

การพัฒนาเว็บไซต์เพื่อจำหน่ายอาหารสัตว์เลี้ยง : กรณีศึกษาร้าน Petshop

วันที่ได้รับต้นฉบับบทความ : 8 กุมภาพันธ์ 2565

วันที่แก้ไขปรับปรุงบทความ : 24 กุมภาพันธ์ 2565

วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ : 17 มีนาคม 2565

คมสันติ มหาสุข^{1}*

นักศึกษาสาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ

คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

สุภาภรณ์ เขียวงาม²

นักศึกษาสาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ

คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

จินดา คำจริง³

ผู้ประกอบการ

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อลดต้นทุนค่าเช่าพื้นที่ในการจำหน่ายอาหารสัตว์เลี้ยง และเพิ่มช่องทางการจำหน่าย 2) เพื่อพัฒนาเว็บไซต์เพื่อจำหน่ายอาหารสัตว์เลี้ยง : กรณีศึกษาร้าน Petshop 3) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อเว็บไซต์เพื่อจำหน่ายอาหารสัตว์เลี้ยง : กรณีศึกษาร้าน Petshop โดยออกแบบเว็บไซต์ในรูปแบบการออกแบบเว็บไซต์ด้วยแนวคิดใหม่ (Responsive Web Design) ประกอบด้วย ส่วนของการสมัครสมาชิก การค้นหารายละเอียดของสินค้าการสั่งซื้อสินค้าและการชำระเงิน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ เว็บไซต์เพื่อจำหน่ายอาหารสัตว์เลี้ยง : กรณีศึกษาร้าน Petshop และแบบสอบถามความพึงพอใจ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคที่ซื้ออาหารสัตว์เลี้ยงจากร้าน Petshop มีความพึงพอใจด้านการใช้งานเว็บไซต์ในภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) = 4.44 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) = 0.53 และความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์ในภาพรวมอยู่ในระดับ ดีมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) = 4.21 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) = 0.70 และมีผลกำไรจากการจำหน่ายอาหารสัตว์เลี้ยงผ่านเว็บไซต์เพิ่มสูงขึ้น คิดเป็นร้อยละ 161

คำสำคัญ: การพัฒนา, เว็บไซต์, อาหารสัตว์เลี้ยง, ร้าน Petshop

* ผู้ประสานงานหลัก: Supaporn.kae@psru.ac.th

Website Development for Selling Pet Food : A Case Study of Petshop

Received: February 8, 2022

Revised: February 24, 2022

Accepted: March 17, 2022

Komsanti Mahasuk^{1*}

Student of Information Technology

Faculty of Science and Technology Pibulsongkram Rajabhat University

Supaporn Kaewngam²

Student of Information Technology

Faculty of Science and Technology Pibulsongkram Rajabhat University

Jinda Kamjing³

Entrepreneur

Abstract

The objectives of the research were 1) To reduce the cost of renting space for selling pet food and increase distribution channels 2) To develop a website for selling pet food: a case study of Petshop 3) To study the satisfaction of consumers towards the website for selling pet food: a case study of Petshop. by designing the website with a new concept (Responsive Web Design) format together with part of the subscription Searching for product details Ordering and payment research tools is a website for selling pet food: a case study of a Petshop and a satisfaction questionnaire.

The statistics used to analyze the data were percentage and mean. The results showed that Consumers who bought pet food from Petshop had a very good overall satisfaction with website usage with mean ($\bar{x}$) = 4.44 standard deviation (SD) = 0.53 and Overall satisfaction with the product was at a very good level with mean ($\bar{x}$) = 4.21 standard deviation (SD) = 0.70, and there was an increase in profits from selling pet food through the website. accounted for 161 percent

Keywords: Development, Website, Pet Food, Petshop

* Corresponding Author: Supaporn.kae@psru.ac.th

บทนำ

ปัจจุบันร้านค้าขายอาหารสัตว์เลี้ยงเป็นที่นิยมมากเนื่องจากประชากรส่วนใหญ่ในประเทศไทยนิยมเลี้ยงสัตว์เพื่อผ่อนคลายความเครียด อาทิเช่น สุนัข แมว แร็กคูน ปลา หรือสุนัขจิ้งจอก เป็นต้น ทำให้ร้านขายอาหารสัตว์เลี้ยงนิยมที่จะเพิ่มทางเลือกและความหลากหลายแก่ผู้บริโภค แต่เนื่องจากสัตว์เลี้ยงมีหลากหลายชนิดจึงทำให้ต้นทุนในการเข้าพื้นที่นั้นมีราคาสูง และเพื่อลดต้นทุนร้านขายอาหารสัตว์เลี้ยงส่วนใหญ่จึงนำเข้าอาหารสัตว์ที่ได้รับความนิยมส่วนใหญ่เท่านั้น จึงทำให้ผู้บริโภคไม่สามารถที่จะเลือกซื้ออาหารสัตว์เลี้ยงได้อย่างหลากหลายและตรงความต้องการของผู้บริโภค (Anchana, 2021)

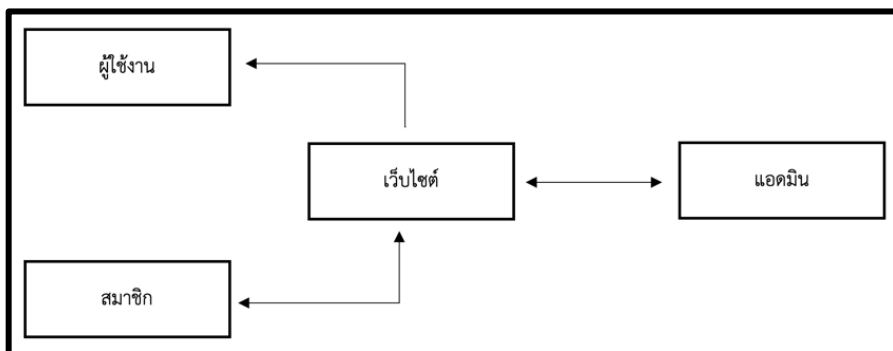
ด้วยอาหารสัตว์เลี้ยงมีความจำเป็นต่อเลี้ยงสัตว์และผู้รักสัตว์เป็นอย่างมาก แต่ด้วยสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ทำให้ร้านจำหน่ายอาหารสัตว์เลี้ยงมีลูกค้าน้อยลง ซึ่งส่งผลให้รายได้ลดลงอย่างเห็นได้ชัด อีกทั้งร้านค้ายังต้องแบกรับภาระต้นทุนในการจัดเตรียมของร้านนั้นคือ 20,000 บาทและมีภาระค่าใช้จ่ายในการเช่าที่เดือนละ 5,400 บาท รวมเป็น 25,400 บาทต่อเดือนทำให้อาหารสัตว์เลี้ยงที่มีการจำหน่ายนั้น ผู้วิจัยจึงได้พัฒนาเว็บไซต์เพื่อจำหน่ายอาหารสัตว์เลี้ยงให้มีความทันสมัยและง่ายต่อการใช้งานต้นทุนที่ไม่สูงมากและสามารถสอดคล้องกับเทคโนโลยีในปัจจุบัน โดยระบบในส่วนของผู้ซื้อ ประกอบด้วยการค้นหาสินค้าที่ต้องการได้ ส่วนในด้านผู้ขายมีการแจ้งรายละเอียดข้อมูลสินค้า ราคาสินค้า อย่างชัดเจนมีช่องทางในการขายเพิ่มขึ้น สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ง่าย อีกทั้งยังสามารถออกรายงานยอดขาย รายงานการสั่งซื้อ รายงานคลังสินค้า เพื่อช่วยให้ผู้ขายดำเนินธุรกิจได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพมากขึ้น

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อลดต้นทุนค่าเช่าพื้นที่ในการจำหน่ายอาหารสัตว์เลี้ยง และเพิ่มช่องทางการจำหน่าย
2. เพื่อพัฒนาเว็บไซต์เพื่อจำหน่ายอาหารสัตว์เลี้ยง : กรณีศึกษาร้าน Petshop
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อเว็บไซต์เพื่อจำหน่ายอาหารสัตว์เลี้ยง : กรณีศึกษาร้าน

Petshop

กรอบแนวคิด



ภาพที่ 1 ภาพกรอบแนวความคิด

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ชัยวัฒน์ ตรีปักษ์, ฐิติชัยรักบำรุง และนคร ละลอกน้ำ (2564) ศึกษาเรื่อง การพัฒนาเว็บไซต์แบบ เรชสπονดซ์ซีฟเพื่อการให้บริการด้านงานไอทีทัศนศึกษาสำหรับศูนย์แพทยศาสตรศึกษาชั้นคลินิกโรงพยาบาล พระปกเกล้า ได้พัฒนาเว็บไซต์โดยใช้แบบ เรชสπονดซ์ซีฟ ที่สามารถแสดงผลบนอุปกรณ์ที่แตกต่างกัน อาทิเช่น คอมพิวเตอร์ หรือ โทรศัพท์มือถือซึ่งสามารถรองรับอุปกรณ์ได้หลากหลายที่สามารถปรับให้เข้ากับอุปกรณ์ที่ผู้ใช้งานกำลังใช้อยู่ได้อย่างลงตัวโดยได้พัฒนาระบบเว็บไซต์ผ่านชุดคำสั่งภาษา HTML

สุบิน พุทโสม และจิระภา จันทรบัว (2564) ศึกษาเรื่อง อิทธิพลของความเสี่ยงในการซื้อสินค้าออนไลน์ ความพึงพอใจในการซื้อสินค้าออนไลน์ และความภักดีในการซื้อสินค้าออนไลน์ที่ส่งผลต่อการซื้อสินค้าออนไลน์ซ้ำ ได้กล่าวไว้ว่า ผลกระทบจากการรับรู้ความเสี่ยงจะเพิ่มความพึงพอใจได้ถ้ามีแรงจูงใจที่แข็งแกร่งที่จะเป็นสิ่งที่ช่วยลดความเสี่ยง และ ความเสี่ยงในการซื้อสินค้าออนไลน์มีอิทธิพลทางตรงกับความภักดีในการซื้อสินค้าออนไลน์ และแสดงให้เห็นถึงอิทธิพลทางอ้อมโดยผ่านความพึงพอใจในการซื้อสินค้าออนไลน์ไปยังความภักดีในการซื้อสินค้าออนไลน์

วรศรา ผู้สกุลสิงห์ และวราวุธ ฤกษ์วรารักษ์ (2563) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก โดยพบว่า เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีการใช้ CODE ลดราคาสำหรับการซื้อครั้งแรก จะยิ่งทำให้ผู้บริโภคมีความต้องการซื้อสินค้าที่มากขึ้นกว่าเดิม โดยการให้บริการเฉพาะบุคคลสำหรับเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีการตอบลูกค้าอย่างรวดเร็วและให้รายละเอียดอย่างชัดเจนจะยิ่งทำให้อยากซื้อสินค้ามากขึ้นและมีการแจ้งข้อมูลความสนใจเฉพาะบุคคลจะทำให้ยิ่งอยากซื้อสินค้ามากขึ้นกว่าเดิม และการรักษาความเป็นส่วนตัวของผู้ซื้อ หรือผู้ใช้บริการเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีการชี้แจงนโยบายความเป็นส่วนตัวอย่างชัดเจนบนเว็บไซต์จะยิ่งทำให้มีความต้องการซื้อสินค้ามากขึ้น รองลงมา คือ การที่เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีการขออนุญาตก่อนที่จะเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวเพื่อดำเนินกิจกรรมอื่นๆจะยิ่งทำให้ความต้องการที่จะซื้อสินค้าต่ำกว่าข้อแรก

กณัทมาศ แสงจันทร์ และชลดา เฉลิมพุดิ (2561) ศึกษาเรื่อง การพัฒนาเว็บไซต์ขายกระเป๋าออนไลน์ โดยได้พัฒนาเว็บไซต์สำหรับขายกระเป๋าที่ใช้ระบบฐานข้อมูลในการเก็บข้อมูลลูกค้า ที่ประกอบด้วย 5 ระบบ ได้แก่ ระบบล็อกอิน ระบบจัดการข้อมูลการขาย ระบบสมัครสมาชิก ระบบจัดการข้อมูล และระบบการออกรายงาน โดยสอดคล้องกับคำอธิบายรายวิชาการจัดการฐานข้อมูลทางธุรกิจ โดยการพัฒนาระบบเว็บไซต์ร้านซื้อ-ขายอาหารสัตว์เลี้ยงได้พัฒนาให้มีระบบที่สอดคล้องกับรายวิชาการจัดการฐานข้อมูลทางธุรกิจที่กล่าวไว้ว่า เว็บไซต์การขายสินค้าที่ดีควรมีองค์ประกอบดังนี้ ระบบล็อกอิน ระบบจัดการข้อมูลการขาย ระบบสมัครสมาชิก ระบบจัดการข้อมูล และระบบการออกรายงาน

นภสร อยู่เจริญ (2560) ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนาเว็บไซต์สำหรับซื้อขายอาหารสัตว์เลี้ยงโดยใช้การเชื่อมต่อบริการคลาวด์ (Cloud Computing) และ ASP.Net โดยทำให้สามารถรองรับฟังก์ชันการทำงานที่จำเป็นสำหรับการบริหารจัดการร้านที่ตรงกับความต้องการและสามารถตรวจสอบสินค้าหรือการบริการได้ตลอดเวลา เนื่องจากเป็น Web Base Application โดยผู้ใช้สามารถที่จะค้นหาข้อมูล สมัครสมาชิก และมีการรายงานการขายสินค้าแก่ผู้ใช้บริการ

ฐิติภา พันรังสี และชัยฤกษ์ แก้มพรหมมลาย (2560) ศึกษาเรื่อง การตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ThaiTrade.com ได้มีการระบุองค์ประกอบเว็บไซต์และแนวคิดที่สามารถส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคตามหลักเว็บไซต์ที่ดี 7C ซึ่งประกอบไปด้วย องค์ประกอบที่ดูน่าเชื่อถือ

เนื้อหาในเว็บไซต์ที่น่าสนใจ มีการรวมตัวในการทำกิจกรรมของคนในเว็บไซต์ การทำให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายที่เราต้องการ ผู้ใช้สามารถเข้าถึงได้ง่าย มีการค้นหาที่ง่ายและสะดวก และมีการค้าขายผ่านเว็บไซต์

อัมพิกา จงเจริญสุข และดร.ชินโสณ วิสิฐนธิธิจา (2560) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้ออาหารสัตว์เลี้ยงสำเร็จรูป ซึ่งกล่าวไว้ว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาในระดับเห็นด้วยมากที่สุด รองลงมาคือปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 4 ด้านมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารสัตว์เลี้ยงสำเร็จรูปในด้านค่าใช้จ่ายในการซื้อโดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันทั้ง 4 ด้าน กล่าวคือ มีความถี่และค่าใช้จ่ายในการซื้ออาหารสัตว์เลี้ยงสำเร็จรูปเพิ่มขึ้นเมื่อผลิตภัณฑ์หรือสินค้าดีขึ้น

ณัฐพันธ์ เผ่าพันธุ์ (2551) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่สร้างแรงจูงใจต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางเว็บไซต์ ได้กล่าวไว้ว่า กลุ่มคนอ้างอิงที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการผ่านเว็บไซต์มากที่สุด ได้แก่ กลุ่มคนอ้างอิง เช่น เพื่อนญาติพี่น้อง มีผลต่อผู้บริโภคอย่างมากในการที่โน้มน้าวเขาให้ตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการผ่านเว็บไซต์มากกว่าปัจจัยอื่น เพราะถ้าเขาไม่มีประสบการณ์ซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์มาก่อน เขาก็มีความเชื่อว่ากลุ่มอ้างอิงจะเป็นผู้ให้ข้อเสนอแนะแก่เขาได้ดีกว่าการเข้าไปซื้อเองโดยไม่ได้สอบถามจากกลุ่มอ้างอิงที่มีประสบการณ์ และปัจจัยที่สำคัญรองลงมาอีกปัจจัยหนึ่งคือ ความไว้วางใจต่อเว็บไซต์ ซึ่งทั้งสองปัจจัยเป็นปัจจัยภายนอกของผู้บริโภค ดังนั้นผู้พัฒนาธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จะต้องให้ความสำคัญกับปัจจัย ทั้งสองนี้อย่างยิ่ง

วิธีดำเนินการวิจัย

การพัฒนาเว็บไซต์เพื่อจำหน่ายอาหารสัตว์เลี้ยง : กรณีศึกษาร้าน Petshop

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

1.1 ศึกษาและรวบรวมข้อมูลสินค้าที่มีขายในร้าน Petshop ได้แก่ อาหารสัตว์เลี้ยงประเภท สุนัข แมว กระต่าย ปลา นก และแฮมสเตอร์

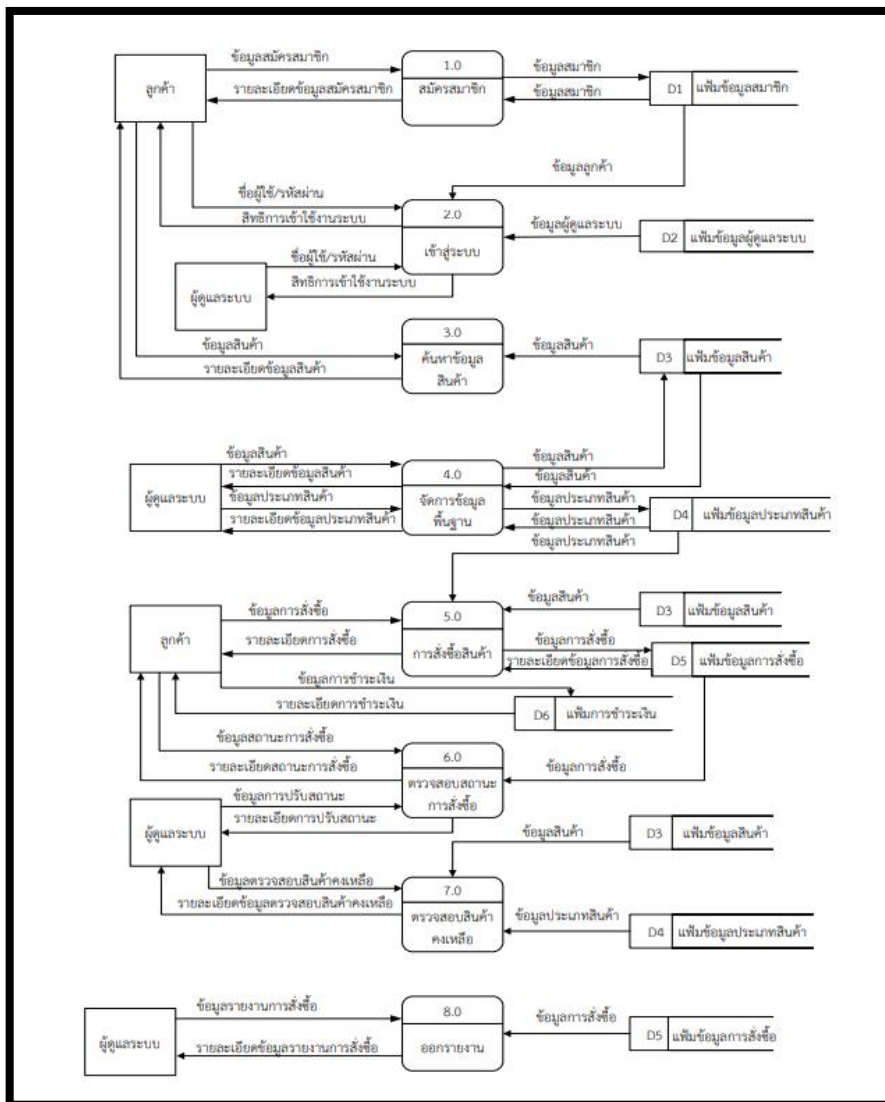
1.2 ความต้องการของผู้จำหน่ายสินค้า ที่มีต่อการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าและเพิ่มรายได้ให้กับร้านค้า

2. การออกแบบระบบ ผู้วิจัยได้พัฒนาระบบด้วยเรซสพอนด์ซีฟเว็บให้แสดงผลได้อย่างเหมาะสมและสวยงาม เป็นการออกแบบที่ผู้พัฒนาออกแบบแค่ครั้งเดียวก็สามารถรองรับได้ทุกอุปกรณ์ โดยได้ใช้โปรแกรม Sublime Text Editor, Hyper Text Markup Language, version 5 : HTML5 , PHP Hypertext Preprocessor: PHP, Cascading Style Sheets :CSS ร่วมกับโปรแกรม JavaScript ที่เหมาะสมสำหรับอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ เพิ่มความสะดวกสบายให้กับผู้ใช้ ซึ่งผลการออกแบบ โดยแบ่งระดับสมาชิกในส่วนของ ผู้ดูแลระบบ และสมาชิก เพื่อกำหนดสิทธิ์และขอบเขตของผู้ใช้งานตามหลักการออกแบบเว็บไซต์ของ (นภสร อยู่เจริญ, 2560) ที่ลูกค้าสามารถตรวจสอบสินค้าและค้นหาข้อมูลต่างๆ ได้ง่าย โดยระบบได้แบ่งผู้ใช้งานออกเป็นดังนี้

1) ผู้ใช้งานสามารถเข้ามาดูรายละเอียดข้อมูลสินค้าอาหารสัตว์บนระบบเว็บไซต์และทำการสมัครสมาชิกได้

2) สมาชิกทำการเข้าสู่ระบบเว็บไซต์ก่อนเพื่อยืนยันการมีตัวตน เมื่อเข้าสู่ระบบแล้วสมาชิกสามารถเพิ่ม ลบ แก้ไข ข้อมูลส่วนตัว ทำการซื้ออาหารสัตว์ออนไลน์และเช็ครายการที่สั่งซื้อ

3) แอดมิน ทำการเข้าสู่ระบบเว็บไซต์คอยจัดการระบบหลังร้าน สามารถดูรายข้อมูลสมาชิก เพิ่ม ลบ แก้ไข ดูรายการสั่งซื้อของสมาชิกทั้งหมด เช็การชำระเงิน ทำการออกรายงานการขายได้



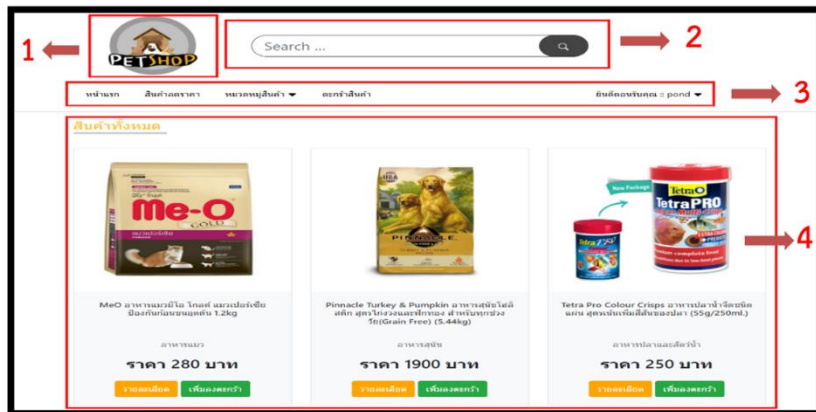
ภาพที่ 1 แผนภาพกระแสข้อมูลระดับที่ 0 ของระบบเว็บไซต์ร้านซื้อขายอาหารสัตว์เลี้ยงร้าน Petshop

3. การพัฒนาระบบ โดยเครื่องมือที่ใช้ในการพัฒนา คือ

- 1) โปรแกรมซบไลม์แท็กเอ็ดดิทอเอ ใช้ในการเขียนโค้ดเพื่อสร้างเว็บไซต์
- 2) โปรแกรมอะโดบีโฟโตชอปซีเอส 6 (Adobe Photoshop CS6) และ อะโดบีอิลลัสเตรเตอร์ (Adobe Illustrator) ใช้ในการออกแบบรูปภาพ
- 3) โปรแกรมแอปเซิร์ฟ เวอร์ชัน 2.5.10 (AppServ 2.5.10) ใช้ในการจำลองทำเว็บเซิร์ฟเวอร์

- 4) โปรแกรมมายเอสคิวเอล (MySQL) ใช้ในการสร้างฐานข้อมูล (Database) เพื่อเก็บข้อมูลต่างๆ
- 5) ภาษาเอชทีเอ็มแอล5, พีเอชพี, ซีเอสเอส, จาวาสคริปต์ ใช้ในการเขียนเว็บ

ผลการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อจำหน่ายอาหารสัตว์เลี้ยง : กรณีศึกษาร้าน Petshop



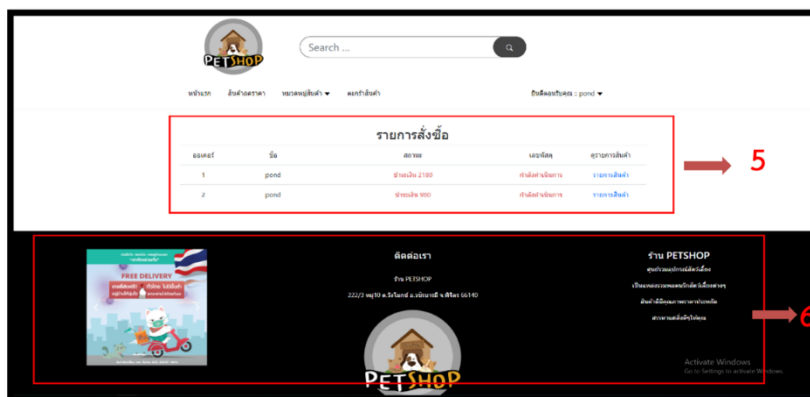
ภาพที่ 2 หน้าหลักของระบบเว็บไซต์ของผู้ใช้งานระบบ

ส่วนที่ 1 โลโก้เว็บไซต์

ส่วนที่ 2 ช่องแสดงการค้นหาสินค้าของระบบเว็บไซต์

ส่วนที่ 3 เมนูแสดงหน้าของสินค้า หมวดหมู่สินค้า ตะกร้าสินค้า การเข้าสู่ระบบและสมัครสมาชิก

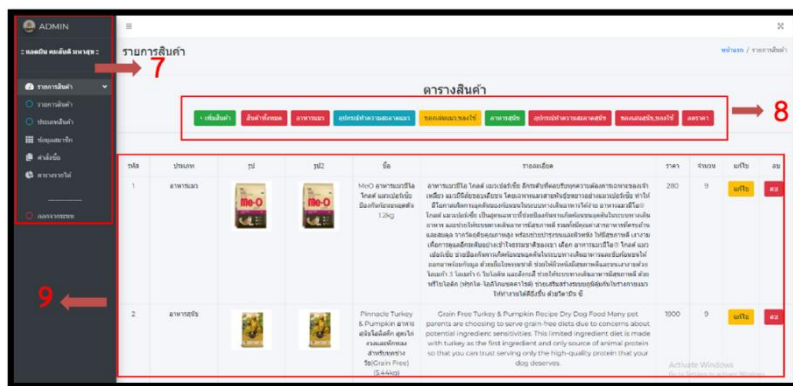
ส่วนที่ 4 รูปภาพและราคาสินค้าและรายละเอียดของสินค้าต่างๆ



ภาพที่ 3 หน้ารายการการสั่งซื้อสินค้าของผู้ใช้งานระบบ

ส่วนที่ 5 รายการแสดงคำสั่งซื้อสินค้า ตรวจสอบชื่อ สถานะและเลขพัสดุ

ส่วนที่ 6 ช่องทางการติดต่อ



ภาพที่ 4 หน้าตารางรายการสินค้าของผู้ดูแลระบบ

ส่วนที่ 7 แถบเมนู รายการสินค้า ประเภทสินค้า ข้อมูลสมาชิก คำสั่งซื้อ

ส่วนที่ 8 แถบเมนู เพิ่มสินค้า สินค้าทั้งหมด อาหารแมว อุปกรณ์ทำความสะอาดแมว ของเล่นแมว ของใช้ อาหารสุนัข ของเล่นสุนัข ของใช้ลดราคา

ส่วนที่ 9 ตารางแสดงรายละเอียดสินค้าของระบบเว็บไซต์ เช่น จำนวนสินค้าคงเหลือในร้าน



ภาพที่ 5 หน้าหลักของผู้ดูแลระบบ

ส่วนที่ 10 ตารางรายวัน ตารางรายเดือน ตารางรายปี เพิ่มรายได้

ส่วนที่ 11 ภาพรวมการรายงานรายได้ของระบบเว็บไซต์

การศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อเว็บไซต์จำหน่ายอาหารสัตว์เลี้ยง: กรณีศึกษาร้าน Petshop

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

- 1.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นครั้งนี้คือ กลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการร้านขายอาหารสัตว์เลี้ยงร้าน PetShop
- 1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือผู้ที่เคยซื้อขายหรือใช้บริการร้านขายอาหารสัตว์เลี้ยงในร้าน Petshop แต่เนื่องจากประชากรไม่ทราบจำนวนที่ชัดเจน ดังนั้นการหากลุ่มตัวอย่างสามารถคำนวณได้จากสูตร ไม่ทราบขนาดของคอคแรน (Cochran, 1977 อ้างอิงถึงใน สุบิน พุทโสมและจิระภา จันทร์บัว, 2564) โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 โดยได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

อย่างน้อย 384 คน และเพื่อความสะดวกในการประเมินผลและการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 450 ตัวอย่าง ซึ่งถือว่าผ่านเกณฑ์ที่กำหนด โดยใช้วิธีการเลือกเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการประเมินความพึงพอใจที่มีต่อเว็บไซต์จำหน่ายอาหารสัตว์เลี้ยง: กรณีศึกษาร้าน Petshop โดยใช้แบบสอบถามผ่าน Google form เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยคำนึงถึงหลักเว็บไซต์ที่ดี 7C ของ (จิตติภา พันธ์รังสี และชัยฤกษ์ แก้วพรหมมาลย์, 2560) ประกอบไปด้วย องค์ประกอบที่น่าเชื่อถือ เนื้อหาในเว็บไซต์ที่น่าสนใจ มีการรวมตัวในการทำกิจกรรมของคนในเว็บไซต์ การทำให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายที่เราต้องการ ผู้ใช้สามารถเข้าถึงได้ง่าย มีการค้นหาที่ง่ายและสะดวก และมีการค้าขายผ่านเว็บไซต์ ซึ่งแบบสอบถามประกอบไปด้วยส่วนต่าง ๆ ดังนี้

ส่วนที่ 1 ส่วนของข้อมูลเบื้องต้น ได้แก่ เพศ และอายุ ลักษณะคำถามแบบปลายปิดเลือกคำตอบ

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจด้านการใช้เว็บไซต์ 7C ประกอบไปด้วย องค์ประกอบที่น่าเชื่อถือ เนื้อหาในเว็บไซต์ที่น่าสนใจ มีการรวมตัวในการทำกิจกรรมของคนในเว็บไซต์ การทำให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายที่เราต้องการ ผู้ใช้สามารถเข้าถึงได้ง่าย มีการค้นหาที่ง่ายและสะดวก และมีการค้าขายผ่านเว็บไซต์ โดยคำถามเป็นแบบปลายปิดสามารถเลือกตอบได้ 5 ระดับ โดยใช้มาตรวัดประมาณค่า (Rating Scale) ให้คะแนนแต่ละระดับตั้งแต่ค่าคะแนนน้อยที่สุด คือ 1 ถึงค่าคะแนนมากที่สุด คือ 5

3. สถิติที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ใช้สถิติในการวิเคราะห์ คือ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อบรรยายตัวแปรที่เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปและคุณสมบัติของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ และอายุ

ผลการวิจัย

1. ผลการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อจำหน่ายอาหารสัตว์เลี้ยง : กรณีศึกษาร้าน Petshop คือ ได้ เว็บไซต์เพื่อจำหน่ายอาหารสัตว์เลี้ยง : กรณีศึกษาร้าน Petshop ที่มีการตอบสนองต่อผู้บริโภคได้ทุกที่ทุกเวลา และสามารถลดต้นทุนการเช่าพื้นที่ในการขายอาหารสัตว์เลี้ยง โดยระบบประกอบไปด้วย 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 คือ ส่วนของผู้ใช้ที่สามารถดูสินค้าภายในร้านและสมัครสมาชิกได้ ส่วนที่ 2 คือ ส่วนของสมาชิกเข้าสู่ระบบเว็บไซต์ก่อนเพื่อยืนยันการมีตัวตน เมื่อเข้าสู่ระบบแล้วสมาชิกสามารถ เพิ่ม ลบ แก้ไข ข้อมูลส่วนตัว ทำการซื้ออาหารสัตว์ผ่านระบบออนไลน์และเช็ครายการที่สั่งซื้อ และมีส่วนการค้นหาสินค้าที่ต้องการได้และมีการแจ้งรายละเอียดข้อมูลสินค้า ราคาสินค้า อย่างชัดเจน ส่วนที่ 3 หรือส่วนของผู้ดูแลระบบหรือผู้ขาย สามารถขายสินค้า ตั้งราคาสินค้า ดูรายข้อมูลสมาชิก เพิ่ม ลบ แก้ไข ดูรายการสั่งซื้อของสมาชิกทั้งหมด เช็คการชำระเงิน และสามารถออกรายงานยอดขาย รายงานการสั่งซื้อ รายงานคลังสินค้า โดยระบบสามารถที่จะจัดการการชำระเงิน จัดการข้อมูลต่าง ๆ ที่กล่าวไว้ว่าเว็บไซต์การขายสินค้าที่ดีควรมีองค์ประกอบดังนี้ ระบบล็อกอิน ระบบจัดการข้อมูลการขาย ระบบสมัครสมาชิก ระบบจัดการข้อมูล และระบบการออกรายงาน โดยระบบทั้งหมดจะทำงานผ่านฐานข้อมูลซึ่งสามารถแสดงผลได้แบบเรชสปอนด์ชิฟ (ชัยวัฒน์ ตรีปักษ์ ฐิติชัยรักบำรุง และนคร ละลอกน้ำ, 2564) กล่าวคือนอกจาก เว็บไซต์ที่สามารถแสดงผลได้บนคอมพิวเตอร์ ระบบยังสามารถแสดงผลผ่านโทรศัพท์มือถือ เพื่อเป็นเว็บไซต์ที่สามารถแสดงผลได้ทุกแพลตฟอร์มได้อย่างแท้จริง ดังภาพที่ 6



ภาพที่ 6 ภาพแสดงเว็บไซต์ผ่านแพลตฟอร์มโทรศัพท์มือถือ

2. ผลศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อเว็บไซต์เพื่อจำหน่ายอาหารสัตว์เลี้ยง : กรณีศึกษาร้าน Petshop สรุปได้ดังนี้

2.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิจัยพบว่า มีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้นจำนวน 385 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 51.95 และเพศชายจำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 48.05 มีช่วงอายุระหว่าง 21-25 ปี จำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 51.95 มีช่วงอายุระหว่าง 18-20 ปี จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 25.71 และมีอายุระหว่าง 26-30 ปี จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 22.34 ตามลำดับ

2.2 ความพึงพอใจที่มีต่อการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อจำหน่ายอาหารสัตว์เลี้ยง : กรณีศึกษาร้าน Petshop

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อการใช้งานเว็บไซต์ ในภาพรวมอยู่ในระดับ ดีมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีความพึงพอใจด้านการทำให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายที่เราต้องการ รองลงมาด้านการรวมตัวในการทำกิจกรรมของคนในเว็บไซต์ ด้านมีการค้าขายผ่านเว็บไซต์ที่สะดวก และด้านผู้ใช้สามารถเข้าถึงได้ง่ายอยู่ในระดับ ดีมากที่สุด ตามลำดับ และมีความพึงพอใจด้านการค้นหาที่ง่ายและสะดวก ด้านเนื้อหาในเว็บไซต์ที่น่าสนใจ และด้านองค์ประกอบที่น่าเชื่อถือ ในระดับ ดีมาก ตามลำดับ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการประเมินความพึงพอใจที่มีต่อการใช้งานเว็บไซต์ตามหลัก 7C

รายงาน	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
องค์ประกอบที่น่าเชื่อถือ	4.07	0.65	ดีมาก
เนื้อหาในเว็บไซต์ที่น่าสนใจ	4.27	0.82	ดีมาก
การรวมตัวในการทำกิจกรรมของคนในเว็บไซต์	4.70	0.46	ดีมากที่สุด
การทำให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายที่เราต้องการ	4.79	0.46	ดีมากที่สุด
ผู้ใช้งานสามารถเข้าถึงได้ง่าย	4.53	0.32	ดีมากที่สุด
การค้นหาที่ง่ายและสะดวก	4.37	0.73	ดีมาก
มีการค้าขายผ่านเว็บไซต์ที่สะดวก	4.69	0.27	ดีมากที่สุด
รวม	4.48	0.53	ดีมาก

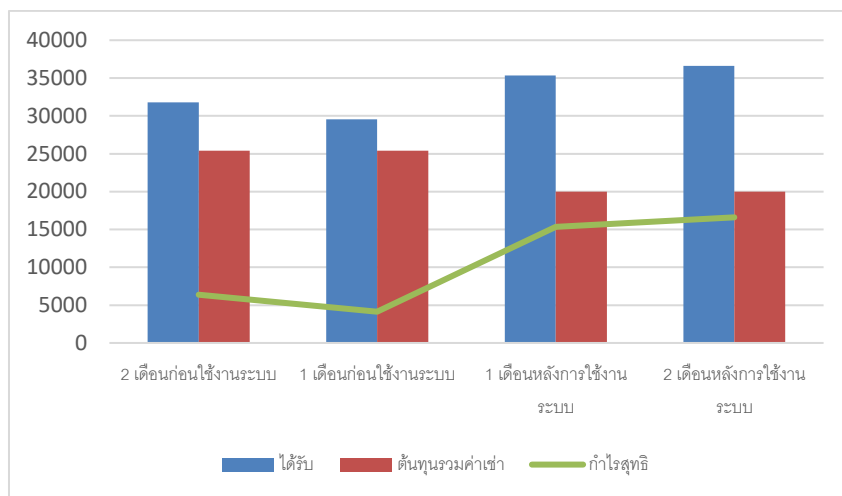
2.3 ความพึงพอใจที่มีต่อด้านผลิตภัณฑ์เว็บไซต์เพื่อจำหน่ายอาหารสัตว์เลี้ยง : กรณีศึกษาร้าน Petshop

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อด้านผลิตภัณฑ์ในภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีความพึงพอใจด้านสินค้ามีคุณภาพ ไม่มีสินค้าที่เสีย และด้านมีราคาที่ต่ำกว่าท้องตลาดอยู่ในระดับ ดีมากที่สุด และมีความพึงพอใจด้านมีการจัดส่งสินค้าอย่างรวดเร็ว ด้านมีสินค้าที่หลากหลาย สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้ทุกรูปแบบ ด้านมีการจัดส่งสินค้าที่ปลอดภัย และด้านราคาเหมาะสมและมีคุณภาพในระดับ ดีมาก ตามลำดับ ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการประเมินความพึงพอใจที่มีต่อด้านผลิตภัณฑ์

รายงาน	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
ราคาเหมาะสม และมีคุณภาพ	4.20	0.79	ดีมาก
สินค้ามีคุณภาพ ไม่มีสินค้าที่เสีย	4.70	0.46	ดีมากที่สุด
มีราคาที่ต่ำกว่าท้องตลาด	4.70	0.46	ดีมากที่สุด
มีสินค้าที่หลากหลาย สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้ทุกรูปแบบ	3.85	0.89	ดีมาก
มีการจัดส่งสินค้าอย่างรวดเร็ว	3.97	0.73	ดีมาก
มีการจัดส่งสินค้าที่ปลอดภัย	3.85	0.89	ดีมาก
รวม	4.21	0.70	ดีมาก

แผนภูมิที่ 1 แผนภูมิแสดงการเปรียบเทียบผลประกอบการรายได้ของร้าน Petshop ก่อนและหลังใช้งานระบบ



จากแผนภูมิที่ 1 จะเห็นได้ว่า ผลกำไร (กำไรสุทธิ) จากการจำหน่ายอาหารสัตว์เลี้ยงผ่านระบบเว็บไซต์สูงกว่า การจำหน่ายจากสถานที่เช่าประกอบกิจการอย่างเห็นได้ชัด โดยก่อนใช้งานระบบเว็บไซต์นั้น ร้านค้าสามารถทำกำไรสูงสุดอยู่ที่ 6,380 บาท และหลังใช้ระบบเว็บไซต์ร้านค้าสามารถทำกำไรได้มากที่สุดอยู่ที่ 16,599 บาท ผ่านช่องทางออนไลน์โดยส่วนต่างกำไรระหว่างก่อนใช้ระบบเว็บไซต์ขายอาหารสัตว์เลี้ยงและหลังใช้ระบบเว็บไซต์ขายอาหารสัตว์เลี้ยงทั้ง 4 เดือน อยู่ที่ 21,429 บาท

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาและการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อจำหน่ายอาหารสัตว์เลี้ยง : กรณีศึกษาร้าน Petshop เพื่อลดต้นทุนในการเช่าที่ในการค้าขายและเพื่อเพิ่มสินค้าให้หลากหลายในการตอบสนองความต้องการต่อผู้บริโภคในหลายๆ ด้าน พัฒนาระบบด้วยโปรแกรม Sublime Text Editor, Hyper Text Markup Language, version 5 : HTML5, PHP Hypertext Preprocessor: PHP, Cascading Style Sheets :CSS ร่วมกับโปรแกรม JavaScript ที่เหมาะสมกับอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ เพิ่มความสะดวกสบายให้กับผู้ใช้ ซึ่งระบบแบ่งเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนของผู้ใช้ที่สามารถเลือกดูสินค้าและสมัครสมาชิกได้ ส่วนของสมาชิกที่สามารถเลือกซื้อสินค้าได้ และส่วนของแอดมินที่สามารถจัดการหลังบ้านซึ่งผลการวิจัยจากการประเมินความพึงพอใจในด้านการใช้งานเว็บไซต์และด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการใช้งานเว็บไซต์มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 4.48 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.53 ซึ่งผลอยู่ในระดับ ดีมาก โดยการประเมินความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 4.21 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.70 ได้ผลเท่ากับ ดีมาก โดยการเปรียบเทียบรายได้และผลกำไรสุทธิได้ผลว่าหลังใช้ระบบเว็บไซต์ร้านซื้อ-ขายอาหารสัตว์เลี้ยงได้ผลกำไรมากกว่าการค้าขายในตามสถานที่โดยมีส่วนต่างของกำไรเท่ากับ 21,429 บาท ทั้งนี้เว็บไซต์เพื่อจำหน่ายอาหารสัตว์เลี้ยง : กรณีศึกษาร้าน Petshop สามารถที่จะตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ระดับ ดีมาก

อภิปรายผลการวิจัย

การพัฒนาเว็บไซต์เพื่อจำหน่ายอาหารสัตว์เลี้ยง : กรณีศึกษาร้าน Petshop เป็นการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในระบบงานเพื่อลดต้นทุนและเพิ่มความหลากหลายแก่ผู้บริโภคผ่านการดำเนินการซื้อขายทางระบบเว็บไซต์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสามารถลดต้นทุนจากการเช่าที่และเพิ่มกำไรจากการขยายประเภทสินค้าให้มีความหลากหลายทำให้ผลกำไรนั้นเพิ่มมากขึ้น เช่น มีการเพิ่มขอบเขตสินค้าให้เจาะกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น หรือการเพิ่มตัวเลือกสินค้าให้มีความหลากหลายและโดดเด่น ซึ่งสอดคล้องกับการพัฒนาเว็บไซต์ได้ใช้หลักการพัฒนาเว็บไซต์ขายอาหารสัตว์เลี้ยงของ (นภสร อยู่เจริญ, 2560) ที่สามารถบริหารจัดการร้านที่ตรงกับความต้องการ และสามารถตรวจสอบสินค้าหรือการบริการได้ตลอดเวลา และออกแบบตามแนวคิดการออกแบบของ (ชัยวัฒน์ ตรีภักษ์ วิฑิตชัยรักบำรุง และนคร ละลอกน้ำ, 2564) โดยใช้หลักการออกแบบ Responsive Web ทำให้สามารถรองรับอุปกรณ์ได้หลากหลายที่สามารถปรับให้เข้ากับอุปกรณ์ที่ผู้ใช้งานกำลังใช้อยู่ได้อย่างลงตัว ใช้การตลาดตามหลักของ (อัมพิกา จงเจริญสุข และ ดร.ชินโสณ วิสิฐนิจกิจจา, 2560) และ (วริศรา สู้สกุลสิงห์ และวราวุธ ฤกษ์วรารักษ์, 2563) ในการค้าขายบนเว็บไซต์ โดยจากการประเมินผลความพึงพอใจด้านการใช้งานเว็บไซต์ตามหลัก 7C ความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์และการเปรียบเทียบค่าใดก็ได้พบว่า เว็บไซต์เพื่อจำหน่ายอาหารสัตว์เลี้ยง : กรณีศึกษาร้าน Petshop สามารถที่จะแก้ปัญหาข้างต้นได้จริงโดยผลคะแนนประเมินโดยรวมอยู่ในระดับ ดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยการใช้งานเว็บไซต์ภาพรวมอยู่ในระดับ ดีมาก มีค่าเฉลี่ย 4.48 ซึ่งสอดคล้องกับ สุนันท์สินี มุ่นเชย, สุนันท์ ธาติ และศุภเชษฐ์ กันทะณีย์ (2563) ทำการศึกษาเรื่อง การออกแบบและพัฒนาส่วนต่อประสานกับผู้ใช้สำหรับแอปพลิเคชันบนอุปกรณ์เคลื่อนที่แนะนำการท่องเที่ยวเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจท่องเที่ยวภายใต้โครงการเรารักเชียงใหม่ (We love Chiang Mai) ผลการประเมินความพึงพอใจต่อการใช้งานในส่วนการออกแบบหน้าจอได้รับความพึงพอใจสูงสุดเมื่อเทียบกับด้านอื่นๆ ค่าเฉลี่ย 4.73 ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด และผลการประเมินความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ภาพรวมอยู่ในระดับ ดีมาก มีค่าเฉลี่ย 4.21 และส่วนต่างของผลกำไรที่มากขึ้นเท่ากับ 21,429 บาท

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะทั่วไป

จากการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อจำหน่ายอาหารสัตว์เลี้ยง : กรณีศึกษาร้าน Petshop ได้มีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ผู้จัดจำหน่ายควรให้ความสำคัญกับคุณภาพสินค้า ราคา โดยกำหนดราคาให้เหมาะสม และคุณภาพสินค้าจะต้องมีมาตรฐานตลอดเวลา
2. ผู้จัดจำหน่ายควรที่จะมีการส่งเสริมการตลาดในการขายสินค้า นอกจากโฆษณาบนเว็บไซต์ เช่น มีการเพิ่มการแจกใบปลิว หรือสื่อบนโซเชียลมีเดียต่าง ๆ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาถึงรายละเอียดของกลุ่มประชากรที่ไม่ซื้อ-ขายอาหารสัตว์ออนไลน์โดยอาจจะใช้วิธีการสอบถามข้อมูลผ่านทางสัมภาษณ์เป็นรายบุคคลหรือแบบกลุ่มเพื่อนำข้อมูลที่ได้มาประยุกต์ใช้กับธุรกิจออนไลน์ ในครั้งต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กัณทมาศ แสงจันทร์ และชลดา เฉลิมพุฒิ. (2561). *การพัฒนาเว็บไซต์ขายกระเป๋าสานออนไลน์* (สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.
- ชัยวัฒน์ ตรีปักษ์, จิตติชัยรักบำรุง และนคร ละลอกน้ำ. (2564). การพัฒนาเว็บไซต์แบบเรชสปอนด์ซีฟเพื่อให้บริการ ด้านงานโสตทัศนศึกษาสำหรับศูนย์แพทยศาสตรศึกษาชั้นคลินิกโรงพยาบาลพระปกเกล้า. *วารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสาร*, 4(2), 23-34.
- จิตติภา พันรังสี และชัยฤกษ์ แก้วพรหมมาลย์. (2560). การตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ Thairade.com. *วารสารวิทยาการเทคโนโลยีพลังงานและสิ่งแวดล้อม วิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม*, 4(1), 7-16.
- ณัฐสพันธ์ เผ่าพันธุ์. (2551). *ปัจจัยที่สร้างแรงจูงใจต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางเว็บไซต์*. (รายงานการวิจัย). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- นภสร อยู่เจริญ. (2560). *การพัฒนาบริการซอฟต์แวร์คลาวด์สำหรับการบริหารจัดการ ร้านขายอาหารสัตว์ : กรณีศึกษาร้านอุตติ์เพ็ทช็อป* (สารนิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- วรศรา สู้สกุลสิงห์ และวรารุณ ฤกษ์วรารักษ์. (2563). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดพิษณุโลก. *วารสารเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยทักษิณ*, 12(1), 99-118.
- สุนันท์สินี มุ่นเขย, สุนันท์ ธาติ และศุภเชษฐ กันทะณีย์. (2563). การออกแบบและพัฒนาส่วนต่อประสานกับผู้ใช้สำหรับแอปพลิเคชันบนอุปกรณ์เคลื่อนที่แนะนำการท่องเที่ยวเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจท่องเที่ยวภายใต้โครงการเรารักเชียงใหม่ (We love Chiang Mai). *วารสารวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม*, 2(2), 1-12.
- สุบิน พุทโสม และจิระภา จันท์บัว. (2564). อิทธิพลของความเสี่ยงในการซื้อสินค้าออนไลน์ ความพึงพอใจในการซื้อสินค้าออนไลน์ และความภักดีในการซื้อสินค้าออนไลน์ที่ส่งผลต่อการซื้อสินค้าออนไลน์ซ้ำ. *วารสารวิชาการสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย (สสอท.)*, 27(2), 57-73.
- อัมพิกา จงเจริญสุข และ ดร.ชินโสณ วิสิฐนิกิจา. (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้ออาหารสัตว์เลี้ยงสำเร็จรูป. *วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร*, 14(65), 163-172.
- Anchana, S. (2021). เช็คกันสักนิด..หากคิดจะเปิดร้านขายอาหารสัตว์. สืบค้นเมื่อ 14 มีนาคม 2565, จาก <https://pnstoretailer.com/pet-food-shop-check-list/>.