

การพัฒนาเว็บแอปพลิเคชันร้านเสื้อผ้าออนไลน์ กรณีศึกษาร้านเสื้อผ้าแคทเธอรีน

Online Clothing Store Web Application Development Case Study of Catherine's Clothing Store

ศุภมิตร คุณศรีสุวรรณ

สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะเทคโนโลยีดิจิทัล มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์, sukhus@rpu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาเว็บแอปพลิเคชันร้านเสื้อผ้าออนไลน์ กรณีศึกษาร้านเสื้อผ้าแคทเธอรีน มีวัตถุประสงค์คือ 1) เพื่อพัฒนาเว็บแอปพลิเคชันเพื่อตอบสนองพฤติกรรมการซื้อขายสินค้าร้านเสื้อผ้าออนไลน์ 2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้งานต่อเว็บแอปพลิเคชันเพื่อตอบสนองพฤติกรรมการซื้อขายสินค้าร้านเสื้อผ้าออนไลน์ ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ลูกค้าของร้านเสื้อผ้าแคทเธอรีนที่ได้เข้าใช้งานเว็บแอปพลิเคชันจำนวน 50 คน

ผลการประเมินประสิทธิภาพของระบบจากผู้เชี่ยวชาญในภาพรวม มีค่าเฉลี่ย 4.47 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.63 และคุณภาพระดับดี โดยการนำค่าที่ได้มาจากการประเมินทั้ง 3 ด้าน คือ 1) ด้านความง่ายต่อการใช้งาน (Usability Test) (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.63 และคุณภาพระดับดี) 2) ด้านการทำงานได้ตามฟังก์ชัน (Functional Test) (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.51 และคุณภาพระดับดี) 3) ด้านการรักษาความปลอดภัยของข้อมูล (Security Test) (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.76 และคุณภาพระดับดี)

ผลการประเมินความพึงพอใจจากผู้ใช้งานในภาพรวม (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.59 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.61 และคุณภาพระดับดีมาก) มีผลการประเมิน ได้แก่ 1) ด้านส่วนติดต่อผู้ใช้งานโปรแกรม (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.59 และคุณภาพระดับดีมาก) 2) ด้านการประมวลผลของโปรแกรม (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.59 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.60 และคุณภาพระดับดีมาก) 3) ด้านสิทธิ์การเข้าใช้และความปลอดภัยของโปรแกรม (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.59 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.63 และคุณภาพระดับดีมาก) 4) ด้านการทำงานตรงตามความต้องการของผู้ใช้งานโปรแกรม (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.59 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.61 และคุณภาพระดับดีมาก)

คำหลัก: เว็บแอปพลิเคชัน ร้านเสื้อผ้าออนไลน์

Abstract

This research aims to develop an online clothing store web application, using Catherine's Clothing Store as a case study. The objectives of this study are: (1) to develop a web application that responds to consumer purchasing behavior in online clothing stores, and (2) to assess user satisfaction with the developed web application. The study involved 50 customers of Catherine's Clothing Store who used the web application.

The system's efficiency evaluation, conducted by experts, yielded an overall mean score of 4.47 with a standard deviation of 0.63, classified as "Good." The evaluation covered three aspects: 1) Usability Test (mean = 4.33, SD = 0.63, "Good"), 2) Functional Test (mean = 4.60, SD = 0.51, "Good"), and 3) Security Test (mean = 4.47, SD = 0.76, "Good").

User satisfaction was assessed with an overall mean score of 4.59 and a standard deviation of 0.61, classified as "Very Good." The evaluation included four aspects: 1) User Interface (mean = 4.60, SD = 0.59, "Very Good"), 2) System Processing (mean = 4.59, SD = 0.60, "Very Good"), 3) Access Control and Security (mean = 4.59, SD = 0.63, "Very Good"), and 4) Functionality Alignment with User Needs (mean = 4.59, SD = 0.61, "Very Good").

The findings indicate that the developed web application effectively meets user expectations, providing a high level of usability, functionality, and security for online clothing store transactions.

Keywords: Web Application, Online Clothing Store

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการศึกษาพฤติกรรมของกระบวนการใช้สินค้าหรือบริการ โดยให้ความสนใจในการตอบสนองของผู้บริโภคในด้านต่าง ๆ ดังนั้นการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคจึงเป็นการนำ กิจกรรมต่าง ๆ มาแตกเป็นกิจกรรมย่อย ๆ เช่นการค้นหาข้อมูล การเปรียบเทียบคุณค่า การเปรียบเทียบราคา ความพึงพอใจในการใช้สินค้า ผู้บริโภคแต่ละคนจะมีการตัดสินใจซื้อที่แตกต่างกัน การตัดสินใจซื้อได้รับอิทธิพลจาก วัฒนธรรม สังคม และจิตวิทยาของผู้บริโภค จึงจำเป็นต้องศึกษาลักษณะต่าง ๆ เพื่อทำความเข้าใจถึงวิธีการที่ผู้บริโภคตัดสินใจในกระบวนการตัดสินใจซื้อ พฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค (Consumer Buying Behavior) หมายถึง พฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคคนสุดท้าย ไม่ว่าจะเป็นบุคคลหรือครอบครัวที่ทำการซื้อสินค้าและบริการ สำหรับการบริโภคส่วนตัว ผู้บริโภคเหล่านี้เรียกรวมกันเป็นตลาดผู้บริโภค (Consumer Market)

การค้นหาหรือวิจัย เกี่ยวกับพฤติกรรมกรซื้อและการใช้ของผู้บริโภค ทั้งที่เป็นบุคคล กลุ่ม หรือองค์การ เพื่อให้ทราบถึงลักษณะความต้องการและพฤติกรรมกรซื้อ การใช้ การเลือกบริการ แนวคิด หรือประสบการณ์

ที่จะทำให้ผู้บริโภคพึงพอใจ คำตอบที่ได้จะช่วยให้นักการตลาดสามารถกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด (Market strategies) ที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2546)

เว็บไซต์ได้กลายเป็นช่องทางที่มีความสำคัญซึ่งมีบทบาทอย่างมากในเรื่องของการประชาสัมพันธ์ และการโฆษณา เนื่องจากคุณสมบัติต่าง ๆ ความสามารถในการเข้าถึง ความสะดวกในการใช้งาน ทั้งในเรื่องเวลาและระยะทาง สามารถใช้งานได้ตลอดเวลา 24 ชั่วโมง

ด้วยข้อดีดังกล่าว บริษัท ร้านค้า สถานประกอบการ ต่างมีความต้องการจัดทำเว็บไซต์ขึ้นเพื่อเป็นช่องทางการสื่อสาร เพื่อประโยชน์ในการเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสาร ไปสู่กลุ่มเป้าหมาย เช่น การโฆษณาขายสินค้าและบริการในรูปแบบต่าง ๆ ที่มีจุดมุ่งหมายในเชิงธุรกิจ หรือการใช้เว็บไซต์เป็นช่องทางเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสารขององค์กร เพื่อประชาสัมพันธ์องค์กรให้เป็นที่รู้จักเพื่อหวังผลในการสร้างภาพลักษณ์ ขององค์กรให้เป็นที่ยอมรับ ซึ่งเว็บไซต์นั้นเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพเป็นอย่างมากในการสนองภารกิจดังกล่าว

เมื่อพิจารณาแนวโน้มการใช้อินเทอร์เน็ตและคอมพิวเตอร์ในช่วงระหว่าง ปี 2559 - 2563 พบว่า ในระยะเวลา 5 ปีนี้ ประเทศไทยมีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้น โดยผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 47.5 (29.8 ล้านคน) ในปี 2559 เป็นร้อยละ 77.8 (49.7 ล้านคน) ในปี 2563 ในขณะที่สัดส่วนของผู้ใช้ คอมพิวเตอร์มีแนวโน้มลดลงในปี 2559 ถึง 2562 แต่ในปี 2563 เพิ่มขึ้นเล็กน้อย คิดเป็นร้อยละ 26.4 (16.8 ล้านคน) ส่วนอุปกรณ์ในการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต ส่วนใหญ่ ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตใช้โทรศัพท์มือถือแบบสมาร์ทโฟน (Smart Phone) ในการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตค่อนข้างสูงคือ ร้อยละ 99.2 รองลงมา ใช้คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ ร้อยละ 12.5 (กองสถิติเศรษฐกิจ สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2564)

เห็นได้ว่าการใช้งานอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์มือถือแบบสมาร์ทโฟนในการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตนั้นสูงถึงร้อยละ 99.2 ซึ่งสูงมาก ผู้วิจัยจึงศึกษาแนวทางการพัฒนาเว็บแอปพลิเคชันเพื่อตอบสนองพฤติกรรมการซื้อขายสินค้าร้านเสื้อผ้าออนไลน์ เพื่อให้เกิดความผิดพลาดน้อยที่สุด สามารถแสดงผลได้อย่างถูกต้อง สามารถใช้ผ่านระบบปฏิบัติการได้หลากหลาย และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าเว็บแอปพลิเคชันที่พัฒนาจะสามารถใช้งานได้ สร้างความพึงพอใจแก่ผู้ใช้งานได้เป็นอย่างดี

วัตถุประสงค์

1. เพื่อพัฒนาเว็บแอปพลิเคชันเพื่อตอบสนองพฤติกรรมการซื้อขายสินค้าร้านเสื้อผ้าออนไลน์
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้งานต่อเว็บแอปพลิเคชันเพื่อตอบสนองพฤติกรรมการซื้อขายสินค้าร้านเสื้อผ้าออนไลน์

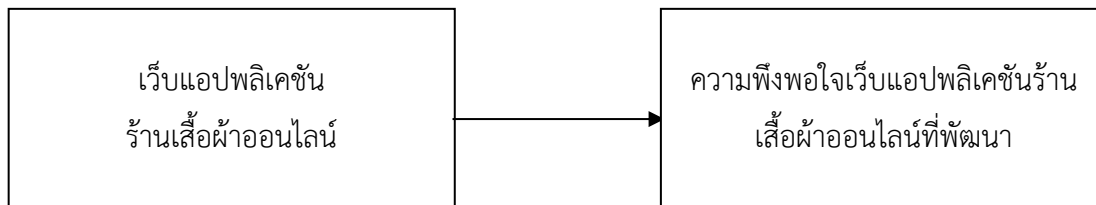
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้เว็บแอปพลิเคชันเพื่อตอบสนองพฤติกรรมซื้อขายสินค้าร้านเสื้อผ้าออนไลน์

2. เพื่อใช้เว็บแอปพลิเคชันสำหรับการซื้อสินค้าร้านเสื้อผ้าออนไลน์เพื่อให้มีความสะดวก สามารถบันทึกข้อมูล ง่ายต่อการดำเนินกิจกรรม

กรอบแนวคิด

ในการพัฒนางานวิจัย มีกรอบแนวคิดในการวิจัยดังนี้



วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร

เป็นผู้ใช้งานเว็บแอปพลิเคชันร้านเสื้อผ้าแคทเธอริน ซึ่งมีจำนวนมากและไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน

1.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยได้จากการเลือกแบบเฉพาะเจาะจงจากลูกค้าของร้านเสื้อผ้าแคทเธอรินที่ได้เข้าใช้งานเว็บแอปพลิเคชันจำนวน 50 คน

2. เครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม ใช้สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับเว็บแอปพลิเคชันร้านเสื้อผ้าออนไลน์

ลักษณะของแบบสอบถามส่วนที่ 1 เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating - Scale) 5 ระดับ ตั้งแต่ระดับที่ 1 ถึง 5 ซึ่งแบ่งได้ดังนี้

ระดับความคิดเห็น 5 คะแนน หมายถึง ดีมาก

ระดับความคิดเห็น 4 คะแนน หมายถึง ดี

ระดับความคิดเห็น 3 คะแนน หมายถึง ปานกลาง

ระดับความคิดเห็น 2 คะแนน หมายถึง พอใช้

ระดับความคิดเห็น 1 คะแนน หมายถึง ควรปรับปรุง

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ

ในการสร้างแบบสอบถามครั้งนี้ ผู้วิจัยสร้างโดยอาศัยข้อมูล แนวคิด ทฤษฎี บทความ ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยดัดแปลงให้เหมาะสมกับงานวิจัยนี้

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

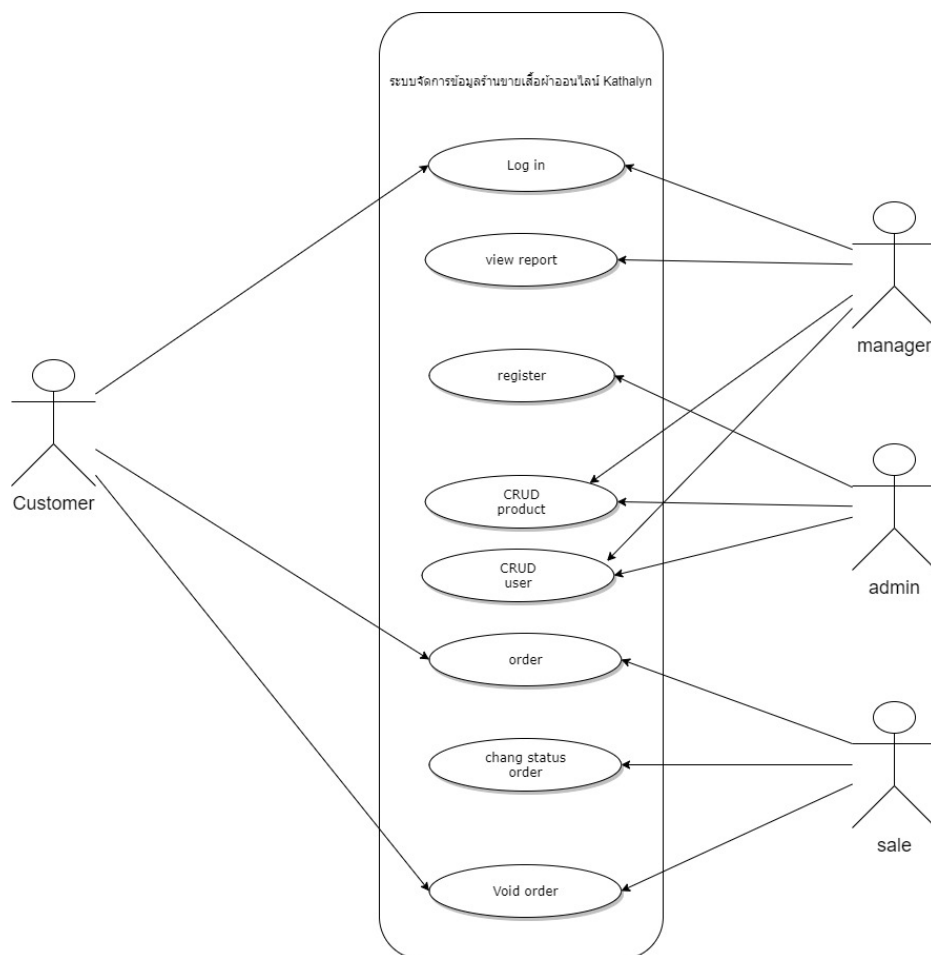
วิธีดำเนินงานเก็บรวบรวมข้อมูล ได้ดำเนินงานโดยเก็บรวบรวมข้อมูลการยอมรับการใช้โปรแกรมที่ผ่านการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 คน นำผลการเรียนรู้มาวิเคราะห์ สรุปและอภิปรายผล

4. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์แบบสอบถามเพื่อประเมินความพึงพอใจจากค่าเฉลี่ย (Mean) และ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

5. การวิเคราะห์และออกแบบระบบ

5.1 Use Case Diagram



ภาพ 1 Use case diagram ของระบบ

5.2 แผนผังของเว็บไซต์ (site map)

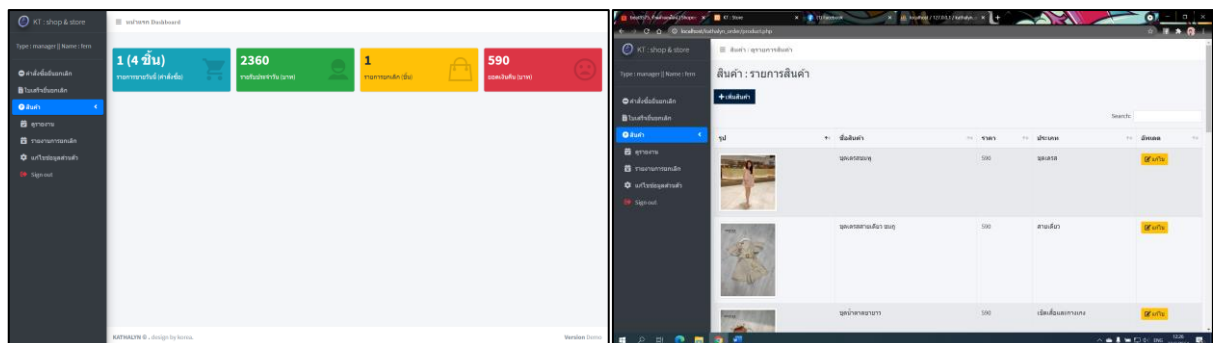
แผนผังหรือแผนที่แสดงการนำทางในระบบจากหน้าเว็บหนึ่งสู่อีกหน้าเว็บหนึ่งเพื่อให้ง่ายต่อการพัฒนาโดยใช้การแบ่งประเภทผู้ใช้ตั้งแต่หน้าจอการเข้าสู่ระบบ เพื่อแบ่งตัวนำทางสู่หน้าจอการทำงานต่าง ๆ ดังภาพที่ 2



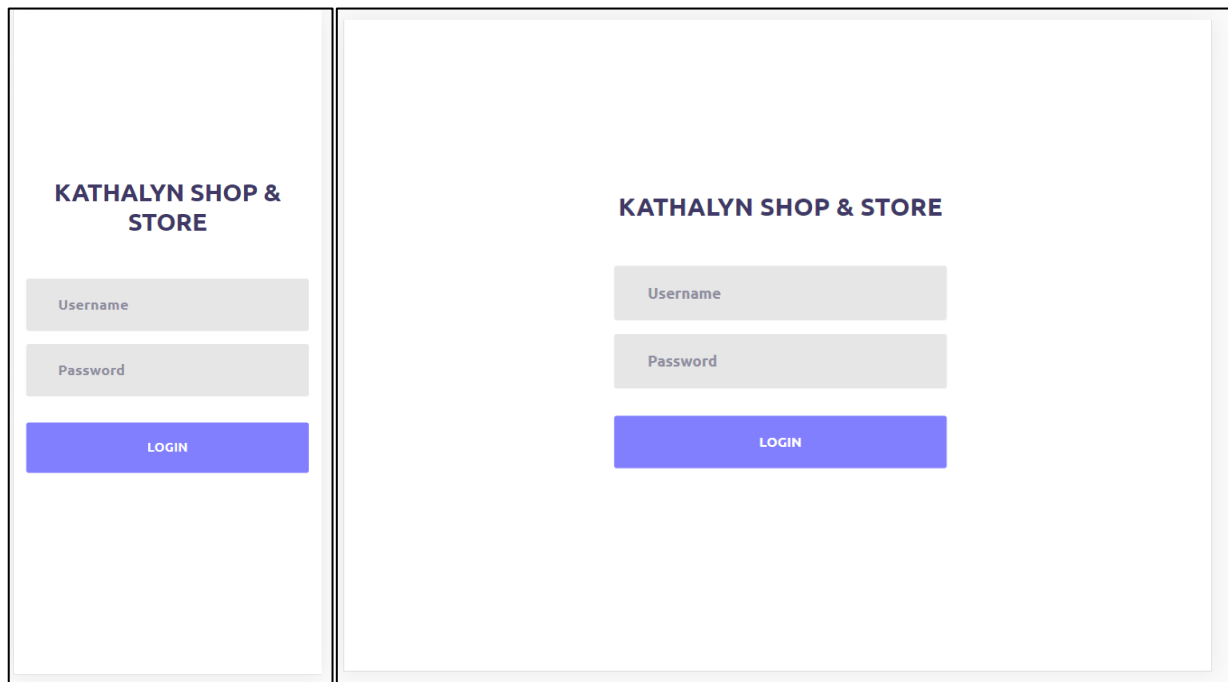
ภาพ 2 แผนผังเว็บไซต์ (site map)

ผลการวิจัย

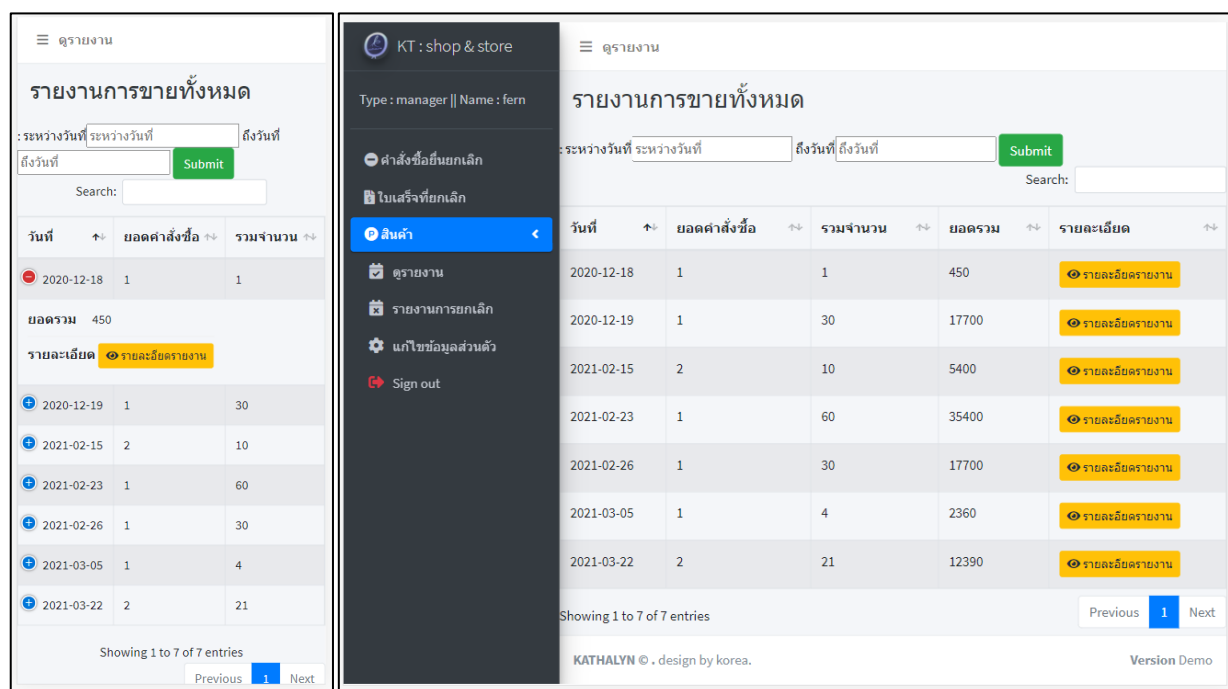
1. User interface overview ตัวอย่างการพัฒนาเว็บแอปพลิเคชัน ดังนี้



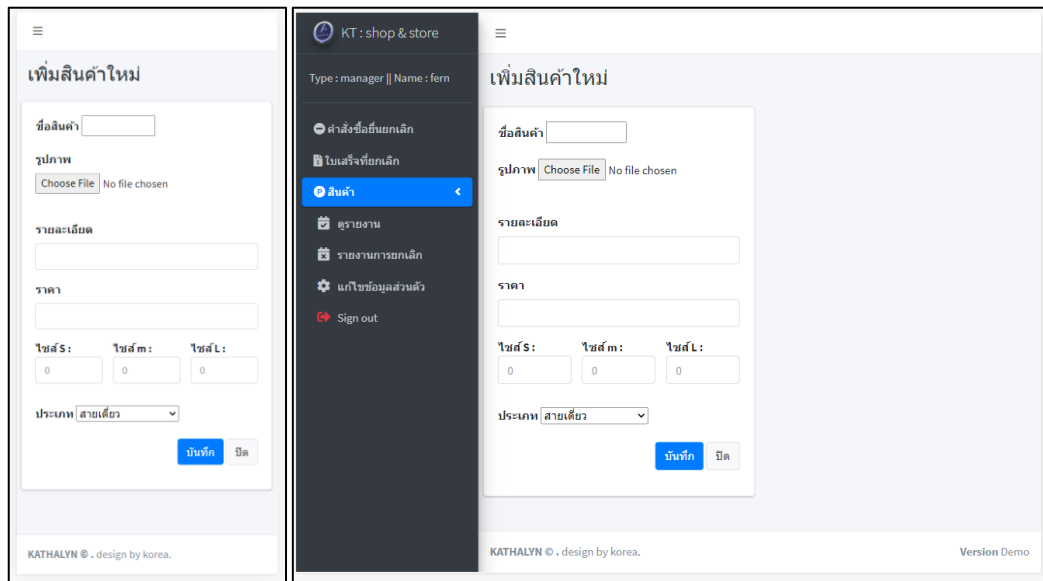
ภาพที่ 3 หน้าแรกสำหรับผู้ประเภผู้จัดการ



ภาพที่ 4 ตัวอย่างการแสดงผลในหน้าจอขนาดต่างกัน หน้าต่าง Login



ภาพ 5 ตัวอย่างการแสดงผลในหน้าจอที่ขนาดต่างกัน ตารางแสดงข้อมูล



ภาพ 6 ตัวอย่างการแสดงผลในหน้าจอที่ขนาดต่างกัน ฟอรัมการทำงาน

2. ผลการประเมินประสิทธิภาพโปรแกรม

2.1 ผลการประเมินประสิทธิภาพจากผู้เชี่ยวชาญ

รายการประเมิน	ระดับประสิทธิภาพ		
	$\bar{X}$	S.D.	เชิงคุณภาพ
1. ด้านความง่ายต่อการใช้งาน (Usability Test)	4.33	0.63	ดี
2. ด้านการทำงานได้ตามฟังก์ชัน (Functional Test)	4.60	0.51	ดี
3. ด้านการรักษาความปลอดภัยของข้อมูล (Security Test)	4.47	0.76	ดี
ค่าเฉลี่ยรวม	4.47	0.63	ดี

จากสรุปผลการประเมินประสิทธิภาพของระบบจากผู้เชี่ยวชาญในภาพรวม สามารถแสดงได้ดังตารางที่ 4.4 โดยมีผลการประเมิน ได้แก่ ด้านความง่ายต่อการใช้งาน (Usability Test) (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.63 และคุณภาพระดับดี) ด้านการทำงานได้ตามฟังก์ชัน (Functional Test) (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.51 และคุณภาพระดับดี) และด้านการรักษาความปลอดภัยของข้อมูล (Security Test) (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.76 และคุณภาพระดับดี)

จากการประเมินประสิทธิภาพเว็บแอปพลิเคชันร้านเสื้อผ้าออนไลน์ กรณีศึกษาร้านเสื้อผ้าแคทเธอริน โดยการนำค่าที่ได้มาจากการประเมินทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านความง่ายต่อการใช้งาน (Usability Test) ด้านการทำงานได้ตามฟังก์ชัน (Functional Test) และด้านการรักษาความปลอดภัยของข้อมูล (Security Test) เพื่อหาค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานสามารถสรุปได้ว่าเว็บแอปพลิเคชันร้านเสื้อผ้าออนไลน์ กรณีศึกษาร้านเสื้อผ้าแคทเธอริน มีค่าเฉลี่ย 4.47 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.63 และคุณภาพระดับดี จึงถือว่าสามารถที่จะนำไปใช้งานได้มีประสิทธิภาพ

2.2 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจจากผู้ใช้งาน

รายการประเมิน	ระดับความพึงพอใจ		
	$\bar{x}$	S.D.	เชิงคุณภาพ
1. ด้านส่วนติดต่อผู้ใช้งานโปรแกรม	4.60	0.59	ดีมาก
2. ด้านการประมวลผลของโปรแกรม	4.59	0.60	ดีมาก
3. ด้านสิทธิการเข้าใช้และความปลอดภัยของโปรแกรม	4.59	0.63	ดีมาก
4. ด้านการทำงานตรงตามความต้องการของผู้ใช้งานโปรแกรม	4.59	0.61	ดี
ค่าเฉลี่ยรวม	4.59	0.61	ดีมาก

สรุปผลการประเมินความพึงพอใจจากผู้ใช้งานในภาพรวม (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.59 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.61 และคุณภาพระดับดีมาก) มีผลการประเมิน ได้แก่ ด้านส่วนติดต่อผู้ใช้งานโปรแกรม (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.59 และคุณภาพระดับดีมาก) ด้านการประมวลผลของโปรแกรม (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.59 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.60 และคุณภาพระดับดีมาก) ด้านสิทธิการเข้าใช้และความปลอดภัยของโปรแกรม (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.59 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.63 และคุณภาพระดับดีมาก) ด้านการทำงานตรงตามความต้องการของผู้ใช้งานโปรแกรม (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.59 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.61 และคุณภาพระดับดีมาก)

สรุปผลการวิจัย

จากสรุปผลการประเมินประสิทธิภาพของระบบจากผู้เชี่ยวชาญในภาพรวม พบว่าระบบมีคุณภาพในระดับดี โดยแบ่งออกเป็น 3 ด้าน คือ 1) ด้านความง่ายต่อการใช้งาน (Usability Test) ได้ค่าเฉลี่ย 4.33 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.63 คุณภาพระดับดี 2) ด้านการทำงานได้ตามฟังก์ชัน (Functional Test) ได้ค่าเฉลี่ย 4.60 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.51 คุณภาพระดับดีมาก 3) ด้านการรักษาความปลอดภัยของข้อมูล (Security Test) ได้ค่าเฉลี่ย 4.47 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.76 คุณภาพระดับดี

เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยรวมของทั้ง 3 ด้าน พบว่าระบบมีค่าเฉลี่ย 4.47 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.63 และคุณภาพระดับดี แสดงให้เห็นว่าระบบสามารถนำไปใช้งานได้มีประสิทธิภาพ

สำหรับผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานในภาพรวม พบว่า 1) ด้านส่วนติดต่อผู้ใช้งานโปรแกรม ได้ค่าเฉลี่ย 4.60 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.59 คุณภาพระดับดีมาก 2) ด้านการประมวลผลของโปรแกรม ได้ค่าเฉลี่ย 4.59 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.60 คุณภาพระดับดีมาก 3) ด้านสิทธิการเข้าใช้และความปลอดภัยของโปรแกรม ได้ค่าเฉลี่ย 4.59 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.63 คุณภาพระดับดีมาก 4) ด้านการทำงานตรงตามความต้องการของผู้ใช้งาน ได้ค่าเฉลี่ย 4.59 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.61 คุณภาพระดับดีมาก

ค่าเฉลี่ยรวมของความพึงพอใจของผู้ใช้เท่ากับ 4.59 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.61 คุณภาพระดับดีมาก แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้งานมีความพึงพอใจสูงต่อระบบ

จากผลการวิจัยโดยรวม ระบบได้รับการประเมินว่ามีคุณภาพและประสิทธิภาพที่เหมาะสม สามารถนำไปใช้งานได้จริง และเป็นประโยชน์ต่อกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการใช้งาน

อภิปรายผล

งานวิจัยนี้เป็นการพัฒนาพัฒนาเว็บแอปพลิเคชันร้านเสื้อผ้าออนไลน์ กรณีศึกษาร้านเสื้อผ้าแคทเธอริน หลังจากพิจารณาการประเมินความพึงพอใจจากผู้ใช้งานในภาพรวม สามารถสรุปได้ว่า มีค่าเฉลี่ย 4.59 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.61 และคุณภาพระดับดีมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลวิจัยของผลการวิจัยของ รัตนา ลีรุ่งนาวรัตน์ และ เพียรทิพย์ ศรีสุธรรม (2562) ที่พบว่าความพึงพอใจของผู้ใช้ที่มีต่อระบบจำหน่ายสินค้าออนไลน์ด้วยเว็บแอปพลิเคชันแบบเรชสปอนต์ชีฟ กรณีศึกษาร้านขายเสื้อผ้า อยู่ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ย 4.14 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.75 และสอดคล้องกับผลวิจัยของชุตินา นิมนวล (2560) ที่พบว่าผลการใช้งานเว็บไซต์ ศูนย์ผลิตภัณฑ์ชุมชน ของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.31 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.64

ข้อเสนอแนะ

ควรปรับปรุงตำแหน่งเมนู ปุ่ม และสีให้เหมาะสมขึ้น ใช้หลักการออกแบบที่ช่วยให้การใช้งานสะดวกยิ่งขึ้น เพิ่มฟีเจอร์ด้านความปลอดภัย พิจารณาเพิ่มการเข้ารหัสข้อมูล พัฒนาแอปพลิเคชันให้ครอบคลุมแบบหลายแพลตฟอร์ม (Cross-platform)

เอกสารอ้างอิง

- กองสถิติเศรษฐกิจ สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2564). *การสำรวจการมี การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ในครัวเรือน*. <http://www.nso.go.th/sites/2014/DocLib13/2563/Pocketbook63.pdf>
- ชุตินา นิมนวล. (2560). การพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อสนับสนุนการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนของ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. *วารสารราชภัฏเพชรบูรณ์สาร*, 19(2), 57-64.
- รัตนา ลีรุ่งนาวรัตน์ และเพียรทิพย์ ศรีสุธรรม. (2562). การพัฒนาระบบจำหน่ายสินค้าออนไลน์ด้วยเว็บแอปพลิเคชันแบบเรชสปอนต์ชีฟ กรณีศึกษาร้านขายเสื้อผ้า. *วารสารแม่โจ้เทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรม*, 5(1), 110-119.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2546). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.