

การพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อรองรับการจัดจำหน่ายแบบผสมช่องทางสำหรับห้างหุ้นส่วนจำกัด ฟลูคี้ดี

The Development of Information System to Support Omni-channel Marketing for

FLUKEDEE Limited Partnership

ณิชารัศม์ แก้วดี\* และวิสุทธธ จิตอารี\*\*

## บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อรองรับการจัดจำหน่ายแบบผสมช่องทางสำหรับห้างหุ้นส่วนจำกัด ฟลูคี้ดี โดยวิเคราะห์กระบวนการทำงาน วิเคราะห์ช่องทางการจัดจำหน่าย เพื่อออกแบบระบบใหม่ให้เหมาะสมและรองรับช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าของ หจก.ฟลูคี้ดี ไม่ว่าจะเป็นในช่องทางออนไลน์ หรือออฟไลน์ การทำงานของระบบเพื่อเชื่อมโยงการจัดจำหน่ายในทุกช่องทางให้เข้าหากัน เพื่อให้ลูกค้ามีทางเลือกไม่ว่าจะเป็นการเลือกซื้อสินค้าในช่องทางใด ลูกค้าก็จะได้รับสินค้า ราคา และการบริการเหมือนกันในทุกช่องทาง

ผลการศึกษาพบว่า พบว่า **ด้านการวิเคราะห์กิจการ** จากการสัมภาษณ์พนักงานและผู้บริหาร ทำให้ทราบถึงข้อบกพร่องภายในกิจการ ซึ่งส่งผลให้กิจการมีความสามารถในการแข่งขันกับคู่แข่งลดลง อีกทั้ง หจก.ฟลูคี้ดี ยังขาดระบบสารสนเทศเพื่อรองรับการขายสินค้าบนช่องทางออนไลน์ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อลูกค้าทำให้ไม่สะดวกในการจัดซื้อสินค้าได้ **ด้านการศึกษาความเป็นไปได้** มีความเป็นไปได้เนื่องจากมีการดำเนินงานแบบธุรกิจครอบครัว ซึ่งจะทำให้ในการตัดสินใจลงทุนในการทำระบบขายแบบใหม่นั้นทำได้ง่าย อีกทั้งยังมีการบริหารงานเองทั้งหมดทำให้มีความรู้เกี่ยวกับเรื่องระบบการขายภายในร้านเป็นอย่างดี ซึ่งจะสามารถนำระบบใหม่มาปรับใช้ได้ทันที **ด้านการวิเคราะห์ระบบ** เริ่มจากการรวบรวมและวิเคราะห์ระบบการทำงานในแบบเดิม จากนั้นจึงวางแผนวิเคราะห์ ออกแบบ และพัฒนาระบบใหม่ขึ้น เพื่อให้เหมาะสมต่อการใช้งานจริง โดยใช้แนวคิดวัฏจักรการพัฒนา (SDLC) เป็นแนวคิดหลัก **ด้านการออกแบบระบบ** จะออกแบบเพื่อให้ใช้งานได้ง่ายที่สุด ซึ่งจะนำทุกๆ ช่องทางการจัดจำหน่ายของกิจการมาเชื่อมโยงเข้าหากัน เพื่อเพิ่มทางเลือกที่หลากหลายให้แก่ลูกค้า โดยการนำกลยุทธ์ทางการตลาดที่ผสมผสานทุกช่องทางเข้าด้วยกัน (Omni-Channel Marketing) โดยมุ่งเน้นไปยังการตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่หลากหลาย

ส่วนทาง**ด้านการสร้างระบบ หรือพัฒนาระบบ** ในการนำระบบงานใหม่เข้ามาใช้ในกิจการเป็นการใช้ระบบควบคู่กับการทำงานแบบเดิม ซึ่งระบบไม่ได้แทนที่การทำงานทั้งหมดที่ผ่านมา แต่ระบบใหม่ได้เข้ามาช่วยให้การขายสินค้าของแต่ละช่องทางมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยใช้ระบบวินโดวส์แอปพลิเคชัน ใช้ระบบปฏิบัติการ Microsoft Windows 10 ภาษาที่ใช้คือ PHP ในส่วนของงานสร้างเอกสาร HTML โดยเชื่อมต่อกับโปรแกรมจัดการฐานข้อมูล MYSQL และใช้โปรแกรม BOOSTRAP ในการออกแบบและตกแต่งเว็บแอปพลิเคชัน **ด้านการติดตั้งระบบ** ในการติดตั้งระบบใหม่จะทำการติดตั้งระบบไว้ที่เครื่องคอมพิวเตอร์เซิร์ฟเวอร์ จึงทำให้มีความปลอดภัยของระบบสารสนเทศจากการใช้งานของผู้ใช้ โดยผู้ใช้งานจะเข้าใช้งานผ่านทางหน้าจอแสดงผลของระบบสารสนเทศเท่านั้น ไม่สามารถเข้าถึงตัวระบบฐานข้อมูล และระบบสารสนเทศที่อยู่ในเครื่องคอมพิวเตอร์เซิร์ฟเวอร์ได้ ส่วนการจัดเก็บฐานข้อมูลจะทำการจัดเก็บลงในคอมพิวเตอร์เซิร์ฟเวอร์ และ on cloud **ด้านการประเมินผลและการบำรุงรักษาระบบ** พบว่า การใช้งานในระบบต่างๆ จากผู้ใช้งานจริงในส่วนของพนักงานขาย และเจ้าของกิจการมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยลักษณะการใช้งานระบบในด้านต่างๆ ที่ได้รับความ

\* นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสำหรับผู้บริหาร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

\*\* ดร. อาจารย์ประจำภาควิชาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

พึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด คือ การจัดวางหน้าจอการใช้งาน ไม่ซับซ้อน ส่วนความพึงพอใจในระดับต่ำที่สุด คือ ความสมบูรณ์ของการออกรายงาน ในส่วนของลูกค้า พบว่า หลังจากได้ใช้ระบบขายออนไลน์ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยลักษณะการใช้งานระบบในด้านต่างๆ ที่ได้รับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ความเหมาะสมของการจัดวางเครื่องมือการใช้งานบนหน้าจอ ส่วนการบำรุงรักษาระบบ เนื่องจากในการทดสอบระบบนั้นใช้ระยะเวลาในการทดสอบแค่ช่วงระยะเวลาหนึ่งเท่านั้น ทำให้ไม่สามารถทราบถึงปัญหาการใช้งานของระบบได้อย่างแท้จริง ทำให้ผู้พัฒนาและใช้งานระบบจำเป็นต้องเรียนรู้ และศึกษาระบบเพื่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจในระบบอย่างละเอียดก่อน ถึงจะมีการวางแผนทางในการบำรุงรักษาระบบต่อไป

## Abstract

This independent study aimed to develop information system to support the Omni-channel marketing for FLUKDEE Limited Partnership. Analyses on process flow and channel of distribution of the studied business were conducted in order to create the new system, which was suitable for both online and off-line distribution channels of FLUKDEE Limited Partnership, and in which all distribution channels were integrated to offer alternative shopping channels for its customers to shop for a product in the same price with the same service provided.

Hereafter were showed the findings of this study. Based upon the interview with staff and administrators of FLUKDEE Limited Partnership, the results of business analysis presented that FLUKDEE Limited Partnership had some weaknesses which lessened its competitive advantages. In addition, due to the lack of information system for online distribution, its customers might feel inconvenient to shop for products with FLUKDEE Limited Partnership. The results of feasibility study suggested that since FLUKDEE Limited Partnership was a family business, which enabled it to have decision-making on developing new distribution system easily, it was feasible for FLUKDEE Limited Partnership to improve its information system to support the Omni-channel marketing. Moreover, since all staff engaged in business management, they all had comprehensive understanding on the sales system of this business. Therefore, it would be possible to launch the new sales system for the FLUKDEE Limited Partnership at any time. In respect to system analysis, this study began with gathering data of the existing operating system and analyzing it; then, planning for the new practical system development and design by using the System Development Life Cycle (SDLC) as the main concept. In respect to system design, this study put an effort to design the simplest system that integrated all distribution channels of the business together with Omni-channel marketing strategy to increase alternatives for its customers to shop as well as to respond to the various needs of its customers.

In respect to system development, this study applied the new system to the studied business concurrently with the existing system. The new system did not entirely replace the existing one; but it was applied in order to enhance an efficiency of each distribution channel. The new system was developed to be implemented through Window application system with PHP in Microsoft Windows 10 operating system and with HTML documentation which connected to the MYSQL database management program; while the BOOSTRAP program was used to design and decorate web application. In respect to system implementation,

the new system was installed on a server; thus, this could ensure information security from the use of users. The users would be permitted to access the system only through the display screen not through the database nor information systems on the server. Database would be secured on the server and on cloud. In respect to post-implementation reviews and maintenance, the result suggested that in an overall view, sales staff and business owner as the real users averagely satisfied with the implementation of the new system at high level. Their highest level of satisfaction was given to the simple screen arrangement; while their lowest level of satisfaction was given to the completion of reporting. For customer's view points, after using online system of the studied business, in an overall view, they averagely rated their satisfaction at high level. Their highest level of satisfaction was given to the proper arrangement of tools on the screen. For the study on system maintenance, the results suggested that since the new system had just been tested for a short period, problems found from the implementation of the system could not be exactly identified. Therefore, the developer and its users must learn and study more on the implementation of this system to gain their knowledge and understanding about it and be able to set a maintenance plan in the future.

## บทนำ

ปัจจุบันเทคโนโลยีมีความสำคัญมากต่อการดำเนินชีวิต ไม่ว่าจะเป็นในด้านการคมนาคมขนส่ง การติดต่อสื่อสาร การเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร และการดำเนินธุรกิจ เพื่อสนับสนุนกิจกรรมต่างๆ เทคโนโลยีได้ถูกพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ควบคู่กับการใช้อินเทอร์เน็ตให้เป็นตัวเชื่อมโยงข้อมูล จัดเก็บ และสามารถดึงออกมาใช้ได้ตลอดเวลา ทำให้ผู้บริโภคได้รับความสะดวกสบายมากขึ้น หลายธุรกิจจึงมีการปรับตัว โดยเฉพาะส่วนของงานขาย ธุรกิจทั้งขนาดใหญ่และขนาดเล็กได้เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายออนไลน์อีกช่องทางหนึ่ง เพื่อตอบสนองต่อพฤติกรรมของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไป กล่าวคือมีการทำการตลาดทั้งจากช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ควบคู่กันไป ที่เรียกว่า “การค้าปลีกช่องทางไร้รอยต่อ (Omni channel Retailing)” เป็นการค้าปลีกที่เน้นให้ผู้บริโภคได้รับประสบการณ์ที่ดีในการซื้อสินค้าได้จากหลากหลายช่องทางอย่างราบรื่นไม่ติดขัด โดยผู้ค้าปลีกทุกช่องทางจะมองเห็นผู้บริโภคจากฐานข้อมูลเดียวกันภายใต้การวางกลยุทธ์และประสานงานร่วมกัน (Brickey, 2016) หากธุรกิจมีระบบที่ดี มีความรวดเร็ว ถูกต้องแม่นยำ และทันต่อเหตุการณ์ สามารถใช้ควบคู่กันไปในงานขายทั้งออนไลน์และออฟไลน์ จะทำให้ได้เปรียบในการประกอบธุรกิจ และสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าได้

ห้างหุ้นส่วนจำกัด ฟลุคตี เริ่มก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ. 2539 ดำเนินธุรกิจค้าปลีกวัตถุดิบ สำหรับการผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปจำหน่ายผ้า และอุปกรณ์ตัดเย็บ มีสินค้าอยู่ในร้าน มากกว่า 500 รายการ มีมูลค่าการซื้อขายต่อปีของธุรกิจประมาณ 4 ล้านบาท ในปัจจุบันลูกค้าเข้ามาซื้อสินค้าในร้านเฉลี่ย 50 รายต่อวัน แบ่งได้เป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มลูกค้าราชการ กลุ่มลูกค้าส่ง และกลุ่มลูกค้าปลีก การบริหารงานยังเป็นการบริหารในรูปแบบการจัดการเป็นการดำเนินงานในธุรกิจครอบครัว มีช่องทางการจัดจำหน่ายหลักเพียงช่องทางเดียวคือ การขายผ่านหน้าร้าน การทำงานประจำวันเป็นการจดบันทึกลงสมุด หจก.ฟลุคตีได้นำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในขั้นพื้นฐาน เช่น การใช้โปรแกรม Microsoft word และ Microsoft Excel เพื่อบันทึกข้อมูลการซื้อขายสินค้า พร้อมทั้งเพิ่มช่องทางขายสินค้าผ่าน Facebook และ Line แต่ยังคงปัญหาขึ้นในหลายจุด ซึ่งการขายผ่านช่องทางออนไลน์นั้นยังขาดระบบที่สามารถการเชื่อมโยงของข้อมูล ขาดการพัฒนาและปรับปรุง เพื่อให้เหมาะสมสำหรับธุรกิจ ส่งผลให้การติดต่อสื่อสารกับลูกค้าไม่มีประสิทธิภาพ เกิดความล่าช้า และเกิดความผิดพลาดบ่อยครั้ง

จากปัญหาที่ได้กล่าวมาข้างต้น ระบบการขายออนไลน์ (E-Commerce) จึงเป็นแนวทางในการแก้ปัญหาให้กิจการ เป็นอีกหนึ่งช่องทางในการเพิ่มโอกาสการขาย สร้างการรับรู้ รวมไปถึงการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าใหม่ และประชาสัมพันธ์ ข่าวสารต่าง ๆ ทำให้กิจการมีความสามารถในตอบสนองความต้องการของลูกค้า ให้ลูกค้าได้รับความสะดวกสบาย และสามารถเลือกซื้อสินค้าได้ทุกที่ทุกเวลา ซึ่งปัจจุบันมีซอฟต์แวร์สำเร็จรูปมากมายสำหรับร้านค้าปลีก ที่ได้รับการพัฒนา สำหรับการใช้งานในร้านค้าปลีกทั่วไป แต่ยังไม่มียูทิลิตี้สำเร็จรูปเฉพาะที่สามารถตอบสนองความต้องการของกิจการได้ แท้จริง และถึงแม้ว่าจะมีแพลตฟอร์มสำเร็จรูปต่าง ๆ สำหรับการขายออนไลน์ เช่น Lazada Shopee 11street แต่ก็ยังมี ข้อจำกัดหลายด้านในการขายสินค้ากับแพลตฟอร์มสำเร็จรูปเหล่านี้ อาทิเช่น การเรียกเก็บค่าธรรมเนียม, การจำกัดจำนวน สินค้าที่ลงขาย, การติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย, และความน่าเชื่อถือของแพลตฟอร์มนั้นๆ เป็นต้น จากสถิติสำนักงาน ธุรกิจทางอิเล็กทรอนิกส์ (ETDA) พบว่า มูลค่า Ecommerce ของไทยในปี 2560 เติบโตขึ้น 9.86% ซึ่งมูลค่าประเภท B2C สูงถึง 7.03 แสนล้านบาท และคาดว่าจะมีมูลค่าสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง (สำนักงานธุรกิจทางอิเล็กทรอนิกส์, 2560)

ดังนั้นผู้ศึกษาได้เล็งเห็นความสำคัญของการพัฒนาระบบการขายสินค้าออนไลน์ ควบคู่กับการดำเนินธุรกิจการขาย จากหน้าร้าน เพื่อสามารถผสมผสานระบบการขายสินค้าทั้งสองช่องทางเข้าด้วยกัน ผู้ศึกษาจึงต้องการศึกษาข้อมูลการจัดจำหน่าย สินค้าของร้านขายผ้า และ อุปกรณ์ตัดเย็บ เพื่อนำไปออกแบบและพัฒนาระบบสารสนเทศสำหรับการขายสินค้าออนไลน์ ซึ่งระบบที่สนับสนุนช่องทางการจัดจำหน่ายแบบผสมผสานช่องทางทั้งการขายผ่านทางหน้าร้าน และการขายออนไลน์ของห้าง หุ่นส่วนจำกัด พลูคอดี และให้ได้ว่าซึ่งระบบที่เหมาะสมกับร้านขายผ้า อุปกรณ์ตัดเย็บ และสามารถนำมาประยุกต์ให้ใช้ได้จริง กับกิจการ

## วิธีการดำเนินการวิจัย

### 1. ขอบเขตการศึกษา

เนื้อหาในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ประกอบด้วยการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับการขายสินค้าออนไลน์ และศึกษาระบบที่สามารถเชื่อมโยงช่องทางการขายทั้งการขายผ่านช่องทางหน้าร้านและการขายผ่านออนไลน์ได้ ทำให้ได้ระบบที่มีความเหมาะสมต่อการใช้งานกับหจก. พลูคอดี ได้รับการพัฒนาระบบตามทฤษฎีวงจรพัฒนาระบบ (SDLC) 7 ขั้นตอน ประกอบด้วยการกำหนดปัญหา การศึกษาความเป็นไปได้ การวิเคราะห์ระบบ การออกแบบระบบ การสร้างระบบ หรือพัฒนาระบบ การติดตั้งระบบ การประเมินผลและการบำรุงรักษาระบบ

### 2. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทั่วไป และกระบวนการดำเนินงานประจำวันของกิจการ โดยการสัมภาษณ์ เจ้าของกิจการ และพนักงานฝ่ายปฏิบัติการ รวมทั้งหมด 5 คน เพื่อทราบรายละเอียดเกี่ยวกับกระบวนการทำงาน รูปแบบและ ลักษณะระบบการทำงานเมื่อนำระบบสารสนเทศเข้ามาประยุกต์ใช้ เพื่อให้ตรงต่อประเภทของงาน และเก็บรวบรวมข้อมูลของ ลูกค้าจากการสัมภาษณ์ลูกค้าประจำของหจก. พลูคอดี จำนวน 10 ราย เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมในการเลือกช่องทางการ จัดจำหน่ายและทราบถึงพฤติกรรมในการซื้อสินค้า

### 3. สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล

คณะบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และห้างหุ้นส่วนจำกัด พลูคอดี

## ผลการศึกษา

### ส่วนที่ 1 การกำหนดปัญหา (Problem Definition)

ในการวิเคราะห์ปัญหาภายในกิจการพบว่าปัญหาที่เกิดขึ้นจากภายในกิจการ และข้อจำกัดในการใช้ Platform สำเร็จรูป ดังนี้

ปัญหาที่เกิดขึ้นจากภายในกิจการ

1) เกิดจากความผิดพลาดในการสื่อสารอยู่บ่อยครั้ง ในเรื่องของรูปแบบสินค้า ขนาด และสีของสินค้า ทำให้ลูกค้าไม่พึงพอใจ และเปลี่ยนไปซื้อร้านอื่นแทน

2) ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าของ หจก.พลูคอดี ไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอ ส่งผลให้การขายสินค้าในแต่ละช่องทางไม่สามารถเชื่อมโยงถึงกันได้ และไม่สามารถเก็บข้อมูลของลูกค้าเอาไว้ได้

3) หจก.พลูคอดี ไม่มีระบบสำหรับการขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ และไม่มีหน้าเว็บไซต์ให้ลูกค้าได้เลือกสินค้า ทำให้ลูกค้าไม่ทราบถึงสินค้าที่ทางร้านได้มีการจัดจำหน่าย ทำให้ทางร้านเสียโอกาสในการขายสินค้า และทำให้ความสามารถในการแข่งขันลดลง

4) ลูกค้าส่วนใหญ่มีความจำเป็นที่จะต้องมาหน้าร้านเพื่อทำการเลือกซื้อสินค้า เพราะมีสินค้าให้เลือกซื้อที่หลากหลาย และสามารถเลือกขนาดของสินค้าได้ตรงกับความต้องการมากที่สุด

5) การทำงานที่ซ้ำซ้อนกันของพนักงาน เกิดจากการสั่งออเดอร์ที่ซ้ำซ้อน ของลูกค้าคนเดียวกัน

ข้อจำกัดในการใช้ Platform สำเร็จรูป

1) ค่าใช้จ่ายทางการตลาดเพิ่มขึ้น เนื่องจากเว็บไซต์สำเร็จรูปที่ได้ถูกสร้างขึ้นนั้น มีค่าใช้จ่ายในการเรียกเก็บจากผู้ขาย ไม่ว่าจะเป็นค่าคอมมิชชั่น ค่าธรรมเนียม และค่าขนส่ง ส่งผลให้ต้นทุนของสินค้าสูงขึ้น ซึ่งจะทำให้สินค้าจากทางร้านมีราคาที่สูงกว่าคู่แข่งรายอื่น

2) ไม่มีการสร้างฐานลูกค้าที่เป็นของธุรกิจเอง เนื่องจากกลยุทธ์การนำเสนอสินค้าของเว็บไซต์สำเร็จรูป มีการแสดงสินค้าที่คล้ายคลึงหรือเหมือนกัน เพื่อเป็นทางเลือกแก่ลูกค้า ทำให้ลูกค้ามีทางเลือกและสามารถเปลี่ยนใจได้ตลอดเวลา ไม่สามารถสร้าง Customer royalty จากลูกค้าได้

3) ผู้ขายไม่สามารถกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดได้เอง เนื่องจากต้องทำผ่านระบบสำเร็จรูปไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของส่วนลด หรือการแจ้งข้อมูลข่าวสารต่างๆ ให้กับลูกค้าได้รับทราบโดยตรง รวมถึงการโฆษณาผ่านระบบสำเร็จรูปต้องมีการจ่ายค่าโฆษณาเพิ่ม

4) การใช้แพลตฟอร์มในการขายออนไลน์ที่ไม่ใช่ระบบของตนเอง ทำให้ร้านขาดความน่าเชื่อถือ โดยส่วนใหญ่ลูกค้าจะสอบถามถึงที่ตั้งของร้าน และเว็บไซต์ อีกทั้งสินค้าของทางร้าน เป็นจำพวกผ้าเป็นหลัก ลูกค้าที่จะซื้อสินค้าจึงต้องมีการสัมผัสกับตัวผ้าเพื่อเปรียบเทียบสีผ้า และลักษณะของเนื้อผ้าก่อนจึงจะทำการตัดสินใจซื้อ ดังนั้นการใช้แพลตฟอร์มออนไลน์สำเร็จรูปจึงไม่เหมาะสมกับการใช้งานของร้าน

5) การแสดงผลของหน้าสินค้าไม่สามารถปรับเปลี่ยนได้ เพราะรายละเอียดทุกอย่างถูกกำหนดโดยเจ้าของเว็บไซต์ ซึ่งในบางครั้งการแสดงผลหมวดหมู่สินค้า และในการลงรายละเอียดของสินค้า จะไม่ตรงกับความต้องการของผู้ขาย เช่น ในหน้าของแพลตฟอร์มออนไลน์จะจำกัดกลุ่มกรรไกรตัดผ้าอยู่ในเครื่องมือช่าง ทำให้ลูกค้าที่ซื้อสินค้าจะได้สินค้าที่ใช้ไม่ตรงกับวัตถุประสงค์

6) ระบบสำเร็จรูปออนไลน์ทั่วไป ไม่สามารถนำมาใช้งานกับทางร้านได้ ทำให้การขายสินค้าจำเป็นต้องแบ่งแยกกันในแต่ละช่องทาง ไม่สามารถเชื่อมโยงทุกระบบเข้าหากันได้ ทำให้ทางร้านไม่สามารถสร้างฐานลูกค้าของตัวเองได้ หากร้านขาย

สินค้ากับแพลตฟอร์มออนไลน์ลูกค้าเข้าไปเลือกซื้อสินค้าจะไม่มี ความจรรู้สึกติดต่อกับสินค้า เนื่องจากการซื้อจะเปรียบเทียบราคากับคู่แข่งได้ทันที ซึ่งจะทำให้ลูกค้าเปลี่ยนใจได้ตลอดเวลา

7) ไม่มีความมั่นคงในตัวของตัวเอง เช่น หากเว็บไซต์สำเร็จรูปนั้นได้ปิดตัวลง ทำให้ธุรกิจที่เป็นสมาชิกกับเว็บไซต์นั้นไม่สามารถขายสินค้าต่อไปได้ เนื่องจากข้อมูลของลูกค้า และหน้าแสดงผลธุรกิจเราไม่สามารถกำหนดเองได้

8) ทางร้านจะไม่ได้รับเงินจากการขายสินค้าในทันที ซึ่งจะมีระยะเวลาในการรอคอยในการโอนเงินจากเว็บไซต์สำเร็จรูป แต่ถ้าทางร้านมีการทำระบบขึ้นมาเองจะทำให้ร้านได้รับเงินสดในทันที

9) การแข่งขันบน Platform สำเร็จรูปที่มีอยู่ในปัจจุบันนั้น ทำให้เกิดคู่แข่งรายใหม่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะทำให้เกิดการเปรียบเทียบสินค้าและราคาคอนช่องทางนั้นๆ ได้ง่ายขึ้น

## ส่วนที่ 2 การศึกษาความเป็นไปได้ (Feasibility Study)

ในการศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อรองรับช่องทางการจัดจำหน่ายแบบผสมผสานช่องทางสำหรับห้างหุ้นส่วนจำกัดพลูคอดี พบว่า มีความเป็นไปได้เนื่องจากห้างหุ้นส่วนจำกัด พลูคอดี มีการดำเนินงานแบบธุรกิจครอบครัว ซึ่งจะทำให้ในการตัดสินใจลงทุนในการทำระบบขายแบบใหม่นั้นทำได้ง่าย อีกทั้งยังมีการบริหารงานเองทั้งหมดทำให้มีความรู้เกี่ยวกับเรื่องระบบการขายภายในร้านเป็นอย่างดี ซึ่งสามารถนำระบบใหม่มาใช้ได้ทันที

## ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ระบบ (System Analysis)

โดยระบบสารสนเทศที่รองรับการจัดจำหน่ายสินค้าแบบผสมผสานช่องทาง เริ่มจากการรวบรวมและวิเคราะห์ระบบการทำงานเดิมของ หจก.พลูคอดี ซึ่งได้จากการเก็บข้อมูลจากการ สังเกต สัมภาษณ์ สอบถาม และศึกษาเอกสาร เพื่อศึกษาวิเคราะห์หาความต้องการของระบบงานใหม่ และได้ศึกษาความรู้เพิ่มเติมจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง จากนั้นจึงวางแผนวิเคราะห์ออกแบบ และพัฒนาระบบใหม่ขึ้น เพื่อให้เหมาะสมต่อการใช้งานจริง โดยใช้แนวคิดวัฏจักรการพัฒนาระบบ (SDLC) เป็นแนวคิดหลัก จากการศึกษา สัมภาษณ์ และวิเคราะห์ระบบงานในรูปแบบการทำงานเดิม ระบบสารสนเทศสำหรับการขายสินค้าออนไลน์ การได้มาซึ่งระบบสารสนเทศจะทำให้ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าสามารถเชื่อมต่อกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ สะดวกและง่ายต่อลูกค้าโดยไม่จำกัดช่องทางใดการเลือกซื้อสินค้า อีกทั้งระบบยังสามารถช่วยสนับสนุนการทำงานของกิจการได้ดีขึ้น ลดความผิดพลาดจากการทำงาน ลดกระบวนการทำซ้ำซ้อน ง่ายต่อการเข้าถึงข้อมูลสินค้า และการส่งเสริมการขายของกิจการดีขึ้น

## ส่วนที่ 4 การออกแบบระบบ (System Design)

จากการศึกษาการออกแบบระบบถูกออกแบบเพื่อให้ใช้งานได้ง่ายที่สุด นำทุกๆ ช่องทางการจัดจำหน่ายของกิจการเชื่อมโยงเข้าหากัน เพื่อให้ทางเลือกที่หลากหลายแก่ลูกค้า โดยการนำกลยุทธ์ทางการตลาดที่ผสมผสานทุกช่องทางเข้าด้วยกัน (Omni-Channel Marketing) โดยมุ่งเน้นไปยังการตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเข้าระบบเพื่อหาข้อมูลสินค้า ซื้อสินค้า หรือเปรียบเทียบราคาก่อนการตัดสินใจ สามารถเข้ามาได้ตลอดเวลา 24 ชั่วโมง อีกทั้งยังเน้นการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าด้วยระบบสมาชิก และมี Live chat เพื่อคอยตอบคำถามให้กับลูกค้า

## ส่วนที่ 5 การสร้างระบบ หรือพัฒนาระบบ (System Construction)

การนำระบบงานใหม่เข้ามาใช้ในกิจการเป็นการใช้ระบบควบคู่กับการทำงานแบบเดิม ซึ่งระบบไม่ได้แทนที่การทำงานทั้งหมดที่ผ่านมา แต่ระบบใหม่ได้เข้ามาช่วยให้การขายสินค้าของแต่ละช่องทางมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยใช้ระบบวินโดวส์แอปพลิเคชัน ใช้ระบบปฏิบัติการ Microsoft Windows 10 ภาษาที่ใช้คือ PHP ในส่วนของงานสร้างเอกสาร HTML โดยเชื่อมต่อกับโปรแกรมจัดการฐานข้อมูล MYSQL และใช้โปรแกรม BOOTSTRAP ในการออกแบบและตกแต่งเว็บแอปพลิเคชัน

## ส่วนที่ 6 การติดตั้งระบบ (System Implementation)

ในการติดตั้งระบบใหม่ของห้างหุ้นส่วนจำกัดฟลูคิตี จะทำการติดตั้งระบบไว้ที่เครื่องคอมพิวเตอร์เซิร์ฟเวอร์ จึงทำให้มีความปลอดภัยของระบบสารสนเทศจากการใช้งานของผู้ใช้ โดยผู้ใช้งานจะเข้าใช้งานผ่านทางหน้าจอแสดงผลของระบบสารสนเทศเท่านั้น ไม่สามารถเข้าถึงตัวระบบฐานข้อมูล และระบบสารสนเทศที่อยู่ในเครื่องคอมพิวเตอร์เซิร์ฟเวอร์ได้ ส่วนการจัดเก็บฐานข้อมูลจะทำการจัดเก็บลงในคอมพิวเตอร์เซิร์ฟเวอร์ และ on cloud

## ส่วนที่ 7 การประเมินผลและการบำรุงรักษาระบบ (Post-implementation review and maintenance)

ผลการประเมินผลพบว่าการใช้งานในระบบต่างๆ จากผู้ใช้งานจริงในส่วนของพนักงานขาย และเจ้าของกิจการ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยลักษณะการใช้งานระบบในด้านต่างๆ ที่ได้รับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด คือ การจัดวางหน้าจอการใช้งาน ไม่ซับซ้อน ส่วนความพึงพอใจในระดับต่ำที่สุด คือ ความสมบูรณ์ของการออกรายงาน ในส่วนของลูกค้า พบว่า หลังจากได้ใช้ระบบขายออนไลน์ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยลักษณะการใช้งานระบบในด้านต่างๆ ที่ได้รับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ความเหมาะสมของการจัดวางเครื่องมือการใช้งานบนหน้าจอ ส่วนการบำรุงรักษาระบบ เนื่องจากในการทดสอบระบบนั้นใช้ระยะเวลาในการทดสอบแค่ช่วงระยะเวลาหนึ่งเท่านั้น ทำให้ไม่สามารถทราบถึงปัญหาการใช้งานของระบบได้อย่างแท้จริง ทำให้ผู้พัฒนาและผู้ใช้งานระบบจำเป็นต้องเรียนรู้ และศึกษาระบบเพื่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจในระบบอย่างละเอียดก่อน ถึงจะมีการวางแผนในการบำรุงรักษาระบบต่อไป

### การนำข้อมูลไปประยุกต์ใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด

จากการนำข้อมูลมาวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดที่ผสมผสานทุกช่องทางเข้าด้วยกัน (Omni-Channel Marketing) โดยมุ่งเน้นไปยังการตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่หลากหลาย สามารถช่วยให้ผู้บริหารหรือผู้ที่รับผิดชอบให้ดูแลในส่วนของลูกค้า ไม่ว่าจะเข้าระบบเพื่อหาข้อมูลสินค้า ชื้อสินค้า หรือเปรียบเทียบราคาก่อนการตัดสินใจ สามารถเข้ามาได้ตลอดเวลา 24 ชั่วโมง อีกทั้งยังเน้นการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าด้วยระบบสมาชิก และมี Live chat เพื่อคอยตอบคำถามให้กับลูกค้าอีกด้วย

## สรุปผลการศึกษา

### ส่วนที่ 1 การกำหนดปัญหา (Problem Definition)

ในการวิเคราะห์กิจการทำให้ทราบถึงรูปแบบการดำเนินธุรกิจและขั้นตอนการทำงานของกิจการ จากการสัมภาษณ์พนักงานและผู้บริหาร ทำให้ทราบถึงจุดบกพร่องของการทำงาน บ่อยครั้งที่เกิดความผิดพลาดในการทำงาน ส่งผลให้ธุรกิจมีความสามารถในการแข่งขันกับคู่แข่งลดลง หจก.ฟลูคิตี ยังขาดระบบสารสนเทศเพื่อรองรับการขายสินค้าบนช่องทางออนไลน์ ทำให้การขายสินค้าแต่ละครั้งจะอยู่ในช่องทางใดช่องทางหนึ่ง ไม่สามารถนำแต่ละช่องทางมาผสมผสานกันได้ อาจส่งผลกระทบต่อลูกค้าทำให้ไม่สะดวกในการจัดซื้อสินค้า ซึ่งหากกิจการได้มาซึ่งระบบสารสนเทศที่รองรับหลายช่องทางรวมกัน จะทำให้ช่องทางการจัดจำหน่ายของ หจก.ฟลูคิตี มีประสิทธิภาพการทำงานมากขึ้น

### ส่วนที่ 2 การศึกษาความเป็นไปได้ (Feasibility Study)

ในการศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อรองรับช่องทางการจัดจำหน่ายแบบผสมผสานช่องทางสำหรับห้างหุ้นส่วนจำกัดฟลูคิตี พบว่า มีความเป็นไปได้เนื่องจากห้างหุ้นส่วนจำกัด ฟลูคิตี มีการดำเนินงานแบบธุรกิจครอบครัว ซึ่งจะทำให้ในการตัดสินใจลงทุนในการทำระบบขายแบบใหม่นั้นทำได้ง่าย อีกทั้งยังมีการบริหารงานเองทั้งหมดทำให้มีความรู้เกี่ยวกับเรื่องระบบการขายภายในร้านเป็นอย่างดี ซึ่งสามารถนำระบบใหม่มาใช้ได้ทันที

### ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ระบบ (System Analysis)

โดยระบบสารสนเทศที่รองรับการจัดจำหน่ายสินค้าแบบผสมช่องทาง เริ่มจากการรวบรวมและวิเคราะห์ระบบการทำงานเดิมของ หจก.พลูคอดี ซึ่งได้จากการเก็บข้อมูลจากการ สังเกต สัมภาษณ์ สอบถาม และศึกษาเอกสาร เพื่อศึกษาวิเคราะห์หาความต้องการของระบบงานใหม่ และได้ศึกษาความรู้เพิ่มเติมจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง จากนั้นจึงวางแผนวิเคราะห์ออกแบบ และพัฒนาระบบใหม่ขึ้น เพื่อให้เหมาะสมต่อการใช้งานจริง โดยใช้แนวคิดวัฏจักรการพัฒนา (SDLC) เป็นแนวคิดหลัก จากการศึกษา สัมภาษณ์ และวิเคราะห์ระบบงานในรูปแบบการทำงานเดิม ระบบสารสนเทศสำหรับการขายสินค้าออนไลน์ การได้มาซึ่งระบบสารสนเทศจะทำให้ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าสามารถเชื่อมต่อกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ สะดวกและง่ายต่อลูกค้าโดยไม่จำกัดช่องทางใดการเลือกซื้อสินค้า อีกทั้งระบบยังสามารถช่วยสนับสนุนการทำงานของกิจการได้ดีขึ้น ลดความผิดพลาดจากการทำงาน ลดกระบวนการทำซ้ำซ้อน ง่ายต่อการเข้าถึงข้อมูลสินค้า และการส่งเสริมการขายของกิจการดีขึ้น

### ส่วนที่ 4 การออกแบบระบบ (System Design)

จากการศึกษาการออกแบบระบบถูกออกแบบเพื่อให้ใช้งานได้ง่ายที่สุด นำหลายๆ ช่องทางการจัดจำหน่ายของกิจการ เชื่อมโยงเข้าหากัน เพื่อให้ทางเลือกที่หลากหลายแก่ลูกค้า โดยการนำกลยุทธ์ทางการตลาดที่ผสมผสานทุกช่องทางเข้าด้วยกัน (Omni-Channel Marketing) โดยมุ่งเน้นไปยังการตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเข้าระบบเพื่อหาข้อมูลสินค้า ซื้อสินค้า หรือเปรียบเทียบราคาก่อนการตัดสินใจ สามารถเข้ามาได้ตลอดเวลา 24 ชั่วโมง อีกทั้งยังเน้นการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าด้วยระบบสมาชิก และมี Live chat เพื่อคอยตอบคำถามให้กับลูกค้า

### ส่วนที่ 5 การสร้างระบบ หรือพัฒนาระบบ (System Construction)

การนำระบบงานใหม่เข้ามาใช้ในกิจการเป็นการใช้ระบบควบคู่กับการทำงานแบบเดิม ซึ่งระบบไม่ได้แทนที่การทำงานทั้งหมดที่ผ่านมา แต่ระบบใหม่ได้เข้ามาช่วยให้การขายสินค้าของแต่ละช่องทางมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยใช้ระบบวินโดวส์แอปพลิเคชัน ใช้ระบบปฏิบัติการ Microsoft Windows 10 ภาษาที่ใช้คือ PHP ในส่วนของงานสร้างเอกสาร HTML โดยเชื่อมต่อกับโปรแกรมจัดการฐานข้อมูล MYSQL และใช้โปรแกรม BOOTSTRAP ในการออกแบบและตกแต่งเว็บแอปพลิเคชัน

### ส่วนที่ 6 การติดตั้งระบบ (System Implementation)

ในการติดตั้งระบบใหม่ของห้างหุ้นส่วนจำกัดพลูคอดี จะทำการติดตั้งระบบไว้ที่เครื่องคอมพิวเตอร์เซิร์ฟเวอร์ จึงทำให้มีความปลอดภัยของระบบสารสนเทศจากการใช้งานของผู้ใช้ โดยผู้ใช้งานจะเข้าใช้งานผ่านทางหน้าจอแสดงผลของระบบสารสนเทศเท่านั้น ไม่สามารถเข้าถึงตัวระบบฐานข้อมูล และระบบสารสนเทศที่อยู่ในเครื่องคอมพิวเตอร์เซิร์ฟเวอร์ได้ ส่วนการจัดเก็บฐานข้อมูลจะทำการจัดเก็บลงในคอมพิวเตอร์เซิร์ฟเวอร์ และ on cloud

### ส่วนที่ 7 การประเมินผลและการบำรุงรักษาระบบ (Post-implementation review and maintenance)

ผลการประเมินผลพบว่าการใช้งานในระบบต่างๆ จากผู้ใช้งานจริงในส่วนของพนักงานขาย และเจ้าของกิจการ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยลักษณะการใช้งานระบบในด้านต่างๆ ที่ได้รับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด คือ การจัดวางหน้าจอกาการใช้งาน ไม่ซับซ้อน ส่วนความพึงพอใจในระดับต่ำที่สุด คือ ความสมบูรณ์ของการออกรายงาน ในส่วนของลูกค้า พบว่า หลังจากได้ใช้ระบบขายออนไลน์ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยลักษณะการใช้งานระบบในด้านต่างๆ ที่ได้รับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ความเหมาะสมของการจัดวางเครื่องมือการใช้งานบนหน้าจอ ส่วนการบำรุงรักษาระบบ เนื่องจากในการทดสอบระบบนั้นใช้ระยะเวลาในการทดสอบแค่ช่วงระยะเวลาหนึ่งเท่านั้น ทำให้ไม่สามารถทราบถึงปัญหาการใช้งานของระบบได้อย่างแท้จริง ทำให้ผู้พัฒนาและผู้ใช้งานระบบ



จำเป็นที่จะต้องเรียนรู้ และศึกษาระบบเพื่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจในระบบอย่างละเอียดก่อน ถึงจะมีการวางแผนทางการจัดการบำรุงรักษาระบบต่อไป

### การนำข้อมูลไปประยุกต์ใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด

จากการนำข้อมูลมาวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดที่ผสานทุกช่องทางเข้าด้วยกัน (Omni-Channel Marketing) หจก.พลีคดี จะมุ่งเน้นไปยังการตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่หลากหลาย สามารถช่วยให้ผู้บริหารหรือผู้ที่ได้รับผิดชอบให้ดูแลในส่วนของลูกค้า ไม่ว่าจะเข้าระบบเพื่อหาข้อมูลสินค้า ชื่อสินค้า หรือเปรียบเทียบราคาก่อนการตัดสินใจ สามารถเข้ามาได้ตลอดเวลา 24 ชั่วโมง อีกทั้งยังเน้นการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าด้วยระบบสมาชิก และมี Live chat เพื่อคอยตอบคำถามให้กับลูกค้าอีกด้วย

### การอภิปรายผลการศึกษา

จากผลการศึกษาการพัฒนากระบวนการสรรหาเพื่อรองรับช่องทางการจัดจำหน่ายแบบผสานช่องทางสำหรับ หจก.พลีคดี ตามวัฏจักรการพัฒนากระบวนการ (SDLC) พบว่ามีประเด็นที่ควรนำมาอภิปราย ดังนี้

1. การวิเคราะห์กิจกรรม ผู้ศึกษาได้เริ่มต้นการวิเคราะห์กิจกรรมโดยเริ่มจากความต้องการของผู้บริหารต่อระบบสารสนเทศที่นำมาพัฒนา แล้วจึงวิเคราะห์ปัญหาจากการทำงานในระบบเดิม และรายละเอียดความต้องการของระบบใหม่ ซึ่งวิธีการที่ได้มาของการออกแบบระบบของผู้ศึกษามาจากขาดการเชื่อมโยงข้อมูลไปถึงลูกค้า และขาดช่องทางการจัดจำหน่าย ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของสุพรรณษา แก้วแปง (2555)

2. การวิเคราะห์ระบบงานเดิมและความต้องการระบบใหม่ จากการศึกษา สัมภาษณ์ และสังเกตการทำงานของพนักงาน และพฤติกรรมของลูกค้าประจำ เพื่อนำไปสู่การออกแบบระบบที่เหมาะสมต่อความต้องการของผู้ใช้ และการออกแบบระบบสารสนเทศเมื่อเข้าใจกระบวนการทำงานและทราบถึงความต้องการของผู้ใช้งาน โดยกระบวนการออกแบบจะนำขั้นตอนการทำงาน ช่องทางแต่ละช่องทางของการขายสินค้า มาเชื่อมโยงเข้าหากัน และให้ข้อมูลในระบบเกิดความสัมพันธ์กันในการสอดคล้องของระบบสามารถออกแบบรายงานการซื้อสินค้า สินค้าคงเหลือ ผู้ดูแลระบบ เจ้าหน้าที่ สามารถเข้าถึงระบบและการเชื่อมโยงข้อมูลกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุพรรณษา แก้วแปง (2555) และไม่สอดคล้องกับคุณัญญา พันธุ์สำโรง และภควีตร สิริวรามาศ (2556)

3. การทำงานของระบบ พบว่าการทำงานของระบบทำงานบนระบบอินเทอร์เน็ต มีความรวดเร็ว ถูกต้อง เชื่อถือได้ โดยเทียบจากผลการประเมินการทำงานของระบบจากผู้ใช้งานจริง ทั้งในส่วนของพนักงาน และลูกค้า ซึ่งระบบสามารถเชื่อมโยงการทำงานของหลายช่องทางเข้าหากันได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของคุณัญญา พันธุ์สำโรง และภควีตร สิริวรามาศ (2556) และสอดคล้องกับงานวิจัยของกิตติพงษ์ คงธนทรัพย์ และอิสราภรณ์ ลาดละคร (2560) และสอดคล้องกับงานวิจัยของอัสน์อุไร เตชะสวัสดิ์ (2560)

4. หน้าจอการแสดงผลพบว่า ออกแบบใช้ง่ายต่อการใช้งาน มีเครื่องมือครบต่อการใช้งาน สามารถหาข้อมูลต่างๆ ได้จากการแถบเครื่องมือ และมีระบบ Live chat บนหน้าจอระบบ เพื่อเป็นอีกหนึ่งช่องทางการติดต่อสำหรับลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของจุฑารัตน์ เกียรติศิริ (2558)

## ข้อเสนอแนะ

ในการศึกษาการพัฒนากระบวนสารสนเทศเพื่อรองรับช่องทางการจัดจำหน่ายของ หจก.ฟลุคดี พบว่ามีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ควรมีพัฒนาระบบสารสนเทศสำหรับงานด้านอื่นๆ เพื่อตอบสนองต่อความสำเร็จของกิจการและครอบคลุมในงานด้านอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องในงานบริหารกิจการ
2. ในอนาคตเมื่อกิจการมีการเติบโตมากขึ้น ควรมีการจัดทำระบบสินค้าคงคลังขึ้นมาโดยเฉพาะ เพื่อรองรับการเจริญเติบโตของกิจการในอนาคตต่อไป เพราะจะทำให้กิจการทราบถึงจำนวนสินค้าคงเหลือ เพราะระบบจะเชื่อมโยงระบบหน้าร้าน เมื่อมีระดับสินค้าในร้านลดลง ระบบจะส่งข้อมูลไปยังระบบสารสนเทศของคลังสินค้าเพื่อความสะดวกรวดเร็วในการจัดการสินค้าคงคลัง
3. จากข้อค้นพบในการเริ่มใช้ระบบใหม่ทางหจก.ฟลุคดี จำเป็นจะต้องให้ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับระบบแก่พนักงานที่มีการใช้ระบบโดยตรง เพื่อป้องกันข้อผิดพลาดที่อาจจะเกิดขึ้นได้ และมีการฝึกทักษะการใช้งานของระบบของผู้ใช้งานเพื่อเพิ่มความชำนาญ
4. ในการพัฒนาระบบฐานข้อมูลและระบบสารสนเทศในรูปแบบแอปพลิเคชัน ทางร้านควรจะทำให้ง่ายต่อการนำระบบไปใช้ในสาขาอื่นๆ หากมีการขยายกิจการในอนาคต เนื่องจากสามารถใช้ฐานข้อมูลเดียวกันได้
5. ทางร้านควรมีการเพิ่มไอคอน/ช่อง VAT สำหรับในกรณีที่ลูกค้าต้องการออกไปกำกับภาษี
6. บนหน้าจอแสดงผล ในหน้าชำระเงินทางร้านควรมีการแสดงช่องทางการชำระเงินให้ชัดเจน
7. กรณีที่ลูกค้าส่งปริมาณการซื้อขายเข้ามามาก ทางร้านควรมีการปรับปรุงระบบให้รองรับลูกค้าในปริมาณที่มากที่สุดได้
8. ทางร้านควรมีการจัดทำระบบสมาชิก เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลสมาชิกและเพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าอยากเป็นสมาชิกในการซื้อขายของทางร้าน
9. ทางร้านควรมีเพิ่มการซื้อแพลตฟอร์ม Zendesk เพื่อรองรับการสื่อสารทั้งออนไลน์และออฟไลน์กับลูกค้าตลอด 24 ชั่วโมง ซึ่ง Zendesk เป็นซอฟต์แวร์ Help Desk จากประเทศสหรัฐอเมริกา ที่ทำงานบน Cloud เป็นระบบที่ช่วยในด้านการซัพพอร์ตลูกค้า ในการทำ Customer Service และในการสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างลูกค้ากับทางร้านค้าที่จะสร้างความน่าเชื่อถือให้กับทางร้านค้า เพื่อช่วยเพิ่มความพึงพอใจให้กับลูกค้า เพราะปัจจุบันลูกค้าไม่ได้ติดต่อเข้ามาเพียงช่องทางเดียว แต่มาจากช่องทางทั้ง Online และ Offline ไม่ว่าจะเป็นทาง โทรศัพท์, อีเมล, ไลน์แชท, โซเชียลมีเดีย และอื่นๆ ซึ่งการบริหารลูกค้าจากทุกช่องทางจะแยกกันออกไป ซึ่งซอฟต์แวร์ Zendesk จะทำให้ทางร้านจัดการกับปัญหาเหล่านี้ได้ ซึ่ง Zendesk จะช่วยรวบรวมข้อมูลและเชื่อมโยงลูกค้าจากทุกช่องทางที่ติดต่อเข้ามาไว้ให้อยู่ภายใต้ระบบเดียวกัน ทำให้ทางร้านค้าสามารถดูแลและติดตามลูกค้าได้ง่ายในหน้าแพลตฟอร์มเดียว ซึ่งถือเป็นการ Support ลูกค้าแบบ Omni-Channel อย่างแท้จริง

## บรรณานุกรม

- กิตติพงศ์ คงธนาทรัพย์ และอิสราภรณ์ ลาตละคร. (2560). ความสัมพันธ์ระหว่าง Omni channel marketing กับพฤติกรรมผู้บริโภคธุรกิจค้าปลีก. *วารสารวิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย*, 7(2), 1-6.
- คุณัญญา พันธุ์สำโรง และภควีตร สิริวรามาศ. (2556). *ระบบขายผ่านคอมพิวเตอร์ แก้อี้ออนไลน์ กรณีศึกษา 2 Friendship*. (ภาคนิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยสยาม).
- จุฑารัตน์ เกียรติศรีศรี. (2558). *ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชันออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล*. (การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์)
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์. (2560). *Statistic Transactions*. สืบค้นจาก <https://www.etda.or.th/content/thailand-internet-user-profile-2017-and-value-of-e-commerce-survey-in-thailand-2017l-press-conference.html>
- สุพรรณษา แก้วแปง. (2555). *การพัฒนาสารสนเทศเพื่อจัดการการขาย และสินค้าคงคลังร้านขายย้อป*. (การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).
- อัศน์อุไร เตชะสวัสดิ์. (2560). การค้าปลีกช่องทางไร้รอยต่อสำหรับผู้บริโภคในยุคการตลาด 4.0. *วารสารวิชาการและวิจัย มทร.พระนคร สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 2(2), 82-95.
- Brickey, C. (n.d.). Achieving Omni-channel nirvana. Access.2015. Retrieved from <http://www.wilsonperumal.com/blog/blog/achieving-omni-channel-nirvana>