บทที่ 1
บทนำ

1.1 ความสำคัญและที่มาของโครงการ

ปัจจุบันเทคโนโลยีอุปกรณ์พกพาเคลื่อนที่ได้เข้ามามีบทบาทต่อการใช้ชีวิตประจำวันของผู้คนทั่วไปในยุคสมัยนี้ จนกลายเป็นปัจจัยพื้นฐานที่ผู้คนนิยมใช้กันอย่างแพร่หลาย เป็นแรงขับเคลื่อนให้วิวัฒนาการของเทคโนโลยีนั้นก้าวหน้าต่อเนื่องอย่างรวดเร็ว เฉกเช่นเดียวกันกับการดำเนินชีวิตประจำวันของผู้คนในสังคม ที่มีวิถีชีวิตปรับเปลี่ยนไปตามกระแสวิวัฒนาการทางเทคโนโลยีและเศรษฐกิจ ผู้คนจึงต้องดำเนินชีวิตด้วยความเร่งรีบ ต้องการความรวดเร็วที่มาพร้อมกับความสะดวกสบาย จนส่งผลไปยังพฤติกรรมการบริโภคของผู้คนในสังคมด้วยในที่สุด ซึ่งพฤติกรรมเหล่านี้สามารถสร้างอิทธิพลไปยังผู้บริโภคคนอื่นๆในกลุ่มเป้าหมายเดียวกันได้ จนเติบโตกระทั่งกลายเป็นกระแสนิยม หนึ่งในกระแสนิยมที่ได้รับการยอมรับจากผู้บริโภคและมีแนวโน้มการขยายวงกว้างไปยังกลุ่มธุรกิจอื่นยิ่งขึ้นเรื่อยๆนั้น คือบริการสินค้าแบบส่งถึงที่ยังผู้บริโภค

ถึงแม้ว่าผู้ประกอบธุรกิจที่ให้บริการสินค้าแบบส่งถึงที่ในยุคแรกๆ จะมีแค่เพียงธุรกิจประเภทอาหารจานด่วน (Fast Food) ซึ่งยังคงได้รับความนิยมอย่างเสมอมา แต่ในปัจจุบันประเภทธุรกิจด้านอื่น อาทิเช่น อาหารทั่วไป (ปิ่นโต, ข้าวกล่อง, ขนม), ดอกไม้, งานถ่ายเอกสาร, การรับ-ส่งเอกสาร, เครื่องสำอาง หรือแม้กระทั่งการรักษาสัตว์ ก็ได้นำเอาบริการสินค้าแบบส่งถึงที่มาบูรณาการเข้ากับธุรกิจกันอย่างแพร่หลายยิ่งขึ้น และมีแนวโน้มการขยายตัวไปยังกลุ่มธุรกิจอื่นตามด้วยเช่นกัน รวมไปถึงกลุ่มผู้ประกอบธุรกิจรายย่อยที่มีขนาดเล็กและกลาง (Small and Medium Enterprise: SMEs)

จึงเป็นแรงจูงใจให้มีการจัดทำงานวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่นิยมใช้บริการสินค้าแบบส่งถึงที่โดยบริษัท นาโนเซิร์ช จำกัด เพื่อสำรวจความพึงพอใจและปัญหาที่พบเจออยู่บ่อยครั้ง ปรากฏว่าผู้บริโภคส่วนหนึ่งไม่สามารถจดจำเบอร์โทรศัพท์ในการติดต่อได้ สืบเนื่องจากผู้ประกอบธุรกิจที่ให้บริการสินค้าแบบส่งถึงที่มีจำนวนมากขึ้นเรื่อยๆโดยมีวิธีการประชาสัมพันธ์ที่มีรูปแบบหลักๆ คล้ายคลึงกัน คือการใช้เบอร์โทรศัพท์ที่สามารถจดจำได้ง่าย แต่ด้วยรูปแบบของสื่อมีความซ้ำซ้อนและหลากหลายมากขึ้น ส่งผลให้ผู้บริโภคสับสนว่าต้องใช้เบอร์โทรศัพท์เบอร์ใดในการติดต่อยังผู้ประกอบธุรกิจที่ให้บริการสินค้าที่ตนต้องการสั่งได้ อีกทั้งผู้ประกอบธุรกิจรายย่อยที่มี

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ขนาดเล็กและกลางมีงบประมาณในการประชาสัมพันธ์จำนวนที่จำกัด ความสัมฤทธิ์ผลด้านการแนะนำให้ผู้บริโภครู้จักธุรกิจอาจน้อยกว่าผู้ประกอบธุรกิจรายใหญ่ ผู้บริโภคจึงไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลสินค้าและบริการของผู้ประกอบธุรกิจรายย่อยเหล่านี้อย่างทั่วถึงได้

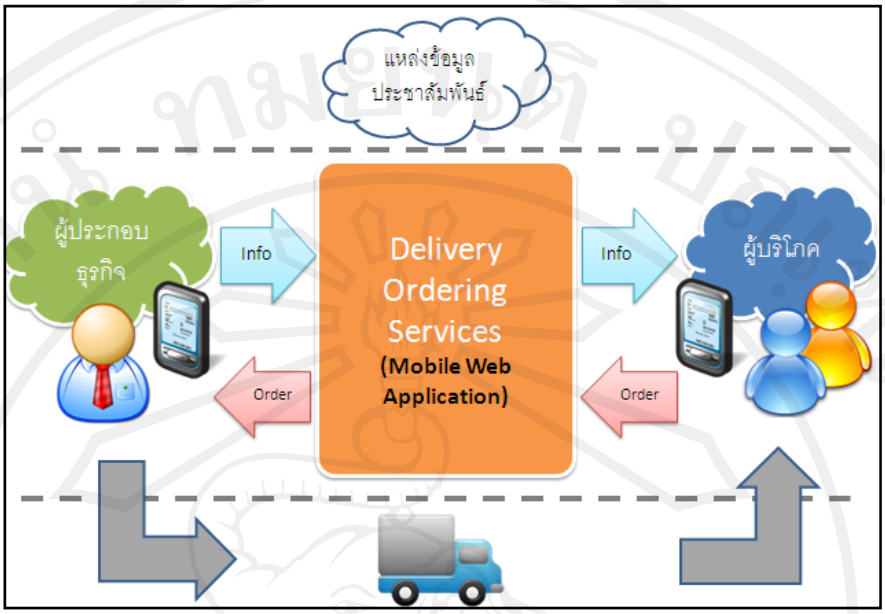
ผู้ศึกษาจึงมีข้อสังเกตว่า ตลาดกลุ่มผู้บริโภคและผู้ประกอบธุรกิจที่ให้บริการสินค้าแบบ ส่งถึงที่มีโอกาสขยายตัวเพิ่มมากยิ่งขึ้นในอนาคต เนื่องจากในปัจจุบันบริการดังกล่าวได้เข้ามามีบทบาทต่อการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคในยุคปัจจุบันที่มีเวลาน้อย ต้องใช้ชีวิตอย่างเร่งรีบ ต้องการความสะดวก รวดเร็ว แต่ต้องมีประสิทธิภาพที่มาพร้อมกับคุณภาพ ส่วนผู้ประกอบธุรกิจที่เริ่มให้ความสนใจต่อบริการส่งสินค้าแบบ Delivery ก็มีแนวโน้มเพิ่มจำนวนตามไปด้วยเช่นกัน เพราะได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของห่วงโซ่อุปทาน หรือ Supply Chain ของการประกอบธุรกิจไปแล้ว

อีกทั้งการเข้าถึงเครือข่ายอินเทอร์เน็ตจากอุปกรณ์พกพาเคลื่อนที่ประเภทสมาร์ทโฟนและประเภท Media Device (เช่น iPad, iPod Touch, ฯลฯ) มีแนวโน้มที่เพิ่มจำนวนผู้ใช้มากยิ่งขึ้นในอนาคต เนื่องจากราคาของอุปกรณ์ที่ถูกลงและเทคโนโลยีการสื่อสารไร้สายที่มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นผนวกกับความสามารถของอุปกรณ์ที่มีมากยิ่งขึ้นตามเช่นกัน หนึ่งในความสามารถพิเศษเหล่านั้นคือการกำหนดตำแหน่งบนโลก (Global Positioning System: GPS) ของผู้ใช้งานบนแผนที่ จนกลายเป็นความสามารถพื้นฐานของอุปกรณ์ที่วางจำหน่ายในปัจจุบันอย่างแพร่หลาย

จากข้อสังเกตดังที่กล่าวมา ผู้ค้นคว้าจึงมีแนวคิดในการพัฒนาระบบให้บริการรับสั่งสินค้าผ่านทางเว็บเบราว์เซอร์บนโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการประชาสัมพันธ์และรับสั่งสินค้าระหว่างผู้บริโภคกับผู้ประกอบธุรกิจที่ให้บริการสินค้าแบบส่งถึงที่ ดังที่แสดงในรูปที่ 1.1 โดยมีคุณลักษณะพื้นฐานเป็นเว็บไซต์โปรแกรมประยุกต์ (Web Application) ที่ออกแบบมาเพื่อการใช้งานบนเว็บเบราว์เซอร์ของโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Web Browser) ประเภท Smartphone หรือ Media Deviceโดยเฉพาะ

เนื่องจากระบบที่เป็นรูปแบบเว็บไซต์จะปราศจากข้อจำกัดทางด้านแพลตฟอร์ม (Platform) ของอุปกรณ์ การทำงานของระบบจึงถูกเรียกใช้งานผ่านเว็บเบราว์เซอร์ ซึ่งมีมาตรฐานการแสดงผลเว็บไซต์บนแต่ละอุปกรณ์ได้เหมือนกัน อีกทั้งเว็บเบราว์เซอร์บนโทรศัพท์เคลื่อนที่ยังมีความสามารถพื้นฐานในการกำหนดตำแหน่งของผู้ใช้งานแบบ Geolocationได้ ซึ่งเป็นคุณสมบัติพิเศษที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ให้ระบบมีความน่าสนใจยิ่งขึ้นได้ อาทิ การแสดงรายการข้อมูลร้านค้าที่มีตำแหน่งที่ตั้งอยู่ในบริเวณใกล้เคียงผู้ใช้ หรือการแสดงแผนที่จากตำแหน่งของผู้ใช้โดยอัตโนมัติ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved



รูปที่ 1.1 รูปแบบของระบบให้บริการรับสั่งสินค้าแบบส่งถึงที่ ผ่านทางเว็บเบราว์เซอร์บนโทรศัพท์เคลื่อนที่

อีกทั้งระบบให้บริการรับสั่งสินค้าแบบส่งถึงที่ผ่านทางเว็บเบราว์เซอร์บนโทรศัพท์เคลื่อนที่ ยังเป็นแนวธุรกิจแบบใหม่ซึ่งทำหน้าที่เป็นศูนย์รวมข้อมูลและประชาสัมพันธ์ผู้ประกอบธุรกิจที่ให้บริการสินค้าแบบส่งถึงที่แก่กลุ่มผู้บริโภคที่นิยมใช้บริการ เพื่อสร้างโอกาสในการเข้าถึงข้อมูลสินค้าและบริการระหว่างผู้ประกอบธุรกิจกับผู้บริโภค และสิทธิประโยชน์ที่ผู้บริโภคพึงได้รับที่หลากหลายช่องทางยิ่งขึ้นได้

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อให้มีระบบเป็นเสมือนตัวกลางที่สามารถเป็นช่องทางในการประสัมพันธ์และสั่งสินค้าระหว่างผู้บริโภคกับผู้ประกอบธุรกิจที่ให้บริการสินค้าแบบส่งถึงที่ได้

1.3 ขอบเขตของการศึกษาวิจัย

เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ในการศึกษาจึงกำหนดขอบเขตของการค้นคว้าไว้ดังต่อไปนี้

1.3.1 ขอบเขตส่วนงานการติดต่อกับผู้ใช้ระบบฝั่งผู้ประกอบธุรกิจ

(1.) เป็นลักษณะ Mobile Web Application ที่ผู้ประกอบธุรกิจสามารถลงทะเบียนเพื่อบริหารจัดการข้อมูลสินค้าข้อมูลร้านค้า และข้อมูลการสั่งสินค้าได้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

(2.) มีระบบแจ้งเตือนมายังผู้ประกอบธุรกิจเมื่อมีการสั่งสินค้าจากผู้บริโภคทาง SMS และ อีเมล์

(3.) มีฟังค์ชั่นเสริมในการระบุตำแหน่งที่ตั้งร้านค้าบน Google Map ได้

(4.) มีระบบแสดงข้อมูลสรุปการสั่งสินค้าเพื่อเป็นข้อมูลสนับสนุนการตัดสินใจแก่ผู้ประกอบธุรกิจได้

1.3.2 ขอบเขตส่วนงานการติดต่อกับผู้ใช้ระบบฝั่งผู้บริโภค

(1.) เป็นลักษณะ Mobile Web Application ที่ผู้บริโภคสามารถลงทะเบียนสมัครเป็นสมาชิกของระบบ เพื่อสั่งสินค้าและจัดการข้อมูลส่วนบุคคลได้

(2.) มีระบบรองรับให้ผู้บริโภคสามารถเลือกดูสินค้าตามประเภทสินค้า หรือตามความนิยมของการสั่งสินค้าได้

(3.) มีระบบแสดงรายชื่อร้านค้าที่อยู่ตำแหน่งใกล้เคียงผู้บริโภค โดยการคำนวณจากตำแหน่งร้านค้าที่ผู้ประกอบธุรกิจได้ทำการระบุตำแหน่งไว้บนแผนที่ Google Map ได้

(4.) มีฟังค์ชั่นเสริมในการระบุตำแหน่งของผู้บริโภคบน Google Map ได้

1.3.3 ขอบเขตของข้อมูลที่ใช้ในการทดสอบระบบ

(1.) ข้อมูลทั้งหมดที่ใช้ในการทดสอบระบบ เป็นข้อมูลจำลองเพื่อการทดสอบเพียงเท่านั้น

1.4 วิธีการวิจัย

1.4.1 ศึกษาและรวบรวมความต้องการของระบบงาน โดยการเข้ารับการปรึกษาจากศูนย์นวัตกรรม วิจัย และพัฒนาผู้ประกอบการ ของมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น พร้อมทั้งศึกษาความเป็นไปได้และเทคโนโลยีที่นำมาประยุกต์ใช้

1.4.2 วิเคราะห์และออกแบบระบบจากข้อมูลความต้องการของผู้ใช้ที่รวบรวมมาได้

1.4.3 พัฒนาระบบโดยใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีที่ได้ทำการเลือกไว้แล้ว

1.4.4 พัฒนาซอฟต์แวร์ตามมาตรฐานไอเอสโอ 29110 (ISO 29110) โดยเลือกทำ10 กิจกรรมดังนี้

1.4.4.1 กระบวนการบริหารโครงการ (Project Management Process)

(1.) การวางแผนโครงการ (Project Planning)

(2.) การติดตามแผนโครงการ (Project Planning Execution)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

(3.) การตรวจสอบและควบคุมโครงการ (Project Assessment and Control)

(4.) การปิดโครงการ (Project Closure)

1.4.4.2 กระบวนการพัฒนาซอฟต์แวร์ (Software Implementation Process)

(1.) การเริ่มต้นการพัฒนาซอฟต์แวร์ (Software Implementation Initiation)

(2.) การวิเคราะห์ความต้องการซอฟต์แวร์ (Software Requirements Analysis)

(3.) สถาปัตยกรรมซอฟต์แวร์และรายละเอียดการออกแบบ (Software Architectural and Detailed Design)

(4.) การสร้างซอฟต์แวร์ (Software Construction)

(5.) การบูรณาการและการทดสอบซอฟต์แวร์ (Software Integration and Tests)

(6.) การส่งมอบผลิตภัณฑ์ (Product Delivery)

1.5 ประโยชน์ที่จะได้รับจากการศึกษาเชิงทฤษฎีและ / หรือเชิงประยุกต์

1.5.1 ก่อให้เกิดแนวธุรกิจแบบใหม่ที่ทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการประชาสัมพันธ์และรับสั่งสินค้า ระหว่างผู้บริโภคกับผู้ประกอบธุรกิจที่ให้บริการสินค้าแบบส่งถึงที่

1.5.2 เป็นศูนย์รวมในการนำเสนอประเภทธุรกิจอื่นที่ให้บริการ Delivery แก่กลุ่มผู้บริโภคที่นิยมใช้บริการ เพื่อสร้างโอกาสในการเข้าถึงผู้บริโภค และสิทธิประโยชน์ที่ผู้บริโภคพึงได้รับที่หลากหลายยิ่งขึ้น

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved