

SAC-01-032

การพัฒนาระบบขายสินค้าเครื่องเงิน: กรณีศึกษาร้านเอกพันธ์

Development of a Silver Product Sales System: A Case Study of Ekaphan Shop

กิตติศักดิ์ จันทรมณี^{1*}, พงษ์ณภัทร ธาณรัตน์² และ ศศิพัชร บุญขวัญ³

Kittisak Jantaramanee^{1*}, Pongnapat Thaneerat² and Sasipat Boonkwan³

สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจดิจิทัล คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช^{1, 2, 3}

Digital Business Computer, Faculty of Management Science, Nakhon Si Thammarat Rajabhat University^{1, 2, 3}

e-mail: 6511323008@nstru.ac.th¹ 6511323009@nstru.ac.th² and sasipat_boo@nstru.ac.th³

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาระบบขายสินค้าเครื่องเงินให้กับร้านเอกพันธ์ ซึ่งเป็นร้านจำหน่ายเครื่องเงินที่มีการดำเนินธุรกิจแบบดั้งเดิม ระบบที่พัฒนาขึ้นมีเป้าหมายเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการข้อมูลสินค้า การสั่งซื้อ การจัดการสต็อกสินค้า และการให้บริการลูกค้า ทั้งในรูปแบบหน้าร้านและออนไลน์ โดยใช้เทคโนโลยีเว็บไซต์เพื่ออำนวยความสะดวกในการทำธุรกรรม ระบบได้รับการพัฒนาผ่านโปรแกรม WordPress ซึ่งเป็น CMS ที่ใช้งานง่าย ระบบที่พัฒนาขึ้นประกอบด้วยฟังก์ชันการแสดงรายการสินค้า ค้นหาสินค้า ระบบตะกร้าสินค้า และระบบการชำระเงินเบื้องต้น การเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลความพึงพอใจของผู้ใช้งานจำนวน 55 คน ซึ่งประเมินทั้งด้านการออกแบบเว็บไซต์ เนื้อหา และประสิทธิภาพในการใช้งาน ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้งานต่อการพัฒนาระบบขายสินค้าเครื่องเงิน กรณีศึกษาร้านเอกพันธ์อยู่ในระดับมากที่สุด โดยแยกตามหัวข้อพบว่า หัวข้อเว็บไซต์มีความสวยงามและน่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย = 4.31, S.D. = 1.15 หัวข้อเว็บไซต์ใช้งานง่ายไม่ซับซ้อน มีค่าเฉลี่ย = 4.20, S.D. = 1.15 หัวข้อสามารถค้นหาสินค้าได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย = 4.36, S.D. = 0.97 หัวข้อข้อมูลสินค้าและราคาถูกต้องชัดเจน มีค่าเฉลี่ย = 4.51, S.D. = 0.93 หัวข้อระบบสั่งซื้อและชำระเงินมีความปลอดภัย และใช้งานได้จริง มีค่าเฉลี่ย = 4.47, S.D. = 0.91 และการประเมินระบบโดยรวมมีความพึงพอใจต่อเว็บไซต์ระบบขายสินค้าเครื่องเงินร้านเอกพันธ์ มีค่าเฉลี่ย = 4.42, S.D. = 0.96 ซึ่งสะท้อน ถึงความสำเร็จในการพัฒนาเว็บไซต์ที่ตอบโจทย์การใช้งานและความต้องการของผู้ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

คำสำคัญ: ระบบขายสินค้า ระบบจัดการสินค้า พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

Abstract

This research aims to develop a silver product sales system for Ekaphan Shop, a traditional silverware retail business. The developed system is intended to enhance the efficiency of product information management, ordering, inventory control, and customer service both in-store and online—by utilizing website technology to facilitate transactions. The system was developed using WordPress, a user-friendly Content Management System (CMS). The developed system includes functionalities such as product listing, product search, shopping cart, and a basic payment system. Data was collected through a questionnaire used to measure user satisfaction from a sample of 55 participants, evaluating aspects of website design, content, and system performance. The research findings show that user satisfaction with the developed silver product sales system for Ekaphan Shop was at the highest level. In detail, the aesthetic appeal and attractiveness of the website received a mean score of 4.31, S.D. = 1.15; ease of use and simplicity scored a mean of 4.20, S.D. = 1.15; convenience and speed of product search received a mean of 4.36, S.D. = 0.97; accuracy and clarity of product information and pricing received a mean of 4.51, S.D. = 0.93; and the security and functionality of the ordering and payment system scored a mean of 4.47, S.D. = 0.91. The overall satisfaction with the website system for silver product sales received a mean score of 4.42, S.D. = 0.96, reflecting the success of the website development in effectively meeting user needs and usage expectations.

Keywords: Sales System, Product management system, E-Commerce

บทนำ

ในยุคดิจิทัลปัจจุบัน เทคโนโลยีสารสนเทศและอินเทอร์เน็ตได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในการเปลี่ยนแปลงวิธีการดำเนินธุรกิจ โดยเฉพาะในภาคการค้าปลีกที่มีการแข่งขันสูง การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคที่หันมาเลือกซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านเว็บไซต์และแพลตฟอร์มดิจิทัล ได้กลายเป็นปัจจัยสำคัญที่ผลักดันให้ผู้ประกอบการต้องปรับตัวอย่างรวดเร็ว (Chaffey, 2019; Turban et al., 2018)

ร้านเอกพันธ์เป็นร้านจำหน่ายเครื่องถมและเครื่องเงินในจังหวัดนครศรีธรรมราชที่มีความชำนาญและชื่อเสียงในชุมชนท้องถิ่น แต่ยังคงดำเนินธุรกิจในรูปแบบดั้งเดิม โดยอาศัยการขายผ่านหน้าร้านและการสั่งซื้อทางโทรศัพท์ ซึ่งมีข้อจำกัดด้านเวลา พื้นที่ และการเข้าถึงลูกค้ากลุ่มใหม่ ส่งผลให้ร้านเสียโอกาสในการขยายตลาดและเพิ่มยอดขายในวงกว้าง (อารีย์ รัตนโสภณ, 2563)

การพัฒนาระบบขายสินค้าออนไลน์ โดยใช้เทคโนโลยีเว็บไซต์ จึงเป็นทางเลือกสำคัญที่จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการข้อมูลสินค้า การสั่งซื้อ และการสื่อสารกับลูกค้า รวมถึงเป็นช่องทางที่ช่วยส่งเสริมการเข้าถึงสินค้าได้ทุกที่ทุกเวลา (Wang & Yu, 2017; Schneider, 2021) การใช้ระบบจัดการเนื้อหา (CMS) อย่าง WordPress ร่วมกับปลั๊กอิน WooCommerce ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายในกลุ่มธุรกิจขนาดเล็กถึงขนาดกลาง เนื่องจากมีต้นทุนต่ำ ใช้งานง่าย และสามารถปรับแต่งได้ตามความต้องการของธุรกิจ (นิลุบล รัตนจันทร์, 2565; Sahandi et al., 2020)

นอกจากนี้ การออกแบบเว็บไซต์ที่ดีต้องคำนึงถึงประสบการณ์ผู้ใช้งาน (User Experience: UX) และความสามารถในการเข้าถึงข้อมูลอย่างสะดวก รวดเร็ว และมีความน่าเชื่อถือ ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าและการตัดสินใจซื้อสินค้า (Krug, 2014; Zhang & von Dran, 2000)

จากเหตุผลข้างต้น ผู้วิจัยจึงเห็นความจำเป็นในการพัฒนาเว็บไซต์สำหรับร้านเอกพันธ์ เพื่อยกระดับขีดความสามารถในการดำเนินธุรกิจในยุคดิจิทัล โดยมีเป้าหมายเพื่อเพิ่มช่องทางการขาย ขยายฐานลูกค้า และปรับปรุงระบบจัดการคำสั่งซื้อให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาสภาพปัญหา แนวโน้ม และแนวทางในการปรับใช้เทคโนโลยีดิจิทัลกับการค้าปลีกสินค้าท้องถิ่นประเภทเครื่องเงิน
2. เพื่อออกแบบและพัฒนาระบบเว็บไซต์ขายสินค้าเครื่องเงินสำหรับร้านเอกพันธ์ โดยใช้ WordPress และปลั๊กอินที่เหมาะสม
3. เพื่อประเมินประสิทธิภาพการใช้งานและความพึงพอใจของผู้ใช้งานที่มีต่อระบบเว็บไซต์ที่พัฒนาขึ้น

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้จัดอยู่ในประเภทวิจัยเชิงพัฒนา (Developmental Research) โดยมีจุดมุ่งหมายในการออกแบบและสร้างระบบขายสินค้าออนไลน์ที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการจริงของผู้ใช้งาน ทั้งในส่วนของผู้ดูแลระบบ (ผู้ประกอบการ) และผู้ใช้งานทั่วไป (ลูกค้า) โดยใช้กระบวนการพัฒนาระบบสารสนเทศตามวงจรชีวิตการพัฒนา (System Development Life Cycle: SDLC) ซึ่งมีขั้นตอนอย่างเป็นระบบ ดังนี้:

1. การวิเคราะห์ความต้องการของผู้ใช้งาน (Requirement Analysis)

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจของร้านเอกพันธ์ โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกกับเจ้าของร้าน เพื่อระบุปัญหาและข้อจำกัดของการขายสินค้าแบบดั้งเดิม เช่น ความล่าช้าในการจัดการคำสั่งซื้อ การจำกัดพื้นที่ให้บริการ และการบริหารสต็อกสินค้า เป็นต้น จากนั้น ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์ความต้องการของระบบ (Functional และ Non-functional Requirements) พร้อมทั้งศึกษาระบบของคู่แข่งทางธุรกิจในลักษณะเดียวกัน เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบระบบ

2. การออกแบบระบบ (System Design)

ในขั้นตอนนี้ ผู้วิจัยใช้เครื่องมือวิเคราะห์และออกแบบระบบสารสนเทศ ดังนี้

- 2.1 Use Case Diagram เพื่อแสดงบทบาทและความสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้งานกับระบบ
- 2.2 Activity Diagram เพื่อแสดงลำดับขั้นตอนการทำงานของระบบในแต่ละฟังก์ชันอย่างชัดเจน
- 2.3 Class Diagram เพื่อแสดงโครงสร้างข้อมูลและความสัมพันธ์ระหว่างคลาส (Class Relationship) เช่น สินค้า ผู้ใช้งาน คำสั่งซื้อ และสถานะการชำระเงิน เป็นต้น
- 2.4 Data Dictionary เพื่อระบุชื่อฟิลด์ (Field) ประเภทข้อมูล และคำอธิบายการใช้งานของแต่ละข้อมูลภายในระบบ

3. การพัฒนาระบบ (System Development)

ระบบเว็บไซต์ได้รับการพัฒนาด้วยแพลตฟอร์ม WordPress ซึ่งมีความยืดหยุ่นและสามารถติดตั้งปลั๊กอิน เพื่อเพิ่มฟังก์ชันได้ง่าย ผู้วิจัยใช้ปลั๊กอินหลัก ได้แก่ WooCommerce สำหรับระบบตะกร้าสินค้า WooCommerce Confirm Payment สำหรับระบบ

แจ้งชำระเงิน และ Ninja Tables สำหรับจัดการข้อมูลแบบตาราง รวมถึง Canva สำหรับออกแบบส่วนติดต่อผู้ใช้งาน (User Interface: UI) โดยมุ่งเน้นความสวยงาม ความง่ายในการใช้งาน (Usability) และรองรับการแสดงผลทั้งบนคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์พกพา

4. การทดสอบระบบ (System Testing)

หลังจากพัฒนาระบบเสร็จสิ้น ได้ดำเนินการทดสอบการทำงานของระบบอย่างเป็นระบบ โดยใช้วิธีการทดสอบแบบหน่วย (Unit Testing) และการทดสอบระบบ (System Testing) เพื่อให้แน่ใจว่าทุกฟังก์ชันสามารถทำงานได้ถูกต้อง ครบถ้วน และเสถียร โดยกลุ่มผู้ทดสอบประกอบด้วยผู้ใช้เป้าหมายที่มีประสบการณ์ในการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์และผู้ที่ไม่มีความรู้พื้นฐานด้านไอที เพื่อวัดความง่ายในการใช้งานของระบบ

5. การประเมินผลระบบ (System Evaluation)

หลังจากนาระบบเข้าสู่การใช้งานจริง ได้มีการประเมินผลความพึงพอใจของผู้ใช้งาน จำนวน 55 คน โดยใช้แบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Likert Scale) แบ่งเป็น 3 ด้านหลัก ดังนี้

- 5.1 ด้านการออกแบบเว็บไซต์ (ความสวยงาม ความเหมาะสมของสี และตัวอักษร)
- 5.2 ด้านเนื้อหา (ความถูกต้อง ความครบถ้วน และความทันสมัยของข้อมูลสินค้า)
- 5.3 ด้านประสิทธิภาพของระบบ (ความรวดเร็ว ความเสถียร และความสะดวกในการใช้งาน)

ผลการประเมินนำมาวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อสรุประดับความพึงพอใจ และประเมินความสำเร็จของการพัฒนาระบบในเชิงคุณภาพและการใช้งานจริง

กระบวนการดังกล่าวทำให้การพัฒนาระบบมีความครบถ้วน ทั้งเชิงเทคนิค เชิงธุรกิจ และเชิงประสบการณ์ผู้ใช้ สอดคล้องกับหลักการพัฒนาเว็บไซต์ในยุคดิจิทัล (Schneider, 2021; Nielsen, 2000; Usability.gov, n.d.)

ผลการวิจัย

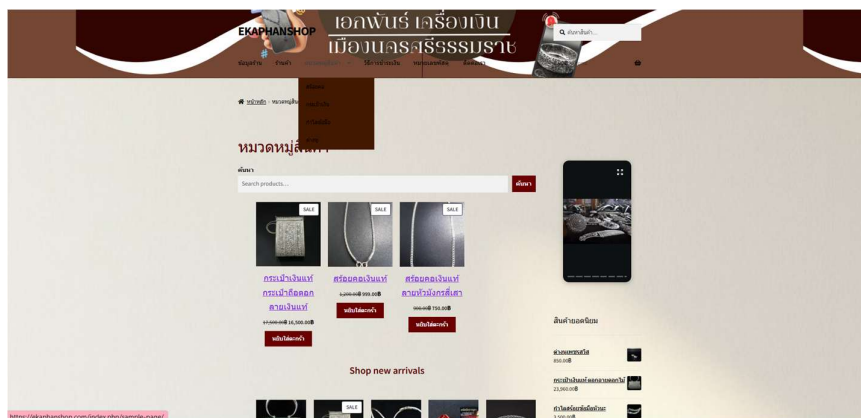
การดำเนินการวิจัยเรื่องการพัฒนาระบบขายสินค้าเครื่องเงิน กรณีศึกษาร้านเอกพันธ์ ประกอบด้วยผลการพัฒนาเว็บไซต์และผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งาน ซึ่งสามารถอธิบายอย่างละเอียดได้ดังนี้

1. ผลการพัฒนาเว็บไซต์

เว็บไซต์ระบบขายสินค้าเครื่องเงินของร้านเอกพันธ์ ได้รับการพัฒนาบนแพลตฟอร์ม WordPress โดยใช้ปลั๊กอินหลัก ได้แก่ WooCommerce สำหรับระบบตะกร้าสินค้าและสั่งซื้อสินค้า WooCommerce Confirm Payment สำหรับการแจ้งชำระเงิน และ Ninja Tables สำหรับแสดงข้อมูลตาราง เช่น รายการสินค้าและประวัติคำสั่งซื้อ เป็นต้น โดยมีเป้าหมายเพื่อให้สามารถใช้งานได้ง่าย มีความยืดหยุ่น และรองรับทั้งผู้ดูแลระบบและลูกค้าทั่วไป (Sahandi et al., 2020)

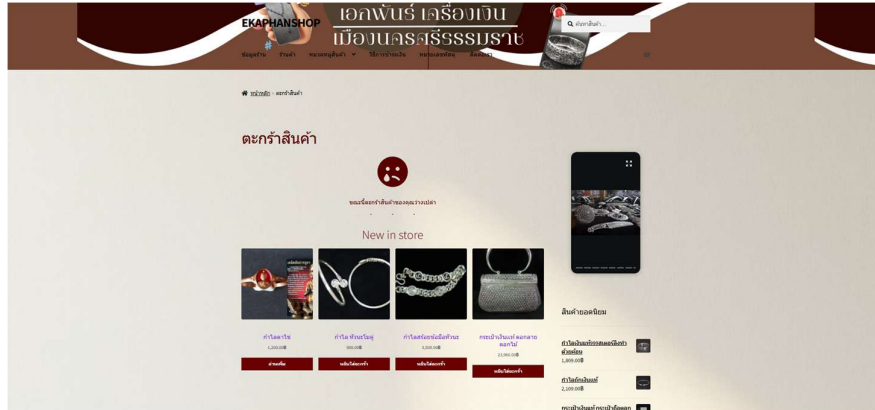
การออกแบบเว็บไซต์เน้นหลักการ UX/UI โดยคำนึงถึงความง่ายในการใช้งาน การเข้าถึงข้อมูลอย่างรวดเร็ว และการแสดงผลที่เหมาะสม ทั้งบนคอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน (Krug, 2014; Usability.gov, n.d.) ฟังก์ชันหลักที่พัฒนามีดังนี้

- 1.1 หน้ารายการสินค้า: แสดงรายการสินค้าพร้อมภาพและคำอธิบาย



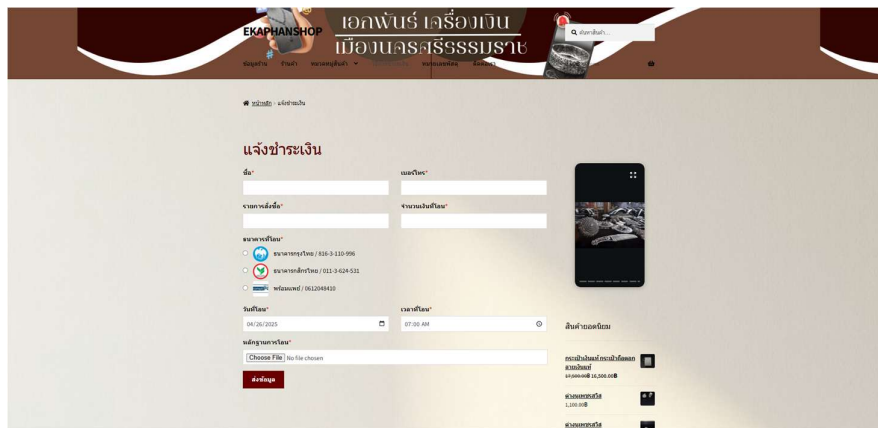
ภาพที่ 1 ดูสินค้าและรายละเอียดตามหมวดหมู่

1.2 ระบบตะกร้าสินค้าและสั่งซื้อ: ลูกค้าสามารถเพิ่มสินค้าลงตะกร้าและดำเนินการสั่งซื้อได้อย่างรวดเร็ว



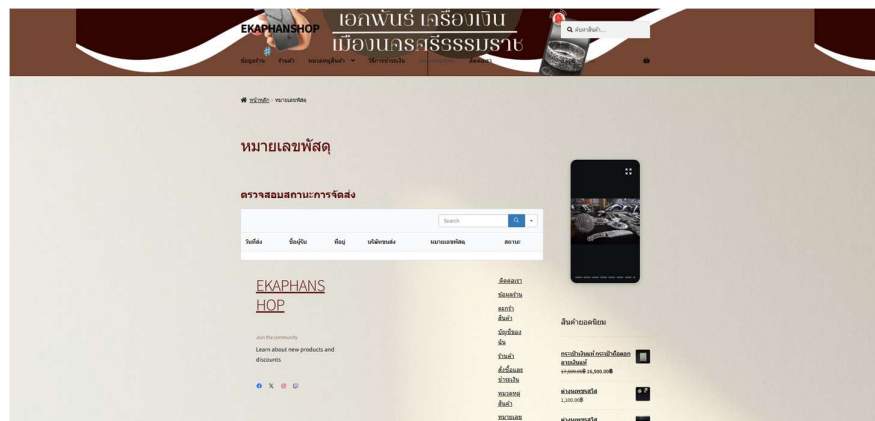
ภาพที่ 2 ดูสินค้าในตะกร้า

1.3 ระบบแจ้งชำระเงิน: รองรับการกรอกข้อมูลการโอนเงิน และแนบหลักฐานการชำระ



ภาพที่ 3 แจ้งชำระเงิน

1.4 ระบบติดตามสถานะคำสั่งซื้อ: แสดงเลขพัสดุและสถานะการณ้จัดส่ง



ภาพที่ 4 ตรวจสอบสถานะพัสดุ

1.5 ระบบจัดการหลังบ้าน: สำหรับผู้ดูแลระบบ เพิ่ม-ลบ-แก้ไขสินค้า ดูรายงานยอดขาย
ผลการทดสอบระบบโดยกลุ่มตัวอย่างในระยะทดลองใช้งานพบว่า ระบบสามารถทำงานได้อย่างเสถียร ไม่มีข้อผิดพลาด
ด้านฟังก์ชัน และสามารถรองรับการใช้งานพร้อมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งาน

การเก็บข้อมูลความพึงพอใจดำเนินการกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 55 คน โดยใช้แบบสอบถามแบบ Likert Scale 5 ระดับ
ซึ่งครอบคลุม 3 ด้านหลัก ได้แก่ การออกแบบเว็บไซต์, เนื้อหา และประสิทธิภาพในการใช้งาน

2.1 ด้านการออกแบบเว็บไซต์ (Design)

ความสวยงามและความดึงดูดของเว็บไซต์ มีค่าเฉลี่ย = 4.62, S.D. = 0.51 ความเหมาะสมของการจัดวางเนื้อหา มีค่าเฉลี่ย
= 4.40, S.D. = 0.64 ความชัดเจนและอ่านง่ายของตัวอักษรและสีที่ใช้ มีค่าเฉลี่ย = 4.58, S.D. = 0.49 รวมเฉลี่ยเท่ากับ 4.53 (ระดับ
มากที่สุด) ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1

ผลประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานเว็บไซต์ด้านการจัดรูปแบบ

| รายการประเมินด้านการจัดรูปแบบ | ค่าเฉลี่ย | ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน | ระดับความพึงพอใจ |
|---------------------------------------|-----------|----------------------|------------------|
| 1. ความสวยงามของการออกแบบหน้าเว็บไซต์ | 4.62 | 0.51 | มากที่สุด |
| 2. ความเหมาะสมของการจัดวางเนื้อหา | 4.40 | 0.64 | มาก |
| 3. ความอ่านง่ายของตัวอักษรและสีที่ใช้ | 4.58 | 0.49 | มากที่สุด |
| รวมเฉลี่ย | 4.53 | 0.55 | มากที่สุด |

2.2 ด้านเนื้อหา (Content Quality)

ความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของข้อมูล มีค่าเฉลี่ย = 4.45, S.D. = 0.60 ความครบถ้วนของรายละเอียดสินค้าและ
ข้อมูลประกอบ มีค่าเฉลี่ย = 4.35, S.D. = 0.66 ความทันสมัยของข้อมูลสินค้าและการอัปเดตเนื้อหา มีค่าเฉลี่ย = 4.50, S.D. = 0.55
รวมเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 (ระดับมาก) ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2

ผลประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานเว็บไซต์ด้านเนื้อหา

| รายการประเมินด้านการจัดรูปแบบ | ค่าเฉลี่ย | ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน | ระดับความพึงพอใจ |
|---|-----------|----------------------|------------------|
| 1. เนื้อหาที่มีความถูกต้องและเชื่อถือได้ | 4.45 | 0.60 | มาก |
| 2. เนื้อหาที่มีความครบถ้วนและเพียงพอ | 4.35 | 0.66 | มาก |
| 3. เนื้อหาที่มีความทันสมัยและอัปเดตอยู่เสมอ | 4.50 | 0.55 | มากที่สุด |
| รวมเฉลี่ย | 4.43 | 0.60 | มาก |

2.3 ด้านประสิทธิภาพเว็บไซต์ (Website Performance)

ความเร็วในการโหลดหน้าเว็บไซต์ มีค่าเฉลี่ย = 4.52, S.D. = 0.50 ความเสถียรในการใช้งาน (ไม่มีข้อผิดพลาด) มีค่าเฉลี่ย
= 4.40, S.D. = 0.58 การเข้าถึงเว็บไซต์ได้ตลอดเวลา (Availability) มีค่าเฉลี่ย = 4.47, S.D. = 0.54 รวมเฉลี่ยเท่ากับ 4.46 (ระดับมาก)
ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3

ผลประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานเว็บไซต์ด้านประสิทธิภาพของเว็บไซต์

| รายการเมินด้านการจัดรูปแบบ | ค่าเฉลี่ย | ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน | ระดับความพึงพอใจ |
|--|-------------|----------------------|------------------|
| 1. ความรวดเร็วในการโหลดหน้าเว็บไซต์ | 4.52 | 0.50 | มากที่สุด |
| 2. ความเสถียรในการใช้งาน ไม่เกิดข้อผิดพลาด | 4.40 | 0.58 | มาก |
| 3. การเข้าถึงเว็บไซต์ได้ตลอดเวลา | 4.47 | 0.54 | มาก |
| รวมเฉลี่ย | 4.46 | 0.54 | มาก |

สรุปผลการวิจัย

ผลลัพธ์จากการประเมินพบว่า เว็บไซต์ที่พัฒนาขึ้นสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้งานได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะในด้านความน่าเชื่อถือ ความรวดเร็ว และการออกแบบที่เป็นมิตรกับผู้ใช้ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวม (Zhang & von Dran, 2000; Wang & Yu, 2017) ค่าคะแนนเฉลี่ยในทุกหัวข้ออยู่ในระดับ “มาก” ถึง “มากที่สุด” สะท้อนถึงความสำเร็จในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศกับธุรกิจชุมชนแบบดั้งเดิม และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ดินันท์ สุวดีมานพ (2566) และกุสุมา สิตาเพ็ง (2566) ซึ่งพบว่า WordPress และ WooCommerce สามารถใช้พัฒนาเว็บไซต์ที่มีประสิทธิภาพและตอบโจทย์กลุ่มผู้ใช้งานในท้องถิ่นได้ดีเช่นกัน

การอภิปรายผล

ผลการพัฒนาระบบขายสินค้าเครื่องเงินสำหรับร้านเอกพันธ์ สะท้อนให้เห็นถึงความสำเร็จในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเว็บไซต์เพื่อสนับสนุนธุรกิจท้องถิ่นที่ดำเนินกิจการในรูปแบบดั้งเดิม ให้สามารถปรับตัวเข้าสู่บริบทของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Turban et al. (2018) ที่ระบุว่า การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการขายสินค้าและบริการช่วยเพิ่มโอกาสทางธุรกิจ ลดข้อจำกัดด้านเวลาและสถานที่ รวมถึงเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในยุคดิจิทัล

การประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานพบว่า ผู้ใช้ให้คะแนนในระดับ “มาก” ถึง “มากที่สุด” แทบทุกด้าน โดยเฉพาะในด้านความสวยงามของการออกแบบ ความถูกต้องของข้อมูลสินค้า และความรวดเร็วในการโหลดหน้าเว็บไซต์ ซึ่งสะท้อนถึงการออกแบบที่คำนึงถึงประสบการณ์ผู้ใช้ (User Experience: UX) อย่างแท้จริง ซึ่งเป็นหลักสำคัญในการพัฒนาเว็บไซต์ในปัจจุบัน (Krug, 2014; Usability.gov, n.d.)

ผลการวิจัยด้านความเสถียรและความพร้อมใช้งานของเว็บไซต์ก็เป็นอีกจุดแข็งที่น่าสังเกต โดยค่าคะแนนเฉลี่ยด้านประสิทธิภาพอยู่ในระดับ 4.46 แสดงถึงความสามารถของระบบในการรองรับผู้ใช้งานได้อย่างต่อเนื่อง ไม่เกิดข้อผิดพลาดระหว่างการใช้งาน ซึ่งสนับสนุนแนวคิดของ Wang & Yu (2017) ที่ระบุว่า ความเร็วและเสถียรภาพของระบบเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความเชื่อมั่นของลูกค้าในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ในภาพรวม เว็บไซต์ที่พัฒนาขึ้นได้ตอบสนองวัตถุประสงค์ของงานวิจัยในทุกด้าน ดังนี้

1. การเพิ่มช่องทางการขายสินค้าและขยายกลุ่มลูกค้า
2. การลดภาระงานจากการจัดการแบบแมนนวล (Manual) ของร้านค้า
3. การปรับภาพลักษณ์ของธุรกิจให้ทันสมัยมากยิ่งขึ้น

อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ดินันท์ สุวดีมานพ (2566) ที่ใช้ WordPress และ WooCommerce ในการพัฒนาเว็บไซต์ขายกระเป๋าผ้า และ กุสุมา สิตาเพ็ง (2566) ที่พัฒนาเว็บไซต์ส่งเสริมการขายปุ๋ยใส่เดือนดิน ซึ่งต่างก็พบว่า ระบบมีประสิทธิภาพ และได้รับความพึงพอใจจากกลุ่มเป้าหมายในระดับสูงเช่นเดียวกัน

จากทั้งหมดนี้สามารถกล่าวได้ว่า การออกแบบและพัฒนาระบบขายสินค้าเครื่องเงินของร้านเอกพันธ์ เป็นตัวอย่างของการนำแนวคิดด้านเทคโนโลยีสารสนเทศมาช่วยเพิ่มมูลค่าทางธุรกิจให้แก่กิจการท้องถิ่นได้อย่างเป็นรูปธรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อนำหลักการ

SDLC (System Development Life Cycle) มาประยุกต์ใช้อย่างเป็นระบบ ทำให้สามารถควบคุมคุณภาพการพัฒนาได้ในทุกขั้นตอน (Schneider, 2021)

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยพบว่า ระบบเว็บไซต์ที่พัฒนาขึ้นสามารถตอบโจทย์ผู้ใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตาม เพื่อยกระดับคุณภาพการให้บริการและเพิ่มประสบการณ์ที่ดีแก่ผู้ใช้งาน ควรมีการเพิ่มเติมฟังก์ชันและปรับปรุงระบบ ดังนี้

1. ควรเพิ่มระบบรีวิวหรือแสดงความคิดเห็นของลูกค้า (Customer Review System) เพื่อเปิดโอกาสให้ลูกค้าให้คะแนนและแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้า ซึ่งจะช่วยเสริมความน่าเชื่อถือของร้านค้า และส่งเสริมการตัดสินใจของผู้บริโภครายใหม่ (Chevalier & Mayzlin, 2006)
2. ควรติดตั้งระบบแชตสด (Live Chat) หรือระบบตอบกลับอัตโนมัติ (Chatbot) เพื่อให้ลูกค้าสามารถสอบถามข้อมูลสินค้าและสถานะคำสั่งซื้อได้แบบเรียลไทม์ ลดการพึ่งพาการติดต่อผ่านโทรศัพท์หรืออีเมล
3. ควรพัฒนาให้รองรับหลายภาษา (Multi-language Support) เพื่อขยายตลาดไปยังลูกค้าต่างประเทศ โดยเฉพาะในกลุ่มที่นิยมเครื่องเงิน เช่น นักท่องเที่ยว หรือกลุ่มลูกค้าจากต่างจังหวัด เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- กุสุมา สีดาเพ็ง. (2566). การพัฒนาระบบเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการขายปุ๋ยใส่เดือนดินของกลุ่มเกษตรกรพอเพียง ในเขตจังหวัดเชียงใหม่. *วารสารวิชาการการจัดการเทคโนโลยี, 11*(2), 148-159.
- จิราภรณ์ บุญเกิด. (2564). การวิเคราะห์ประสบการณ์ผู้ใช้ในการเลือกซื้อสินค้าออนไลน์. *วารสารวิทยาการจัดการ, 13*(1), 45-56.
- ตินันท์ สุวดีมานพ. (2566). *การพัฒนาเว็บไซต์ขายกระเป๋าแฟชั่นออนไลน์สำหรับร้านดีดี กระเป๋าผ้า* [ปริญญาานิพนธ์ระดับปริญญาตรี, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์].
- นิลุบล รัตนจันทร์. (2565). การใช้เทคโนโลยี WordPress ในการพัฒนาเว็บไซต์เชิงพาณิชย์. *วารสารเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการพัฒนา, 8*(2), 15-24.
- พรชัย ปานทอง. (2565). การวิเคราะห์ระบบสั่งซื้อออนไลน์ของผู้ประกอบการขนาดกลาง. *วารสารการจัดการธุรกิจ, 14*(1), 89-101.
- ภาคิน บูรณวัฒน์. (2564). การออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้งาน (UX) สำหรับเว็บไซต์ธุรกิจขนาดย่อม. *วารสารเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา, 10*(3), 33-44.
- สมศักดิ์ นิมละมัย. (2564). การออกแบบ UX/UI สำหรับเว็บไซต์ขายสินค้า. *วารสารนวัตกรรมดิจิทัล, 5*(3), 66-74.
- สุธีร์ พันธุ์สถิตย์. (2565). การพัฒนาเว็บไซต์อีคอมเมิร์ซโดยใช้ WordPress สำหรับร้านค้าท้องถิ่น. *วารสารเทคโนโลยีสารสนเทศ, 18*(2), 23-34.
- อารีย์ รัตนโสภา. (2563). ความพึงพอใจของผู้ใช้งานเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในจังหวัดภาคใต้. *วารสารการจัดการ, 9*(2), 22-31.
- Chaffey, D. (2019). *Digital marketing: strategy, implementation and practice* (7th ed.). Pearson.
- Krug, S. (2014). *Don't make me think, revisited: A common sense approach to web usability*. New Riders.
- Nielsen, J. (2000). *Designing web usability: The practice of simplicity*. New Riders.
- Sahandi, R., Alkhalil, A., & Opara-Martins, J. (2020). E-commerce and small business performance. *Journal of Business Research, 112*, 396-405. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.10.021>
- Schneider, G. (2021). *Electronic commerce* (13th ed.). Cengage Learning.
- Turban, E., King, D., Lee, J. K., Liang, T. P., & Turban, D. C. (2018). *Electronic commerce 2018: A managerial and social networks perspective*. Springer.
- Usability.gov. (n.d.). *User experience basics*. <https://www.usability.gov/what-and-why/user-experience.html>
- Wang, Y., & Yu, C. (2017). Research on usability of e-commerce websites based on user behavior analysis. *International Journal of Human-Computer Interaction, 33*(3), 216-231.
- Zhang, P., & von Dran, G. M. (2000). Satisfiers and dissatisfiers: A two-factor model for website design and evaluation. *Journal of the American Society for Information Science, 51*(14), 1253-1268.