องเลือกสินค้าแล้วหยิบใส่ตะกร้าหรือทำการเพิ่มจำนวนสินค้าได้ ดังภาพที่ 4.26

ตะกร้าสินค้า			
สินค้า	ราคา	จำนวน	รวมทั้งหมด
  รองเท้าสตั๊ด Nike สีดำ - 41	฿350.00	1	฿350.00
<input type="text" value="รหัสคูปอง"/>	<input type="button" value="Apply coupon"/>	<input type="button" value="Update cart"/>	

ภาพที่ 4.26 ตัวอย่างหน้าจอตะกร้าสินค้า

4.1.3.5 หน้าแสดงมูลค่าสินค้าและเลือกช่องทางการจัดส่งของลูกค้าทั่วไป
 โดยส่วนนี้เป็นส่วนของหน้าการเลือกช่องทางการจัดส่งสินค้าของลูกค้าทั่วไป
 ประกอบไปด้วย มูลค่าสินค้า, Shipping, รวมทั้งหมด ดังภาพที่4.27

Cart totals

มูลค่าสินค้า	฿400.00
Shipping	<input checked="" type="radio"/> Kerry: ฿55.00 <input type="radio"/> EMS: ฿35.00 Shipping to 59 หมู่7, บ้านช่อพกา, ชำนิ, Buri Ram, 31110. Change address
รวมทั้งหมด	฿455.00

Proceed to checkout

ภาพที่ 4.27 ตัวอย่างหน้าแสดงมูลค่าสินค้าและเลือกช่องทางการจัดส่ง

4.1.3.6 หน้ากรอกที่อยู่การจัดส่งของลูกค้าทั่วไป
 เมื่อลูกค้าทั่วไปทำการเลือกช่องทางการชำระเงินแล้ว ก็ทำการกรอกชื่อ-นามสกุล
 ข้อมูลที่อยู่เพื่อทำการจัดส่งให้ลูกค้าต่อไป ดังภาพที่4.28

Billing details

ต้องการจัดส่งไปยังที่อยู่อื่นหรือไม่?

ชื่อจริง * นามสกุล *

Company name (optional)

ประเทศ *
 ไทย

Street address *
 House number and street name
 Apartment, suite, unit etc. (optional)

อำเภอ *

จังหวัด *
 Buri Ram

รหัสไปรษณีย์ *

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

ภาพที่ 4.28 ตัวอย่างหน้าที่อยู่การจัดส่ง

4.1.3.7 หน้ารายการสั่งซื้อของลูกค้าทั่วไป

โดยส่วนนี้เป็นส่วนของหน้ารายการสั่งซื้อ มีการจัดส่งหลายรูปแบบเราสามารถเลือกวิธีการจัดส่งได้ โดยมีการจัดส่งฟรีเมื่อสั่งซื้อครบตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ หากซื้อไม่ครบตามเงื่อนไขก็มีให้เลือกว่าต้องการจัดส่งแบบไหนบ้าง เช่น EMS, Kerry ดังภาพที่ 4.29

รายการสั่งซื้อของคุณ

สินค้า	รวมทั้งหมด
รองเท้า Converse สีฟ้าเข้ม - 40 x 1	฿400.00
มูลค่าสินค้า	฿400.00
Shipping	<input checked="" type="radio"/> Kerry: ฿55.00 <input type="radio"/> EMS: ฿35.00
รวมทั้งหมด	฿455.00

โอนเงินผ่านธนาคารโดยตรง

ชำระเงินของคุณโดยตรงไปยังบัญชีธนาคารของเรา โปรดใช้รหัสทำสั่งซื้อของคุณเป็นข้อมูลอ้างอิงการชำระเงิน ค่าสั่งซื้อของคุณจะไม่ถูกส่งจนกว่าเงินจะเดบิตในบัญชีของเรา



ภาพที่ 4.29 ตัวอย่างหน้ารายการสั่งซื้อ

4.1.3.8 หน้าแจ้งชำระเงินของลูกค้าทั่วไป

โดยส่วนนี้เป็นส่วนของหน้าจอแจ้งชำระเงินของลูกค้าทั่วไป เมื่อทำรายการสั่งซื้อเสร็จแล้ว ก็มาที่หน้าแจ้งชำระเงิน ประกอบไปด้วย หมายเลข Order และบัญชีธนาคาร ดังภาพที่ 4.30

ขอบคุณค่ะ ได้รับรายการสั่งซื้อของคุณเรียบร้อยแล้ว

ORDER NUMBER: 1316 วันที่: 3 ตุลาคม 2019 รวมทั้งหมด: ฿385.00 PAYMENT METHOD: โอนเงินผ่านธนาคารโดยตรง

ท่านสามารถส่ง Slip ยืนยันการโอนมาได้ที่ Facebook : ลูกเต๋า คนรักรองเท้า หรือ Line : 0639282469 ได้เลยคะ
 #หากท่านยังไม่แจ้งชำระเงินในตอนนี้ ท่านสามารถแจ้งชำระได้อีกช่องทางหนึ่งที่หน้า (>>แจ้งชำระเงิน<<)

ข้อมูลบัญชีธนาคารของเรา

	ธนาคาร: ธนาคารจอมสิน	เลขที่บัญชี: 020294004997	ชื่อบัญชี: Suwit Artyamueang
	ธนาคาร: ธนาคาร ส.ก.ส	เลขที่บัญชี: 020074033797	ชื่อบัญชี: Suwit Artyamueang
	ธนาคาร: พร้อมเพย์	เลขที่บัญชี: 0611507034	ชื่อบัญชี: Suwit Artyamueang

ภาพที่ 4.30 ตัวอย่างหน้าแจ้งชำระเงิน

4.1.3.9 แจ็งชำระการโอนเงินของลูกค้ำทั่วไป




โดยส่วนนี้เป็นส่วนที่แสดงหน้าแจ็งชำระการโอนเงินของลูกค้ำทั่วไป ประกอบไปด้วย ชื่อ เบอร์โทร รายการสั่งซื้อ จำนวนเงินที่โอน ธนาคารที่โอน วันที่โอน เวลาที่โอน และหลักฐานการโอน เมื่อลูกค้ำทั่วไปได้ออกจากแจ็งชำระไปแล้วจะไม่สามารถแจ็งได้อีก ลูกค้ำทั่วไปต้องสมัครสมาชิกก่อนแล้วนำเลขรายการสั่งซื้อของลูกค้ำไปกรองในหน้าแจ็งชำระเงิน ดังภาพที่4.31

แจ็งชำระเงิน

ชื่อ* เบอร์โทร*

รายการสั่งซื้อ* จำนวนเงินที่โอน*

ธนาคารที่โอน*

-  ธนาคารออมสิน / 020294004997
-  ธนาคาร ส.ก.ส / 020074033797
-  พรอมเพย์ / 0611507034

วันที่โอน* เวลาที่โอน*

หลักฐานการโอน*

เลือกไฟล์ ไม่ได้เลือกไฟล์

ภาพที่ 4.31 ตัวอย่างหน้าแจ็งชำระการโอนเงิน

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตารางที่ 4.1 จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	12	26.7
หญิง	33	73.3
รวม	45	100

จากตาราง 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากเป็นเพศหญิง จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 73.3 และเพศชาย จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 26.7

ตารางที่ 4.2 ความพึงพอใจของระบบในส่วนเนื้อหาด้านการออกแบบและการจัดการรูปแบบเว็บไซต์

รายการประเมิน	\bar{x}	S.D.	ระดับคุณภาพ
1. การจัดรูปแบบในเว็บไซต์ง่ายต่อการอ่านและการใช้งาน	4.24	0.71	มาก
2. หน้าโฮมเพจมีความสวยงาม มีความทันสมัย น่าสนใจ	4.17	0.68	มาก
3. สีสีนในการออกแบบเว็บไซต์มีความเหมาะสม	4.11	0.64	มาก
4. สีพื้นหลังกับตัวอักษรมีความเหมาะสมต่อการอ่าน	4.24	0.74	มาก
5. ขนาดตัวอักษร และรูปแบบตัวอักษรมีความสวยงามและอ่านได้ง่าย	4.20	0.72	มาก
6. มีความเร็วในการแสดงภาพ ตัวอักษร และข้อมูลต่าง ๆ	4.44	0.62	มาก
7. ภาพประกอบสามารถสื่อความหมายได้	4.26	0.71	มาก
8. ความถูกต้องในการเชื่อมโยงภายในเว็บไซต์	4.15	0.70	มาก
รวม	4.23	0.52	มาก

จากตาราง 4.2 ความพึงพอใจของระบบในส่วนเนื้อหาด้านการออกแบบและการจัดการรูปแบบเว็บไซต์ ของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 45 คน พบว่าผู้ใช้มีความพึงพอใจภาพรวม อยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.23 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) 0.52 อยู่ในเกณฑ์ดีมาก ประกอบด้วย สีสีนในการออกแบบเว็บไซต์มีความเหมาะสมมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.11 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) 0.64 อยู่ในเกณฑ์ดี ความถูกต้องในการเชื่อมโยงภายในเว็บไซต์ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.15 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) 0.70 อยู่ในเกณฑ์ดี หน้าโฮมเพจมีความสวยงาม มีความทันสมัย น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.17 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) 0.68 อยู่ในเกณฑ์ดี ขนาดตัวอักษร และรูปแบบตัวอักษรมีความสวยงามและอ่านได้ง่าย มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.20 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) 0.72 อยู่ในเกณฑ์ดีมาก การจัดรูปแบบในเว็บไซต์ง่ายต่อการอ่านและการใช้งาน มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.24 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) 0.71 อยู่ในเกณฑ์ดีมาก สีพื้นหลังกับตัวอักษรมีความเหมาะสมต่อการอ่าน มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.24 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) 0.74 อยู่ในเกณฑ์ดีมาก ภาพประกอบสามารถสื่อความหมายได้ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.26 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) 0.71 อยู่ในเกณฑ์ดีมาก มีความเร็วในการแสดงภาพ ตัวอักษร และข้อมูลต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.44 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) 0.62 อยู่ในเกณฑ์ดีมาก

ตารางที่ 4.3 ความพึงพอใจของระบบในส่วนเนื้อหาด้านเนื้อหาและความถูกต้อง

รายการประเมิน	\bar{x}	S.D.	ระดับคุณภาพ
1. มีความชัดเจน ถูกต้อง น่าเชื่อถือ และข้อมูลมีการปรับปรุงอยู่เสมอ	4.33	0.70	มาก
2. การประชาสัมพันธ์ข่าวสาร ภาพในเว็บไซต์มีความเหมาะสม	4.20	0.69	มาก
3. ความเหมาะสมในการจัดเรียงลำดับเนื้อหา	4.26	0.68	มาก
4. การแบ่งหมวดหมู่ของเนื้อหา	4.28	0.69	มาก
5. เนื้อหาเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย	4.26	0.75	มาก
6. ข้อความในเว็บไซต์ถูกต้องตามหลักภาษา และไวยากรณ์	4.20	0.66	มาก
7. เนื้อหากับภาพมีความสอดคล้องกัน	4.37	0.68	มาก
8. ภาพประกอบสื่อสารความหมายได้ตรงกับเนื้อหา	4.37	0.68	มาก
9. ความสมบูรณ์ของเนื้อหา	4.37	0.64	มาก
รวม	4.29	0.51	มาก

จากตาราง 4.3 ความพึงพอใจของระบบในส่วนเนื้อหาด้านเนื้อหาและความถูกต้อง ของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 45 คน พบว่าผู้ใช้มีความพึงพอใจภาพรวม อยู่ในระดับดีมากมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.29 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) 0.51 อยู่ในเกณฑ์ดีมาก ประกอบด้วย ข้อความในเว็บไซต์ถูกต้องตามหลักภาษา และไวยากรณ์ ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.20 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) 0.66 อยู่ในเกณฑ์ดี การประชาสัมพันธ์ข่าวสาร ภาพในเว็บไซต์มีความเหมาะสม ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.20 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) 0.69 อยู่ในเกณฑ์ดี ความเหมาะสมในการจัดเรียงลำดับเนื้อหา ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.26 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) 0.68 อยู่ในเกณฑ์ดี เนื้อหาเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.26 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) 0.75 อยู่ในเกณฑ์ดีมาก การแบ่งหมวดหมู่ของเนื้อหา ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.28 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) 0.69 อยู่ในเกณฑ์ดีมาก มีความชัดเจน ถูกต้อง น่าเชื่อถือ และข้อมูลมีการปรับปรุงอยู่เสมอ ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.33 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) 0.70 อยู่ในเกณฑ์ดี ความสมบูรณ์ของเนื้อหา ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.37 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) 0.64 อยู่ในเกณฑ์ดีมาก ภาพประกอบสื่อสารความหมายได้ตรงกับเนื้อหา ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.37 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) 0.68 อยู่ในเกณฑ์ดีมาก เนื้อหากับภาพมีความสอดคล้องกัน ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.37 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) 0.68 อยู่ในเกณฑ์ดี

ตารางที่ 4.4 ความพึงพอใจของระบบในส่วนเนื้อหาด้านประโยชน์และการนำไปใช้

รายการประเมิน	\bar{x}	S.D.	ระดับคุณภาพ
1. เนื้อหา มีประโยชน์ต่อผู้ใช้งาน และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้	4.40	0.65	มาก
2. เป็นสื่อในการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์	4.35	0.60	มาก
3. มีความเหมาะสมในการใช้งานโปรแกรมข้อมูลตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้	4.28	0.62	มาก
4. เป็นแหล่งข้อมูลที่ตรงกับความต้องการของผู้ใช้งาน	4.37	0.61	มาก
5. ช่วยประหยัดเวลาในการเลือกซื้อสินค้า	4.35	0.67	มาก
6. มีความพึงพอใจในภาพรวมต่อการใช้งานระบบ	4.24	0.60	มาก
7. ระบบมีประโยชน์ต่อผู้ใช้งาน	4.46	0.62	มาก
รวม	4.35	0.43	มาก

จากตาราง 4.3 ความพึงพอใจของระบบในส่วนเนื้อหาด้านเนื้อหาและความถูกต้อง ของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 45 คน พบว่าผู้ใช้มีความพึงพอใจภาพรวม อยู่ในระดับดีมากมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.35 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) 0.43 อยู่ในเกณฑ์ดีมาก ประกอบด้วย มีความพึงพอใจในภาพรวมต่อการใช้งานระบบ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.24 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) 0.60 อยู่ในเกณฑ์ดี มีความเหมาะสมในการใช้งานโปรแกรมข้อมูลตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.28 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) 0.62 อยู่ในเกณฑ์ดี เป็นสื่อในการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.36 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) 0.61 อยู่ในเกณฑ์ดี ช่วยประหยัดเวลาในการเลือกซื้อสินค้า มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.35 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) 0.67 อยู่ในเกณฑ์ดี เป็นแหล่งข้อมูลที่ตรงกับความต้องการของผู้ใช้งาน มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.37 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) 0.61 อยู่ในเกณฑ์ดี เนื้อหา มีประโยชน์ต่อผู้ใช้งาน และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.40 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) 0.65 อยู่ในเกณฑ์ดีมาก ระบบมีประโยชน์ต่อผู้ใช้งานค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.46 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) 0.62 อยู่ในเกณฑ์ดีมาก

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุป อภิปรายผล

การจัดทำระบบบริหารจัดการร้านค้าออนไลน์ กรณีศึกษาร้านลูกเต๋า เป็นการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับรองเท้ามือสอง กิจกรรมของร้านลูกเต๋ารองเท้ามือสอง ต้องการให้ลูกค้าที่สนใจรองเท้ามือสองทุกชนิด ทุกยี่ห้อ ทราบถึงการเคลื่อนไหวของกิจกรรมภายใน WordPress และอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าทุกเพศทุกวัยที่สนใจรองเท้า ได้เลือกชมรองเท้าผ่าน WordPress โดยไม่ต้องเสียเวลาเข้าไปดูรองเท้าที่ร้าน และเป็นการสร้างภาพลักษณ์ให้กับร้านลูกเต๋า เพิ่มประสิทธิภาพ

พัฒนาตามวัตถุประสงค์ 1. เพื่อพัฒนาระบบบริหารจัดการร้านค้าออนไลน์กรณีศึกษาร้านลูกเต๋า ได้สรุปข้อมูลการพัฒนาครั้งนี้ โดยการสร้างเว็บไซต์ระบบบริหารจัดการร้านค้าออนไลน์ ครั้งนี้ได้พัฒนาขึ้นมาจากโปรแกรม Word press โดยใช้ในการควบคุมระบบและใช้ Xampp ในการทดสอบเว็บไซต์ในเครื่องโดยไม่ต้องเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต Adobe Photoshop CS6 ในการสร้างภาพพื้นหลังและภาพสินค้าของเว็บไซต์ซึ่งได้เสริมระบบโดยใช้ Plugin ได้แก่ Elementor ใช้ในการตกแต่งเว็บไซต์ Google Fonts Typography ใช้ในการปรับเปลี่ยนรูปแบบตัวอักษร Simple WordPress Membership ใช้ในการทำระบบลือคอิน WooCommerce เป็น plugin หน้าหลักที่ใช้ในการจัดการเกี่ยวกับสินค้าทั้งหมด WooCommerce confirm payment ใช้ในการแจ้งชำระ Woo Line Notify ใช้ในการแจ้งเตือน

เนื้อหาของเว็บไซต์ระบบบริหารจัดการร้านค้าออนไลน์กรณีศึกษาร้านลูกเต๋ามีดังนี้ หน้าแรก ร้านค้า ตะกร้าสินค้า สั่งซื้อและชำระเงิน แจ้งชำระเงิน บทความ เกี่ยวกับเรา ติดตามสถานะเลขพัสดุ ออกจากระบบ นอกจากนี้ยังมีส่วนประกอบเสริมการทำงานให้เว็บไซต์ ได้แก่ ข่าวสาร ประชาสัมพันธ์ลูกค้าสมาชิก,ลูกค้าทั่วไป โปรโมชันและส่วนลด Gift Voucher เป็นต้น

การออกแบบและพัฒนาได้ออกแบบตามมาตรฐานการทำเว็บไซต์ โดยเน้นเนื้อหาข้อมูลเกี่ยวกับหลักการพัฒนาเว็บไซต์ ซึ่งได้มาจากเอกสารวิชาการ ตำรา งานวิจัย และบุคคลที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญ และข้อมูลสารสนเทศบนเว็บไซต์ จะได้มาจากข้อมูลจากบุคลากรสาขาวิชาคอมพิวเตอร์ คณะวิทยาการ

พัฒนาตามวัตถุประสงค์ 2. เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบบริหารจัดการร้านค้าออนไลน์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการเก็บข้อมูลวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักศึกษาคณะวิทยาการศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ ที่ใช้งานคอมพิวเตอร์และเข้าใช้งานเว็บไซต์ จำนวน 45 คน โดยจะมาประเมินความพึงพอใจของเว็บไซต์

เครื่องมือที่ใช้ในการประเมิน คือ แบบประเมินความพึงพอใจของเว็บไซต์แบ่งเป็นประเด็นดังนี้ ความพึงพอใจของระบบในส่วนเนื้อหาด้านการออกแบบและการจัดการรูปแบบเว็บไซต์ ความพึงพอใจของระบบในส่วนเนื้อหาด้านเนื้อหาและความถูกต้อง ความพึงพอใจของระบบในส่วนเนื้อหาด้านประโยชน์และการนำไปใช้

สรุปได้ว่าผู้ตอบแบบสำรวจ ทั้งหมด จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 100.0 ส่วนมากเป็นเพศหญิง จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 73.3 และเพศชาย จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 26.7 ตามลำดับ ผลการประเมินความพึงพอใจของเว็บไซต์จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 45 คน พบว่า ผู้ใช้มีความพึงพอใจด้านการออกแบบและการจัดการรูปแบบเว็บไซต์ อยู่ในระดับดีมากมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.23 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) 0.52 อยู่ในเกณฑ์ดีมาก ด้านเนื้อหาและความถูกต้องมีความพึงพอใจภาพรวม อยู่ในระดับดีมากมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.29 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) 0.51 อยู่ในเกณฑ์ดีมาก ด้านประโยชน์และการนำไปใช้ มีความพึงพอใจภาพรวม อยู่ในระดับดีมากมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.35 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) 0.43 อยู่ในเกณฑ์ดีมาก

5.2 ข้อเสนอแนะ

1. สำหรับผู้ที่สนใจที่จะพัฒนาโปรแกรม ควรศึกษาการนำเสนอ และการออกแบบหน้าเว็บเพจให้องค์ประกอบของเนื้อหาแต่ละส่วนน่าสนใจมากกว่านี้
2. ควรศึกษาภาษาอื่น ๆ นอกเหนือจากโปรแกรมที่ใช้อยู่แล้ว เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการควบคุมและการนำเสนอของระบบ
3. ควรออกแบบระบบให้น่าสนใจ เข้าใจง่าย และหน้าใช้

บรรณานุกรม

- ชาญชัย ศุภอรรรถกร. (2555). **สร้างเว็บแอปพลิเคชัน PHP MySQL + AJAX jQuery**. ฉบับสมบูรณ์.-กรุงเทพฯ : รีไวว่า.
- ณัฐชยา รักประกอบกิจ และนิตนา ฐานิตชนกร. (2559). **องค์ประกอบของเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และความไวใจในการซื้อสินค้าที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแบรนด์เนมผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร**. ใน การประชุมวิชาการระดับชาติสหวิทยาการเอเชียอาคเนย์ 2559 ครั้งที่ 3. นนทบุรี: โรงแรมริชมอนด์ สไตลิส คอนเวนชั่น.
- ถนอมพร ตันพิพัฒน์. (2539). **อินเทอร์เน็ตเพื่อการศึกษา**. วารสารครุศาสตร์. แหล่งที่มาได้จาก from: http://webpac.library.mju.ac.th:8080/mm/fulltext/thesis/2549/Rossukhon_Songkhum/New%20Folder/บทที่%202.doc
- ทวีศักดิ์ กอนันต์กุล. (2544). **The Internet in Thailand: Our Milestones**. แหล่งที่มาได้จาก from: <http://www.nectec.or.th>
- ธนพร แต่งขาว. (2541). **พฤติกรรมกรรมการบริโภคสินค้าของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร**. ภาคนิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต คณะพัฒนาสังคมสถาบัน บัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ธัญวัฒน์ กาบคำ. (2553). **สังคมออนไลน์ (Social Media)**. แหล่งที่มาได้จาก from: <https://krunum.wordpress.com/2010/06/02/social-network/>.
- พันจันทร์ ธนวัฒน์เสถียร. (2540). **การสร้าง Web Page ด้วยตัวคุณเอง**. ซัคเซสมิเดีย.
- ภาวธ พงษ์วิทยภานุ. (2550). **e-Commerceสุดยอดช่องทางรายน้อยง่ายสร้างรายได้ 24 ชั่วโมง** (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: พงษ์วารินการพิมพ์.
- ยีน ภู่วรรณ. (2540). **อินเทอร์เน็ตสำหรับผู้เริ่มต้น**. กรุงเทพฯ. แหล่งที่มาได้จาก from: http://webpac.library.mju.ac.th:8080/mm/fulltext/thesis/2549/Rossukhon_Songkhum/New%20Folder/บทที่%202.doc
- รุจเรขา วิทยายุทธกุล. (2557). **การพัฒนาแบบจำลองเครือข่ายสังคมเพื่อการเพิ่มผลผลิตงานวิจัยในมหาวิทยาลัยวิจัยไทย**. ดุษฎีนิพนธ์หลักสูตรสารสนเทศศาสตร์ สาขาวิชาศิลปศาสตรมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- วาสนา สุขกระสานติ. (2540). **โลกของคอมพิวเตอร์และสารสนเทศ**. (พิมพ์ครั้งที่2). กรุงเทพฯ:โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริรินทร์ ช้างสุนทร. (2542). **การเปิดรับทัศนคติและพฤติกรรมกรซื้อของกลุ่มวัยทำงานตอนต้นที่มีต่อ การตลาดทางตรง**. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2546). **การบริหารการตลาดยุคใหม่**. กรุงเทพฯ :ธรรมสาร.
- สมนึก คีรีโต, สุรศักดิ์ สงวนพงษ์ และสมชาย นำประเสริฐชัย. (2538). **เปิดโลกอินเทอร์เน็ต**. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- อดิเทพ บุตรราช. (2553). **เครือข่ายสังคมออนไลน์(Social Network)**. แหล่งที่มาได้จาก from: <http://km.ru.ac.th/computer/?p=199>

- Chaffey, D., & Smith, P. R. (2005). **Emarketing excellence planning and optimizing your digital marketing**. Abingdon: Routledge
- Dijk, J.V. (2006). **The network society**. London: SAGE Publications.
- Godey, B., Manthiou, A., Pederzoli, D., Rokka, J., Aiello, G., Donvito, R., & Singh, R. (2016). **Social media marketing efforts of luxury brands: Influence on brand equity and consumer behavior**. *Journal of Business Research*, 5833 – 5841.
- Kotler, Philip.(2000). **Marketing Management**. The Millennium edition.New Jersey: Prentic – Hall
- Marin, A. and Wellman, B. (2011). **Social network analysis**. An introduction. In John Scott and Peter J. Carrington (Eds.) *The SAGE Handbook of social network analysis* (pp.11–25). London: SAGE Publications.
- Marketing Oops. (2552). **Social Media**. Source from: <https://www.marketingoops.com/media-ads/social-media/what-is-social-media/>.
- SEO. (2011). **Social media marketing (SMM)**. Source from: <http://www.seo.co.th/smm.php>.
- Shaouf, Abubaker, Kevin Lü, and Xiaoying Li. (2016) "**The effect of web advertising visual design on online purchase intention: An examination across gender**." *Computers in Human Behavior* 60: 622-634.
- Thomas Knoll , John Knoll. (1988). **Adobe Photoshop**. Source from: <https://sites.google.com/site/phanitnun22106/naew-khid-thvsti-keiyw-kab-khxmphiwtextx-chwy-sxn>
- Toffler, Alvin. (1980). **The Third Wave**. New York. Wiliam Marrow.
- Zook, Matthew. 2002. **Geography of Internet Users 513.4 Million – August 2001**. [Online]. Available. Source from: <http://www.zooknic.com/User/index.html>. (September 23,2002)

ภาคผนวก

รายละเอียด	ระดับความพึงพอใจ				
	5	4	3	2	1
2. ด้านเนื้อหา					
2.1 มีความชัดเจน ถูกต้อง น่าเชื่อถือ และข้อมูลมีการปรับปรุงอยู่เสมอ					
2.2 การประชาสัมพันธ์ข่าวสาร ภาพในเว็บไซต์มีความเหมาะสม					
2.3 ความเหมาะสมในการจัดเรียงลำดับเนื้อหา					
2.4 การแบ่งหมวดหมู่ของเนื้อหา					
2.5 เนื้อหาเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย					
2.6 ข้อความในเว็บไซต์ถูกต้องตามหลักภาษา และไวยากรณ์					
2.7 เนื้อหากับภาพมีความสอดคล้องกัน					
2.8 ภาพประกอบสื่อสารความหมายได้ตรงกับเนื้อหา					
2.9 ความสมบูรณ์ของเนื้อหา					
3. ด้านประโยชน์และการนำไปใช้					
3.1 เนื้อหา มีประโยชน์ต่อผู้ใช้งาน และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้					
3.2 เป็นสื่อในการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์					
3.3 มีความเหมาะสมในการใช้งานโปรแกรมข้อมูลตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้					
3.4 เป็นแหล่งข้อมูลที่ตรงกับความต้องการของผู้ใช้งาน					
3.5 ช่วยประหยัดเวลาในการเลือกซื้อสินค้า					
3.6 มีความพึงพอใจในภาพรวมต่อการใช้งานระบบ					
3.7 ระบบมีประโยชน์ต่อผู้ใช้งาน					

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ และความคิดเห็นเพิ่มเติม

.....

.....

.....

ภาคผนวก ข คู่มือการใช้งานโปรแกรม

1. หน้า Login เข้าสู่ระบบ

ภาพที่ ข-1 ตัวอย่างหน้า Login เข้าสู่ระบบ

2. หน้าแรกเว็บไซต์ของร้านลูกเต๋า

ภาพที่ ข-2 ตัวอย่างหน้าแรกเว็บไซต์ของร้านลูกเต๋า

3. หน้าร้านค้าหรือหน้าสินค้า

หมวดหมู่สินค้า

VANS (3)
NIKE (6)
ADIDAS (1)
CONVERSE (9)
STUB SHOES (4)
สินค้าแนะนำ (13)

ขนาดไซส์รองเท้า
ทุกๆ Size

จำนวนราคา
กรง ราคา ฿340 — ฿550

PRODUCT TAGS
รองเท้าฟุตบอล
รองเท้าวิ่ง
รองเท้าซุ่มข้อ

Showing all 21 results

เรียงตามคะแนนเฉลี่ย

รองเท้า Adidas
★★★★★
฿350.00

รองเท้า CONVERSE สีฟ้าเข้ม
★★★★★
฿400.00

รองเท้า Adidas
★★★★★
฿350.00

รองเท้า Nike สีดำ
★★★★☆
฿350.00

รองเท้า PUMA
฿350.00

ปฏิทิน
ตุลาคม 2019

จ.	อ.	พ.	พฤ.	ศ.	ส.	
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26

ภาพที่ ข-3 ตัวอย่างหน้าร้านค้าหรือหน้าสินค้า

4. หน้าเลือกรูปแบบไซส์ของรองเท้าในตัวสินค้า

HOME » CONVERSE » รองเท้า CONVERSE สีฟ้าเข้ม

รองเท้า CONVERSE สีฟ้าเข้ม

★★★★★ (1 บทวิจารณ์จากลูกค้า)

฿400.00

SIZE เลือก

1 ขยับไปใส่ตะกร้า

Add to Wishlist

Compare

รหัสสินค้า: LTC0007 หมวดหมู่: Converse มียกกำกับ: รองเท้าซุ่มข้อ



Facebook Twitter Line

ภาพที่ ข-4 ตัวอย่างหน้าเลือกรูปแบบไซส์ของรองเท้าในตัวสินค้า

5. หน้าตะกร้าสินค้า

ตะกร้าสินค้า

เพิ่ม "รองเท้าสตั๊ด Nike สีดำ" ในตะกร้าเรียบร้อยแล้ว [Continue shopping](#)

สินค้า	ราคา	จำนวน	รวมทั้งหมด
  รองเท้าสตั๊ด Nike สีดำ - 40	฿350.00	1	฿350.00

[Apply coupon](#) [Update cart](#)

Cart totals

มูลค่าสินค้า	฿350.00
Shipping	<input type="radio"/> Kerry: ฿55.00 <input checked="" type="radio"/> EMS: ฿35.00 Shipping to 59 หมู่ 7, บ้านช่อพกา, ตำบล, Buri Ram, 31110. Change address
รวมทั้งหมด	฿385.00

[Proceed to checkout](#)

ภาพที่ ข-5 ตัวอย่างหน้าตะกร้าสินค้า

6. หน้าสั่งซื้อและชำระเงิน

สั่งซื้อและชำระเงิน

มีอุบองส่วนลด? [คลิกที่นี่เพื่อใช้ส่วนลดคูปอง](#)

Billing details

ชื่อจริง * นามสกุล *

ประเทศ *

Street address *

อำเภอ *

จังหวัด *

รหัสไปรษณีย์ *

โทรศัพท์ *

อีเมลแอดเดรส *

ต้องการจัดส่งไปยังที่อยู่อื่นหรือไม่?

Order notes (optional)

ภาพที่ ข-6 ตัวอย่างหน้าสั่งซื้อและชำระเงิน

7. หน้ารายการสั่งซื้อของคุณ

รายการสั่งซื้อของคุณ

สินค้า	รวมทั้งหมด
รองเท้าสตั๊ด Nike สีดำ - 40 x 1	฿350.00
มูลค่าสินค้า	฿350.00
Shipping	<input type="radio"/> Kerry: ฿55.00 <input checked="" type="radio"/> EMS: ฿35.00
รวมทั้งหมด	฿385.00

โอนเงินผ่านธนาคารโดยตรง

ชำระเงินของคุณโดยตรงไปยังบัญชีธนาคารของเรา โปรดใช้รหัสคำสั่งซื้อของคุณเป็นข้อมูลอ้างอิงการชำระเงิน คำสั่งซื้อของคุณจะไม่ถูกส่งจนกว่าเงินจะเคลียร์ในบัญชีของเรา



ข้อมูลส่วนตัวของคุณจะถูกใช้เพื่อสนับสนุนประสบการณ์ของคุณทั่วทั้งเว็บไซต์นี้เพื่อจัดการการเข้าถึงบัญชีของคุณและเพื่อวัตถุประสงค์อื่น ๆ

ฉันได้อ่านและยอมรับเว็บไซต์ [ข้อตกลง] *

สั่งซื้อ

ภาพที่ ข-7 ตัวอย่างหน้ารายการสั่งซื้อของคุณ

8. หน้าคำสั่งซื้อและข้อมูลบัญชีธนาคาร

ขอบคุณค่ะ ได้รับรายการสั่งซื้อของคุณเรียบร้อยแล้ว

ORDER NUMBER: 1350 วันที่: 8 ตุลาคม 2019 อีเมล: suwit.art@bru.ac.th รวมทั้งหมด: ฿435.00
 PAYMENT METHOD: โอนเงินผ่านธนาคารโดยตรง

ท่านสามารถส่ง Slip ยืนยันการโอนมาได้ที่ Facebook : ลูกเต๋า ดนร์กรองเท้า หรือ Line : 0639282469 ได้เลยนะคะ หากท่านยังไม่แจ้งชำระเงินในตอนนี้ ท่านสามารถแจ้งชำระได้อีกช่องทางหนึ่งที่หน้า (>>แจ้งชำระเงิน<<)

ข้อมูลบัญชีธนาคารของเรา



ธนาคาร: ธนาคารออมสิน เลขที่บัญชี: 020294004997 ชื่อบัญชี: Suwit Artymueang



ธนาคาร: ธนาคาร ค.ก.ส เลขที่บัญชี: 020074033797 ชื่อบัญชี: Suwit Artymueang



ธนาคาร: ไปรษณีย์ เลขที่บัญชี: 0611507034 ชื่อบัญชี: Suwit Artymueang

ภาพที่ ข-8 ตัวอย่างหน้าคำสั่งซื้อและข้อมูลบัญชีธนาคาร

9. หน้าใบเสร็จและที่อยู่จัดส่ง

Order details

สินค้า	รวมทั้งหมด
รองเท้าConverse สีน้ำเงิน - 41 x 1	฿400.00
รวม:	฿400.00
การจัดส่ง	฿35.00 ผ่านทาง EMS
Payment method:	โอนเงินผ่านธนาคารโดยตรง
รวมทั้งหมด:	฿435.00

ที่อยู่ในใบเสร็จ

สุวิธ อัจยามเมือง
59 หมู่7
บ้านช่อพกา
บ้าน
Buri Ram
31110
☎ 0611507034
✉ suwif.art@bru.ac.th




ที่อยู่จัดส่งสินค้า

สุวิธ อัจยามเมือง
59 หมู่7
บ้านช่อพกา
บ้าน
Buri Ram
31110

ภาพที่ ข-9 ตัวอย่างหน้าใบเสร็จและที่อยู่จัดส่ง

10. หน้าแจ้งชำระเงิน

แจ้งชำระเงิน

ชื่อ*	เบอร์โทร*
<input type="text" value="suwif artjamueang"/>	<input type="text" value="0611507034"/>
รายการสั่งซื้อ*	จำนวนเงินที่โอน*
<input type="text" value="1350"/>	<input type="text" value="435.00"/>
ธนาคารที่โอน*	
<input type="radio"/>  ธนาคารออมสิน / 020294004997	
<input type="radio"/>  ธนาคาร ส.ก.ศ / 020074033797	
<input type="radio"/>  กรุงศรี / 0611507034	
วันที่โอน*	เวลาที่โอน*
<input type="text" value="mm/dd/yyyy"/>	<input type="text" value="--:-- --"/>
หลักฐานการโอน*	
<input type="text" value="Choose File"/> No file chosen	
<input type="button" value="ส่งข้อมูล"/>	

ภาพที่ ข-10 ตัวอย่างหน้าแจ้งชำระเงิน

11. หน้าคำสั่งซื้อสินค้า

หน้าควบคุม	คำสั่งซื้อ	วันที่	สถานะ	รวมทั้งหมด	จัดการ
คำสั่งซื้อ	#1350	8 ตุลาคม 2019	On hold	\$435.00 for 1 Item	ดูรายละเอียด แจ้งชำระเงิน
ดาวน์โหลด	#1309	3 ตุลาคม 2019	กำลังตรวจสอบการชำระเงิน	\$720.00 for 2 Items	ดูรายละเอียด
ประวัติการแจ้งชำระเงิน	#1302	3 ตุลาคม 2019	กำลังเริ่มสินค้าเพื่อจัดส่ง	\$700.00 for 2 Items	ดูรายละเอียด
ที่อยู่					
ACCOUNT DETAILS					
ออกจากระบบ					

ภาพที่ ข-11 ตัวอย่างหน้าคำสั่งซื้อสินค้า

12. หน้าตรวจสอบสถานะสินค้า

รายการสั่งซื้อเลขที่ 1385 ดำเนินการเมื่อ 11 ตุลาคม 2019 ขณะนี้อยู่ในสถานะส่งของแล้ว
 ในสั่งซื้อของคุณถูกส่งผ่าน : Thailand Thai Post
 หมายเลขการติดตาม คือ ER1255486454TH

Order details

สินค้า	รวมทั้งหมด
รองเท้าConverse สีฟ้าเข้ม - 40 x 1	\$400.00
รวม:	\$400.00
การจัดส่ง	\$35.00 ผ่านทาง EMS
Payment method:	โอนเงินผ่านธนาคารโดยตรง
รวมทั้งหมด:	\$435.00

Order again

ภาพที่ ข-12 ตัวอย่างหน้าตรวจสอบสถานะสินค้า

13. หน้าประวัติแจ้งชำระเงิน

หน้าควบคุม	สลิป	รายการสั่งซื้อ	จำนวนเงินที่โอน	วันที่โอน	สถานะ
คำสั่งซื้อ		#1309	\$720.00	3 ตุลาคม 2019 21:10 น.	รอการยืนยัน
ดาวน์โหลด		#1302	\$700.00	3 ตุลาคม 2019 19:00 น.	สำเร็จ
ประวัติการแจ้งชำระเงิน					
ที่อยู่					
ACCOUNT DETAILS					
ออกจากระบบ					

ภาพที่ ข-13 ตัวอย่างหน้าประวัติแจ้งชำระเงิน

14. หน้าบทความ

บทความ

หน้าร้านลูกเต๋า ตรงสี่แยก มท.บุรีรัมย์ ถนนรามัญ

ร้านลูกเต๋ารองเท้ามือสอง คุณคัดสรรได้ทั้งรองเท้าและแบรนด์เป็นอย่างมาก จึงหันมาศึกษาแหล่งซื้อขายรองเท้ามือสองเพื่อนำมาขายปลีก ขายส่ง เดิมแล้วร้านลูกเต๋ามีการเก็บข้อมูลโดยการจดบันทึก ขายแบบหน้าร้านไม่มีการประชาสัมพันธ์ใช้ใครเห็น และลูกค้าไม่สามารถทราบได้เลยว่ามี Size กี่ยี่ห้อที่ลูกค้าต้องการ จึงทำให้ลูกค้าเสียเวลาในการเข้ามาเลือกรองเท้าเองโดยที่ไม่รู้ว่าจะมีรองเท้าที่ลูกค้าต้องการหรือไม่ ร้านลูกเต๋าดำเนินมา 5 ปี ร้านเช่าอยู่ที่ซอยแสนสุขเซก ๒ มท.บุรีรัมย์ อยู่ได้ 3 ปีจึงมาเปิดตรงสี่แยก มท.บุรีรัมย์ 68 ต.ในเมือง ถนนรามัญ อ.เมือง จ.บุรีรัมย์ 31000 เพราะทำเลดี ผู้คนพลุกพล่าน จึงทำให้ขายดีมากพัน

ร้านลูกเต๋ามีสินค้านับร้อยกว่า 10 ยี่ห้อ Converse, Nike, Adidas, New balance, Onitsuka Tiger, Reebok, Vans ฯลฯ

ตัวอย่างสินค้า

ภาพที่ ข-14 ตัวอย่างหน้าบทความ

15. หน้าวิธีวัดขนาดเท้าเพื่อหา SIZE รองเท้า

วิธีวัดขนาดเท้าเพื่อหา SIZE รองเท้า**วิธีวัดขนาดเท้าเพื่อหา size รองเท้าด้วยตัวคุณเอง**

หลายท่านมีปัญหาในการเลือกซื้อรองเท้า จากการสั่ง Online หรือฝากคนอื่นซื้อ ไม่แน่ใจว่าจะใส่ Size อะไร จะคับไป จะหลวมไปไหม ซึ่ง size เดียวกันแต่ก็ Brand ที่ไม่จำเป็นว่าท่านจะใส่ได้พอดีเหมือนกัน ดังนั้นท่านควรมีขนาดเท้าจริงของคุณ ทั้งความยาวและความกว้าง เพื่อใช้ในการเลือกรองเท้าให้พอดีกับเท้าของคุณ Website ที่ซื้อก็จะมีขนาดรองเท้าจริงเพื่อเลือกเบอร์รองเท้าที่พอดีกับ Brand นั้นๆ อีกทั้งเลือกรองเท้าที่หน้า กว้าง แบน ตามลักษณะเท้าคุณอีกด้วย

เกร็ดความรู้

ความพอดีของรองเท้าคืออะไร


ส้นเท้าต้องพอดี ไม่มีคลื่นหลุดออกเด็ดขาด ส่วนกลางเท้า ต้องพอดีแต่ไม่บีบแน่นไป ส่วนปลายนิ้ว ต้องมีที่ใส่กระดิกนิ้วได้ อนุส่วนใหญ่ที่ซื้อรองเท้าคับเกินไปมากกว่าหลวมเกินไป ถ้าคุณใส่รองเท้าที่คับเกินไป คุณจะปวดเท้าหลังวิ่ง หรือเกิด ตุ่มพองในการวิ่งเท้าของเราจะมีขนาดเพิ่มขึ้นเล็กน้อยตามอายุ ดังนั้นควรวัดทุกปี ถ้าวัดแล้วอยู่ระหว่างกึ่งกลาง ให้เลือก size ใหญ่กว่า แล้วหา ถุงเท้าหรือ Insole ช่วยใส่รองเท้ากระดิกบรรเทา Size ในตอนทำคุณใหญ่ที่สุด ก็คือช่วงเย็นนั่นเอง





ภาพที่ ข-15 ตัวอย่างหน้าวิธีวัดขนาดเท้าเพื่อหา SIZE รองเท้า


16. หน้าเกี่ยวกับเรา

เกี่ยวกับเรา

 68 ถนนธานี ตำบล ในเมือง อำเภอเมืองบุรีรัมย์ บุรีรัมย์ 31000

 ลุกเต่า คนรักกรองเท้า

 ลุกเต่า คนรักกรองเท้ามือสอง

 0639282469

 Facebook

 Twitter

 Line

ภาพที่ ข-16 ตัวอย่างหน้าเกี่ยวกับเรา

17. ติดตามสถานะเลขพัสดุ

ติดตามสถานะเลขพัสดุ

ภาพที่ ข-17 ตัวอย่างติดตามสถานะเลขพัสดุ

ภาคผนวก ค
ข้อมูลผู้จัดทำ



ชื่อ นางสาว ปนัดดา บุญมี
เกิดวันที่ 11 พฤศจิกายน พ.ศ. 2540 อายุ 22 ปี
ที่อยู่ บ้านเลขที่ 1 หมู่ 8 ตำบลพระครู
อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ รหัสไปรษณีย์ 31000
เบอร์โทร 0981046552



ชื่อ นายสุวิช อัจยาเมือง
เกิดวันที่ 9 ตุลาคม พ.ศ. 2540 อายุ 22 ปี
ที่อยู่ 59 หมู่ 7 ตำบลช่อผกา อำเภอขานี
จังหวัดบุรีรัมย์ รหัสไปรษณีย์ 31000
เบอร์โทร 0611507034