



การประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 20

“เสริมสร้างองค์ความรู้ขับเคลื่อนการศึกษาและบูรณาการข้ามศาสตร์เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน”

3 ธันวาคม 2568 ทางออนไลน์โปรแกรม Zoom

การพัฒนาระบบ Smart Order บนแพลตฟอร์ม LINE Official Account ด้วยการเชื่อมต่อฐานข้อมูล สำหรับร้านของฝากในเทศบาลเมืองยะลา

DEVELOPING A SMART ORDER SYSTEM ON THE LINE OFFICIAL ACCOUNT PLATFORM BY LINKING THE SOUVENIR SHOP DATABASE IN YALA MUNICIPALITY

อุสนี เต๊ะหะมะ¹, อักมัล หะแวง², อัมรี แวซากอ³, มุฮัมหมัดอามีน เจ๊ะคอเลาะ⁴, มาดีนา ดอเลาะ⁵,
นิมารูนี หะยีวาเงาะ⁶, แวซ่าซุดิน แวดอกอ⁷ และ อมรเทพ มณีเนียม⁸

E-mail: ¹106768009@yru.ac.th, ²106768012@yru.ac.th, ³106768013@yru.ac.th

⁴106768014@yru.ac.th, ⁵106768017@yru.ac.th, ⁶nimarunee.h@yru.ac.th

⁷waesmesudin.@yru.ac.th, ⁸amornthep.@yru.ac.th

^{1,2,3,4,5}นักศึกษาระดับปริญญาตรีหลักสูตรคอมพิวเตอร์ธุรกิจคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

^{6,7,8}อาจารย์ที่ปรึกษาหลักสูตรคณะวิทยาการจัดการ

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงพัฒนา (Research and Development: R&D) มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความต้องการระบบ Smart Order บนแพลตฟอร์ม LINE Official Account ด้วยการเชื่อมต่อฐานข้อมูลสำหรับร้านของฝากในเทศบาลเมืองยะลา 2) พัฒนาระบบ Smart Order บนแพลตฟอร์ม LINE Official Account สำหรับร้านของฝากในเขตเทศบาลเมืองยะลา และ 3) ประเมินการวัดความพึงพอใจการใช้งานระบบที่พัฒนาขึ้น กลุ่มตัวอย่างคือผู้ประกอบการร้านของฝากและลูกค้าผู้ใช้บริการในเขตเทศบาลเมืองยะลา จำนวน 70 คน ที่คัดเลือกด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถามออนไลน์และออฟไลน์ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงบรรยาย ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และร้อยละ ผลการวิจัยพบว่า ระดับความคิดเห็นและความต้องการการพัฒนาระบบ Smart Order โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.01$, S.D. = 0.84) โดยด้านความต้องการคุณลักษณะของระบบได้คะแนนสูงสุด ($\bar{x} = 4.27$, S.D. = 1.14) ระบบที่พัฒนาขึ้นประกอบด้วยฟังก์ชันครบวงจร ตั้งแต่การเลือกร้าน การแสดงสินค้า การชำระเงิน ไปจนถึงการติดตามสถานะและรีวิวสินค้า โดยเชื่อมต่อฐานข้อมูล MariaDB แบบเรียลไทม์ ผลการประเมินประสิทธิภาพพบว่า ผู้ใช้งานมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดทุกด้าน โดยด้านความพึงพอใจของผู้ใช้งานได้คะแนนสูงสุด ($\bar{x} = 4.79$, S.D. = 0.53) รองลงมาคือด้านความสะดวกในการใช้งาน ($\bar{x} = 4.74$, S.D. = 0.57)

คำสำคัญ: Smart Order, LINE Official Account, ร้านของฝากในเทศบาลเมืองยะลา



การประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 20

“เสริมสร้างองค์ความรู้ขับเคลื่อนการศึกษาและบูรณาการข้ามศาสตร์เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน”

3 ธันวาคม 2568 ทางออนไลน์โปรแกรม Zoom

Abstract

This research is a Research and Development (R&D) study with the objectives to: 1) study the Smart Order system on the LINE Official Account platform with database connectivity for souvenir shops in Yala Municipality, 2) develop a Smart Order system on the LINE Official Account platform for souvenir shops in Yala Municipality area, and 3) To evaluate the satisfaction measurement of the use of the developed Smart Order system. The sample group consisted of souvenir shop operators and service users in Yala Municipality area, totaling 70 people, selected using convenience sampling method. The data collection instruments were online and offline questionnaires. Data were analyzed using descriptive statistics including mean, standard deviation, and percentage. The research results revealed that the overall level of opinions and needs for developing the Smart Order system was at a high level ($\bar{x} = 3.01$, S.D. = 0.84), with the system feature requirements aspect receiving the highest score ($\bar{x} = 4.27$, S.D. = 1.14). The developed system comprises comprehensive functions from shop selection, product display, payment processing, to status tracking and product reviews, connected to MariaDB database in real-time. The performance evaluation results showed that users had the highest level of satisfaction in all aspects, with user satisfaction receiving the highest score ($\bar{x} = 4.79$, S.D. = 0.53), followed by convenience of use ($\bar{x} = 4.74$, S.D. = 0.57).

Keywords: Smart Order, LINE Official Account, Souvenir Shops in Yala Municipality

บทนำ

ในปัจจุบัน ประเทศไทยมีแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ซึ่งปรับปรุงทุก 5 ปี โดยแผนฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560–2564) มุ่งพัฒนาประเทศอย่างมั่นคง เน้นการพัฒนาเชิงพื้นที่และเศรษฐกิจฐานราก สนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลาง ขนาดย่อม และวิสาหกิจชุมชน เพื่อสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจและส่งเสริมสังคมผู้ประกอบการนอกจากนี้ยังมีแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560–2564) ที่เน้นสร้างความสมดุลและพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยวให้โดดเด่นตามเอกลักษณ์ท้องถิ่น.(เบญจพร เชื้อผึ้ง 2565)

จังหวัดยะลาเป็นหนึ่งในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ที่ร้านค้าของฝากมีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจท้องถิ่น โดยเฉพาะด้านการท่องเที่ยวและการค้า จากข้อมูลเทศบาลนครยะลา (2566) พบว่ามีร้านของฝากประมาณ 67 แห่ง สร้างรายได้รวมราว 45 ล้านบาทต่อปี แต่กว่า 70% ยังดำเนินกิจการแบบดั้งเดิม อาศัยหน้าร้านเป็นหลัก และมีเพียงส่วนน้อยที่ใช้ช่องทางออนไลน์ ส่งผลให้ไม่ตอบสนองต่อพฤติกรรมผู้บริโภคดิจิทัล



การประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 20

“เสริมสร้างองค์ความรู้ขับเคลื่อนการศึกษาและบูรณาการข้ามศาสตร์เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน”

3 ธันวาคม 2568 ทางออนไลน์โปรแกรม Zoom

ได้แต่แม่แพลตฟอร์มอย่าง Facebook และ LINE จะเป็นที่ยินยอม แต่การใช้งานยังอยู่ในระดับพื้นฐาน เช่น การโพสต์สินค้าและตอบแชตแบบแมนนวล ไม่มีระบบจัดการคำสั่งซื้อหรือฐานข้อมูลลูกค้า ทำให้เกิดความล่าช้าและขาดประสิทธิภาพในการบริหาร โดยเฉพาะในช่วงเทศกาลหรือฤดูท่องเที่ยว.(สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล, 2565)

ผู้วิจัยเล็งเห็นถึงปัญหาและความสำคัญของร้านของฝากในเขตเทศบาลเมืองยะลา จึงได้พัฒนาระบบ Smart Order บนแพลตฟอร์ม LINE Official Account เชื่อมต่อกับฐานข้อมูล เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการคำสั่งซื้อและตอบสนองพฤติกรรมผู้บริโภคในพื้นที่ โดยออกแบบระบบให้เหมาะสมกับบริบทของสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ที่มีข้อจำกัดด้านความปลอดภัย การเดินทาง และการเข้าถึงเทคโนโลยี งานวิจัยนี้จึงมีความสำคัญในฐานะต้นแบบการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลสำหรับธุรกิจระดับชุมชน ช่วยเสริมความยั่งยืนทางเศรษฐกิจและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับผู้ประกอบการท้องถิ่น.(สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2565)

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาความต้องการระบบ Smart Order บนแพลตฟอร์ม LINE Official Account ด้วยการเชื่อมต่อฐานข้อมูลสำหรับร้านของฝากในเทศบาลเมืองยะลา
2. เพื่อพัฒนาระบบ Smart Order บนแพลตฟอร์ม LINE Official Account สำหรับร้านของฝากในเขตเทศบาลเมืองยะลา
3. เพื่อประเมินการวัดความพึงพอใจการใช้งานระบบ Smart Order ที่พัฒนาขึ้น

ขอบเขตการวิจัย

1.ขอบเขตประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

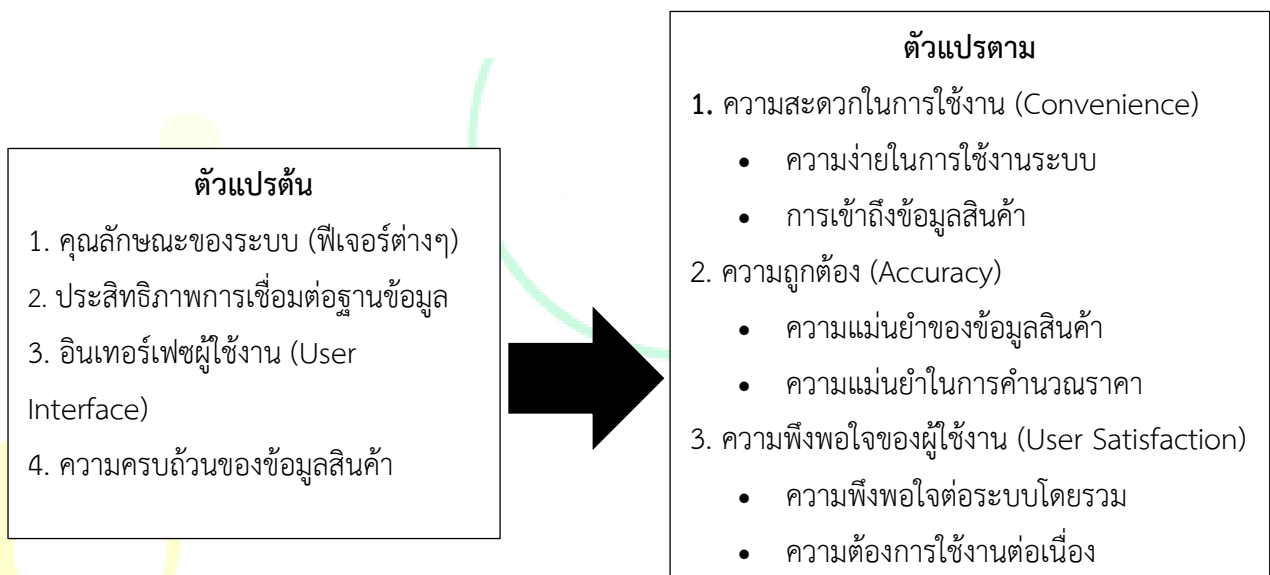
ประชากรเป้าหมาย: ผู้ประกอบการร้านของฝากและลูกค้าผู้ใช้บริการในเขตเทศบาลเมืองยะลา จำนวนทั้งสิ้น 70 คน

กลุ่มตัวอย่าง: ถูกคัดเลือกด้วยวิธีการเลือกตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) เฉพาะผู้ประกอบการร้านของฝากและลูกค้าที่เคยมีประสบการณ์สั่งซื้อของฝากผ่านระบบออนไลน์และจากร้านของฝากแบบดั้งเดิมในพื้นที่ดังกล่าว

2. ขอบเขตตัวแปร

กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยและการพัฒนาระบบ Smart Order บนแพลตฟอร์ม LINE Official Account ด้วยการเชื่อมต่อฐานข้อมูลสำหรับร้านของฝากในเทศบาลเมืองยะลากรอบแนวคิดการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) โดยใช้แบบ Double Diamond Model



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

รูปแบบการวิจัย การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิง โดยใช้การออกแบบและพัฒนาระบบ Smart Order บนแพลตฟอร์ม LINE Official Account ด้วยการเชื่อมต่อฐานข้อมูลสำหรับร้านของฝากในเทศบาลเมืองยะลา โดยใช้แนวคิดการคิดเชิงออกแบบ เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ความต้องการของผู้ใช้ระบบ Smart Order ร้านของฝากและลูกค้าในเขตเทศบาลเมืองยะลา

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง (Population and Sample)

ประชากร ได้ผู้ประกอบการร้านของฝากและลูกค้าผู้ใช้บริการในเขตเทศบาลเมืองยะลา

กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 70 คน ถูกคัดเลือกด้วยวิธีการเลือกตัวอย่างแบบสะดวก เฉพาะผู้ประกอบการร้านของฝากและลูกค้าที่เคยมีประสบการณ์สั่งซื้อของฝากผ่านระบบออนไลน์และจากร้านของฝากแบบดั้งเดิมในพื้นที่ดังกล่าว

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย (Research Instruments) ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยออกแบบคำถามในรูปแบบมาตราประมาณค่า (Rating Scale) แบบลิเคิร์ต 5 ระดับ

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ (Instrument Validation) ทำการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เก็บเลือกข้อคำถามที่มีค่า IOC ≥ 0.67 และหาค่าความเชื่อถือของแบบสอบถามได้เท่านี้

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงบรรยาย ควบคู่ไปกับการดำเนินงานตามกระบวนการวิจัยและพัฒนา (R&D) ซึ่งใช้แนวคิด Design Thinking (Double Diamond Model) ประกอบด้วย 4 ขั้นตอนสำคัญ ดังนี้

การค้นหาและเข้าใจปัญหา (Discover) ผู้วิจัยพบว่าร้านของฝากยังใช้ระบบดั้งเดิม ขาดฐานข้อมูลลูกค้า และสื่อสารแบบแมนนวลผ่าน LINE

การกำหนดแนวทางแก้ปัญหา (Define) กำหนดเป้าหมายเป็นการพัฒนาระบบ "Smart Order" บน LINE Official Account เพื่อเพิ่มความสะดวก ความถูกต้อง และความพึงพอใจของผู้ใช้.

การออกแบบและพัฒนา (Develop) ได้พัฒนาระบบที่มีฟังก์ชันสั่งซื้อ แสดงสินค้า จัดเก็บข้อมูล และแชทบอท โดยเชื่อมต่อกับฐานข้อมูล MariaDB แบบเรียลไทม์

การทดสอบและประเมินผล (Deliver) นำระบบที่พัฒนาขึ้นให้กลุ่มตัวอย่างทดลองใช้งานจริง จากนั้นประเมินผลด้านความสะดวก ความถูกต้อง และความพึงพอใจผ่านแบบสอบถาม เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์ทางสถิติ

ผลการวิจัย

การพัฒนาระบบ Smart Order บนแพลตฟอร์ม LINE Official Account ด้วยการเชื่อมต่อฐานข้อมูลสำหรับร้านของฝากในเทศบาลเมืองยะลา ดังต่อไปนี้

1. ผลการศึกษาระบบ Smart Order บนแพลตฟอร์ม LINE Official Account ด้วยการเชื่อมต่อฐานข้อมูลสำหรับร้านของฝากในเทศบาลเมืองยะลา

ข้อมูลส่วนบุคคล

ข้อมูลส่วนบุคคลจากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 70 คน ส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง (65.7%) อายุระหว่าง 20-30 ปี (80.0%) จบการศึกษา ระดับปริญญาตรี (71.4%) และเป็น กลุ่มลูกค้า (71.4%)

ข้อมูลนี้ชี้ว่ากลุ่มตัวอย่างหลักคือ กลุ่มคนวัยทำงาน ที่มีการศึกษาและคุ้นเคยกับเทคโนโลยีดิจิทัล ซึ่งสะท้อนถึงแนวโน้มของผู้บริโภคที่หันมาซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น

ตารางที่ 1 ความต้องการ ระบบ Smart Order บนแพลตฟอร์ม LINE Official Account

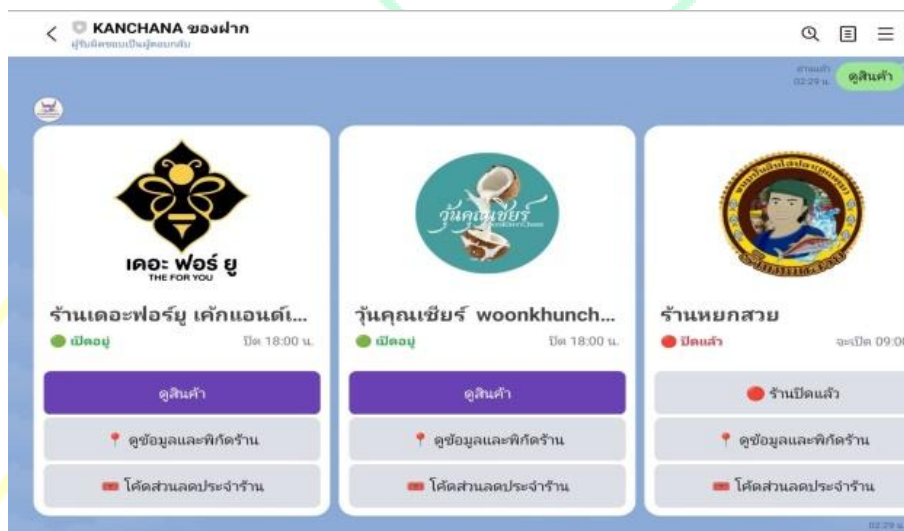
ประเด็น	\bar{x}	S.D.	ระดับความต้องการ
ด้านความต้องการคุณลักษณะของระบบ			
1. แกดตาลีอกรสินค้าแสดงรูปภาพ รายละเอียด และราคา	4.17	0.99	มาก
2. การแจ้งเตือนสถานการณ์สั่งซื้อ	4.16	0.93	มาก
3. ระบบคำนวณราคาและค่าจัดส่งอัตโนมัติ	4.20	0.94	มาก
4. การติดตามสถานการณ์จัดส่ง	4.24	0.91	มาก
5. ประวัติการสั่งซื้อ	4.17	0.92	มาก
6. ระบบแนะนำสินค้า	4.19	0.91	มาก
7. การจ่ายเงินผ่านระบบออนไลน์	4.21	0.90	มาก
8. ระบบรีวิวและให้คะแนนสินค้า	4.79	6.15	มากที่สุด
รวมปัจจัยด้านความต้องการคุณลักษณะของระบบ	4.27	1.14	มาก
ด้านการออกแบบ User Interface			
1. เมนูที่เข้าใจง่ายและใช้งานสะดวก	4.23	0.90	มาก
2. รูปภาพสินค้าความละเอียดสูงการติดตามสถานการณ์จัดส่ง	4.27	0.92	มาก
3. การแสดงข้อมูลครบถ้วนในหน้าเดียวระบบแนะนำสินค้า	4.26	0.93	มาก
4. ระบบค้นหาสินค้าที่รวดเร็ว	4.40	0.87	มาก
5. ใช้การทำงานในรูปแบบของ Chat Bot	4.23	0.89	มาก
รวมปัจจัยด้านการออกแบบ User Interface	4.28	0.90	มาก
ด้านความสำคัญของข้อมูลสินค้า			
1. ชื่อสินค้าและรายละเอียด	0.80	0.40	มาก
2. ราคาและโปรโมชั่น	0.57	0.50	ปานกลาง
3. รูปภาพสินค้า	0.56	0.50	ปานกลาง
4. วันหมดอายุ/อายุการเก็บรักษา	0.44	0.50	น้อย
5. ส่วนผสมและข้อมูลโภชนาการ	0.36	0.48	น้อย
6. วิธีการเก็บรักษา	0.36	0.48	น้อย
7. ขนาดและน้ำหนัก	0.31	0.47	น้อย
8. ที่มาของสินค้า	0.36	0.48	น้อย
รวมปัจจัยด้านความสำคัญของข้อมูลสินค้า	0.47	0.48	น้อย

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์พบว่า ด้านความต้องการคุณลักษณะของระบบพบว่า มีค่าเฉลี่ยรวม (\bar{X} = 4.27, S.D. = 1.14) รองลงมาคือ ด้านการออกแบบ User Interface พบว่า มีค่าเฉลี่ยรวม (\bar{X} = 4.28,

S.D. = 0.90) และ ด้านความสำคัญของข้อมูลสินค้า พบว่า มีค่าเฉลี่ยรวม (\bar{X} = 0.47, S.D. = 0.48) โดยคุณลักษณะที่ได้รับความต้องการสูงสุด คือ ระบบรีวิวและให้คะแนนสินค้า (\bar{X} = 4.79, S.D. = 6.15) ด้านการออกแบบ User Interface (\bar{X} = 4.28) โดยเฉพาะองค์ประกอบที่ได้รับความต้องการสูงสุด คือ ระบบค้นหาสินค้าที่รวดเร็ว (\bar{X} = 4.40, S.D. = 0.87) ด้านความสำคัญของข้อมูลสินค้า (\bar{X} = 0.47, S.D. = 0.48) ชื่อสินค้าและรายละเอียด (\bar{X} = 0.80, S.D. = 0.40)

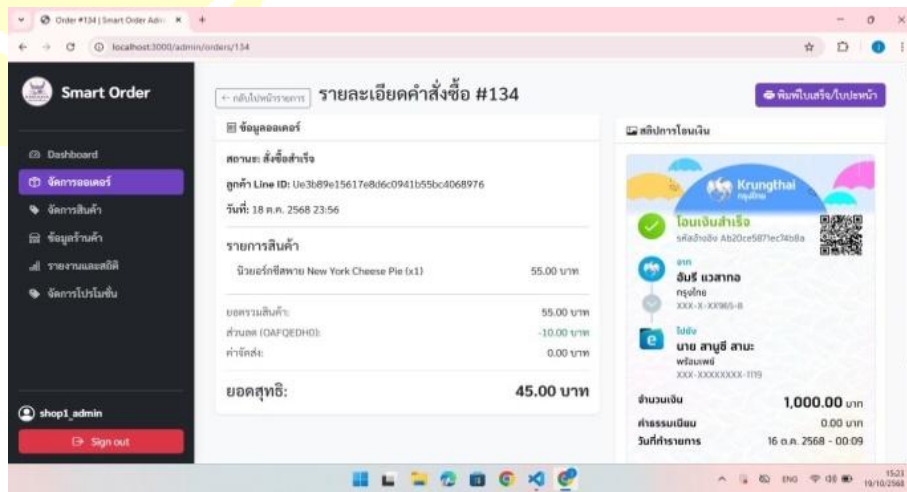
2. ผลการพัฒนา ระบบ Smart Order บนแพลตฟอร์ม LINE Official Account สำหรับร้านของฝากในเขตเทศบาลเมืองยะลา

ผู้วิจัยได้พัฒนาเป็นระบบ Smart Order บนแพลตฟอร์ม LINE Official Account มีตัวอย่างหน้าจอแสดงการทำงานดังภาพที่ 2 ถึงภาพที่ 3



จากภาพที่ 2 หน้าจอระบบหน้าบ้าน (Frontend): ส่วนติดต่อผู้ใช้สำหรับสั่งซื้อและติดตามออเดอร์

การประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 20
 “เสริมสร้างองค์ความรู้ขับเคลื่อนการศึกษาและบูรณาการข้ามศาสตร์เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน”
 3 ธันวาคม 2568 ทางออนไลน์โปรแกรม Zoom



จากภาพที่ 3 หน้าจอรระบบหลังบ้าน (Backend): แกนกลางในการจัดการคำสั่งซื้อ ควบคุมสต็อก ประมวลผลโลจิสติกส์ และดำเนินธุรกรรมทางธุรกิจ

3. ผลการประเมินการวัดความพึงพอใจการใช้งานระบบ Smart Order ที่พัฒนาขึ้น

ตารางที่ 2 ประเมินการวัดความพึงพอใจการใช้งานระบบ Smart Order ที่พัฒนาขึ้น

ประเด็น	\bar{x}	S.D.	ระดับประสิทธิภาพ
ด้านความสะดวกการใช้งานของระบบ			
1. การสั่งซื้อผ่านระบบใช้เวลาไม่น้อยกว่าวิธีเดิม	4.73	0.55	มากที่สุด
2. ขั้นตอนการสั่งซื้อเข้าใจง่ายไม่ซับซ้อน	4.76	0.53	มากที่สุด
3. สามารถเข้าถึงข้อมูลสินค้าได้รวดเร็ว	4.81	0.53	มากที่สุด
4. ระบบทำงานได้ตลอด 24 ชั่วโมง	4.64	0.76	มากที่สุด
5. การใช้งานบน LINE สะดวกกว่าช่องทางอื่น	4.73	0.57	มากที่สุด
6. ประหยัดเวลาในการติดต่อประสานงาน	4.74	0.58	มากที่สุด
7. ข้อมูลสินค้าแสดงผลถูกต้องครบถ้วน	4.77	0.57	มากที่สุด
8. การประมวลผลคำสั่งซื้อไม่มีข้อผิดพลาด	4.69	0.58	มากที่สุด
9. การคำนวณราคาสินค้าและค่าจัดส่งแม่นยำ	4.73	0.59	มากที่สุด
10. ข้อมูลสต็อกสินค้าเป็นปัจจุบันแม่นยำ	4.76	0.48	มากที่สุด
11. การแจ้งเตือนและอัปเดตสถานะถูกต้อง	4.78	0.49	มากที่สุด
รวมปัจจัยด้านความสะดวกการใช้งานของระบบ	4.74	0.57	มากที่สุด

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ประเด็น	\bar{X}	S.D.	ระดับประสิทธิภาพ
ด้านคุณลักษณะของระบบ			
1.มีความพึงพอใจต่อระบบโดยรวม	4.76	0.57	มากที่สุด
2.ต้องการใช้งานระบบนี้ต่อไป	4.79	0.52	มากที่สุด
3.จะแนะนำระบบนี้ให้ผู้อื่น	4.73	0.63	มากที่สุด
4.ระบบตอบสนองความต้องการได้ดี	4.80	0.49	มากที่สุด
5.เป็นนวัตกรรมที่มีประโยชน์	4.86	0.44	มากที่สุด
รวมปัจจัยด้านคุณลักษณะของระบบ	4.79	0.53	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 ผลประเมินพบว่า ผู้ใช้งานทั้งผู้ประกอบการและลูกค้ามีความพึงพอใจต่อระบบ Smart Order บนแพลตฟอร์ม LINE Official Account ในระดับมากที่สุดทุกด้าน โดยด้านที่คะแนนสูงสุดคือ ด้านคุณลักษณะของระบบ (\bar{X} = 4.79, S.D. = 0.53) รองลงมาคือ ด้านความสะดวกการใช้งานของระบบ (\bar{X} = 4.74, S.D. = 0.57)

อภิปรายผล

ผลการวิจัยเรื่อง การพัฒนาระบบ Smart Order บนแพลตฟอร์ม LINE Official Account ด้วยการเชื่อมต่อฐานข้อมูลสำหรับร้านของฝากในเทศบาลเมืองยะลาได้ดำเนินการตามวัตถุประสงค์การวิจัย (1) ศึกษาความต้องการระบบ Smart Order บนแพลตฟอร์ม LINE Official Account ด้วยการเชื่อมต่อฐานข้อมูลสำหรับร้านของฝากในเทศบาลเมืองยะลา (2) เพื่อพัฒนาระบบ Smart Order บนแพลตฟอร์ม LINE Official Account สำหรับร้านของฝากในเขตเทศบาลเมืองยะลา (3) เพื่อประเมินการวัดความพึงพอใจการใช้งานระบบ Smart Order ที่พัฒนาขึ้น พบว่าผู้ใช้งานทั้งผู้ประกอบการและลูกค้ามีความต้องการระบบอยู่ในระดับ ปานกลาง (\bar{X} = 3.01) แต่ให้ความสำคัญกับ คุณลักษณะของระบบและการออกแบบ UI ในระดับ มาก (\bar{X} = 4.28, S.D. = 0.90) โดยคุณลักษณะที่ได้รับความนิยมสูงสุดคือ ระบบรีวิวลินค้า (\bar{X} = 4.79) และ ระบบค้นหาสินค้าที่รวดเร็ว (\bar{X} = 4.40) ระบบที่พัฒนาขึ้นมีฟังก์ชันครบวงจร ตั้งแต่การเลือกร้านค้า การแสดงสินค้า การชำระเงินผ่าน QR Code จนถึงการติดตามสถานะและรีวิวลินค้า เชื่อมต่อฐานข้อมูล MariaDB แบบเรียลไทม์ ทำให้ข้อมูลสต็อกถูกต้องและทันสมัย ผลการประเมินประสิทธิภาพพบว่าผู้ใช้งานมีความพึงพอใจในระดับ มากที่สุด โดยเฉพาะด้านคุณลักษณะของระบบ (\bar{X} = 4.79) และความสะดวกในการใช้งาน (\bar{X} = 4.74) แสดงให้เห็นว่าระบบมีประสิทธิภาพสูง ใช้งานง่าย และตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้ได้อย่างดีเยี่ยม



การประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 20

“เสริมสร้างองค์ความรู้ขับเคลื่อนการศึกษาและบูรณาการข้ามศาสตร์เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน”

3 ธันวาคม 2568 ทางออนไลน์โปรแกรม Zoom

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำระบบไปใช้งาน

พัฒนาด้านความสำคัญ การจัดอบรมและสร้างคู่มือใช้งานที่เข้าใจง่ายสำหรับผู้ประกอบการและลูกค้า เพื่อเพิ่มความมั่นใจในการใช้งานระบบจริง การเพิ่มช่องทางการชำระเงินให้หลากหลาย

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

การพัฒนาระบบวิเคราะห์ข้อมูลงานวิจัยในอนาคตสามารถต่อยอดโดยเพิ่มระบบวิเคราะห์ข้อมูลการขายหรือพฤติกรรมผู้ซื้อ เพื่อให้ร้านค้าสามารถวางแผนกลยุทธ์การตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ

เอกสารอ้างอิง

กษิติธร อัครพงษ์วานิช. (2565). *การพัฒนาไลน์บอทของร้านอาหาร: กรณีศึกษาร้านคาเฟ่ & ธรรมชาติ รี สอร์ท นครพนม*. รายงานการวิจัย, มหาวิทยาลัยนครพนม.

กล้า วานิชชัยบัญชา, & สุชีพ วานิชชัยบัญชา. (2558). *การวิจัยทางการศึกษา*. สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ทิดศักดิ์ สุพันธ์, สุนันท์ สีพาย, & นราศักดิ์ ภูผายาง. (2562). การพัฒนาระบบฐานข้อมูลสินค้าและผลิตภัณฑ์ในจังหวัดชัยภูมิ เพื่อพัฒนาเป็น “Startup ชัยภูมิ”. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี*, 8(2).

เบญจพร เชื้อผึ้ง. (2565). แนวทางการพัฒนาศักยภาพสินค้าของฝากและของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. *วารสารวิชาการ*, 17(1).

สำนักงานเทศบาลนครยะลา. (2566). *รายงานผลการดำเนินงานประจำปี 2566*. สำนักงานเทศบาลนครยะลา.

สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล. (2565). *รายงานผลสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2565*. <https://www.depa.or.th>