

ระบบเว็บไซต์สั่งซื้อเบเกอรี่ออนไลน์ กรณีศึกษา: ร้านน้ำฝนเบเกอรี่

วันที่ได้รับต้นฉบับบทความ : 5 กุมภาพันธ์ 2565

วันที่แก้ไขปรับปรุงบทความ : 18 มีนาคม 2565

วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ : 23 มีนาคม 2565

ยุพา เพ็งโอ^{1*}, อมราวดี เนียมศรี

นักศึกษาสาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ

คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

ชฎานันท์ รูปทนต์³

ผู้ประกอบการ

ไพฑูรย์ จิวตั้ง⁴

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำสาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ

คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย คือ 1) เพื่อพัฒนาระบบเว็บไซต์สั่งซื้อเบเกอรี่ออนไลน์ กรณีศึกษา: ร้านน้ำฝนเบเกอรี่ 2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อระบบเว็บไซต์สั่งซื้อเบเกอรี่ออนไลน์ กรณีศึกษา: ร้านน้ำฝนเบเกอรี่ และ 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการประเมินการรับรู้ประโยชน์และความง่ายในการใช้งานกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อระบบเว็บไซต์สั่งซื้อเบเกอรี่ออนไลน์ กรณีศึกษา: ร้านน้ำฝนเบเกอรี่ โดยใช้โปรแกรมมัลติมีเดียเพื่อการพัฒนาเว็บไซต์สั่งซื้อเบเกอรี่ออนไลน์ กรณีศึกษา: ร้านน้ำฝนเบเกอรี่ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ระบบเว็บไซต์สั่งซื้อเบเกอรี่ออนไลน์ กรณีศึกษา: ร้านน้ำฝนเบเกอรี่ และแบบประเมินความพึงพอใจที่มีต่อการใช้งานระบบเว็บไซต์สั่งซื้อเบเกอรี่ออนไลน์ สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน

ผลการวิจัยพบว่า เว็บไซต์ที่พัฒนาตรงตามต้องการของผู้บริโภค โดยมีการทดลองการใช้งานเว็บไซต์ผ่านการทดลองแบบ Black Box Testing และผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบจำนวน 421 คน พบว่า มีความพึงพอใจต่อการใช้งานระบบเว็บไซต์สั่งซื้อเบเกอรี่ออนไลน์ในภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก และการรับรู้ประโยชน์ต่อการใช้งานและการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อระบบเว็บไซต์สั่งซื้อเบเกอรี่ออนไลน์ในระดับสูง โดยมีค่าเท่ากับ 0.644 และมีค่า P-value เท่ากับ 0.000

คำสำคัญ: ระบบสั่งซื้อ เบเกอรี่ เว็บไซต์ Black Box Testing ความสัมพันธ์

¹ ผู้ประสานงานหลัก : Yupa.p@psru.ac.th

Online Bakery Ordering System Case Study: Namfon Bakery

Received: February 5, 2022

Revised: March 18, 2022

Accepted: March 23, 2022

Yupa Paeng¹, Ammarawadee Niamsri²

Student of Information Technology

Faculty of Science and Technology Pibulsongkram Rajabhat University

Chayanun Ruphun³

Entrepreneur

Paitoon Ngewtung⁴

Assistant Professor of Information Technology

Faculty of Science and Technology Pibulsongkram Rajabhat University

Abstract

The purposes of this study were to 1) For developed bakery selling online website case study: Namfon Bakery 2) For Study Satisfaction of client on bakery selling online website case study: Namfon Bakery. 3) For study Relationship between Perceived usefulness assessment and Perceived ease of use assessment. With Satisfaction of client on bakery selling online website case study: Namfon Bakery. Using a ready-made website design (Responsive web) by using Visual Studio Code to write commands Written in HTML PHP JavaScript CSS. The tools used in the research include an Online bakery ordering website system: Case study: Nam Nam Bakery. Shop and the satisfaction assessment form for using the online bakery ordering website system. The statistics used to analyze the data were percentage, mean, standard deviation.

The results showed that Websites were developed to meet the needs of consumers. The website has been tested through Black Box Testing. The results of the satisfaction assessment of 421 system users. It was found that the overall satisfaction with using the online bakery ordering website was at a very good level. Perceived usability and perceived ease of use were associated with very high levels of satisfaction with the online bakery ordering website system. with a value of 0.644 and a P-value of 0.000

Keywords: Ordering System, Bakery, Website, Black Box Testing, Relationship

* Corresponding Author: Yupa.p@psru.ac.th

บทนำ

ปัจจุบันโลกมีการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็ว เทคโนโลยีและการดำรงชีวิตของมนุษย์มีการเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัยและกาลเวลา เช่นเดียวกับการดำเนินงานธุรกิจที่จะต้องอาศัยการตลาดเพื่อที่จะพัฒนาให้ครองใจผู้บริโภค จะเห็นได้ว่าเมื่อกาลเวลาเปลี่ยนเครื่องมือทางการสื่อสารการตลาดก็ย่อมมีการเปลี่ยนแปลงไม่ว่าจะเป็นรูปแบบการใช้งานและการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ปัจจุบันนี้หลีกเลี่ยงไม่ได้กับการต้องอาศัยเทคโนโลยีผ่านอินเทอร์เน็ตมาช่วยดำเนินการทางการตลาด โดยผ่านเครื่องมือสื่อสารการตลาดประเภทหนึ่ง ที่เรียกว่า การสื่อสารการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Marketing) ซึ่งเป็นตัวช่วยที่สำคัญของนักธุรกิจ และมีอิทธิพลต่อผู้บริโภคเป็นอย่างมาก เครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ได้ถูกนำมาใช้โดยคำนึงถึงความสะดวกสบายที่ลูกค้าจะได้รับเป็นสิ่งสำคัญซึ่งทางกิจการก็พยายามสรรหาวิธีการต่างๆ เพื่อแข่งขันกันเสนอขายสินค้าในระบบไฮเทคเพิ่มมากขึ้น เพราะเป็นการประหยัดค่าใช้จ่ายของกิจการในระยะยาว

ในประเทศไทย ร้านเบเกอร์รี่ยังได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่องตลอดมา ผู้คนทุกเพศทุกวัยให้ความสนใจหันมารับประทานขนมอบเบเกอร์รี่กันมากขึ้น ทำให้แนวโน้มความนิยมรับประทานขนมอบเบเกอร์รี่มีมากขึ้น ในปัจจุบันการเปิดร้านขนมอบเบเกอร์รี่ก็จะมีมากขึ้นตามมาสิ่งสำคัญของผู้ประกอบการ คือการรักษาร้านให้ดำรงอยู่อย่างตลอดรอดฝั่งได้ ผู้ประกอบการจะต้องให้ความเอาใจใส่ในการรักษาคุณภาพและมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ การพัฒนาสินค้าควบคู่ไปกับการสร้างเอกลักษณ์ให้กับสินค้า การใช้บรรจุภัณฑ์ที่สวยงามมีลูกเล่นให้สินค้ามีชีวิตชีวา รวมถึงการให้บริการที่สร้างความประทับใจให้กับลูกค้า การที่ผู้ประกอบการสามารถสร้างและรักษาคุณค่าของธุรกิจของตนเองไว้ได้ ถึงแม้ว่าจะเป็นขนาดกลางหรือขนาดเล็กก็ตามก็จะสามารถยืนหยัดอยู่ได้ในกระแสพายุทางเศรษฐกิจอย่างมั่นคง

ผู้วิจัยจึงมีต้องการพัฒนาระบบเว็บไซต์สั่งซื้อเบเกอร์รี่ออนไลน์: กรณีศึกษาร้านน้ำฝนเบเกอร์รี่ เพื่อเป็นช่องทางในการจำหน่ายเบเกอร์รี่ แบบออนไลน์ให้มีความทันสมัยและง่ายต่อการใช้งานสามารถเข้าถึงลูกค้าทั่วไป และเพิ่มกลุ่มลูกค้าให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น เพื่อช่วยให้ผู้ขายดำเนินธุรกิจได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพมากขึ้น

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อพัฒนาระบบเว็บไซต์สั่งซื้อเบเกอร์รี่ออนไลน์ กรณีศึกษา: ร้านน้ำฝนเบเกอร์รี่
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อระบบเว็บไซต์สั่งซื้อเบเกอร์รี่ออนไลน์ กรณีศึกษา: ร้านน้ำฝนเบเกอร์รี่
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการประเมินการรับรู้ประโยชน์และความง่ายในการใช้งานกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อระบบเว็บไซต์สั่งซื้อเบเกอร์รี่ออนไลน์ กรณีศึกษา: ร้านน้ำฝนเบเกอร์รี่

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุพิชมา วัฒนะ และประกายกาวิล ศรีจินดา (2562) ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การตลาดของร้านแก้วเจ้าจอมเบเกอร์ ได้ใช้การวิเคราะห์ SWOT เข้ามาในงานวิจัยโดยมีการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคซึ่งจุดแข็งของร้านอยู่ที่คุณภาพของผลิตภัณฑ์ และการบริการของพนักงานโดยในส่วนของผลิตภัณฑ์นั้นเบเกอร์ของร้านแก้วเจ้าจอมเบเกอร์จะเน้นคุณภาพของสินค้า โดยใส่ใจในกระบวนการผลิตที่พิถีพิถัน ทั้งนี้จุดอ่อน คือ ร้านแก้วเจ้าจอมยังไม่เป็นที่รู้จักของบุคคลภายนอกมหาวิทยาลัยเนื่องมาจากทางร้านมีการใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดด้านการโฆษณา และประชาสัมพันธ์ไม่มากเท่าที่ควร ส่วนโอกาสที่มีคือ ร้านแก้วเจ้าจอมเบเกอร์มีแนวทางการเพิ่มโอกาสในด้านต่างๆ ประกอบด้วย แผนในการขอจดทะเบียน อย. เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคและขยายตลาดสู่ภายนอกมหาวิทยาลัยในอนาคตส่วนอุปสรรคคือ สภาพอากาศที่ไม่เอื้ออำนวยในการรับประทานเบเกอร์ของสังคมปัจจุบัน โดยวัฒนธรรมการซื้อเบเกอร์ของกลุ่มบริโภคที่มีความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ประเภทอื่น รวมถึงพฤติกรรมการเปลี่ยนแปลงของผู้บริโภคปัจจุบันมีความเป็นพลวัตอยู่ตลอดเวลาถือว่าเป็นอุปสรรคสำคัญของการดำเนินธุรกิจประเภทเบเกอร์ ซึ่งสามารถนำมาปรับใช้ในเรื่องการควบคุมคุณภาพการผลิตให้ได้มาตรฐานให้เป็นจุดแข็งและกลบจุดอ่อน ทำให้ลบอุปสรรคข้างต้นให้หมดไป

ฟ้า วิไลขา, สมชาย วรวิญญานุกร และพวา พันธุ์เมฆา (2556) ศึกษาเรื่อง การพัฒนาเว็บไซต์พิพิธภัณฑ์เมืองพิษณุโลกแบบมีส่วนร่วมซึ่งสร้างเว็บไซต์ด้วยโปรแกรมอะโดบี ดรีมวิวเวอร์ ซีเอส 3 และอัปโหลด (Upload) ข้อมูลไปติดตั้งไว้บนเครื่องแม่ข่ายบริการเว็บ (Web server) โดยใช้ยูอาร์แอล (URL) โดยมีการใช้ฐานข้อมูลโปรแกรมกรีนสโตน เพราะเป็นโปรแกรมที่เปิดเผยแพร่หัส (Open source) ที่ได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งไม่เสียค่าใช้จ่ายในการใช้โปรแกรม ใช้งานง่าย สามารถเก็บรวบรวมสารสนเทศดิจิทัลหลากหลาย จัดเก็บเป็นหมวดหมู่ สะดวกในการสืบค้น สามารถจัดการสารสนเทศดิจิทัลได้ทั้งออนไลน์และออฟไลน์ และรองรับ เมทาตาทาได้หลายรูปแบบหรือสร้างเมทาตาทาใหม่ได้ตามต้องการ

ณิชนันท์ จงใจสิทธิ์ และวัชรินทร์ ดีสุทธิ (2564) ศึกษาเรื่อง การพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOP อำเภอผาขาวจังหวัดเลย ซึ่งได้ถูกพัฒนาขึ้นในรูปแบบของเว็บแอปพลิเคชันและเก็บข้อมูลไว้ในฐานข้อมูล MySQL และจัดการข้อมูลด้วยภาษา PHP

ดารุวรรณ พลาชัย และปาไลดา ศรีศรีกำพล (2561) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมในการเข้าชมและติดตามเว็บไซต์ 3 แปรนด: Lazada TH, Shopee TH และ 11Street TH ของประชากรในกรุงเทพมหานคร กล่าวไว้ว่าเว็บไซต์ ที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก มีจำนวนสินค้าให้เลือกหลากหลาย ราคาถูกและมีโปรโมชั่นที่น่าสนใจ มีการแยกหมวดหมู่สินค้าแต่ละหมวด เว็บไซต์มีการอัปเดตสินค้าใหม่ ๆ ตลอดเวลาชัดเจนค้นหาง่ายมีโปรโมชั่นที่น่าสนใจต่อเนื่อง ชำระค่าสินค้าง่ายและจัดส่งรวดเร็วพบว่า ความหลากหลายของสินค้าบนเว็บไซต์และการนำเสนอสินค้าเป็นตัวดึงดูดผู้บริโภคเป็นตัวกระตุ้นที่ทำให้ผู้บริโภคมีความสนใจและตัดสินใจซื้อสินค้าบนเว็บไซต์

สุบิน พุทโสม และจิระภา จันทร์บัว (2564) ศึกษาเรื่อง อิทธิพลของความเสียหายในการซื้อสินค้าออนไลน์ความพึงพอใจในการซื้อสินค้าออนไลน์และความภักดีในการซื้อสินค้าออนไลน์ที่ส่งผลต่อการซื้อสินค้าออนไลน์ซ้ำ โดยได้กล่าวไว้ว่า ผู้ซื้อสินค้าออนไลน์มีความพึงพอใจและความภักดีต่อการซื้อสินค้าออนไลน์ โดยในระยะยาวผู้ซื้อสินค้าออนไลน์จะมีความภักดีและมีการซื้อซ้ำอย่างต่อเนื่อง โดยต้องประกอบไปด้วย ธุรกิจออนไลน์จะต้องมุ่งรักษาความภักดีเพื่อให้ลูกค้าตอบสนองอย่างต่อเนื่องโดยให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการอย่างละเอียดโดยผ่านเว็บไซต์ มุ่งเน้นการบริการที่มีคุณภาพและเหนือกว่า มีการส่งมอบสินค้าที่ทันเวลา

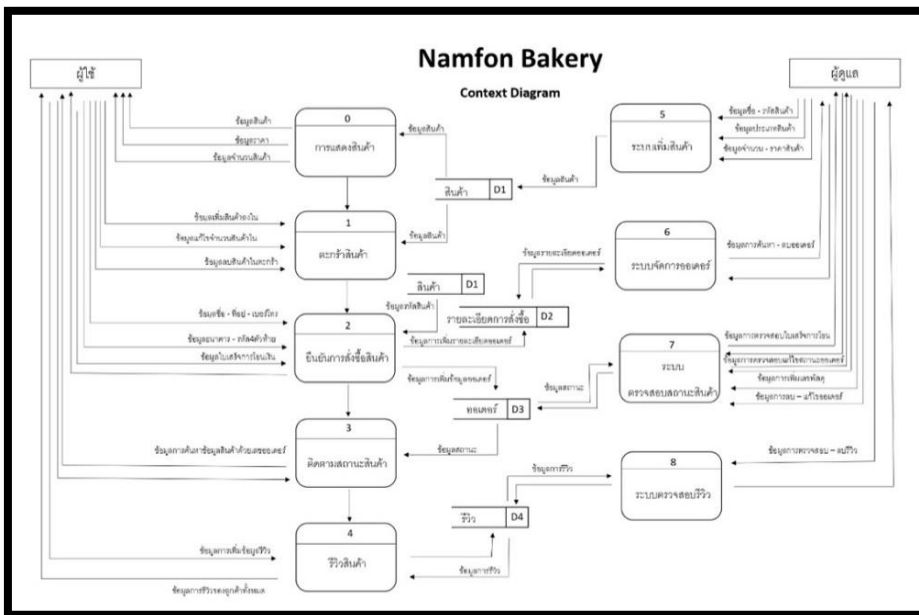
รวมถึงการออกแบบเว็บไซต์ที่มีประสิทธิภาพ และ พบว่าความพึงพอใจในการกู้คืนบริการมีผลกระทบเชิงบวก อย่างมีนัยสำคัญต่อความภักดีของลูกค้า ลูกค้าจะเกิดความจงรักภักดีทางพฤติกรรมและความจงรักภักดีทางทัศนคติอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้และนำไปสู่การซื้อซ้ำ

วิธีดำเนินการวิจัย

1) วิธีการดำเนินการพัฒนาระบบเว็บไซต์สั่งซื้อเบเกอรี่ออนไลน์ กรณีศึกษา: ร้านน้ำฝนเบเกอรี่ ผู้วิจัยดำเนินการดังนี้

1.1 ศึกษารวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ระบบ

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ระบบเดิมของร้านน้ำฝนเบเกอรี่ตามกระบวนการ SWOT (สุพิชฌา วัฒนะ และประกายภาวิลา ศรีจินดา, 2562) โดยมีการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และ อุปสรรค ซึ่งจุดแข็งของทางร้านคือมีสินค้าที่หลากหลายลูกค้ามีตัวเลือกที่เยอะ จุดอ่อนคือ ทำเลในการค้าขายนั้นไม่ดีพออยู่ในชุมชนเล็ก ๆ และมีการสื่อสารการตลาด ด้านการโฆษณา และประชาสัมพันธ์ไม่มากเท่าที่ควร โอกาสคือ ร้านน้ำฝนเบเกอรี่สามารถที่จะขยายกิจการและมีการทำงานผ่านเว็บไซต์ที่มีประสิทธิภาพเพื่อเพิ่มผลประกอบการ อุปสรรคคือ ด้วยทำเลที่ยากต่อการเดินทางมาที่หน้าร้านทำให้ลูกค้าส่วนใหญ่นิยมสั่งซื้อติดต่อทางโทรศัพท์ และทางร้านไม่มีหน้าเว็บ เพื่อประชาสัมพันธ์ ทำให้ลูกค้าเสียเวลา อีกทั้งยังมีปัญหาเพราะการบันทึกข้อมูลการสั่งซื้อด้วยลายมืออาจทำให้เกิดความผิดพลาดได้ ส่วนการจัดเก็บเอกสารก็ยังจัดเก็บอยู่ในลักษณะแฟ้มเอกสาร ทำให้เกิดความล่าช้าในการค้นหาข้อมูลและเอกสารอาจสูญหาย ผลที่ได้จากการศึกษาและรวบรวมข้อมูลโดยนำความต้องการของเจ้าของกิจการมากำหนดเพื่อทำการออกแบบและการดำเนินการต่าง ๆ ในระบบดังนี้



ภาพที่ 1 แผนภาพกระแสข้อมูลของร้านน้ำฝนเบเกอรี่

1.2 ออกแบบและพัฒนาระบบ

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลจากปัญหาที่เกิดขึ้นจากระบบงานเดิมเพื่อพัฒนาเป็นระบบขายเบเกอรี่ออนไลน์ของร้านน้ำฝนเบเกอรี่พร้อมจัดรายละเอียดข้อมูลของเบเกอรี่ และฐานข้อมูลที่เกี่ยวข้อง เพื่อจะนำสิ่งที่ได้ออกแบบมาทำการสร้างเว็บแอปพลิเคชันให้เหมาะสำหรับการเปิดใช้งานอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต่างๆได้โดยอุปกรณ์ที่ใช้พัฒนาระบบประกอบไปด้วย

1. โปรแกรมวิซวลสตูดิโอโค้ด ใช้เพื่อการเขียนโค้ดคำสั่ง
2. โปรแกรมแอปเซิร์ฟ เวอร์ชัน 2.5.10 จำลองการทำเว็บเซิร์ฟเวอร์
3. โปรแกรมมายเอสคิวแอล สร้างฐานข้อมูลเพื่อเก็บข้อมูล
4. ภาษาเอทีเอ็มแอล, พีเอชพี, ซีเอสเอส, จาวาสคริปต์ เพื่อเขียนเว็บแอปพลิเคชัน
5. โปรแกรมอะโดบีอิลลัสเตรเตอร์ (Adobe Illustrator) ออกแบบรูปภาพ

ระบบเว็บไซต์สั่งซื้อเบเกอรี่ออนไลน์ : กรณีศึกษาร้านน้ำฝนเบเกอรี่ ทางผู้วิจัยได้วิเคราะห์ออกแบบและจะพัฒนาให้การขายสินค้าของร้านเป็นไปอย่างสะดวกรวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากที่สุด (ณิชนันท์ วจใจสิทธิ์ และวัชรินทร์ ดีสุทธิ, 2564) และ (ฟ้า วิไลขา สมชาย วรรณญาณุไกร และพวา พันธุ์เมฆา, 2556) โดยประกอบด้วยลักษณะการใช้งาน 2 ส่วน คือ ส่วนของผู้ดูแลระบบ และ ส่วนของผู้ใช้งานระบบมีรายละเอียดดังนี้



ภาพที่ 2 หน้าจอหลักของผู้ดูแลระบบ

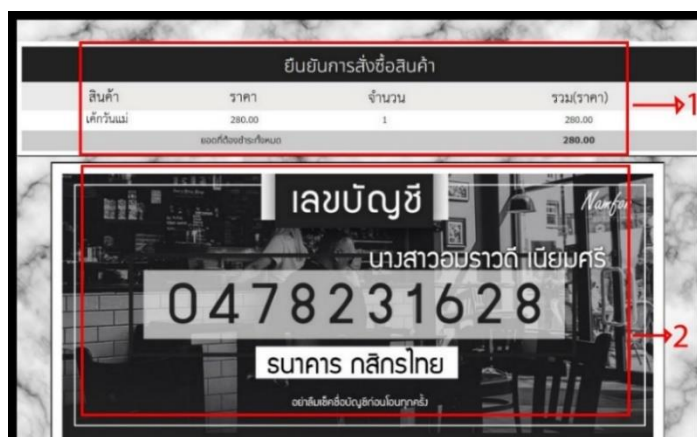
จากภาพที่ 2 เป็นหน้าการทำงานหลักของผู้ดูแลระบบ จะต้องเข้าสู่ระบบก่อนทุกครั้ง แบ่งการทำงานออกเป็น 6 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 การเพิ่มสินค้า สามารถเพิ่มสินค้าใหม่ๆของทางร้านได้ตลอดเวลา ส่วนที่ 2 จัดการสินค้า มีข้อมูลทั้งหมดของสินค้าอยู่ในหน้านี้ สามารถตรวจสอบรหัสสินค้า หมวดหมู่ ของสินค้าว่าถูกต้องหรือไม่ และทำการลบ แก้ไข ข้อมูลที่ผิดพลาดได้ ส่วนที่ 3 การจัดส่งสินค้า เป็นการตรวจสอบออเดอร์ของลูกค้าว่ามีรายการสินค้าอะไรบ้าง ทำการชำระเงินและแจ้งที่อยู่ครบถ้วนหรือไม่ เมื่อตรวจสอบเรียบร้อยแล้วทำการกดยืนยัน ส่วนที่ 4 สถานะสินค้า ผู้ดูแลระบบจะคอยตรวจสอบและอัปเดตสถานะของสินค้าว่า

จัดส่งเรียบร้อยหรือไม่ ส่วนที่ 5 จัดการออเดอร์ สามารถเข้าไปดูข้อมูลการสั่งซื้อสินค้าว่ามีรายละเอียดอะไรบ้าง ส่วนที่ 6 จัดการรีวิว สามารถเข้าไปลบและแก้ไขรีวิวที่ไม่เหมาะสมหรือไม่ตรงกับความเป็นจริง



ภาพที่ 3 หน้าแรกของเว็บไซต์

จากภาพที่ 3 เป็นหน้าแรกของเว็บไซต์ แบ่งการทำงานออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 ส่วนหัวของหน้าเว็บไซต์ (Page Header) แสดงแถบเมนูหลัก (Navigation Bar) หน้าแรก, สินค้า, ติดตามการขนส่ง, เกี่ยวกับร้าน, รีวิวและความคิดเห็น, สำหรับแอดมิน ส่วนที่ 2 ส่วนของเนื้อหา (Page Body) แสดงเนื้อหารายละเอียดของสินค้าแนะนำ ส่วนที่ 3 ส่วนท้ายของเว็บไซต์ (Page Footer) ช่องทางการติดต่อเจ้าของร้าน



ภาพที่ 4 หน้ายืนยันการสั่งซื้อสินค้า

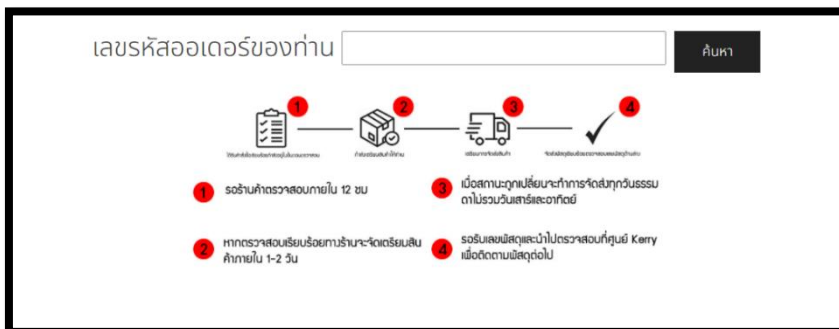
จากภาพที่ 4 แสดงหน้าการสั่งซื้อสินค้า แบ่งการทำงานออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 ยืนยันการสั่งซื้อสินค้า จะเป็นข้อมูลของสินค้าที่ลูกค้าทำการเลือกไว้ ส่วนที่ 2 เลขบัญชีธนาคารของทางร้าน

The screenshot shows a payment form with two main sections:

- Section 1 (Payment Details):** Includes fields for 'หลักฐานสลิปการชำระเงิน' (Payment Slip Basis), 'ธนาคารที่ชำระเงิน:' (Payment Bank), 'รหัส4ตัวท้ายของบัญชี:' (Last 4 digits of account number), and 'จำนวนเงินที่ชำระ:' (Payment Amount).
- Section 2 (Delivery Address Details):** Includes fields for 'ชื่อที่ต้องการจัดส่ง:' (Recipient Name), 'บ้านเลขที่/หมู่/ตำบลกับอำเภอหรือเขตกับแขวง/จังหวัด/รหัสไปรษณีย์' (Address), 'ที่อยู่ที่ต้องการจัดส่ง:' (Delivery Address), 'รายละเอียดเพิ่มเติม:' (Additional Details), and 'เบอร์โทรศัพท์:' (Phone Number).

ภาพที่ 5 แสดงช่องทางการชำระเงิน

จากภาพที่ 5 แบ่งการทำงานออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 รายละเอียดการชำระเงิน ระบบจะให้ลูกค้ากรอกข้อมูลหลักฐานการโอนเงิน ส่วนที่ 2 รายละเอียดที่อยู่การจัดส่ง ระบบจะให้ลูกค้ากรอกข้อมูลที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ หากกรอกข้อมูลครบถ้วนแล้ว ทำการกดที่ช่องสั่งซื้อด้านล่างได้เลย

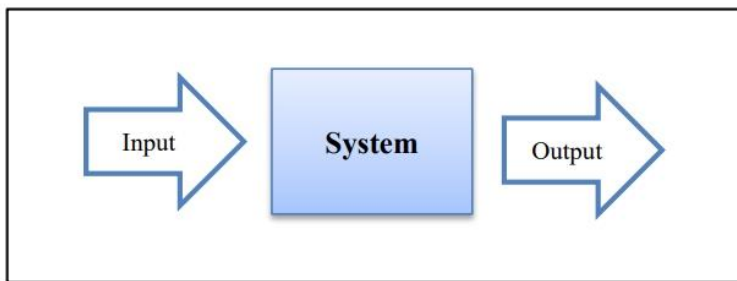


ภาพที่ 6 หน้าแสดงการติดตามสินค้า

จากภาพที่ 6 เป็นหน้าการติดตามสินค้า เมื่อลูกค้ากรอกข้อมูลและกดสั่งซื้อสินค้าเรียบร้อยแล้วระบบขึ้นเลขขอเดอร์ด้านบนของเว็บไซต์ ลูกค้าสามารถนำเลขขอเดอร์ไปค้นหาสินค้าที่ช่องติดตามสินค้าเพื่อตรวจสอบว่าสินค้าที่เราสั่งไปนั้นอยู่ในขั้นตอนไหน

1.3 ทดสอบระบบ

การทดสอบระบบโดยใช้วิธีแบบ Black Box Testing โดยมุ่งเน้นที่ผลลัพธ์ว่าตรงตามความต้องการ คือ การทดสอบการทำงานของซอฟต์แวร์ที่ไม่สนใจกลไกภายในของระบบ การทำการทดสอบเน้นเพื่อการตรวจสอบผลการทำงานของระบบในแต่ละหน้าที่ตามข้อกำหนดความต้องการ (Requirement Specification) ว่าถูกต้องตามความต้องการหรือไม่ ผู้ที่ทำการทดสอบ (Tester) นั้น ไม่ทำการเข้าถึงรหัสต้นฉบับ (Source Code) โดยรหัสต้นฉบับจะถูกพิจารณาให้เป็น "Big Black Box" ที่ผู้ทดสอบระบบไม่สามารถเห็นภายในได้ ผู้ทดสอบระบบจะรู้เพียงอย่างเดียวว่าสามารถให้ Input แก่ระบบและระบบจะส่ง Output ออกมาดังภาพ



ภาพที่ 7 Black-box Testing

2) วิธีการดำเนินการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อระบบเว็บไซต์สั่งซื้อเบเกอร์รี่ออนไลน์ : กรณีศึกษาร้านน้ำฝนเบเกอร์รี่ ผู้วิจัยดำเนินการดังนี้

2.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1) ประชากร คือ กลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการร้านเบเกอร์รี่ ร้านน้ำฝนเบเกอร์รี่
 2) กลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มลูกค้าที่ทำการซื้อขายเบเกอร์รี่ร้านน้ำฝนเบเกอร์รี่ โดยผู้วิจัยได้อ้างอิงจำนวนกลุ่มตัวอย่างจากสูตรไม่ทราบขนาดของคอแครน (Cochran, 1977 อ้างอิงถึงใน สุบิน พุทโสม และจิระภา จันทรบัว, 2564) ซึ่งกำหนดให้มีกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดต้องมากกว่า 385 กลุ่ม โดยเลือกใช้การเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก โดยจากการประเมินความพึงพอใจแก่ระบบเว็บไซต์สั่งซื้อเบเกอร์รี่ออนไลน์ : กรณีศึกษาร้านน้ำฝนเบเกอร์รี่ ได้กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 421 ตัวอย่าง ซึ่งถือว่าผ่านเกณฑ์ที่กำหนดคือไม่น้อยกว่า 385 ตัวอย่าง

2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยความพึงพอใจการใช้งานระบบเว็บไซต์สั่งซื้อเบเกอร์รี่ออนไลน์ : กรณีศึกษาร้านน้ำฝนเบเกอร์รี่ โดยใช้แบบสอบถามผ่าน Google form เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบประเมินรายหัวข้อที่ผู้วิจัยได้ทำการกำหนดไว้ซึ่งประกอบไปด้วยหัวข้อ มีการจัดหมวดหมู่ให้ง่ายต่อการค้นหา, มีความสวยงามและน่าสนใจ, มีความสะดวกในการใช้งาน, สินค้ามีคุณภาพและราคาที่เหมาะสม และมีรูปภาพและรายละเอียดของสินค้าอย่างชัดเจนซึ่งประกอบไปด้วย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างได้แก่ เพศ ช่วงอายุ และอาชีพ โดยเป็นคำถามปลายปิด ตัวเลือกเป็นแบบเลือกตอบ

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจในการใช้งานระบบเว็บไซต์สั่งซื้อเบเกอรี่ออนไลน์ : กรณีศึกษาร้านน้ำฝนเบเกอรี่ ซึ่งประกอบรายการดังนี้ มีการจัดหมวดหมู่ให้ง่ายต่อการค้นหา, มีความสวยงามและน่าสนใจ, มีความสะดวกในการใช้งาน, สินค้ามีคุณภาพและราคาที่เหมาะสม และมีรูปภาพและรายละเอียดของสินค้าอย่างชัดเจน และการประเมินการรับรู้ในประโยชน์และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ซึ่งประกอบด้วย 1) การรับรู้ในประโยชน์ต่อการใช้งาน ประกอบด้วย การนำระบบเว็บไซต์มาใช้ทำให้สามารถทำงานได้อย่างรวดเร็วมากขึ้น การนำระบบเว็บไซต์มาใช้ทำให้ร้านค้ามีช่องทางการจำหน่ายสินค้ามากขึ้น การนำระบบเว็บไซต์มาใช้ทำให้ทราบจำนวนสินค้าที่มีวางจำหน่าย และเห็นว่าการนำระบบเว็บไซต์มาใช้มีประโยชน์และเพิ่มคุณภาพของการบริการมากขึ้น 2) การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ประกอบด้วย ทำให้ลูกค้าเข้าถึงข้อมูลและบริการง่ายขึ้น ลูกค้าเข้าใจระบบการจัดการซื้อขายที่ง่ายขึ้น ระบบเว็บไซต์มีความยืดหยุ่น ใช้งานได้สะดวก มีการจัดวางองค์ประกอบหน้าจอที่เหมาะสม และเว็บไซต์สามารถรองรับการแสดงผลและการประมวลผลได้หลากหลายแพลตฟอร์ม โดยใช้มาตรวัดประมาณค่า (Rating Scale) และกำหนดค่าเป็นระดับตั้งแต่ต่ำสุดที่สุดคือ 1 ถึงค่าคะแนนมากที่สุด คือ 5 เป็นคำถามปลายปิด ซึ่งประกอบด้วยคำตอบย่อยที่แบ่งเป็น 5 ระดับ

2.3 สถิติที่ใช้ในการวิจัย (บุญชม ศรีสะอาด, 2553)

2.3.1. ผู้วิจัยได้ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อบรรยายตัวแปรด้านข้อมูลทั่วไป ได้แก่ เพศ ช่วงอายุ และอาชีพ ความพึงพอใจที่มีต่อระบบเว็บไซต์สั่งซื้อเบเกอรี่ออนไลน์ : กรณีศึกษาร้านน้ำฝนเบเกอรี่ และการประเมินการรับรู้ในประโยชน์และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน

2.3.2. ผู้วิจัยได้ใช้สถิติเชิงอ้างอิง (inferential statistics) โดยเป็นการวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบสำหรับการอธิบายผลการศึกษากการวิเคราะห์เชิงสัมพันธ์ของข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับตัวแปร คือ การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ประโยชน์ต่อการใช้งานกับความง่ายในการใช้งานและความพึงพอใจที่มีต่อระบบเว็บไซต์สั่งซื้อเบเกอรี่ออนไลน์ โดยการทดสอบได้ใช้การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient)

ผลการวิจัย

1) ผลการพัฒนาเว็บไซต์สั่งซื้อเบเกอรี่ออนไลน์ : กรณีศึกษาร้านน้ำฝนเบเกอรี่ พบว่า เว็บไซต์ที่พัฒนาตรงตามต้องการของผู้บริโภค โดยมีการทดลองการใช้งานเว็บไซต์ผ่านการทดลองแบบ Black Box Testing ได้ผลดังนี้

ตาราง 1 แสดงผลการทดลองการใช้งานเว็บไซต์ผ่านการทดลองแบบ Black Box Testing

Test Case	Test Step	Result
แอดมินเข้าใช้งานด้วย Username และ Password ที่ถูกต้อง	1. เข้าหน้าต่างแอดมิน 2. กรอก Username: Admin, Password: Password 3. กดปุ่ม Login	แอดมินสามารถเข้าหน้าจัดการข้อมูลที่ต้องการได้

Test Case	Test Step	Result
แอดมินเข้าใช้งานด้วย Username และ Password ที่ไม่ถูกต้อง	<ol style="list-style-type: none"> 1. เข้าหน้าต่างแอดมิน 2. กรอก Username: user, Password: 1234 3. กดปุ่ม Login 	ไม่สามารถเข้าสู่ระบบหน้าต่างแอดมินได้เนื่องจากข้อมูลไม่ตรงกับฐานข้อมูลและแจ้งเตือนกลับไปหน้าจอแรก
ผู้ใช้ทำการสั่งซื้อสินค้าที่ถูกต้อง	<ol style="list-style-type: none"> 1. ผู้ใช้เลือกสินค้า 2. ผู้ใช้เพิ่มลงตะกร้า 3. ผู้ใช้คอนเฟิร์มสินค้าในตะกร้า 4. ผู้ใช้กรอกข้อมูลและสลิปที่ถูกต้อง 5. ได้รับเลขออเดอร์ 6. ผู้ใช้นำเลขออเดอร์ไปค้นหา 	สถานะของสินค้าในหน้าค้นหาออเดอร์จะอยู่ในขั้นตอน “กำลังเตรียมสินค้าให้ท่าน”
ผู้ใช้ทำการสั่งซื้อสินค้าที่ไม่ถูกต้อง	<ol style="list-style-type: none"> 1. ผู้ใช้เลือกสินค้า 2. ผู้ใช้เพิ่มลงตะกร้า 3. ผู้ใช้คอนเฟิร์มสินค้าในตะกร้า 4. ผู้ใช้กรอกข้อมูลและสลิปที่ไม่ถูกต้อง 5. ได้รับเลขออเดอร์ 6. ผู้ใช้นำเลขออเดอร์ไปค้นหา 	สถานะของสินค้าในหน้าค้นหาออเดอร์จะอยู่ในขั้นตอน “ผิดพลาดกรุณาติดต่อแอดมิน”
แอดมินค้นหาเลขออเดอร์ของลูกค้าโดยถูกต้อง	<ol style="list-style-type: none"> 1. กดหน้าจัดการออเดอร์ 2. พิมพ์เลขออเดอร์ของลูกค้าที่ถูกต้อง : NF0302987742M 3. กดปุ่มค้นหา 	เว็บไซต์สามารถโชว์ข้อมูลการสั่งซื้อของลูกค้า สินค้าที่ส่ง จำนวนที่ส่ง ราคาทั้งหมด
แอดมินค้นหาเลขออเดอร์ของลูกค้าโดยไม่ถูกต้อง	<ol style="list-style-type: none"> 1. กดหน้าจัดการออเดอร์ 2. พิมพ์เลขออเดอร์ของลูกค้าที่ไม่ถูกต้อง : abcdefghijk 3. กดปุ่มค้นหา 	เว็บไซต์ไม่โชว์ข้อมูลที่ค้นหา, เว็บไซต์แสดง “ข้อมูลไม่ถูกต้องกรุณากรอกใหม่อีกครั้ง”

2) ผลการประเมินความพึงพอใจที่มีต่อการใช้งานระบบเว็บไซต์สั่งซื้อเบเกอร์รี่ออนไลน์ : กรณีศึกษาร้านน้ำฝนเบเกอร์รี่ เมื่อพัฒนาระบบเสร็จสมบูรณ์ นำระบบไปให้ผู้ใช้ทดลองใช้และทำการประเมินผล ผลที่ได้จากการประเมินความพึงพอใจของระบบ จำนวน 421 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น เพศหญิงจำนวน 278 คน คิดเป็นร้อยละ 66.03 และเพศชายจำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 33.97 มีอาชีพนักศึกษาจำนวน 242 คน คิดเป็นร้อยละ 57.48 รองลงมาเป็นนักเรียนจำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 28.74 และอาชีพทำงานทั่วไปจำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 13.78 และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีช่วงอายุระหว่าง 20-25 ปี จำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 47.98 รองลงมาคืออายุระหว่าง 15-20 ปีจำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 32.78 อายุระหว่าง 26-30 ปีทั้งหมด 78 คน คิดเป็นร้อยละ 18.53 และอายุระหว่าง 31-35 ปี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.71 ตามลำดับ

ตาราง 2 ผลการประเมินความพึงพอใจที่มีต่อระบบเว็บไซต์สั่งซื้อเบเกอรี่ออนไลน์ : กรณีศึกษาร้านน้ำฝนเบเกอรี่

รายงานการประเมิน	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)	ระดับความพึงพอใจ
1. มีการจัดหมวดหมู่ให้ง่ายต่อการค้นหา	4.36	0.53	ดี
2. มีความสวยงามและน่าสนใจ	4.49	0.44	ดี
3. มีความสะดวกในการใช้งาน	4.72	0.34	ดีมาก
4. สินค้ามีคุณภาพและราคาที่เหมาะสม	4.62	0.33	ดีมาก
5. มีรูปภาพและรายละเอียดของสินค้าอย่างชัดเจน	4.70	0.32	ดีมาก
ผลรวมค่าเฉลี่ย	4.58	0.39	ดีมาก

จากตาราง 2 พบว่าระดับความพึงพอใจของผู้ที่ใช้ระบบเว็บไซต์สั่งซื้อเบเกอรี่ออนไลน์ : กรณีศึกษาร้านน้ำฝนเบเกอรี่ในภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.58$, S.D. = 0.39) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่ามีความพึงพอใจของระดับดีมาก จำนวน 3 อันดับ ได้แก่ อันดับที่ 1 คือ มีความสะดวกในการใช้งาน ($\bar{X} = 4.72$, S.D. = 0.34) อันดับที่ 2 คือ มีรูปภาพและรายละเอียดของสินค้าอย่างชัดเจน ($\bar{X} = 4.70$, S.D. = 0.32) อันดับที่ 3 คือ สินค้ามีคุณภาพและราคาที่เหมาะสม ($\bar{X} = 4.62$, S.D. = 0.33) ตามลำดับ

ตาราง 3 แสดงการประเมินการรับรู้ในประโยชน์และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานระบบเว็บไซต์

รายการการประเมิน	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)	ระดับ
1. การรับรู้ในประโยชน์ต่อการใช้งาน			
1.1 การนำระบบเว็บไซต์มาใช้ทำให้สามารถทำงานได้อย่างรวดเร็วมากขึ้น	4.57	0.29	ดีมาก
1.2 การนำระบบเว็บไซต์มาใช้ทำให้ร้านค้ามีช่องทางการจำหน่ายสินค้ามากขึ้น	4.39	0.35	ดี
1.3 การนำระบบเว็บไซต์มาใช้ทำให้ทราบจำนวนสินค้าที่มีวางจำหน่าย	4.65	0.31	ดีมาก
1.4 การนำระบบเว็บไซต์มาใช้ทำให้มีผลการดำเนินงานดีขึ้นกว่าเดิม	4.32	0.27	ดี
1.5 เห็นว่าการนำระบบเว็บไซต์มาใช้มีประโยชน์และเพิ่มคุณภาพของการบริการมากขึ้น	4.79	0.10	ดีมาก

รายการการประเมิน	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)	ระดับ
2. การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน			
2.1 ทำให้ลูกค้าเข้าถึงข้อมูลและบริการง่ายขึ้น	4.55	0.22	ดีมาก
2.2 ลูกค้าเข้าใจระบบการจัดการซื้อขายที่ง่ายขึ้น	4.31	0.57	ดี
2.3 ระบบเว็บไซต์มีความยืดหยุ่น ใช้งานได้สะดวก	4.35	0.63	ดี
2.4 มีการจัดวางองค์ประกอบหน้าจอดีที่เหมาะสม	4.62	0.92	ดีมาก
2.5 เว็บไซต์สามารถรองรับการแสดงผลและประมวลผล ได้หลากหลายแพลตฟอร์ม	4.47	0.78	ดี
ผลรวมค่าเฉลี่ย	4.50	0.44	ดีมาก

จากตารางพบว่า การประเมินการรับรู้ในประโยชน์และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานในภาพรวมอยู่ในระดับ ดีมาก ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.44) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า มีความพึงพอใจ 1) ด้านการรับรู้ในประโยชน์ต่อการใช้งานอยู่ในระดับ ดีมาก จำนวน 3 อันดับได้แก่ เห็นว่าการนำระบบเว็บไซต์มาใช้มีประโยชน์และเพิ่มคุณภาพของการบริการมากขึ้น ($\bar{X} = 4.79$, S.D. = 0.10) รองลงมาคือ การนำระบบเว็บไซต์มาใช้ทำให้ทราบจำนวนสินค้าที่มีวางจำหน่าย ($\bar{X} = 4.65$, S.D. = 0.31) และการนำระบบเว็บไซต์มาใช้ทำให้สามารถทำงานได้อย่างรวดเร็วมากขึ้น ($\bar{X} = 4.57$, S.D. = 0.29) 2) ด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานอยู่ในระดับ ดีมาก จำนวน 3 อันดับได้แก่ มีการจัดวางองค์ประกอบหน้าจอดีที่เหมาะสม ($\bar{X} = 4.62$, S.D. = 0.92) รองลงมาคือ ทำให้ลูกค้าเข้าถึงข้อมูลและบริการง่ายขึ้น ($\bar{X} = 4.55$, S.D. = 0.22) และเว็บไซต์สามารถรองรับการแสดงผลและประมวลผลได้หลากหลายแพลตฟอร์ม ($\bar{X} = 4.47$, S.D. = 0.78) ตามลำดับ

ตาราง 4 การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน

ตัวแปร	ความพึงพอใจที่มีต่อระบบเว็บไซต์สั่งซื้อเบเกอรี่ออนไลน์ : กรณีศึกษาร้านน้ำฝนเบเกอรี่
การรับรู้ในประโยชน์ต่อการใช้งานและการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน	$r = 0.644$
	P-Value = 0.000**
	จำนวน 421 คน

**P-value > 0.05

จากตารางพบว่า การรับรู้ในประโยชน์ต่อการใช้งานและการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อระบบเว็บไซต์สั่งซื้อเบเกอรี่ออนไลน์ในระดับสูง โดยมีค่าเท่ากับ 0.644 และมีค่า P-value เท่ากับ 0.000

สรุปผลการวิจัย

ผลการพัฒนาระบบเว็บไซต์สั่งซื้อเบเกอรี่ออนไลน์ : กรณีศึกษาร้านน้ำฝนเบเกอรี่ พบว่าเว็บไซต์ที่พัฒนาตรงตามต้องการของผู้บริโภค โดยมีการทดลองการใช้งานเว็บไซต์ผ่านการทดลองแบบ Black Box Testing ผลการประเมินความพึงพอใจที่มีต่อการใช้งานระบบเว็บไซต์สั่งซื้อเบเกอรี่ออนไลน์ : กรณีศึกษาร้านน้ำฝนเบเกอรี่ พบว่าผู้ใช้งานระบบมีความพึงพอใจในประสิทธิภาพของระบบอยู่ในระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.58 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.39 ซึ่งแสดงว่าระบบที่พัฒนาขึ้นมานั้นมีประสิทธิภาพดี ใช้งานได้ตามขอบเขตที่กำหนดไว้ และพบว่าการรับรู้ประโยชน์ต่อการใช้งานและการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อระบบเว็บไซต์สั่งซื้อเบเกอรี่ออนไลน์ในระดับสูง โดยมีค่าเท่ากับ 0.644 และมีค่า P-value เท่ากับ 0.000

อภิปรายผลการวิจัย

จากการพัฒนาระบบเว็บไซต์สั่งซื้อเบเกอรี่ออนไลน์ : กรณีศึกษาร้านน้ำฝนเบเกอรี่ เพื่อใช้เป็นร้านค้าออนไลน์ผ่านเว็บแอปพลิเคชันในการจำหน่ายเบเกอรี่ พบว่า สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ และการสั่งซื้อเบเกอรี่ของลูกค้ามีความสะดวกสบายมากขึ้นเมื่อเทียบกับระบบแบบเดิม โดยสามารถเลือกซื้อได้ตลอดเวลา ซึ่งต่างจากการต้องเข้ามาซื้อที่หน้าร้านทำให้ลดเวลาการทำงาน ทั้งฝั่งของร้านเบเกอรี่และลูกค้าโดยได้พัฒนาเว็บไซต์ตามการวิเคราะห์แบบ SWOT ของ สุพิชฌา วัฒนะ และ ประกายาวีล ศรีจินดา (2562) และ ดารุวรรณ พลาชัย (2561) คือ มีจำนวนสินค้าให้เลือกหลากหลาย ราคาถูกและมีโปรโมชั่นที่น่าสนใจ มีการแยกหมวดหมู่สินค้าแต่ละหมวด เว็บไซต์มีการอัปเดตสินค้าใหม่ ๆ ตลอดเวลาชัดเจนคั่นทางยังมีโปรโมชั่นที่น่าสนใจต่อเนื่อง ชำระค่าสินค้าง่ายและจัดส่งรวดเร็ว เมื่อพัฒนาระบบเว็บไซต์เสร็จแล้วนำไปทดลองแบบ Blackbox Testing และการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบสรุปผลว่า เว็บไซต์สามารถทำงานได้ตรงตามความต้องการที่วางไว้ และสามารถที่จะแก้ไขปัญหาข้างต้นได้จริงตรงกับหลักเว็บไซต์การค้าขายที่ดีของ (สุบินพุทโสม และจิระภา จันทร์บัว, 2564) ที่กล่าวว่าไว้ว่าการออกแบบเว็บไซต์ที่มีประสิทธิภาพจะสามารถทำให้ลูกค้าจะเกิดความจงรักภักดีทางพฤติกรรมและความจงรักภักดีทางทัศนคติอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ และพบว่าระดับความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบเว็บไซต์สั่งซื้อเบเกอรี่ออนไลน์ : กรณีศึกษาร้านน้ำฝนเบเกอรี่ในภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.58$, S.D. = 0.39) ซึ่งสอดคล้องกับสุบินพุทโสม และจิระภา จันทร์บัว (2564) ทำการวิจัยเรื่อง อิทธิพลของความเสี่ยงในการซื้อสินค้าออนไลน์ความพึงพอใจ ในการซื้อสินค้าออนไลน์และความภักดีในการซื้อสินค้าออนไลน์ที่ส่งผลต่อการซื้อสินค้าออนไลน์ซ้ำพบว่า มีความพึงพอใจในการซื้อสินค้าออนไลน์อยู่ในระดับมาก และสุนันท์สินี มุ่นเขย สุนันท์ ธาติ และศุภเชษฐ์ กัณฑ์ณีย์ (2563) ศึกษาเรื่อง การออกแบบและพัฒนาส่วนต่อประสานกับผู้ใช้สำหรับแอปพลิเคชันบนอุปกรณ์เคลื่อนที่ที่แนะนำการท่องเที่ยวเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจท่องเที่ยวภายใต้โครงการเรารักเชียงใหม่ (We love Chiang Mai) พบว่า ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานที่มีต่อแอปพลิเคชันที่ใช้สำหรับแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว ภายใต้โครงการเรารักเชียงใหม่ (We love Chiang Mai) ในภาพรวมอยู่ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.71$, S.D. = 0.340)

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะทั่วไป

จากวิจัยเรื่อง ระบบเว็บไซต์สั่งซื้อเบเกอร์รี่ออนไลน์ : กรณีศึกษาร้านน้ำฝนเบเกอร์รี่ ผู้ใช้ระบบมีความพึงพอใจในการใช้ระบบอยู่ในระดับดีมาก ซึ่งแสดงว่าระบบสามารถเข้ามาตอบโจทย์ได้ดีทั้งผู้ใช้ระบบไม่ว่าจะเป็นผู้ซื้อหรือผู้ขายในด้านความสะดวกสบายใช้งานง่ายและระบบก็เป็นตัวเลือกที่ดีในการซื้อขายออนไลน์ที่เหมาะสมกับในยุคปัจจุบันนี้ได้ดี

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ระบบเว็บไซต์สั่งซื้อเบเกอร์รี่ออนไลน์ สามารถนำไปพัฒนาเพิ่มเติม ได้แก่ การเพิ่มช่องทางการชำระเงินให้มีความหลากหลายเพื่อขยายกลุ่มลูกค้า พัฒนาระบบให้มีความใกล้เคียงกับความต้องการของลูกค้าให้มากที่สุดและมีระบบการเลือกใช้ภาษาทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษ รวมถึงการพัฒนาเพิ่มเติมในส่วนของการรองรับในระบบปฏิบัติการอื่นๆ

เอกสารอ้างอิง

- คารุวรรณ พลาชัย. (2561). พฤติกรรมในการเข้าชมและติดตามเว็บไซต์ 3 แปรนด: Lazada TH, Shopee TH และ 11Street TH ของประชากรในกรุงเทพมหานคร. *วารสารบัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา*, 2(1), 61-68.
- ณิชนันท์ จงใจสิทธิ์ และวัชรินทร์ ตีสุทธิ. (2564). การพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOP อำเภอผาขาวจังหวัดเลย. *วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย*, 16(57), 100-109.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2553). *การวิจัยเบื้องต้น* (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- ฟ้า วิไลขำ, สมชาย วรรณญาณุไกร และพวา พันธุ์เมฆา. (2556). การพัฒนาเว็บไซต์พิพิธภัณฑ์เมืองพิษณุโลกแบบมีส่วนร่วม. *วารสารบรรณศาสตร์ มศว*, 6(2), 104-117.
- สุนันท์สินี มุ่นเขย, สุนันท์ ธาติ และศุภเชษฐ์ กันทะณีย์. (2563). การออกแบบและพัฒนาส่วนต่อประสานกับผู้ใช้สำหรับแอปพลิเคชันบนอุปกรณ์เคลื่อนที่ที่แนะนำการท่องเที่ยวเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจท่องเที่ยวภายใต้โครงการเรารักเชียงใหม่ (We love Chiang Mai). *วารสารวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม*, 2(2), 1-12.
- สุบิน พุทโสม และจิระภา จันท์บัว. (2564). อิทธิพลของความเสี่ยงในการซื้อสินค้าออนไลน์ความพึงพอใจ ในการซื้อสินค้าออนไลน์และความภักดีในการซื้อสินค้าออนไลน์ที่ส่งผลต่อการซื้อสินค้าออนไลน์ซ้ำ. *วารสารวิชาการสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย (สสอท.)*, 27(2), 57-73.
- สุพิชมา วัฒนะ และประกายกาวิล ศรีจินดา. (2562). กลยุทธ์การตลาดของร้านแก้วเจ้าจอมเบเกอร์รี่. *วารสารเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มทร. พระนคร*, 4(1), 50-59.