ระบบขายเห็ดออนไลน์กรณีศึกษา“ฟาร์มเห็ด บ้านแคนเจริญ ตำบลตูมใหญ่ อำเภอคูเมือง จังหวัดบุรีรัมย์”

ศิริพร นาศพัฒน์
อาภาวรรณ ไชยขันธ์

งานวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชาโครงงานคอมพิวเตอร์เพื่อธุรกิจ
สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
ปีการศึกษา 2562

ระบบขายเห็ดออนไลน์กรณีศึกษา“ฟาร์มเห็ด บ้านแคนเจริญ ตำบลตูมใหญ่ อำเภอคูเมือง จังหวัดบุรีรัมย์”

ศิริพร นาศพัฒน์
อาภาวรรณ ไชยขันธ์

งานวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชาโครงงานคอมพิวเตอร์เพื่อธุรกิจ
สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
ปีการศึกษา 2562

หัวข้อโครงงาน ระบบขายเห็ดออนไลน์กรณีศึกษา“ฟาร์มเห็ด บ้านแคนเจริญ ตำบลตูมใหญ่ อำเภอคูเมือง จังหวัดบุรีรัมย์

ชื่อผู้จัดทำโครงงาน นางสาวศิริพร นาศพัฒน์
นางสาวอาภาวรรณ ไชยขันธ์

อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์นิธิโรจน์ ศุภกฤษสุวรรณกุล

คณะ วิทยาการจัดการ

สถานบัน มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

ปีการศึกษา 2562

บทคัดย่อ

โครงงาน ระบบขายเห็ดออนไลน์กรณีศึกษา“ฟาร์มเห็ด บ้านแคนเจริญ ตำบลตูมใหญ่ อำเภอคูเมือง จังหวัดบุรีรัมย์” มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาการ พัฒนาสื่อสารสนเทศเพื่อการประชาสัมพันธ์และจัดจำหน่ายก้อนเชื้อเห็ด บ้านแคนเจริญ อำเภอคูเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ และการศึกษาการประเมินความพึงพอใจการพัฒนาสื่อสารสนเทศ เพื่อประชาสัมพันธ์และจัดจำหน่ายเห็ดสดจากฟาร์มเห็ดบ้านแคนเจริญ ตำบลตูมใหญ่ อำเภอคูเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ เว็บไซต์ประชาสัมพันธ์และจัดจำหน่ายเห็ดสดจากฟาร์มบ้านแคนเจริญ แบบประเมินความพึงพอใจของผู้เข้าใช้เว็บไซต์ประชาสัมพันธ์และจัดจำหน่ายเห็ดสดบ้านแคนเจริญ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการทดลองสรุได้ว่า เว็บไซต์ ประชาสัมพันธ์และจัดจำหน่ายเห็ดสดจากฟาร์มบ้านแคนเจริญ ช่วยให้กลุ่มตัวอย่าง ทราบเกี่ยวกับข้อมูลของฟาร์มเห็ดบ้านแคนเจริญ และกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อเนื้อหาและประโยชน์ที่ได้รับ

คำสำคัญ,ระบบขายเห็ดออนไลน์กรณีศึกษา“ฟาร์มเห็ด บ้านแคนเจริญ ตำบลตูมใหญ่ อำเภอคูเมือง จังหวัดบุรีรัมย์”

Project Title	Online Mushroom Selling System: a case study of "Can Charoen Farm Mushroom Farm, Tum Yai Subdistrict, Khu Mueang District, Buriram Province
Name of project developer	Miss. Siriporn Nassaphat Miss. Arpawan Chaiyakun
Advisors	Mr. Nithiroj Suphakritsuwankun
Faculty	Managent Science
Lnstitute	Buriram Rajabhat University
Academic year	2017

Abstract

The online mushroom selling system project: a case study of "Can Charoen Farm Mushroom Farm, Tum Yai Subdistrict, Khu Mueang District, Buri Ram Province" has objectives To study Information media development for public relations and distribution of mushroom germinated seeds in Ban Khaen Charoen, Khu Mueang District, Buri Ram Province And the study of the satisfaction assessment of the development of information media To publicize and distribute fresh mushrooms from Khaen Charoen Mushroom Farm, Tum Yai Subdistrict, Khu Mueang District, Buri Ram Province The research instruments were the website for public relations and distribution of fresh mushrooms from Baan Charoen Farm. Website user satisfaction evaluation form Public relations and distribution of fresh mushrooms Ban Kha Charoen The statistics used for data analysis are Mean, standard deviation The experimental results show that the website publicizes and distributes fresh mushrooms from Baan Charoen Farm. Help the sample Know about Ban Charoen Charoen Mushroom Farm And the sample groups were satisfied with the content and the benefits.

Key words, online mushroom selling system, case study of "Can Charoen Farm Mushroom Farm, Tum Yai Subdistrict, Khu Mueang District, Buri Ram Province"

กิตติกรรมประกาศ

โครงงานคอมพิวเตอร์ธุรกิจนี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความเหลืออย่างดีจากอาจารย์ นิธิโรจน์ ศุภกฤษสุวรรณกุล ที่กรุณารับเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาเฉพาะกรณีต่อมาตลอดมา รวมทั้งได้กรุณาเสียสละ เวลา ตรวจสอบการศึกษาเฉพาะกรณีตลอดมา รวมทั้งได้กรุณ้เสียสละเวลาตรวจสอบการศึกษาเฉพาะกรณีและแก้ไขมาปัญหาการใช้โปรแกรมและแก้ไขตรวจสอบข้อผิดพลาดให้จนสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ด้วย

ผู้จัดทำ

นางสาวศิริพร นาศพัฒน์

นางสาวอาภาวรรณ ไชยขันธ์

สารบัญ

บทคัดย่อ ..... **ก**

กิตติกรรมประกาศ ..... **ค**

สารบัญภาพ ..... **ฉ**

สารบัญตาราง ..... **ซ**

บทที่ 1 บทนำ **1**

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา 1

1.2 วัตถุประสงค์ 2

1.3 ขอบเขตของโครงงาน 2

1.4 ขั้นตอนและระยะเวลาการดำเนินงาน 2

1.5 เครื่องมือที่ใช้ในการพัฒนา 3

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ 3

1.7 นิยามศัพท์เกี่ยวข้อง 4

บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง **5**

2.1 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ 5

ความพึงพอใจ (SATISFACTION) ได้มีผู้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้หลายความหมาย ดังนี้ 10

2.2 ทฤษฎีการพัฒนาเว็บไซต์ 13

2.3 E-COMMERCE 20

2.5 วิจัยที่เกี่ยวข้อง 26

บทที่ 3 วิธีการดำเนินงาน **27**

3.1 ภาพรวมระบบ 27

3.3 การออกแบบการทำงานของระบบ 30

3.4 ออกแบบหน้าจอ 40

บทที่ 4 ผลการดำเนินงาน **45**

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....49

บทที่ 5 สรุป อภิปรายและข้อเสนอแนะ.....55

บรรณานุกรม.....57

แบบสอบถาม.....60

สารบัญภาพ

ภาพที่ 2. 1ความแตกต่างระหว่าง BUSINESS และ E-COMMERCE 21
ภาพที่ 2. 2 กรอบการทำงาน E-COMMERCE FRAMEWORK 22
ภาพที่ 2. 3 ด้านหน้าฟาร์มเห็ดบ้านแคนเจริญ ตำบลตูมใหญ่ อำเภอคูเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ 25
ภาพที่ 2. 4 ด้านในฟาร์มเห็ด บ้านแคนเจริญ ตำบลตูมใหญ่ อำเภอคูเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ 25
ภาพที่ 2. 5 โรงเพาะเห็ด.....25
ภาพที่ 3.1 แสดงภาพรวมระบบขายเห็ดออนไลน์ 27
ภาพที่ 3.2 ภาพรวมกระบวนการการทำงานระบบหน้า WEBSITE 28
ภาพที่ 3.3 แผนผังการทำงานของผู้ดูแลระบบ 29
ภาพที่ 3.4 การออกแบบระบบขายเห็ดออนไลน์กรณีศึกษา “ฟาร์มเห็ด บ้านแคนเจริญ ตำบลตูมใหญ่ อำเภอคูเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ ในส่วนของลูกค้า 30
ภาพที่ 3. 5 CONTEXT DIAGRAM LEVEL 0 ของระบบขายเห็ดออนไลน์กรณีศึกษา“ฟาร์มเห็ด บ้านแคนเจริญ ตำบลตูมใหญ่ อำเภอคูเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ 31
ภาพที่ 3.6 DATA FLOW DIAGRAM LEVEL 1 ระบบการขายสินค้าออนไลน์ 32
ภาพที่ 3.7 DATA FLOW LEVEL 2 สมัครสมาชิก.....32
ภาพที่ 3.8 DATA FLOW LEVEL 2 การจัดการสินค้า.....32
ภาพที่ 3.9 DATA FLOW LEVEL 2 เข้าสู่ระบบ.....33
ภาพที่ 3.10DATA FLOW LEVEL 2 การสั่งซื้อสินค้า.....33
ภาพที่ 3.11DATA FLOW LEVEL 2 การชำระเงิน.....34
ภาพที่ 3.12 DATA FLOW LEVEL 2 การจัดการข้อมูลการขาย.....34
ภาพที่ 3.13 DATA FLOW LEVEL 2 การจัดการสินค้า.....35
ภาพที่ 3.14 FLOWCHART แสดงการสมัครสมาชิก.....35
ภาพที่ 3.15 FLOWCHART แสดงการเข้าสู่ระบบ 36
ภาพที่ 3.16 FLOWCHART แสดงการจัดการข้อมูลสินค้า.....36
ภาพที่ 3.17 FLOWCHART แสดงการสั่งสินค้า.....37

ภาพที่ 3.18 FLOWCHART แสดงการชำระเงิน 37
ภาพที่ 3.19 FLOWCHART แสดงการจัดการข้อมูลการขาย 38
ภาพที่ 3. 20 FLOWCHART แสดงการเพิ่มสินค้า 38
ภาพที่ 3.21 FLOWCHART แสดงการแก้ไขข้อมูลสินค้า 39
ภาพที่ 3.22 FLOWCHART แสดงการลบสินค้า 39
ภาพที่ 3.23 แสดงภาพตัวอย่างหน้าการสมัครสมาชิก 40
ภาพที่ 3.24 แสดงภาพตัวอย่างหน้าการเข้าสู่ระบบเว็บไซต์ 40
ภาพที่ 3.25 แสดงภาพตัวอย่างหน้าแรกของเว็บไซต 41
ภาพที่ 3.26 แสดงภาพตัวอย่างหน้าแสดงสินค้าค้นหาสินค้า 41
ภาพที่ 3.27 แสดงภาพตัวอย่างหน้าเรียกดูสินค้า 41
ภาพที่ 3.28 แสดงภาพตัวอย่างหน้าเลือกการจัดส่งสินค้า 42
ภาพที่ 3.29 แสดงภาพตัวอย่างหน้าการเลือกการจัดส่ง 42
ภาพที่ 3. 30 แสดงภาพตัวอย่างหน้าการเลือกวิธีการชำระเงิน 42
ภาพที่ 4. 1 สมัครสมาชิก 45
ภาพที่ 4. 2 สินค้าทั้งหมด 46
ภาพที่ 4. 3 สมาชิก 46
ภาพที่ 4. 4 เมนู 47
ภาพที่ 4. 5 วิกเจ็ด 47
ภาพที่ 4. 6 ร้านค้าของฉัน 48
ภาพที่ 4. 7 ติดต่อเรา 48
ภาพที่ 4. 8 แจ้งชำระเงิน 49

สารบัญตาราง

ตารางที่ 4. 1 จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศของกลุ่มตัวอย่าง 49
ตารางที่ 4. 2 จำนวนร้อยละผู้ตอยแบบสอบถามจำแนกตามอายุของกลุ่มตัวอย่าง.....50
ตารางที่ 4. 3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพของกลุ่มตัวอย่าง.....50
ตารางที่ 4. 4 จำนวนร้อยละผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวุฒิการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง 50
ตารางที่ 4. 5 จำนวนร้อยละผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง.....51
ตารางที่ 4. 6 จำนวนร้อยละผู้ตอบแบบสอบถามด้านการออกแบบ.....51
ตารางที่ 4. 7 จำนวนร้อยละผู้ตอบแบบสอบถามด้านประโยชน์ของระบบ.....52
ตารางที่ 4. 8 จำนวนร้อยละผู้ตอบแบบสอบถามด้านเนื้อหา.....53
ตารางที่ 4. 9 สรุปแบบสอบถามทั้ง 3 ด้าน.....54

บทที่ 1
บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

เนื่องด้วยพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงเป็นแบบอย่างในการใช้ชีวิตแบบพอเพียง โดยมีโครงการเศรษฐกิจพอเพียง ผู้จัดทำจึงจัดทำโครงการนี้ขึ้นมา เนื่องจากมีภูมิปัญญาท้องถิ่นคอยให้คำแนะนำปรึกษาภายในชุมชน การเพาะเห็ดนางฟ้าลงทุนไม่มาก ประหยัดค่าใช้จ่าย และสามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้มาก เช่น นำไปประกอบอาหารในโครงการอาหารกลางวันของโรงเรียน และการนำไปขายเพื่อเป็นการสร้างอาชีพ ในปัจจุบันการค้าขายสินค้าออนไลน์เป็นที่นิยมมาก มีข้อดี คือ ไม่ต้องมีหน้าร้านก็ขายสินค้าออนไลน์ได้ ไม่ต้องเช่าพื้นที่ราคาแพง สามารถขายสินค้าได้ 24 ชม. แม้ว่าคุณจะนอนหลับอยู่กับบ้าน

“ฟาร์มเห็ด บ้านแคนเจริญ ตำบลตูมใหญ่ อำเภอคูเมือง จังหวัดบุรีรัมย์” ได้จัดตั้งขึ้นเมื่อปีพุทธศักราช 2558 ที่หมู่บ้านแคนเจริญ ตำบลตูมใหญ่ อำเภอคูเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ เริ่มแรกได้จัดการนำเข้าเชื้อเห็ดมาจากฟาร์มอื่น แต่มีต้นทุนสูงในการใช้จ่าย จึงได้ทำการศึกษาหาความรู้ด้านการเพาะเชื้อเห็ด แล้วได้นำมาเพาะเห็ดในฟาร์มเอง เพื่อช่วยลดต้นทุนและเราก็ได้ทำเชื้อเห็ดเพื่อจำหน่ายให้กับคนที่ต้องการ ในฟาร์มเรามีทั้งเห็ดนางฟ้า เห็ดฟาง เห็ดขอนขาว ขายให้กับคนที่ต้องการจนถึงปัจจุบัน แต่ในปัจจุบันทางฟาร์มยังขาดเทคโนโลยีที่ทันสมัยเพื่อที่จะช่วยในการเพิ่มยอดขายและกระจายสินค้าได้มากขึ้น เพราะยอดขายยังไม่ดีเท่าที่ควร

จากที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงทำระบบขายเห็ดออนไลน์กรณีศึกษา“ฟาร์มเห็ด บ้านแคนเจริญ ตำบลตูมใหญ่ อำเภอคูเมือง จังหวัดบุรีรัมย์” เพื่อเพิ่มช่องทางการขายสินค้า เพราะว่าฟาร์มเห็ดที่กล่าวมานั้นไม่มีระบบบริหารจัดการการขายสินค้าออนไลน์ จึงอาจทำให้ผู้บริโภคไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลต่าง ๆ ของฟาร์มเห็ดได้ทั่วถึง ผู้วิจัยจึงได้จัดทำเว็บไซต์นี้ขึ้นมาเพื่อให้สะดวกในการจำหน่ายหรือเปิดช่องทางการจำหน่าย เพราะทุกวันนี้เทคโนโลยีได้พัฒนาไปอย่างรวดเร็ว เราจึงควรพัฒนาและให้ทันกับยุคสมัยในปัจจุบันหรือเพื่ออนาคตของฟาร์มต่อไป

1.2 **วัตถุประสงค์**

1. เพื่อพัฒนาระบบขายเห็ดออนไลน์กรณีศึกษา “ฟาร์มเห็ด บ้านแคนเจริญ ตำบลตูมใหญ่ อำเภอคูเมือง จังหวัดบุรีรัมย์

2. เพื่อประเมินความพึงพอใจผู้ใช้งานระบบขายเห็ดออนไลน์กรณีศึกษา “ฟาร์มเห็ด บ้านแคนเจริญ ตำบลตูมใหญ่ อำเภอคูเมือง จังหวัดบุรีรัมย์

1.3 **ขอบเขตของโครงงาน**

1.3.1 Admin

1. Login เข้าระบบได้สามารถออกจากระบบได้
2. สามารถเพิ่มข้อมูลสินค้าและรายละเอียดของสินค้าได้
3. สามารถลบข้อมูลสินค้าในกรณีที่สินค้าเคยมีแต่ไม่สั่งเพื่อนำมาวางขายในร้านอีกแล้ว
4. สามารถแก้ไขข้อมูลสินค้า ข้อมูลการสั่งซื้อสินค้าต่าง ๆ ได้
5. สามารถออกรายงานสรุปผลการซื้อขายได้
6. สามารถตัด Stock สินค้าได้

1.3.2 User (ลูกค้า)

1. ลูกค้าทั่วไปสามารถเข้าดูข้อมูลและราคาของสินค้าได้
2. ลูกค้าสามารถเลือกซื้อสินค้ารวมถึงการชำระเงินได้

1.4 **ขั้นตอนและระยะเวลาการดำเนินงาน**

กิจกรรม	**เดือน พ.ศ. 2562**															
	กรกฎาคม				**สิงหาคม**				**กันยายน**				**ตุลาคม**			
	1	**2**	**3**	**4**	**1**	**2**	**3**	**4**	**1**	**2**	**3**	**4**	**1**	**2**	**3**	**4**
1. นำเสนอหัวข้อ	←	→														
2. รวบรวมข้อมูล		←	→	→	→	→	→									
3. วิเคราะห์ออกแบบระบบ			←	→	→	→	→	→	→							

กิจกรรม	เดือน พ.ศ. 2562															
	กรกฎาคม				สิงหาคม				กันยายน				ตุลาคม			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
4. พัฒนาระบบ					←	—	—	—	—	—	—	—	—	→		
5. ทดสอบระบบและแก้ไขข้อผิดพลาด						←	—	—	—	—	—	—	—	→		
6. นำเสนอผลงาน			←	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	→
7. จัดทำคู่มือ					←	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	→

1.5 **เครื่องมือที่ใช้ในการพัฒนา**

1.5.1 ฮาร์ดแวร์

- คอมพิวเตอร์ ADM Ryzen 5 2500U with Radeon Vega Mobile Gfx 2.00 GHz
-เครื่องปริ้นเตอร์ Canon Pixma G2010

1.5.2 ซอฟต์แวร์

- Wordpress/Woocommerce
- Xampp

1.5.3 ภาษาที่ใช้พัฒนา

- PHP
- CSS
- HTML
- Java Script

1.6 **ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ**

1. เพิ่มช่องทางในการเลือกซื้อสินค้า
2. ช่วยให้ขายสินค้าได้โดยไม่ต้องมีหน้าร้าน

3. ช่วยเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่เพิ่มมากขึ้น

1.7 **นิยามศัพท์เกี่ยวข้อง**

ระบบการขายเห็ดออนไลน์ คือ มีเว็บไซต์ และระบบจัดการซื้อขายเห็ดและเชื้อเห็ด เพื่อให้ลูกค้าสะดวกและสามารถซื้อสินค้าและบริการจากผู้ประกอบการได้ โดยม่ต้องไปที่หน้าร้าน

E-Commerce หรือ พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คือ การดำเนินธุรกิจโดยใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายทางธุรกิจที่องค์กรได้วางไว้ เช่น การซื้อขายสินค้าและบริการ การโฆษณาผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ไม่ว่าจะเป็นโทรศัพท์ โทรทัศน์ วิทยุ หรือแม้แต่อินเทอร์เน็ต เป็นต้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อลดค่าใช้จ่าย และเพิ่มประสิทธิภาพขององค์กร โดยการลดบทบาทองค์ประกอบทางธุรกิจลง เช่น ทำเลที่ตั้ง อาคารประกอบการ โกดังเก็บสินค้า ห้องแสดงสินค้า รวมถึงพนักงานขาย พนักงานแนะนำสินค้า พนักงานต้อนรับลูกค้า เป็นต้น จึงลดข้อจำกัดของระยะทาง และเวลาลงได้

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการสังเกตและการประชาสัมพันธ์ฟาร์มเห็ด บ้านแคนเจริญ ตำบลตูมใหญ่ อำเภอคูเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ ทำให้เห็นว่ามีทฤษฎีที่น่าสนใจและนำมาอธิบายผลการศึกษาได้ดังนี้

2.1 ทฤษฎีความพึงพอใจ

2.2 ทฤษฎีการพัฒนาเว็บไซต์

2.3 E-Commerce

2.4 บริบทของ ฟาร์มเห็ด

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความพึงพอใจในการทำงานมีความเกี่ยวข้องกับ ความต้องการของมนุษย์และการจูงใจโดยตรง ได้มีผู้ศึกษาค้นคว้าและเขียนไว้มากมาย แต่ในที่นี้จะขอนำมากล่าวเฉพาะหลักการและทฤษฎีที่สำคัญพอสังเขป ดังนี้

Herzberg (2532) ได้ศึกษาทฤษฎีจูงใจค้ำจุน (Motivation Maintenance Theory) หรือทฤษฎีจูงใจสุขอนามัย (Motivation Hygiene Theory) เป็นทฤษฎีที่ชี้ให้เห็นถึงปัจจัยสำคัญ 2 ประการที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจและไม่พึงพอใจในการปฏิบัติงาน ปัจจัยทั้งสองได้แก่ ปัจจัยจูงใจ (MotivationFactor) และปัจจัยสุขอนามัย หรือ ปัจจัยค้ำจุน (Hygiene Factor) ปัจจัยจูงใจ (MotivationFactor) เป็นปัจจัยที่เกี่ยวกับงานที่ปฏิบัติโดยตรง เป็นปัจจัยที่จูงใจให้บุคลากรในหน่วยงานเกิดความพึงพอใจ และปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ปัจจัยจูงใจมี 5 ประการคือ

1. ความสำเร็จของงาน (Achievement)
2. การได้รับการยอมรับนับถือ (Recognition)
3. ความก้าวหน้าในตำแหน่งการงาน (Advancement)
4. ลักษณะงานที่ปฏิบัติ (Work Itself)
5. ความรับผิดชอบ (Responsibility)

ปัจจัยค้ำจุน (Hygiene Factor) เป็นปัจจัยที่ไม่ใช่สิ่งจูงใจ แต่เป็นปัจจัยที่จะค้ำจุนให้เกิดแรงจูงในการปฏิบัติงานของบุคคล ปัจจัยค้ำจุนนี้เป็นสิ่งจำเป็นเพราะถ้าไม่มีปัจจัยเหล่านี้ บุคคลในองค์กรอาจเกิดความไม่พึงพอใจในการปฏิบัติงาน ปัจจัยค้ำจุน 10 ประการ คือ

1. นโยบาย และการบริหารงานของหน่วย (Company Policy And Administration)
2. โอกาสที่จะได้รับความก้าวหน้าในอนาคต (Possibility Growth)
3. ความสัมพันธ์ส่วนตัวกับผู้บังคับบัญชา ผู้ใต้บังคับบัญชา เพื่อนร่วมงาน(Interpersonal Relation to Superior, Subordinate, Peer)
4. เงินเดือน (Salary)
5. สถานะของอาชีพ (Occupation)
6. ความเป็นอยู่ส่วนตัว (Personnel Life)
7. ความมั่นคงในงาน (Security)
8. สถานการทำงาน (Working Conditions)
9. เทคนิคของผู้นิเทศ (Supervisor Technical)
10. ความเป็นอยู่ส่วนตัว (Personal Life)

Maslow (1954: 35-46) ได้ตั้งทฤษฎีทั่วไปเกี่ยวกับการจูงใจ โดยมีสมมติฐานว่ามนุษย์มีความต้องการอยู่เสมอและไม่มีที่สิ้นสุด เมื่อความต้องการใดได้รับการตอบสนองแล้วความต้องการอย่างอื่นก็จะเข้ามาแทนที่ ความต้องการของคนเราอาจจะซ้ำซ้อนกัน ความต้องการอย่างหนึ่งอาจจะยังไม่ทันหมดไปความต้องการอีกอย่างหนึ่งก็จะเกิดขึ้นได้ ซึ่งความต้องการจะเป็นไปตามลำดับดังนี้

1. ความต้องการด้านสรีระ (Physiological Need) เป็นความต้องการขั้นมูลฐานของมนุษย์และเป็นสิ่งจำเป็นที่สุดสำหรับการดำรงชีวิต ได้แก่ อาหาร อากาศ ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค ความต้องการการพักผ่อน และความต้องการทางเพศ

2. ความต้องการความปลอดภัย (Safety Need) เป็นความรู้สึกที่ต้องการความมั่นคงปลอดภัยในชีวิต ทั้งในปัจจุบันและอนาคต ซึ่งรวมถึงความก้าวหน้าและความอบอุ่นใจ

3. ความต้องการความรักและความเป็นเจ้าของ (Love and Belonging) เมื่อความต้องการทางร่างกายและความต้องการความปลอดภัย ได้รับการตอบสนองแล้ว ความต้องการความรักและความเป็นเจ้าของก็จะเริ่มเป็นสิ่งจูงใจที่สำคัญต่อพฤติกรรมของบุคคล ความต้องการความรักและความเป็นเจ้าของ หมายถึง ความต้องการที่จะเข้าร่วมและได้รับการยอมรับ ได้รับความเป็นมิตรและความรักจากเพื่อนร่วมงาน

4. ความต้องการการเห็นตนเองมีคุณค่า (Esteem Need) ความต้องการด้านนี้ เป็นความต้องการระดับสูงที่เกี่ยวกับ ความอยากเด่นในสังคม ต้องการให้บุคคลอื่น รวมถึงความเชื่อมั่นในตนเอง ความรู้ ความสามารถ ความเป็นอิสระ และเสรีภาพ

5. ความต้องการที่จะทำความเข้าใจตนเอง (Need For Self Actualization) เป็นความต้องการที่จะเข้าใจตนเองตามสภาพที่ตนเองเป็นอยู่ เข้าใจถึงความสามารถ ความสนใจ ความต้องการของตนเอง ยอมรับได้ในส่วนที่เป็นจุดอ่อนของตนเอง

McGragor (1960: 33-48) กล่าวว่าโอกาสที่ครูจะได้รับการตอบสนองสิ่งจูงใจมากหรือน้อยเพียงใด ย่อมขึ้นอยู่กับผู้บริหารโรงเรียนเป็นสำคัญ ดังนั้นจึงเป็นการสมควรที่จะได้รับทราบถึงข้อสมมติฐานที่เกี่ยวกับตัวคนในทัศนะของผู้บริหาร ทั้งนี้เพราะการที่ผู้บริหารโรงเรียนจะเปิดโอกาสให้ครูมีโอกาสตอบสนองสิ่งจูงใจมากน้อยเพียงใดนั้น ย่อมขึ้นอยู่กับลักษณะของข้อสมมุติฐานหรือความเชื่อของผู้บริหารที่มีต่อตัวคน ข้อสมมุติฐานทั้งสอง คือทฤษฎี X และทฤษฎี Y ซึ่งเปรียบเทียบลักษณะของคนให้เห็นในสองทัศนะที่แตกต่างกันดังนี้

1. ทฤษฎี X

1.1 มนุษย์ปกติไม่ชอบทำงานและจะพยายามหลีกเลี่ยงเมื่อมีโอกา

1.2 โดยเหตุที่มนุษย์ไม่ชอบทำงานดังกล่าว ดังนั้น เพื่อให้คนได้ปฏิบัติงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การ จึงต้องใช้วิธี การบังคับ ควบคุม สั่งการ หรือ ข่มขู่ด้วยวิธีการลงโทษต่าง ๆ

1.3 มนุษย์โดยปกติจะเห็นแก่ตัวเองเป็นสำคัญ จนกระทั่งไม่เอาใจใส่ในความต้องขององค์การเท่าที่ควร

1.4 มนุษย์มักมีท่าทีต่อต้านการเปลี่ยนแปลง และมีความต้องการความมั่นคงในการทำงานเหนือว่าสิ่งอื่นใด

1.5 มนุษย์เมื่อเข้ามาทำงานมักจะขาดความปราดเปรียว และมักจะถูกพวกไม่เอาไหนชักนำไปในทางเสื่อมเสียได้ง่าย

ความเชื่อเกี่ยวกับทัศนะของคนทั้ง 5 ประการ นี้กำลังจะสูญไปจากสังคมปัจจุบันเพราะการบริหารงานแบบนี้ไม่มีส่วนช่วยส่งเสริมในทางที่ดีต่อพนักงาน เจ้าหน้าที่ ให้เกิดความพึงพอใจในการทำงาน จึงต้องทำความเข้าใจธรรมชาติของมนุษย์ให้ดีกว่าที่พบในข้อสันนิษฐานของทฤษฎีX นี้ MacGregor ได้นำแนวความคิดของ Maslow และนำเอาทฤษฎีจูงใจของ Herzberg มาเป็นข้อสนับสนุน ข้อสันนิษฐานใหม่เกี่ยวกับพฤติกรรมของมนุษย์โดยเรียกข้อสันนิษฐานใหม่นี้ว่า ทฤษฎีY

2. ทฤษฎี Y

2.1 คนโดยทั่วไปมิใช่ว่าจะรังเกียจหรือไม่ชอบทำงานเสมอไป คนอาจถือว่าเป็นสิ่งที่สนุกสนาน หรือให้ความเพลิดเพลินได้ด้วยงานต่าง ๆ จะเป็นสิ่งที่ดีหรือเลว ย่อมขึ้นอยู่กับสภาพของการควบคุม และการจัดการอย่างเหมาะสม ก็จะเป็นสิ่งหนึ่งที่สามารถตอบสอนงสิ่งจูงใจของคนได้

2.2 การออกคำสั่ง การควบคุม การปูนบำเหน็จรางวัล การลงโทษทางวินัย มิใช่เป็นวิธีเดียวที่จะให้คนปฏิบัติ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของงาน คนเราจะปฏิบัติงานตามเป้าหมายขององค์กรต่อเมื่อเขามีความศรัทธาต่อวัตถุประสงค์ขององค์การนั้น

2.3 ด้วยเหตุผลดังกล่าว การที่คนยินดีผูกมัดตนเองต่องานขององค์การ ย่อมมีผลทำให้งานดังกล่าวเป็นสิ่งที่มีความสัมพันธ์กับสิ่งจูงใจที่จะปฏิบัติงาน

2.4 ถ้าหากงานต่าง ๆ ได้มีการจัดอย่างเหมาะสมแล้วคนงานจะยอมรับงานดังกล่าวและอยากที่จะรับผิดชอบในผลสำเร็จของงานนั้นด้วย

2.5 ถ้าหากได้มีการเข้าใจถึงคนโดยถูกต้องแล้วจะเห็นได้ว่า คนโดยทั่วไปจะมีคุณสมบัติที่ดี คือ มีความคิดความอ่านที่ดี มีความฉลาดและมีความคิดริเริ่มที่จะช่วยแก้ปัญหาต่างๆขององค์การได้อย่างดี

ความพึงพอใจ (gratification) ตามความหมายของพจนานุกรมทางด้านพฤติกรรม ได้ให้ความจำกัดความไว้ว่าหมายถึง ความรู้สึกที่ดีมีความสุข เมื่อคนเราได้รับผลสำเร็จ ตามความมุ่งหมาย (goals) ความต้องการ (need) หรือแรงจูงใจ (motivation) (Wolman, 1973)

ความพึงพอใจหมายถึง พอใจ ชอบใจ (ราชบัณฑิตยสถาน, 2542, หน้า 775) ความพึงพอใจหมายถึงความรู้ที่มีความสุขหรือความพอใจเมื่อได้รับความสำเร็จ หรือได้รับสิ่งที่ต้องการ (Quirk, 1987)

ความพึงพอใจหมายถึงความรู้สึกที่ดีเมื่อประสบความสำเร็จ หรือไต้รับสิ่งที่ ต้องการให้เกิดขึ้นเป็นความรู้สึกที่พอใจ (Hornby, 2000) โดยสรุปแล้วความพึงพอใจ หมายถึง ความพอใจ ชอบใจและมีความสุข ที่ความ ต้องการ หรือเป้าหมาย ที่ตั้งใจไว้บรรลุผลหรือสมหวังนั้นเอง สำหรับนักเรียนแล้วก็ใช้สื่อคอมพิวเตอร์ช่วยสอนส่วนใหญ่ก็ย่อมจะมีความต้อง การหรือความคาดหวังว่า สื่อความพิวเตอร์ช่วยสอนจะสามารถช่วยให้ตัวเองสามารถเข้าใจบทเรียนได้ดียิ่ง ขึ้นหรือ ไต้ผลการเรียนดีขึ้นนั้นเอง ซึ่งสามารถวัดได้จากแบบสอบถามวัดระดับความพึงพอใจ หรือผลการสอบ

ความพึงพอใจจากการสรุปของวิรุฬ พรรณเทวี (2542, หน้า 111) หมายถึง ความรู้สึกภายในจิตใจของมนุษย์ที่ไม่เหมือนกัน ขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคลว่าจะคาคหวังกับสิ่งใดสิ่งหนึ่งอย่างไร ถ้าคาดหวังหรือมีความตั้งใจมากและได้รับการตอบสนองด้วยดีจะมีความพึงพอใจมาก แต่ในทางตรงกันข้ามอาจผิดหวังหรือไม่พึงพอใจเป็นอย่างยิ่งเมื่อไม่ได้รับการ ตอบสนองตามที่คาดหวังไว้ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสิ่งที่ตนตั้งใจไว้ว่ามีมากหรือน้อย

คณิต ดวงหัสดี (2537) ได้สรุปแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจว่า หมายถึง ความรู้สึกชอบ หรือพอใจของบุคคลที่มีต่อการทำงานและองค์ประกอบหรือสิ่งจูงใจอื่น ๆ ถ้างานที่ทำหรือองค์ประกอบเหล่านั้นตอบสนองความต้องการของบุคคลได้บุคคลนั้น จะเกิดความพึงพอใจในงานขึ้นจะอุทิศเวลา แรงกาย แรงใจ รวมทั้งสติปัญญาให้แก่งานของตนให้บรรลุวัตถุประสงค์อย่างมีคุณภาพ

สิ่งจูงใจที่ใช้เป็นเครื่องมือกระตุ้นให้บุคคลเกิดความพึงพอใจจากการศึกษา รวบรวมและสรุปของ มีดังนี้

1). สิ่งจูงใจที่เป็นวัตถุ (material inducement) ได้แก่ เงิน สิ่งของหรือสภาวะทางกายที่ให้แก่ผู้ประกอบกิจกรรมต่าง ๆ

2). สภาพทางกายที่พึงปรารถนา (desirable physical condition) คือ สิ่งแวดล้อมในการประกอบกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญอย่างหนึ่งอันก่อให้เกิดความสุขทางกาย

3). ผลประโยชน์ทางอุดมคติ (ideal benefaction) หมายถึง สิ่งต่าง ๆ ที่สนอง ความต้องการของบุคคล

4). ผลประโยชน์ทางสังคม (association attractiveness) คือ ความสัมพันธ์ฉันท์มิตรกับผู้ร่วมกิจกรรม อันจะทำให้เกิดความผูกพันความพึงพอใจและสภาพการเป็นอยู่ร่วมกัน เป็นความพึงพอใจของบุคคลในด้านสังคมหรือความมั่นคงในสังคม ซึ่งจะทำให้รู้สึกมีหลักประกันและมีความมั่นคงในการประกอบกิจกรรม

ความพึงพอใจกับทัศนคติเป็นคำที่มีความหมายคล้ายคลึงกันมากจนสามารถใช้แทน กันได้โดยให้คำอธิบายความหมายของทั้งสองคำนี้ว่า หมายถึง ผลจากการที่บุคคลเข้าไปมีส่วนร่วมในสิ่งนั้นและทัศนคติด้านลบจะแสดงให้เห็น สภาพความไม่พึงพอใจ(Vroom, 1990, p. 90)

ความพึงพอใจ หมายถึง สภาพ คุณภาพ หรือระดับความพึงพอใจซึ่งเป็นผลมาจาก ความสนใจต่างๆและทัศนคติที่บุคคลมีต่อสิ่งนั้น(Good, 1973,p.320)

แนวคิดความพึงพอใจที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่า ความพึงพอใจ (satisfaction) เป็นทัศนคติที่เป็นนามธรรม เกี่ยวกับจิตใจ อารมณ์ ความรู้สึกที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ไม่สามารถมองเห็นรูปร่างได้ นอกจากนี้ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกด้านบวกของบุคคล ที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง อาจจะเกิดขึ้นจากความคาดหวัง หรือเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อสิ่งนั้นสามารถ ตอบสนองความต้องการให้แก่บุคคลได้ซึ่งความพึงพอใจที่เกิดขึ้นสามารถเปลี่ยน แปลงได้ตามค่านิยมและประสบการณ์ของตัวบุคคล

ความพึงพอใจ (Satisfaction) ได้มีผู้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้หลายความหมาย ดังนี้

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตสถาน (2542) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า พึงพอใจ หมายถึง รัก ชอบใจ และพึงใจ หมายถึง พอใจ ชอบใจ

ดิเรก (2528) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ทัศนคติทางบวกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เป็นความรู้สึกหรือทัศนคติที่ดีต่องานที่ทำของบุคคลที่มีต่องานในทางบวก ความสุขของบุคคลอันเกิดจากการปฏิบัติงานและได้รับผลเป็นที่พึงพอใจ ทำให้บุคคลเกิดความกระตือรือร้น มีความสุข ความมุ่งมั่นที่จะทำงาน มีขวัญและมีกำลังใจ มีความผูกพันกับหน่วยงาน มีความภาคภูมิใจในความสำเร็จของงานที่ทำ และสิ่งเหล่านี้จะส่งผลต่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการทำงานส่งผลต่อถึงความก้าวหน้าและความสำเร็จขององค์การอีกด้วย

วิรุฬ (2542) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกภายในจิตใจของมนุษย์ที่ไม่เหมือนกัน ขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคลว่าจะมีความคาดหมายกับสิ่งหนึ่งสิ่งใดอย่างไร ถ้าคาดหวังหรือมีความตั้งใจมากและได้รับการตอบสนองด้วยดีจะมีความพึงพอใจมากแต่ในทางตรงกันข้ามอาจผิดหวังหรือไม่พึงพอใจเป็นอย่างยิ่ง เมื่อไม่ได้รับการตอบสนองตามที่คาดหวังไว้ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสิ่งที่ตั้งใจไว้ว่าจะมีมากหรือน้อยสอดคล้องกับ ฉัตรชัย (2535) กล่าวว่า ความพึงพอใจหมายถึงความรู้สึกหรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งหรือปัจจัยต่างๆที่เกี่ยวข้อง ความรู้สึกพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการของบุคคลได้รับการตอบสนองหรือบรรลุจุดมุ่งหมายในระดับหนึ่ง ความรู้สึกดังกล่าวจะลดลงหรือไม่เกิดขึ้น หากความต้องการหรือจุดมุ่งหมายนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง

กิตติมา (2529) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกชอบหรือพอใจที่มีต่อองค์ประกอบและสิ่งจูงใจในด้านต่างๆเมื่อได้รับการตอบสนอง

กาญจนา (2546) กล่าวว่า ความพึงพอใจของมนุษย์เป็นการแสดงออกทางพฤติกรรมที่เป็นนามธรรม ไม่สามารถมองเห็นเป็นรูปร่างได้ การที่เราจะทราบว่าบุคคลมีความพึงพอใจหรือไม่ สามารถสังเกตโดยการแสดงออกที่ค่อนข้างสลับซับซ้อนและต้องมีสิ่งเร้าที่ตรงต่อความต้องการของบุคคล จึงจะทำให้บุคคลเกิดความพึงพอใจ ดังนั้นการสิ่งเร้าจึงเป็นแรงจูงใจของบุคคลนั้นให้เกิดความพึงพอใจในงานนั้น

นภารัตน์ (2544) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกทางบวกความรู้สึกทางลบและความสุขที่มีความสัมพันธ์กันอย่างซับซ้อน โดยความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อความรู้สึกทางบวกมากกว่าทางลบ

เทพพนม และสวิง (2540) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นภาวะของความพึงใจหรือภาวะที่มีอารมณ์ในทางบวกที่เกิดขึ้น เนื่องจากการประเมินประสบการณ์ของคนๆหนึ่ง สิ่งที่ขาดหายไประหว่างการเสนอให้กับสิ่งที่ได้รับจะเป็นรากฐานของการพอใจและไม่พอใจได้

สง่า (2540) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึงความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อได้รับผลสำเร็จตามความมุ่งหมายหรือเป็นความรู้สึกขั้นสุดท้ายที่ได้รับผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์

Shelly อ้างโดย ประกายดาว (2536) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ ว่าความพึงพอใจเป็นความรู้สึกสองแบบของมนุษย์ คือ ความรู้สึกทางบวกและความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกทางบวกเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นแล้วจะทำให้เกิดความสุข ความสุขนี้เป็นความรู้สึกที่แตกต่างจากความรู้สึกทางบวกอื่นๆ กล่าวคือ เป็นความรู้สึกที่มีระบบย้อนกลับความสุขสามารถทำให้เกิดความรู้สึกทางบวกเพิ่มขึ้นได้อีก ดังนั้นจะเห็นได้ว่าความสุขเป็นความรู้สึกที่สลับซับซ้อนและความสุขนี้จะมีผลต่อบุคคลมากกว่าความรู้สึกในทางบวกอื่นๆ ขณะที่วิชัย (2531) กล่าวว่า แนวคิดความพึงพอใจ มีส่วนเกี่ยวข้องกับความต้องการของมนุษย์ กล่าวคือ ความพึงพอใจจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อความต้องการของมนุษย์ได้รับการตอบสนอง ซึ่งมนุษย์ไม่ว่าอยู่ในที่ใดย่อมมีความต้องการขั้นพื้นฐานไม่ต่างกัน

พิทักษ์ (2538) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นปฏิกิริยาด้านความรู้สึกต่อสิ่งเร้าหรือสิ่งกระตุ้นที่แสดงผลออกมาในลักษณะของผลลัพธ์สุดท้ายของกระบวนการประเมิน โดยบ่งบอกทิศทางของผลการประเมินว่าเป็นไปในลักษณะทิศทางบวกหรือทิศทางลบหรือไม่มีปฏิกิริยาคือเฉยๆ ต่อสิ่งเร้าหรือสิ่งที่มากระตุ้น

Kotler and Armstrong (2002) รายงานว่า พฤติกรรมของมนุษย์เกิดขึ้นต้องมีสิ่งจูงใจ (motive) หรือแรงขับดัน (drive) เป็นความต้องการที่กดดันจนมากพอที่จะจูงใจให้บุคคลเกิดพฤติกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง ซึ่งความต้องการของแต่ละคนไม่เหมือนกัน ความต้องการบางอย่างเป็นความต้องการทางชีววิทยา(biological) เกิดขึ้นจากสภาวะตึงเครียด เช่น ความหิวกระหาย หรือความลำบากบางอย่าง เป็นความต้องการทางจิตวิทยา (psychological) เกิดจากความต้องการการยอมรับ (recognition) การยกย่อง (esteem) หรือการเป็นเจ้าของทรัพย์สิน (belonging) ความต้องการส่วนใหญ่อาจไม่มากพอที่จะจูงใจให้บุคคลกระทำในช่วงเวลานั้น ความต้องการกลายเป็นสิ่งจูงใจ เมื่อได้รับการกระตุ้นอย่างเพียงพอจนเกิดความตึงเครียด โดยทฤษฎีที่ได้รับความนิยมมากที่สุด มี 2 ทฤษฎี คือ ทฤษฎีของอับราฮัม มาสโลว์ และทฤษฎีของซิกมันด์ ฟรอยด์

1. ทฤษฎีแรงจูงใจของมาสโลว์ (Maslow’s theory motivation)

อับราฮัม มาสโลว์ (A.H.Maslow) ค้นหาวิธีที่จะอธิบายว่าทำไมคนจึงถูกผลักดันโดยความต้องการบางอย่าง ณ เวลาหนึ่ง ทำไมคนหนึ่งจึงทุ่มเทเวลาและพลังงานอย่างมากเพื่อให้ได้มาซึ่งความปลอดภัยของตนเองแต่อีกคนหนึ่งกลับทำสิ่งเหล่านั้น เพื่อให้ได้รับการยกย่องนับถือจากผู้อื่น คำตอบของมาสโลว์ คือ ความต้องการของมนุษย์จะถูกเรียงตามลำดับจากสิ่งที่กดดันมากที่สุดไปถึงน้อยที่สุด ทฤษฎีของมาสโลว์ได้จัดลำดับความต้องการตามความสำคัญ คือ

1.1 ความต้องการทางกาย (physiological needs) เป็นความต้องการพื้นฐาน คือ อาหาร ที่พัก อากาศ ยารักษาโรค

1.2 ความต้องการความปลอดภัย (safety needs) เป็นความต้องการที่เหนือกว่า ความต้องการเพื่อความอยู่รอด เป็นความต้องการในด้านความปลอดภัยจากอันตราย

1.3 ความต้องการทางสังคม (social needs) เป็นการต้องการการยอมรับจากเพื่อน

1.4 ความต้องการการยกย่อง (esteem needs) เป็นความต้องการการยกย่องส่วนตัว ความนับถือและสถานะทางสังคม

1.5 ความต้องการให้ตนประสบความสำเร็จ (self – actualization needs) เป็นความต้องการสูงสุดของแต่ละบุคคล ความต้องการทำทุกสิ่งทุกอย่างได้สำเร็จ

บุคคลพยายามที่สร้างความพึงพอใจให้กับความต้องการที่สำคัญที่สุดเป็นอันดับแรกก่อนเมื่อความต้องการนั้นได้รับความพึงพอใจ ความต้องการนั้นก็จะหมดลงและเป็นตัวกระตุ้นให้บุคคลพยายามสร้างความพึงพอใจให้กับความต้องการที่สำคัญที่สุดลำดับต่อไป ตัวอย่าง เช่น คนที่อดอยาก (ความต้องการทางกาย) จะไม่สนใจต่องานศิลปะชิ้นล่าสุด (ความต้องการสูงสุด) หรือไม่ต้องการยกย่องจากผู้อื่น หรือไม่ต้องการแม้แต่อากาศที่บริสุทธิ์ (ความปลอดภัย) แต่เมื่อความต้องการแต่ละขั้นได้รับความพึงพอใจแล้วก็จะมีความต้องการในขั้นลำดับต่อไป

2. ทฤษฎีแรงจูงใจของฟรอยด์

ซิกมันด์ ฟรอยด์ (S. M. Freud) ตั้งสมมุติฐานว่าบุคคลมักไม่รู้ตัวมากนักว่าพลังทางจิตวิทยามีส่วนช่วยสร้างให้เกิดพฤติกรรม ฟรอยด์พบว่าบุคคลเพิ่มและควบคุมสิ่งเร้าหลายอย่าง สิ่งเร้าเหล่านี้อยู่นอกเหนือการควบคุมอย่างสิ้นเชิง บุคคลจึงมีความฝัน พูดคำที่ไม่ตั้งใจพูด มีอารมณ์อยู่เหนือเหตุผลและมีพฤติกรรมหลอกหลอนหรือเกิดอาการวิตกจริตอย่างมาก ขณะที่ ชาริณี (2535) ได้เสนอทฤษฎีการแสวงหาความพึงพอใจไว้ว่า บุคคลพอใจจะกระทำสิ่งใด ๆที่ให้มีความสุขและจะหลีกเลี่ยงไม่กระทำในสิ่งที่เขาจะได้รับความทุกข์หรือความยากลำบาก โดยอาจแบ่งประเภทความพอใจกรณีนี้ได้ 3 ประเภท คือ

1) ความพอใจด้านจิตวิทยา (psychological hedonism) เป็นทรรศนะของความพึงพอใจว่ามนุษย์โดยธรรมชาติจะมีความแสวงหาความสุขส่วนตัวหรือหลีกเลี่ยงจากความทุกข์ใด ๆ

2) ความพอใจเกี่ยวกับตนเอง (egoistic hedonism) เป็นทรรศนะของความพอใจว่ามนุษย์จะพยายามแสวงหาความสุขส่วนตัว แต่ไม่จำเป็นว่าการแสวงหาความสุขต้องเป็นธรรมชาติของมนุษย์เสมอไป

3) ความพอใจเกี่ยวกับจริยธรรม (ethical hedonism) ทรรศนะนี้ถือว่ามนุษย์แสวงหาความสุขเพื่อผลประโยชน์ของมวลมนุษย์หรือสังคมที่ตนเป็นสมาชิกอยู่และเป็นผู้ได้รับผลประโยชน์ผู้หนึ่งด้วย

2.2 **ทฤษฎีการพัฒนาเว็บไซต์**

จิรัฏฐ์ ธนัทชัยวัฒน์ (2553) สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีมหานคร ซึ่งเป็นระบบที่พัฒนาจากโปรแกรม Microsoft SQL Server 2005และ Microsoft Visual Basic.Net 2005 ซึ่งโปรแกรมนี้ในส่วนของการแจ้งงานซ่อม ทางการทดลองแจ้งงานซ่อม สามารถส่งรูปภาพแนบไปกับงานซ่อมได้และสามารถตรวจสอบข้อมูลย้อนหลังได้อีก

ธีรเดช เขมะธีรรัตน์ วิศิษฐ์ โชติอุทยางกูร และ สุทิศา จรียานุวัฒน์(2552) สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์เป็นระบบที่พัฒนาจากโปรแกรม Fedora Core6, PHP, Apache และ MySQL ซึ่งโปรแกรมนี้ระบบจะทำการบันทึกการแจ้งซ่อมลงในระบบพร้อมกับส่ง ข้อความไปเพิ่มรายการที่ Google Calendar ของเจ้าหน้าฝ่ายซ่อมบำรุงจากนั้น Google Calendar จะทำการ SMS แจ้งเตือนไปยังมือถือของเจ้าหน้าที่ฝ่ายซ่อมบำรุงโดยจะส่งเฉพาะ E-mail และเบอร์โทรศัพท์เท่านั้น

2.2.1 หลักการออกแบบเว็บไซต์

เว็บไซต์เป็นสื่อที่ได้รับความนิยมอย่ามากบนอินเตอร์เน็ต ซึ่งเว็บไซต์เป็นสื่อที่อยู่ในความควบคุมของผู้ใช้โดยสมบูรณ์ กล่าวคือ ผู้ใช้สามารถตัดสินใจเลือกได้ว่าจะดูเว็บไซต์ใดและจะไม่เลือกดูเว็บไซต์ใด ได้ตามต้องการ จึงทำให้ผู้ใช้ไม่มีความอดทนต่ออุปสรรคและปัญหาที่เกิดจากการออกแบบเว็บไซต์ผิดพลาดถ้าผู้ใช้เห็นว่าเว็บที่กำลังดูอยู่นั้นไม่มีประโยชน์ต่อตัวเขา หรือไม่เข้าใจว่าเว็บไซต์นี้จะใช้งานอย่างไร เขาก็สามารถที่จะเปลี่ยนไปดูเว็บไซต์อื่น ๆ ได้อย่างรวดเร็ว เนื่องจากในปัจจุบันมีเว็บไซต์อยู่มากมาย และยังมีเว็บไซด์ที่เกิดขึ้นใหม่ ๆ ทุกวัน ผู้ใช้จึงมีทางเลือกมากขึ้น และสามารถเปรียบเทียบคุณภาพของเว็บไซด์ต่าง ๆ ได้เอง

เว็บไซต์ที่ได้รับการออกแบบอย่างสวยงาม มีการใช้งานที่สะดวก ย่อมได้รับความสนใจจากผู้ใช้มากกว่าเว็บไซต์ที่ดูสับสนวุ่นวาย มีข้อมูลมากมายแต่หาอะไรไม่เจอ นอกจากนี้ยังใช้เวลาในการแสดงผลแต่ละหน้านานเกินไป ซึ่งปัญหาเหล่านี้ล้วนเป็นผลมาจากการออกแบบเว็บไซต์ไม่ดีทั้งสิ้น

ดังนั้น การออกแบบเว็บไซต์จึงเป็นกระบวนการสำคัญในการสร้างเว็บไซต์ ให้ประทับใจผู้ใช้ ทำให้เขาอยากกลับเข้ามาเว็บไซต์เดิมอีกในอนาคต ซึ่งนอกจากต้องพัฒนาเว็บไซต์ที่ดีมีประโยชน์แล้ว ยังต้องคำนึงถึงการแข่งขันกับเว็บไซต์อื่น ๆ อีกด้วย

2.2.2 องค์ประกอบของการออกแบบเว็บไซต์

การออกแบบเว็บไซต์ที่มีประสิทธิภาพนั้นต้องคำนึงถึง องค์ประกอบสำคัญดังต่อไปนี้

1. ความเรียบง่าย (Simplicity)หมายถึง การจำกัดองค์ประกอบเสริมให้เหลือเฉพาะองค์ประกอบหลัก กล่าวคือในการสื่อสารเนื้อหากับผู้ใช้นั้น เราต้องเลือกเสนอสิ่งที่เราต้องการนำเสนอจริง ๆ ออกมาในส่วนของกราฟิก สีสัน ตัวอักษรและภาพเคลื่อนไหว ต้องเลือกให้พอเหมาะ ถ้าหากมีมากเกินไปจะรบกวนสายตาและสร้างความคำราญต่อผู้ใช้ตัวอย่างเว็บไซต์ที่ได้รับการออกแบบที่ดี ได้แก่ เว็บไซต์ของบริษัทใหญ่ ๆ อย่างเช่น Apple Adobe Microsoft หรือ Kokia ที่มีการออกแบบเว็บไซต์ในรูปแบบที่เรียบง่าย ไม่ซับซ้อน และใช้งานอย่างสะดวก

2. ความสม่ำเสมอ (Consistency) หมายถึง การสร้างความสม่ำเสมอให้เกิดขึ้นตลอดทั้งเว็บไซต์ โดยอาจเลือกใช้รูปแบบเดียวกันตลอดทั้งเว็บไซต์ก็ได้ เพราะถ้าหากว่าแต่ละหน้าในเว็บไซต์นั้นมีความแตกต่างกันมากจนเกินไป อาจทำให้ผู้ใช้เกิดความสับสนและไม่แน่ใจว่ากำลังอยู่ในเว็บไซต์เดิมหรือไม่ เพราะฉะนั้นการออกแบบเว็บไซต์ในแต่ละหน้าควรที่จะมีรูปแบบ สไตล์ของกราฟิก ระบบเนวิเกชั่น (Navigation) และโทนสีที่มีความคล้ายคลึงกันตลอดทั้งเว็บไซต์

3. ความเป็นเอกลักษณ์ (Identity) ในการออกแบบเว็บไซต์ต้องคำนึงถึงลักษณะขององค์กรเป็นหลัก เนื่องจากเว็บไซต์จะสะท้อนถึงเอกลักษณ์และลักษณะขององค์กร การเลือกใช้ตัวอักษร ชุดสี รูปภาพหรือกราฟิก จะมีผลต่อรูปแบบของเว็บไซต์เป็นอย่างมาก ตัวอย่างเช่น ถ้าเราต้องออกแบบเว็บไซต์ของธนาคารแต่เรากลับเลือกสีสันและกราฟิกมากมาย อาจทำให้ผู้ใช้คิดว่าเป็นเว็บไซต์ของสวนสนุกซึ่งส่งผลต่อความเชื่อถือขององค์กรได้

4. เนื้อหา (Useful Content) ถือเป็นสิ่งสำคัญที่สุดในเว็บไซต์ เนื้อหาในเว็บไซต์ต้องสมบูรณ์และได้รับการปรับปรุงพัฒนาให้ทันสมัยอยู่เสมอ ผู้พัฒนาต้องเตรียมข้อมูลและเนื้อ หาที่ผู้ใช้ต้องการให้ถูกต้องและสมบูรณ์ เนื้อหาที่สำคัญที่สุดคือเนื้อหาที่ทีมผู้พัฒนาสร้างสรรค์ขึ้นมาเอง และไม่ไปซ้ำกับเว็บอื่น เพราะจะถือเป็นสิ่งที่ดึงดูดผู้ใช้ให้เข้ามาเว็บไซต์ได้เสมอ แต่ถ้าเป็นเว็บที่ลิงค์ข้อมูลจากเว็บ

อื่น ๆ มาเมื่อใดก็ตามที่ผู้ใช้ทราบว่า ข้อมูลนั้นมาจากเว็บใด ผู้ใช้ก็ไม่จำเป็นต้องกลับมาใช้งานลิงค์เหล่านั้นอีก

5. ระบบเนวิเกชั่น (User-Friendly Navigation) เป็นส่วนประกอบที่มีความสำคัญต่อเว็บไซต์มาก เพราะจะช่วยไม่ให้ผู้ใช้เกิดความสับสนระหว่างดูเว็บไซต์ ระบบเนวิเกชั่นจึงเปรียบเสมือนป้ายบอกทาง ดังนั้นการออกแบบเนวิเกชั่น จึงควรให้เข้าใจง่าย ใช้งานได้สะดวก ถ้ามีการใช้กราฟิกก็ควรสื่อความหมาย ตำแหน่งของการวางเนวิเกชั่นก็ควรวางให้สม่ำเสมอ เช่น อยู่ตำแหน่งบนสุดของทุกหน้าเป็นต้น ซึ่งถ้าจะให้ดีเมื่อมีเนวิเกชั่นที่เป็นกราฟิกก็ควรเพิ่มระบบเนวิเกชั่นที่เป็นตัวอักษรไว้ส่วนล่างด้วย เพื่อช่วยอำนวยความสะดวกให้กับผู้ใช้ที่ยกเลิกการแสดงผลภาพกราฟิกบนเว็บเบราเซอร์

6. คุณภาพของสิ่งที่ปรากฏให้เห็นในเว็บไซต์ (Visual Appeal) ลักษณะที่น่าสนใจของเว็บไซต์นั้น ขึ้นอยู่กับความชอบส่วนบุคคลเป็นสำคัญ แต่โดยรวมแล้วก็สามารถสรุปได้ว่าเว็บไซต์ที่น่าสนใจนั้นส่วนประกอบต่าง ๆ ควรมีคุณภาพ เช่น กราฟิกควรสมบูรณ์ไม่มีรอยหรือขอบขั้นบันได้ให้เห็น ชนิดตัวอักษรอ่านง่ายสบายตา มีการเลือกใช้โทนสีที่เข้ากันอย่างสวยงาม เป็นต้น

7. ความสะดวกของการใช้ในสภาพต่าง ๆ (Compatibility)การใช้งานของเว็บไซต์นั้นไม่ควรมีขอบจำกัด กล่าวคือ ต้องสามารถใช้งานได้ดีในสภาพแวดล้อมที่หลากหลาย ไม่มีการบังคับให้ผู้ใช้ต้องติดตั้งโปรแกรมอื่นใดเพิ่มเติม นอกเหนือจากเว็บบราวเซอร์ ควรเป็นเว็บที่แสดงผลได้ดีในทุกระบบปฏิบัติการ สามารถแสดงผลได้ในทุกความละเอียดหน้าจอ ซึ่งหากเป็นเว็บไซต์ที่มีผู้ใช้บริการมากและกลุ่มเป้าหมายหลากหลายควรให้ความสำคัญกับเรื่องนี้ให้มาก

8. ความคงที่ในการออกแบบ (Design Stability) ถ้าต้องการให้ผู้ใช้งานรู้สึกว่าเว็บไซต์มีคุณภาพ ถูกต้อง และเชื่อถือได้ ควรให้ความสำคัญกับการออกแบบเว็บไซต์เป็นอย่างมาก ต้องออกแบบวางแผนและเรียบเรียงเนื้อหาอย่างรอบคอบ ถ้าเว็บที่จัดทำขึ้นอย่างลวก ๆ ไม่มีมาตรฐานการออกแบบและระบบการจัดการข้อมูล ถ้ามีปัญหามากขึ้นอาจส่งผลให้เกิดปัญหาและทำให้ผู้ใช้หมดความเชื่อถือ

9. ความคงที่ของการทำงาน (Function Stability) ระบบการทำงานต่าง ๆ ในเว็บไซต์ควรมีความถูกต้องแน่นอน ซึ่งต้องได้รับการออกแบบสร้างสรรค์และตรวจสอบอยู่เสมอ ตัวอย่างเช่น ลิงค์ต่าง ๆ ในเว็บไซต์ ต้องตรวจสอบว่ายังสามารถลิงค์ข้อมูลได้ถูกต้องหรือไม่ เพราะเว็บไซต์อื่นอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา ปัญหาที่เกิดจากลิงค์ ก็คือ ลิงค์ขาด ซึ่งพบได้บ่อยเป็นปัญหาที่สร้างความรำคาญกับผู้ใช้เป็นอย่างมาก

2.2.3 การออกแบบเว็บไซต์

ในการออกแบบเว็บไซต์นั้นประกอบด้วยกระบวนการต่าง ๆ มากมาย เช่น การออกแบบโครงสร้าง ลักษณะหน้าตา หรือการเขียนโปรแกรม แต่มีหลายคนที่พัฒนาเว็บไซต์ โดยขาดการวางแผน

และทำงานไม่เป็นระบบ ตัวอย่างเช่น การลงมือออกแบบโดยการใช้โปรแกรมช่วยสร้างเว็บ เนื้อหาและรูปแบบก็เป็นไปตามที่นึกขึ้นได้ขณะนั้น และเมื่อเห็นว่าดูดีแล้วก็เปิดตัวเลย ทำให้เว็บนั้นมีเป้าหมายและแนวทางที่ไม่แน่นอน ผลลัพธ์ที่ได้จึงเสี่ยงกับความล้มเหลวค่อนข้างมาก

ความล้มเหลวที่พบเห็นได้ทั่วไป ได้แก่ เว็บที่แสดงข้อความว่าอยู่ระหว่างการก่อสร้าง (Under Construction หรือ Coming soon) ซึ่งแสดงให้เห็นถึงการขาดการวางแผนที่ดีบางเว็บถือได้ว่าตายไปแล้ว เนื่องจากข้อมูลไม่ทันสมัย ขาดการพัฒนาปรับปรุงเทคโนโลยีล้าสมัย ลิงค์ผิดพลาด สิ่งเหล่านี้แสดงให้เห็นถึงการขาดการดูแล ตรวจสอบและพัฒนาให้ทันสมัยอยู่เสมอ

การออกแบบเว็บไซต์อย่างถูกต้องจะช่วยลดความผิดพลาดเหล่านี้ และช่วยลดความเสี่ยงที่จะทำให้เว็บประสบความล้มเหลว การออกแบบเว็บไซต์ที่ดีต้องอาศัยการออกแบบและจัดระบบข้อมูลอย่างเหมาะสม

กระบวนการแรกของการออกแบบเว็บไซต์คือการกำหนดเป้าหมายของเว็บไซต์กำหนดกลุ่มผู้ใช้ ซึ่งการจะให้ได้มาซึ่งข้อมูล ผู้พัฒนาต้องเรียนรู้ผู้ใช้ หรือจำลองสถานการณ์ สิ่งเหล่านี้จะช่วยให้เราสามารถออกแบบเนื้อหาและการใช้งานเว็บไซต์ได้อย่างเหมาะสม ตรงกับความต้องการของผู้ใช้อย่างแท้จริง

1. กำหนดเป้าหมายของเว็บไซต์

ขั้นตอนแรกของการออกแบบเว็บไซต์ คือการกำหนดเป้าหมายของเว็บไซต์ให้แน่ชัดเสียก่อน เพื่อจะได้ออกแบบการใช้งานได้ตรงกับเป้าหมายที่ได้ตั้งเอาไว้ โดยทั่วไปมักจะเข้าใจว่าการทำเว็บไซต์มีจุดมุ่งหมายเพื่อบริการข้อมูลของหน่วยงานหรือองค์กรเท่านั้น แต่ในความเป็นจริงแล้ว เว็บไซต์แต่ละแห่งก็จะมีเป้าหมายของตนเองแตกต่างกันออกไป

2. กำหนดกลุ่มผู้ใช้เป้าหมาย

ผู้ออกแบบเว็บไซต์จำเป็นต้องทราบกลุ่มผู้ใช้เป้าหมายที่เข้ามาใช้บริการเว็บไซต์ เพื่อที่จะได้ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ได้อย่างชัดเจน ตัวอย่างเช่นเว็บไซต์ที่มีกลุ่มผู้ใช้หลากหลาย เช่น เซิร์ชเอ็นจิน เว็บท่า และเว็บไดเรกทอรี่ แต่เว็บไซต์ส่วนใหญ่นั้นจะตอบสนองความต้องการเฉพาะกลุ่มเท่านั้น ไม่สำหรับทุกคน เพราะคุณไม่สามารถตอบสนองความต้องการของคนที่หลากหลายได้ในเว็บไซต์เดียว

3. สิ่งที่ผู้ใช้ต้องการจากเว็บ

หลังจากที่ได้เป้าหมายและกลุ่มเป้าหมายของเว็บไซต์แล้ว ลำดับต่อไปคือการออกแบบเว็บไซต์เพื่อดึงดูดผู้ใช้งานให้ได้นานที่สุด ด้วยการสร้างสิ่งที่น่าสนใจเพื่อดึงดูดผู้ใช้โดยทั่วไปแล้ว สิ่งที่ผู้ใช้คาดหวังจากการเข้าชมเว็บไซต์หนึ่ง ได้แก่

1. ข้อมูลและการใช้งานที่เป็นประโยชน์

2. ข่าวและข้อมูลที่น่าสนใจ

3.การตอบสนองต่อผู้ใช้

4. ความบันเทิง

5. ของฟรี

4. ข้อมูลหลักที่ควรมีอยู่ในเว็บไซต์

เมื่อเราทราบถึงความต้องการที่ผู้ใช้ต้องการได้รับเมื่อเข้าชมเว็บไซต์หนึ่ง ๆ แล้ว เราก็ออกแบบเว็บไซต์ให้มีข้อมูลที่ผู้ใช้ต้องการ ซึ่งข้อมูลต่อไปนี้ เป็นสิ่งที่ผู้ใช้ส่วนใหญ่คาดหวังจะได้รับเมื่อเข้าไปชมเว็บไซต์

1. ข้อมูลเกี่ยวกับบริษัท

2. รายละเอียดของผลิตภัณฑ์

3. ข่าวความคืบหน้าและข่าวจากสื่อมวลชน

4. คำถามยอดนิยม

5. ข้อมูลในการติดต่อ

2.2.4 ออกแบบหน้าเว็บไซต์ (Page Design)

หน้าเว็บเป็นสิ่งแรกที่ผู้ใช้จะได้เห็นขณะที่เปิดเข้าสู่เว็บไซต์ และยังเป็นสิ่งแรกที่แสดงถึงประสิทธิภาพในการออกแบบเว็บไซต์อีกด้วย หน้าเว็บจึงเป็นสิ่งสำคัญมาก เพราะเป็นสื่อกลางให้ผู้ชมสามารถใช้ประโยชน์จากข้อมูลของระบบงานของเว็บไซต์นั้นได้ โดยปกติหน้าเว็บจะประกอบด้วย รูปภาพ ตัวอักษร สีพื้น ระบบเนวิเกชั่น และองค์ประกอบอื่น ๆ ที่ช่วยสื่อความหมายของเนื้อหาและอำนวยความสะดวกต่อการใช้งาน

หลักสำคัญในการออกแบบหน้าเว็บก็คือ การใช้รูปภาพและองค์ประกอบต่าง ๆ ร่วมกันเพื่อสื่อความหมาย เกี่ยวกับเนื้อหาหรือลักษณะสำคัญของเว็บไซต์ โดยมีเป้าหมายสำคัญเพื่อการสื่อความหมายที่ชัดเจนและน่าสนใจ บนพื้นฐานของความเรียบง่ายและความสะดวกของผู้ใช้

2.2.5 การออกแบบเว็บไซต์ ต้องคำนึงถึง

1. ความเรียบง่าย ได้แก่ มีรูปแบบที่เรียบง่าย ไม่ซับซ้อน และใช้งานได้สะดวก ไม่มีกราฟิกหรือตัวอักษรที่เคลื่อนไหวอยู่ตลอดเวลา ชนิดและสีของตัวอักษรไม่มากจนเกินไปทำให้วุ่นวาย

2. ความสม่ำเสมอ ได้แก่ ใช้รูปแบบเดียวกันตลอดทั้งเว็บไซต์ เช่น รูปแบบของหน้า สไตล์ของกราฟิก ระบบเนวิเกชันและโทนสี ควรมีความคล้ายคลึงกันตลอดทั้งเว็บไซต์

3. ความเป็นเอกลักษณ์ การออกแบบเว็บไซต์ควรคำนึงถึงลักษณะขององค์กร เพราะรูปแบบของเว็บไซต์จะสะท้อนถึงเอกลักษณ์และลักษณะขององค์กรนั้น ๆ เช่น ถ้าเป็นเว็บไซต์ของทางราชการ จะต้องดูน่าเชื่อถือไม่เหมือนสวนสนุก ฯลฯ

4. เนื้อหาที่มีประโยชน์ เนื้อหาเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดในเว็บไซต์ ดังนั้นควรจัดเตรียมเนื้อหาและข้อมูลที่ผู้ใช้ต้องการให้ถูกต้อง และสมบูรณ์ มีการปรับปรุงและเพิ่มเติมให้ทันเหตุการณ์อยู่เสมอ เนื้อหาไม่ควรซ้ำกับเว็บไซต์อื่น จึงจะดึงดูดความสนใจ

5. ระบบเนวิเกชันที่ใช้งานง่าย ต้องออกแบบให้ผู้ใช้เข้าใจง่ายและใช้งานสะดวก ใช้กราฟิกที่สื่อความหมายร่วมกับคำอธิบายที่ชัดเจน มีรูปแบบและลำดับของรายการที่สม่ำเสมอ เช่น วางไว้ ตำแหน่งเดียวกันของทุกหน้า

6. ลักษณะที่น่าสนใจ หน้าตาของเว็บไซต์จะต้องมีความสัมพันธ์กับคุณภาพขององค์ประกอบต่าง ๆ เช่น คุณภาพของกราฟิกที่จะต้องสมบูรณ์ การใช้สี การใช้ตัวอักษรที่อ่านง่าย สบายตา การใช้โทนสีที่เข้ากันลักษณะหน้าตาที่น่าสนใจนั้นขึ้นอยู่กับความชอบของแต่ละบุคคล

7. การใช้งานอย่างไม่จำกัด ผู้ใช้ส่วนใหญ่สามารถเข้าถึงได้มากที่สุดเลือกใช้บราวเซอร์ชนิดใดก็ได้ในการเข้าถึงเนื้อหาสามารถแสดงผลได้ทุกระบบปฏิบัติการและความละเอียดหน้าจอต่าง ๆ กันอย่างไม่มีปัญหาเป็นลักษณะสำคัณสำหรับผู้ใช้ที่มีจำนวนมาก

8. คุณภาพในการออกแบบ การออกแบบและเรียบเรียงเนื้อหาอย่างรอบคอบ สร้างความรู้สึกว่าเว็บไซต์มีคุณภาพ ถูกต้อง และเชื่อถือได้

9. ลิงค์ต่าง ๆ จะต้องเชื่อมโยงไปหน้าที่มีอยู่จริงและถูกต้อง ระบบการทำงานต่าง ๆ ในเว็บไซต์จะต้องมีความแน่นอนและทำหน้าที่ได้อย่างถู

2.2.6 การออกแบบโครงสร้างเว็บไซต์ (Site Structure Design)

โครงสร้างเว็บไซต์ (Site Structure) เป็นแผนผังของการลำดับเนื้อหาหรือการจัดวางตำแหน่งเว็บเพจทั้งหมด ซึ่งจะทำให้เรารู้ว่าทั้งเว็บไซท์ประกอบไปด้วยเนื้อหาอะไรบ้าง และมีเว็บเพจหน้าไหนที่เกี่ยวข้องเชื่อมโยงถึงกัน ดังนั้นการออกแบบโครงสร้างเว็บไซต์จึงเป็นเรื่องสำคัญ เปรียบเสมือนกับการเขียนแบบอาคารก่อนที่จะลงมือสร้าง เพราะจะทำให้เรามองเห็นหน้าตาของเว็บไซต์เป็นรูปธรรมมากขึ้น สามารถออกแบบระบบเนวิเกชั่นได้เหมาะสม และเป็นแนวทางการทำงานที่ชัดเจน สำหรับขั้นตอนต่อไป นอกจากนี้โครงสร้างเว็บไซต์ที่ดียังช่วยให้ผู้ชมไม่สับสนและค้นหาข้อมูลที่ต้องการได้อย่างรวดเร็ว วิธีการจัดโครงสร้างเว็บไซต์สามารถทำได้หลายแบบ แต่แนวคิดหลักๆที่นิยมใช้กันมีอยู่ 2 แบบคือ

1. จัดตามกลุ่มเนื้อหา (Content-based Structure)

2. จัดตามกลุ่มผู้ชม (User-based Structure)

2.2.7 รูปแบบของโครงสร้างเว็บไซต์

เราสามารถวางรูปแบบโครงสร้างเว็บไซต์ได้หลายแบบตามความเหมาะสม เช่น

แบบเรียงลำดับ (Sequence) เหมาะสำหรับเว็บไซต์ที่มีจำนวนเว็บเพจไม่มากนัก หรือเว็บไซท์ที่มีการนำเสนอข้อมูลแบบทีละขั้นตอน แบบระดับชั้น (Hierarchy) เหมาะสำหรับเว็บไซท์ที่มีจำนวนเว็บเพจมากขึ้น เป็นรูปแบบที่เราจะพบได้ทั่วไป แบบผสม (Combination) เหมาะสำหรับเว็บไซท์ที่ซับซ้อน เป็นการนำข้อดีของรูปแบบทั้ง 2 ข้างต้นมาผสมกัน

2.2.8 การใช้สีในการออกแบบเว็บไซต์

การสร้างสีสันบนหน้าเว็บเป็นสิ่งที่สื่อความหมายของเว็บไซต์ได้อย่างชัดเจน การเลือกใช้สีให้เหมาะสม กลมกลืน ไม่เพียงแต่จะสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้ แต่ยังสามารถทำให้เห็นถึงความแตกต่างระหว่างเว็บไซต์ได้ สีเป็นองค์ประกอบหลักสำหรับการตกแต่งเว็บ จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องทำความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้สี

ระบบสีที่แสดงบนจอคอมพิวเตอร์ มีระบบการแสดงผลผ่านหลอดลำแสงที่เรียกว่า CRT (Cathode ray tube) โดยมีลักษณะระบบสีแบบบวก อาศัยการผสมของของแสงสีแดง สีเขียว และสีน้ำเงิน หรือระบบสี RGB สามารถกำหนดค่าสีจาก 0 ถึง 255 ได้ จากการรวมสีของแม่สีหลักจะทำให้เกิดแสงสีขาว มีลักษณะเป็นจุดเล็ก ๆ บนหน้าจอไม่สามารถมองเห็นด้วยตาเปล่าได้ จะมองเห็นเป็นสีที่ถูกผสมเป็นเนื้อสีเดียวกันแล้ว จุดแต่ละจุดหรือพิกเซล (Pixel) เป็นส่วนประกอบของภาพบนหน้าจอคอมพิวเตอร์ โดยจำนวนบิตที่ใช้ในการกำหนดความสามารถของการแสดงสีต่าง ๆ เพื่อสร้างภาพบนจอนั้นเรียกว่า บิตเด็ป (Bit-depth) ในภาษา HTML มีการกำหนดสีด้วยระบบเลขฐานสิบหก ซึ่งมีเครื่องหมาย (#) อยู่ด้านหน้าและตามด้วยเลขฐานสิบหกจำนวนอักษรอีก 6 หลัก โดยแต่ละไบต์ (byte)จะมีตัวอักษรสองตัว แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม เช่น #FF12AC การใช้ตัวอักษรแต่ละไบต์นี้เพื่อกำหนดระดับความเข้มของแม่สีแต่ละสีของชุดสี RGB โดย 2 หลักแรก แสดงถึงความเข้มของสีแดง 2 หลักต่อมา แสดงถึงความเข้มของสีเขียว 2 หลักสุดท้ายแสดงถึงความเข้มของสีน้ำเงิน

มีอิทธิพลในเรื่องของอารมณ์การสื่อความหมายที่เด่นชัด กระตุ้นการรับรู้ทางด้านจิตใจมนุษย์ สีแต่ละสีให้ความรู้สึก อารมณ์ที่ไม่เหมือนกัน สีบางสีให้ความรู้สึกสงบ บางสีให้ความรู้สึกตื่นเต้นรุนแรง สีจึงเป็นปัจจัยสำคัญอย่างยิ่งต่อการออกแบบเว็บไซต์ ดังนั้นการเลือกใช้โทนสีภายในเว็บไซต์เป็นการแสดงถึงความแตกต่างของสีที่แสดงออกทางอารมณ์ มีชีวิตชีวาหรือเศร้าโศก รูปแบบของสีที่สายตาของมนุษย์มองเห็น สามารถแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ

1. สีโทนร้อน (Warm Colors) เป็นกลุ่มสีที่แสดงถึงความสุข ความปลอบโยน ความอบอุ่น และดึงดูดใจ สีกลุ่มนี้เป็นกลุ่มสีที่ช่วยให้หายจากความเฉื่อยชา มีชีวิตชีวามากยิ่งขึ้น

2. สีโทนเย็น (Cool Colors) แสดงถึงความที่ดูสุภาพ อ่อนโยน เรียบร้อย เป็นกลุ่มสีที่มีคนชอบมากที่สุด สามารถโน้มนาวในระยะไกลได้

3. สีโทนกลาง (Neutral Colors) สีที่เป็นกลาง ประกอบด้วย สีดำ สีขาว สีเทา และสีน้ำตาล กลุ่มสีเหล่านี้คือ สีกลางที่สามารถนำไปผสมกับสีอื่น ๆ เพื่อให้เกิดสีกลางขึ้นมา

สิ่งที่สำคัญต่อผู้ออกแบบเว็บคือการเลือกใช้สีสำหรับเว็บ นอกจากจะมีผลต่อการแสดงออกของเว็บแล้วยังเป็นการสร้างความรู้สึกที่ดีต่อผู้ใช้บริการ ดังนั้นจะเห็นว่าสีแต่ละสีสามารถสื่อความหมายของเว็บได้อย่างชัดเจน ความแตกต่าง ความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นย่อมส่งผลให้เว็บมีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น ชุดสีแต่ละชุดมีความสำคัญต่อเว็บ ถ้าเลือกใช้สีไม่ตรงกับวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายอาจจะทำให้เว็บไม่น่าสนใจ ผู้ใช้บริการจะไม่กลับมาใช้บริการอีกภายหลัง ฉะนั้นการใช้สีอย่างเหมาะสมเพื่อสื่อความหมายของเว็บต้องเลือกใช้สีที่มีความกลมกลืนกัน

2.3 **E-Commerce**

ความหมายของธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ และ การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ Electronic Business คือ กระบวนการดำเนินธุรกิจโดยอาศัยเทคโนโลยีเครือข่าย ที่เรียกว่า องค์การเครือข่ายร่วม Internetworked Network ไม่ว่าจะเป็นการ

พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ Electronic Commerce การติดต่อสื่อสารและการทำงานร่วมกัน หรือแม้แต่ระบบธุรกิจภายในองค์กร

พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ Electronic Commerce คือ การดำเนินธุรกิจโดยใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์

พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ Electronic Commerce คือ การผลิต การกระจาย การตลาด การขาย หรือการขนส่งผลิตภัณฑ์และบริการ โดยใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์

พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ Electronic Commerce คือ ขบวนการที่ใช้วิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์เพื่อทำธุรกิจที่จะบรรลุเป้าหมายขององค์กร พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ใช้เทคโนโลยีประเภทต่างๆและครอบคลุมรูปแบบทางการเงินทั้งหลาย เช่น ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ โทรสาร แคตตาล็อคอิเล็กทรอนิกส์ การประชุมทางไกล และรูปแบบต่าง ๆที่เป็นข้อมูลระหว่างองค์กร

พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ Electronic Commerce คือ ธุรกรรมทุกรูปแบบที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมเชิงพาณิชย์ ทั้งในระดับองค์กร และส่วนบุคคล บนพื้นฐานของการประมวล และการส่งข้อมูลดิจิทัล ที่มีทั้งข้อความ เสียง และภาพ

พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ Electronic Commerce คือ การทำธุรกิจทางอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งขึ้นอยู่กับการประมวล และการส่งข้อมูล ที่มีข้อความ เสียง และภาพ ประเภทของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ รวมถึงการขายสินค้าและบริการด้วยสื่ออิเล็กทรอนิกส์ การขนส่งผลิตภัณฑ์ที่เป็นเนื้อหาข้อมูลแบบดิจิทัลในระบบออนไลน์ การประมูล การออกแบบทางวิศวกรรมร่วมกัน การจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐ การขายตรง การให้บริการหลังการขาย ทั้งนี้ใช้กับสินค้า (เช่น สินค้าบริโภค อุปกรณ์ทางการแพทย์) และบริการ (เช่น บริการขายข้อมูล บริการด้านการเงิน บริการด้านกฎหมาย) รวมทั้งกิจการทั่วไป (เช่น สาธารณสุข การศึกษา ศูนย์การค้าเสมือน Virtual Mall)

E-Business และ E-Commerce เหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร

ภาพที่ 2. 1ความแตกต่างระหว่าง Business และ E-Commerce

E-Business คือ การดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจต่าง ๆ ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ การใช้คอมพิวเตอร์ เทคโนโลยีสารสนเทศ การสื่อสารและอินเตอร์เน็ต เพื่อทำให้กระบวนการทางธุรกิจ มีประสิทธิภาพและตอบสนองความต้องการของลูกค้า และลูกค้าให้ตรงใจและรวดเร็ว เพื่อลดต้นทุนและขยายโอกาสทางการค้าและการบริการ

E-Commerce คือ การทำธุรกรรมผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ในทุกช่องทางที่เป็นอิเล็กทรอนิกส์ เช่น การซื้อขายสินค้าและบริการ การโฆษณาผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ไม่ว่าจะเป็นโทรศัพท์ โทรทัศน์ วิทยุ

หรือแม้แต่อินเตอร์เน็ต เป็นต้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อลดค่าใช้จ่าย และเพิ่มประสิทธิภาพขององค์กร โดยการลดบทบาทองค์ประกอบทางธุรกิจลง เช่น ทำเลที่ตั้ง อาคารประกอบการ โกดังเก็บสินค้า ห้องแสดงสินค้า รวมถึงพนักงานขาย พนักงานแนะนำสินค้า พนักงานต้อนรับลูกค้า เป็นต้น จึงลดข้อจำกัดของระยะทางและเวลาลงได้

จากความหมายของ E-Business กับ E-Commerce จะเห็นได้ว่าสองคำนี้มีความหมายที่ใกล้เคียงกัน แต่ไม่เหมือนกันทีเดียว โดย E-Business มีขอบเขตที่กว้างกว่า เป็นการทำกิจกรรมทุก ๆ อย่าง ทุกขั้นตอนของกระบวนการทางธุรกิจ ผ่านทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ในขณะที่ E-Commerce จะเน้นเฉพาะการซื้อขายสินค้าหรือบริการผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเท่านั้น จึงสรุปได้ว่า E-Commerce เป็นเพียงส่วนหนึ่งของ E-Business เท่านั้น

กรอบการทำงานและโครงสร้างพื้นฐานของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

กรอบการทำงาน E-Commerce Framework

ภาพที่ 2. 2 กรอบการทำงาน E-Commerce Framework

E-Commerce Framework ประกอบด้วย 4 ส่วน ได้แก่

1. การประยุกต์ใช้ E-Commerce Application
2. โครงสร้างพื้นฐาน E-Commerce Infrastructure
3. การสนับสนุน E-Commerce Supporting
4. การจัดการ E-Commerce Management

1. การประยุกต์ใช้ E-Commerce Application

1.1 การค้าปลีกอิเล็กทรอนิกส์ E-Retaili

1.2 การโฆษณาอิเล็กทรอนิกส์ E-Advertisement

1.3 การประมูลอิเล็กทรอนิกส์ E-Auctions

1.4 การบริการอิเล็กทรอนิกส์ E-Service

1.5 รัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ E-Governmen

1.6 การพาณิชย์ผ่านระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ M-Commerce : Mobile Commerce

2. โครงสร้างพื้นฐาน E-Commerce Infrastructure

องค์ประกอบหลักสำคัญด้านเทคโนโลยีพื้นฐาน ที่จะนำมาใช้เพื่อการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่

2.1 ระบบเครือข่าย Network System

2.2 ช่องทางการติดต่อสื่อสาร Communication Channel

2.3 การจัดรูปแบบและการเผยแพร่เนื้อหา Format and Content Publishing

2.4 การรักษาความปลอดภัย Security

3. การสนับสนุน E-Commerce Supporting

ส่วนของการสนับสนุน จะทำหน้าที่ช่วยเหลือและสนับสนุนส่วนของการประยุกต์ใช้งานให้ทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ เปรียบเสมือนเสาหลักของบ้าน ที่ทำหน้าที่ค้ำจุนให้หลังคาบ้าน อย่างไรก็ตามเสาบ้านก็ต้องอาศัยพื้นบ้านในส่วนของโครงสร้างพื้นฐานเพื่อที่จะยืนหยัดอยู่ได้อย่างมั่นคงต่อไป สำหรับส่วนสนับสนุนของ E-Commerce มีองค์ประกอบ 5 ส่วน ดังนี้

3.1 การพัฒนาระบบงาน E-Commerce Application Development

3.2 การวางแผนกลยุทธ์ E-Commerce Strategy

3.3 กฎหมายพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ E-Commerce Law

3.4 การจดทะเบียนโดเมนเนม Domain Name Registration

3.5 การโปรโมทเว็บไซต์ Website Promotion

ปัจจัยที่ทำให้ E-Commerce ประสบความสำเร็จการนำ E-commerce ไปใช้ในธุรกิจจำเป็นต้องมีสารสนเทศที่ถูกต้อง มีโครงสร้างพื้นฐาน และมีระบบสนับสนุน ซึ่งปัจจัยที่ทำให้ประสบความสำเร็จมี 5 อย่างดังนี้

1. คน (People) หมายถึง ผู้ขาย ผู้ซื้อ คนกลาง พนักงาน IT และอื่น ๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง

2. นโยบายสาธารณชน หมายถึง กฎหมาย ภาษี และนโยบายหลักๆ ที่สำคัญ เช่น สิทธิส่วนบุคคล ที่ถูกกำหนดด้วยรัฐบาล ในทีนี้นโยบายจะรวมถึงมาตรฐานด้านเทคนิค และโปรโตคอล(Protocol)

3. การตลาด และการโฆษณาประชาสัมพันธ์ เว็บไซต์เป็นสิ่งสำคัญเพื่อใช้ติดต่อกับลูกค้า และทำธุรกิจค้าขาย รวมถึงการมองหาตลาดแหล่งใหม่ ๆ และกลยุทธ์ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์

4. พันธมิตรธุรกิจ E-commerce ถูกนำมาใช้ในการบริหาร Supply Chain หรือ ระหว่างคู่ค้า และพันธมิตรทางการค้า

5. บริการสนับสนุนอื่นสิ่งสำคัญ คือการวิจัยตลาด การสร้างเนื้อหาและการบริกาอื่นๆ เพิ่มเติม ไม่ว่าจะเป็น ระบบการชำระ การขนส่ง เทคโนโลยีสารสนเทศ และระบบรักษาความปลอดภัย

4. การจัดการ E-Commerce Management

แบบจำลองทางธุรกิจ Business Model

Pure Electronic Commerce ทุกอย่างเป็นอิเล็กทรอนิกส์ เช่น ขายเพลงผ่านเว็บ จ่ายเงินผ่านเว็บด้วย

Partial Electronic Commerce เช่น ขายของบนเฟสบุ๊ค สินค้าวางหน้าร้าน ส่งทาง EMS ได้

สรุป

พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ Electronic Commerce คือ การทำธุรกรรมผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ในทุกช่องทางที่เป็นอิเล็กทรอนิกส์ เช่น การซื้อขายสินค้าและบริการ การโฆษณาผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ไม่ว่าจะเป็นโทรศัพท์ โทรทัศน์ วิทยุ หรือแม้แต่อินเตอร์เน็ต เป็นต้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อลดค่าใช้จ่ายและเพิ่มประสิทธิภาพขององค์กร โดยการลดบทบาทองค์ประกอบทางธุรกิจลง เช่น ทำเลที่ตั้ง อาคารประกอบการ โกดังเก็บสินค้า ห้องแสดงสินค้า รวมถึงพนักงานขาย พนักงานแนะนำสินค้า พนักงานต้อนรับลูกค้า เป็นต้น จึงลดข้อจำกัดของระยะทางและเวลาลงได้

2.4 บริบทฟาร์มเห็ด

“ฟาร์มเห็ด บ้านแคนเจริญ ตำบลตูมใหญ่ อำเภอคูเมือง จังหวัดบุรีรัมย์” ได้จัดตั้งขึ้นเมื่อปีพุทธศักราช 2558 ที่หมู่บ้านแคนเจริญ ตำบลตูมใหญ่ อำเภอคูเมือง จังหวัดบุรีรัมย์

ภาพที่ 2. 3 ด้านหน้าฟาร์มเห็ดบ้านแคนเจริญ ตำบลตูมใหญ่ อำเภอคูเมือง จังหวัดบุรีรัมย์

ภาพที่ 2. 4 ด้านในฟาร์มเห็ด บ้านแคนเจริญ ตำบลตูมใหญ่ อำเภอคูเมือง จังหวัดบุรีรัมย์

ภาพที่ 2. 5 โรงเพาะเห็ด

2.5 วิจัยที่เกี่ยวข้อง

ณัฐชยา รักประกอบกิจ และนิตนา ฐานิตธนกร (2559) ได้ทำการศึกษาเรื่อง คุณภาพของเว็บไซต์และการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการสมัครงานออนไลน์(E-job) ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถามปลายปิดจำนวน 200 คน โดยมีสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ ผลการศึกษาพบว่า การยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการสมัครงานออนไลน์(E-job) ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ การยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ถึง ความง่ายในการใช้งาน คุณภาพของเว็บไซต์ ด้านสารสนเทศ และด้านความน่าดึงดูดใจ ตามลำดับ โดยร่วมกันพยากรณ์ความพึงพอใจในการใช้บริการสมัครงานออนไลน์(E-job) ของผู้ใช้บริการในเขต กรุงเทพมหานครได้ คิดเป็นร้อยละ 69.9 ในขณะที่คุณภาพของเว็บไซต์ ด้านระบบและด้านบริการไม่ มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการสมัครงานออนไลน์(E-job) ของผู้ใช้บริการในเขต กรุงเทพมหานคร

จันทร์จิรา ทองพริก มารีย๊ะ สันเกาะ เสาวลักษณ์ ธานีรัตน์ (2559) สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช ร้านโทรศัพท์จอมโมบายดาเนินธุรกิจขายโทรศัพท์มือถือ เพื่อเพิ่มช่องทางในการจัดจาหน่ายโทรศัพท์มือถือและระบบสามารถจัดการข้อมูลสินค้า จัดการข้อมูลสมาชิก จัดการข้อมูลข่าว ประชาสัมพันธ์ จัดการการแจ้งชาระเงิน และสามารถสรุปยอดขายตามช่วงเวลาโดยโปรแกรมที่ใช้พัฒนา Adobe Dreamweaver CS6 ในการพัฒนาเว็บไซต์ Appserv Version 2.5.10 ในการจัดการเซิฟเวอร์ และ My SQL ในการจัดการฐานข้อมูล

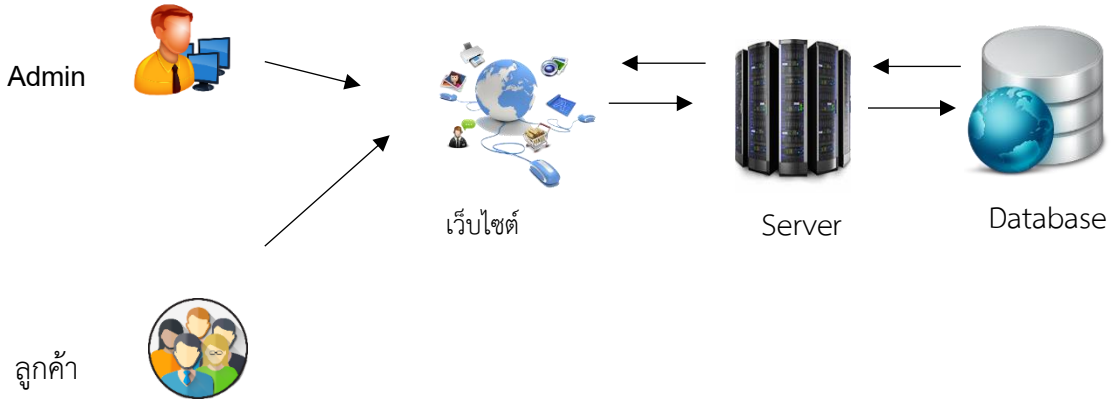
Godey, et al., (2016) ได้ทำการศึกษาเรื่อง Social Media Marketing Efforts of Luxury Brands: Influence on Brand Equity and Consumer Behavior เพื่อศึกษาเครื่องมือทางสื่อสังคมออนไลน์ผ่านกิจกรรมที่มีอิทธิพลต่อการสร้างตราสินค้าราคาแพงและพฤติกรรมของผู้บริโภคผ่านตราสินค้าราคาแพงจำนวน 5 ตราสินค้า ดังนี้ เบอร์เบอรี่ (Burberry) ดิออร์(Dior) กุชชี่ (Gucci)เฮอร์เมส (Hermes) หลุยส์ วิตตอง (Louis Vuitton) ซึ่งผลการศึกษาพบว่า เครื่องมือสื่อสังคมออนไลน์มีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญเกี่ยวกับความจงรักภักดีต่อตราสินค้า (0.876) ความต้องการของตราสินค้า (0.739) และราคาสินค้าที่มีราคาสูง (0.648) ทั้งนี้การตั้งคุณค่าของตราสินค้าโดยใช้สื่อสังคมออนไลน์มีศักยภาพในการสร้างตราสินค้า ซึ่งมีเป้าหมายในลักษณะเดียวกับกิจกรรมทางการตลาดโดยไป และพบว่ามิติความบันเทิง การปฏิสัมพันธ์ ความนิยม การตลาดปากต่อปากเป็นตัวกระตุ้นผู้บริโภคผ่านทางเครื่องมือสื่อสังคมออนไลน์ โดยเฉพาะกับผู้บริโภคเป็นหลักผ่านทางสื่อออนไลน์

บทที่ 3

วิธีการดำเนินงาน

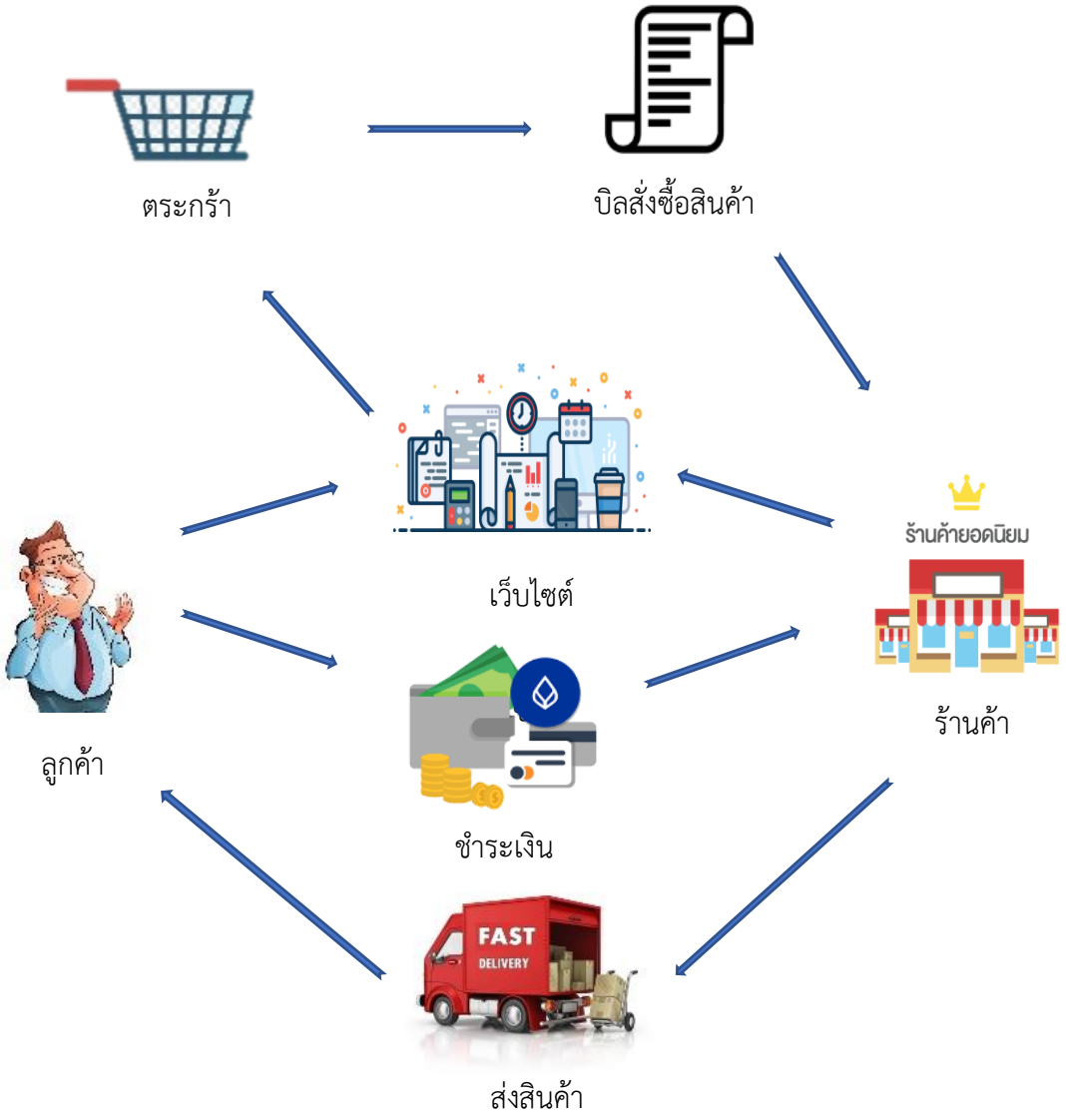
จากการสอบถามระบบงานเดิมของผู้ประกอบการ ระบบขายเห็ดออนไลน์กรณีศึกษา“ฟาร์มเห็ด บ้านแคนเจริญ ตำบลตูมใหญ่ อำเภอคูเมือง จังหวัดบุรีรัมย์”พบว่าระบบงานเดิมนั้นมีปัญหาเกี่ยวกับการส่งขายสินค้า ซึ่งผู้ประกอบการไม่ได้ขายผ่านเว็บหรือสื่อออนไลน์ใด ๆ เพราะระบบเดิมคือขายหน้าร้านและขายตามหมู่บ้าน ซึ่งสินค้าไม่ได้ออกสู่การขายผ่านตลาดออนไลน์ จึงเป็นผลกระทบต่อการสั่งซื้อช่องทางการขายได้น้อย ดังนั้นการทำระบบซื้อขายออนไลน์นี้ขึ้นมาเพื่อเป็น ช่องทางในการเลือกซื้อและตัดสินใจของผู้บริโภคซึ่งถือว่าเป็นอีกทางเลือกหนึ่งในการอำนวยความสะดวกให้กับผู้บริโภค

3.1 ภาพรวมระบบ



ภาพที่ 3.1 แสดงภาพรวมระบบขายเห็ดออนไลน์

จากภาพที่ 3.1 แสดงภาพรวมระบบขายเห็ดออนไลน์กรณีศึกษา“ฟาร์มเห็ด บ้านแคนเจริญ ตำบลตูมใหญ่ อำเภอคูเมือง จังหวัดบุรีรัมย์” ในส่วนของแอดมินจะทำการดูแลระบบ เมื่อเข้าสู่ระบบจัดการข้อมูลสินค้า เพิ่ม/ลบ/แก้ไขข้อมูลสินค้า จัดการข้อมูลสินค้าคงเหลือในคลัง สรุปยอดขายสินค้าตามช่วงเวลา ส่วนลูกค้าจะทำการสมัครเข้าสู่หน้าเว็บไซต์ กรอกข้อมูล ค้นหาสินค้า เลือกซื้อสินค้า ข้อมูลระบบจะแสดงในรูปแบบของ Website เก็บข้อมูลไปยังฐานข้อมูล



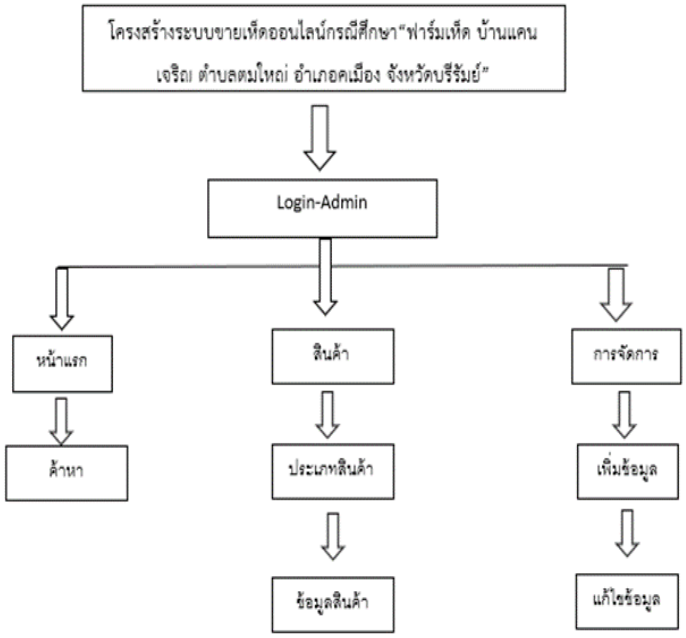
ภาพที่ 3.2 ภาพรวมกระบวนการการทำงานระบบหน้า Website

จากภาพที่ 3.2 คือ ภาพรวมกระบวนการการทำงานระบบหน้า Website ระบบขายเห็ดออนไลน์ กรณีศึกษา “ฟาร์มเห็ด บ้านแคนเจริญ ตำบลตูมใหญ่ อำเภอคูเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ ผู้ดูแลจะทำการเข้าสู่ระบบและเข้าดูสินค้ากดสั่งซื้อสินค้า ทำการยืนยันการสั่งซื้อ ชำระเงินผ่านระบบธนาคาร ยืนยันหลักฐาน

การชำระเงิน และออกจากระบบ จากนั้นแอดมินจะจัดการข้อมูลการสั่งซื้อสินค้า ตรวจสอบการชำระเงิน ยืนยันการสั่งซื้อสินค้าของลูกค้า

3.2 การออกแบบการทำงานของระบบ

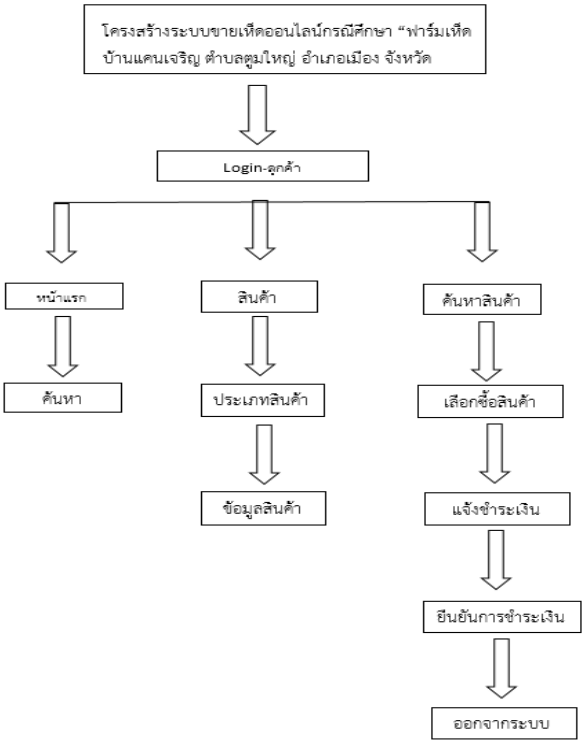
3.2.1 การออกแบบระบบขายเห็ดออนไลน์กรณีศึกษา “ฟาร์มเห็ด บ้านแคนเจริญ ตำบลตูมใหญ่ อำเภอคูเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ ในส่วนของ ผู้ดูแลระบบ ของระบบขายเห็ดออนไลน์



ภาพที่ 3.3 แผนผังการทำงานของผู้ดูแลระบบ

จากภาพที่ 3.3 เป็นภาพรวมของเว็บไซต์ระบบขายเห็ดออนไลน์กรณีศึกษา “ฟาร์มเห็ด บ้านแคนเจริญ ตำบลตูมใหญ่ อำเภอคูเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ โดยแบ่งผู้ใช้ออกเป็น 3 ส่วน คือ Admin จะทำหน้าในการจัดการข้อมูลตรวจสอบและยืนยันข้อมูลทั้งหมดในส่วนของพนักงานและลูกค้าจะทำการเข้าสู้ระบบ เลือกดูรายการสินค้าภาพที่ 1

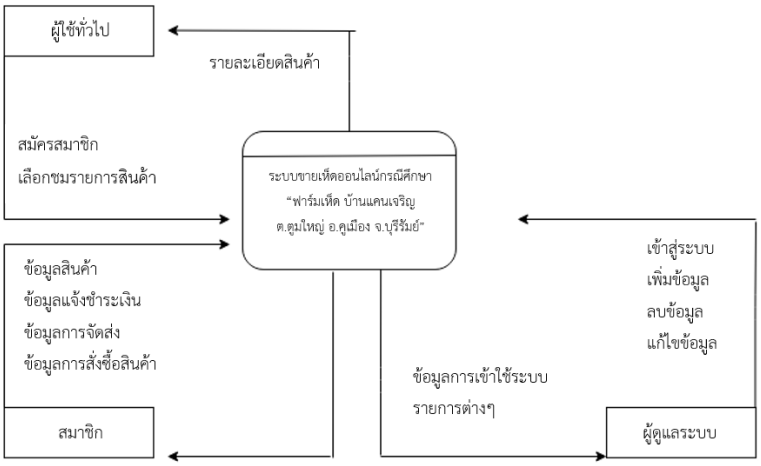
3.1.1 การออกแบบระบบขายเห็ดออนไลน์กรณีศึกษา “ฟาร์มเห็ด บ้านแคนเจริญ ตำบลตูมใหญ่ อำเภอคูเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ ในส่วนของลูกค้า



ภาพที่ 3.4 การออกแบบระบบขายเห็ดออนไลน์กรณีศึกษา “ฟาร์มเห็ด บ้านแคนเจริญ ตำบลตูมใหญ่ อำเภอคูเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ ในส่วนของลูกค้า

3.3 การออกแบบการทำงานของระบบ

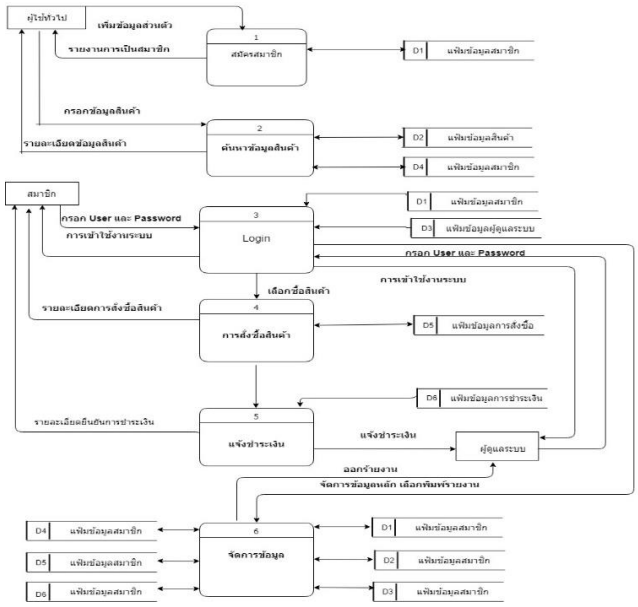
3.3.1 การออกแบบการทำงานของระบบ แผนภาพบริบท (Context Diagram) ระบบขายเห็ดออนไลน์กรณีศึกษา “ฟาร์มเห็ด บ้านแคนเจริญ ตำบลตูมใหญ่ อำเภอคูเมือง จังหวัดบุรีรัมย์



ภาพที่ 3. 5 Context diagram Level 0 ของระบบขายเห็ดออนไลน์กรณีศึกษา"ฟาร์มเห็ด บ้านแคนเจริญ ตำบลตูมใหญ่ อำเภอคูเมือง จังหวัดบุรีรัมย์

จากภาพที่ 3.5 เป็นการไหลของกระแสข้อมูลในระดับ 0 ของระบบขายเห็ดออนไลน์กรณีศึกษา "ฟาร์มเห็ด บ้านแคนเจริญ ตำบลตูมใหญ่ อำเภอคูเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ บันทึกรายละเอียดระบบสั่งซื้อ ข้อมูลลูกค้า ข้อมูลเจ้าของร้าน ซึ่งมีการทำงานระหว่างข้อมูลที่ผู้ใช้งานส่งคำสั่งซื้อไปยังเว็บไซต์ และเว็บไซต์ส่งข้อมูลไปที่ฐานข้อมูล และมีการส่งข้อมูลกลับมายังผู้ใช้งาน

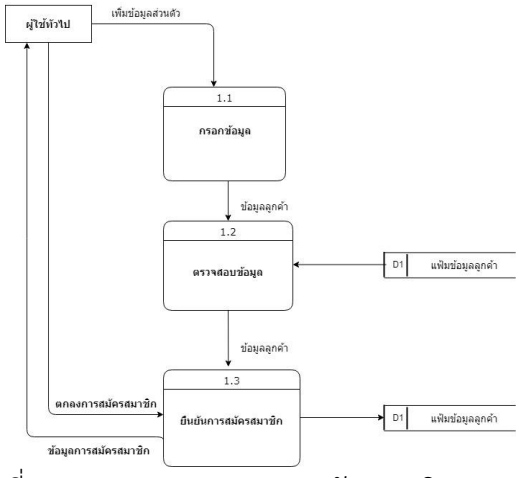
3.3.2 แผนภาพกระแสข้อมูลระดับที่1 ประกอบด้วยการประมวลผลย่อยของแผนภาพระดับที่ 1



ภาพที่ 3.6 Data flow Diagram level 1 ระบบการขายสินค้าออนไลน์

จากภาพที่ 3.6 แสดงการทำงานของระบบสินค้าออนไลน์ โดยที่สมาชิกเข้าสู่ระบบเพื่อสั่งสินค้าแล้วชำระเงิน Adminเข้าสู่ระบบและจัดการข้อมูลสินค้า ผู้ใช้ทั่วไปสามารถสมัครสมาชิกได้

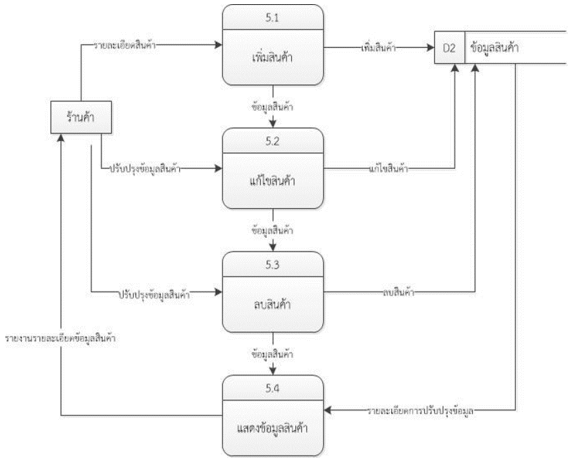
3.3.3 Data flow level 2 สมัครสมาชิก



ภาพที่ 3.7 Data flow level 2 สมัครสมาชิก

จากภาพที่ 3.7 แสดงการทำงานของส่วนการสมัครสมาชิกของระบบขายสินค้าออนไลน์ โดยที่ระบบการสมัครสมาชิก จะทำการตรวจสอบข้อมูลผู้สมัครกับบันทึกข้อมูลผู้สมัครและออกรายงานการสมัคร

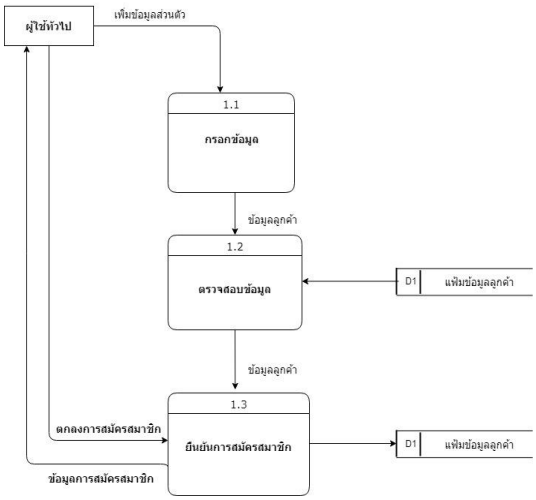
3.3.4 Data flow level 2 การจัดการสินค้า



ภาพที่ 3.8 Data flow level 2 การจัดการสินค้า

จากภาพที่ 3.8 แสดงการทำงานของส่วนการจัดการสินค้าของระบบขายสินค้าออนไลน์ โดยที่ผู้จัดการสินค้าคือ ผู้ดูแลระบบ จะทำการเพิ่ม ลบ และแก้ไขสินค้า

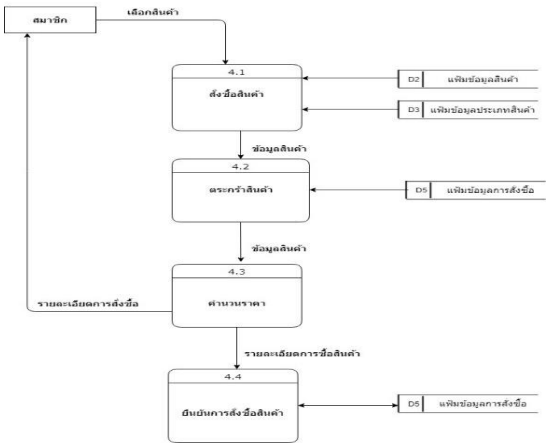
3.3.5 Data flow level 2 เข้าสู่ระบบ



ภาพที่ 3.9 Data flow level 2 เข้าสู่ระบบ

จากภาพที่ 3.9 แสดงการทำงานของส่วนการเข้าสู่ระบบของระบบขายสินค้าออนไลน์ โดยที่ระบบ จะทำการตรวจสอบชื่อผู้ใช้และรหัสผ่านและเข้าสู่ระบบ

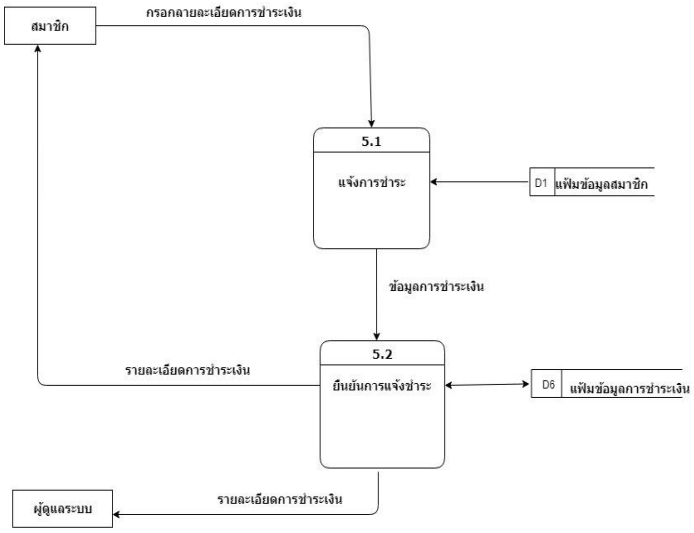
3.3.6 Data flow level 2 การสั่งซื้อสินค้า



ภาพที่ 3.10Data flow level 2 การสั่งซื้อสินค้า

จากภาพที่ 3.10 แสดงการทำงานของส่วนการสั่งซื้อสินค้าโดยที่สมาชิกจะทำการเลือกซื้อสินค้าและยืนยันการสั่งซื้อ

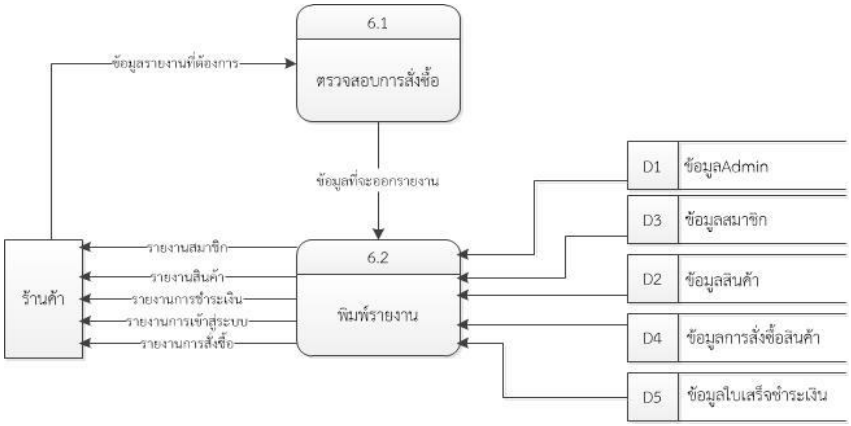
3.3.7 Data flow level 2 การชำระเงิน



ภาพที่ 3.11Data flow level 2 การชำระเงิน

จากภาพที่ 3.11 แสดงการทำงานของส่วนการชำระเงินของระบบขายสินค้าออนไลน์ โดยที่ Admin จะทำการตรวจสอบการชำระเงิน และยืนยันการแจ้งชำระเงิน

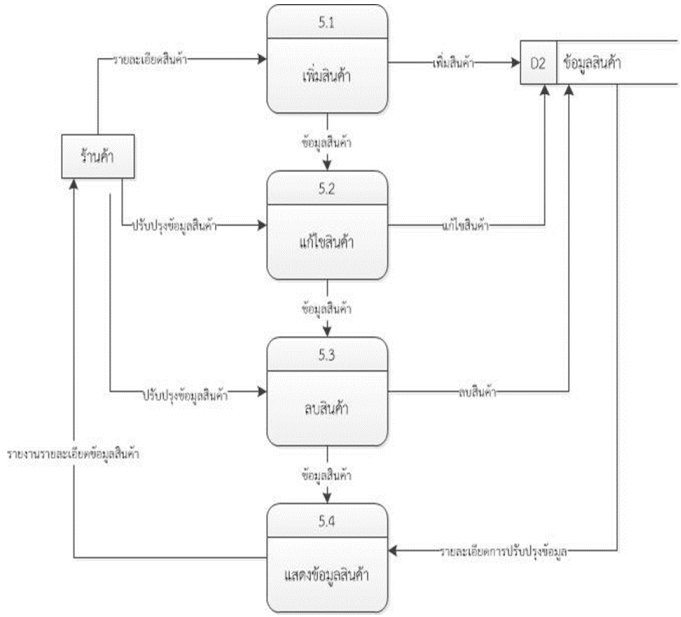
3.3.8Data flow level 2 การจัดการข้อมูลการขาย



ภาพที่ 3.12 Data flow level 2 การจัดการข้อมูลการขาย

จากภาพที่ 3.12 แสดงการทำงานของส่วนการจัดการข้อมูลการขาย โดยที่Adminจะทำการตรวจสอบการสั่งซื้อสินค้าและก็ออกรายงาน

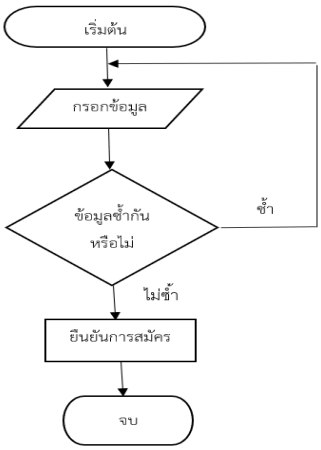
3.3.9 Data flow level 2 การจัดการสินค้า



ภาพที่ 3.13 Data flow level 2 การจัดการสินค้า

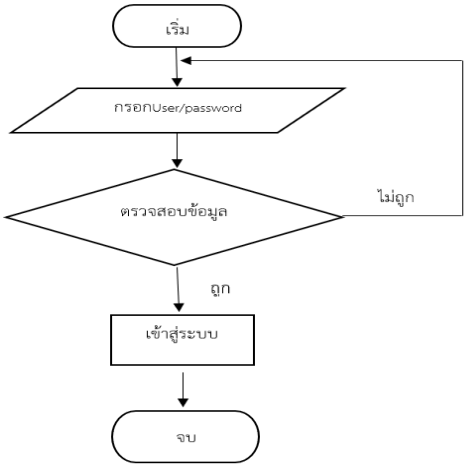
จากภาพที่ 3.13 แสดงการทำงานของส่วนการจัดการสินค้าของระบบขายสินค้าออนไลน์ โดยที่ผู้จัดการสินค้าคือ ผู้ดูแลระบบ จะทำการเพิ่ม ลบ และแก้ไขสินค้า

3.3.10 Flowchart แสดงการทำงานของการสมัครสมาชิก



ภาพที่ 3.14 Flowchart แสดงการสมัครสมาชิก

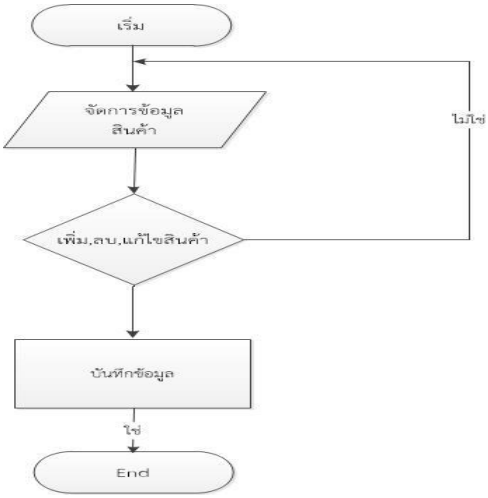
จากภาพที่ 3.14 เป็นการแสดงการสมัครสมาชิกโดยมีการกรอกข้อมูลในการสมัคร ตรวจสอบข้อมูลสมาชิก เพิ่มข้อมูลสมาชิก ยืนยันการสมัครสมาชิก ถ้าต้องการยืนยันก็จบการทำงาน แต่ถ้าไม่ต้องการยืนยันการสมัครสมาชิกให้กลับไปกรอกข้อมูลใหม่



ภาพที่ 3.15 Flowchart แสดงการเข้าสู่ระบบ

จากภาพที่ 3.15 Flowchart แสดงการเข้าสู่ระบบ ผู้ดุแลระบบ และสมาชิกทำการกรอก Username และPassword ตรวจสอบชื่อผู้ใช้ ถ้าชื่อผู้ใช่ ถ้าชื่อผู้ใช้ไม่ถูกต้องให้กลับไปกรอก Username และPassword ใหม่ถ้าชื่อผู้ใช้ถูกต้องทำการเข้าสู่ระบบและจบการทำงาน

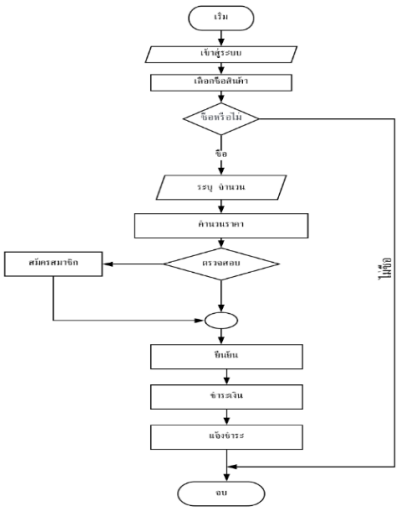
3.3.12 Flowchart แสดงการทำงานของการจัดการข้อมูลสินค้า



ภาพที่ 3.16 Flowchart แสดงการจัดการข้อมูลสินค้า

จากภาพที่ 3.16 เป็นการแสดงการจัดการข้อมูลสินค้าในส่วนของการเพิ่ม ลบ และแก้ไขสินค้า เมื่อทำการเพิ่ม ลบและแก้ไขสินค้าถ้าไม่ต้องการบันทึกข้อมูลจะกลับไปที่การจัดการข้อมูล แต่ถ้าต้องการบันทึกข้อมูลก็จะจบการทำงาน

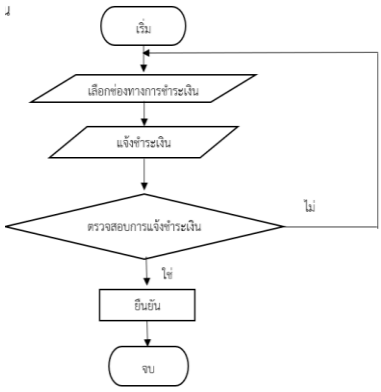
3.3.13 Flowchart แสดงการทำงานของการสั่งสินค้า



ภาพที่ 3.17 Flowchart แสดงการสั่งสินค้า

จากภาพที่ 3.17 เป็นการแสดงขั้นตอนในการสั่งสินค้าในเว็บ ไซต์เข้าสู่ระบบ ค้นหาสินค้าเลือกซื้อสินค้า ถ้าไม่ซื้อก็ไปที่ขั้นตอนจบการทำงาน แต่ถ้าซื้อก็จะระบุจำนวน คำนวณสินค้า ตวจสอบ ถ้ายังไม่เป็นสมาชิกก็จะไปยังหน้าสมัครสมาชิก เมื่อเป็นสมาชิกล้วให้ทำการยืนยัน ชำระเงิน แจ้งชำระเงิน และจบการทำงาน

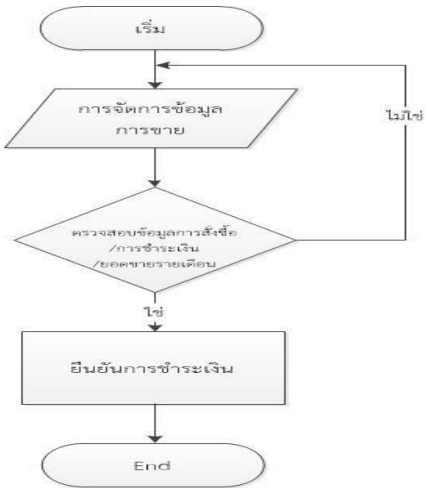
3.3.14 Flowchart แสดงการทำงานของการชำระเงิน



ภาพที่ 3.18 Flowchart แสดงการชำระเงิน

จากภาพที่ 3.18 เป็นการแสดงขั้นตอนการชำระเงินผ่านช่องทางการชำระเงินเริ่มจากการแจ้งชำระเงิน ตวรจสอบการแจ้งชำระเงิน ยืนยันการชำระเงิน ถ้าไม่ต้องการยืนยันการแจ้งชำระเงิน ให้กลับไปยังช่องทางการชำระเงิน

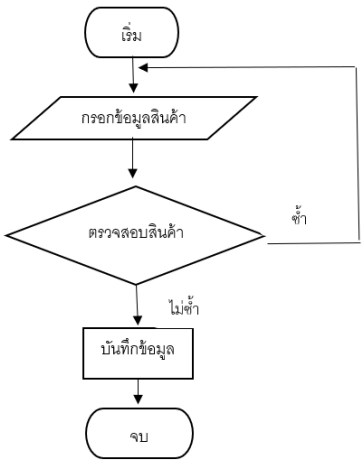
3.3.15 Flowchart แสดงการทำงานของการจัดการข้อมูลการขาย



ภาพที่ 3.19 Flowchart แสดงการจัดการข้อมูลการขาย

จากภาพที่ 3.19 เป็นการแสดงการจัดการข้อมูลขาย โดยมีการตรวจสอบข้อมูลการสั่งซื้อ ตรวจสอบข้อมูลการชำระเงินและสรุปยอดขายรายเดือน และทำการยืนยันข้อมูลถ้าไม่ต้องการยืนยันข้อมูลให้ย้อนกลับไปจัดการข้อมูลใหม่

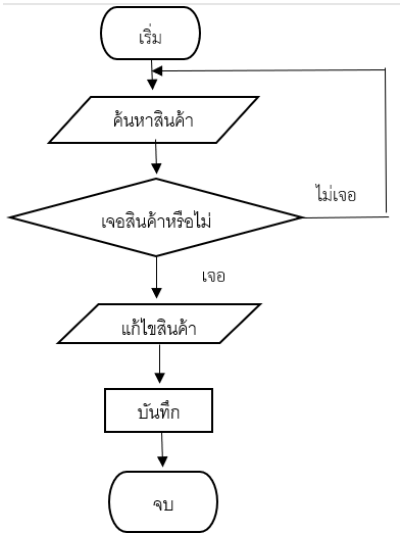
3.3.16 Flowchart การเพิ่มสินค้า



ภาพที่ 3. 20 Flowchart แสดงการเพิ่มสินค้า

จากภาพที่ 3.20 เป็นการแสดงการเพิ่มสินค้า โดยมีการกรอกข้อมูลสินค้า เมื่อตรวจสอบข้อมูลสินค้าข้อมูลซ้ำให้กลับไปกรอกสินค้าใหม่ ถ้าสินค้าไม่ซ้ำให้บันทึกข้อมูล

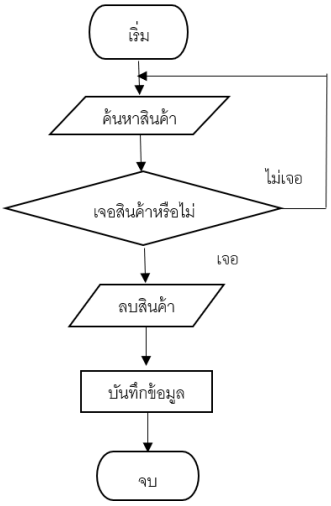
3.3.17 Flowchart แก้ไขข้อมูลสินค้า



ภาพที่ 3.21 Flowchart แสดงการแก้ไขข้อมูลสินค้า

จากภาพที่ 3.21เป็นการแสดงการแก้ไขข้อมูลสินค้า โดยมีการค้นหาสินค้า ตรวจสอบว่าเจอสินค้าหรือไม่ถ้าไม่เจอให้กลับไปยังการค้นหาสินค้าอีกครั้ง แต่ถ้าเจอให้ทำการแก้ไข และบันทึกข้อมูล

3.3.18 Flowchart การลบสินค้า

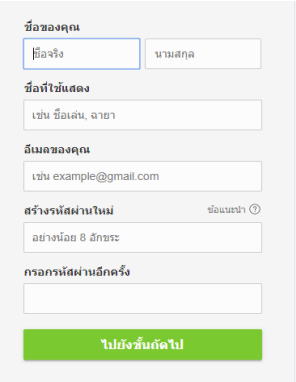


ภาพที่ 3.22 Flowchart แสดงการลบสินค้า

จากภาพที่ 3.22 เป็นการแสดงการลบสินค้า โดยมีการค้นหาสินค้า ตรวจสอบว่าเจอสินค้าหรือไม่ถ้าไม่เจอให้กลับไปยังการค้นหาสินค้าอีกครั้ง แต่ถ้าเจอให้ทำการลบสินค้า และบันทึกข้อมูล

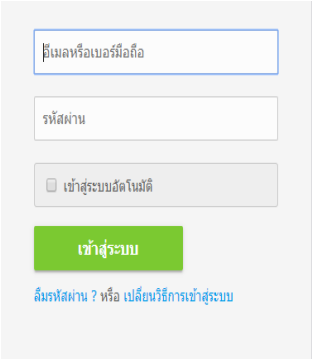
3.4 ออกแบบหน้าจอ

3.4.1 หน้าการสมัครสมาชิก



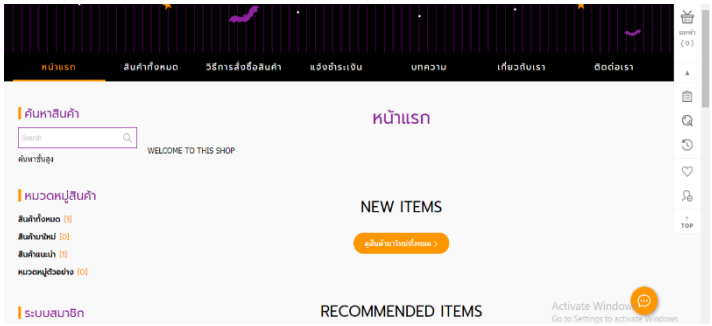
ภาพที่ 3.23 แสดงภาพตัวอย่างหน้าการสมัครสมาชิก

3.4.2 การเข้าสู่ระบบเว็บไซต์



ภาพที่ 3.24 แสดงภาพตัวอย่างหน้าการเข้าสู่ระบบเว็บไซต์

3.4.3 หน้าแรกของเว็บไซต์

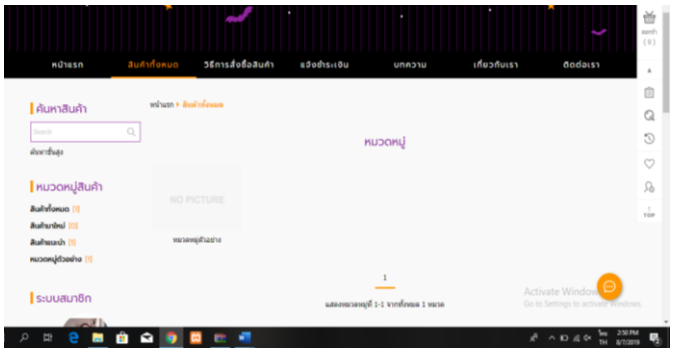


ภาพที่ 3.25 แสดงภาพตัวอย่างหน้าแรกของเว็บไซต

3.4.4 หน้าแสดงสินค้าค้นหาสินค้า

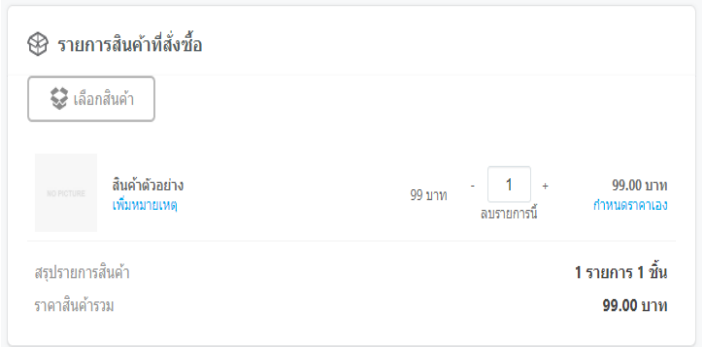
ภาพที่ 3.26 แสดงภาพตัวอย่างหน้าแสดงสินค้าค้นหาสินค้า

3.4.5 หน้าเรียกดูสินค้า



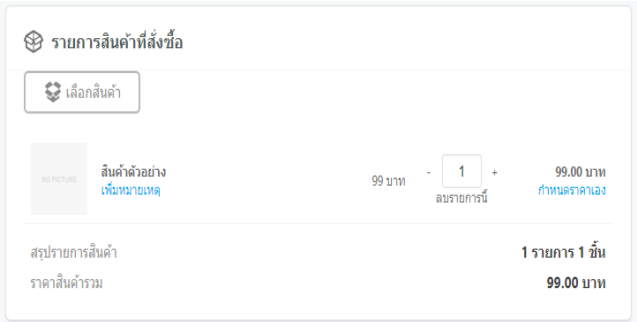
ภาพที่ 3.27 แสดงภาพตัวอย่างหน้าเรียกดูสินค้า

3.4.6 หน้าเลือกการจัดส่งสินค้า



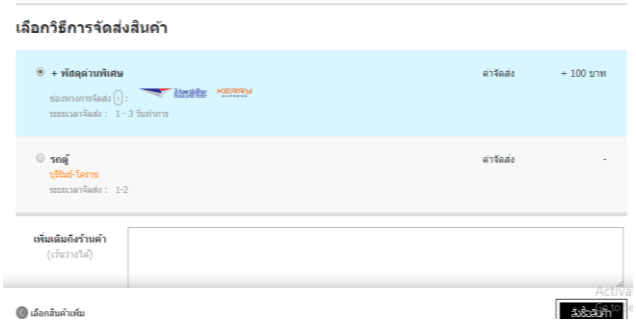
ภาพที่ 3.28 แสดงภาพตัวอย่างหน้าเลือกการจัดส่งสินค้า

3.4.7 หน้าการเลือกการจัดส่ง



ภาพที่ 3.29 แสดงภาพตัวอย่างหน้าการเลือกการจัดส่ง

3.4.8 การเลือกวิธีการชำระเงิน



ภาพที่ 3. 30 แสดงภาพตัวอย่างหน้าการเลือกวิธีการชำระเงิน

3.5 การออกแบบสอบถามความพึงพอใจ

การศึกษาความพึงพอใจของผู้สนใจผลิตภัณฑ์ในระบบขายเห็ดออนไลน์กรณีศึกษา “ฟาร์มเห็ด บ้านแคนเจริญ ตำบลตูมใหญ่ อำเภอคูเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ ในการใช้บริการระบบสั่งซื้อผลิตภัณฑ์สินค้าจากร้านขายเห็ดออนไลน์กรณีศึกษา “ฟาร์มเห็ด บ้านแคนเจริญ ตำบลตูมใหญ่ อำเภอคูเมือง จังหวัดบุรีรัมย์

แบบสอบถามความพึงใจที่มีต่อการสั่งซื้อสินค้าจากร้าน Hope Clothing แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่

3.5.1 กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าในครั้งนี้ คือผู้ที่เข้ามาใช้สื่อสังคมออนไลน์ ระบบขายเห็ดออนไลน์กรณีศึกษา “ฟาร์มเห็ด บ้านแคนเจริญ ตำบลตูมใหญ่ อำเภอคูเมือง จังหวัดบุรีรัมย์โดยมีจำนวนกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 45 คน

3.5.2 สูตรการวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติ สำหรับวิเคราะห์คุณภาพเว็บไซต์สำหรับผู้เชี่ยวชาญหาค่าเฉลี่ยเลขคณิต สูตรการหาค่าเฉลี่ย (Mean)

$$\bar{x} = \frac{\sum x}{n}$$

เมื่อ $\bar{x}$ แทน ค่าเฉลี่ย

$\sum x$ แทนผลรวมของคะแนนทั้งหมดในกลุ่ม

n แทนจำนวนของคะแนนในกลุ่ม

ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อใช้แปลความหมายของข้อมูลด้านต่างๆ โดยใช้สูตรดังนี้

$$\text{S.D.} = \sqrt{\frac{\sum (x_i - \bar{x})^{-2}}{n(n-1)}}$$

เมื่อ S.D. แทนค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

N แทนจำนวนข้อมูล

x แทนค่ากึ่งกลางชั้น

$\sum$ แทนผลรวม

3.5.3 แบบสอบถามความพึงพอใจ

เกณฑ์การให้คะแนนแบบประเมินแบ่งเป็น 5 ระดับคือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด โดยมีหลักเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

ความพึงพอใจมากที่สุด	มีคะแนนเท่ากับ	5
ความพึงพอใจมาก	มีคะแนนเท่ากับ	4
ความพึงพอใจปานกลาง	มีคะแนนเท่ากับ	3
ความพึงพอใจน้อย	มีคะแนนเท่ากับ	2
ความพึงพอใจน้อยที่สัด	มีคะแนนเท่ากับ	1

โดยใช้เกณฑ์ประเมินผลค่าเฉลี่ยเกี่ยวกับประสิทธิภาพ ของการพัฒนาเว็บไซต์ระบบระบบบริหารจัดการการขายสินค้าร้าน Hope Clothing จะมีเกณฑ์ประเมิน ดังนี้

ระดับคะแนน		ความหมาย
คะแนนเฉลี่ย	4.50 – 5.00	ระดับประสิทธิภาพของระบบดีมาก
คะแนนเฉลี่ย	3.50 – 4.49	ระดับประสิทธิภาพของระบบดี
คะแนนเฉลี่ย	2.50 – 3.49	ระดับประสิทธิภาพของระบบดีปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	1.50 – 2.49	ระดับประสิทธิภาพของระบบน้อย
คะแนนเฉลี่ย	1.00 – 1.49	ระดับประสิทธิภาพของระบบน้อยมาก

บทที่ 4

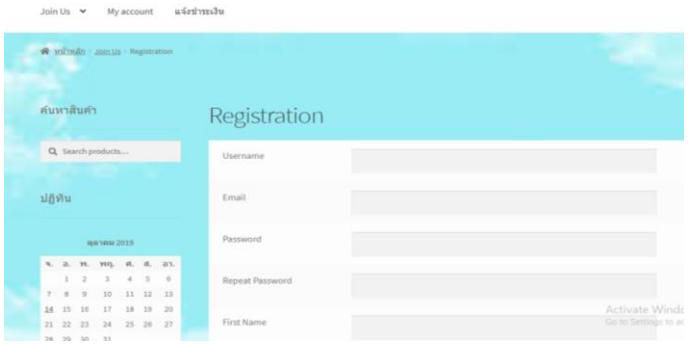
ผลการดำเนินงาน

ระบบขายเห็ดออนไลน์กรณีศึกษา “ฟาร์มเห็ด บ้านแคนเจริญ ตำบลตูมใหญ่ อำเภอคูเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ เป็นการประชาสัมพันธ์ และจัดจำหน่ายก้อนเชื้อเห็ดและเห็ดสด ให้ผู้ใช้บริการเว็บไซต์ได้เลือกซื้อสินค้าผ่านระบบสั่งซื้อก้อนเชื้อเห็ด เห็ดสด และอำนวยความสะดวกให้กับผู้ใช้บริการเว็บไซต์ได้ซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์ได้ โดยไม่ต้องเสียเวลาเข้าไปซื้อที่หน้าร้าน

4.1 การเข้าสู่ระบบ

4.1.1 สมัครสมาชิก

ขั้นตอนการสมัครสมาชิกเพื่อที่จะเข้าใช้งานให้ผู้ใช้กรอกชื่อ อีเมล์ รหัสผ่าน นานสกุล ดังภาพ 4.1



ภาพที่ 4. 1 สมัครสมาชิก

4.2 admin

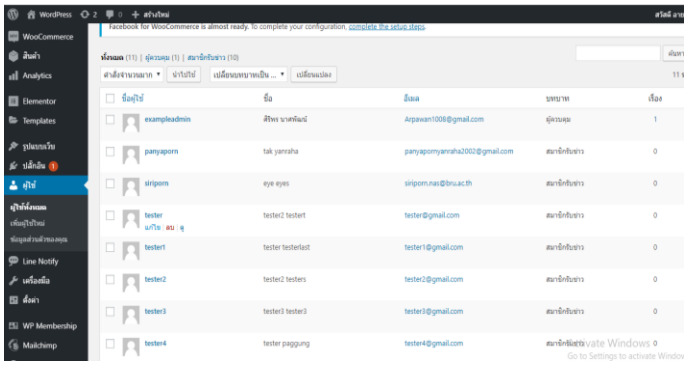
4.2.1 สินค้าทั้งหมด

Admin สามารถนำสินค้าที่มีอยู่เพิ่มเข้าไปในสินค้าทั้งหมดภายในเว็บไซต์ได้ เพื่อที่ให้ลูกค้าสามารถซื้อสินค้าได้หลากหลายมากขึ้น และadmin ยังสามารถลบสินค้าออกจากเว็บไซต์ได้ ดังภาพที่ 4.2

ภาพที่ 4. 2 สินค้าทั้งหมด

4.2.2 สมาชิก

Admin สามารถดูสมาชิกของเว็บไซต์ ลบสมาชิก และแก้ไขสมาชิกของเว็บไซต์ได้ ดังภาพที่ 4.3



ภาพที่ 4. 3 สมาชิก

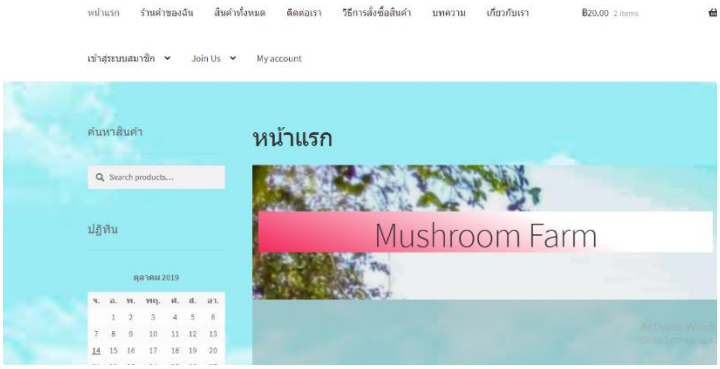
4.2.3 เมนูหลัก

Admin สามารถสร้างเมนู เพิ่มเมนู และลบเมนูหลักของเว็บไซต์ได้ เพื่อให้เหมาะสมต่อการใช้งานทั้งของ admin และผู้ใช้ ดังภาพที่ 4.4

ภาพที่ 4. 4 เมนู

4.2.4 วิกเจ็ด

Admin สามารถเพิ่ม ลบ และแก้ไขวิกเจ็ดได้ เพื่อให้สวยงามหรือง่ายต่อการใช้งานของผู้ใช้เว็บไซต์ และทันสมัย หน้าสนใจ ดังภาพที่ 4.5

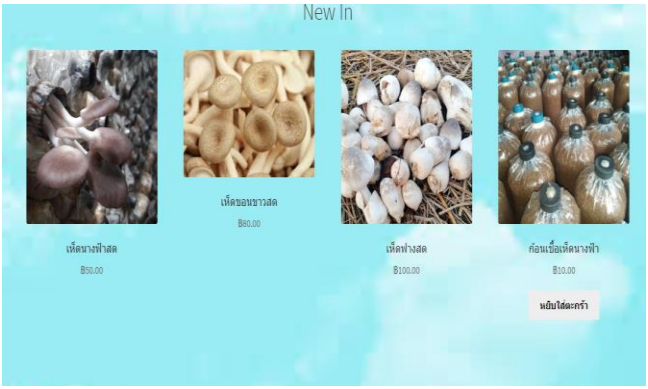


ภาพที่ 4. 5 วิกเจ็ด

4.3 ผู้ใช้

4.3.1 สั่งซื้อสินค้า

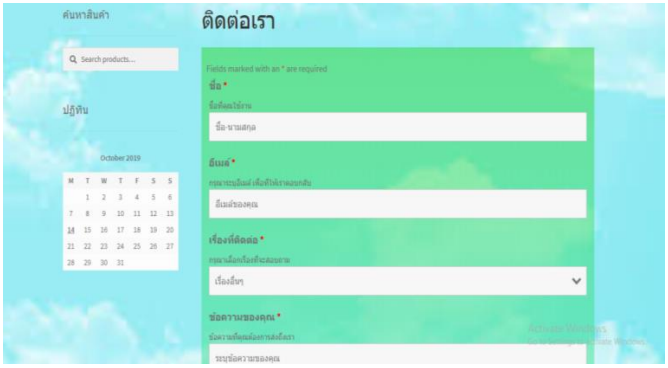
ผู้ใช้สามารถสั่งซื้อสินค้าจากเว็บไซต์ ตามที่ผู้ใช้ต้องการได้ ดังภาพที่ 4.6



ภาพที่ 4. 6 ร้านค้าของฉัน

4.3.2 ต่อติดเรา

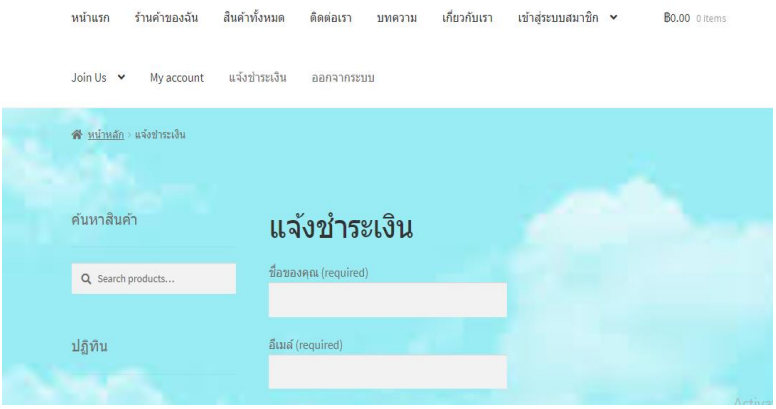
ผู้ใช้สามารถติดต่อเราได้ โดยต้องระบุชื่อ อีเมล์ เรื่องที่ติดต่อเรา และข้อความที่จะสอบถามเราได้ ดังภาพ 4.7



ภาพที่ 4. 7 ติดต่อเรา

4.3.3 แจ้งชำระเงิน

ลูกค้าสามารถแจ้งชำระเงินได้ เมื่อลูกค้าได้สั่งซื้อสินค้าแล้วชำระผ่านธนาคาร หรือแจ้งชำระเงินได้เมื่อลูกค้าได้ของสำหรับลูกค้าที่ชำระปลายทาง ดังภาพ 4.8



ภาพที่ 4. 8 แจ้งชำระเงิน

4.1 **ผลการวิเคราะห์ข้อมูล**

ตอนที่ 1 ผลการประเมินความพึงพอใจของเว็บไซต์ของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 4. 1 จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศของกลุ่มตัวอย่าง

เพศ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ชาย	40	40
หญิง	60	60
รวม	100	100

จากตารางที่ 4.1 ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกเพศ พบว่า มีจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม ที่เพศชายจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 40 เพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 60

ตารางที่ 4. 2 จำนวนร้อยละผู้ตอยแบบสอบถามจำแนกตามอายุของกลุ่มตัวอย่าง

อายุ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
15-20	29	29
21-24	12	12
25-30	24	24
31-35	24	24
36-44	8	8
45 ปีขึ้นไป	3	3
รวม	100	100

จากตารางที่ 4.2 ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตามสถานภาพ พบว่า มีจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 100 คาน อายุ15-20ปี จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อย 29 อายุ21-24 ปี จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 12 อายุ25-30 ปี จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 24 อายุ 31-35 ปี จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 24 อายุ 30-34 ปี จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 8 อายุ 35-44 ปี จำวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 3 อายุมากกว่า 44 ปีขึ้นไป จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 3

ตารางที่ 4. 3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพของกลุ่มตัวอย่าง

สถานะ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
โสด	71	71
สมรส	29	29
รวม	100	100

จากตารางที่ 4.3 พบว่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานะ พบว่า มีจำนวนสถานะโสด จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 71 สถานะสมรส จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 29

ตารางที่ 4. 4 จำนวนร้อยละผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวุฒิการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษา	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	28	28
ปริญญาตรี	50	50
สูงกว่าปริญญาตรี	16	16

การศึกษา	จำนวน(คน)	ร้อยละ
อื่น ๆ	6	6
รวม	100	100

จากตารางที่ 4.4 ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการศึกษา พบว่า ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 28 จบปริญญาตรี จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 50 จบสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 16 และอื่น ๆ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 6

ตารางที่ 4. 5 จำนวนร้อยละผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง

อาชีพ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	15	15
พนักงานเอกชน	11	11
รับจ้างทั่วไป	4	4
อาชีพอิสระ/ค้าขาย	4	4
นักเรียน/นิสิตนักศึกษา	61	61
อื่น ๆ	5	5
รวม	100	100

จากตารางที่ 4.5 ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ พบว่า รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 15 พนักงานเอกชน จำนวน 11 คิดเป็นร้อยละ 11 รับจ้างทั่วไป จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 4 อาชีพอิสระ/ค้าขาย จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 61 นักเรียนนิสิตนักศึกษา จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 61 และอื่น ๆ จำนวน 5 คนคิดเป็นร้อยละ 5

ตารางที่ 4. 6 จำนวนร้อยละผู้ตอบแบบสอบถามด้านการออกแบบ

ด้านการออกแบบ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
1.1 รูปแบบการใช้งานระบบ ความง่ายในการเข้าถึงข้อมูล	4.79	0.48
1.2 มีการจัดระบบข้อมูลเป็นหมวดหมู่	4.59	0.59

ด้านการออกแบบ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
1.3 กระบวนการทำงานของระบบมีความรวดเร็วในการเรียกใช้บริการ	4.65	0.58
1.4 การออกแบบให้ใช้งานง่ายเมนูไม่ซับซ้อน	4.62	0.56
รวม	4.66	0.49

จากตารางที่ 4.6 จำนวนร้อยละผู้ตอบแบบสอบถามด้านการออกแบบ ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.66 อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 0.49

ตารางที่ 4. 7 จำนวนร้อยละผู้ตอบแบบสอบถามด้านประโยชน์ของระบบ

ด้านประโยชน์ของระบบ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
2.1 ความเหมาะสมในการใช้งานโปรแกรมข้อมูลตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้	4.70	0.63
2.2 ช่วยประหยัดเวลาในการเลือกซื้อสินค้า	4.59	0.59
ด้านประโยชน์ของระบบ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
2.3 ความสามารถของระบบ ในการนำไปใช้	4.57	0.66
2.4 ความพึงพอใจในภาพรวมต่อการใช้งานระบบ	4.61	0.58
2.5 ระบบเป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้งาน	4.64	0.56

ด้านประโยชน์ของระบบ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
รวม	4.62	0.55

จากตารางที่ 4.7 จำนวนร้อยละผู้ตอบแบบสอบถามด้านประโยชน์ของระบบ พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.62 อยู่ในระบบความพึงพอใจ มาก และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน อยู่ที่ 0.55

ตารางที่ 4. 8 จำนวนร้อยละผู้ตอบแบบสอบถามด้านเนื้อหา

ด้านเนื้อหา	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
3.1 มีความชัดเจน ถูกต้อง น่าเชื่อถือ และข้อมูลมีการปรับปรุงอยู่เสมอ	4.77	0.45
3.2 การประชาสัมพันธ์ข่าวสาร ภาพในเว็บไซต์มีความเหมาะสม	4.66	0.52
3.3 ความเหมาะสมในการจัดเรียงลาดับเนื้อหา	4.65	0.54
3.4 การแบ่งหมวดหมู่ของเนื้อหา	4.70	0.48
3.5 เนื้อหาเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย	4.69	0.46
3.6 ข้อความในเว็บไซต์ถูกต้องตามหลักภาษาและไวยากรณ์	4.69	0.51
3.7 เนื้อหากับภาพมีความสอดคล้องกัน	4.70	0.48

ด้านเนื้อหา	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
3.8 ภาพประกอบสื่อสารความหมายได้ตรงกับเนื้อหา	4.71	0.46
3.9 ความสมบูรณ์ของเนื้อหา	4.72	0.47
รวม	4.70	0.41

จากตารางที่ 4.8 จำนวนร้อยละผู้ตอบแบบสอบถามด้านเนื้อหา พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.70 อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 0.41

ตารางที่ 4. 9 สรุปแบบสอบถามทั้ง 3 ด้าน

รายการ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
ด้านที่ 1	4.66	0.49
ด้านที่2	4.62	0.55
ด้านที่ 3	4.70	0.41
รวม 3 ด้าน	4.66	0.44

จากตารางที่ 4.9 สรุปแบบสอบถามทั้ง 3 ด้าน

บทที่ 5

สรุป อภิปรายและข้อเสนอแนะ

การจัดทำระบบขายออนไลน์กรณีศึกษา “ฟาร์มเห็ด บ้านแคนเจริญ ตำบลตูมใหญ่ อำเภอคูเมือง จังหวัดบุรีรัมย์” เพื่อประชาสัมพันธ์และจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทางฟาร์มเห็ดบ้านแคนเจริญ ให้ทางฟาร์มเห็ดมีรายได้เพิ่มขึ้น ขายสินค้าได้โดยไม่มีหน้าร้าน สามารถซื้อขายได้สะดวกรวดเร็ว เพิ่มช่องทางให้ลูกค้าเลือกซื้อสินค้าได้มากยิ่งขึ้นในด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ เพิ่มประสิทธิภาพในการซื้อขายสินค้า และพัฒนาตามวัตถุประสงค์สองข้อคือ เพื่อพัฒนาระบบขายเห็ดออนไลน์กรณีศึกษา “ฟาร์มเห็ด บ้านแคนเจริญ ตำบลตูมใหญ่ อำเภอคูเมือง จังหวัดบุรีรัมย์” และเพื่อประเมินความพึงพอใจผู้ใช้ระบบขายเห็ดออนไลน์กรณีศึกษา “ฟาร์มเห็ด บ้านแคนเจริญ ตำบลตูมใหญ่ อำเภอคูเมือง จังหวัดบุรีรัมย์”
ขอสรุปผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์นี้

1. เพื่อพัฒนาระบบขายเห็ดออนไลน์กรณีศึกษา “ฟาร์มเห็ด บ้านแคนเจริญ ตำบลตูมใหญ่ อำเภอคูเมือง จังหวัดบุรีรัมย์” ได้สรุปการพัฒนาเว็บไซต์ดังนี้

โดยการสร้างเว็บไซต์ระบบขายเห็ดออนไลน์กรณีศึกษา ครั้งนี้ได้พัฒนาขึ้นจากโปรแกรม Wordpress/Woocommerce เนื้อหาบนเว็บไซต์ระบบการซื้อขายออนไลน์ผลิตภัณฑ์ฟาร์มเห็ดดังนี้ หน้าแรก สินค้าทั้งหมด วิธีการสั่งซื้อ แจ้งชำระเงิน เกี่ยวกับเราและติดต่อเรา

การออกแบบและพัฒนาได้ออกแบบตามมาตรฐานการทำเว็บไซต์ โดยเน้นเนื้อหาข้อมูลพัฒนาเว็บไซต์ ซึ่งได้มาจากเอกสารวิชาการ ตำรางานวิจัย และบุคคลที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และข้อมูลสารสนเทศบนเว็บไซต์ จะได้มาจากข้อมูลของบุคลากรสาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะวิทยาการ

2 เพื่อประเมินความพึงพอใจผู้ใช้ระบบขายเห็ดออนไลน์กรณีศึกษา “ฟาร์มเห็ด บ้านแคนเจริญ ตำบลตูมใหญ่ อำเภอคูเมือง จังหวัดบุรีรัมย์” กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการเก็บข้อมูลวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ที่มีความสนใจซื้อผลิตภัณฑ์จากฟาร์มเห็ดบ้านแคนเจริญ ที่ใช้คอมพิวเตอร์และเข้าใช้งานเว็บไซต์ จำนวน 50 คน โดยจะมาประเมินความพึงพอใจของเว็บไซต์

เครื่องมือที่ใช้ในการประเมิน คือ แบบประเมินความพึงพอใจของเว็บไซต์แบ่งเป็นประเด็นดังนี้ ด้านการออกแบบระบบ ด้านประโยชน์ของระบบ ด้านเนื้อหา กำหนดคะแนนของระดับความพึงพอใจของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราฐานส่วนประมาณค่า (Ratingscale) ตามรูปแบบของ Likert's scale ซึ่งมีให้เลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว แบ่งเป็น 5 ระดับ ซึ่งผลการวิเคราะห์และและสรุปผลการพัฒนาเว็บไซต์ดังนี้

ผลการประเมินความพึงพอใจของเว็บไซต์

-ข้อมูลทั่วไป

สรุปได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 100 คน คิดเป็นร้อยละ100 ส่วนมากเป็นเพศหญิงจำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 60 และเพศชายจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 40

ข้อมูลความพึงพอใจของเว็บไซต์

ผลการประเมินความพึงพอใจของเว็บไซต์จากกลุ่มเป้าหมายจำนวน 100 คน พบว่าผู้ใช้มีความพึงพอใจด้านการออกแบบระบบ อยู่ในระดับที่ดีย เท่ากับ 4.66 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.49

บรรณานุกรม

คณิต ดวงหัสดี: (2537) **สุขภาพจิตกับความพึงพอใจในงานของข้าราชการตำรวจชั้น** ประทวนในเขตเมือง และเขตชนบท ของจังหวัดขอนแก่น. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

รัฐวัชร์ พัฒนจิระรุจน์: (2557). **นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต** D.B.A.06 มหาวิทยาลัยศรีปทุม ค้นเมื่อ 25 กรกฎาคม2562 , จากเว็บไซต์ http://poundtv5.blogspot.com/2014/10/theory-of- consumer-behavior.html

ราชบัณฑิตยสถาน. (2542). **ความพึงพอใจ**. ในพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 (หน้า 775). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์นานมีบุ๊คส์.

ราช ศิริวัฒน์.(2017). **กระบวนการตัดสินใจซื้อระบบกล้องวงจรปิด**, การวิจัยเชิงประยุกต์ทางธุรกิจ, บทที่ 2แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง, MBA , ค้นเมื่อ 24 กรกฎาคม 2562 , จากเว็บไซต์ https://doctemple.wordpress.com/.

วิกิพีเดีย. (2562). **พฤติกรรมผู้บริโภค.** ค้นเมื่อ 30 กรกฎาคมคา 2562, จากเว็บไซต์ http://th.wikipedia.org/wiki/พฤติกรรมผู้บริโภค.

Good, c. V. (Ed.). (1973). **Dictionary of education (3rded.)**. New York: McGraw-Hill

Hornby, A. F. (2000). Advance learner's dictionary (6th ed.). London, England: Oxford University.

J. Scott Armstrong (1991) . **" Prediction of Consumer Behavior by Experts and Novices"** (PDF). Journal of Consumer Research. Journal of Consumer Research Inc. 18: 251–256.

Kuester, Sabine (2012): **MKT 301**: Strategic Marketing & Marketing in Specific Industry Contexts, University of Mannheim, p. 110.

Kotler, Philip. (1997). **Marketing Management Analysis**, Planning, Implementation

prasert rk .(2012). แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ. ค้นเมื่อ 4 สิงหาคา 2562, จากเว็บไซต์ https://www.gotoknow.org/posts/492000ซ.

Quirk, R. (1987). **Longman dictionary of contemporary English (2nd ed.).** London, England: Richard Clay Ltd.

Vroom, V. H. (1990). **Manage people not personnel**: Motivation and performance appraisal. Boston: Harvard Business School Press.

Wolman, B. B. (1973). **Dictionary of behavioral science (1st ed.)**. New York: Van Norstrand.

ภาคผนวก

แบบสอบถาม

เรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบขายเห็ดออนไลน์กรณีศึกษา “ฟาร์มเห็ด บ้านแคนเจริญ ตำบลตูมใหญ่ อำเภอคูเมือง จังหวัดบุรีรัมย์

วัตถุประสงค์ : เพื่อผู้พัฒนาระบบจะได้นำข้อมูลชองท่านมาปรับปรุงระบบ ให้ตรงกับความต้องการของท่านและเกิดประโยชน์ต่อการใช้งานมากที่สุด

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ลงในช่อง [ ] ที่ตรงกับสภาพความเป็นจริง

ตอนที่ 1 สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

[ ] ชาย [ ] หญิง

2. อายุ

[ ] 20-24 ปี [ ] 25-29 ปี [ ] 30-34 ปี

[ ] 35-44 ปี [ ] มากกว่า 44 ปีขึ้นไป

3. สถานะ

[ ] โสด [ ] สมรส [ ] หย่าร้าง

4. การศึกษา

[ ] ต่ำกว่าปริญญาตรี [ ] ปริญญาตรี [ ] สูงกว่าปริญญาตรี

[ ] อื่น ๆ โปรดระบุ.....

5. อาชีพ

[ ] รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ [ ] พนักงานเอกชน [ ] รับจ้างทั่วไป

[ ] อาชีพอิสระ/ค้าขาย [ ] นักเรียนนิสิตนักศึกษา [ ] อื่น ๆ.....

ชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความพึงพอใจของท่านต่อระบบบริหารจัดการการขายสินค้าร้าน Hope Clothing

<u>ตอนที่ 2</u> ความพึงพอใจของผู้ใช้งานของระบบขายเห็ดออนไลน์กรณีศึกษา “ฟาร์มเห็ด บ้านแคนเจริญ ตำบลตูมใหญ่ อำเภอคูเมือง จังหวัดบุรีรัมย์

รายการ	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
1.ด้านการออกแบบระบบ					
1.1 รูปแบบการใช้งานระบบ ความง่ายในการเข้าถึงข้อมูล					
1.2 มีการจัดระบบข้อมูลเป็นหมวดหมู่					
1.3 กระบวนการทำงานของระบบมีความรวดเร็วในการเรียกใช้บริการ					
1.4 การออกแบบให้ใช้งานง่าย เมนูไม่ซับซ้อน					
2.ด้านประโยชน์ของระบบ					
2.1 ความเหมาะสมในการใช้งานโปรแกรมข้อมูลตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้					
2.2 ช่วยประหยัดเวลาในการเลือกซื้อสินค้า					
2.3 ความสามารถของระบบ ในการนำไปใช้ประโยชน์					
2.4 ความพึงพอใจในภาพรวมต่อการใช้งานระบบ					
2.5 ระบบเป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้งาน					

รายการ	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
3.ด้านเนื้อหา					
3.1 มีความชัดเจน ถูกต้อง น่าเชื่อถือ และข้อมูลมีการปรับปรุงอยู่เสมอ					
3.2 การประชาสัมพันธ์ข่าวสาร ภาพในเว็บไซต์มีความเหมาะสม					
3.3 ความเหมาะสมในการจัดเรียงลาดับเนื้อหา					
3.4 การแบ่งหมวดหมู่ของเนื้อหา					
3.5 เนื้อหาเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย					
3.6 ข้อความในเว็บไซต์ถูกต้องตามหลักภาษาและไวยากรณ์					
3.7 เนื้อหากับภาพมีความสอดคล้องกัน					
3.8 ภาพประกอบสื่อสารความหมายได้ตรงกับเนื้อหา					
3.9 ความสมบูรณ์ของเนื้อหา					

คำแนะนำ

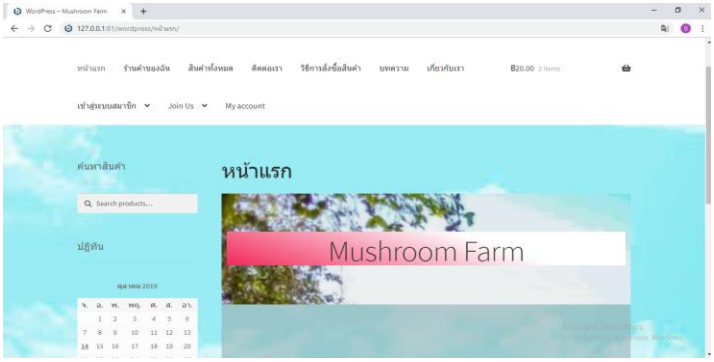
.....

.....

ภาคผนวก ก

คู่มือการใช้งานโปรแกรม

1. หน้าแรก



ภาพที่ ก- 1 หน้าแรก

-หน้าแรกของระบบซื้อขายออนไลน์เพื่อสนับสนุนธุระกิจขายเห็ดออนไลน์

2. หน้าร้านค้าของฉัน

ภาพที่ ก- 2 หน้าร้านค้า

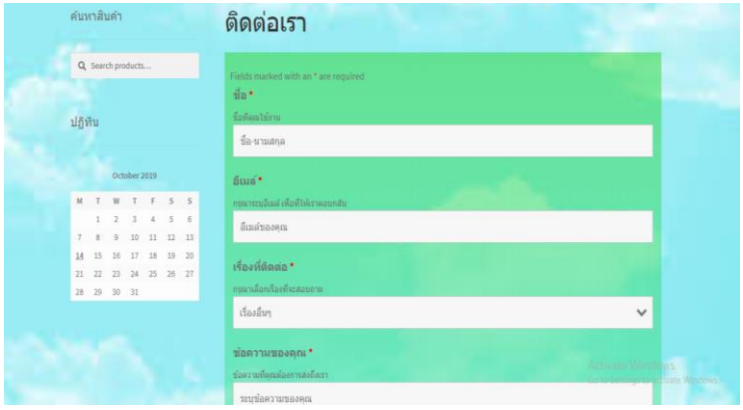
-หน้าร้านค้าเป็นหน้าที่แสดงสินคี่วางขายไนเว็บไซต์ระบบขายเห็ดออนไลน์กรณีศึกษา “ฟาร์มเห็ด บ้านแคนเจริญ ตำบลตูมใหญ่ อำเภอคูเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ ”

3. หน้าแสดงสินค้า

ภาพที่ ก- **3** หน้าแสดงสินค้า

-เป็นหน้าที่ผู้ใช้สามารถดูสินค้าทั้งหมดของทางเว็บไซต์ระบบขายเห็ดออนไลน์กรณีศึกษา “ฟาร์มเห็ด บ้านแคนเจริญ ตำบลตูมใหญ่ อำเภอคูเมือง จังหวัดบุรีรัมย์”

4. หน้าติดต่อเรา



ภาพที่ ก- 4 หน้าติดต่อเรา

-เป็นหน้าที่ผู้ใช้สามารถติดต่อกับผู้ดูแลระบบได้

5. หน้าบทความ

ภาพที่ ก- 5 แสดงหน้าบทความ

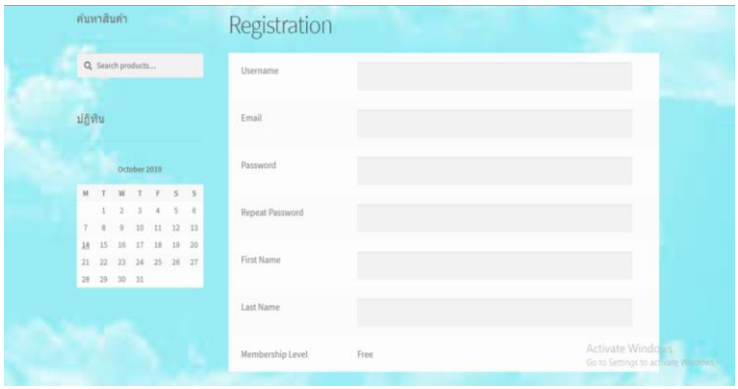
-เป็นหน้าที่เล่าถึงประวัติ วัตถุดิบในการทำก้อนเชื้อเห็ด

6. หน้าเกี่ยวกับเรา

ภาพที่ ก- 6 หน้าเกี่ยวกับเรา

-เป็นส่วนของหน้าเกี่ยวกับเราที่แสดงข้อมูล ชื่อ ที่อยู่ ช่องทางการติดต่อ

7. หน้าสมัครสมาชิก



ภาพที่ ก- 7 หน้าสมัครสมาชิก

-เป็นหน้าที่ให้ผู้ใช้งานเข้ามาเพื่อที่จะสมัครสมาชิก

ภาคผนวก ข

ข้อมูลผู้จัดทำ

ชื่อ- นามสกุล	ศิริพร นาศพัฒน์
รหัสนักศึกษา	590112358055
สถานที่ศึกษา	สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
ที่อยู่	16/1 ม. 17 บ.แคนเจริญ ต.ตูมใหญ่ อ.คูเมือง จ.บุรีรัมย์
โทรศัพท์	0982594608
E-mail	siriporm.nas@bru.ac.th

ข้อมูลผู้จัดทำ

ชื่อ- นามสกุล	อาภาวรรณ ไชยขันธ์
รหัสนักศึกษา	590112358064
สถานที่ศึกษา	สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
ที่อยู่	9/1 หมู่ที่ 2 ตำบลหนองทัพไทย อำเภอพนมไพร จังหวัดร้อยเอ็ด 45140
โทรศัพท์	095-5758488
E-mail	Arpawan1008@gmail.com