



แอปพลิเคชันการตลาดออนไลน์บนระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ กรณีศึกษา บริษัท สวรา อินทิเกรชั่น จำกัด

Digital Marketing Application on Android Operating System Case Study: Sawara Integration co., ltd.

หทัยรัตน์ เกตุมนัชัยรัตน์* สุจินันท์ แดดภู ข่อทิพย์ ส่งแสง และ ปิยฉัตร จันทิวา

Hathairat Ketmaneechairat*, Sujinun Dadpoo, Chowtip Songsang and Piyachat Jantiva

ภาควิชาการจัดการเทคโนโลยีการผลิตและสารสนเทศ วิทยาลัยเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ กรุงเทพมหานคร 10800

Department of Information and Production Technology Management, College of Industrial Technology, King Mongkut's University of Technology North Bangkok, Bangkok 10800, THAILAND

Department of Agricultural Engineering, Faculty of Engineering, Khon Kaen University, Khon Kaen 40002, THAILAND

*Corresponding Author E-mail: hathairat.k@cit.kmutnb.ac.th

ARTICLE INFO	ABSTRACT
Article history:	The digital marketing application on android operating
Received 6 September 2019	system case study of Sawara Integration co., ltd. is proposed to
Accepted 29 December 2019	develop an online marketing application on android for Sawara
Online 29 December 2019	Integration co., ltd and to evaluate user's satisfaction. Android Studio,
DOI: 10.14456/rj-rmutt.2019.11	Visual Studio, phpMyAdmin, Java programming language and Adobe
Keywords: application,	Photoshop CS6 were used as tools in this research. The result of
android operating system,	testing run reveals that digital marketing application on android
digital marketing,	operating system case study of Sawara Integration co., ltd. was
user's satisfaction	consisted of eight mainly parts. The level of user satisfaction was
	split into three attributes; usability, correctly operation, and ease of
	use. The result indicated that user's satisfaction toward all attributes

were at “Good” level; usability \bar{X} = 4.16, S.D. = 0.57), correctly operation (\bar{X} = 4.24, S.D. = 0.59) and ease of use (\bar{X} = 4.33, S.D. = 0.65). User’s satisfaction toward overall performance of digital marketing application on android operating system case study Sawara Integration co., ltd. was at “Good” level (\bar{X} = 4.24, S.D. = 0.60).

บทคัดย่อ

แอปพลิเคชันการตลาดออนไลน์บนระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ กรณีศึกษา บริษัท สวรา อินทิเกรชั่น จำกัด จัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาแอปพลิเคชัน และเพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้ต่อแอปพลิเคชันการตลาดออนไลน์บนระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ กรณีศึกษา บริษัท สวรา อินทิเกรชั่น จำกัด การพัฒนาแอปพลิเคชันการตลาดออนไลน์บนระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ กรณีศึกษา บริษัท สวรา อินทิเกรชั่น จำกัด มีเครื่องมือที่ช่วยในการพัฒนา ได้แก่ โปรแกรม Android Studio โปรแกรม Visual Studio โปรแกรมพีเอชพีไมแอตมิน (phpMyAdmin) โปรแกรมภาษาจาวา (Java) และโปรแกรม Adobe Photoshop CS6 ผลการทดสอบการดำเนินงานของระบบ พบว่าแอปพลิเคชันการตลาดออนไลน์บนระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ กรณีศึกษา บริษัท สวรา อินทิเกรชั่น จำกัด ประกอบด้วยเนื้อหา จำนวน 8 หัวข้อหลัก และสามารถสรุปผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ต่อแอปพลิเคชันแบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านตรงตามความต้องการของผู้ใช้แอปพลิเคชัน ผู้ใช้มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับ “มาก” (\bar{X} = 4.16, S.D. = 0.57) ด้านการใช้งานได้ตามฟังก์ชันของแอปพลิเคชัน ผู้ใช้มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับ “มาก” (\bar{X} = 4.24, S.D. = 0.59) ด้านความง่ายต่อการใช้งานของแอปพลิเคชัน ผู้ใช้มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับ “มาก” (\bar{X} = 4.33, S.D. = 0.65) และสามารถสรุปผลภาพรวมของแอปพลิเคชัน ผู้ใช้มีความพึงพอใจอยู่ในระดับ “มาก” (\bar{X} = 4.24, S.D. = 0.60)

คำสำคัญ: แอปพลิเคชัน ระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ การตลาดออนไลน์ ความพึงพอใจของผู้ใช้

บทนำ

เนื่องจากปัจจุบันธุรกิจการขายสินค้าออนไลน์มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น ได้แก่ แอปพลิเคชันแอปเครื่องสำอาง Konvy แอปพลิเคชัน Lazada และแอปพลิเคชันขายเสื้อผ้า Zara การเพิ่มศักยภาพของร้านค้าจึงมีความจำเป็นมากเพื่อให้สามารถแข่งขันกับร้านค้าอื่นได้ โดยจะเน้นในเรื่องความสวยงามของสินค้า การบริการ ความรวดเร็วในการจัดส่ง และความสะดวกสบายของผู้ใช้งานในการใช้บริการก็เป็นอีกปัจจัยที่จะทำให้ร้านค้าสามารถดึงดูดลูกค้าให้มาใช้บริการได้มาก ปัจจุบันเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเข้ามามีบทบาทสำคัญมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการติดต่อสื่อสาร และรวมถึงการค้นหาข้อมูล และการนำเทคโนโลยีเข้ามามีใช้ในการทำงาน และจัดการธุรกิจของผู้ประกอบการขายสินค้าออนไลน์ หรือโมบายแอปพลิเคชัน (Mobile Application) เป็นการพัฒนาโปรแกรมประยุกต์ (1) กรณีศึกษาอุปกรณ์เคลื่อนที่ เช่น โทรศัพท์มือถือ แท็บเล็ต โดยโปรแกรมจะช่วยตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค อีกทั้งยังสนับสนุนให้ผู้ใช้โทรศัพท์ทำงานได้ง่ายยิ่งขึ้น นอกจากนั้นยังเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่ผู้ประกอบการจะเข้าถึงผู้บริโภคได้ง่าย ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางโมบายแอปพลิเคชัน (Mobile Application) ปัจจุบันจึงมีผู้ประกอบการนำ

กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ มาผนวกรวมกับกระแสนิยมของสังคมออนไลน์ เพื่อสร้างกลุ่มของลูกค้าให้มากขึ้น จึงเกิดการเสนอขายสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชัน ซึ่งเป็นวิธีที่ง่ายและเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้โดยตรง (2) เนื่องจากการลดความเสี่ยงจากการไม่สามารถเห็นสินค้าจริงได้ก่อนการตัดสินใจซื้อ โดยผู้ประกอบการสามารถใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ในการสร้างความน่าเชื่อถือให้กับผลิตภัณฑ์ที่ขายด้วยการอาศัยการตลาดแบบบอกต่อรวมทั้งการเปิดให้ผู้ซื้อและผู้ขายผลิตภัณฑ์มีโอกาสได้แสดงความคิดเห็นและให้ข้อมูลของผลิตภัณฑ์ได้ (3)

บริษัท สวรา อินทิเกรชั่น จำกัด มีการดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการขายเสื้อผ้า ประกอบไปด้วยเสื้อผ้าบุรุษ เสื้อผ้าสตรี และเสื้อผ้าเด็ก ที่ตั้งของบริษัทอยู่ที่โครงการชวนชื่นการ์เด้น 55/1 ม.7 แขวงฉิมพลี เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร 10170 มีการจัดจำหน่ายสินค้าผ่านทางบูธตามศูนย์การค้า ขายผ่านทาง Facebook และเว็บไซต์ ไม่มีการจัดเก็บข้อมูล และการจัดการสต็อกสินค้าที่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร บริษัทจึงมีความต้องการที่จะเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย การโฆษณาประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริมการจัดจำหน่ายให้ทั่วถึงมากยิ่งขึ้น (4)

คณะผู้จัดทำจึงมีแนวคิดที่จะพัฒนาแอปพลิเคชันการตลาดออนไลน์บนระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ กรณีศึกษา บริษัท สวรา อินทิเกรชั่น จำกัด โดยระบบสามารถอำนวยความสะดวกในการสั่งซื้อสินค้าให้แก่ลูกค้า และเพิ่มปริมาณลูกค้า ซึ่งโมบายแอปพลิเคชันที่พัฒนาขึ้นสามารถเพิ่ม ลบ แก้ไข และค้นหาข้อมูลสินค้าภายในบริษัท มีระบบการจองสินค้า การแจ้งชำระเงิน การตรวจสอบเลขพัสดุ การแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้า การจัดอันดับสินค้าขายดี และการเลือกหมวดหมู่สินค้า เพื่อเพิ่มความสะดวกในการใช้งานมากยิ่งขึ้น ส่วนผู้ดูแลระบบสามารถ

ตรวจสอบรายการสั่งซื้อสินค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง โดยทางบริษัท สวรา อินทิเกรชั่น จำกัด ไม่จำเป็นต้องมีหน้าร้านในการจัดจำหน่ายสินค้าก็สามารถขายสินค้าได้ ซึ่งเป็นการเพิ่มช่องทางในการจัดจำหน่ายให้กับบริษัท สวรา อินทิเกรชั่น จำกัด ได้อีกช่องทางหนึ่ง (5, 6)

การทำตลาดออนไลน์เป็นช่องทางที่สามารถสร้างโอกาสให้กับธุรกิจได้อย่างมากมาย หลักสำคัญคือการเลือกใช้ช่องทางออนไลน์ที่เหมาะสมกับธุรกิจ (7) โดยช่องทางการทำตลาดออนไลน์ที่กำลังเป็นที่นิยมในปัจจุบันมีดังต่อไปนี้

1. เว็บไซต์ (Website) เครื่องมือเบื้องต้นสำหรับผู้ประกอบการที่ต้องการทำ Digital Marketing เพราะการมีเว็บไซต์ก็เปรียบเสมือนมีหน้าร้านค้าที่จะได้แนะนำสินค้า และทำการซื้อขายผ่านหน้าเว็บไซต์ได้เลยเป็นจุดศูนย์กลางของสื่ออื่น ๆ

2. โมบายแอปพลิเคชัน (Mobile Application) เป็นอีกหนึ่งเทคโนโลยีที่มีการพัฒนามาพร้อม ๆ กับการใช้อินเทอร์เน็ตบนโทรศัพท์มือถือ เป็นโปรแกรมที่ถูกออกแบบให้สามารถใช้งานบนสมาร์ตโฟนหรือแท็บเล็ตได้อย่างรวดเร็ว สะดวก และเรียบง่ายกว่าการเข้าผ่านเบราว์เซอร์ จึงทำให้มีผู้ประกอบการธุรกิจต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นขนาดใหญ่หรือขนาดเล็ก ได้ให้ความสนใจในการพัฒนา Mobile Application ของตน เพื่อให้เป็นอีกหนึ่งช่องทางการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ขายสินค้า รวมไปถึงการติดต่อกลุ่มลูกค้าของตน ด้วยต้นทุนที่น้อย เมื่อเทียบกับช่องทางอื่น อีกทั้งยังเพิ่มภาพลักษณ์ที่ดีให้กับร้านค้าอีกด้วย

สังคมออนไลน์ (Social Media) เป็นเครื่องมือที่ทรงพลังมากที่สุดในปัจจุบัน ซึ่งมีหลายแพลตฟอร์มที่เป็นที่นิยมอย่างแพร่หลาย ไม่ว่าจะเป็น Facebook (ได้รับความนิยมสูงสุดในประเทศไทย) Twitter Instagram หรือ Pinterest เป็นต้น โดยในแต่ละช่องทางก็จะมีวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันไป เนื่องจากโซเชียลมีเดียเป็นช่องทางหลักที่ผู้ชม กลุ่มเป้าหมาย และลูกค้า เข้าถึงเองอย่างเต็มที่

ดังนั้นจึงมีเครื่องมือในการบริหารจัดการช่องทางเหล่านี้เกิดขึ้นมากมายในตลาด ไม่ว่าจะเป็นการช่วยบริหารเนื้อหาให้เหมาะสมต่อกลุ่มเป้าหมาย เครื่องมือที่ช่วยในการวิเคราะห์ความเห็นและประเภทของกลุ่มลูกค้า เครื่องมือในการช่วยสร้างแคมเปญ (Campaign) ทางการตลาด เครื่องมือที่ทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการติดต่อระบบการลงโฆษณากับโซเชียลมีเดียแพลตฟอร์มนั้น ๆ เพื่อวัตถุประสงค์ในการ Retargeting นั้นเอง (8)

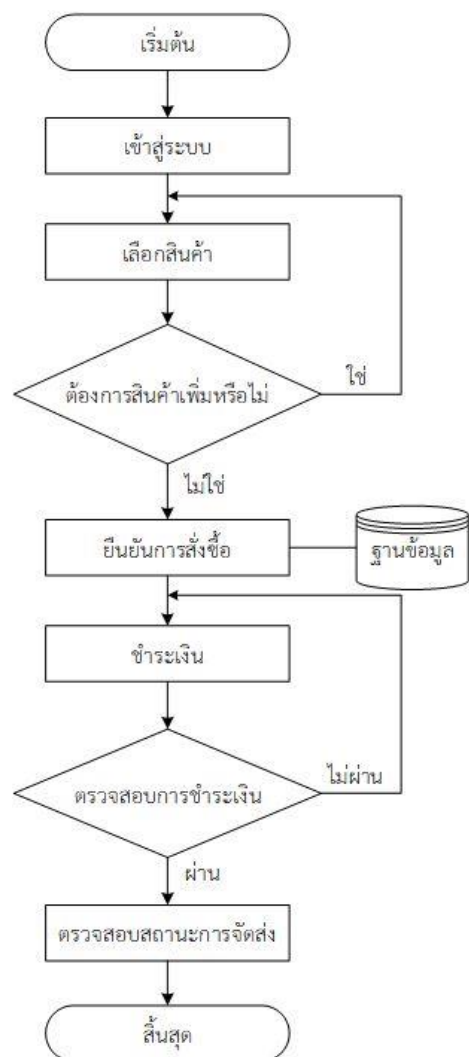
งานวิจัยของณัฐกานต์ กองแก้ว (9) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมการซื้อขายสินค้าและบริการของผู้ใช้ Application Shopee ในประเทศไทย ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและการสื่อสารทางการตลาดแบบครบวงจรที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการผ่าน Application Shopee ของลูกค้าในประเทศไทย เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามในระบบออนไลน์ โดยผู้ที่ตอบแบบสอบถาม คือ ผู้ใช้ Application Shopee ในประเทศไทยจำนวน 400 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ โดยใช้การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการของผู้ใช้ Application Shopee ในประเทศไทย และการสื่อสารทางการตลาดแบบครบวงจรที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการของผู้ใช้ Application Shopee ในประเทศไทย

วิธีดำเนินการวิจัย

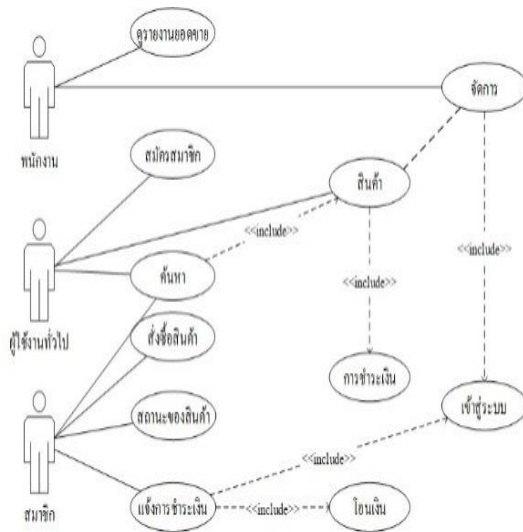
การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อพัฒนาแอปพลิเคชันการตลาดออนไลน์บนระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ กรณีศึกษา บริษัท สวรา อินทิเกรชั่น จำกัด โดยมีรายละเอียดในการดำเนินงานวิจัย ดังต่อไปนี้

การศึกษาและวิเคราะห์ระบบงาน

การศึกษาและวิเคราะห์ระบบงานในขั้นตอนแรกจะทำการเก็บข้อมูลของระบบทั้งหมดไว้ในฐานข้อมูล โดยระบบจะมีคุณสมบัติในการเพิ่ม แก้ไข ลบ และค้นหาข้อมูลสินค้าข้อมูลลูกค้า ลูกค้าที่เป็นสมาชิกสามารถค้นหาสินค้าโดยการเลือกหมวดหมู่ ชื่อรุ่น และขนาดสินค้า มีการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้า การแจ้งเตือนการชำระเงิน การตรวจสอบสถานะ และระบบสามารถตรวจสอบรายการสั่งซื้อได้ทุกที่ทุกเวลาการทำงานของระบบแสดงดังรูปที่ 1 และ 2



รูปที่ 1 Flow Chart ของระบบการสั่งซื้อสินค้า



รูปที่ 2 Use Case Diagram ของแอปพลิเคชัน

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ แอปพลิเคชันการตลาดออนไลน์บนระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ กรณีศึกษา บริษัท สวรา อินทิเกรชั่น จำกัด และตัวแปรตาม ได้แก่ แบบประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานต่อแอปพลิเคชันการตลาดออนไลน์บนระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ กรณีศึกษา บริษัท สวรา อินทิเกรชั่น จำกัด

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการทำแบบประเมินความพึงพอใจของแอปพลิเคชันการตลาดออนไลน์บนระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ กรณีศึกษา บริษัท สวรา อินทิเกรชั่น จำกัด ได้แก่ พนักงาน ลูกค้าที่มาซื้อสินค้าและบุคคลทั่วไป จำนวน 30 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานต่อแอปพลิเคชันการตลาดออนไลน์บนระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ กรณีศึกษา บริษัท สวรา อินทิเกรชั่น จำกัด แบ่งออกเป็น 3 ตอนดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้ใช้

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นเพิ่มเติม
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ในการพัฒนาแอปพลิเคชัน
2. ทำการวิเคราะห์ข้อมูลบริษัท สวรา อินทิเกรชั่น และออกแบบฐานข้อมูลของแอปพลิเคชัน
3. ทำการสร้างแอปพลิเคชันด้วยโปรแกรม Android Studio (10) โปรแกรม Visual Studio โปรแกรม ฟีเอชพีมายแอดมิน (phpMyAdmin) (11) โปรแกรมภาษา จาว่า (Java) (12-15) และโปรแกรม Adobe Photoshop CS6 (16, 17)

4. วิเคราะห์และออกแบบแบบประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ต่อแอปพลิเคชันการตลาดออนไลน์บนระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ กรณีศึกษา บริษัท สวรา อินทิเกรชั่น จำกัด ซึ่งเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ

5. สร้างแบบประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ต่อแอปพลิเคชันการตลาดออนไลน์บนระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ กรณีศึกษา บริษัท สวรา อินทิเกรชั่น จำกัด

6. นำแอปพลิเคชันการตลาดออนไลน์บนระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ และแบบประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ต่อแอปพลิเคชัน กรณีศึกษา บริษัท สวรา อินทิเกรชั่น จำกัด ไปให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่านทำการประเมินความสอดคล้องของข้อคำถามตามวัต ธ ุ ประ สง ศ IOC (Index of Item-Objective Congruence)

7. นำแบบประเมินความพึงพอใจไปใช้กับกลุ่มตัวอย่าง

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

เมื่อทำการพัฒนาแอปพลิเคชันการตลาดออนไลน์บนระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ กรณีศึกษา บริษัท สวรา อินทิเกรชั่น จำกัด เรียบร้อยแล้ว ได้นำแอปพลิเคชันไปทดลองใช้กับผู้ใช้งาน คือ พนักงาน ลูกค้าและบุคคลทั่วไป จำนวน 30 คน หลังจากที่ได้กลุ่มตัวอย่างได้ทำการทดลองใช้แอปพลิเคชันการตลาดออนไลน์บนระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ กรณีศึกษา บริษัท สวรา อินทิเกรชั่น จำกัด เรียบร้อยแล้ว หลังจากนั้นให้ผู้ใช้งานทำการตอบแบบสอบถามเพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานต่อแอปพลิเคชัน เพื่อทำการเก็บรวบรวมข้อมูลความพึงพอใจของผู้ใช้ต่อแอปพลิเคชัน

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลแอปพลิเคชันการตลาดออนไลน์บนระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ กรณีศึกษา บริษัท สวรา อินทิเกรชั่น จำกัด จะทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยนำผลที่ได้เทียบกับเกณฑ์การประเมินดังนี้ (18)

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 – 5.00 หมายความว่าระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 – 4.49 หมายความว่าระดับมาก

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.50 – 3.49 หมายความว่าระดับปานกลาง

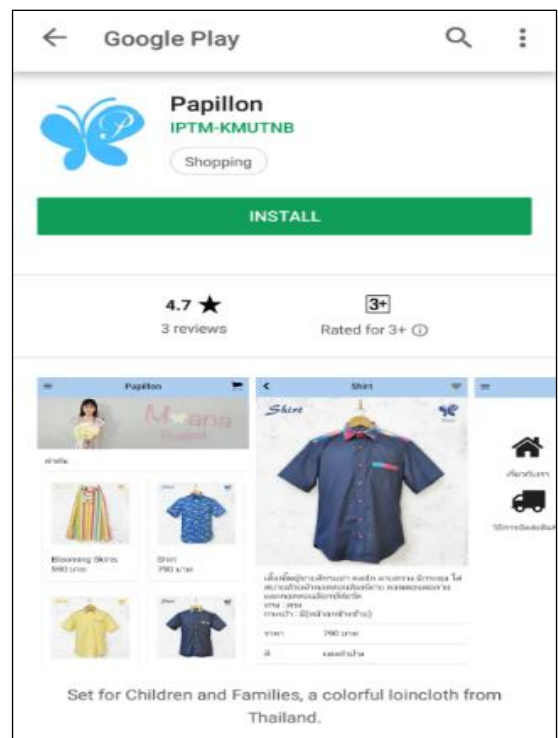
ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.50 – 2.49 หมายความว่าระดับน้อย

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.00 – 1.49 หมายความว่าระดับน้อยที่สุด

ผลการศึกษาและอภิปรายผล

ผลการพัฒนาแอปพลิเคชัน

ผลการพัฒนาแอปพลิเคชันการตลาดออนไลน์บนระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์กรณีศึกษา บริษัท สวรา อินทิเกรชั่น จำกัด พบว่า การทำงานของระบบแบ่งตามความสามารถของผู้ใช้ออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ ผู้ดูแลระบบหรือพนักงานสามารถ เพิ่ม ลบ แก้ไข ค้นหา และจัดการข้อมูลทั้งหมดได้ ผู้ใช้งานทั่วไปสามารถดู และค้นหาสินค้าได้ และผู้ใช้งานที่เป็นสมาชิก สามารถดู ค้นหา แสดงความคิดเห็นและสั่งซื้อสินค้าได้



รูปที่ 3 หน้าจอแสดงการติดตั้งระบบ

1. การติดตั้งแอปพลิเคชันการตลาดออนไลน์บนระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ กรณีศึกษา บริษัท สวรา อินทิเกรชั่น จำกัด สามารถทำการดาวน์โหลดได้จาก Play Store โดยทำการค้นหาคำว่า “Papilloniptm” จากนั้น ให้กด Search จะพบแอปพลิเคชันการตลาด

ออนไลน์บนระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ กรณีศึกษา บริษัท สวรา อินทิเกรชั่น จำกัด จากนั้นให้ทำการติดตั้งโดยคลิกที่ปุ่ม “Install” ดังรูปที่ 3

2. หน้าจอหลักของแอปพลิเคชัน เมื่อผู้ใช้งานทำการเปิดแอปพลิเคชันการตลาดออนไลน์บนระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ กรณีศึกษา บริษัท สวรา อินทิเกรชั่น จำกัด จะปรากฏ 3 เมนู ได้แก่ เมนูหลัก เมนูรถเข็น และเมนูค้นหา ดังรูปที่ 4



รูปที่ 4 แสดงหน้าจอหลักของแอปพลิเคชัน

3. เมนูหลัก เมื่อผู้ใช้งานที่เป็นสมาชิกคลิกที่สัญลักษณ์แถบด้านบนซ้ายมือ จะปรากฏเมนูย่อย 8 เมนู ดังรูปที่ 5

4. เมนูรถเข็น เมื่อผู้คลิกสินค้าเพิ่มลงในรถเข็นจะปรากฏในหน้ารถเข็น ภายในจะแสดงรายละเอียดสินค้า ราคาสินค้า จำนวนสินค้า สามารถเพิ่มหรือลดได้ตามจำนวนที่ต้องการและสามารถคลิกที่ปุ่มลบ

หากไม่ต้องการสินค้า เมนูรถเข็นสามารถใช้ได้เฉพาะลูกค้าที่เป็นสมาชิกเท่านั้น ดังรูปที่ 6



รูปที่ 5 หน้าจอเมนูหลัก



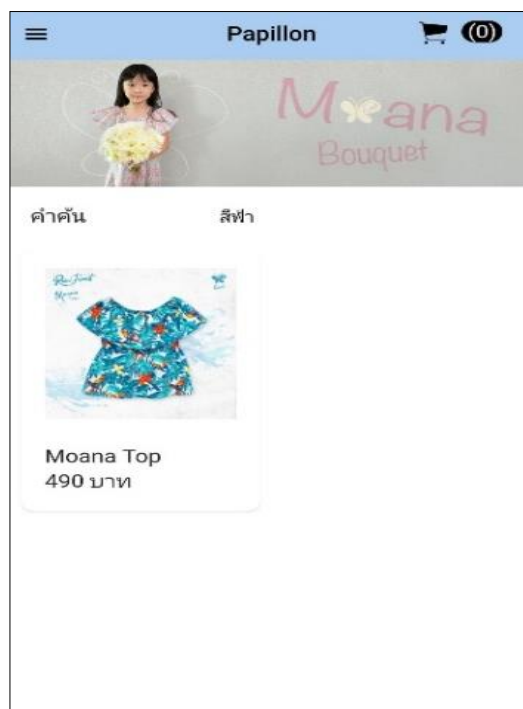
รูปที่ 6 แสดงเมนูรถเข็น

5. เมนูค้นหา ผู้ใช้งานสามารถค้นหาสินค้าได้โดยพิมพ์ข้อความที่ต้องการจะค้นหาลงในช่องค้นหา

เมนูค้นหาจะสามารถใช้งานได้ทั้งลูกค้าที่ไม่เป็นสมาชิก และลูกค้าที่เป็นสมาชิก ดังรูปที่ 7

ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้

ผู้วิจัยดำเนินการทดลองใช้แอปพลิเคชัน การตลาดออนไลน์บนระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ กรณีศึกษา บริษัท สวรรา อินทิเกรชั่น จำกัด ที่พัฒนาขึ้น กับพนักงาน ลูกค้าที่มาซื้อสินค้า และบุคคลทั่วไป จำนวน 30 คน โดยให้กลุ่มตัวอย่างได้ทดลองใช้งานแอปพลิเคชัน และทำการตอบแบบสอบถามการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ที่มีต่อแอปพลิเคชันตามมาตรฐาน 5 ระดับ ตาม Likert Scale จากนั้นนำผลการประเมินมาวิเคราะห์ ด้วยค่าสถิติพื้นฐานเทียบกับเกณฑ์และสรุปผล แสดงดัง ตารางที่ 1



รูปที่ 7 แสดงเมนูค้นหา

ตารางที่ 1 ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ ด้านตรงตามความต้องการของผู้ใช้แอปพลิเคชัน

ลำดับ	รายการประเมิน	ระดับความพึงพอใจ		
		\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. ด้านตรงตามความต้องการของผู้ใช้แอปพลิเคชัน				
1.1	ความสามารถของระบบด้านการจัดการในส่วนของคุณสมบัติ	4.20	0.55	มาก
1.2	ความสามารถของระบบด้านการจัดการในส่วนของการค้นหาข้อมูล	3.93	0.63	มาก
1.3	ความสามารถของระบบด้านการจัดการในส่วนของการแบ่งหมวดหมู่สินค้า	4.13	0.62	มาก
1.4	ความสามารถของระบบด้านการจัดการในส่วนของการเชื่อมต่อหน้าต่าง ๆ ของระบบ	4.23	0.50	มาก
1.5	ความสามารถของระบบด้านการจัดการในส่วนของระยะเวลาในการประมวลผล	4.16	0.64	มาก
1.6	ความสามารถของระบบด้านการจัดการในส่วนของระยะเวลาในการแสดงผลลัพธ์	4.16	0.53	มาก
1.7	ความสามารถของระบบด้านการจัดการในส่วนของการเพิ่มสินค้า	4.30	0.53	มาก
สรุปรายการประเมิน		4.16	0.57	มาก

ตารางที่ 2 ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ด้านการทำงานได้ตามฟังก์ชันงานของแอปพลิเคชัน

ลำดับ	รายการประเมิน	ระดับความพึงพอใจ		
		\bar{X}	S.D.	แปลผล
2. ด้านการทำงานได้ตามฟังก์ชันงานของแอปพลิเคชัน				
2.1	ความถูกต้องในการจัดเก็บข้อมูล	4.30	0.53	มาก
2.2	ความถูกต้องในการแสดงข้อมูลที่ต้องการ	3.93	0.73	มาก
2.3	ความถูกต้องในการค้นหาข้อมูล	4.20	0.66	มาก
2.4	ความถูกต้องของผลลัพธ์ที่ได้จากการประมวลผล	4.43	0.50	มาก
2.5	ความน่าเชื่อถือได้ของระบบ	4.33	0.54	มาก
	สรุปรายการประเมิน	4.24	0.59	มาก

ตารางที่ 3 ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ ด้านความง่ายต่อการใช้งานของแอปพลิเคชัน

ลำดับ	รายการประเมิน	ระดับความพึงพอใจ		
		\bar{X}	S.D.	แปลผล
3. ด้านความง่ายต่อการใช้งานของแอปพลิเคชัน				
3.1	ความง่ายต่อการใช้งานของระบบ	4.53	0.57	มากที่สุด
3.2	ความเหมาะสมในการเลือกใช้นาฬิกาของตัวอักษรบนจอแสดงผล	4.46	0.68	มากที่สุด
3.3	ความเหมาะสมในการเลือกใช้นิตของตัวอักษรบนจอแสดงผล	4.33	0.75	มากที่สุด
3.4	ความเหมาะสมในการเลือกใช้สีของตัวอักษร และรูปภาพบนจอแสดงผล	4.10	0.80	มาก
3.5	ความเหมาะสมในการเลือกใช้ข้อความอธิบายเพื่อสื่อความหมาย	4.13	0.62	มาก
3.6	ความเหมาะสมในการเลือกใช้สัญลักษณ์ หรือรูปภาพในการสื่อความหมาย	4.36	0.49	มาก
3.7	ความเหมาะสมในการวางตำแหน่งของส่วนประกอบบนหน้าจอแสดงผล	4.46	0.62	มากที่สุด
3.8	คำศัพท์ที่ใช้มีความคุ้นเคยและเข้าใจความหมายได้ง่าย	4.26	0.63	มาก
สรุปรายการประเมิน		4.33	0.65	มาก

สรุปผล

แอปพลิเคชันการตลาดออนไลน์บนระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ กรณีศึกษา บริษัท สวรา อินทิเกรชั่น จำกัด มีความสามารถเพื่ออำนวยความสะดวกในการสั่งซื้อสินค้าให้แก่ลูกค้า และเพิ่มปริมาณลูกค้า โดยโมบายแอปพลิเคชันที่พัฒนาขึ้น สามารถเพิ่ม ลบ แก้ไข และค้นหาข้อมูลสินค้าภายในบริษัทได้ มีระบบการจองสินค้า การแจ้งชำระเงิน การตรวจสอบเลขพัสดุ การแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้า และการเลือกหมวดหมู่สินค้า เพื่อเพิ่มความสะดวกในการใช้งานมากยิ่งขึ้น จากการพัฒนาแอปพลิเคชันการตลาดออนไลน์บนระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ ทำให้มีลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้นจากลูกค้าเก่า คิดเป็น 30 % และบริษัทมีผลกำไรเพิ่มขึ้นด้วยและสามารถสรุปผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานต่อแอปพลิเคชัน โดยแบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านตรงตามความต้องการของผู้ใช้แอปพลิเคชัน ผู้ใช้งานมีความพึงพอใจอยู่ในระดับ “มาก” ($\bar{X} = 4.16$, S.D. = 0.57) ด้านการใช้งานได้ตามฟังก์ชันของแอปพลิเคชัน ผู้ใช้งานมีความพึงพอใจอยู่ในระดับ “มาก” ($\bar{X} = 4.24$, S.D. = 0.59) ด้านความง่ายต่อการใช้งานของแอปพลิเคชัน ผู้ใช้งานมีความพึงพอใจอยู่ในระดับ “มาก” ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = 0.65) และสามารถสรุปความพึงพอใจของผู้ใช้แอปพลิเคชันทั้งหมดอยู่ในระดับ “มาก” ($\bar{X} = 4.24$, S.D. = 0.60)

กิตติกรรมประกาศ

ในการจัดทำงานวิจัยครั้งนี้สามารถบรรลุผลสำเร็จได้โดยได้รับความอนุเคราะห์จากผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.หทัยรัตน์ เกตุมนิชัยรัตน์ อาจารย์ที่ปรึกษาหลักงานวิจัยและอาจารย์ดร.ปิยฉัตร จันทิวา อาจารย์ที่ปรึกษาร่วมงานวิจัยที่ได้ให้คำแนะนำ และให้คำปรึกษาตลอดจนให้ความช่วยเหลือแก้ไขข้อบกพร่องเพื่อให้งานวิจัยฉบับนี้มีความสมบูรณ์

เอกสารอ้างอิง

1. กันตพัฒน์ แสงจันทร์, กันต์ ชุนพรหม. แอปพลิเคชันการตลาดบนโลกออนไลน์สำหรับผู้ประกอบการบนระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ [ปริญญา นิพนธ์วิทยาศาสตร์บัณฑิต]. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ; 2559.
2. กันยารัตน์ จ้อยมูล, ชญาดา ทองเพ็ญ. แอปพลิเคชันสำหรับการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ [ปริญญา นิพนธ์วิทยาศาสตร์บัณฑิต]. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต; 2557.
3. กิตติ ภัคดิวิฒนะกุล. Java เล่ม 1. กรุงเทพฯ: เคทีพี คอมพ์แอนด์ คอนซัลท์; 2551.
4. ณัฐกานต์ กองแก้ว. พฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการของผู้ใช้ Application Shopee ในประเทศไทย [ปริญญา นิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต]. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศิลปากร; 2559.
5. ณัฐพล ไยไพโรจน์. Digital Marketing: Concept & Case Study 4.0 Edition. นนทบุรี: โอดีซี; 2560.
6. จตุรพัชร พัฒนทรงศิริไธ. พัฒนาเว็บแอปพลิเคชันด้วย JavaScript. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น; 2559.
7. จักรชัย โสอินทร, พงษ์ศธร จันทรียอย, ณัฐนิชา วีระมงคล. Android App Development ฉบับสมบูรณ์. นนทบุรี: โอดีซี; 2555.
8. ชาญชัย ศุภอรรรถกร. สร้างเว็บแอปพลิเคชัน PHP MySQL-AJAX jQuery ฉบับสมบูรณ์. กรุงเทพฯ: รีไคว; 2560.
9. ชัยสิทธิ์ เจริญวงศ์วิวัฒน์. กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดดิจิทัล กรณีศึกษา บริษัท สมามัคโคร จำกัด

(มหาชน) [ปริญญาานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต]. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ; 2560

10. ณัฐนันท์ มิยะพันธุ์. ทศนคติและพฤติกรรม การเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นบนเว็บไซต์เฟซบุ๊กของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร [การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต]. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่; 2557.

11. ทศยาภรณ์ เกื้อนุ่น, พรพรรณ แพฝักฝน. คู่มือ Adobe Photoshop CS6. กรุงเทพฯ: โปรวิชั่น; 2555.

12. ฉันทพัฒน์ วงศ์รัตน์. คู่มือใช้งาน Photoshop CS6. กรุงเทพฯ: สวิสดี ไอที; 2556.

13. ชีรวัฒน์ ประกอบผล. เขียนโปรแกรมเชิงวัตถุ ภาษา Java ฉบับสมบูรณ์ พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: รีโวว่า; 2558.

14. พร้อมเลิศ หล่อวิจิตร. คู่มือเขียน แอป Android ด้วย Android Studio. กรุงเทพฯ: โปรวิชั่น; 2558.

15. ศรินภา บุญฟู, ปัทมา เมืองชัย. ระบบร้านขายสมุนไพรออนไลน์ กรณีศึกษาร้านเจียบสมุนไพร [ปริญญา นิพนธ์วิทยาศาสตรบัณฑิต]. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา; 2556.

16. ล้วน สายยศ, อังคณา สายยศ. เทคนิคการวิจัยทางการศึกษา. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น. 2543.

17. อรพิน ประวัติบริสุทธิ์. คู่มือเขียนโปรแกรมด้วย ภาษา Java ฉบับสมบูรณ์. กรุงเทพฯ: โปรวิชั่น; 2556.

18. อติเรก แซ่จั่น. ระบบร้านค้าขายรองเท้าออนไลน์ [ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต]. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี; 2556.