

การพัฒนาและการประเมินความพึงพอใจของระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
สำหรับร้าน AK Cosplay

Development and Evaluation of User Satisfaction of the
E-Commerce System for AK Cosplay

สืบพงษ์ พงษ์สวัสดิ์¹ บุญฤทธิ์ คิตหงษ์² ศราวุธ พงษ์ลีรัตน์³ สงกรานต์ เลิศรัตน์⁴

Subpong Pongsawat, Boonrit Kitngan, Sarawut Pongleerat, Songkran Loetrat

บทคัดย่อ (Abstract)

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับร้านขายสินค้าคอสเพลย์ เอเค คอสเพลย์ และ 2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การพัฒนาระบบใช้ภาษาคอมพิวเตอร์ HTML CSS PHP พัฒนารฐานข้อมูลด้วย MySQL และใช้โปรแกรม Visual Studio Code โดยได้ดำเนินการตามวงจรการพัฒนาการระบบ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ใช้งานระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับร้านขายสินค้าคอสเพลย์ เอเค คอสเพลย์ จำนวน 50 คน ด้วยการสุ่มแบบบังเอิญ โดยใช้แบบสอบถามความพึงพอใจเป็นเครื่องมือ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และไคสแควร์

ผลการวิจัยพบว่า 1) ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับร้านขายสินค้าคอสเพลย์ เอเค คอสเพลย์ ประกอบด้วย 4 ส่วน คือ ส่วนการจัดการข้อมูลสินค้า ส่วนการสมัครสมาชิก ส่วนการเลือกซื้อสินค้าและการชำระเงิน และส่วนรายงาน 2) ผลการศึกษาความพึงพอใจในการใช้ระบบพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ รวมเฉลี่ยมีผลการประเมินอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.19$) โดยความพึงพอใจด้านการออกแบบและการจัดรูปแบบเว็บไซต์ได้ผลประเมินสูงสุด ($\bar{X} = 4.25$) รองลงมาเป็นความพึงพอใจด้านเนื้อหาของเว็บไซต์ ($\bar{X} = 4.18$) และความพึงพอใจด้านการใช้งานและความถูกต้อง ($\bar{X} = 4.04$) มีการออกแบบเว็บไซต์ที่เรียบง่าย ชัดเจน และการจัดวางองค์ประกอบอย่างเป็นระบบ ผู้ใช้สามารถเข้าใจและใช้งานเว็บไซต์ได้อย่างรวดเร็ว จากการทดสอบไคสแควร์ พบว่า อายุของลูกค้าไม่มีความเกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของระบบ ที่ระดับนัยสำคัญที่ .05 จึงเน้นการพัฒนาการระบบด้านประสบการณ์ผู้ใช้ที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าด้วยการเชื่อมโยงอัตลักษณ์ของสินค้าเข้ากับความรู้สึกของลูกค้า

Received: 2025-02-10 Revised: 2025-03-09 Accepted: 2025-03-10

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะนวัตกรรม เทคโนโลยี และการสร้างสรรค์ มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น Assistant Professor, Faculty of Innovation Technology and Creativity, The Far Eastern University. E-mail: subpong@feu.edu

² อาจารย์ประจำคณะนวัตกรรม เทคโนโลยี และการสร้างสรรค์ มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น Lecturer, Faculty of Innovation Technology and Creativity, The Far Eastern University. E-mail: boonrit@feu.edu

³ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะนวัตกรรม เทคโนโลยี และการสร้างสรรค์ มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น Assistant Professor, Faculty of Innovation Technology and Creativity, The Far Eastern University. E-mail: sarawut@feu.edu

⁴ นักศึกษาปริญญาตรี หลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิตสาขาวิชาเทคโนโลยีดิจิทัล คณะนวัตกรรม เทคโนโลยี และการสร้างสรรค์ มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น Master of Science Program in Digital Technology, Faculty of Innovation Technology and Creativity. E-mail: 6503013003@feu.edu

คำสำคัญ (Keywords) : การพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์; ประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบ; ตลาดเฉพาะกลุ่ม

Abstract

The research objectives aimed to study 1) to develop an e-commerce system for AK Cosplay, and 2) to investigate the satisfaction of users of the e-commerce system. The system development utilized HTML, CSS, PHP and MySQL. Visual Studio Code was used as the development environment and a system development lifecycle was operated. This was a quantitative research. The sample group consisted of 50 users of the e-commerce system for AK Cosplay selected through accidental sampling. A satisfaction survey was used as the research instrument. The data was analyzed by mean, standard deviation and chi-square.

The results of this research were: 1) the e-commerce system for AK Cosplay consisted of four main components: product management, membership registration, product selection and payment, and reporting and 2) the overall user satisfaction with the e-commerce system was found to be very high, with $\bar{X}=4.19$. The users expressed the highest satisfaction with the website's design and layout, with $\bar{X}=4.25$, followed by the website content, with $\bar{X}=4.18$, and usability and accuracy, with $\bar{X}=4.04$. In conclusion, a simple, clear website design with systematic layout of elements led to understand and use the website quickly. The chi-square test revealed that customer age does not significantly influence system satisfaction at a .05 significance level. Consequently, efforts should focus on enhancing user experiences tailored to diverse target groups and fostering strong customer relationships by aligning product identity with customer emotions.

Keywords: e-commerce system development; user satisfaction assessment; niche market

บทนำ (Introduction)

ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยมีการเติบโตอย่างรวดเร็วในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา โดยได้รับแรงขับเคลื่อนจากปัจจัยหลายประการ เช่น การแพร่ระบาดของ COVID-19 การเข้าถึงอินเทอร์เน็ตที่เพิ่มขึ้น และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคที่หันมาซื้อสินค้าและบริการออนไลน์มากขึ้น โดยเฉพาะในช่วงที่มีการระบาดของ COVID-19 ผู้บริโภคหันมาซื้อสินค้าออนไลน์มากขึ้น ส่งผลให้ธุรกิจอีคอมเมิร์ซขยายตัวอย่างรวดเร็ว (สุวิมล มธุรส และคณะ, 2565: 16-27) นอกจากนี้ ผู้ซื้อสินค้าออนไลน์มีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านช่องทางออนไลน์เป็นหลัก ส่งผลให้เกิดเป็นกระแสขึ้นได้ในระยะเวลาอันสั้น ดังนั้น ผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีติดตามข่าวสารและปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง อันจะทำให้ได้เปรียบทางการค้า สามารถเข้าถึงลูกค้ากลุ่มใหญ่และเพิ่มโอกาสในการทำกำไรได้ (ชำนาญ ทองเย็น, 2567: 598-608)

ธุรกิจร้านขายสินค้าคอสเพลย์ เอเค คอสเพลย์ หรือ AK-Cosplay เป็นร้านค้าขายสินค้าประเภทคอสเพลย์ เสื้อผ้าจากอนิเมะ ของเล่นจากอนิเมะ และอื่น ๆ ที่มาจากอนิเมะ มีร้านค้าสำหรับแสดงสินค้า แต่ยอดขายส่วนใหญ่มาจากสังคมออนไลน์ เช่น Facebook ไม่มีเว็บไซต์อย่างเป็นทางการ ด้วยระบบการจัดการ

ในร้านค้ายังเป็นระบบซึ่งเป็นการบันทึกการขายด้วยการเขียนบนกระดาน ส่งผลให้การสรุปยอดขายทำได้ยาก และไม่ทราบสินค้าคงเหลือที่แน่นอนได้ เนื่องจากจำนวนสินค้าที่มีจำนวนมากในร้านและประเภทสินค้ามีความหลากหลาย ทำให้ผู้ประกอบการไม่สามารถจดจำได้หมด และต้องค้นหาสินค้าด้วยตัวเองโดยไม่รู้ว่สินค้านั้นมีอยู่หรือไม่ หรือมีอยู่จำนวนเท่าใด นอกจากนี้ลูกค้าบางส่วนไม่สามารถเข้าถึงรายละเอียดสินค้าที่ต้องการได้ และร้านค้าไม่สามารถแนะนำสินค้าใหม่หรือนำเสนอรายละเอียดของสินค้าให้ผู้สนใจได้ ดังนั้นผู้ประกอบการต้องการปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค โดยนำระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาประยุกต์ใช้ เพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงสินค้าและบริการได้จากทุกที่ทุกเวลา (คณิตา ไกรสันติ และคณะ, 2567: 37-47)

พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คือการทำธุรกรรมซื้อขาย หรือแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการบนอินเทอร์เน็ต โดยใช้เว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันเป็นสื่อในการนำเสนอสินค้าและบริการต่าง ๆ มี 2 ปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี คือ การรับรู้ประโยชน์ (Perceived Usefulness) ผู้ใช้รับรู้ว่เทคโนโลยีช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน และการรับรู้ความง่ายในการใช้ (Perceived Ease of Use) ซึ่งเพิ่มโอกาสในการยอมรับเทคโนโลยี (Davis, 1989: 319-340) นอกจากนี้การออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้ (User Experience: UX) เป็นส่วนสำคัญของระบบที่ผู้ใช้สามารถใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพและสะดวกสบาย โดยการทำความเข้าใจความต้องการของผู้ใช้และสร้างระบบที่ตอบสนองความต้องการเหล่านั้นอย่างดีที่สุด รวมถึงการออกแบบโครงสร้างข้อมูลที่เข้าถึงได้สะดวก (มนชญา สระบัว และ สกิต ทัศนวัฒน์, 2568: 83-94) ถึงแม้ที่ผ่านมาจะมีการใช้เทคโนโลยีสำหรับการทำการตลาดออนไลน์ แต่จำเป็นต้องมีผู้ดูแลระบบที่มีความรู้ด้านเทคโนโลยีมาช่วยในการจัดการข้อมูล ทำให้ระบบไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ได้ (คณิตา ไกรสันติ และคณะ, 2567: 37-47) และยักรวมไปถึงปัญหาทางด้านการขาดการออกแบบระบบที่ไม่สวยงาม วิธีการชำระเงินไม่ตรงกับความต้องการของลูกค้า (สุนีย์ วรรณโณมล และ อติศักดิ์ วรพิรุณ, 2559: 133-140)

ดังนั้น การพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ดำเนินการตามวงจรการพัฒนาระบบ (SDLC) โดยเน้นจุดเด่นในด้านการออกแบบระบบให้ใช้งานง่าย คำนึงถึงประสบการณ์ผู้ใช้ และน่าเชื่อถือ ช่วยให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงสินค้าได้สะดวกและรวดเร็ว โดยเน้นจุดเด่นที่ผู้ประกอบการสามารถจัดการสินค้า คลังสินค้า และคำสั่งซื้อได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยที่ผู้ประกอบการไม่จำเป็นต้องมีผู้ดูแลระบบ และวิธีการชำระเงินและการคืนเงินให้แก่ลูกค้า

วัตถุประสงค์การวิจัย (Research Objectives)

1. เพื่อพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับร้านขายสินค้าคอสมเพลย์ เอเค คอสเพลย์
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

กรอบแนวคิดการวิจัย (Conceptual Framework)



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ที่มา: สืบพงษ์ พงษ์สวัสดิ์ และคณะ (2567: 2)

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ มีขอบเขตของการวิจัย ดังนี้

1. ขอบเขตของการวิจัย

1.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ร้าน เอเค-คอสเพลย์ ประกอบด้วยขอบเขตด้านเนื้อหา

2 ส่วน คือ

ด้านการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยมีการวิเคราะห์และออกแบบระบบจากความต้องการของผู้ประกอบการ ใช้ภาษา HTML CSS PHP ในการพัฒนาเว็บไซต์ ใช้ MySQL สำหรับการพัฒนาฐานข้อมูล และโปรแกรม Visual Studio Code โดยได้ดำเนินการตามแนวคิดวงจรการพัฒนาระบบ (SDLC) 5 ขั้นตอน คือ 1) การวางแผนระบบ (System Planning) 2) การวิเคราะห์ระบบ (System Analysis) 3) การออกแบบระบบ (System Design) 4) การพัฒนาและทดสอบระบบ (System Development and Testing) และ 5) การนำระบบไปใช้ (System Implementation) โดยความสามารถของระบบ ประกอบด้วย การสมัครสมาชิก การล็อกอินเข้าสู่ระบบ ระบบขายหน้าร้าน ระบบชำระเงิน ระบบการจัดส่งสินค้า ระบบการคืนเงินแก่ลูกค้า

ด้านการวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ร้าน เอเค-คอสเพลย์ ประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการออกแบบและการจัดรูปแบบเว็บไซต์ ด้านเนื้อหาของเว็บไซต์ และด้านการใช้งานและความถูกต้อง

1.2 ขอบเขตด้านประชากร กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ใช้งานระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ร้าน เอเค-คอสเพลย์ จำนวน 50 คน โดยใช้การสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

1.3 ขอบเขตด้านพื้นที่

การวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาในเขตพื้นที่ตำบลลาดสวาย อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี

1.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา

การวิจัยครั้งนี้ดำเนินการระหว่างเดือนมิถุนายน-พฤศจิกายน 2567

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย คือ แบบสอบถามความพึงพอใจ ผ่านระบบ Google Form ลักษณะคำตอบเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ข้อคำถามประกอบด้วย 4 ส่วนคือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจด้านการออกแบบและการจัดรูปแบบเว็บไซต์ จำนวน 5 ข้อ ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจด้านเนื้อหาของเว็บไซต์ จำนวน 4 ข้อ และส่วนที่ 4 ความพึงพอใจในด้านการใช้งานและความถูกต้อง จำนวน 5 ข้อ

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 จัดทำแบบสอบถามความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบแบบออนไลน์ด้วย Google Form

3.2 ติดป้ายประชาสัมพันธ์ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการให้ทราบว่ามีการประเมินคุณภาพผลิตภัณฑ์และบริการ และเชิญชวนให้ลูกค้าทดลองใช้ระบบและตอบแบบสอบถามความพึงพอใจระบบ

3.3 เปิดระบบให้ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการหน้าร้านได้ทดลองใช้ระบบและตอบแบบสอบถามความพึงพอใจระหว่างเดือนมิถุนายน-พฤศจิกายน 2567

3.4 ติดตามผลตอบรับและตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูล

3.5 รวบรวมข้อมูลการตอบกลับและวิเคราะห์ผล

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยใช้มาตราส่วนประมาณค่าของลิเคิร์ต (Likert) (ชูศักดิ์ ยาทองไชย และ วิไลรัตน์ ยาทองไชย, 2564: 7-19) และการทดสอบความเกี่ยวข้องของอายุกับความพึงพอใจของการใช้ระบบด้วยไคสแควร์ (χ^2 - test) (สายชล สันสมบูรณ์ทอง, 2560: 365-367)

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^c \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}}$$

χ^2 คือ ค่าสถิติไคสแควร์

O_{ij} คือ ความถี่ที่ได้จากการสังเกต (Observed Frequency) ในแถวที่ i คอลัมน์ที่ j

E_{ij} คือ ความถี่ที่คาดหวัง (Expected Frequency) ในแถวที่ i คอลัมน์ที่ j

r_i คือ ผลรวมของแนวนอน (Row)

c_j คือ ผลรวมของแนวตั้งหรือหลัก (Column)

n คือ ความถี่รวมทั้งหมด

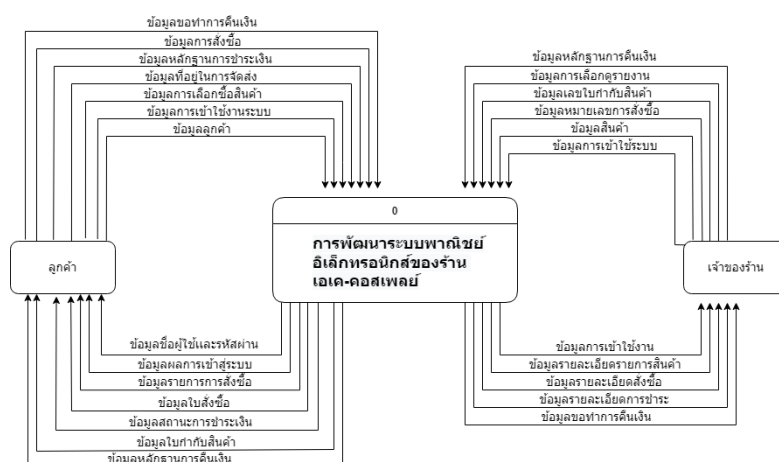
$$E_{ij} = \frac{r_i c_j}{n}$$

$$df = (r - 1)(c - 1)$$

ผลการวิจัย (Research Results)

1. ผลการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับร้านขายสินค้าคอสเพลย์ เอเค คอสเพลย์

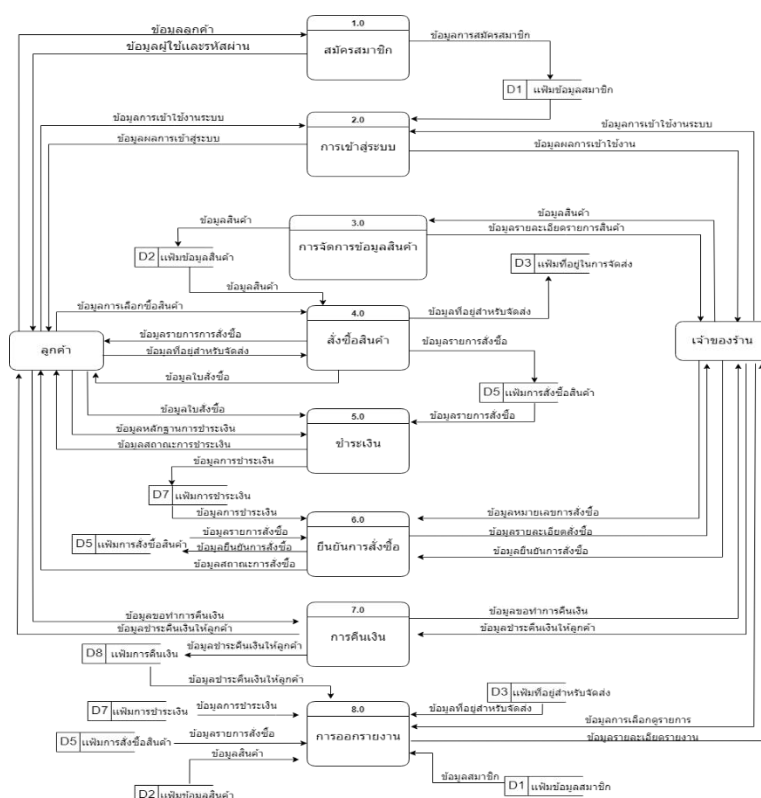
การพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้ดำเนินการตามแนวคิดวงจรการพัฒนาระบบ เนื่องจากผู้ประกอบการมีความต้องการที่ชัดเจนทำให้สามารถติดตามและจัดการขั้นตอนดำเนินงานได้อย่างสะดวก โดยขั้นตอนการทำงานเริ่มจากการวางแผน เป็นการวิเคราะห์ความต้องการของผู้ประกอบการ เพื่อให้เข้าใจถึงเป้าหมายและฟังก์ชันที่ระบบต้องมี จากนั้นทำการวิเคราะห์ระบบโดยการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในด้านเทคนิค งบประมาณ และระยะเวลา แล้วนำผลที่ได้มาออกแบบระบบโดยมุ่งเน้นการออกแบบโครงสร้างของระบบเพื่อรองรับความต้องการที่วิเคราะห์ไว้ ด้วยการสร้างอินเทอร์เน็ตเฟสที่ใช้งานง่ายและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย แล้วทำการพัฒนาระบบ เป็นการพัฒนาฟังก์ชันต่าง ๆ ตามที่ได้ออกแบบระบบไว้ พร้อมกับการทดสอบเพื่อให้แน่ใจว่าระบบทำงานได้อย่างถูกต้องและตรงตามความต้องการ และการนำระบบไปใช้งานจริง ซึ่งระบบต้องมีความปลอดภัยและสามารถรองรับลูกค้าจำนวนมากหรือการเข้าใช้งานพร้อมกันได้ โดยมีแผนผังบริบทของระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ดังนี้ (ภาพที่ 2)



ภาพที่ 2 แผนผังบริบทของระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ที่มา: สืบพงษ์ พงษ์สวัสดิ์ และคณะ (2567: 16)

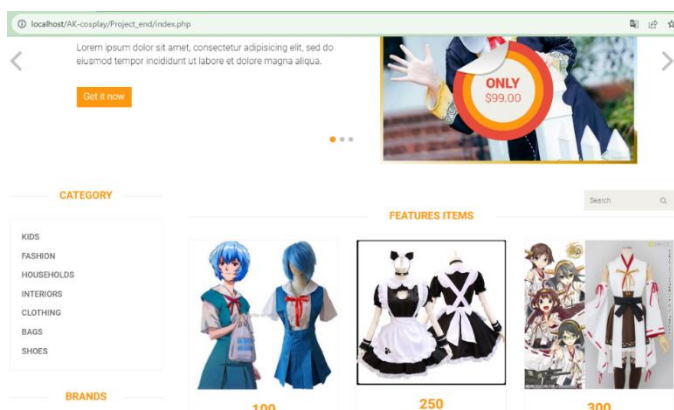
การออกแบบระบบให้รองรับปริมาณผู้ใช้ที่เพิ่มขึ้นและระบบต้องรองรับผู้ใช้พร้อมกันจำนวนมาก รวมถึงรองรับจำนวนสินค้าและความหลากหลายที่มากขึ้น นอกจากนี้ต้องสร้างประสบการณ์ที่มีประโยชน์และใช้ง่ายให้กับผู้ใช้ กล่าวคือ การรับรู้ความง่ายในการใช้ โดยต้องมีใช้งานได้อย่างสะดวก ซึ่งจะทำให้ผู้ใช้ยอมรับระบบและเข้าใช้งานมากขึ้น รวมถึงการสร้างการรับรู้ประโยชน์ที่ผู้ใช้จะได้รับจากสินค้าที่มีความหลากหลายและระบบค้นหาที่แม่นยำ การตรวจสอบสต็อกและการปรับสถานะสินค้าทันทีช่วยลดปัญหาสินค้าหมดขณะชำระเงินได้ โดยการไหลของข้อมูลแสดงเป็นแผนภาพได้ดังนี้ (ภาพที่ 3)



ภาพที่ 3 แผนภาพการไหลของข้อมูลของระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ระดับที่ 0
ที่มา: สืบพงษ์ พงษ์สวัสดิ์ และคณะ (2567: 18)

การขายสินค้าคอสเพลย์ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ช่วยให้ร้าน AK Cosplay ขายสินค้าไปยังกลุ่มลูกค้าได้กว้างขึ้นเป็นการขยายฐานลูกค้า อันจะส่งผลต่อยอดขายที่เพิ่มขึ้น องค์ประกอบของระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับร้านขายสินค้าคอสเพลย์ เอเค คอสเพลย์ประกอบด้วย 4 ส่วน คือ

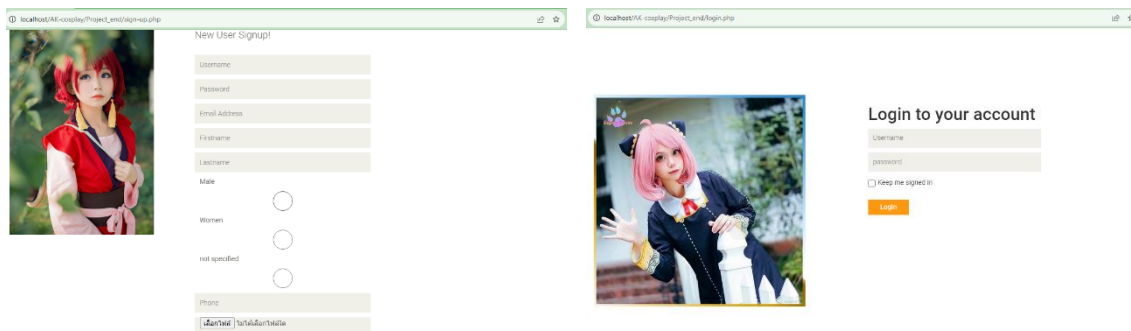
1. ส่วนการจัดการข้อมูลสินค้า เป็นส่วนการจัดการข้อมูลสินค้าอย่างเป็นระบบระเบียบช่วยสร้างความน่าเชื่อถือและช่วยให้ผู้ใช้ให้มีการตัดสินใจซื้อได้ การสร้างความได้เปรียบทางการตลาด โดยเฉพาะสำหรับธุรกิจเฉพาะทางอย่างคอสเพลย์ ที่ต้องการการนำเสนอคุณค่าสินค้าอย่างละเอียดและสร้างประสบการณ์เฉพาะตัวให้ลูกค้า ในส่วนนี้ผู้ประกอบการสามารถปรับข้อมูลสินค้าได้ทันที ไม่มีค่าธรรมเนียม และสามารถออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้ได้เอง ซึ่งแตกต่างจากแพลตฟอร์มอื่นที่การปรับข้อมูลสินค้าต้องเป็นไปตามนโยบาย เสียค่าธรรมเนียมการปรับปรุงข้อมูลสินค้า และไม่สามารถนำเสนอแบรนด์ได้ (ภาพที่ 4)



ภาพที่ 4 ส่วนการจัดการข้อมูลสินค้า

ที่มา: สืบพงษ์ พงษ์สวัสดิ์ และคณะ (2567: 81)

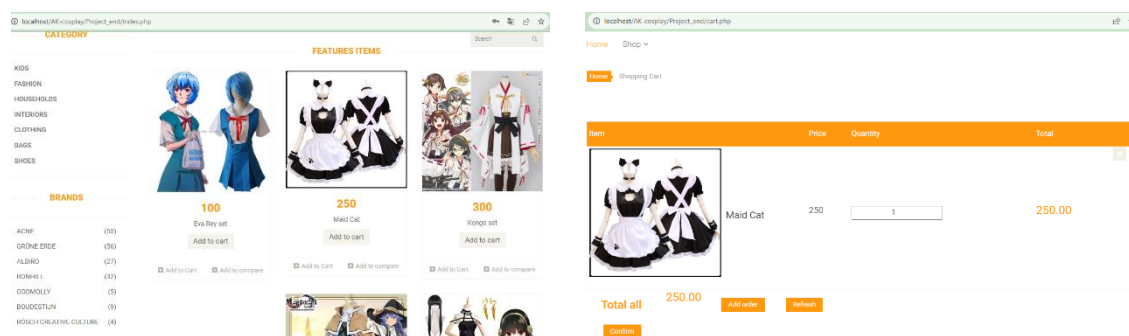
2. ส่วนการสมัครสมาชิก ช่วยให้ สามารถเก็บข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรม การซื้อและความชอบของ ลูกค้าได้ เช่น ตัวละครที่ลูกค้าชื่นชอบหรือประเภทชุดที่ซื้อบ่อยที่สุด สามารถนำมาใช้ในการส่งโปรโมชั่นหรือ คำแนะนำสินค้าเฉพาะบุคคล ทำให้ลูกค้ารู้สึกได้รับการดูแลเป็นพิเศษ ช่วยสร้างความภักดีของลูกค้า พร้อมทั้ง เพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับลูกค้า เช่น สินค้าที่ขายดี ช่วงเวลาที่ลูกค้าซื้อบ่อยที่สุด หรือลูกค้ากลุ่มใดที่มียอดใช้จ่ายสูงสุด ซึ่งข้อมูลเหล่านี้มีประโยชน์ในการวางแผนกลยุทธ์ทางธุรกิจ หากพบว่า สมาชิกสนใจสินค้าใดเป็นพิเศษ ร้านสามารถเพิ่มสต็อกสินค้านั้นเพื่อตอบสนองความต้องการได้ทันที เป็นการ สร้างเอกลักษณ์ที่แตกต่างจากแพลตฟอร์มอื่น ซึ่งเน้นขายสินค้าจำนวนมาก แต่ไม่มีการสร้างความสัมพันธ์ ระหว่างแบรนด์กับลูกค้า และข้อมูลลูกค้าเป็นของแพลตฟอร์ม (ภาพที่ 5)



ภาพที่ 5 ส่วนการสมัครสมาชิก

ที่มา: สืบพงษ์ พงษ์สวัสดิ์ และคณะ (2567: 83-84)

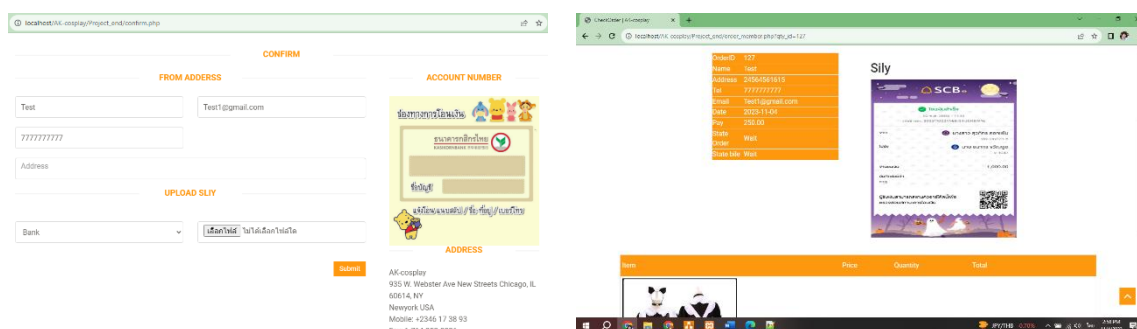
3. ส่วนการเลือกซื้อสินค้าและการชำระเงิน สามารถนำเสนอชุดคอสเพลย์ที่มีความหลากหลายและเฉพาะเจาะจงตามความต้องการของลูกค้า ซึ่งทำให้ลูกค้ารู้สึกว่ามีตัวเลือกที่ตรงกับความต้องการมากขึ้น นอกจากนี้ยังมีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับวัสดุ ขนาด และรายละเอียดของสินค้าอย่างครบถ้วน ช่วยให้ลูกค้าสามารถตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้น ลดความเสี่ยงในการคืนสินค้า แตกต่างจากแพลตฟอร์มอื่นที่ข้อมูลสินค้าเป็นข้อมูลทั่วไป และกระจายกระจาย สินค้ามีความหลากหลายแต่ไม่เฉพาะเจาะจง (ภาพที่ 6)



ภาพที่ 6 การเลือกซื้อสินค้า

ที่มา: สืบพงษ์ พงษ์สวัสดิ์ และคณะ (2567: 85)

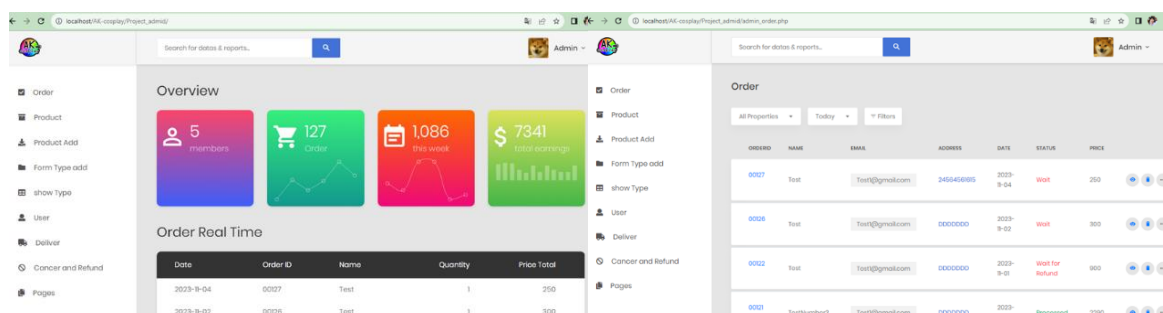
ระบบชำระเงินที่สะดวกและปลอดภัยทางเลือกในการชำระเงินที่หลากหลาย ซึ่งช่วยให้ลูกค้าสามารถเลือกวิธีที่สะดวกที่สุดสำหรับตนเอง พร้อมทั้งมีระบบยืนยันการชำระเงิน ซึ่งช่วยเพิ่มความมั่นใจให้กับลูกค้าว่าการชำระเงินได้รับการดำเนินการอย่างถูกต้อง แตกต่างจากแพลตฟอร์มอื่นที่มีระบบชำระเงินที่มาตรฐานขึ้นอยู่กับแพลตฟอร์ม และมีค่าธรรมเนียม นอกจากนี้บางแพลตฟอร์มมีกระบวนการชำระเงินที่ซับซ้อน เช่น การต้องเติมเงินเข้า Wallet ก่อน หรือขั้นตอนยืนยันตัวตนหลายครั้ง (ภาพที่ 7)



ภาพที่ 7 การชำระเงิน

ที่มา: สืบพงษ์ พงษ์สวัสดิ์ และคณะ (2567: 87-88)

4. ส่วนรายงานสรุป ระบบรายงานสามารถปรับแต่งให้ตรงตามความต้องการของธุรกิจ เช่น รายงานยอดขายตามประเภทสินค้า ช่วงเวลา หรือแหล่งที่มาของลูกค้า ซึ่งช่วยให้เจ้าของร้านสามารถทำการตัดสินใจได้อย่างรวดเร็ว แตกต่างจากแพลตฟอร์มอื่นที่มีรายงานพื้นฐานที่กำหนดโดยแพลตฟอร์ม แต่ไม่สามารถปรับแต่งได้ตามต้องการของผู้ขาย และบางแพลตฟอร์มไม่มีระบบรายงานที่เป็นทางการ ทำให้เจ้าของร้านไม่มีข้อมูลที่ชัดเจนในการวิเคราะห์ (ภาพที่ 8)



ภาพที่ 8 รายงานสรุป

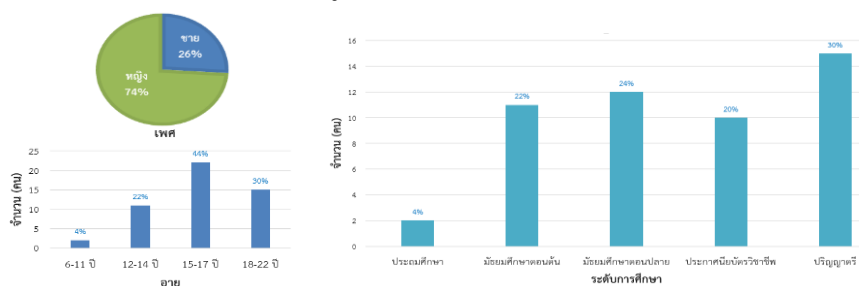
ที่มา: สืบพงษ์ พงษ์สวัสดิ์ และคณะ (2567: 93)

รายงานสรุปสามารถเข้าถึงรายงานและข้อมูลต่าง ๆ ได้ทันทีผ่านระบบออนไลน์ ช่วยให้เจ้าของร้านสามารถตัดสินใจได้รวดเร็วเมื่อมีข้อมูลใหม่ ในขณะที่แพลตฟอร์มอื่นมีการเข้าถึงข้อมูลอาจใช้เวลานานเนื่องจากต้องรอรอบแอปเด็ต และบางแพลตฟอร์มไม่มีระบบจัดเก็บข้อมูลที่เป็นระเบียบทำให้ยากต่อการเข้าถึงข้อมูลที่ต้องการ

โดยสรุปแล้ว กระบวนการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีขั้นตอนสำคัญ ได้แก่ การวิเคราะห์ความต้องการ การวิเคราะห์ระบบ การออกแบบระบบ การพัฒนาและออกแบบระบบ และการนำระบบไปใช้ ทำให้ได้เครื่องมือสำคัญในการเพิ่มยอดขาย ขยายตลาด สามารถแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพเมื่อเปรียบเทียบกับแพลตฟอร์มใหญ่ และสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาว กระบวนการพัฒนาที่ครอบคลุมตั้งแต่การวิเคราะห์ความต้องการไปจนถึงการบำรุงรักษา พร้อมทั้งเลือกใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม จะช่วยให้ระบบมีประสิทธิภาพสูงสุด นอกจากนี้ การออกแบบที่เน้นความง่ายในการใช้งานและตอบโต้ความต้องการของลูกค้า จะช่วยเพิ่มโอกาสในการยอมรับระบบ ส่งผลดีต่อธุรกิจภาพรวม นอกจากนี้ลูกค้าสามารถรับรู้ได้ว่าระบบมีประโยชน์เมื่อช่วยให้ซื้อสินค้าได้สะดวก เช่น มีสินค้าที่หลากหลาย ระบบค้นหาที่แม่นยำ และโปรโมชั่นเฉพาะบุคคล ตลอดจนระบบที่ใช้งานง่าย เช่น มีขั้นตอนการชำระเงินไม่ซับซ้อน หน้าเว็บโหลดเร็ว และรองรับทั้งบนมือถือและเดสก์ท็อป

1. ผลการศึกษาความพึงพอใจในการใช้ระบบพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับร้านขายสินค้าคอสเพลย์ เอเค คอสเพลย์

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่แล้วเป็นเพศหญิงถึงร้อยละ 74 เป็นผู้ที่มียุระหว่าง 15 – 17 ปี ร้อยละ 44 และมีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 30 (ภาพที่ 9)



ภาพที่ 9 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ที่มา: สืบพงษ์ พงษ์สวัสดิ์ และคณะ (2567: 67-68)

ผลการประเมินความพึงพอใจต่อระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยผู้ที่ใช้เป็นลูกค้าจำนวน 50 คน พบว่าโดยรวมแล้ว ผู้ใช้งานส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อระบบในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.19

ตารางที่ 1 ผลการประเมินความพึงพอใจการใช้ระบบ

รายการประเมิน	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านการออกแบบและการจัดรูปแบบเว็บไซต์			
1. การจัดรูปแบบในเว็บไซด์ง่ายต่อการอ่านและการทำงาน	4.52	0.58	มากที่สุด
2. หน้าโฮมเพจมีความสวยงาม มีความทันสมัย น่าสนใจ	4.02	0.82	มาก
3. สีสันทในการออกแบบเว็บไซด์มีความเหมาะสม	4.14	0.64	มาก
4. อักษร และรูปแบบตัวอักษร ความสวยงาม อ่านง่าย	4.06	0.77	มาก
5. ความถูกต้องในการเชื่อมโยงภายในเว็บไซด์	4.52	0.61	มากที่สุด
รวมด้านการออกแบบและการจัดรูปแบบเว็บไซต์	4.25	0.72	มาก
ด้านเนื้อหาของเว็บไซต์			
1. การจัดลำดับเนื้อหาเป็นขั้นตอน	4.06	0.82	มาก
2. มีการจัดหมวดหมู่สินค้าที่ค้นหาง่าย	4.52	0.58	มากที่สุด
3. ข้อความในเว็บไซด์ถูกต้องตามหลักภาษา	4.04	0.81	มาก
4. เนื้อหากับภาพมีความสอดคล้องกัน	4.08	0.72	มาก
รวมด้านเนื้อหาของเว็บไซต์	4.18	0.76	มาก
ด้านการใช้งานและความถูกต้อง			
1. ขั้นตอนการสั่งซื้อสินค้าเข้าใจง่าย และชัดเจน	4.52	0.58	มากที่สุด
2. รายละเอียดในการสั่งซื้อสินค้ามีความครบถ้วน	3.82	0.85	มาก
3. ความครบถ้วนของรายละเอียดสินค้า	3.94	0.79	มาก
4. ความถูกต้องของรายการสั่งซื้อ	4.52	0.54	มากที่สุด
5. ระบบสามารถอำนวยความสะดวกในการสั่งซื้อสินค้า	3.86	0.81	มาก
รวมด้านการใช้งานและความถูกต้อง	4.04	0.80	มาก
รวมเฉลี่ย	4.19	0.76	มาก

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความพึงพอใจด้านการออกแบบและการจัดรูปแบบเว็บไซต์ มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดเท่ากับ 4.25 โดยที่การจัดรูปแบบในเว็บไซด์ง่ายต่อการอ่านและการทำงาน และความถูกต้องในการเชื่อมโยงภายในเว็บไซด์ มีค่าเฉลี่ย 4.52 เท่ากัน แสดงว่าการจัดวางองค์ประกอบต่างๆ บนหน้าเว็บทำได้ดี ผู้ใช้สามารถค้นหาข้อมูลที่ต้องการได้อย่างสะดวก รองลงมาเป็นสีสันทในการออกแบบเว็บไซด์มีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 4.14 แสดงว่าการเลือกใช้สีสันทบนเว็บไซด์ทำได้อย่างลงตัว ไม่ฉูดฉาดเกินไป และสื่อถึงภาพลักษณ์ของเว็บไซด์ได้เป็นอย่างดี รองลงมาเป็น อักษร และรูปแบบตัวอักษร ความสวยงาม อ่านง่าย มีค่าเฉลี่ย 4.06 แสดงว่าขนาดและรูปแบบของตัวอักษรบนเว็บไซด์อ่านง่าย ทำให้ผู้ใช้รู้สึกสบายตา และหน้าโฮมเพจมีความสวยงาม มีความทันสมัย น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย 4.02 แสดงว่าการออกแบบหน้าแรกของเว็บไซด์ทำได้น่าประทับใจ สามารถดึงดูดความสนใจของผู้ใช้ได้เป็นอย่างดี สามารถสรุปได้ว่าผู้ได้รับรู้ได้ถึงปัจจัยได้การรับรู้ความง่ายในการใช้ (Perceived Ease of Use) เนื่องจากระบบมีการจัดรูปแบบอย่างเป็นระบบทำให้ผู้ใช้สามารถนำทางได้อย่างสะดวก ลดอุปสรรคในการทำงาน ซึ่งส่งผลดีต่อประสบการณ์ของผู้ใช้

ความพึงพอใจด้านเนื้อหาของเว็บไซต์ มีค่าเฉลี่ย 4.18 โดยที่มีการจัดหมวดหมู่สินค้าที่ค้นหาง่าย มีค่าเฉลี่ย 4.52 สะท้อนให้เห็นว่าผู้ใช้สามารถค้นหาสินค้าที่ต้องการได้อย่างง่ายดายและรวดเร็ว รองลงมาเป็นเนื้อหาเกี่ยวกับภาพมีความสอดคล้องกัน มีค่าเฉลี่ย 4.08 แสดงว่าการนำเสนอเนื้อหาที่สอดคล้องกับภาพประกอบทำให้ผู้เข้าชมเข้าใจเนื้อหาได้ง่ายขึ้นและน่าสนใจยิ่งขึ้น รองลงมาเป็นการจัดลำดับเนื้อหาเป็นขั้นตอน มีค่าเฉลี่ย 4.06 และข้อความในเว็บไซต์ถูกต้องตามหลักภาษา มีค่าเฉลี่ย 4.04 สามารถสรุปได้ว่าผู้ใช้รับรู้ได้ถึงปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ (Perceived Usefulness) ทั้งนี้เนื่องมาจากการออกแบบเว็บไซต์ที่เรียบง่ายและชัดเจนช่วยให้ผู้ใช้สามารถเข้าถึงข้อมูลและสินค้าที่ต้องการได้อย่างรวดเร็ว ส่งผลให้ผู้ใช้รู้สึกว่าการใช้งานเว็บไซต์มีประโยชน์และตอบโจทย์ความต้องการของตน

ส่วนความพึงพอใจด้านการใช้งานและความถูกต้อง มีค่าเฉลี่ย 4.19 โดยที่ขั้นตอนการสั่งซื้อสินค้าเข้าใจง่ายและชัดเจน กับความถูกต้องของรายการสั่งซื้อ มีค่าเฉลี่ย 4.52 เท่ากัน แสดงว่าผู้ใช้มีความพึงพอใจสูงมากกับขั้นตอนการสั่งซื้อสินค้าที่เข้าใจง่ายและชัดเจน รวมถึงรายการสั่งซื้อที่ตรงกับที่ต้องการ รองลงมาเป็นความครบถ้วนของรายละเอียดสินค้า มีค่าเฉลี่ย 3.94 แสดงว่าผู้ใช้พอใจกับรายละเอียดสินค้าที่นำเสนอในเว็บไซต์ แต่ก็ยังมีบางส่วนที่รู้สึกว่ารายละเอียดสินค้ายังไม่ครบถ้วนเพียงพอ รองลงมาเป็นระบบสามารถอำนวยความสะดวกในการสั่งซื้อสินค้า มีค่าเฉลี่ย 3.86 สะท้อนให้เห็นว่าระบบสามารถอำนวยความสะดวกในการสั่งซื้อสินค้าได้เป็นอย่างดี ทำให้ผู้ใช้ทำการสั่งซื้อได้อย่างรวดเร็ว และรายละเอียดในการสั่งซื้อครบถ้วน มีค่าเฉลี่ย 3.82 แสดงว่าผู้ใช้บางส่วนยังพบว่ารายละเอียดในการสั่งซื้อสินค้ายังไม่ครบถ้วนเพียงพอ อาจมีการเพิ่มเติมรายละเอียด เช่น ค่าจัดส่ง วิธีการชำระเงิน หรือเงื่อนไขการรับประกันสินค้า

การทดสอบความเกี่ยวข้องของอายุกับความพึงพอใจของการใช้ระบบด้วยไคสแควร์ ($\chi^2 - test$) โดยมีสมมติฐาน ดังนี้

H_0 อายุของลูกค้าไม่มีความเกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของระบบ

H_1 อายุของลูกค้ามีความเกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของระบบ

ตารางที่ 2 ความถี่ของระดับความพึงพอใจการใช้ระบบจำแนกตามช่วงอายุ

ช่วงอายุ	ระดับความพึงพอใจของระบบ					รวม
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่พอใจ	
6-11 ปี	10	14	4	0	0	28
12-14 ปี	58	60	36	0	0	154
15-17 ปี	135	111	62	0	0	308
18-22 ปี	75	90	45	0	0	210
รวม	278	275	147	0	0	700

โดยคำนวณค่าไคสแควร์ได้ ดังนี้

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^c \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}}$$

$$= 5.91$$

กำหนดระดับนัยสำคัญที่ 0.05 อาณาเขตวิกฤต $\chi^2_{0.05,12} \geq 21.03$

แสดงว่า $\chi^2 = 5.19 < \chi^2_{0.05,12} = 21.03$ จึงยอมรับสมมติฐาน H_0 สามารถตีความได้ว่า อายุของลูกค้าไม่มีความเกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของระบบ ที่ระดับนัยสำคัญที่ .05 เนื่องจากอายุไม่ได้เป็นปัจจัยที่มี

อิทธิพลต่อความพึงพอใจ ดังนั้นการปรับปรุงระบบควรเน้นไปที่การปรับปรุงคุณสมบัติและประสบการณ์ผู้ใช้ที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย โดยการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าด้วยการเชื่อมโยงอัตลักษณ์ของสินค้าเข้ากับความรู้สึกของลูกค้า เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีกว่าและเพิ่มความไว้วางใจ นอกจากนี้การตลาดและการสื่อสารควรเน้นไปที่คุณสมบัติของระบบที่ไม่ขึ้นอยู่กับอายุ เช่น ความง่ายในการใช้งาน และประสิทธิภาพของระบบ

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับร้านขายสินค้าคอสเพลย์ เอเค คอสเพลย์ และ 2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ผลการวิจัยพบว่าระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับร้านขายสินค้าคอสเพลย์ เอเค คอสเพลย์ ประกอบด้วย 4 ส่วน คือ ส่วนการจัดการข้อมูลสินค้า ส่วนการสมัครสมาชิก ส่วนการเลือกซื้อสินค้าและการชำระเงิน และส่วนรายงานความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้ระบบอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า พึงพอใจด้านการออกแบบและการจัดรูปแบบเว็บไซต์ได้ผลประเมินสูงสุด รองลงมาเป็นความพึงพอใจด้านเนื้อหาของเว็บไซต์ และความพึงพอใจด้านการใช้งานและความถูกต้อง ตามลำดับ จากข้อค้นพบตามผลการวิจัย สามารถอภิปรายได้ ดังนี้

ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับร้านขายสินค้าคอสเพลย์ เอเค คอสเพลย์ ได้กำหนดสิทธิ์ของการใช้ระบบเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนของผู้ดูแลระบบ และส่วนของผู้ใช้งาน สอดคล้องกับการศึกษาของ นิชนันท์ กะวิวงศ์กุล และคณะ (2567: 38-48) โดยผู้ดูแลระบบสามารถจัดการสินค้า ได้แก่ เพิ่ม ลบ และแก้ไขสินค้า จัดการสมาชิก และดูรายงาน ส่วนผู้ใช้ที่เป็นลูกค้าสามารถดูรายการสินค้าและสั่งซื้อสินค้าได้ ทั้งนี้แสดงให้เห็นว่าการออกแบบระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้มีการแบ่งระดับสิทธิ์การใช้งาน จะช่วยให้การบริหารจัดการระบบเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและปลอดภัยมากขึ้น ซึ่งระบบที่พัฒนาขึ้นมีความปลอดภัย (Security) ที่สูงกว่าและลดความเสี่ยงจากการถูกโจมตีทางไซเบอร์ นอกจากนี้ ระบบที่ออกแบบมาเพื่อตอบสนองความต้องการของทั้งผู้ประกอบการและลูกค้า โดยเน้นที่ความสะดวกในการใช้งานและการบริหารจัดการโดยเฉพาะการบริหารสินค้าคงคลัง ลดการต่อรองของลูกค้า ลดการสต็อกสินค้า ซึ่งระบบที่พัฒนาขึ้นมีการจัดการข้อมูลสินค้าและรายงาน ที่มีประสิทธิภาพและตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งานได้ดียิ่งขึ้น สอดคล้องกับการศึกษาของ พรชนก นาคินิล และ ณกมล จันทรสม (2566: 256-268) ทั้งนี้เนื่องจากระบบที่พัฒนาขึ้นมีการใช้งานง่าย เข้าใจง่าย และมีการจัดหมวดหมู่สินค้าเฉพาะกลุ่มที่ชัดเจน ทำให้ลูกค้าสามารถตัดสินใจซื้อสินค้าได้สะดวกขึ้น อีกทั้งยังเกิดความสะดวกในการใช้งาน (Usability) ที่ดีกว่าระบบทั่วไปในตลาด ผู้ประกอบการสามารถวางแผนการสั่งซื้อสินค้าได้อย่างเหมาะสม ลดความเสี่ยงในการสต็อกสินค้าเกินความจำเป็น นอกจากนี้ลูกค้าสามารถปรับเปลี่ยนรายการสินค้าได้จนกว่าจะถึงขั้นตอนการชำระเงิน และมีการคำนวณจำนวนเงินที่ต้องชำระอย่างชัดเจน สอดคล้องกับการศึกษาของ สุเมธ พิสิทธ์ และ จิตาพัชญ์ ไชยสิทธิ์ (2567: 278-294) แสดงให้เห็นว่าการปรับเปลี่ยนรายการสินค้าและการคำนวณจำนวนเงิน เป็นฟังก์ชันที่สำคัญสำหรับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ทั้งนี้เนื่องจากช่วยเพิ่มความสะดวกสบายให้กับลูกค้าได้เป็นอย่างดี และลดอัตราการยกเลิกการสั่งซื้อได้ ตลอดจนระบบสามารถตอบสนองพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ต้องการศึกษารายละเอียดของสินค้าก่อนที่จะตัดสินใจซื้อ สอดคล้องกับการวิจัยของ คณิดา ไกรสันติ และคณะ (2567: 37-47) ที่พบว่าการทำตลาดออนไลน์สามารถตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าได้ และทำการตลาดได้ตรงกลุ่มเป้าหมาย

สามารถเพิ่มช่องทางการจำหน่ายผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เช่นเดียวกับการศึกษาของสิรินดา ชมชื่น และคณะ (2562: 71-83) อันจะส่งผลให้ธุรกิจเติบโตและประสบความสำเร็จในระยะยาวได้

สำหรับความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ พบว่า ความพึงพอใจด้านการออกแบบ และการจัดรูปแบบเว็บไซต์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาเป็น ความพึงพอใจด้านเนื้อหาของเว็บไซต์ และความพึงพอใจด้านการใช้งานและความถูกต้อง โดยที่การออกแบบเว็บไซต์มีผลต่อความไว้วางใจของลูกค้า ดังการศึกษาของ สุวรรณรัตน์ อัมรัตนรัก และคณะ (2566: 197-217) ซึ่งพบว่าการออกแบบเว็บไซต์ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจซื้อของผู้บริโภค รวมทั้งการศึกษาของ อติสร โกษาจันทร์ และคณะ (2566: 114-129) ที่พบว่า ความพึงพอใจด้านการออกแบบให้ใช้งานง่ายและไม่ยุ่งยากซับซ้อน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด แสดงให้เห็นว่า ผู้ใช้ให้ความสำคัญกับความสะดวกในการใช้งาน ดังนั้น การออกแบบเว็บไซต์ที่เรียบง่าย ชัดเจน และมีการจัดวางองค์ประกอบต่างๆ อย่างเป็นระบบ ทำให้ผู้ใช้สามารถเข้าใจและใช้งานเว็บไซต์ได้อย่างรวดเร็ว อย่างไรก็ตาม ความพึงพอใจด้านเนื้อหาของเว็บไซต์ก็เป็นส่วนสำคัญทำให้ผู้บริโภคสนใจและเกิดการตัดสินใจซื้อ ดังที่ ชรินทร์ญา หวังวัชรกุล และคณะ (2566: 1-15) ที่พบว่า การจัดทำเนื้อหาที่ละเอียดสมบูรณ์ จะส่งผลให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจและเกิดการตัดสินใจซื้อ ทั้งนี้เนื่องมาจากรายละเอียดสินค้า ข้อความ และรูปภาพ มีความชัดเจนและน่าเชื่อถือ และเมื่อทดสอบความเกี่ยวข้องของอายุกับความพึงพอใจของการใช้ระบบ พบว่า อายุที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ คณิดา ไกรสันติ และคณะ (2567: 37-47) ทั้งนี้เนื่องมาจาก การออกแบบให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย โดยเน้นความง่ายในการใช้งานและประสิทธิภาพของระบบ ทำให้ผู้ใช้ทุกช่วงอายุสามารถใช้งานได้อย่างสะดวกสบาย และพฤติกรรมการซื้อสินค้ามีความคล้ายคลึงกัน กล่าวคือมีความนิยมในการซื้อสินค้าเฉพาะกลุ่มเหมือนกัน นอกจากนี้การศึกษาของ พนารัตน์ แสงวิจิตร และคณะ (2567: 273-281) ยังได้กล่าวอีกว่าอายุที่แตกต่างกันนั้น ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ แสดงว่า ผู้บริโภคในทุกวัยมีแนวโน้มที่จะซื้อสินค้าออนไลน์ในลักษณะที่ไม่แตกต่างกัน เนื่องจากพฤติกรรมและกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคในทุกช่วงวัยมีความคล้ายคลึงกัน

องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย (Research Knowledge)

การวิจัยครั้งนี้ได้องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย โดยระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ช่วยให้เกิดการนำความรู้และประสบการณ์ของผู้ประกอบการมาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ด้านธุรกิจ จากเดิมที่เป็นงานอดิเรก และผลิตเอง จนสามารถสร้างโอกาสทางธุรกิจที่น่าสนใจได้ โดยความสำเร็จในธุรกิจคอสเพลย์ ประกอบด้วย 1) รู้จักกลุ่มเป้าหมาย เพื่อสื่อสารให้ตรงกับความต้องการ 2) สร้างสินค้าและผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นและไม่เหมือนใคร 3) รักษาคุณภาพหรือมาตรฐานของสินค้าและผลิตภัณฑ์ให้คงที่ 4) มีความสามารถดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค ทำให้เกิดความอยากรู้ อยากติดตาม หรืออยากมีส่วนร่วม และ 5) มีความยืดหยุ่นและปรับตัวได้ หรือปรับตัวเข้ากับสถานการณ์ต่าง ๆ ได้ง่าย ไม่ยึดติดกับรูปแบบเดิม ๆ



ภาพที่ 9 องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย

ที่มา: สืบพงษ์ พงษ์สวัสดิ์ และคณะ (2567: 66-67)

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Knowledge)

1. ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้
 - 1.1 ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับร้านขายสินค้าคอสเพลย์ เอเค คอสเพลย์ เป็นต้นแบบของการนำเทคโนโลยีใหม่มาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจด้วยแพลตฟอร์มตลาดออนไลน์
 - 1.2 สร้างกลุ่มหรือชุมชนออนไลน์สำหรับผู้ชื่นชอบคอสเพลย์ เพื่อให้ลูกค้าได้มีโอกาสแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและแบ่งปันประสบการณ์ เพื่อนำไปปรับปรุงและพัฒนาสินค้าให้ดียิ่งขึ้น
2. ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป
 - 2.1 ควรมีการปรับปรุงระบบด้านการใช้งานและความถูกต้องในประเด็นของรายละเอียดการสั่งซื้อสินค้ามีความครบถ้วน ระบบสามารถอำนวยความสะดวกในการสั่งซื้อสินค้า และความครบถ้วนของรายละเอียดสินค้า เนื่องจากได้รับความพึงพอใจค่อนข้างน้อย
 - 2.2 ปรับปรุงระบบให้มีกระดานสนทนา เพื่อสร้างสังคมออนไลน์ซึ่งจะเปิดโอกาสให้ลูกค้าได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้าและบริการ เพื่อนำไปปรับปรุงและพัฒนาสินค้าให้ดียิ่งขึ้น
 - 2.3 วิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ร้าน เอเค-คอสเพลย์ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น
 - 2.4 เพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ร้าน เอเค-คอสเพลย์ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง (References)

- คณิดา ไกรสันติ ชูติมา หวังเบญจมาศ จุฑามาศ พรหมมนตรี กรกมล ชื่นสุวรรณ ฟาริดา ซาซา นธิ เหมมณฑ์ ธนพงศ์ วุ่นแสง พาฝัน รัตนะ ธนากร พงษ์รัตนนภา ชญานัทธ เอี้ยวเรืองสุรติ สุพรรณิ หมายดยุส๊ะ และ คณินิจต์ หนูเชื้อก. (2567). การพัฒนาแพลตฟอร์มพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อเพิ่มช่องทางการตลาด. *วารสารสังคมศาสตร์และวัฒนธรรม*. 8(7): 37-47.
- ชรินทร์ญา หวังวัชรกุล พิมพ์พิชชา ประภาวิรัชพัชร และ ดานุกา นามวงศ์ษา. (2566). การพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อยกระดับธุรกิจและเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย สำหรับธุรกิจ SMEs ในจังหวัดเลย: กรณีศึกษา ห้าง ส.ทวีภัณฑ์สโตร์ จังหวัดเลย. *วารสารวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี*. 11(3): 1-15.
- ชำนาญ ทองเย็น. (2567). การประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. *วารสารธรรมเพื่อชีวิต*. 30(4):596-608.

- ชูศักดิ์ ยาทองไชย และ วิไลรัตน์ ยาทองไชย. (2564). การพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ผ้าทอพื้นบ้าน สีนํ้าระดับพรีเมียมกลุ่มชาติพันธุ์เขมร. **วารสารวิชาการ การจัดการเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม**. 8(1): 7-19.
- ณิชนันท์ กะวิวงศ์กุล ปฐมาวดี คำทอง ปาณิสรา ขวัญเต็ม และ วิรดา มูลศรี. (2567). การพัฒนาเว็บไซต์ พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษา ร้านกีฬารัด จังหวัดเลย. **วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย**. 19(67): 38-48.
- พนารัตน์ แสงวิจิตร ภาควงิณี พันธุ์พินามาต สุดารัตน์ เทียนน้อย เอกกรวี ครุฑทางคะ และ รัชนิดา รอดอ้าว. (2567). การตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประชากรในจังหวัดราชบุรี. **วารสารสินิธรปริทรรศน์**. 25(2): 273-281.
- พรชนก นาคนิล และ ณกมล จันทรสม. (2566). พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหาร วิชากิจขนาดกลางและขนาดย่อมในด้านการผลิตของจังหวัดปทุมธานี. **วารสารมหาวิทยาลัยวิชาการ**. 10(2): 256-268.
- มนชญา สระบัว และ สติร ทศนวัฒน์. (2568). แนวทางการออกแบบสื่อสาร เพื่อสร้างประสบการณ์ผู้ใช้ในการตลาดดิจิทัลยุคใหม่. **วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ**. 15(1): 83-94.
- สิรินดา ชมชื่น อุษาสิทธิ์ สงวน และ รัตนาธิ รุ่งนาวรัตน์. (2562). การพัฒนาระบบจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. **วารสารวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี**. 7(1): 71-83.
- สายชล สันสมบุญทอง. (2560). **สถิติเบื้องต้น Elementary Statistics**. กรุงเทพฯ: จามจุรีโปรดักส์.
- สืบพงษ์ พงษ์สวัสดิ์ บุญฤทธิ์ คัดหังง ศราวุธ พงษ์รัตน์ และ สงกรานต์ เลิศรัตน์. (2567). การพัฒนาระบบ พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ร้าน เอเค-คอสเพลย์. **รายงานการวิจัย**. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยพายัพอีสเทิร์น.
- สุเมธ พิสิก และ จิตาพัชญ์ ไชยสิทธิ์. (2567). การพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วยพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ ในจังหวัดนครสวรรค์. **วารสารนวัตกรรมการศึกษาและการวิจัย**. 8(1): 278-294.
- สุวรรณรัตน์ อมรัตน์รัก ขาญเดช เจริญวิริยะกุล สโรชินี ศิริวัฒนา และ วรณนัฏฐา ขนิษฐบุตร. (2566). ปัจจัย เชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. **วารสาร มจร การพัฒนา สังคม**. 8(1): 197-217.
- สุวิมล มธูรส ศรินทิพย์ กุลจิตรตรี และ กิตติ รัตนราช. (2565). ความได้เปรียบทางการแข่งขันตลาดออนไลน์ ยุควิถีใหม่กับโควิด 19. **วารสารรัชต์ภาคย์**. 16(45): 16-27.
- สุนีย์ วรธนโกลม และ อติศักดิ์ วรพิวุฒิ. (2559). ปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบธุรกิจซื้อขายสินค้าผ่าน ทางระบบอินเทอร์เน็ต. **วารสารวิชาการพระจอมเกล้าพระนครเหนือ**. 26(1): 133-140.
- อติสร โกษาจันทร์, เกษสุภัก เนตรสุวรรณ, อิทธิชัย สุนสุเทพ และจิตราภา คนฉลาด. (2566). การพัฒนาระบบ พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับจำหน่ายต้นไม้ประดับ. **วารสารวิชาการและการวิจัย มหาวิทยาลัย ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ**. 13(3): 114-129.
- Davis, F.D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. **MIS Quarterly**. 3(3): 319-340.