

ระบบสารสนเทศขายสกินแคร์แบรนด์ LPB CREAM

Information System for the Sales of LPB CREAM Skincare

ปราโมทย์ ตงฉิน^{1*} วีระชัย คอนจจอ¹ และ อรุณรัตน์ เอี่ยมสะอาด²

คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี¹ นักศึกษาคณะวิชาคอมพิวเตอร์ประยุกต์²
pramote.kmitl@gmail.com^{1*}, vkhonthai@yahoo.com², saplaty28713@gmail.com³

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนาระบบสารสนเทศขายสกินแคร์แบรนด์ LPB CREAM 2) ศึกษาผลการทดลองใช้ระบบสารสนเทศขายสกินแคร์แบรนด์ LPB CREAM และ 3) ศึกษาผลความพึงพอใจของพนักงานและผู้ซื้อสินค้าที่มีต่อระบบสารสนเทศขายสกินแคร์แบรนด์ LPB CREAM กลุ่มเป้าหมาย คือ พนักงานและผู้ซื้อสินค้าจำนวน 30 คน โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย โดยการจับฉลาก เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย ระบบสารสนเทศขายสกินแคร์แบรนด์ LPB CREAM และแบบสอบถามความพึงพอใจของพนักงานและผู้ซื้อสินค้าที่มีต่อระบบสารสนเทศขายสกินแคร์แบรนด์ LPB CREAM สถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า 1) ระบบสารสนเทศขายสกินแคร์แบรนด์ LPB CREAM ที่พัฒนาขึ้นประกอบด้วย 7 ส่วน ได้แก่ (1) หน้าแรก (2) วิธีการสั่งซื้อสินค้า (3) แจ้งชำระเงิน (4) บทความ (5) เว็บบอร์ด (6) เกี่ยวกับเรา และ (7) ติดต่อเรา 2) การศึกษาผลการทดลองใช้ พบว่าพนักงานและผู้ซื้อสินค้ามีความพึงพอใจต่อระบบโดยรวมอยู่ในระดับมาก และ 3) ผลการศึกษาระบบสารสนเทศขายสกินแคร์แบรนด์ LPB CREAM พบว่ามีความพอใจในด้านการทำงานของระบบ และด้านความง่ายต่อการใช้ระบบ อยู่ในระดับมากตามลำดับ

คำสำคัญ: พาณิซย์อิเล็กทรอนิกส์,ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต, สินค้า

Abstract

The research objectives were to develop a website to support the selling of LPB cream skin care and to assess the customers' level of satisfaction on the information system of this website. The samples included 30 respondents who were randomly selected from the shop keepers and the purchasers of this product. The research instruments were the website which contained the information system on the selling of LPB cream skin care and a set of questionnaires for assessing level of users' satisfaction on the efficiency and the effectiveness of this website. The data were statistically analyzed by using mean and standard deviation.

The research findings showed that the website contained 7 parts: 1) homepage, 2) how to place an order, 3) methods of payment, 4) articles, 5) web board, 6) about us, and 7) contact us. The overall level of the users' satisfaction of the system was at the high level. The aspect of simplicity of the system was also at a high level.

Keywords: E-Commerce, Internet Network, Product

บทนำ

ปัจจุบันระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้พัฒนาไปอย่างรวดเร็วและมีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่ทันสมัย มีการพัฒนาให้เกิดความสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น จึงมีการนำเอาระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตมาใช้ประโยชน์ในด้านพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ ทำให้ภาคธุรกิจเริ่มเข้ามาจับตลาดบนโลกอินเทอร์เน็ตมากขึ้นเนื่องจากมีความสะดวก รวดเร็ว และง่ายต่อการเลือกซื้อหรือทำธุรกรรมต่างๆ

การทำงานในด้านพาณิชย์กรรมของสกินแคร์แบรนด์ LPB CREAM ยังไม่มีประสิทธิภาพพอทำให้เกิดปัญหาในการเช็คสินค้าไม่ตรงกับรายการสินค้าที่มีอยู่ ทางร้านมีการจัดเก็บข้อมูลอยู่ในรูปแบบเอกสารและไม่มีการแยกประเภท และยังไม่มีระบบขายสกินแคร์แบรนด์ LPB CREAM ออนไลน์ลูกค้าที่ต้องการจะทราบถึงข้อมูลสินค้า หรือซื้อสินค้าจำเป็นต้องเดินทางมาที่ร้านเท่านั้นโดยไม่รู้ว่สินค้าที่ตนเองต้องการนั้นมีหรือไม่ ทำให้ลูกค้าไม่ได้รับความสะดวกเท่าที่ควรและทำให้เสียเวลา เสียค่าใช้จ่ายในการเดินทางทำให้ยอดขายน้อยลงและเกิดความเสียหายต่อผู้ขาย

ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้มีแนวคิดในการจัดทำระบบขายสกินแคร์แบรนด์ LPB CREAM ออนไลน์ขึ้น เพื่อให้ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า ให้ความสะดวกและรวดเร็วต่อการซื้อขายสินค้าและยังเป็นการประหยัดเรื่องเงินลงทุนทางด้านสถานที่ในการขายสินค้า สามารถขายได้บนเว็บไซต์ ซึ่งในปัจจุบันเทคโนโลยีสารสนเทศนั้นมีการเติบโตอย่างรวดเร็ว การขายสินค้าบนโลกออนไลน์จึงเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่ดีในการทำตลาด ทำให้ผู้ซื้อสามารถเข้าถึงการเลือกซื้อได้ง่าย สะดวก รวดเร็ว และประหยัดเวลาในการเดินทางมีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1.1 เพื่อพัฒนาระบบสารสนเทศขายสกินแคร์แบรนด์ LPB CREAM
- 1.2 เพื่อทดลองใช้ระบบสารสนเทศขายสกินแคร์แบรนด์ LPB CREAM
- 1.3 เพื่อศึกษาผลความพึงพอใจของพนักงานและผู้ซื้อสินค้าที่มีต่อระบบสารสนเทศขายสกินแคร์แบรนด์ LPB CREAM

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

หลักการประเมินการยอมรับของผู้ใช้ หมายถึง ซอฟต์แวร์นั้นจะต้องอำนวยความสะดวกในการให้แก่ผู้เรียน ใช้เวลาในการเรียนรู้ การติดตั้ง และปฏิบัติการได้ง่าย สามารถมีปฏิกริยาตอบโต้ต่อระบบได้รวดเร็ว ไม่ติดขัด มีคุณภาพในด้านทัศนวิสัย และมีความพึงพอใจและมีเจตคติที่ดีต่อซอฟต์แวร์

การกำหนดเกณฑ์การยอมรับนั้น จะต้องอาศัยฐานของการต่อประสานเชิงมนุษย์ (ชไนเดอร์แมน, 1998) ดังนี้

1. เวลาที่ใช้ในการเรียนรู้ฟังก์ชันเฉพาะต่างๆ
2. ความเร็วในการปฏิบัติงาน
3. อัตราความผิดพลาดที่เกิดจากผู้ใช้
4. เวลาที่ใช้ในการจดจำคำสั่ง
5. ความพึงพอใจของผู้ใช้

ณัฐชา รักประกอบกิจ และนิธนา ฐานิตรนกร [1] ได้ศึกษาเรื่อง คุณภาพของเว็บไซต์และการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์ขายนาฬิกาออนไลน์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า คุณภาพของเว็บไซต์ และการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์ขายนาฬิกาออนไลน์มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์มาตรฐาน เท่ากับ 81.37/86.07 และผู้ใช้งานส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อคุณภาพของเว็บไซต์ ภาพรวมอยู่ในระดับ มาก

ณัฐศักดิ์ วรวิทยานนท์ [2] ได้ศึกษาเรื่องทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อธุรกิจขายสินค้าและบริการผ่านออนไลน์ ผลการวิจัยพบว่า ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อธุรกิจขายสินค้าและบริการผ่านออนไลน์ก่อนการตัดสินใจซื้อมีประสิทธิภาพตามเกณฑ์มาตรฐาน เท่ากับ 82.83/81.75 และทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อธุรกิจขายสินค้าและบริการผ่านออนไลน์ภาพรวมอยู่ในระดับ มาก

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ขั้นตอนการดำเนินการวิจัยประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ดังนี้

- 1.1 ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสร้างเว็บไซต์และความต้องการของการขายสกินแคร์แบรนด์ LPB CREAM
- 1.2 วิเคราะห์และออกแบบเว็บไซต์ ภายใต้ความเป็นมาของปัญหาและความต้องการของพนักงานกับผู้ซื้อสินค้า

1.3 พัฒนาเว็บไซต์ระบบสารสนเทศขายสกินแคร์แบรนด์ LPB CREAM ตามผลการวิเคราะห์และออกแบบ

1.4 สร้างแบบประเมิน คุณภาพด้านการทำงาน และการนำเสนอของเว็บไซต์สารสนเทศขายสกินแคร์แบรนด์ LPB CREAM

1.5 นำเว็บไซต์สารสนเทศขายสกินแคร์แบรนด์ LPB CREAM ที่เสร็จสมบูรณ์นำเสนอเจ้าของร้าน เพื่อตรวจสอบ และประเมินคุณภาพด้านการขายสินค้าทางเว็บไซต์ และให้พนักงานกับผู้ซื้อสินค้าทดลองใช้เพื่อประเมินหาคุณภาพของเว็บไซต์

2. เครื่องมือการวิจัย

2.1 ระบบสารสนเทศขายสกินแคร์แบรนด์ LPB CREAM

2.2 แบบสอบถามความพึงพอใจของพนักงานและผู้ซื้อสินค้าที่มีต่อระบบสารสนเทศขายสกินแคร์แบรนด์ LPB CREAM

3. กลุ่มเป้าหมาย

ได้แก่ พนักงานและผู้ซื้อสินค้าจำนวน 30 คน โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย โดยการจับฉลาก

4. สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และเปรียบเทียบค่าสถิติ (Dependent t-test) โดยนำผลที่ได้เทียบกับเกณฑ์การประเมิน [3] ดังนี้

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 – 5.00 หมายความว่า ระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 – 4.49 หมายความว่า ระดับมาก

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.50 – 3.49 หมายความว่า ระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.50 – 2.49 หมายความว่า ระดับน้อย

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.00 – 1.49 หมายความว่า ระดับน้อยที่สุด

ผลการวิจัย

1. ผลการพัฒนาระบบสารสนเทศขายสกินแคร์แบรนด์ LPB CREAM

ผู้วิจัยได้ดำเนินการพัฒนาระบบสารสนเทศขายสกินแคร์แบรนด์ LPB CREAM ตามขั้นตอนการวิจัยโดยนำข้อมูลจากการศึกษา และวิเคราะห์มาจัดทำเว็บไซต์ขายสกินแคร์แบรนด์ LPB CREAM และเครื่องมือของกิจกรรม แสดงดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 ระบบสารสนเทศขายสกินแคร์แบรนด์ LPB CREAM

จากภาพที่ 1 ระบบสารสนเทศขายสกินแคร์แบรนด์ LPB CREAM ประกอบด้วย 7 ส่วน ได้แก่ (1) หน้าแรก (2) วิธีการสั่งซื้อสินค้า (3) แจ้งชำระเงิน (4) บทความ (5) เว็บบอร์ด (6) เกี่ยวกับเรา (7) ติดต่อเรา โดยมีวิดีโออธิบายถึงสกินแคร์เพื่อให้ลูกค้าเข้าใจในสกินแคร์แบรนด์ LPB CREAM มากขึ้น

2. ผลการศึกษาความพึงพอใจของพนักงานและผู้ซื้อสินค้าที่มีต่อระบบสารสนเทศขายสกินแคร์แบรนด์ LPB CREAM

ผู้วิจัยดำเนินการทดลองใช้ระบบสารสนเทศขายสกินแคร์แบรนด์ LPB CREAM ที่พัฒนาขึ้นกับพนักงานและผู้ซื้อสินค้าและดำเนินการสอบถามความพึงพอใจของพนักงานและผู้ซื้อสินค้าจำนวน 30 คน จากนั้นนำผลการสอบถามมาวิเคราะห์ด้วยค่าสถิติพื้นฐานเทียบกับเกณฑ์และสรุปผลแสดงดังตารางที่ 1 และตารางที่ 2

ตารางที่ 1 ความพึงพอใจด้านการนำไปใช้งานของระบบสารสนเทศขายสินค้าแบรนด์ LPB CREAM

ความพึงพอใจด้านการนำไปใช้งาน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ความง่ายและความสะดวกในการใช้งานระบบ	4.30	0.47	มาก
2. ความรวดเร็วในการใช้งานระบบ	3.90	0.45	มาก
3. ระบบสามารถค้นหาข้อมูลที่ต้องการได้	3.55	0.60	มาก
4. เว็บไซต์ช่วยสอนใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน	3.90	0.64	มาก

จากตารางที่ 1 ความคิดเห็นของพนักงานและผู้ซื้อสินค้าที่มีต่อการทำงานของระบบสารสนเทศขายสินค้าแบรนด์ LPB CREAM โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ข้อที่มีความพึงพอใจมากเรียงตามลำดับ 3 รายการ คือ

(1) ความง่ายและความสะดวกในการใช้งานระบบ ($\bar{X} = 4.30$, S.D. = 0.47) (2) ความรวดเร็วในการใช้งานระบบ ($\bar{X} = 3.90$, S.D. = 0.45) และ (3) เว็บไซต์ช่วยสอนใช้งานง่ายไม่ซับซ้อน ($\bar{X} = 3.90$, S.D. = 0.64)

ตารางที่ 2 ความพึงพอใจด้านส่วนประกอบด้านมัลติมีเดียของระบบสารสนเทศขายสินค้าแบรนด์ LPB CREAM

ความพึงพอใจด้านส่วนประกอบด้านมัลติมีเดีย	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ความเหมาะสมของภาพ ตัวอักษร ขนาด สี เสียง	3.70	0.66	มาก
2. การใช้ภาษาถูกต้องเหมาะสม	3.75	0.55	มาก
3. ความน่าสนใจและเทคนิคที่ใช้ในชิ้นงาน	3.75	0.44	มาก
4. การดำเนินเรื่องอย่างต่อเนื่องเหมาะสมกับเวลา	3.65	0.59	มาก

จากตารางที่ 2 ความคิดเห็นของพนักงานและผู้ซื้อสินค้าที่มีต่อการทำงานของระบบสารสนเทศขายสินค้าแบรนด์ LPB CREAM โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ข้อที่มีความพึงพอใจมากเรียงตามลำดับ 3 รายการ คือ (1) การใช้ภาษาถูกต้องเหมาะสม ($\bar{X} = 3.75$, S.D. = 0.55) (2) ความน่าสนใจและเทคนิคที่ใช้ในชิ้นงาน ($\bar{X} = 3.75$, S.D. = 0.44) และ (3) ความเหมาะสมของภาพ ตัวอักษร ขนาด สี เสียง ($\bar{X} = 3.70$, S.D. = 0.66)

อภิปรายผลการวิจัย

1. ระบบสารสนเทศขายสินค้าแบรนด์ LPB CREAM ประกอบด้วยองค์ประกอบ 7 ส่วน คือ 1) หน้าแรก 2) วิธีการสั่งซื้อสินค้า 3) แจ้งชำระเงิน 4) บทความ 5) เว็บไซต์ 6) เกี่ยวกับเรา และ 7) ติดต่อเรา โดยมีวิดีโออธิบายถึงสินค้าเพื่อให้ลูกค้าเข้าใจในสินค้าแบรนด์ LPB CREAM มากขึ้น กลุ่มเป้าหมายที่เป็นพนักงานและผู้ซื้อสินค้ามีความพึงพอใจต่อระบบโดยรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เนื่องจากระบบมีองค์ประกอบเนื่องจาก ผู้วิจัยได้ทำการพัฒนาระบบโดยพิจารณาจากหลักการประเมินการยอมรับของพนักงานและผู้ซื้อสินค้าที่ระบบจะต้องอำนวยความสะดวกในการให้พนักงานและผู้ซื้อสินค้า และสามารถมีปฏิกิริยาตอบโต้ต่อระบบได้รวดเร็ว ไม่ติดขัด มีคุณภาพในด้านทัศนวิสัย และมีความพึงพอใจและมีเจตคติที่ดีต่อซอฟต์แวร์ สอดคล้องกับ ชไนเดอร์แมน [4] ได้วิจัยเรื่อง เวลาที่ผู้ใช้เลือกซื้อสินค้าออนไลน์ ความเร็วในการปฏิบัติงาน อัตราความผิดพลาดที่เกิดจากผู้ใช้งาน พบว่า เวลาที่ใช้ในการจดจำคำสั่ง และความพึงพอใจของผู้ใช้ ส่งผลให้ผู้ใช้มีความพึงพอใจต่อระบบที่พัฒนาขึ้น

2. ผลการทดลองใช้ระบบสารสนเทศขายสินค้าแบรนด์ LPB CREAM พบว่า พนักงานและผู้ซื้อสินค้ามีความพึงพอใจต่อระบบโดยรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เนื่องจากผู้วิจัยได้ทำการพัฒนาระบบซึ่งได้ศึกษาเรื่องคุณภาพของเว็บไซต์ และการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ สอดคล้องกับ ญัฐชยา รักประกอบกิจ และนิตนา ฐานิธรนกร [1] ได้วิจัยเรื่อง เว็บไซต์ขายนาฬิกาออนไลน์ของผู้ให้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า คุณภาพของเว็บไซต์ และการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์ขายนาฬิกาออนไลน์ มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์มาตรฐานเท่ากับ 81.37/86.07 และผู้ใช้งานส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อคุณภาพของเว็บไซต์ ภาพรวมอยู่ในระดับ มาก

3. ผลการศึกษาผลความพึงพอใจของพนักงานและผู้ซื้อสินค้าที่มีต่อระบบสารสนเทศขายสินค้าแบรนด์ LPB CREAM พบว่าความคิดเห็นของพนักงานและผู้ซื้อสินค้าที่มีต่อระบบสารสนเทศขายสินค้าแบรนด์ LPB CREAM โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เนื่องจากระบบมีองค์ประกอบ (1) การใช้ภาษาถูกต้องเหมาะสม ($\bar{X} = 3.75$, S.D. = 0.55) (2) ความน่าสนใจและเทคนิคที่ใช้ในชิ้นงาน ($\bar{X} = 3.75$, S.D. = 0.44) และ (3) ความเหมาะสมของภาพ ตัวอักษร ขนาด สี เสียง ($\bar{X} = 3.70$, S.D. = 0.66) สอดคล้องกับ ญัฐศักดิ์ วรวิธานนท์ [2] ได้วิจัยเรื่องทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อธุรกิจขายสินค้าและบริการผ่านออนไลน์ ผลการวิจัยพบว่า ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อธุรกิจขายสินค้าและบริการผ่านออนไลน์ก่อนการตัดสินใจซื้อมีประสิทธิภาพตามเกณฑ์มาตรฐาน เท่ากับ 82.83/81.75 และทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อธุรกิจขายสินค้าและบริการผ่านออนไลน์ ภาพรวมอยู่ในระดับ มาก ดังนั้นจากผลการวิจัยของผู้วิจัยและผลงานวิจัยของทั้ง 3 เรื่องดังกล่าวมาทำ

ให้สรุปผลการวิจัยได้อย่างมีความน่าเชื่อถือว่า ผลงานวิจัยที่ผ่านกระบวนการวิจัยอย่างเป็นระบบและมีการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้จะทำให้มีความน่าเชื่อถืออย่างดี และสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์กับผู้อื่นได้อีกด้วย

ข้อเสนอแนะ

ผลจากการพัฒนาระบบสารสนเทศขายสินค้าแบรนด์ LPB CREAM พบว่าเป็นระบบที่ง่าย ผู้ซื้อสินค้าให้ความสนใจในสิ่งซื้อสินค้ามากขึ้น ดังนั้นผู้วิจัยเห็นว่าเพื่อเป็นประโยชน์ต่อการใช้ของผู้ใช้งานควรพัฒนาระบบขายประเภทอื่นๆ ที่ง่ายต่อการใช้ระบบ และรวดเร็วในการใช้งานมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- [1] ณัฐชยา รักประกอบกิจ และนิตนา สุานิตธนกร. (2559). คุณภาพของเว็บไซต์และการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์ขายนาฬิกาออนไลน์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ), มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์, นครสวรรค์.
- [2] ณัฐศักดิ์ วรวิทยานนท์. (2556). ทักษะของผู้บริโภคที่มีต่อธุรกิจขายสินค้าและบริการผ่านออนไลน์. กรุงเทพฯ: ศูนย์สื่อ.
- [3] พิสุทธิ อาธิราษฎร์. (2551). การพัฒนาซอฟต์แวร์ทางการศึกษา. มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, มหาสารคาม.
- [4] ชไนเดอร์แมน. (1998). *Designing the User Interface: Strategies for Effective Human-Computer Interaction*. 3rd, Massachusetts: Addison-Wesley.