

## ระบบร้านขายเครื่องพิมพ์ออนไลน์ Online Printer Store System

ประดิษฐ์ ตังมณี<sup>1</sup> สุจินดา บุญสนอง<sup>2</sup> ปิยะณัฐ ปิยะเรืองไกรศรี<sup>3</sup>  
เอกสิทธิ์ เทพพิทักษ์<sup>4</sup> จันทรัตน์ ผลยะวา<sup>5</sup> สงกรานต์ จรรจลานิมิตร<sup>6</sup>

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาและพัฒนาระบบร้านขายเครื่องพิมพ์ออนไลน์ มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาระบบร้านขายของออนไลน์และเพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้งาน

โดยการใช้งานในแต่ละครั้งผู้วิจัยได้รวบรวมความคิดเห็น โดยการจัดทำแบบประเมินความพึงพอใจจำนวน 7 ข้อ จากกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้งานระบบร้านขายเครื่องพิมพ์ออนไลน์จำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ได้แก่ สถิติพื้นฐานทั่วไป ประกอบด้วยสูตรหาค่าเฉลี่ย และสูตรหาความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) โดยนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ด้วยข้อมูลทางสถิติ พบว่า รวมผลของความพึงพอใจในทุกประเด็นอยู่ในระดับ ดีมาก (ค่าเฉลี่ย 4.55) และค่า S.D. = 0.65

**คำสำคัญ:** ระบบสารสนเทศ, เวิร์ดเพรส, วูคอมเมิร์ซ

### Abstract

This research studies and develops an information system for online printer shop. The objective is to develop an online shop system and to study user satisfaction.

By using each time the researcher has collected opinions. By conducting a satisfaction assessment of 7 items from a sample of 400 users of the online printer shop system, the statistics used were: General basic statistics Contains the formula for finding the mean And the formula for standard deviation (S.D.) By using the data obtained for analysis with statistical data, it was found that the results of satisfaction on all issues were very good (mean 4.55) and S.D. = 0.65.

**Keywords:** Information System, WordPress, WooCommerce

<sup>1</sup> นักศึกษา สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต อีเมลล์ a.littlesheepz@gmail.com

<sup>2</sup> นักศึกษา สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต อีเมลล์ kope.suchinda@gmail.com

<sup>3</sup> นักศึกษา สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต อีเมลล์ piyanut25723@gmail.com

<sup>4</sup> นักศึกษา สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต อีเมลล์ eakgraphic.mad@gmail.com

<sup>5</sup> นักศึกษา สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต อีเมลล์ Jantarathn123@gmail.com

<sup>6</sup> อาจารย์ประจำ สาขาธุรกิจดิจิทัล คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต อีเมลล์ dbusiness.group4@gmail.com



**NMCCON  
2021**

การประชุมวิชาการระดับชาติ วิทยาลัยนครราชสีมา

ครั้งที่ 8 ประจำปี พ.ศ.2564

“สู่ชีวิตวิถีใหม่ ด้วยงานวิจัยทางสุขภาพและการบริการ”

27 มีนาคม พ.ศ. 2564

## ความสำคัญและที่มาของปัญหาวิจัย

ปัจจุบันโลกได้มีการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ให้มีความรวดเร็วมากขึ้นกว่าเมื่อก่อนมาก และเทคโนโลยีต่าง ๆ สามารถอำนวยความสะดวกสบายให้กับมนุษย์มากขึ้น ทำให้เกิดการซื้อขายแบบออนไลน์กันมากขึ้น และสิ่งที่เกิดตามมาคือการขายของออนไลน์ที่จะมาแทนที่ร้านค้าแบบทั่วไปในอนาคตอันใกล้นี้ ทำให้การนำเสนอและเผยแพร่ข้อมูลผ่านจอมัลติมีเดีย ไม่ว่าจะเป็นภาพและเสียงเป็นไปได้อย่างง่ายดาย ทำให้ผู้บริโภครู้สึกว่าตนเองกำลังเลือกซื้อสินค้าด้วยตนเองในห้างสรรพสินค้า สำหรับการขายสินค้าออนไลน์ จะช่วยให้ผู้ขายไม่ต้องสิ้นเปลืองในเรื่องของเวลานั่งเฝ้า และการจ้างพนักงาน สามารถขายได้ 24 ชั่วโมง (รวมข้อดี-ข้อเสีย ของการขายของออนไลน์, 2559) ไม่มีขอบเขตจำกัด จึงทำให้ผู้บริโภคสามารถค้นหาสินค้าได้ตลอดเวลา และเลือกซื้อสินค้าได้อย่างง่ายดาย

การเปิดร้านขายของแบบทั่วไปหรือที่เราเรียกว่าแบบออฟไลน์ มักต้องมีเงินลงทุนในการเริ่มต้นที่แข็งแรง (Mudjarin, 2560) การจัดการธุรกิจบนสถานที่ที่มีอยู่จริง ๆ เปิดหน้าร้านจริงจัง (ไม่รวมการเปิดร้านแบบรถบ้านหรืองานออกบูธเป็นครั้งคราว ส่วนใหญ่แล้วจะต้องมีค่าใช้จ่ายที่สูง ไม่ว่าจะเป็นค่าเช่าที่ ค่าอุปกรณ์ตกแต่ง พนักงาน หรือแม้แต่ค่าที่จอดรถ และเมื่อสร้างเสร็จแล้ว การที่จะทำให้มันคงอยู่ได้ในระยะยาวก็ยังคงต้องใช้เงินทุนสูงอีกเช่นกัน เช่น ถ้าคุณขายสินค้า คุณก็ยังคงมีการสต็อกสินค้า ซึ่งนั่นก็เป็นค่าใช้จ่ายในการเช่าโกดังหรือบำรุงรักษาเช่นกัน แต่ร้ายขายเครื่องพิมพ์ของออนไลน์นั้นแตกต่างออกไป ค่าเช่าพื้นที่จากเว็บไซต์บนอินเทอร์เน็ตนั้นถูกกว่าค่าเช่าพื้นที่ร้านค้าจริงๆ และร้านค้าออนไลน์นั้นไม่ต้องมีคนเฝ้าหน้าร้านทำให้ไม่ต้องเสียเงินจ้างคนเฝ้าร้านค้าจริงๆ และร้านค้าออนไลน์ส่วนใหญ่ ไม่จำเป็นต้องสต็อกสินค้าไว้เพื่อที่จะขาย ทำให้เงินลงทุนไม่มาจมอยู่กับสินค้า สามารถทำงานดูแลร้านได้จากทุกที่ที่เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้ ร้านค้าออนไลน์สามารถเก็บข้อมูลทางสถิติได้ชัดเจน เช่น จำนวนคน หน้าที่เข้าชมบ่อย สามารถนำมาวิเคราะห์เพื่อพัฒนาแผนการตลาดได้ในอนาคต (SHIPPOP, 2561)

WordPress ร่วมกับ WooCommerce เป็นวิธีที่ดีที่สุดในการสร้างเว็บไซต์ขายสินค้าการสร้างเว็บไซต์ด้วย WordPress จากนั้นจะทำให้เว็บของเราเป็นร้านค้าออนไลน์ด้วยการลงปลั๊กอิน WooCommerce เหตุผลที่เราเลือกใช้ WooCommerce เป็นปลั๊กอิน e-commerce ที่มีความนิยมมากที่สุด และมีการอัปเดตอย่างสม่ำเสมอ (วิธีที่ดีที่สุดในการสร้างเว็บไซต์ขายสินค้า, 2563) หากติดปัญหาที่หาวิธีแก้ทางอินเทอร์เน็ตได้ง่ายเป็นปลั๊กอิน e-commerce ที่มีฟีเจอร์เยอะที่สุดติดตั้งได้ฟรี ไม่มีค่าใช้จ่ายมีคนที่พัฒนาปลั๊กอินเสริม สำหรับ WooCommerce มาก ถึงแม้ว่า WooCommerce ขาดฟีเจอร์บางอย่าง เราก็สามารถลงปลั๊กอินเสริมให้ WooCommerce ขายสินค้าได้แทบทุกประเภท ทั้งสินค้าจับต้องได้ และสินค้าดิจิทัล

## วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาและพัฒนาระบบร้านขายเครื่องพิมพ์ออนไลน์ด้วย WordPress และ WooCommerce
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบร้านขายเครื่องพิมพ์ออนไลน์

**วิธีดำเนินการวิจัย**

จากงานวิจัยของ ชัยวัฒน์ พิทักษ์ภรณ์ (2556) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ พบว่า พฤติกรรมการซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภคแตกต่างกันตามลักษณะของเพศ อายุ ระดับการศึกษา

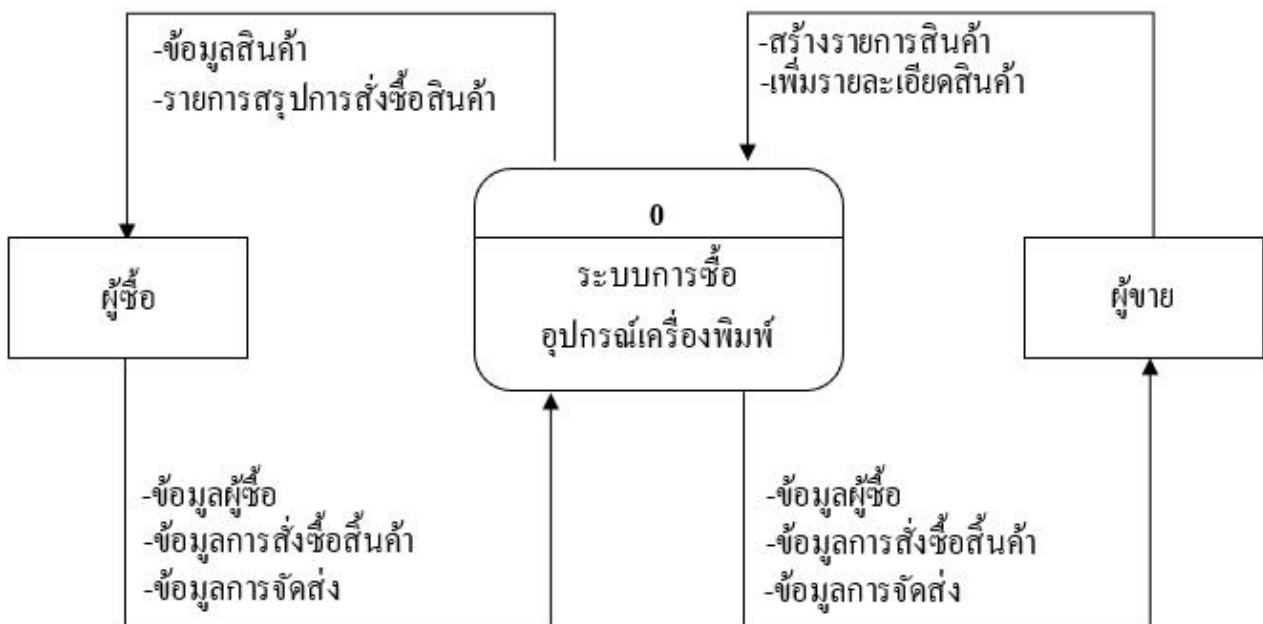
**ประชากร**

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ใช้งานระบบขายเครื่องพิมพ์ออนไลน์ จำนวน 400 คน แบบแบ่งชั้นอย่างมีสัดส่วนตามอายุ อ้างอิงจากรายงานผลสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ต 2558 (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2558).

1. Gen Z อายุต่ำกว่า 15 ปี
2. Gen Y อายุ 15-34 ปี
3. Gen X อายุ 35-50 ปี
4. Baby Boomer อายุ 51-69 ปีขึ้นไป

**เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย**

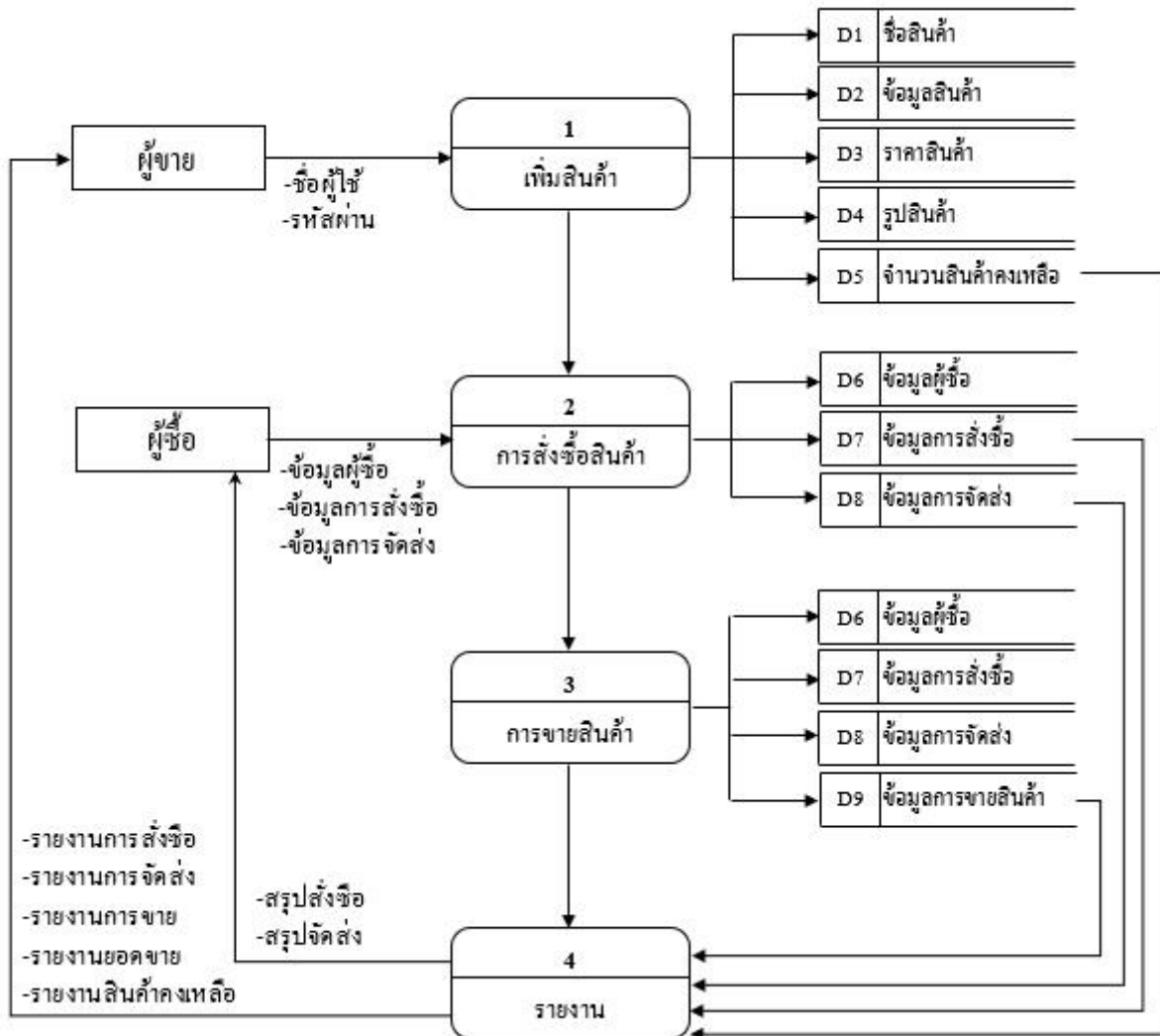
คณะผู้วิจัยได้ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปบนเว็บไซต์ WordPress ในการออกแบบ และพัฒนาเว็บไซต์ และใช้โปรแกรม WooCommerce ในการพัฒนาระบบร้านขายเครื่องพิมพ์ออนไลน์และฐานข้อมูล รวมถึงใช้ Google Form ในการจัดทำแบบประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบ



ภาพที่ 1 แสดงแผนภาพกระแสข้อมูล (Dataflow Diagram) level 0 ระบบร้านขายเครื่องพิมพ์ออนไลน์

จากภาพที่ 1 แสดงแผนภาพบริบทประกอบด้วยหน่วยข้อมูล (Entity) 2 ตัว ที่เกี่ยวข้องกับ ระบบร้านขายเครื่องพิมพ์ออนไลน์ดังต่อไปนี้

1. ผู้ซื้อ หน้าที่ของผู้ซื้อ สามารถ เพิ่ม-ลบ-แก้ไข ข้อมูลผู้ซื้อ,ข้อมูลการสั่งซื้อสินค้า และข้อมูลการจัดส่ง
2. ผู้ขาย หน้าที่ของผู้ขาย สามารถ เพิ่ม-ลบ-แก้ไข รายการสินค้า,รายละเอียดสินค้า และสรุปการสั่งซื้อสินค้าต่างๆ ได้



ภาพที่ 2 แสดงแผนภาพกระแสข้อมูล (Dataflow Diagram) Level 1 ระบบร้านขายเครื่องพิมพ์ออนไลน์



**NMCCON  
2021**

**การประชุมวิชาการระดับชาติ วิทยาลัยนครราชสีมา**

ครั้งที่ 8 ประจำปี พ.ศ.2564

“สู่ชีวิตวิถีใหม่ ด้วยงานวิจัยทางสุขภาพและการบริการ”

27 มีนาคม พ.ศ. 2564

จากภาพที่ 2 (Dataflow Diagram) Level 1 เป็น การแสดงภาพรวมของขั้นตอนการทำงานของข้อมูลและการเก็บข้อมูลทั้งหมด 4 กระบวนการดังต่อไปนี้

Process 1 การจัดการข้อมูลเพิ่มสินค้า คือ การเพิ่ม ลบ แก้ไข ชื่อสินค้า,ข้อมูลสินค้า,ราคาสินค้า,รูปสินค้า และจำนวนคงเหลือ ของผู้ขาย

Process 2 การจัดการข้อมูลการสั่งซื้อสินค้า คือ การเพิ่ม ลบ แก้ไข ข้อมูลผู้ซื้อ,ข้อมูลการสั่งซื้อ และข้อมูลการจัดส่ง ของผู้ขาย

Process 3 การจัดการข้อมูลการขายสินค้า คือ การรับข้อมูลผู้ซื้อ,ข้อมูลการสั่งซื้อ,ข้อมูลการจัดส่ง และข้อมูลการขายสินค้า

Process 4 รายงาน คือ การตรวจสอบจำนวนสินค้าคงเหลือ,รายงานการสั่งซื้อ,รายงานการจัดส่ง,รายงานการขาย และรายงานยอดขายได้ ทั้งแบบราย วัน,เดือน และแบบรายปี

#### การวิเคราะห์ข้อมูล

ทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากเครื่องมือโดยใช้โปรแกรม ไมโครซอฟต์ เอกซ์เซล เพื่อหาคะแนนรวม หรือหาค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง ในการใช้ระบบร้านขายเครื่องพิมพ์ออนไลน์

1. นำแบบประเมินที่ให้คะแนนแต่ละข้อ ตามมาตรวัดของลิเคิร์ต

(Likert Scale) และแบบประเมินผลความพึงพอใจได้รับการอนุมัติจากผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนคำตอบดังนี้

ระดับพอใจมาก	ให้มีค่าเป็นคะแนน	5
ระดับพอใจ	ให้มีค่าเป็นคะแนน	4
ระดับปานกลาง	ให้มีค่าเป็นคะแนน	3
ระดับไม่ค่อยพอใจ	ให้มีค่าเป็นคะแนน	2
ระดับไม่พอใจ	ให้มีค่าเป็นคะแนน	1

นำแบบประเมินความพึงพอใจที่ลงคะแนนเรียบร้อยแล้วไปประมวลข้อมูล โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป วิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย(X) และ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน(S.D) พร้อมกำหนดเกณฑ์การให้ค่าเฉลี่ยดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2556)

คะแนนเฉลี่ย 4.51 – 5.00 หมายถึง ระดับความพึงพอใจในระดับดีมาก

คะแนนเฉลี่ย 3.51 – 4.50 หมายถึง ระดับความพึงพอใจในระดับดี

คะแนนเฉลี่ย 2.51 – 3.50 หมายถึง ระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.51 – 2.50 หมายถึง ระดับความพึงพอใจในระดับน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.50 หมายถึง ระดับความพึงพอใจในระดับน้อยมาก

2. ข้อมูลทั่วไปของผู้ประเมินเป็นแบบสำรวจรายการวิเคราะห์ข้อมูลโดยแจกความถี่ และ ร้อยละ

3. แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง เป็นสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณ

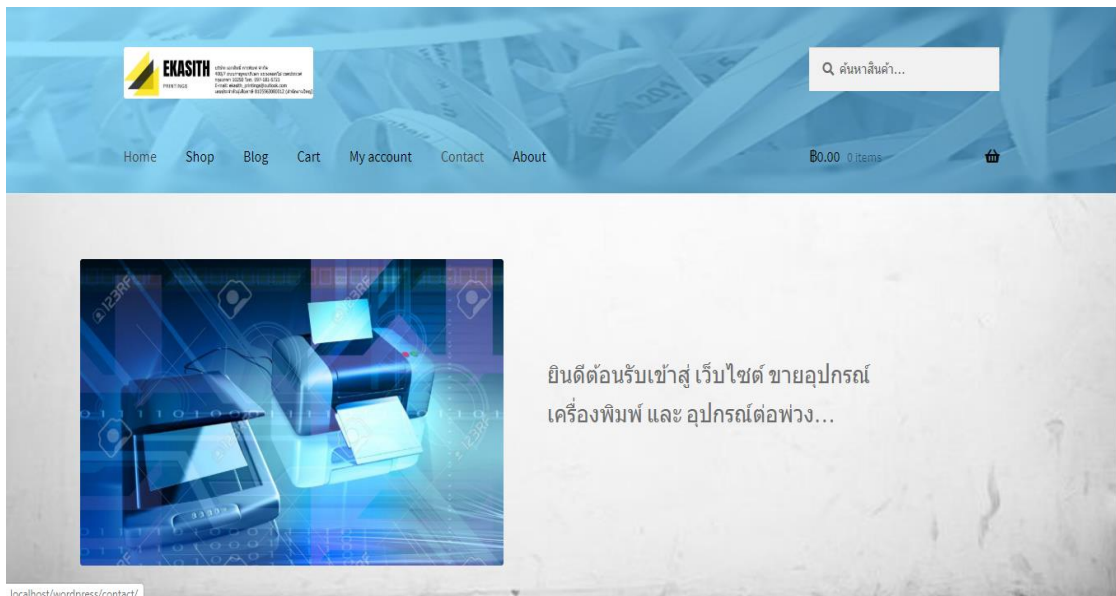
พิสัย

**สรุปผลการวิจัย**

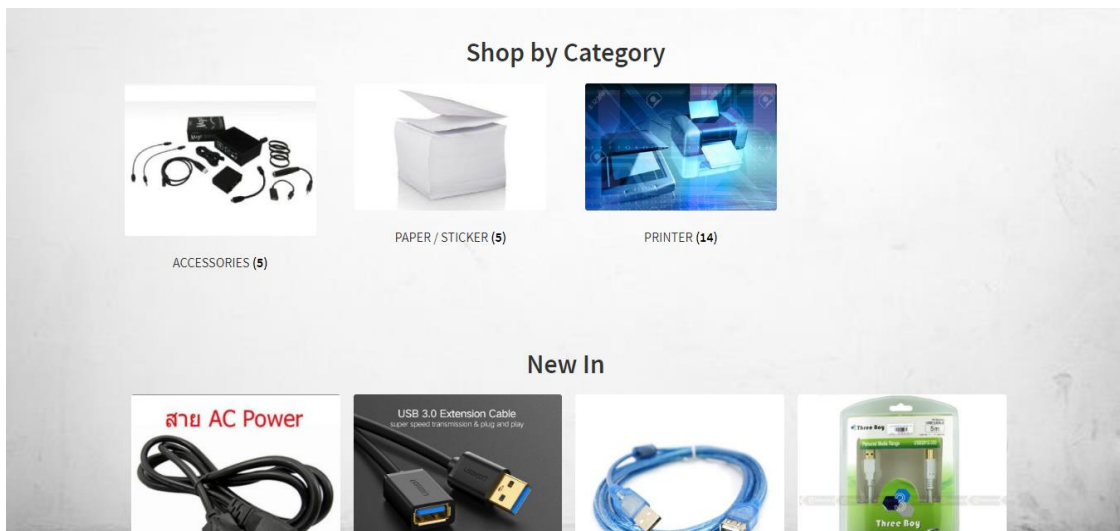
**ผู้ซื้อ**

จากการศึกษาและพัฒนาระบบทำให้ได้หน้าหลักของระบบร้านขายเครื่องพิมพ์และตัวอย่างหน้าจอสินค้า

ดังภาพ 3, 4



ภาพที่ 3 ตัวอย่างหน้าจอรระบบร้านขายเครื่องพิมพ์ส่วนผู้ซื้อ

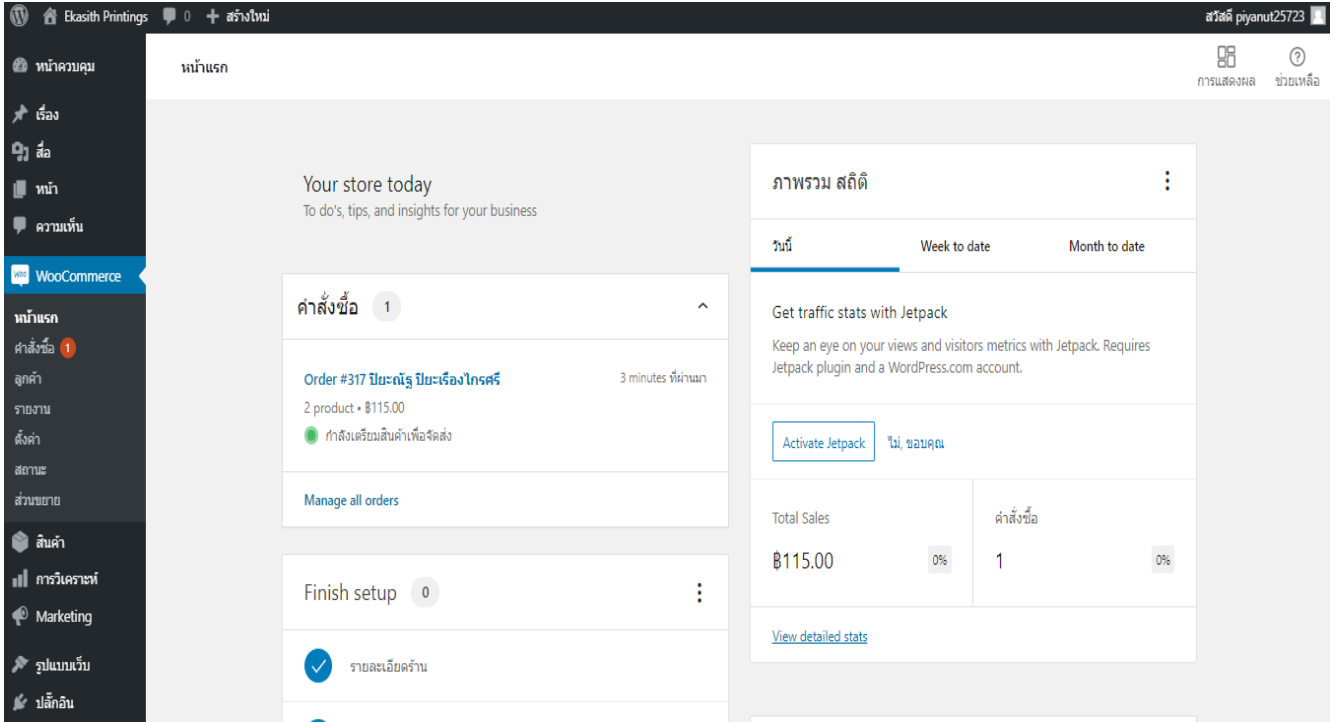


ภาพที่ 4 ตัวอย่างหน้าจอรระบบร้านขายเครื่องพิมพ์ส่วนผู้ซื้อ

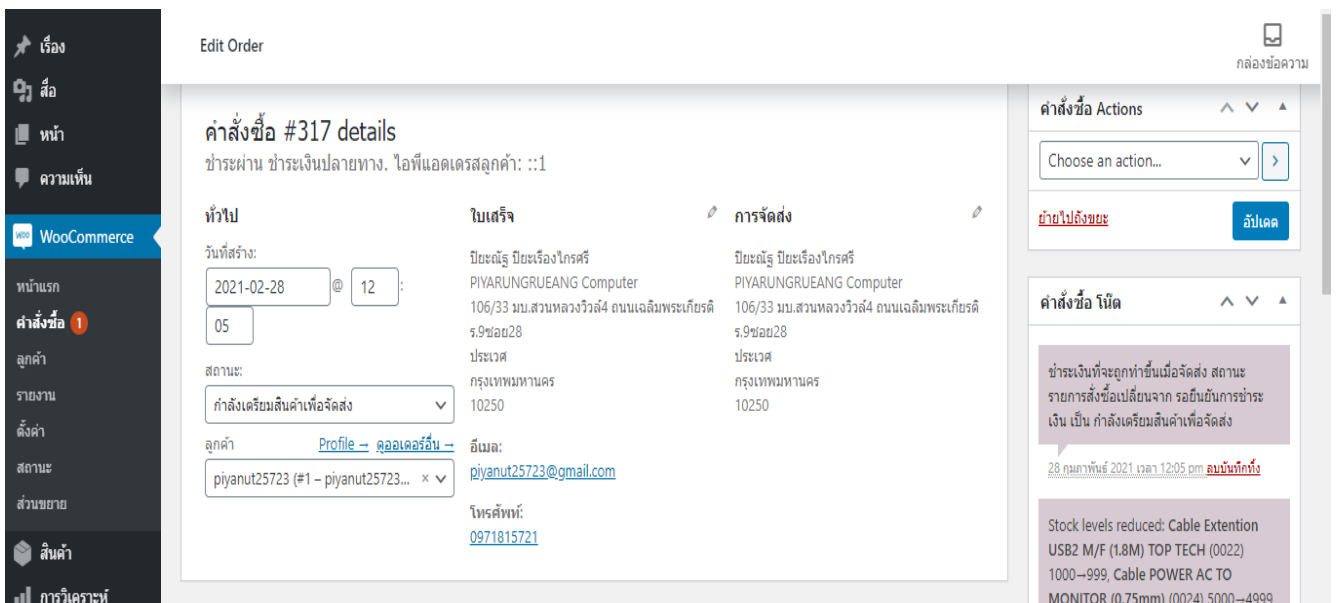


ผู้ชาย

ทำหน้าที่ในการตรวจสอบข้อมูล เช่นสินค้าคงเหลือ สินค้าที่ถูกซื้อแล้ว ดังภาพ 5, 6



ภาพที่ 5 ตัวอย่างหน้าจอระบบร้านขายเครื่องพิมพ์ส่วนผู้ชาย



ภาพที่ 6 ตัวอย่างหน้าจอระบบร้านขายเครื่องพิมพ์ส่วนผู้ชาย



การประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบร้านขายเครื่องพิมพ์ออนไลน์ สรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 1 ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบสารสนเทศร้านขายเครื่องพิมพ์ออนไลน์

ประเด็นความเห็น	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
<b>ความพึงพอใจในด้านการออกแบบ</b>			
1. ความสวยงามความทันสมัยของหน้าจอ	4.47	0.64	ดี
2. เมนูต่างๆ ในระบบใช้งานได้ง่าย	4.43	0.68	ดี
3.รูปแบบตัวอักษรอ่านได้ง่ายและสวยงาม	4.58	0.65	ดีมาก
<b>ความพึงพอใจในด้านการใช้งาน</b>			
1. ระบบมีความสะดวกและง่ายต่อการเรียกใช้งาน	4.57	0.64	ดีมาก
2. ความถูกต้องต่อข้อมูลที่ใช้งาน (หน้าสรุปยอดสั่งซื้อ และจำนวนเงิน)	4.59	0.62	ดีมาก
<b>ความพึงพอใจในภาพรวม</b>			
1. ในภาพรวมท่านมีความพึงพอใจในการใช้งานในระดับใด	4.59	0.64	ดีมาก
2. ระบบร้านขายเครื่องพิมพ์ออนไลน์ทำให้ท่านพึงพอใจในการซื้อสินค้าหรือไม่	4.59	0.69	ดีมาก
<b>รวม</b>	<b>4.55</b>	<b>0.65</b>	<b>ดีมาก</b>

จากตารางที่ 1 ประเมินความพึงพอใจโดยผู้ให้บริการเพื่อหาความพึงพอใจต่อระบบร้านขายเครื่องพิมพ์ออนไลน์ โดยมีความพึงพอใจด้านการออกแบบ ในส่วนของความสวยงามความทันสมัยของหน้าจออยู่ในระดับ ดี (ค่าเฉลี่ย 4.47) เมนูต่างๆ ในระบบใช้งานได้ง่ายอยู่ในระดับ ดี (ค่าเฉลี่ย 4.43) รูปแบบตัวอักษรอ่านได้ง่ายและสวยงามอยู่ในระดับ ดีมาก (ค่าเฉลี่ย 4.58) ด้านความพึงพอใจในด้านการใช้งาน ในส่วนของระบบมีความสะดวกและง่ายต่อการเรียกใช้งาน อยู่ในระดับ ดีมาก (ค่าเฉลี่ย 4.57) ความถูกต้องต่อข้อมูลที่ใช้งาน (หน้าสรุปยอดสั่งซื้อ และจำนวนเงิน) อยู่ในระดับ ดีมาก (ค่าเฉลี่ย 4.59) และค่าความพึงพอใจในภาพรวม ในส่วนของภาพรวมในการใช้งานอยู่ในระดับ ดีมาก (ค่าเฉลี่ย 4.59) ความพอใจในการซื้อสินค้าต่อระบบร้านขายเครื่องพิมพ์ออนไลน์ อยู่ในระดับ ดีมาก (ค่าเฉลี่ย 4.59) สรุปรวมค่าเฉลี่ยทั้งหมดของแบบประเมินอยู่ในระดับ ดีมาก (ค่าเฉลี่ย 4.55)



## อภิปรายผล

จากผลการศึกษาและพัฒนาระบบร้านขายเครื่องพิมพ์ออนไลน์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบร้านขายเครื่องพิมพ์ออนไลน์ เป็นการศึกษาวิจัยด้วยวิธีการเชิงสำรวจโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ การศึกษาวิจัยนี้พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้งานระบบร้านขายเครื่องพิมพ์ออนไลน์มีความพึงพอใจในการซื้อของออนไลน์โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับ ดีมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของดารา ทีปะปาล (2542, น.3) ที่กล่าวว่า กระบวนการต่างๆ ที่ผู้บริโภคประเภทบุคคลหรือกลุ่มบุคคลมีส่วนเกี่ยวข้องในการเลือกสรร การซื้อ การบริโภคที่เกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ โดยที่ใช้ความคิดหรือประสบการณ์พิจารณา เพื่อตอบสนองความต้องการจนเกิดความพึงพอใจ และยังคงสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชัยวัฒน์ พิทักษ์รักธรรม. (2556). กล่าวว่า ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อสินค้าได้อย่างสะดวกตลอด 24 ชั่วโมง เนื่องจากผู้บริโภคไม่ต้องเดินทางไปซื้อสินค้าหรือบริการด้วยตนเอง จึงไม่ต้องรอเวลาเปิดปิดของร้านค้า ส่งผลให้มีความมั่นใจการซื้อสินค้าออนไลน์มากขึ้น

## ข้อเสนอแนะ

### 1. ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

จากการศึกษาระบบขายเครื่องพิมพ์ทำให้เราทราบปัญหาของการขายหน้าร้านปกติ เช่น ต้นทุนที่สูง เข้าถึงลูกค้าได้น้อย มีค่าใช้จ่ายอื่นๆ

ระบบขายเครื่องพิมพ์ออนไลน์ที่ได้พัฒนาขึ้นจะมีประโยชน์อย่างมากหากนำไปใช้จริงเพื่อผู้ขายดังนี้

- 1.1 ทำให้ลดต้นทุนสำหรับผู้ที่กำลังเริ่มต้นธุรกิจ
- 1.2 ง่ายต่อการขายสินค้าและการจัดการระบบคลังสินค้า
- 1.3 สามารถตรวจสอบรายงานยอดขายของสินค้า
- 1.4 สามารถอัปเดตข้อมูลของสินค้าได้ทันที

### 2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

- 2.1 เพิ่มความสามารถในการใช้โปรแกรมให้หลากหลายขึ้นกับปลั๊กอิน WooCommerce
- 2.2 จัดทำระบบสมาชิกในระบบร้านขายเครื่องพิมพ์ออนไลน์

## เอกสารอ้างอิง

- ชัยวัฒน์ พิทักษ์รักธรรม. (2556). **ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภค**. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
- ดารา ทีปะปาล. (2542). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ: รุ่งเรืองสาส์นการพิมพ์.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2556). **การวิจัยเบื้องต้น (พิมพ์ครั้งที่9)**. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- ไม่ปรากฏผู้แต่ง. (2559) **รวมข้อดี-ข้อเสีย ของการขายของออนไลน์**. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก : <http://www.thaifranchisecenter.com/> [2564, 15 กุมภาพันธ์]
- ไม่ปรากฏผู้แต่ง. (2563) **วิธีที่ดีที่สุดในการสร้างเว็บไซต์ขายสินค้า**. [ออนไลน์]. สืบค้นจากจาก : <https://noobmarketer.com> [2564, 18 กุมภาพันธ์]



- ศุขทارا เขาวาน์สุขุม, เตือนรุ่ง สถิตย์ชัยวัฒนา, บุรินทร์ เกล็ดมณ, กำไลทิพย์ ปิยพิทยานันต์ และสาวกัลยา บุญทวีบรรจง (2557) **คู่มือลัดเปิดร้านค้าออนไลน์ด้วยตัวคุณ**. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก : [https://www.dbd.go.th/download/ecommerce\\_file/pdf/Easy\\_Online\\_Shop\\_570526.pdf](https://www.dbd.go.th/download/ecommerce_file/pdf/Easy_Online_Shop_570526.pdf) [2564, 20 กุมภาพันธ์]
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2558). **เจาะพฤติกรรมซื้อสินค้าออนไลน์**. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก : <https://www.digitalagemag.com/เจาะพฤติกรรมซื้อสินค้า/> [2564, 20 กุมภาพันธ์]
- Mudjarin. (2560). **ธุรกิจหน้าร้านแบบเต็มๆ VS ออนไลน์**. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก : <https://blog.ketshopweb.com/> [2564, 14 กุมภาพันธ์]
- SHIPPOP. (2561). **ร้านค้าออนไลน์มีข้อดีและข้อเสียต่ออย่างไร**. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก : <https://blog.shippop.com/> [2564, 14 กุมภาพันธ์]