การพัฒนานวัตกรรมช่วยส่งเสริมการขายร้านคาเฟ่ขนาดเล็กเพื่อเป็นต้นแบบในจังหวัดชายแดนภาคใต้

แวซำซูดิน แวดอกอ[1*] อมรเทพ มณีเนียม[2] สุทัศน์ รุ่งระวิวรรณ[3] และ นิมารูนี หะยีวาเงาะ[4]

[1]สาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา
[*]waesomesudin.w@yru.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาเครื่องมือที่สามารถช่วยส่งเสริมการทำการตลาดของร้านคาเฟ่และศึกษาพฤติกรรมความพึงพอใจของลูกค้า โดยการเลือกสถานที่ต้นแบบในการพัฒนาแอพพลิเคชั่นสะสมแต้มและข่าวสารโปรโมชั่นของร้านธุรกิจจำลอง Proud Coffee คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา ซึ่งจากกระบวนการวิธีวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูลความต้องการของผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งหมด การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้ การออกแบบและการพัฒนาระบบให้สำหรับลูกค้าใช้เป็นแบบแอพพลิเคชั่นบนโทรศัพท์มือถือและโปรแกรมขายหน้าร้านสำหรับพนักงาน ซึ่งลูกค้าสามารถเข้าถึงคะแนนและสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ได้อย่างสะดวก พร้อมกับสามารถรับรู้ข่าวสารทันสมัยอยู่ตลอดเวลา โดยทั้งสองส่วนถูกออกแบบให้ทำงานแบบผสมผสานกันผ่านตัวแทนจัดการแบบใช้ฐานข้อมูลร่วมกัน จากนั้นได้นำระบบทั้งหมดไปทดสอบใช้งานจริง ณ. สถานที่ดังกล่าว เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้า โดยใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย จำนวน 50 ชุด เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาเป็นแบบสอบถาม มีการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาจากผู้ทรงคุณวุฒิ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จากข้อมูลเบื้องต้นพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุในช่วง 20–30 ปี มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี โดยส่วนมากเป็นกลุ่มนักศึกษา ผลการศึกษาด้านประสิทธิผลของซอฟต์แวร์และด้านการออกแบบซอฟต์แวร์ที่ได้พบว่ามีความพอใจอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านผลจากการรับบริการของผู้ใช้พบว่าได้รับความสะดวกรวดเร็วในระดับมากที่สุด

คำสำคัญ: ร้านคาเฟ่ คะแนนสะสม แอพพลิเคชั่นแบบผสมผสาน

The development of innovation assist promotes the sale of the small cafe to prototype software in the southern border provinces

Waesomesudin Waedorkor[1,*], Amornthep Maniniam[2], Sutat Rungrawiwan[3] and Nimarunee Hayeewangah[4]
Business Computer Faculty of Management Science Yala Rajabhat University
*waesomesudin.w@yru.ac.th

Abstract

The purpose of the research is to develop tools that can help promote the marketing of cafes and study customer satisfaction behavior. By choosing a prototype for application development, accumulating points, and promotional news of Proud Coffee shop. the research methodology process data collection needs of all relevant parties and then analysis and system design to development for customers to use as a mobile application and storefront program for employees. for customers can easily access information and benefits such as promotion and updates news all times. To study customer behavior and satisfaction By using simple random sampling, 50 sets of tools used in the study as a questionnaire. The content is checked for accuracy by experts. The statistics used for data analysis are Descriptive statistics include percentage, mean, standard deviation. According to preliminary data, most respondents are female, aged between 20-30 years, have a bachelor's degree. Most of them are students. The results of the study of the effectiveness of the software and the software design found that there is a high level of satisfaction. and the results the service receive of users, it was found a very satisfying level.

Keywords: Café shop, Reward point, Hybrid application

1. บทนำ

ธุรกิจร้านคาเฟ่ในประเทศไทยเกือบทุกภูมิภาคมีอัตราการเติบโตและขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะบริเวณสถานที่แหล่งท่องเที่ยว ตลาด หรือชุมชนเมืองที่มีผู้คนรวมตัวอย่างกันอย่างหนาแน่นเช่น ห้างสรรพสินค้า โรงเรียนหรือมหาวิทยาลัย เป็นต้น จะพบเห็นร้านคาเฟ่ขนาดเล็กและขนาดใหญ่เกิดขึ้นอย่างมากมาย กระแสการดื่มชา กาแฟ กำลังได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายสามารถพบเห็นลูกค้าได้เกือบทุกวัยเช่น กลุ่มนักเรียนนักศึกษา หรือกลุ่มคนวัยทำงาน เป็นต้น จึงทำให้มีผู้สนใจเข้ามาลงทุนเป็นจำนวนมาก อีกทั้งจัดเป็นธุรกิจที่อยู่ในกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises : SMEs) ซึ่งอาจใช้จำนวนเงินลงทุนไม่มากนัก ดังนั้นจึงเป็นโอกาสให้ผู้ที่สนใจเข้ามาลงทุนในธุรกิจดังกล่าวนี้เป็นจำนวนมากและมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในอนาคตผู้ประกอบธุรกิจร้านคาเฟ่ที่มีอยู่เดิมจำเป็นต้องปรับตัวเป็นอย่างมาก เพื่อให้รองรับการแข่งขันที่กำลังจะเกิดขึ้นรวมถึงวิกฤตปัญหาอื่น ๆ อีกมากมาย ร้านคาเฟ่จำเป็นต้องหาวิธีการหรือออกแบบกลยุทย์ทางการตลาด (กนกวรรณ พิมพ์จันทร์ และ ชิณโสณ์ วิสิฐนิธิกิจา, 2561: 170) และบริการใหม่ ๆ เช่น การโฆษณาประชาสัมพันธ์ การให้ส่วนลดสำหรับลูกค้าที่เป็นสมาชิก การให้คะแนนสะสมแต้มเพื่อแลกของรางวัลต่าง ๆ

เป็นต้น อีกทั้งต้องให้ความสำคัญในการนำเทคโนโลยีมาใช้ประโยชน์ให้มากที่สุด เช่น การพัฒนานวัตกรรมใหม่ ๆ ผ่านโทรศัพท์มือถือ (ลลิตา ณ หนองคาย, 2560:10) และคอมพิวเตอร์เพื่อการจัดเก็บข้อมูลกิจกรรมต่าง ๆ ระหว่างลูกค้า ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการบริหารจัดการธุรกิจและมุ่งสู่การดูแลลูกค้าแบบทันสมัย ตัวอย่างงานวิจัย (นิมารูนี หะยีวาเงาะ, 2562: 186) การนำระบบบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า (Customer Relationship Management) โดยใช้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์มาช่วยประมวลผลเป็นต้น เพื่อจะให้รองรับการแข่งขันที่จะเกิดขึ้นในอนาคตได้

การแถมคูปองหรือการให้คะแนนสะสมแต้มเพื่อแลกสินค้าถือเป็นกลยุทธ์ส่งเสริมการขายในยุค Digital Marketing ที่สามารถดึงดูดลูกค้าได้เป็นอย่างดี โดยงานวิจัยของ (สุรเดช สุเมธาภิวัฒน์, 2562 : 172) ชี้ให้เห็นว่าการใช้คะแนนสะสมแต้มทำให้ลูกค้ารู้สึกประทับใจและเกิดประโยชน์กับธุรกิจมาก ดังนั้นที่ผ่านพบว่าผู้ประกอบการได้พยายามพัฒนารูปแบบการให้บริการจัดเก็บคะแนนสะสมมาโดยตลอด เช่น การใช้คูปองกระดาษสะสมแต้ม การสะสมแสตมป์ การทำบัตรสมาชิก หรือการใช้แอพลิเคชั่นบนโทรศัพท์แทนบัตรสมาชิกเสมือนจริงแบบออนไลน์ ซึ่งจะช่วยทำให้ลูกค้ามีความสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น การสะสมแต้มออนไลน์จึงเข้ามามีบทบาทสำคัญกับธุรกิจต่าง ๆ มากขึ้น อย่างไรก็ตามการพัฒนาแอพลิเคชั่นบนโทรศัพท์แทนบัตรสมาชิกเสมือนจริงนั้น สำหรับร้านคาเฟ่ขนาดเล็กนั้น อาจจะยังมีข้อจำกัดหลายประการ ขึ้นอยู่กับความพร้อมในการลงทุนด้านต่าง ๆ เช่น จำนวนลูกค้า ทำเลที่ตั้ง หรือลักษณะการทำงานภายในร้านคาเฟ่ รวมถึงงบประมาณที่จำเป็นต้องใช้ในการพัฒนาระบบฯ เป็นต้น ปัจจุบันสำหรับผู้ประกอบการขนาดเล็กสามารถเลือกใช้แอพพลิเคชั่นบัตรสะสมแต้มที่ให้บริการแบบไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย เช่น บัตรสะสมคะแนนในโปรแกรม LINE Platform เป็นบริการหน่วยย่อยเล็ก ๆ ซึ่งยังไม่ครอบคลุมระบบงานขายหน้าร้านแบบ (Point of Sale : POS) เพราะโปรแกรมดังกล่าวถูกออกแบบให้ใช้งานอย่างอื่นเป็นหลัก โดยแตกต่างจากระบบของร้านคาเฟ่ขนาดใหญ่ที่พบเห็นได้ทั่วไป ซึ่งการทำงานของระบบขายหน้าร้าน ระบบสะสมแต้มและระบบบริการอื่น ๆ จะเชื่อมโยงการทำงานร่วมกัน ขณะเดียวกันในปัจจุบันร้านคาเฟ่ขนาดเล็กทั่วไปจะมีระบบ POS ใช้งานกันเป็นส่วนใหญ่แล้ว โดยร้านคาเฟ่จะใช้ระบบ POS ทำรายการขายหน้าร้านเป็นหลัก เพราะในระบบ POS เดิมยังไม่มีบริการอื่น ๆ รองรับ เช่น บริการคะแนนสะสมแต้ม หรือบริการแลกส่วนลดเป็นต้น จึงทำให้ร้านคาเฟ่ไม่สามารถสร้างบริการส่งเสริมการขายในรูปแบบใหม่ ๆ ได้

ดังนั้นด้วยเหตุผลดังกล่าวจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้ประกอบการร้านคาเฟ่ขนาดเล็กจะต้องพัฒนาเครื่องมือเทคโนโลยีมาช่วยสนันสนุนและส่งเสริมการทำการตลาด อีกทั้งเพื่อเตรียมความพร้อมข้อมูลที่กำลังจะถูกจัดเก็บให้สามารถวางแผนการใช้ประโยชน์ในการทำ Digital Marketing (Saidali et al., 2019: 1017) ในอนาคต ซึ่งคาดการณ์ว่าจะสามารถรองรับการเชื่อมต่อกับบริการต่าง ๆ สู่ภายนอกที่มีข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) เพื่อจะได้นำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์ร่วมกันสำหรับวางแผนธุรกิจให้เกิดประโยชน์ต่อไป ดังนั้นในงานวิจัยนี้คณะฯผู้วิจัยจึงได้วิเคราะห์และออกแบบตามข้อมูลที่ได้จากความต้องการของร้านคาเฟ่กับลูกค้าทั้งหมด อีกทั้งได้นำเสนอการพัฒนาแอพลิเคชั่นสะสมแต้มให้เชื่อมโยงการทำงานร่วมกันระหว่างระบบทำรายการหน้าร้านฝั่งผู้ขายกับแอพพลิเคชั่นสะสมแต้มของลูกค้าฝั่งผู้ใช้ โดยทั้งสองเชื่อมโยงการทำงาน (Waesomesudin et al., 2018: 10) แบบผ่านโปรแกรมตัวแทน (Application Programming Interface gateway: APIg) ลูกค้าสามารถจะเรียกดูรายการข้อมูลต่าง ๆ ตามสิทธิ์ของตนเอง เช่น โปรโมชั่นล่าสุด ยอดคะแนนสะสม เป็นต้น ซึ่งระบบทั้งหมดที่ได้พัฒนาขึ้นนี้คาดว่าจะสามารถช่วยส่งเสริมและเพิ่มโอกาสให้กับร้านคาเฟ่ขนาดเล็กเพื่อจะเป็นเครื่องมือสำหรับการบริหารจัดการธุกิจให้สามารถแข่งขันในอนาคตได้ โดยคณะฯผู้วิจัยได้เรียบเรียงและนำเสนอรายละเอียดทั้งหมดดังต่อไปนี้ วัตถุประสงค์การวิจัย วิธีดำเนินการวิจัย การวิเคราะห์และออกแบบระบบ การพัฒนา และทดสอบระบบ การประเมินผลและวัดความพึงพอใจ ผลการวิจัยและสรุปผลทั้งหมดตามลำดับ

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

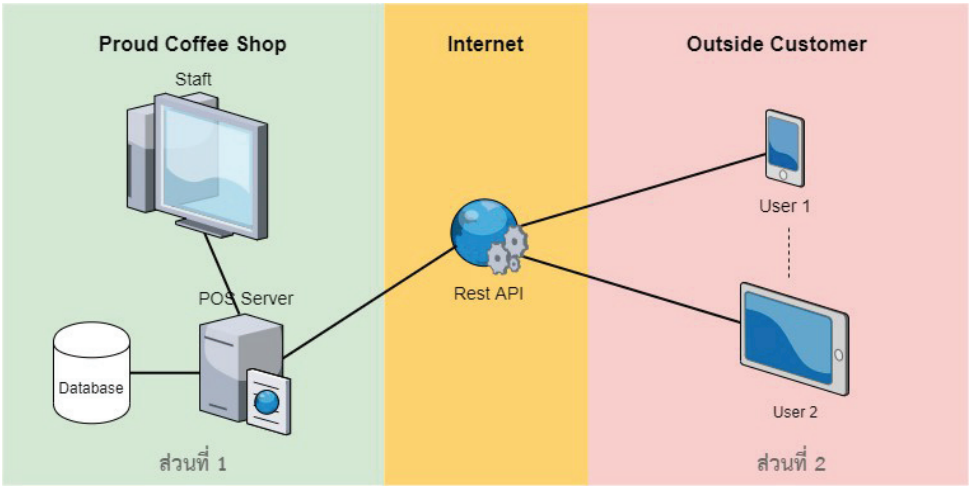
2.1 เพื่อศึกษาและพัฒนาต้นแบบแอพพลิเคชั่นสะสมแต้มการให้บริการของร้านธุรกิจจำลอง Proud Coffee

2.2 เพื่อศึกษาประสิทธิภาพของระบบที่พัฒนาขึ้นและความพึงพอใจการบริการของร้านธุรกิจจำลอง Proud Coffee

3. วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 การวิเคราะห์และออกแบบระบบ

คณะฯผู้วิจัยได้ลงพื้นที่ร้านธุรกิจจำลอง Proud Coffee เพื่อทำการศึกษากระบวนการดำเนินงานและขั้นตอนการให้บริการระหว่างผู้ขายกับลูกค้า ทำการเก็บข้อมูลสอบถามปัญหาและความต้องการ (System Requirements) จากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงในการใช้ระบบต่อไป เมื่อได้ข้อมูลครบถ้วนสมบูรณ์แล้ว คณะฯผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์และออกแบบระบบ (Analyze and Design System) ซึ่งสามารถอธิบายการทำงานของระบบทั้งหมดได้เป็นภาพที่ 1 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการทำงานของระบบผสมผสานการให้บริการงานขายและการสะสมแต้มแบบอัตโนมัติทั้งภายในและภายนอกของร้านธุรกิจจำลอง Proud Coffee

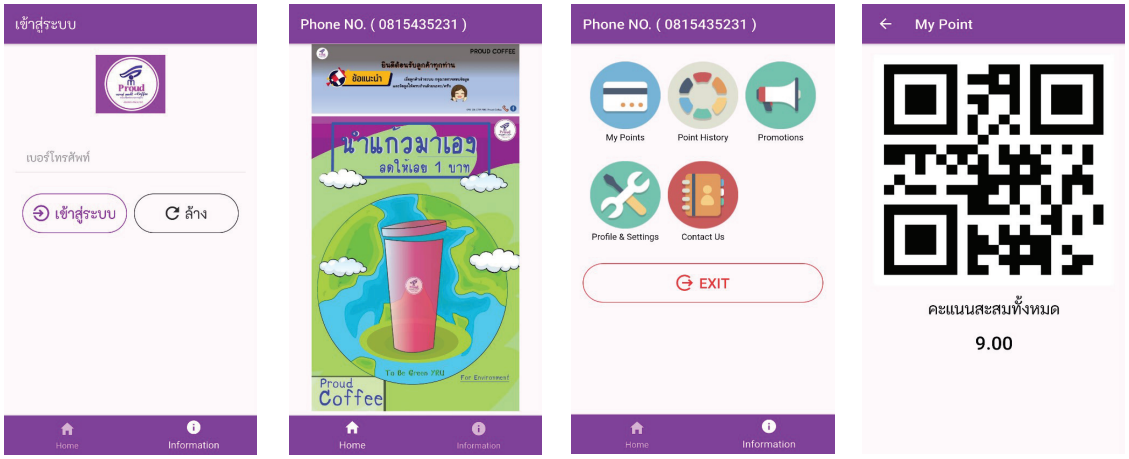


ภาพที่ 1 ระบบผสมผสานการให้บริการงานขายและการสะสมแต้มแบบอัตโนมัติของร้านธุรกิจจำลอง Proud Coffee

ซึ่งรายละเอียดการทำงานจะแยกออกเป็น 2 ส่วน แต่ระบบทั้งหมดจะยังคงใช้ฐานข้อมูล (Database) ร่วมกัน โดยการทำงานในส่วนที่ 1 : เป็นหน้าที่ของพนักงานขายภายในร้าน การใช้งานโปรแกรมเป็นแบบ POS พนักงานจะทำรายการขายตามลำดับขั้นตอนปกติ แต่จะมีการเพิ่มขั้นตอนก่อนจะทำการรับเงินจากลูกค้า พนักงานจะถามข้อมูลสมาชิกหรือหมายเลขเบอร์โทรศัพท์ของลูกค้า เพื่อทำการบันทึกทุกครั้ง สำหรับใช้อ้างอิงในการสะสมแต้ม ในทางกลับกันลูกค้าสามารถแจ้งความประสงค์เพื่อขอรับสิทธิ์กับผู้ขายในการแลกคะแนนสะสมเป็นส่วนลดก่อนการจ่ายเงินได้เช่นกัน ถัดมาส่วนที่ 2 : ถือเป็นส่วนของลูกค้าที่เป็นสมาชิกแล้ว จะสามารถเรียกดูคะแนนสะสมแต้มหรือบริการข้อมูลอื่น ๆ บนโทรศัพท์มือถือของตนเองผ่านเครือข่ายอินเตอร์เน็ต โดยแอพพลิเคชั่นที่ถูกติดตั้งบนโทรศัพท์มือถือของลูกค้านั้น ถูกออกแบบโดยใช้เทคโนโลยี ionic Framework ซึ่งการทำงานจะรองรับระบบโทรศัพท์ที่เป็นแบบ iOS และ Android ขั้นตอนการทำงานจะเริ่มทำการเชื่อมต่อเพื่อร้องขอ (Request) ข้อมูลที่ต้องการผ่านโปรแกรมตัวแทน APIs ซึ่งจะทำหน้าที่ตรวจสอบและประสานงานกับเครื่องแม่ข่าย (Server) และฐานข้อมูลตามสิทธิ์ที่ได้รับอนุญาตเท่านั้น จากนั้นจะนำข้อมูลดังกล่าวส่งกลับไปยังแอพพลิเคชั่นให้กับลูกค้าต่อไป

3.2 การพัฒนาและทดสอบระบบ

ในการพัฒนาระบบผสมผสานการให้บริการงานขายและการสะสมแต้มแบบอัตโนมัติของร้านธุรกิจจำลอง Proud Coffee นั้นทางคณะฯผู้วิจัยได้พัฒนาระบบฯตามที่ได้ออกแบบไว้ข้างตน โดยทำการแยกการดำเนินงานของกลุ่มผู้ใช้งานระบบออกเป็น 2 ด้านหลัก ๆ ซึ่งประกอบไปด้วยดังนี้ ด้านระบบงานขายแบบ POS Proud Coffee สำหรับพนักงานซึ่งการใช้งานเน้นเฉพาะพนักงานขายหน้าร้าน ในการทำรายการเพิ่ม ลบ แก้ไขรายการ ทำรายการขาย ทำรายการบันทึก แลกของรางวัล หรือคำนวณคะแนนสะสมรวมถึงแจ้งข้อมูลโปรโมชั่นต่าง ๆ แก่ลูกค้าเป็นต้น ส่วนด้านที่แอพพลิเคชั่นบนโทรศัพท์มือถือ ภาพที่ 2 การทำงานแอพพลิเคชั่นโทรศัพท์บนมือถือสำหรับลูกค้า (ก) เมื่อลูกค้าเริ่มใช้งานครั้งแรกต้องระบุหมายเลขโทรศัพท์เพื่อเข้าสู่ระบบ (ข) เมื่อเข้าสู่แอพพลิเคชั่นการทำงานหน้าแรก จะพบข้อมูลโปรโมชั่นต่าง ๆ แจ้งให้ทราบ (ค) จากนั้น เมื่อกดหน้าถัดไปจะพบเมนูการทำงานหลัก ซึ่งจะแสดงเมนูรวมทั้งหมดให้สามารถเชื่อมโยงไปสู่การทำงานหน้าต่าง ๆ ได้เช่น (ง) สามารถเลือกตรวจสอบคะแนนสะสมของปัจจุบัน หรือดูรายละเอียดประวัติคะแนนที่ได้รับหรือใช้ไปแล้ว เลือกดูโปรโมชั่นต่าง ๆ ที่สนใจ หรือจะทำการปรับปรุงข้อมูลของตนเอง กรณีหากมีการเปลี่ยนแปลงข้อมูลบางอย่างเกิดขึ้น



(ก) (ข) (ค) (ง)

ภาพที่ 2 หน้าจอการทำงานแอพพลิเคชั่นโทรศัพท์บนมือถือสำหรับลูกค้า

3.3 การประเมินผลและวัดความพึงพอใจ

ในการวิจัยครั้งนี้คณะฯผู้วิจัยใช้เครื่องมือการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม โดยทำการศึกษาในประเด็นพฤติกรรมความพึงพอใจในการใช้แอพพลิเคชั่นสะสมแต้มของร้าน Proud Coffee ซึ่งมีขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือแบบสอบถามดังนี้ 1) ประมวลตัวแปรจากงานวิจัยและสกัดปัจจัยจากการสอบถามผู้เชี่ยวชาญ เมื่อได้ผลแล้วจึงนำมาสร้างแบบสอบถาม 2) จัดทำแบบสอบถามในรูปแบบของแบบสอบถาม 3) รวบรวมข้อมูลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม พร้อมตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ที่ได้รับจากแบบสอบถาม ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ส่วนและมีรายละเอียดดังนี้ ส่วนที 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวความพึงพอใจ รูปแบบของแบบสอบถาม เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูล ความคิดเห็น ข้อเสนอแนะอื่น ๆ มีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด สำหรับข้อมูลที่ใช้ในการเก็บรวบรวมมีรายละเอียดเช่น ข้อมูลจุดเด่นของแอพพลิเคชั่นสะสมแต้ม สิ่งที่ผู้พัฒนาแอพพลิเคชั่นสะสมแต้มควรต้องปรับปรุงเป็นต้น

4. ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นนั้น พบว่าจำนวนของผู้ตอบแบบสอบถามที่เข้าร่วมทดลองใช้แอพพลิเคชั่นสะสมแต้มของร้านธุรกิจจำลอง Proud Coffee จำนวน 50 ราย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 34 ราย (คิดเป็นร้อยละ 68) และรองลงมาเป็นเพศชายจำนวน 16 ราย (คิดเป็นร้อยละ 32) และมีช่วงอายุส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 20 – 30 ปี จำนวน 29 ราย (คิดเป็นร้อยละ 58) และรองลงมาจะอยู่ในช่วงน้อยกว่า 20 ปี จำนวน 15 ราย (คิดเป็นร้อยละ 30) อยู่ในช่วง 31 – 40 ปี จำนวน 5 ราย (คิดเป็นรอยละ 10) และลำดับสุดท้ายคือมากกว่า 40 ปีขึ้นไป จำนวน 1 ราย (คิดเป็นร้อยละ 2) ส่วนผลการวิเคราะห์เรื่องรายได้ส่วนตัวต่อเดือนน้อยกว่า 5,000 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่แล้วมีจำนวน 36 ราย (คิดเป็นร้อยละ 72) รองลงมารายได้มากกว่า 20,000 บาท จำนวน 12 ราย (คิดเป็นร้อยละ 24) และกลุ่มสุดท้ายรายได้ส่วนตัวต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท จำนวน 1 ราย (คิดเป็นร้อยละ 2) กับ 10,001 – 20,000 บาท จำนวน 1 ราย (คิดเป็นร้อยละ 2)

ตารางที่ 1 ด้านการออกแบบซอฟต์แวร์

ลำดับที่	รายละเอียด	$\overline{X}$	SD.	ระดับทัศนคติ
1.	ซอฟต์แวร์มีรูปแบบการจัดองค์ประกอบที่ชัดเจน	3.96	0.604	มาก
2.	ภาษาที่ใช้มีความชัดเจน ถูกต้อง เหมาะสมทำให้ผู้ใช้เข้าใจได้โดยง่าย	3.82	0.66	มาก
3.	ซอฟต์แวร์มีสีสันที่ดูเรียบง่าย สบายตา	4.08	0.565	มาก
4.	ซอฟต์แวร์มีการจัดชุดข้อมูลอย่างเป็นระเบียบ	3.9	0.614	มาก
5.	รูปแบบหน้าจอ การแบ่งหน้ามีความสอดคล้องกัน ง่ายต่อการใช้งาน	3.7	0.677	มาก
6.	ขนาดของรูปภาพ และข้อความ มีการแสดงผลที่ชัดเจน เหมาะสม	3.94	0.619	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม		**3.9**	**0.623**	มาก

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านการออกแบบซอฟต์แวร์ของการใช้แอพพลิเคชั่นสะสมแต้มร้านธุรกิจจำลอง Proud Coffee จากตารางที่ 1 พบว่า คะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยด้านการออกแบบซอฟต์แวร์มีค่าเท่ากับ 3.9 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน มีค่าเท่ากับ 0.623 นั่นหมายความว่า โดยรวมแล้วผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านประสิทธิผลของซอฟต์แวร์ในระดับมาก เมื่อพิจารณาข้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจมากได้แก่ ซอฟต์แวร์มีรูปแบบการจัดองค์ประกอบที่ชัดเจน (คะแนนเฉลี่ย 3.92) ภาษาที่ใช้มีความชัดเจน ถูกต้อง เหมาะสมทำให้ผู้ใช้เข้าใจได้โดยง่าย (คะแนนเฉลี่ย 3.82) ซอฟต์แวร์มีสีสันที่ดูเรียบง่าย สบายตา (คะแนนเฉลี่ย 4.08) ซอฟต์แวร์มีการจัดชุดข้อมูลอย่างเป็นระเบียบ (คะแนนเฉลี่ย 3.9) รูปแบบหน้าจอ การแบ่งหน้ามีความสอดคล้องกันทั้งหน้าจอทำให้ง่ายต่อการใช้งาน (คะแนนเฉลี่ย 3.7) ขนาดของรูปภาพ และข้อความ มีการแสดงผลที่ชัดเจน เหมาะสม (คะแนนเฉลี่ย 3.94)

ตารางที่ 2 ด้านผลจากการรับบริการ

ลำดับที่	รายละเอียด	$\overline{X}$	SD.	ระดับทัศนคติ
1.	ได้รับความสะดวกรวดเร็ว	4.54	0.613	มากที่สุด
2.	การบริการที่ตรงกับความต้องการ และถูกต้อง	4.14	0.571	มาก
3.	การบริการอย่างต่อเนื่องจนเสร็จสิ้นภารกิจ	4.02	0.552	มาก
4.	ได้รับการบริการที่คุ้มค่า และเป็นประโยชน์	4.04	0.604	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม		**4.18**	**0.585**	มาก

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านผลจากการรับบริการของการใช้แอพพลิเคชั่นสะสมแต้มร้านธุรกิจจำลอง Proud Coffee จากตารางที่ 2 พบว่า คะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยด้านผลจากการรับบริการมีค่าเท่ากับ 4.18 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน มีค่าเท่ากับ 0.585 นั่นหมายความว่า โดยรวมแล้วผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านประสิทธิผลของซอฟต์แวร์ในระดับมาก เมื่อพิจารณาข้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจมากได้แก่ ได้รับความสะดวกรวดเร็ว (คะแนนเฉลี่ย 4.54) การบริการที่ตรงกับความต้องการ และถูกต้อง (คะแนนเฉลี่ย 4.14) และการบริการอย่างต่อเนื่องจนเสร็จสิ้นภารกิจ (คะแนนเฉลี่ย 4.02) ได้รับการบริการที่คุ้มค่าและเป็นประโยชน์ (คะแนนเฉลี่ย 4.04)

ตารางที่ 3 ด้านประสิทธิผลของซอฟต์แวร์

ลำดับที่	รายละเอียด	$\overline{X}$	SD.	ระดับทัศนคติ
1.	ความสะดวกในการเรียกใช้งานหรือติดตั้งซอฟต์แวร์	3.92	0.565	มาก
2.	ความเร็วในการแสดงผลของโปรแกรม	3.9	0.58	มาก
3.	การเชื่อมโยงข้อมูลที่เกี่ยวข้องกันแสดงผลได้อย่างถูกต้อง	3.88	0.593	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม		**3.9**	**0.579**	มาก

และสุดท้ายผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านประสิทธิผลของซอฟต์แวร์ในการใช้แอพพลิเคชั่นสะสมแต้มร้านธุรกิจจำลอง Proud Coffee จากตารางที่ 3 พบว่า คะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยด้านประสิทธิผลของซอฟต์แวร์มีค่าเท่ากับ 3.9 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน มีค่าเท่ากับ 0.579 นั่นหมายความว่า โดยรวมแล้วผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านประสิทธิผลของซอฟต์แวร์ในระดับมาก เมื่อพิจารณาข้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจมากได้แก่ ความสะดวกในการเรียกใช้งานหรือติดตั้งซอฟต์แวร์ (คะแนนเฉลี่ย 3.92) ด้านความเร็วในการแสดงผลของโปรแกรม (คะแนนเฉลี่ย 3.9) และด้านการเชื่อมโยงข้อมูลในแต่ละส่วนที่เกี่ยวข้องกันมาแสดงผลได้อย่างถูกต้อง (คะแนนเฉลี่ย 3.88)

5. สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผล

จากการวิจัยครั้งนี้สามารถอธิบายผลที่ได้จากข้อมูลลักษณะทั่วไปของผู้ร่วมทดลองใช้แอพพลิเคชั่นสะสมแต้มฯ จากการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุในช่วง 20–30 ปี มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี โดยส่วนมากเป็นกลุ่มนักศึกษา ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วงน้อยกว่า 5,000 บาท ส่วนในด้านการออกแบบซอฟต์แวร์จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ชอบซอฟต์แวร์ที่มีสีสันดูเรียบง่าย สบายตา และพอใจกับซอฟต์แวร์ที่มีรูปแบบการจัดองค์ประกอบที่ชัดเจนและขนาดของรูปภาพ และข้อความ มีการแสดงผลที่ชัดเจน และเหมาะสม ส่วนด้านผลจากการรับบริการของผู้ใช้จากการศึกษา พบว่าได้รับความสะดวกรวดเร็วสูงสุดในระดับมากที่สุด ส่วนด้านประสิทธิผลของซอฟต์แวร์จากการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พอใจระดับมาก โดยเฉพาะด้านความสะดวกในการเรียกใช้งานหรือติดตั้งซอฟต์แวร์สูงกว่าด้านอื่น ๆ

โดยภาพรวมแล้วเมื่อได้นำระบบทั้งหมดไปติดตั้งและทดลองใช้ให้กับร้านธุรกิจจำลอง Proud Coffee คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา นั้นสามารถสรุปได้ว่า การยอมรับเทคโนโลยี (สิงหะ ฉวีสุข และ สุนันทา วงศ์จตุรภัทร 2555:2) สำหรับธุรกิจร้านจำลอง Proud Coffee วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลาอยู่ในระดับมาก แต่เมื่อพิจารณาอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้โทรศัพท์มือถือในการสะสมแต้มแล้วพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีการยอมรับการใช้เทคโนโลยีของแอพพลิเคชั่นใช้งานได้ง่าย โดยการใช้งานแอพพลิเคชั่นไม่ได้ยุ่งยากซับซ้อน แอพพลิเคชั่นช่วยให้การประมวลผลได้สะดวกรวดเร็ว ขั้นตอนในการใช้บริการแอพพลิเคชั่นทำได้ง่าย ส่วนการออกแบบสามารถทำได้ตรงตามความต้องการ และ

แอพพลิเคชั่นมีความทันสมัยและได้รับข้อมูลและการประมวลผลที่ถูกต้องและแม่นยำ ซึ่งผลการศึกษาที่ได้ทั้งหมด คาดว่าจะสามารถเป็นต้นแบบให้กับธุรกิจร้านคาเฟ่ของชุมชนในจังหวัดชายแดนภาคใต้และพื้นที่อื่น ๆ ในอนาคต

6. ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจในการใช้แอพเคชั่นสะสมแต้มเมื่อนำไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างดังกล่าวมีแนวโน้มที่ดีอย่างมากต่อร้านคาเฟ่และลูกค้า แต่ควรไปศึกษากับกลุ่มประชากรที่แตกต่างกัน เช่น ช่วงอายุ กลุ่มอาชีพ หรือลักษณะที่ตั้งของร้าน เป็นต้น เพื่อจะทำการศึกษาเปรียบเทียบผลลัพธ์ที่ได้ต่อไป

เอกสารอ้างอิง (References)

กนกวรรณ พิมพ์จันทร์ และ ชิณโสณ์ วิสิฐนิธิกิจา. (2561). พฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมของการตลาดคาเฟ่ขนมหวานร้าน After You. **Veridian E-Journal Silpakorn University**, 11 (2), 170-183.

นิมารูนี หะยีวาเงาะ. (2562). ธุรกิจเอ็สเอ็มอี (SMEs) กับการจัดการความสัมพันธ์ลูกค้าแบบอิเล็กทรอนิกส์ (E-CRM). **วารสารวิทยบริการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์**, 30 (2), 186-195.

ลลิตา ณ หนองคาย. (2560). Mobile Website VS Mobile Application แบบไหนคือทางเลือกสำหรับองค์กรคุณ. **วารสาร TPA News ข่าว ส.ส.ท**, 20 (230), 10-12.

สิงหะ ฉวีสุข และสุนันทา วงศ์จตุรภัทร. (2555). ทฤษฎีการยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ. **วารสารเทคโนโลยีสารสนเทศลาดกระบัง**, 1 (1), 2-20.

สุรเดช สุเมธาภิวัฒน์. (2562). กลยุทธ์ส่งเสริมการขายมุ่งสู่ผู้บริโภคในยุค Digital Marketing. **วารสารวิทยาลัยสันตพล**, 5 (1), 172-177.

Saidali, J., Rahich, H., Tabaa, Y., & Medouri, A. (2019). The combination between big data and marketing strategies to gain valuable business insights for better production success. **Procedia Manufacturing**, 32 (1), 1017-1023.

Waedorkor, W, & Witosurapot, S. (2018). AHP-Based Resource Utilization Scheme at the Network Edge with Ad Hoc Network Gateway. **International Journal of Future Computer and Communication**, 7 (1), 10-13.