

# การพัฒนาแอปพลิเคชันค้นหาสินค้าโอท็อปจังหวัดสุรินทร์

## The Development of an Application to Search for OTOP Products in Surin Province.

จันทร์ดารา สุขสาม<sup>1</sup>, วินิต ยืนยง<sup>2</sup>, ปิยะ แก้วบัวดี<sup>3</sup>, วรลักษณ์ มาประสม<sup>4</sup>,  
รัตนา สุ่มขุนทด<sup>5</sup>, นวัตร โพธิสาร<sup>6</sup>, สหเทพ คำสุริยา<sup>7</sup> และอุมาพร ไชยสูง<sup>8\*</sup>  
Jandara Suksam<sup>1</sup>, Winit Yuenying<sup>2</sup>, Piya Keawbuadee<sup>3</sup>, Waraluck Maprasom<sup>4</sup>,  
Rattana Sumkhunthod<sup>5</sup>, Nawuttagorn Potisarn<sup>6</sup>, Sahathep Khamsuriya<sup>7</sup> and  
Umaporn Chaisoong<sup>8\*</sup>

Received : March 8, 2024; Revised : July 29, 2024; Accepted : July 30, 2024

### บทคัดย่อ (Abstract)

ความท้าทายของงานวิจัยเพื่อเพิ่มโอกาสและลดช่องว่างการเข้าถึงสินค้าระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายสินค้าโอท็อปในจังหวัดสุรินทร์ พัฒนาแอปพลิเคชันบนระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ เพื่อให้การเข้าถึงข้อมูลสินค้าเป็นไปอย่างถูกต้อง ปลอดภัย และเป็นมิตรกับผู้ใช้ โดยมีวัตถุประสงค์สำคัญสามประการ คือ 1) เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบัน ปัญหาและความต้องการในการค้นหาสินค้าโอท็อป 2) เพื่อพัฒนาแอปพลิเคชันแนะนำเส้นทางและค้นหาสินค้าโอท็อป และ 3) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของการใช้แอปพลิเคชันเพื่อการค้นหาสินค้าโอท็อป สํารวจกลุ่มตัวอย่างจากผู้ประกอบการโอท็อปและผู้สนใจทั่วไป ตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือแบบสอบถามโดยผู้เชี่ยวชาญ โดยใช้แบบสอบถามในการศึกษาสภาพปัจจุบัน ปัญหาและความต้องการ ประเมินประสิทธิภาพและ

---

<sup>1-8</sup>คณะเทคโนโลยีการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสุรินทร์ 32000;  
Faculty of Management Technology, Rajamangala University of Technology Isan, Surin Campus,  
Surin 32000, Thailand

\*Corresponding Author; e-mail : umaporn.ch@rmuti.ac.th

Citation : Suksam, J., Yuenying, W., Keawbuadee, P., Maprasom, W., Sumkhunthod, R., Potisarn, N., Khamsuriya, S. & Chaisoong, U. (2024). The Development of an Application to Search for OTOP Products in Surin Province.. *Journal of Local Governance and Innovation*. 8(3) : 23-40; DOI :



<https://doi.org/10.14456/jlgisrru.2024.49>

ประเมินความพึงพอใจต่อการใช้งานแอปพลิเคชันเพื่อการค้นหาสินค้าโอท็อปจังหวัดสุรินทร์  
ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีทางสถิติเชิงพรรณนาเพื่อสรุปสาระสำคัญผ่านโปรแกรมสำเร็จรูป

ผลการวิจัยพบว่า ปัญหาและความต้องการใช้งานแอปพลิเคชันภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x}=3.42$ ) มี 4 ด้านคือ ข้อมูลที่ไม่ตรงกับความต้องการของผู้ใช้ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x}=3.52$ ) รองลงมาอยู่ในระดับปานกลางทั้ง 3 ด้าน คือ ความล้าสมัย ( $\bar{x}=3.43$ ) ความปลอดภัย ( $\bar{x}=3.42$ ) และข้อมูลที่ไม่ครบถ้วน ( $\bar{x}=3.30$ ) เป็นลำดับสุดท้าย ขณะที่ความพึงพอใจโดยรวมต่อการใช้แอปพลิเคชันอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x}=4.02$ ) นำเสนอใน 3 ลำดับแรกคือ มาตรการรักษาความปลอดภัย ( $\bar{x}=4.12$ ) ข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่ถูกต้องและชัดเจน ( $\bar{x}=4.06$ ) และการออกแบบแอปพลิเคชันที่เหมาะสม ( $\bar{x}=4.04$ ) แอปพลิเคชันที่พัฒนาขึ้นสร้างความพึงพอใจและประสิทธิภาพโดยเฉพาะด้านความปลอดภัย ความถูกต้องของข้อมูลและการออกแบบที่เอื้อต่อการใช้งาน

**คำสำคัญ (Keywords) :** สินค้าโอท็อป, จังหวัดสุรินทร์, อีคอมเมิร์ซ, แอปพลิเคชันมือถือ, สินค้าชุมชน

## Abstract

The development of an application on the Android operating system aims to provide accurate, secure, and user-friendly access to product information. This research has three primary objectives: 1) To study the current situation, problems, and needs in searching for OTOP products, 2) To develop an application for guiding and searching for OTOP products, and 3) To study user satisfaction with the application for searching OTOP products. The study surveyed OTOP entrepreneurs and general enthusiasts. The quality of the questionnaire tools was verified by experts. The questionnaires were used to study the current situation, problems, and needs, evaluate the application's performance, and assess user satisfaction with the OTOP product search application in Surin Province. Data analysis was conducted using descriptive statistics to summarize key findings through a software program.

The research found that the overall problem and need for application use were at a moderate level ( $\bar{X}=3.42$ ). There were four main issues: information not meeting user needs (highest average  $\bar{X}=3.52$ ), followed by outdated features

**Citation :** จันทรรดา สุขสาม, วินิต ยืนยั้ง, ปิยะ แก้วบัวดี, วราลักษณ์ มาประสม, รัตนา สุ่มขุนทด, นวัณกร โพธิสาร, สหเทพ คำ



สุริยา และอุมาพร ไชยสูง. (2567). การพัฒนาแอปพลิเคชันค้นหาสินค้าโอท็อปจังหวัดสุรินทร์. วารสารการบริหารการปกครองและนวัตกรรมท้องถิ่น. 8(3) : 23-40;

DOI : <https://doi.org/10.14456/jlgisrru.2024.49>

( $\bar{X}$ =3.43), security ( $\bar{X}$ =3.42), and incomplete information ( $\bar{X}$ =3.30). In contrast, overall user satisfaction with the application was at a high level ( $\bar{X}$ =4.02), with the top three aspects being security measures ( $\bar{X}$ =4.12), accurate and clear product information ( $\bar{X}$ =4.06), and appropriate application design ( $\bar{X}$ =4.04). The developed application created satisfaction and efficiency in use, particularly in terms of security, data accuracy, and user-friendly design.

**Keywords :** OTOP, Surin Province, e-Commerce, Mobile Application, Community products

## บทนำ (Introduction)

รากฐานที่แข็งแกร่งสำหรับการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมผ่านการส่งเสริมผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมในท้องถิ่น ความเหลื่อมล้ำด้านเทคโนโลยี (Smith & Doe, 2022; Johnson & Kumar, 2021) การเข้าถึงสินค้าและบริการ เป็นข้อจำกัดที่สำคัญทำให้ชุมชนเสียโอกาสในการสร้างรายได้และส่วนแบ่งทางการตลาด (Johnson & Lee, 2023; Smith & Kumar, 2022) เป็นสิ่งสำคัญซึ่งทุกภาคส่วนต้องตระหนักและจัดการกับข้อเสยรวมถึงเสริมสร้างศักยภาพเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในระดับสากลของสินค้าโอท็อปและสร้างการเติบโตของเศรษฐกิจฐานรากอย่างทันทั่วทั้งที่ ภายใต้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) ที่ได้กำหนดยุทธศาสตร์ในการเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจและความยั่งยืนของประเทศไทย เน้นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคการผลิตและบริการ พัฒนาผู้ประกอบการและเศรษฐกิจชุมชนและยกระดับศักยภาพของสินค้า OTOP สู่มาตรฐานสากล

โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ภายใต้นโยบายรัฐบาลมุ่งเน้นให้ชุมชนใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นพัฒนาสินค้า สนับสนุนด้านความรู้สมัยใหม่และการบริหารจัดการเพื่อเชื่อมโยงสินค้าสู่ตลาดทั้งในและต่างประเทศ สุรินทร์เป็นจังหวัดที่มีความพร้อมและโดดเด่นด้านการค้าชายแดนไทย-กัมพูชา ขานรับการเข้าร่วมโครงการนี้ด้วยผู้ประกอบการกว่า 1,367 ราย และผลิตภัณฑ์ที่ลงทะเบียนกว่า 2,006 รายการ (สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดสุรินทร์, 2559) ผลจากการส่งเสริมของภาครัฐแนวโน้มของจำนวนผู้ประกอบการและผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้น ขณะที่สินค้าและบริการของชุมชนและภาพรวมของประเทศมีอัตราการเติบโตที่ลดลง กรมการพัฒนาชุมชนได้วางกลยุทธ์เพิ่ม

**Citation :** Suksam, J., Yuenying, W., Keawbuadee, P., Maprasom, W., Sumkhunthod, R., Potisarn, N., Khamsuriya, S. & Chaisoong, U. (2024). The Development of an Application to Search for OTOP Products in Surin Province.. *Journal of Local Governance and Innovation*. 8(3) : 23-40; DOI :



<https://doi.org/10.14456/jlgisrru.2024.49>

ช่องทางการตลาดและสนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ รวมถึงการประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการจำหน่ายสินค้าผ่านหลายช่องทางเพื่อพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานสินค้า OTOP ให้เพิ่มมูลค่าและเป็นที่ต้องการของตลาดในระดับสากล ก่อให้เกิดการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาเศรษฐกิจ ขณะเดียวกันความท้าทายในการจัดสรรทรัพยากรอย่างเท่าเทียมและการรักษามาตรฐานคุณภาพสินค้าและบริการตลอดห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ผู้ผลิตรายย่อยมักประสบปัญหาในการเข้าถึงข้อมูลทางการตลาดและกลุ่มผู้บริโภค รวมถึงความเหลื่อมล้ำด้านเทคโนโลยี ปัจจัยข้างต้นจึงเป็น Pain point สำคัญที่จะเสริมสร้างศักยภาพเศรษฐกิจชุมชนซึ่งเป็นดัชนีชี้วัดความสำเร็จของนโยบายภาครัฐสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน อย่างไรก็ตามโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ภายใต้นโยบายรัฐบาลมุ่งเน้นให้ชุมชนใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นพัฒนาสินค้า สนับสนุนด้านความรู้สมัยใหม่และการบริหารจัดการเพื่อเชื่อมโยงสินค้าสู่ตลาดทั้งในและต่างประเทศ สุรินทร์เป็นจังหวัดที่มีความพร้อมและโดดเด่นด้านการค้าชายแดนไทย-กัมพูชา ขานรับการเข้าร่วมโครงการนี้ด้วยผู้ประกอบการกว่า 1,367 ราย มีสินค้าและผลิตภัณฑ์ที่ลงทะเบียนกว่า 2,006 รายการ (สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดสุรินทร์, 2559) จึงเป็นจุดเริ่มต้นของการศึกษาผลการวิจัยและการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องเพื่อแก้ไขปัญหาอย่างตรงจุด Faizal และคณะ (2566) ศึกษาความสำคัญการสร้างเนื้อหาโปรโมชันที่น่าสนใจสำหรับ MSMEs ซึ่งบ่งชี้ถึงความต้องการในการเพิ่มทักษะการตลาดดิจิทัลให้กับผู้ประกอบการท้องถิ่น สอดคล้องกับ Suakanto และคณะ (2565) อธิบายถึงความจำเป็นในการพัฒนาแอปพลิเคชันอีคอมเมิร์ซสำหรับตลาดสินค้าชุมชน ชี้ให้เห็นถึงช่องโหว่ทางเทคโนโลยีในที่ต้องได้รับการแก้ไขเพื่อเพิ่มศักยภาพการขายผลิตภัณฑ์ของธุรกิจขนาดเล็กและขนาดกลาง (MSMEs) นอกจากนี้ Yushkevych และคณะ (2564) ศึกษาการสร้างช่องทางการตลาดที่หลากหลายถือเป็นกลยุทธ์สำคัญในการพัฒนาธุรกิจอีคอมเมิร์ซ รวมทั้งการได้รับประโยชน์จากการสื่อสารและประชาสัมพันธ์สินค้าชุมชนให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย เช่นเดียวกับ Zhao (2567), Thongchai & Kumar, 2023 สร้างความท้าทายด้วยการพัฒนาอีคอมเมิร์ซในพื้นที่ชนบทและสร้างโอกาสในการเข้าถึงตลาดที่กว้างขึ้น อีกทั้งยังชี้ให้เห็นถึงปัญหาด้านความเหลื่อมล้ำทางเทคโนโลยีถือเป็นจุดด้อยของชุมชนในชนบท และในปีเดียวกัน Mangia & Quaresma (2566), Kumar และคณะ (2566) ได้ออกแบบระบบขายสินค้าและบริการออนไลน์ของชุมชน พบว่าผู้บริโภคมีความคาดหวังกับประสบการณ์แรกในการใช้งานร้านค้าออนไลน์ ซึ่งมีความจำเป็นอย่าง

Citation : จันทร์ดารา สุขสาม, วิจิต ยืนยั้ง, ปิยะ แก้วบัวดี, วราลักษณ์ มาประสม, รัตนา สมขุนทด, นวัณกร โพธิสาร, สหเทพ คำ



สุริยา และอุมาพร ไชยสูง. (2567). การพัฒนาแอปพลิเคชันค้นหาสินค้าโอท็อปจังหวัดสุรินทร์. วารสารการบริหารการปกครองและนวัตกรรมท้องถิ่น. 8(3) : 23-40;

DOI : <https://doi.org/10.14456/jlgisrru.2024.49>

เร่งด่วนในการยกระดับการสร้างประสบการณ์ที่ดีตลอดการใช้งานและเป็นตัวชี้วัดความสำเร็จ ขณะที่ Ji และคณะ (2564), Al Tamer (2564), Dhayfule และคณะ (2565) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการลงทุนในบริการและกลยุทธ์การกำหนดราคาที่เป็นธรรมและให้ข้อมูลอย่างครบถ้วนในหน้าแรก (Homepage) ชี้ให้เห็นความจริงใจที่มีต่อกลุ่มเป้าหมายส่งผลต่อทัศนคติและส่วนแบ่งทางการตลาดของสินค้าชุมชน

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์มุ่งเน้นไปที่การแก้ไขปัญหาการค้นหาสินค้าโอท็อปจังหวัดสุรินทร์ ด้วยการพัฒนาแอปพลิเคชันในการจัดการข้อมูล ค้นหาสินค้าโอท็อป รวมถึงแนะนำเส้นทางแหล่งจำหน่ายสินค้า สร้างโอกาสการเข้าถึงสินค้าและแหล่งแหล่งผลิตให้กับกลุ่มเป้าหมาย นำสู่การประเมินความพึงพอใจและประสิทธิภาพในการเข้าถึงสินค้าและบริการที่สะดวก ครบถ้วน ถูกต้อง ทันสมัย ปลอดภัย และสร้างประสบการณ์ที่ดีกับผู้บริโภค โดยใช้งานผ่านเทคโนโลยีโมบายแอปพลิเคชัน (Chan & Suriya, 2022) เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าชุมชน เชื่อมต่อผู้ผลิตสู่ตลาดสากล (Thongchai & Kumar, 2023) ส่งเสริมเศรษฐกิจฐานราก อีกทั้งแสดงความโดดเด่นทางอัตลักษณ์และวัฒนธรรมท้องถิ่น (Lee & Narongchai, 2021) การวิจัยนี้ไม่เพียงแค่อบสนองความต้องการของผู้บริโภคยุคดิจิทัล แต่ยังสร้างโอกาสใหม่ๆ สำหรับการเติบโตของธุรกิจท้องถิ่น โดยใช้เทคโนโลยีเป็นสะพานเชื่อมภูมิปัญญาและผลิตภัณฑ์ไทยสู่ตลาดสากล

## วัตถุประสงค์การวิจัย (Research Objectives)

1. เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบัน ปัญหาและความต้องการในการค้นหาสินค้าโอท็อป
2. เพื่อพัฒนาแอปพลิเคชันแนะนำเส้นทางและค้นหาสินค้าโอท็อป
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของการใช้แอปพลิเคชันเพื่อการค้นหาสินค้าโอท็อป

## วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยนี้มุ่งเน้นไปที่ผู้ประกอบการโอท็อป (One Tambon One Product) และผู้สนใจทั่วไปในจังหวัดสุรินทร์ ประชากรเป้าหมาย ได้แก่ ผู้ประกอบการโอท็อปและผู้ซื้อที่มีศักยภาพ

Citation : Suksam, J., Yuenying, W., Keawbuadee, P., Maprasom, W., Sumkhunthod, R., Potisarn, N., Khamsuriya, S. & Chaisoong, U. (2024). The Development of an Application to Search for OTOP Products in Surin Province.. *Journal of Local Governance and Innovation*. 8(3) : 23-40; DOI :



<https://doi.org/10.14456/jlgisrru.2024.49>

สามารถใช้แอปพลิเคชันบนมือถือเพื่อเข้าถึงข้อมูลสินค้า คณะผู้วิจัยเลือกใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบ  
ชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) เพื่อใช้เป็นตัวแทนของผู้ประกอบการและผู้บริโภค

2. ขอบเขตการศึกษา

มุ่งเน้นไปที่การพัฒนาและประเมินผลการใช้งานแอปพลิเคชันการค้นหาสินค้าโอท็อปใน  
จังหวัดสุรินทร์ รวมถึงการเพิ่มประสิทธิภาพและความพึงพอใจต่อผู้ใช้งาน แบ่งเป็น 5 ด้านดังนี้

2.1 ด้านเนื้อหา วิเคราะห์สภาพปัจจุบัน ปัญหาและความต้องการในการใช้งาน  
แอปพลิเคชัน ตลอดจนการพัฒนาแอปพลิเคชันที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้ การ  
ประเมินความพึงพอใจและประสิทธิภาพของแอปพลิเคชัน

2.2 ด้านกลุ่มเป้าหมาย ประชากรและกลุ่มตัวอย่างครอบคลุมผู้ประกอบการโอ  
ท็อป ระดับ 1-5 ดาว จ.สุรินทร์ ที่เป็นผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้า เจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชนสุรินทร์  
รวมถึงผู้บริโภคที่สนใจและใช้แอปพลิเคชัน กลุ่มตัวอย่างถูกเลือกด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ  
ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 สรุปรายชื่อประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย

| ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง | วัตถุประสงค์/จำนวน (คน) |                  |             | หมายเหตุ      |
|-------------------------|-------------------------|------------------|-------------|---------------|
|                         | สภาพปัจจุบัน            | พัฒนาแอปพลิเคชัน | ความพึงพอใจ |               |
| ผู้ประกอบการ            | 200                     | 80               | 100         | Yamane, 1973  |
| บุคลากร สนง.พัฒนาชุมชน  | 17                      | 17               | 17          | เลือกทั้งหมด  |
| บุคคลที่สนใจทั่วไป      | 443                     | 138              | 141         | Cochran, 1977 |
| รวมทั้งหมด              | 660                     | 235              | 258         |               |

2.3 ด้านข้อมูล การศึกษาใช้ข้อมูลทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพเพื่อให้ได้ข้อมูล  
เชิงลึกเกี่ยวกับประสบการณ์และความต้องการ โดยวิธีเชิงปริมาณได้จากแบบสอบถามที่พัฒนาขึ้น  
เพื่อวัดความพึงพอใจและปัญหาการใช้งานของแอปพลิเคชัน ส่วนวิธีเชิงคุณภาพได้จากการ  
สัมภาษณ์และการสนทนากลุ่มกับผู้ใช้งานและผู้ประกอบการ

2.4 ด้านความสามารถแอปพลิเคชัน

- 1) ผู้ดูแลระบบ จัดการข้อมูลสมาชิก ข้อมูลสินค้า เพิ่ม ลบ แก้ไขและ  
กำหนดสิทธิ์ใช้งาน
- 2) เจ้าหน้าที่ ค้นหาข้อมูลผู้ประกอบการ ขึ้นทะเบียนร้านและอนุมัติการ  
ขึ้นทะเบียน



- 3) ผู้ประกอบการ ตั้งค่าร้านค้า จัดการผลิตภัณฑ์ การขายสินค้าและแก้ไข  
ข้อมูลส่วนตัว
- 4) สมาชิก สั่งซื้อสินค้า ติดตามคำสั่งซื้อ โปรโมชั่นและข้อมูลการจัดส่ง  
สินค้า
- 5) การค้นหาสินค้าตามความสนใจ เช่น เลือกชม ชื้อ เช็คราคาและ  
ประเภทสินค้า

2.5 ด้านระยะเวลา 1 ปี รวมถึงการพัฒนาแอปพลิเคชัน เก็บรวบรวมข้อมูลและ  
วิเคราะห์ผล

### 3. เครื่องมือวิจัย

3.1 แบบสอบถามปัญหาและความต้องการพัฒนาแอปพลิเคชันค้นหาสินค้า  
โอท็อป

3.2 พัฒนาแอปพลิเคชันค้นหาสินค้าโอท็อปจังหวัดสุรินทร์ ประกอบไปด้วย 2  
ส่วน คือ Hardware: Smart phone, MacBook และ Software: Atom, Android Studio,  
MySQL Apache, Google Maps API, และ Map API

3.3 แบบประเมินประสิทธิภาพแอปพลิเคชันค้นหาสินค้าโอท็อปจังหวัดสุรินทร์

3.4 แบบประเมินความพึงพอใจแอปพลิเคชันค้นหาสินค้าโอท็อปจังหวัดสุรินทร์

### 4. การเก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

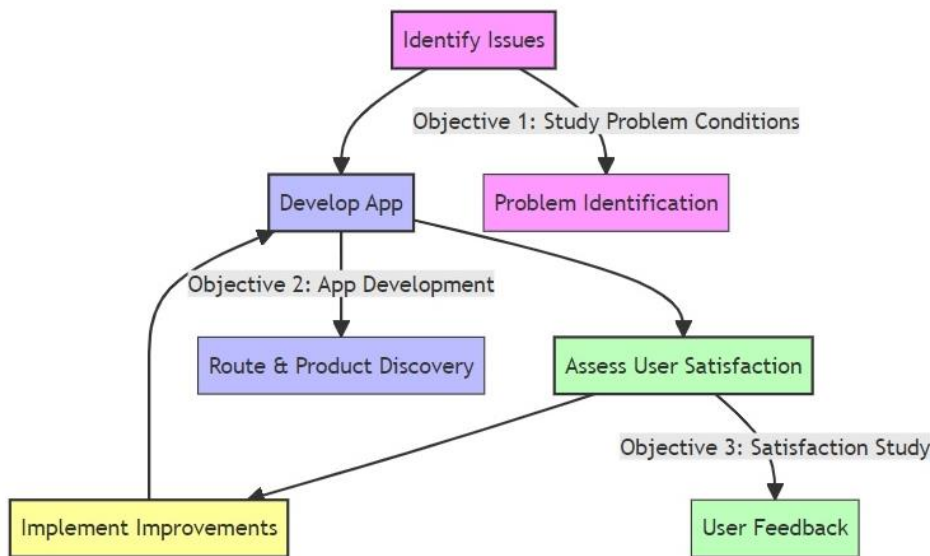
คณะผู้วิจัยใช้วิธีแบบผสมผสาน (Mixed-Method Approach) ด้วยวิธีการวิจัยเชิง  
ปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ 1) วิจัยเชิงปริมาณ  
พัฒนาแบบสอบถามแบบมีโครงสร้างและเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง ด้านความพึงพอใจของ  
ผู้ใช้ ปัญหาการใช้งาน และความต้องการที่เกี่ยวข้องกับการเข้าถึงสินค้าโอท็อปผ่านแอปพลิเคชันมือ  
ถือ โดยการวิเคราะห์และสรุปข้อมูลทางสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบน  
มาตรฐาน 2) วิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ประกอบการโอท็อปและการสนทนา  
กลุ่มกับผู้บริโภคเกี่ยวกับประสบการณ์การใช้งานและความพึงพอใจของแอปพลิเคชัน การวิจัยใน  
ครั้งนี้เก็บรวบรวมข้อมูลใน 2 ลักษณะ คือ 1) การลงพื้นที่ 17 อำเภอเก็บรวบรวมข้อมูลโดย



คณะผู้วิจัย ระหว่างเดือนเมษายน-สิงหาคม 2562 และ 2) ข้อมูลมือสองของเจ้าหน้าที่สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดสุรินทร์ 17 อำเภอ โดยใช้แบบสอบถามแบบออนไลน์

### 5. กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยในครั้งนี้ เริ่มดำเนินการจากการศึกษาสภาพปัจจุบัน ปัญหาและความต้องการจากกลุ่มตัวอย่าง นำสู่การพัฒนาแอปพลิเคชันด้วยการจัดการข้อมูลสินค้า โดยระบบสามารถ เพิ่ม ลบ แก้ไข ค้นหา และแนะนำเส้นทางแหล่งจำหน่ายสินค้า แสดงผลและใช้งานผ่านโมบายแอปพลิเคชัน รวมถึงสร้างโอกาสการเข้าถึงสินค้าและแหล่งแหล่งผลิตให้กับกลุ่มเป้าหมาย โดยออกแบบการใช้งานออกเป็น 4 ส่วนหลัก คือ ผู้ดูแลระบบ เจ้าหน้าที่ ผู้ประกอบการ สมาชิกและผู้ใช้ทั่วไป นำสู่การประเมินความพึงพอใจและประสิทธิภาพในการเข้าถึงสินค้าและบริการที่สะดวก ครบถ้วน ถูกต้อง ทันสมัย ปลอดภัย และสร้างประสบการณ์ที่ดีกับผู้บริโภค แสดงดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยนี้มุ่งพัฒนาแอปพลิเคชันสำหรับค้นหาสินค้าโอท็อปในจังหวัดสุรินทร์ ที่มิวิจัยได้ออกแบบและพัฒนาระบบบนแพลตฟอร์มแอนดรอยด์ที่สามารถค้นหาและแนะนำเส้นทางหรือแหล่งผลิตสินค้าโอท็อป แสดงผลบนสมาร์ตโฟนเพื่อเพิ่มโอกาสและประสิทธิภาพในการขายสินค้า รวมถึงการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับกลุ่มตัวอย่าง นำเสนอผลตามวัตถุประสงค์การวิจัยดังนี้

Citation : จันทร์ดารา สุขสาม, วินิต ยืนยั้ง, ปิยะ แก้วบัวดี, วราลักษณ์ มาประสม, รัตนา สมขุนทด, นวัณกร โพธิสาร, สหเทพ คำ



สุริยา และอุมาพร ไชยสูง. (2567). การพัฒนาแอปพลิเคชันค้นหาสินค้าโอท็อปจังหวัดสุรินทร์. วารสารการบริหารการปกครองและนวัตกรรมท้องถิ่น. 8(3) : 23-40;

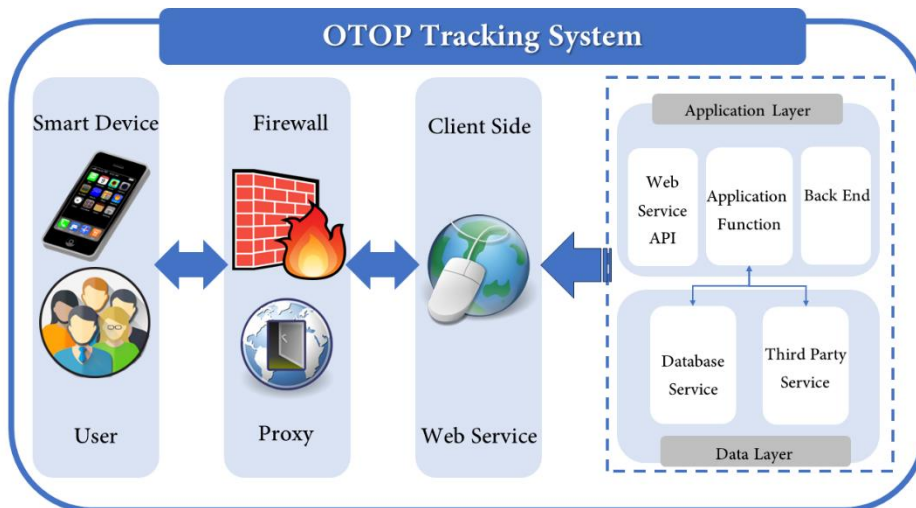
DOI : <https://doi.org/10.14456/jlgisrru.2024.49>

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาสภาพปัญหาในการค้นหาสินค้าโอท็อปจังหวัดสุรินทร์ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 68.6% มีอายุระหว่าง 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 28.5% และรองลงมาคือกลุ่มอายุ 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 27.6% แสดงให้เห็นถึงความต้องการและความสนใจของกลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่เป็นคนวัยทำงาน โดยกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามเป็นบุคคลทั่วไปถึงร้อยละ 62.0% และรองลงมาคือกลุ่มผู้ประกอบการโอท็อป คิดเป็นร้อยละ 32.4% การวิจัยนี้นำเสนอข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับสภาพปัจจุบัน ปัญหาและความต้องการของกลุ่มเป้าหมายต่อการใช้ออปพลิเคชัน พบว่าภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x}=3.42$ ) โดยพบประเด็นสำคัญสู่การพัฒนาแอปพลิเคชันใน 4 ด้าน คือ 1) ด้านข้อมูลตรงกับความต้องการ ( $\bar{x}=3.52$ ) ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ การนำเสนอข้อมูลที่ตรงกับความต้องการ และผู้ให้บริการในช่องทางออนไลน์ไม่เพียงพอ 2) ด้านความทันสมัย ( $\bar{x}=3.43$ ) ได้แก่ ข้อมูลสินค้าไม่เป็นปัจจุบัน ระบบเดิมที่ใช้อยู่มีความซับซ้อนและยากต่อการใช้งาน ขาดความเข้าใจในการใช้ระบบ ค้นหาข้อมูลสินค้าในปัจจุบัน ข้อมูลสถานที่ผลิต-จำหน่ายสินค้าไม่เป็นปัจจุบัน 3) ด้านความปลอดภัย ( $\bar{x}=3.42$ ) ได้แก่ ข้อมูลแหล่งจำหน่ายสินค้าไม่ตรงกับความเป็นจริง สินค้าไม่สามารถตรวจสอบได้ และ 4) ด้านความถูกต้อง ( $\bar{x}=3.30$ ) ได้แก่ การแสดงผลข้อมูลสินค้าไม่สมบูรณ์ ไม่แสดงราคาสินค้า แหล่งผลิต-จำหน่ายและข้อมูลสินค้าไม่ถูกต้อง แสดงดังตารางที่ 2 และภาพที่ 4(ก)

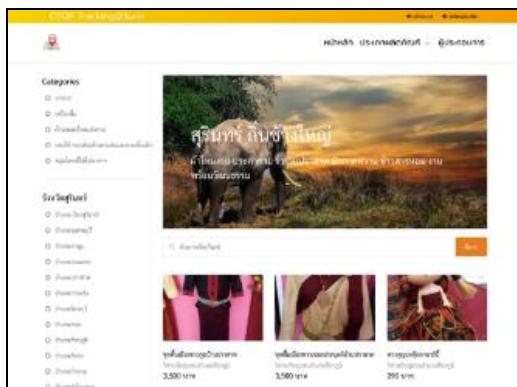
วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อพัฒนาแอปพลิเคชันแนะนำเส้นทางและค้นหาสินค้าโอท็อปจังหวัดสุรินทร์ นำเสนอผลการพัฒนาแอปพลิเคชันผ่านอุปกรณ์มือถือ โดยเน้นความสะดวกในการเข้าถึงสินค้าและบริการผ่านช่องทางออนไลน์ เครื่องมือที่ใช้ในการพัฒนาแอปพลิเคชันแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ 1) ฮาร์ดแวร์ ได้แก่ สมาร์ทโฟน MacBook 2) ซอฟต์แวร์ ได้แก่ Atom สำหรับเขียนโค้ด Android Studio เพื่อออกแบบแอปพลิเคชัน MySQL ในการจัดการฐานข้อมูล Apache จำลองเว็บไซต์ฟรอนเอนด์ Google Maps API และ Longdo Map API ใช้กับข้อมูลแผนที่ ตรวจสอบประสิทธิภาพการทำงานของระบบแบบกล่องดำ (Black Box Testing) โดยไม่พิจารณาโค้ดภายใน ประกอบด้วย การทดสอบหน่วยย่อย (Unit Testing) เพื่อหาข้อผิดพลาดในแต่ละโมดูล การทดสอบการทำงานร่วมกัน (Integration Testing) ได้อย่างถูกต้อง และการทดสอบระบบ (System Testing) เพื่อประเมินการทำงานของระบบทั้งหมด สุดท้ายคือการทดสอบการยอมรับในระบบ (Acceptance



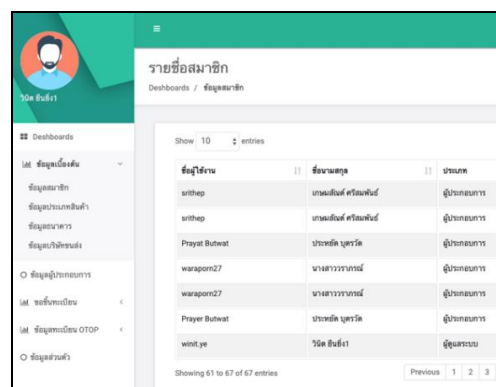
Testing) โดยใช้ข้อมูลจำลองและข้อมูลจริงเพื่อตรวจสอบความพึงพอใจของผู้ใช้ ทั้งนี้เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายในวัยทำงานและผู้สนใจทั่วไปโดยออกแบบการใช้งานออกเป็น 4 ส่วนหลัก ประกอบด้วย ผู้ดูแลระบบ เจ้าหน้าที่ ผู้ประกอบการ สมาชิกและผู้ใช้ทั่วไป แสดงดังภาพที่ 2 และ 3



ภาพที่ 1 แสดงการออกแบบแอปพลิเคชันเพื่อการค้นหาสินค้าโอท็อปจังหวัดสุรินทร์



3(ก) แสดงข้อมูลหน้าหลัก

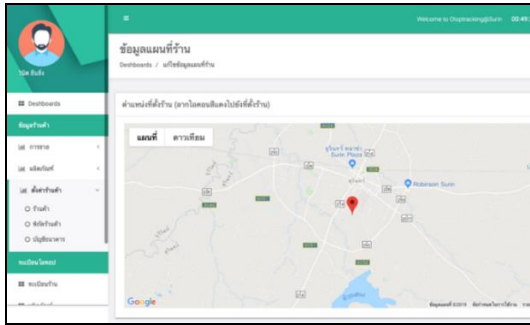


3(ข) แสดงผลการจัดการข้อมูลของผู้ดูแลระบบ

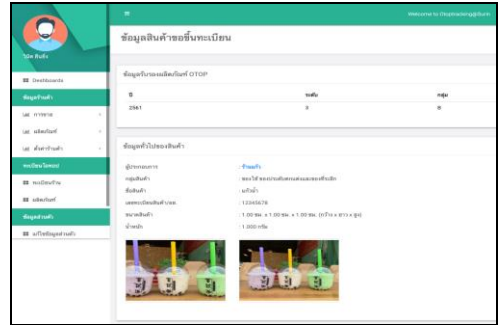
Citation : จันทราดา สุขสาม, วินิต ยืนยง, ปิยะ แก้วบัวดี, วราลักษณ์ มาประสม, รัตนา สุขขุนทด, นวัณกร โพธิสาร, สหเทพ คำสุริยา และอุมาพร ไชยสูง. (2567). การพัฒนาแอปพลิเคชันค้นหาสินค้าโอท็อปจังหวัดสุรินทร์. วารสารการบริหารการปกครองและนวัตกรรมท้องถิ่น. 8(3) : 23-40;



DOI : <https://doi.org/10.14456/jlgisrru.2024.49>



3(ค) แสดงผลการค้นหาพิกัดร้านค้า



3(ง) แสดงผลการขอขึ้นทะเบียนสินค้า OTOP

### ภาพที่ 3 แสดงผลการพัฒนาแอปพลิเคชันเพื่อการค้นหาสินค้าโอท็อปจังหวัดสุรินทร์

จากภาพที่ 3 แสดงผลการพัฒนาแอปพลิเคชันเพื่อการค้นหาสินค้าโอท็อปจังหวัดสุรินทร์ ส่วนที่หนึ่ง “ผู้ดูแลระบบ” สามารถจัดการข้อมูลสมาชิก ประเภทสินค้า ธนาคาร บริษัทขนส่ง แบ่งประเภทสมาชิก คือ ผู้ดูแลระบบ เจ้าหน้าที่ ผู้ประกอบการและสมาชิกทั่วไป โดยสามารถเพิ่ม ลบ แก้ไขและกำหนดสิทธิ์การใช้งาน แสดงดังภาพที่ 3(ก) และ 3(ข) ส่วนที่สอง “เจ้าหน้าที่” สามารถค้นหาข้อมูลและขึ้นทะเบียนแทนผู้ประกอบการ อนุมัติและรับรองผลิตภัณฑ์ในทุกระดับ แสดงดังภาพ 3(ก) และ 3(ง) ส่วนที่สาม “ผู้ประกอบการ” สามารถตั้งค่าร้านค้า จัดการข้อมูลสินค้า ขายสินค้า ขึ้นทะเบียนผู้ประกอบการและสินค้า และยังแก้ไขข้อมูลส่วนตัวได้ กำหนดตำแหน่งพิกัดของร้าน ใน 2 รูปแบบ ได้แก่ Terrain Map และ Satellite Map รวมถึงการจัดการข้อมูลบัญชีธนาคาร แสดงดังภาพ 3(ก) และ 3(ค) และส่วนสุดท้าย “สมาชิก” ในส่วนของผู้ใช้งานหรือลูกค้าเมื่อสมัครเป็นสมาชิกจะสามารถเลือกและสั่งซื้อที่สินค้า เก็บข้อมูลที่อยู่สำหรับการจัดส่งสินค้า เรียกดูและติดตามคำสั่งซื้อ รวมไปถึงได้สิทธิพิเศษและโปรโมชั่น แสดงดังภาพ 3(ก) และ 3(ค)

วัตถุประสงค์ที่ 3 ศึกษาความพึงพอใจของการใช้แอปพลิเคชันเพื่อการค้นหาสินค้าโอท็อปจังหวัดสุรินทร์ คณะผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาสู่การพัฒนาแอปพลิเคชันเพื่อการค้นหาสินค้าโอท็อป โดยตรวจสอบความถูกต้องแอปพลิเคชันที่พัฒนาขึ้น จากการทดสอบการใช้งานโดยผู้เชี่ยวชาญ เพื่อรับข้อเสนอแนะพร้อมนำสู่การปรับปรุงแอปพลิเคชันให้เหมาะสมสำหรับการใช้งานตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย แสดงดังตารางที่ 2 และภาพที่ 4(ข)

Citation : Suksam, J., Yuenying, W., Keawbuadee, P., Maprasom, W., Sumkhunthod, R., Potisarn, N., Khamsuriya,



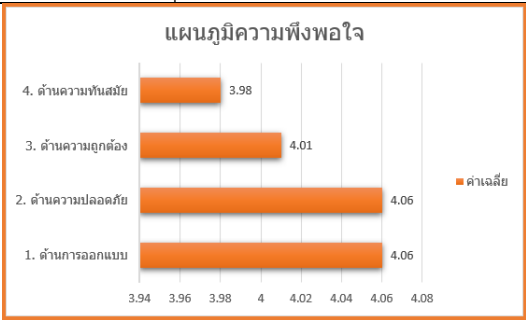
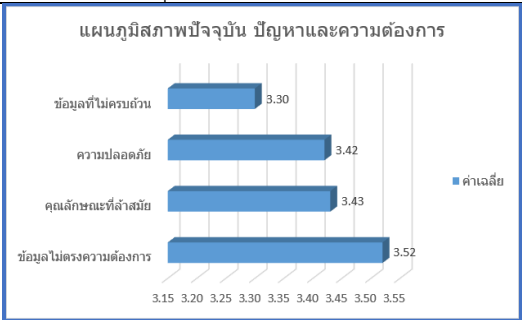
S. & Chaisoong, U. (2024). The Development of an Application to Search for OTOP Products in Surin

Province.. *Journal of Local Governance and Innovation*. 8(3) : 23-40; DOI :

<https://doi.org/10.14456/jlgisrru.2024.49>

ตารางที่ 2 สรุปการวิเคราะห์ผลสภาพปัจจุบัน ปัญหา ความต้องการและความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายต่อการใช้ออปพลิเคชันค้นหาสินค้าโอท็อปจังหวัดสุรินทร์

| สภาพปัจจุบัน                   | ระดับความคิดเห็น |         | ความพึงพอใจ        | ระดับความคิดเห็น |       |
|--------------------------------|------------------|---------|--------------------|------------------|-------|
|                                | $\bar{x}$        | แปลผล   |                    | $\bar{x}$        | แปลผล |
| 1. ด้านข้อมูลไม่ตรงความต้องการ | 3.52             | มาก     | 1. ด้านการออกแบบ   | 4.06             | มาก   |
| 2. ด้านความไม่ทันสมัย          | 3.43             | ปานกลาง | 2. ด้านความปลอดภัย | 4.06             | มาก   |
| 3. ด้านความไม่ปลอดภัย          | 3.42             | ปานกลาง | 3. ด้านความถูกต้อง | 4.01             | มาก   |
| 4. ด้านความไม่ถูกต้อง          | 3.30             | ปานกลาง | 4. ด้านความทันสมัย | 3.98             | มาก   |
| รวมทุกด้าน                     | 3.42             | ปานกลาง | รวมทุกด้าน         | 4.02             | มาก   |



4(ก) แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลสภาพปัจจุบัน 4(ข) แสดงผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจ  
ภาพที่ 2 แสดงแผนภูมิผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิจัย (Research Results)

การวิจัยเกี่ยวกับแอปพลิเคชันสำหรับการค้นหาสินค้าโอท็อปจังหวัดสุรินทร์ นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติ มุ่งประเด็นสำคัญใน 3 วัตถุประสงค์ โดยเน้นย้ำถึงความจำเป็นในการปรับปรุงและปรับปรุงแอปพลิเคชันการค้นหาผลิตภัณฑ์ OTOP เพื่อให้สอดคล้องกับความคาดหวังของผู้ใช้และเพิ่มความมั่นใจในการใช้งาน ซึ่งจะช่วยเพิ่มศักยภาพทางการตลาดและการขายผลิตภัณฑ์ OTOP จังหวัดสุรินทร์ นำเสนอผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ดังนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1 พบประเด็นสำคัญสู่การพัฒนาแอปพลิเคชันใน 4 ด้าน ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 3.42 คือ 1) ด้านข้อมูลไม่ตรงกับความต้องการ อาทิเช่น การประชาสัมพันธ์ การนำเสนอข้อมูลที่ตรงกับความต้องการ และผู้ให้บริการในช่องทางออนไลน์ไม่



เพียงพอ 2) ด้านความทันสมัย ได้แก่ ข้อมูลสินค้าไม่เป็นปัจจุบัน ระบบเดิมที่ใช้อยู่มีความซับซ้อนและยากต่อการใช้งาน ขาดความเข้าใจในการใช้ระบบค้นหาข้อมูลสินค้าในปัจจุบัน ข้อมูลสถานที่ผลิต-จำหน่ายสินค้าไม่เป็นปัจจุบัน 3) ด้านความปลอดภัย ประกอบด้วย ข้อมูลแหล่งจำหน่ายสินค้าไม่ตรงกับความเป็นจริง สินค้าไม่สามารถตรวจสอบได้ และ 4) ด้านความถูกต้อง ได้แก่ การแสดงผลข้อมูลสินค้าไม่สมบูรณ์ ไม่แสดงราคาสินค้า แหล่งผลิต-จำหน่ายและข้อมูลสินค้าไม่ถูกต้อง

วัตถุประสงค์ที่ 2 ตรวจสอบประสิทธิภาพการทำงานของระบบแบบกล่องดำ (Black Box Testing) โดยไม่พิจารณาโค้ดภายใน ประกอบด้วย การทดสอบหน่วยย่อย (Unit Testing) เพื่อหาข้อผิดพลาดในแต่ละโมดูล การทดสอบการนำโปรแกรมมาประกอบรวมกัน (Integration Testing) เพื่อให้แน่ใจว่าโมดูลต่าง ๆ ทำงานร่วมกันได้อย่างถูกต้อง และการทดสอบระบบ (System Testing) เพื่อประเมินการทำงานของระบบทั้งหมด สุดท้ายคือการทดสอบการยอมรับในระบบ (Acceptance Testing) โดยใช้ข้อมูลจำลองและข้อมูลจริงเพื่อตรวจสอบความพึงพอใจของผู้ใช้ ทั้งนี้เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายในวัยทำงานและผู้สนใจทั่วไปโดยออกแบบแอปพลิเคชันใน 4 ส่วนหลัก ประกอบด้วย ผู้ดูแลระบบ เจ้าหน้าที่ ผู้ประกอบการ สมาชิกและผู้ใช้ทั่วไป

วัตถุประสงค์ที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลจากตารางแสดงให้เห็นว่าผู้ใช้แอปพลิเคชันค้นหาสินค้าโอท็อปมีความพึงพอใจในด้านการออกแบบ ความปลอดภัย ความถูกต้อง และความทันสมัยในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 4.02 การออกแบบที่ดีและข้อมูลที่ถูกต้องทันสมัยมีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้ (Wu, et al., 2022) ที่เน้นความสำคัญของการออกแบบที่มีประสิทธิภาพและการประเมินความสามารถในการใช้งาน นอกจากนี้ การลดภาระทางจิตของผู้ใช้ตามแนวคิดของ PACMAD model ยังช่วยเพิ่มความสะดวกสบายในการใช้งาน (Weichbroth, et al., 2020)

## อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

ในบริบทของการพัฒนาและปรับปรุงแอปพลิเคชัน การวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วยวัตถุประสงค์สำคัญสามประการดังนี้ วัตถุประสงค์ข้อที่หนึ่ง ผู้ใช้พบปัญหาหลักใน 4 ด้าน ได้แก่ 1) ข้อมูลไม่ตรงกับความต้องการอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับแนวคิดการจัดการข้อมูลที่เน้นการให้ข้อมูลที่ถูกต้องและครบถ้วน การที่ข้อมูลไม่ตรงกับความต้องการอาจเกิดจากการที่ข้อมูลไม่ได้รับการปรับปรุงให้เป็นปัจจุบัน (Kim et al., 2020; Weichbroth, 2020) อย่างต่อเนื่อง 2) ความล้าสมัยพบปัญหาในระดับปานกลาง ทำให้ส่งผลกระทบต่อความรู้สึกของผู้ใช้และไม่สามารถตอบสนองต่อความ

Citation : Suksam, J., Yuenying, W., Keawbuadee, P., Maprasom, W., Sumkhunthod, R., Potisarn, N., Khamsuriya,



S. & Chaisoong, U. (2024). The Development of an Application to Search for OTOP Products in Surin Province.. *Journal of Local Governance and Innovation*. 8(3) : 23-40; DOI :

<https://doi.org/10.14456/jlgisru.2024.49>

ต้องการได้อย่างเต็มที่ (Tarute et al., 2017) โดยการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาใช้งานจะช่วยให้แอปพลิเคชันมีความทันสมัยและเพิ่มความพึงพอใจของผู้ใช้ 3) ความไม่ปลอดภัย เป็นอีกหนึ่งประเด็นที่สำคัญต่อความเชื่อมั่นในการใช้งานแอปพลิเคชัน (Seffah et al., 2006) เพื่อเพิ่มมาตรการรักษาความปลอดภัย เช่น อาทิเช่น การเข้ารหัสข้อมูลและการตรวจสอบสิทธิ์ผู้ใช้ และ 4) ปัญหาข้อมูลที่ไม่ครบถ้วน การแสดงข้อมูลไม่สมบูรณ์และไม่สามารถให้ข้อมูลที่ผู้ใช้ต้องการได้โดยการปรับปรุงกระบวนการเก็บรวบรวมและจัดการข้อมูลให้ครอบคลุมและครบถ้วนตามความต้องการของผู้ใช้ (Weichbroth, 2020) วัตถุประสงค์ข้อที่สอง การประเมินประสิทธิภาพระบบแบบกล่องดำช่วยให้ตรวจสอบการทำงานของระบบโดยไม่ต้องพิจารณาโค้ดภายใน โดยแอปพลิเคชันสามารถให้ข้อมูลที่ถูกต้องและปลอดภัย ตลอดจนการทำงานที่ไม่มีข้อผิดพลาดที่สำคัญ การทดสอบหน่วยย่อยช่วยตรวจสอบการทำงานภายในของแต่ละโมดูล การทดสอบการนำโปรแกรมมาประกอบรวมกันช่วยให้มั่นใจว่าทุกโมดูลสามารถทำงานร่วมกันได้เป็นอย่างดี ขณะที่การทดสอบและประเมินการทำงานของระบบเป็นสำคัญที่ยืนยันถึงประสิทธิภาพต่อความต้องการและความคาดหวังของผู้ใช้ โดยผลการวิจัยข้างต้นมีความสอดคล้องกับการศึกษาของ Seffah et al. (2006) ที่เน้นถึงความสำคัญของการทดสอบระบบเพื่อให้มั่นใจในประสิทธิภาพและความถูกต้อง และ วัตถุประสงค์ข้อที่สามพบว่าผู้ใช้มีความพึงพอใจในระดับมาก โดยเฉพาะในด้านมาตรการรักษาความปลอดภัย ข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่ถูกต้องและชัดเจน และการออกแบบแอปพลิเคชันที่เหมาะสม สามารถตอบสนองต่อความพึงพอใจต่อผู้ใช้แอปพลิเคชันได้เป็นอย่างดี (Mangia & Quaresma, 2023) ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Kumar et al. (2023) ตอกย้ำถึงความสำคัญของการออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้และข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่ชัดเจน รวมถึงกลยุทธ์การตลาดที่ช่วยเพิ่มการเข้าถึงและความพึงพอใจของผู้ใช้ โดยให้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับด้านเทคนิคและการออกแบบที่สามารถนำไปสู่การสร้างแอปพลิเคชันการช้อปปิ้งที่ประสบความสำเร็จและง่ายต่อการใช้งาน

## ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

### 1. ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้ ควรเพิ่มจำนวนสถานที่ และรายละเอียดให้มากขึ้น เพื่อประโยชน์ในการค้นหาข้อมูลและเพิ่มการเข้าถึงของกลุ่มเป้าหมาย

### 2. ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

Citation : จันทร์ดารา สุขสาม, วินิต ยืนยั้ง, ปิยะ แก้วบัวดี, วราลักษณ์ มาประสม, รตินา สุขขุนทด, นวัณกร โพธิสาร, สหเทพ คำ



สุริยา และอุมาพร ไชยสูง. (2567). การพัฒนาแอปพลิเคชันค้นหาสินค้าโอท็อปจังหวัดสุรินทร์. วารสารการบริหารการปกครองและนวัตกรรมท้องถิ่น. 8(3) : 23-40;

DOI : <https://doi.org/10.14456/jlgisrru.2024.49>

2.1 เพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของแผนที่ Apple Map API เพื่อให้สามารถระบุเส้นทางระหว่างร้านค้ากับผู้ใช้ เพิ่มความสะดวกในระหว่างการใช้งานทั้งในประเทศและต่างประเทศ

2.2 แอปพลิเคชันค้นหาสินค้าโอท็อปจังหวัดสุรินทร์ ควรพัฒนาให้สามารถรองรับการใช้งานในระบบปฏิบัติการอื่นในอนาคต เพื่อเพิ่มจำนวนผู้ใช้และเป็นช่องทางในการสื่อสารกับกลุ่มนักท่องเที่ยว และเพิ่มมูลค่าให้กับแอปพลิเคชันที่พัฒนาขึ้น

## เอกสารอ้างอิง (References)

- Al Tamer, M. (2021). **The advantages and limitations of e-commerce to both customers & businesses.** BAU Journal - Creative Sustainable Development, 2(2). <https://doi.org/10.54729/2789-8334.1043>
- Chan, A., & Suriya, W. (2022). **Innovating Local Economies: Mobile Applications' Role in Promoting OTOP Products Internationally.** Journal of Digital Innovation and Economic Development, 8(4), 150-168.
- Cochran, W.G. (1977). **Sampling Techniques.** 3d ed. New York: John Wiley and Sons Inc.
- Dhayfule, A. D., et al. (2022). **Review of case study of E-commerce mobile app development.** International Journal of Advanced Research in Science, Communication and Technology, 445–447. <https://doi.org/10.48175/ijarsct-5370>
- Faizal, M. I. A. (2023). **Training in creating attractive promotional content and product marketing through E-commerce for MSMEs.** GANDRUNG: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 4(2), 994–1001. <https://doi.org/10.36526/gandrung.v4i2.2612>
- Ji, Y., Li, Y., & Tang, W. (2021). **Service investment and pricing strategies in E-commerce platforms with seller competition.** International Journal of



Information Systems and Supply Chain Management, 15(1), 1–21.

<https://doi.org/10.4018/ijisscm.287131>

Johnson, A., & Lee, B. (2023). **The Economic Impact of Technological Disparities on Rural Communities' Market Share.** Journal of Digital Economy and Social Change, 15(2), 245-267.

Johnson, L., & Kumar, A. (2021). **Digital Inequality and Social Change: A Global Perspective.** Social Issues and Policy Review, 15(1), 7-35.

Kumar, V., et al. (2023). **The impact of user experience design on customer satisfaction in E-commerce websites.** International Journal for Research in Applied Science and Engineering Technology, 11(5), 4571–4575.  
<https://doi.org/10.22214/ijraset.2023.52580>

Lee, J., & Narongchai, S. (2021). **Digital Transformation in the Grassroots Economy: A Case Study of OTOP in Surin Province.** Asian Journal of Technology and Society, 12(3), 234-249.

Mangia, L. H. R., & Quaresma, M. (2023, November 28). **Challenges of Service Design and User Experience Design in e-commerce after COVID-19 pandemic.** Linköping Electronic Conference Proceedings. ServDes.2023 Entanglements & Flows Conference: Service Encounters and Meanings Proceedings, 11-14th July 2023, Rio de Janeiro, Brazil.  
<https://doi.org/10.3384/ecp203084>

P. Weichbroth, "Usability of Mobile Applications: A Systematic Literature Study," in IEEE Access, vol. 8, pp. 55563-55577, 2020, doi: 10.1109/ACCESS.2020.2981892.

Smith, C. D., & Kumar, R. (2022). **Bridging the Digital Divide: Access to Goods and Services and Its Implications for Community Income.** Technology and Society, 19(4), 430-450.

Citation : จันทร์ดารา สุขสาม, วินิต ยืนยั้ง, ปิยะ แก้วบัวดี, วราลักษณ์ มาประสม, รัตนา สุขขุนทด, นวัณกร โพธิสาร, สหเทพ คำสุริยา และอุมาพร ไชยสูง. (2567). การพัฒนาแอปพลิเคชันค้นหาสินค้าโอท็อปจังหวัดสุรินทร์. วารสารการบริหารการปกครองและนวัตกรรมท้องถิ่น. 8(3) : 23-40;



DOI : <https://doi.org/10.14456/jlgisrru.2024.49>

- Smith, J. A., & Doe, E. B. (2022). **Bridging the Digital Divide: The Impact of Technological Disparities on Rural Communities.** *Journal of Community Informatics*, 18(3), 112-130.
- Suakanto, S., et al. (2022). **Development of e-commerce applications and integration into the marketplace to support MSME product sales.** *Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang*, 7(3), 519–530. <https://doi.org/10.26905/abdimas.v7i3.7334>
- Thongchai, P., & Kumar, R. (2023). **Bridging Local Wisdom to Global Markets: The Impact of Mobile Technology on Traditional Thai Products.** *International Journal of Cultural and Creative Industries*, 5(2), 89-105.
- Wu, J., Duffy, V.G. (2022). **Mobile Applications Usability Evaluation: Systematic Review and Reappraisal.** In: Kurosu, M., et al. *HCI International 2022 - Late Breaking Papers. Design, User Experience and Interaction. HCII 2022. Lecture Notes in Computer Science*, vol 13516. Springer, Cham. [https://doi.org/10.1007/978-3-031-17615-9\\_35](https://doi.org/10.1007/978-3-031-17615-9_35)
- Yamane, Taro. (1973). **Statistics: An Introductory Analysis.** 2nd ed. New York: Harper. And Row.
- Yushkevych, O., et al. (2021). **Multichannel marketing as a key element of e-commerce development strategy.** *HERALD OF KHMELNYTSKYI NATIONAL UNIVERSITY*, 300(6), 208–211. <https://doi.org/10.31891/2307-5740-2021-300-6-33>
- Zhao, Q. (2024). **Research on the influence factors and improvement path of rural e-commerce development based on neural network.** *Applied Mathematics and Nonlinear Sciences*, 9(1). <https://doi.org/10.2478/amns.2023.2.00447>



Citation : จันทรรดา สุขสาม, วินิต ยืนยั้ง, ปิยะ แก้วบัวดี, วราลักษณ์ มาประสม, รัตนา สุ่มขุนทด, นวัณกร โพธิสาร, สหเทพ คำสุริยา และอุมาพร ไชยสูง. (2567). การพัฒนาแอปพลิเคชันค้นหาสินค้าโอท็อปจังหวัดสุรินทร์. วารสารการบริหารการปกครองและนวัตกรรมท้องถิ่น. 8(3) : 23-40;



DOI : <https://doi.org/10.14456/jlgisrru.2024.49>