

การพัฒนาแอปพลิเคชันต้นแบบสำหรับธุรกิจแก้บน

Development of an Application Prototype for pledge Business

ณัฐญา พลศิริ¹ และ เสาวลักษณ์ พันธบุตร²

Nattaya Phonsiri and Saowaluck Phanthabutr

Corresponding author, Email : natchyyyy@gmail.com

Received : July 17, 2020
Revised : August 27, 2020
Accepted : August 27, 2020

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่องการพัฒนาแอปพลิเคชันต้นแบบสำหรับธุรกิจแก้บนนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาประวัติความเป็นมาสภาพปัญหาและโอกาสในธุรกิจแก้บน 2) เพื่อพัฒนาแอปพลิเคชันต้นแบบสำหรับธุรกิจแก้บน โดยมุ่งหวังเพื่อช่วยแก้ไข้ปัญหาของผู้บนบานในด้านประสบการณ์การแก้บนให้ดียิ่งขึ้น ภายใต้กระแสความนิยมแนวคิดธุรกิจขี้เกียจ (Lazy Economy) โดยมีวิธีดำเนินการวิจัยคือ 1) ศึกษาสภาพปัญหาและพฤติกรรมการณ์บนบาน 2) ออกแบบและพัฒนาแอปพลิเคชันต้นแบบที่สอดคล้องกับความต้องการของธุรกิจแก้บน 3) สอบถามความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญ 4) ปรับปรุงและพัฒนาการออกแบบแอปพลิเคชันต้นแบบ ผลการวิจัยได้มาซึ่ง 1) รูปแบบความเชื่อเรื่องการบนบานและการแก้บนในประเทศไทยที่ได้รับอิทธิพลมาจากพิธีเทวดาตาลีของศาสนาพุทธ เป็นความเชื่อที่ถูกส่งต่อกันมายาวนานเพื่อขอพรกับสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่ตนเคารพนับถือเมื่อได้สำเร็จดังปรารถนาก็จะถวายเครื่องแก้บนตามที่กล่าวไว้และเมื่อได้ศึกษาถึงลักษณะพฤติกรรมของผู้มีความเชื่อเรื่องการบนบาน 100 คน พบว่าผู้บนบานต้องเผชิญปัญหาตั้งแต่ก่อนการบนบานจนกระทั่งแก้บนสำเร็จ รูปแบบและความเชื่อส่วนบุคคลที่นับถือเทพเจ้ามากที่สุด รูปแบบและพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการบนบาน รวมถึงพบทัศนคติเชิงบวกของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสนใจการพัฒนาแอปพลิเคชันสำหรับธุรกิจแก้บน ซึ่งเป็นโอกาสดีทางธุรกิจที่ควรนำไปพัฒนาต่อ 2) ผลงานการออกแบบแอปพลิเคชันต้นแบบสำหรับธุรกิจแก้บน ที่พัฒนาจากปัญหาของผู้

บนบานและความต้องการของธุรกิจแก้บน โดยใช้แบบสอบถามเพื่อสำรวจพฤติกรรมผู้บนบานในเขตพื้นที่ราชประสงค์ กรุงเทพมหานคร และรูปแบบออนไลน์ จำนวน 100 ชุด รวมถึงการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องเพื่อนำผลที่ได้มาพัฒนาแอปพลิเคชันต้นแบบ ที่มีเมนูสำคัญดังต่อไปนี้คือ 1) สินค้าแก้บน (Product) 2) บริการผู้ช่วยแก้บน (Bon Buddy) 3) สำรวจ (Explore) 4) บันทึกแก้บน (Memo) จากผลการศึกษาดังกล่าวไม่เพียงแต่นำมาใช้ในการแก้ปัญหาที่และพัฒนาประสบการณ์ของผู้บนบานให้สะดวกสบายเท่านั้น แต่ยังสร้างโอกาสในธุรกิจแก้บนให้มีความทันสมัยและเข้าถึงผู้ใช้งานในช่องทางที่ต่างออกไปเพื่อส่งเสริมให้ธุรกิจดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

คำสำคัญ : ความเชื่อ, การบนบาน, ธุรกิจแก้บน, แอปพลิเคชัน, ธุรกิจขี้เกียจ, เทวดาตาลี

Abstract

This research aims to study a concept and history of praying, the behavior of the praying people, and pledge business to help develop a votive offering application. This votive offering application provides services that help people to have a better experience in votive offering under the 'Lazy Economy' trend. The research procedures were as follows: (1) to observe prayers behavior and pain point; (2) to design and develop an application that meets the needs of

¹ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบเพื่อธุรกิจ วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

² ดร. สาขาวิชา นวัตกรรมการสื่อสารสังคม วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

pledge businesses; (3) to collect for the opinions of experts; and (4) to enhance the application design.

The results are as follows: (1) the characteristics of belief about votive offerings and the pledge business in Thailand was influenced by sacrificial ceremonies in Buddhism. When your wish come true, player must do votive offerings. It is a way to encourage yourself and the results of the 100 people survey found that identified the characteristic behavior of votive offerings that encountered problems from the beginning til the end. Furthermore, the results of the survey found that respondents had a positive attitude and were interested in the development of an application for pledge business. Therefore, it is a great business opportunity for development; (2) the research outcomes lead to votive offerings using an application that will be developed and based on previous problems that those praying had to face and the needs for votive offerings. A survey was conducted to collect information on the attitudes and behaviors of those praying in the Ratchaprasong area and online in 100 sets. This includes interviewing experts on how the research could be improved. The application consists of four main options, as follows: (1) Votive Offering Products; (2) a Pray (Bon) Buddy; (3) Explore; and a (4) Pray Memo.

The research found that, this application not only solving the prayer problems and helping prayer but there are a lot of opportunities for a great new kind of business.

Keywords : Beliefs, Praying, Pledge Business, Application, Lazy Economy, Sacrifice

บทนำ

เมื่อความเชื่อเป็นส่วนหนึ่งของมนุษย์ การส่งเสริมอย่างสร้างสรรค์ในการสร้างความจรรโลงใจให้กับบุคคลที่มีความทุกข์และไร้ทางออก การบนบานหรือการขอพรกับสิ่งศักดิ์สิทธิ์อาจเป็นหนทางเดียวในการสร้างความสบายใจและสร้างความหวังให้กับคนผู้นั้น ในความเชื่อทางพุทธศาสนา การบนบานมีการพัฒนาจากพิธีที่เรียกว่า “เทวดาทาปาลี” พิธีอัญเชิญเทวดามาในพิธีเพื่อช่วยคุ้มครองให้ปลอดภัยได้

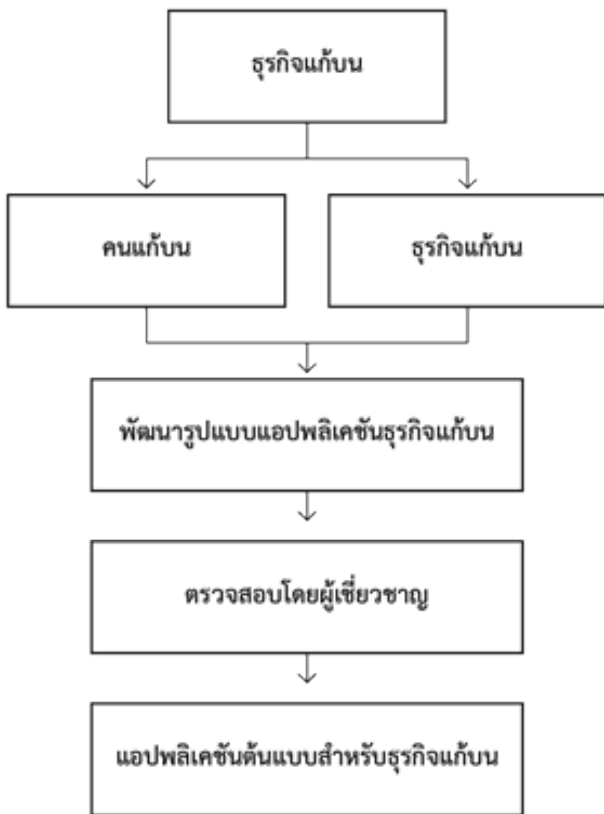
โซคลาก และตอบแทนคุณด้วยการทำบุญอุทิศให้เทวดา อีกทั้งการบนบานยังเป็นกลอุบายให้มนุษย์ตั้งมั่นตั้งใจปฏิบัติดี เพื่อให้ได้ในสิ่งที่ตนปรารถนาในที่สุด (พระครูสิริรัตนานวัตร, 2558)

ในปัจจุบันมีกระแสความนิยมแนวคิดธุรกิจที่เกียจ (Lazy Economy) แนวคิดธุรกิจบริการที่ผู้บริโภคมองลงทุนจ่ายเพื่อได้รับซึ่งความสะดวกสบายขั้นสุด (บุญยงค์วงษาภักดิ์, 2562) แอปพลิเคชันสำหรับธุรกิจแก้บนจึงได้ถูกพัฒนาขึ้นเพื่อตอบรับกับกระแสความนิยมนี้ โดยมูลค่าตลาดแก้บนอยู่ที่ประมาณ 50,400,000 บาทต่อปี รวมถึงมูลค่าธุรกิจขายปลีกทางอินเทอร์เน็ตไทย ปี 2562 สูงถึง 163,300 ล้านบาท และคาดการณ์ว่าจะมีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้นถึง 220,000 ล้านบาทในปี 2563 นี้ (Techsauce Team, 2563) รวมถึงการพบปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการบนบานและการแก้บนที่มีความยุ่งยากตั้งแต่ก่อนการบนบาน ระหว่างการบนบานและหลังการบนบาน ผู้วิจัยจึงมีความมุ่งหวังว่าสามารถนำแนวคิดและปัญหาเหล่านี้มาศึกษาวิเคราะห์ เพื่อออกแบบและพัฒนาจนสามารถแก้ไขปัญหาที่พบได้ โดยใช้วิธีการสำรวจพฤติกรรมของผู้บนบาน เพื่อให้ทราบถึงรูปแบบความเชื่อ ขั้นตอนการบนบาน ปัญหาที่พบตลอดจนความคิดเห็นที่มีต่อการแก้บนและธุรกิจแก้บนผ่านโมบายแอปพลิเคชัน (Mobile Application) ที่รองรับความสามารถหลักที่ผู้วิจัยออกแบบไว้ได้ และเป็นเครื่องมือที่สามารถแก้ไขปัญหาพัฒนาประสบการณ์ของผู้บนบานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ประกอบกับความสวยงามและปัจจัยการออกแบบที่ดี (UI & UX Design) เพื่อสร้างรูปลักษณ์และเพื่อสร้างความน่าสนใจ (Design as Styling) ที่พัฒนาจากการศึกษาพฤติกรรมผู้บนบาน เพื่อนำข้อมูลและปัญหาที่พบมาจำลองประสบการณ์ผู้ใช้ (User Experience) ในแอปพลิเคชันสำหรับธุรกิจแก้บนทั้งบนระบบ iOS และ Android เพื่อการเข้าถึงผู้ใช้งานอย่างทั่วถึงซึ่งเป็นช่องทางใหม่ในการขายสินค้าและบริการแก้บน (Products & Services) เข้าถึงลูกค้ากลุ่มใหม่ด้วยอุปกรณ์โทรศัพท์สมาร์ทโฟน ที่จะสร้างความสะดวกสบายประหยัดเงิน ประหยัดเวลา แก้ไขปัญหา พัฒนาประสบการณ์ให้กับผู้บนบานอย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาประวัติความเป็นมา สภาพปัญหาและโอกาสในธุรกิจแก้บน
2. เพื่อพัฒนาแอปพลิเคชันต้นแบบสำหรับธุรกิจแก้บน

กรอบแนวคิดในงานวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย (ณัฐญา ผลศิริ, 2563)

เครื่องมือและวิธีการดำเนินการวิจัย

โดยมีเครื่องมือการวิจัยคือการใช้แบบสอบถามเพื่อสำรวจพฤติกรรมของผู้บ่นบาน และแบบสัมภาษณ์เพื่อขอความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญโดยมี ขั้นตอนการวิจัยและพัฒนา ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาสภาพปัญหาและรูปแบบธุรกิจแก่บน ด้วยเครื่องมือคือแบบสอบถาม ด้วยการลงพื้นที่เขตราชประสงค์ จ.กรุงเทพมหานคร และแจกแบบสอบถามออนไลน์เพื่อศึกษาพฤติกรรมกรรมการบ่นบานและปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบ จำนวน 100 ชุด เพื่อนำข้อมูล ที่ได้ไปใช้สำหรับการออกแบบและพัฒนาแอปพลิเคชัน

ขั้นตอนที่ 2 การออกแบบแผนผังและการออกแบบแอปพลิเคชัน ให้เกิดความสอดคล้องกับปัญหาของผู้บริโภคที่ได้มาจากผลการทำแบบสอบถามและการศึกษาเกี่ยวกับธุรกิจแก่บน เพื่อออกแบบและพัฒนา แผนผังแอปพลิเคชัน และแบบร่างแอปพลิเคชันเพื่อสร้างแนวทางเริ่มต้นในการออกแบบต่อไป

ขั้นตอนที่ 3 สอบถามความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญ โดยการนำผลงานการออกแบบมาสัมภาษณ์ เพื่อขอ

ความคิดเห็นและข้อชี้แนะจากผู้เชี่ยวชาญเพื่อนำไปปรับปรุงในขั้นตอนต่อไป โดยสามารถแบ่งผู้เชี่ยวชาญออกเป็น 3 กลุ่ม คือ 1) ผู้ที่ประสบความสำเร็จในการทำแอปพลิเคชัน จำนวน 1 คน 2) ผู้เชี่ยวชาญด้านบ่นบาน จำนวน 1 คน 3) ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบแอปพลิเคชัน จำนวน 1 คน

ขั้นตอนที่ 4 ปรับปรุงและพัฒนาแอปพลิเคชัน ให้สมบูรณ์ทั้งความสวยงามและรูปแบบการใช้งานที่เหมาะสมตามคำแนะนำและข้อเสนอนแนะของผู้เชี่ยวชาญ เพื่อยืนยันความเหมาะสมของแอปพลิเคชันสำหรับธุรกิจแก่บน

ผลการดำเนินงานวิจัย

ในบทความวิจัยเรื่องการศึกษศึกษาและพัฒนาแอปพลิเคชันต้นแบบสำหรับธุรกิจแก่บนนี้ ผู้วิจัยจะแสดงผลการดำเนินงานวิจัยใน 3 หัวข้อ คือ 1. ผลการศึกษาสภาพปัญหาและธุรกิจแก่บน 2. ผลการวางแผนด้านธุรกิจสำหรับการพัฒนาแอปพลิเคชัน 3. ผลการพัฒนาแอปพลิเคชันต้นแบบสำหรับธุรกิจแก่บน

1. ผลการศึกษาสภาพปัญหาและธุรกิจแก่บน

ผู้วิจัยใช้วิธีการศึกษาสภาพปัญหาและรูปแบบธุรกิจแก่บนผ่านเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามที่ใช้สอบถามผู้ที่มีความเชื่อเรื่องการบ่นบานและมีความสนใจในการซื้อสินค้าออนไลน์ จำนวน 100 ชุดที่ผ่านคำถามคัดกรองและนำมาวิเคราะห์ สามารถสรุปได้ดังนี้

การศึกษาสภาพปัญหาและธุรกิจแก่บน จากแบบสอบถามจำนวน 100 ชุด ที่มีความเชื่อเรื่องการบ่นบานและการซื้อของออนไลน์ได้ดังนี้ 1) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง 2) มีช่วงอายุระหว่าง 26 – 30 ปี 3) จบการศึกษาระดับปริญญาตรี 4) ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดเคยบ่นบาน 5) ผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติต่อการบ่นบานว่าเป็นความเชื่อ/ความศรัทธา 6) เรื่องที่บ่นบานมากที่สุดคือด้านการเรียนและการงาน สอดคล้องกับข้อมูลที่ได้จากผลแบบสอบถามเรื่องระดับการศึกษา 7) ปัญหาที่ผู้บ่นบานพบระหว่างการแก่บนมากที่สุด คือไม่ทราบขั้นตอนการแก่บน 8) ผู้บ่นบานส่วนมากมีความเชื่อและบ่นบานกับเทพเจ้ามากที่สุด 9) ผู้บ่นบานส่วนมากนิยมซื้อสินค้าบริเวณหน้าสถานที่แก่บน 10) ผู้บ่นบานคิดเห็นว่าการแก่บนเป็นเรื่องที่มีความยากระดับปานกลาง อาจสรุปได้ว่าการแก่บนเป็นเรื่องที่สามารถทำได้ด้วยตนเอง เพียงแต่ต้องการคำแนะนำ เพื่อให้ทราบถึงขั้นตอนหรือวิธีปฏิบัติที่ถูกต้อง 11) ผู้ตอบแบบสอบถามมีความสนใจเกี่ยวกับแอปพลิเคชันที่เกี่ยวข้องกับการบ่นบาน การซื้อสินค้าแก่บน

และมีบริการผู้ช่วยغبัน 12) ผู้บนบานส่วนใหญ่หาข้อมูล การบนบานจากการฟังคำบอกเล่า 13) ผู้บนบานมีความเห็น ว่าราคาชุดغبันสำเร็จรูป ชุดละ 100-299 บาท เป็นราคา ที่เหมาะสมมากที่สุด 14) ผู้ตอบแบบสอบถามมีข้อเสนอแนะ และความต้องการในการทำแอปพลิเคชันบนเกี่ยวกับการ มีบริการที่ดีและการมีผู้ช่วยغبันมากที่สุด

2. ผลการวางแผนด้านธุรกิจสำหรับการพัฒนา แอปพลิเคชัน

ผู้วิจัยได้เขียนแผนธุรกิจขึ้นมาประกอบด้วยแผนภาพ ธุรกิจ และแผนธุรกิจเบื้องต้น เป็นการตั้งเป้าหมายคาดการณ์ ตัวเลขต่าง ๆ ขึ้นมาจากข้อมูลที่มีอยู่ และจากคำแนะนำ ของผู้เชี่ยวชาญ โดยวางแผนแบ่งเป็นช่วงระยะเวลาดำเนินการ เพื่อแสดงให้เห็นถึงขั้นตอนการพัฒนาแอปพลิเคชันสำหรับ ธุรกิจغبัน

2.1 แผนภาพธุรกิจ (Business Model Canvas)

การทำแผนภาพธุรกิจเพื่อวิเคราะห์ภาพรวมในการวางแผน ดำเนินงานธุรกิจแอปพลิเคชันغبันนี้ ผ่านองค์ประกอบที่สำคัญ 9 ส่วน ประกอบด้วย ส่วนที่ 1 พันธมิตรทางธุรกิจ (Key Partners) ส่วนที่ 2 กิจกรรมที่ต้องทำเพื่อขับเคลื่อนธุรกิจ Key ส่วนที่ 3 ทรัพยากรหลักที่จำเป็นของธุรกิจ (Key Resources) ส่วนที่ 4 คุณค่าของธุรกิจที่ส่งมอบให้ลูกค้า ส่วนที่ 5 การสร้างสายสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า (Customer Relationships) ส่วนที่ 6 ช่องทางการเข้าถึงธุรกิจหรือการสื่อสารกับลูกค้า (Channels) ส่วนที่ 7 ลักษณะของลูกค้านแต่ละกลุ่ม Customer Segments ส่วนที่ 8 โครงสร้างต้นทุน หรือค่าใช้จ่ายหลักที่เกิดขึ้นของ ธุรกิจ (Cost Structure) ส่วนที่ 9 กระแสรายได้ของธุรกิจ (Revenue Stream)

2.2 แผนธุรกิจ (Business Plan) การสร้างแผนธุรกิจ มีไว้สำหรับวางแผนโครงสร้าง คาดการณ์รายได้ที่จะได้รับใน การดำเนินธุรกิจนี้ ซึ่งผู้วิจัยได้เขียนแผนสำหรับการพัฒนา แอปพลิเคชันสำหรับธุรกิจغبันไว้ดังนี้

2.2.1 คาดการณ์รายได้ในการทำธุรกิจغبัน จาก ผลการศึกษาและวิเคราะห์โดยใช้เครื่องมือจัดเก็บข้อมูล การค้นหา (Data) จากกูเกิล เทรนด์ (Google Trends) ว่ามี ผู้ที่สนใจค้นหาคำว่าغبันมีประมาณ 105,000 คนต่อเดือน หรือเฉลี่ยวันละประมาณ 3,500 คน ซึ่งผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐาน ว่าจะมีผู้บนบานจริงประมาณ 20% จากผู้ค้นหาทั้งหมด จะได้ตัวเลขประมาณ 700 คนต่อวัน หรือ 21,000 คน ต่อเดือน โดยผู้บนบานมีความพึงพอใจในการจ่ายเงินซื้อ สินค้าغبันเฉลี่ย 200 บาทต่อคน (อ้างอิงจากผลสำรวจ ความพึงพอใจในแบบสอบถามผู้มีความเชื่อเรื่องการบนบาน

ที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พึงพอใจกับราคาชุดغبัน สำเร็จรูปในราคาชุดละ 100-299 บาท) ผู้วิจัยจึงได้คาดการณ์ ตัวเลขมูลค่าการใช้จ่ายของตลาดغبันต่อเดือนประมาณ 4,200,000 บาท และมูลค่าตลาดต่อปีอยู่ที่ 50,400,000 บาทต่อปี ทั้งนี้ผู้วิจัยมีความคาดหวังว่าธุรกิจแอปพลิเคชัน กغبันจะมีส่วนแบ่งทางการตลาด (Market Sharing) ประมาณ 5% ต่อปี คิดเป็นมูลค่าประมาณ 2,500,000 บาท หรือประมาณ 7,000 บาท ต่อวัน ดังนั้นจึงต้องการ ลูกค้มาใช้จ่ายวันละ 35 คนต่อวัน

2.2.2 การแบ่งแผนพัฒนาธุรกิจออกเป็น 3 ระยะ เป็น การเอาข้อแนะนำของผู้เชี่ยวชาญที่ประสบความสำเร็จ ด้านการทำแอปพลิเคชันมาปรับใช้ ตามความเหมาะสมใน การทำธุรกิจแอปพลิเคชันغبัน ดังนี้

ระยะที่ 1 สร้างเฟสบุ๊ค เพจ (Facebook Page) เพื่อ สังเกตพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ ลักษณะการใช้งาน ข้อมูลของผู้ใช้บริการ ความสนใจซื้อสินค้าและบริการ กغبัน บน Facebook Page โดยจะใช้เครื่องมือสำหรับ เก็บข้อมูลลูกค้าเช่นยอด Engagement ยอดขาย เพื่อนำมาพัฒนารูปแบบการขาย การสร้างบทความ (Content) ต่าง ๆ ให้เกิดความภักดีกับแบรนด์และเพิ่ม ยอดผู้ให้บริการ ยอดผู้ติดตามที่มีความเชื่อด้านการغبัน ด้วย ซึ่งกลุ่มผู้ติดตามเหล่านี้สามารถพัฒนาและยอดให้ เป็นลูกค้าของแบรนด์ต่อไป

ระยะที่ 2 พัฒนาเว็บไซต์ (Website) การพัฒนา เว็บไซต์จะสร้างขึ้นเมื่อแบรนด์เริ่มเป็นที่รู้จักในท้องตลาด บ้างแล้ว มีลูกค้าและมีรายได้ส่วนหนึ่งเพื่อมาเป็นทุนใน การพัฒนาแพลตฟอร์มนี้ขึ้น เป็นการเพิ่มช่องทางการขาย สามารถเข้าถึงลูกค้าได้ง่ายมากยิ่งขึ้น โดยเว็บไซต์จะปรากฏ ข้อมูลผ่านเว็บเสิร์ชเอนจิน (Search Engine Web) ต่าง ๆ เช่น Google ซึ่งจะทำให้แบรนด์เป็นที่รู้จักจากการที่มี ผู้ค้นหา หรือบทความที่เกี่ยวข้อง และเพิ่มโอกาสใน การมีลูกค้าเข้ามาใช้จ่ายบนเว็บไซต์มากขึ้น และการสร้าง เว็บไซต์ยังมีความสำคัญในแง่ของภาพลักษณ์แบรนด์ที่จะ ดูมีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น มีความจำเป็นในการใช้จด ทะเบียนบริษัทอีกด้วย

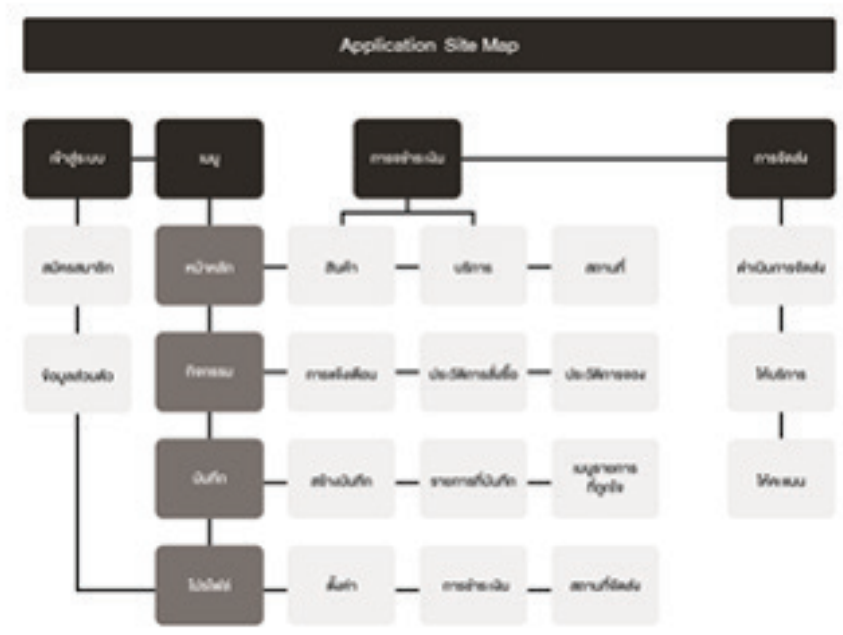
ระยะที่ 3 พัฒนาแอปพลิเคชันสำหรับธุรกิจغبัน (Application) เป็นการพัฒนาต่อยอด เมื่อทั้งสองแพลตฟอร์ม ประสบความสำเร็จและมั่นคงในระดับหนึ่งแล้ว ก็จะใช้ กำไรหรือทุนทรัพย์ในการพัฒนาแอปพลิเคชันสำหรับ ธุรกิจغبัน ที่ต้องนำแพลตฟอร์มนี้อยู่ในระยะที่ 3 เนื่องจากการสร้างแอปพลิเคชันมีต้นทุนสูงและใช้แรงงานจำนวน

มาก เข้าถึงกลุ่มคนที่ไม่รู้จักแบรนด์ได้ยากกว่าเฟสบุ๊ค เพจ หรือเว็บไซต์ โดยแอปพลิเคชันมีไว้เพื่อเข้าถึง ผู้บริโภคแบบใกล้ชิดยิ่งขึ้น เป็นเครื่องมือที่จำเป็นสำหรับการเข้าถึงบริการที่ได้ออกแบบไว้ สร้างความสะดวกสบายให้กับผู้ใช้งาน ซึ่งบนแอปพลิเคชันจะมีฟังก์ชันที่หลากหลายกว่า เช่น เมนูบันทึกแก็บ้น ที่จะเป็นเครื่องมือช่วยจัดการการแก็บ้น การแจ้งเตือน การวิดีโอคอลแบบเรียลไทม์

ที่จะพัฒนาในอนาคต เป็นต้น

3. ผลการพัฒนาแอปพลิเคชันต้นแบบสำหรับธุรกิจแก็บ้น

3.1 การออกแบบแผนผังแอปพลิเคชันต้นแบบ เป็นการออกแบบแผนผังเพื่อใช้ในการวางแผนโครงสร้างแอปพลิเคชัน โดยมีรายละเอียดตามภาพประกอบ



ภาพที่ 2 แผนผังแอปพลิเคชันแก็บ้น (ณัฐญา ผลศิริ, 2562)

3.2 การกำหนดชุดสี วิธีการเลือกสีที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ คือ นำความมีอิทธิพลเรื่องสีกับความเชื่อ โดยเลือกสีที่เกี่ยวข้องกับ ศาสนาพุทธ มีความหมายมงคล ซึ่งได้คู่สีหลักเป็นเหลืองทอง และใช้สีฟ้า น้ำเงิน เป็นสีรอง ร่วมกับชุดสีใกล้เคียง ได้แก่ สีเขียว สีเหลือง สีม่วง และสีเนื้อ เพื่อให้ภาพรวมของ แอปพลิเคชัน ไม่ซ้ำซากจำเจ สื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายได้ ความหมายของสีมีดังนี้ สีทอง ในศาสนาพุทธมีความหมายว่า สีกายของพระพุทธรูป และความหมายมงคลอื่นคือ ความสูงส่ง มีคุณค่า มั่งคั่ง ร่ำรวย แสดงออกถึงความน่าเชื่อถือ สีฟ้า น้ำเงิน เป็นสีแห่งสัจจะ ความซื่อสัตย์ ความจงรักภักดี มีพลัง สีม่วง แสดงถึงความมั่งคั่ง หรูหรา สีชมพู เป็นสีที่ทำให้เกิดความสงบ สีเนื้อ หมายถึง สีกายมนุษย์ ความเชี่ยวชาญ และความเรียบร้อย สีเหลืองทอง เป็นสีที่สื่อถึงการมองโลกในแง่ดี เป็นสัญลักษณ์ของดวงอาทิตย์ หมายถึงอานุภาพและความเมตตาของพระพุทธเจ้า (เฉลิมชัย สุวรรณวัฒนา, 2553) สีขาว เป็นสีที่หมายถึงความบริสุทธิ์

สันติ การปกป้อง พลังที่ดี สีเขียว เป็นสีแห่งความหวัง และการเติบโต



ภาพที่ 3 ชุดสีสำหรับแอปพลิเคชันบน (ณัฐญา ผลศิริ, 2562)

3.3 การออกแบบแบบร่างแอปพลิเคชัน (Wireframe) เพื่อให้ภาพรวมของแอปพลิเคชันเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

(Consistency) เหมาะสมกับผู้ใช้งาน (User) และง่ายต่อการนำไปพัฒนาแอปพลิเคชัน



ภาพที่ 4 ตัวอย่างการออกแบบแบบร่างแอปพลิเคชัน

3.4 การออกแบบแอปพลิเคชันต้นแบบสำหรับธุรกิจ

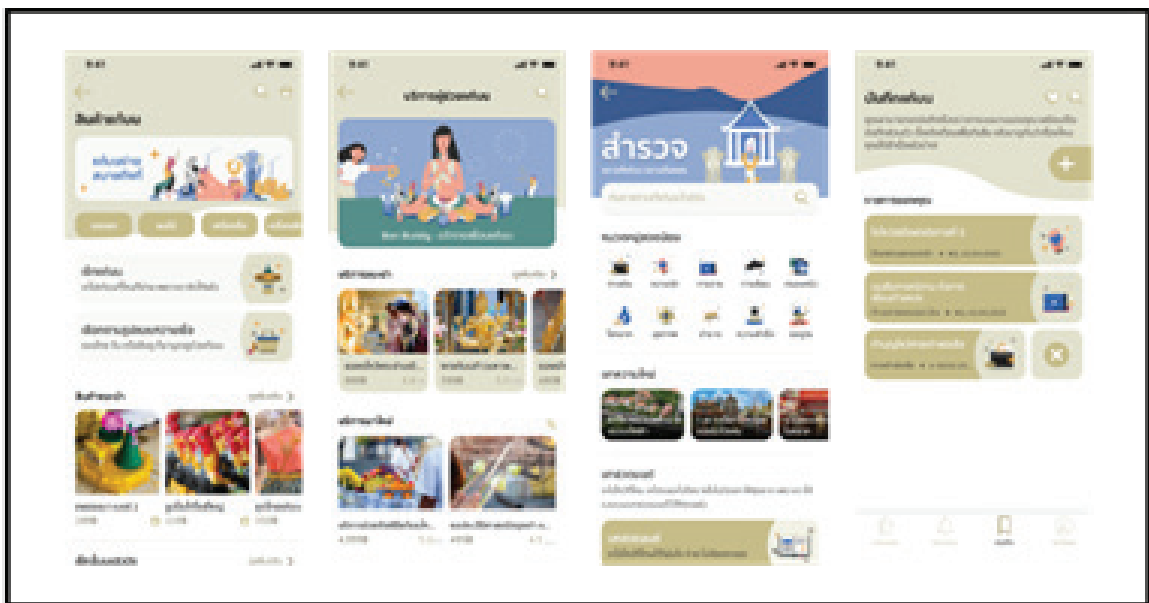
3.4.1 การกำหนดความสามารถหลักของแอปพลิเคชัน (Application Functions) จากการวิเคราะห์หาความต้องการของผู้ใช้งาน และแนวทางที่สามารถพัฒนาเพื่อเพิ่มประสบการณ์ที่ดีในการบนบาน โดยความสามารถหลักของแอปพลิเคชันมีดังนี้

1) สินค้าแก้บน โดยมีสินค้าที่เกี่ยวข้องกับการแก้บนที่มาพร้อมกับความหมายของของไหว้ หรือคำแนะนำที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อ

2) บริการผู้ช่วยแก้บน ที่จะช่วยให้การแก้บนเป็นเรื่องที่ง่ายมากยิ่งขึ้น เพราะจะมีบริการให้คำแนะนำการไหว้ การบูชาที่ถูกต้อง การเตรียมบทธวด การเตรียมสินค้าแก้บนเพื่อจัดส่งถึงที่

3) สำรอง ช่องทางในการหาข้อมูล บทความ ค้นหาสถานที่หรือค้นหาบทธวดที่ใช้ในการบนบาน ไหว้พระ หรือแก้บน

4) บันทึกแก้บน เป็นเมนูที่ช่วยบันทึกเรื่องราวการบนบาน ที่จะช่วยเตือนให้ผู้ใช้ทราบถึงกำหนดการในการแก้บน ไหว้พระขอพรได้



ภาพที่ 5 การออกแบบหน้าความสามารถหลักแอปพลิเคชัน (ณัฐญา ผลศิริ, 2563)

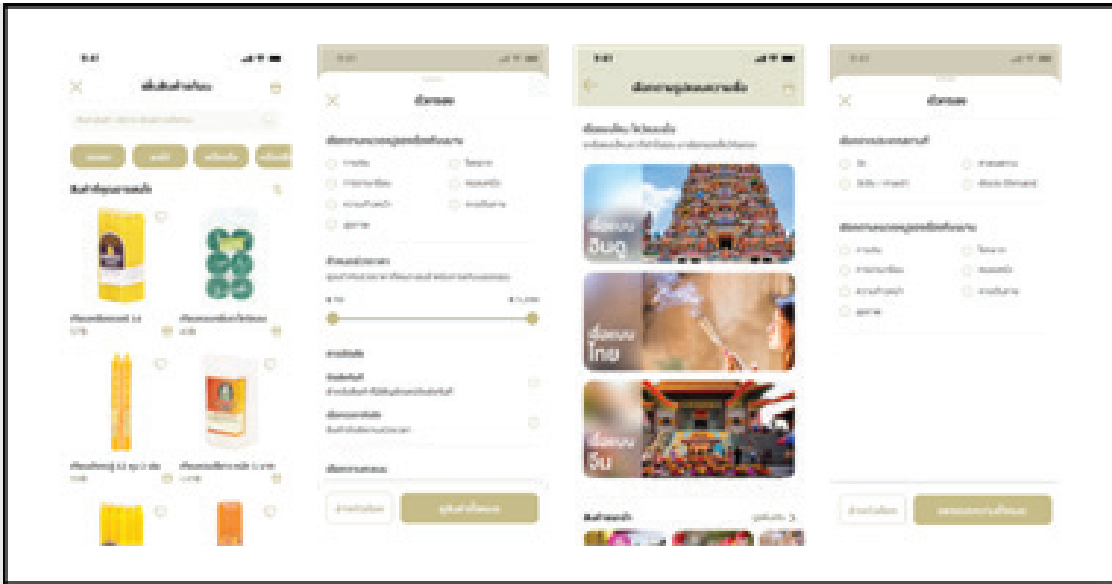
3.4.2 การกำหนดหมวดหมู่และการแบ่งประเภทสินค้าบริการ สถานที่ เพื่อความสะดวกในการค้นหา และการเข้าถึงสินค้าบริการแก่นัน ผู้วิจัยมีการแบ่งกลุ่มต่าง ๆ ไว้ดังนี้

- 1) การแบ่งออกเป็นกลุ่มตามลักษณะของสินค้า เพื่อให้ง่ายต่อการค้นหา คือ 1. ของสด 2. ผลไม้ 3. เครื่องดื่ม 4. สิ่งของแก่นัน 5. เครื่องสักระ 6. ดอกไม้ - พวงมาลัย

2) การแบ่งตามเรื่องที่ผู้บนบานมักขอพร ได้แก่ การเงิน การงาน การเรียน ความรัก สุขภาพ การเดินทาง โชคลาภวาสนา เป็นต้น

3) การแบ่งตามหมวดหมู่ความเชื่อ แบ่งออกเป็น 1. ความเชื่อแบบฮินดู 2. ความเชื่อแบบไทย 3. ความเชื่อแบบจีน

4) การแบ่งตามหมวดหมู่สถานที่ เช่น วัด วัดจีน/ศาลเจ้า สถานที่เชิงประวัติศาสตร์ พระบรมรูป สถานที่ทางธรรมชาติ เป็นต้น



ภาพที่ 6 ตัวอย่างการออกแบบการจัดหมวดหมู่และตัวเลือก (ณัฐญา ผลศิริ, 2563)

3.5 การออกแบบระบบการเลือกวันจัดส่งสินค้า และการจองบริการ เพื่อสร้างความสะดวกสบายต่อการวางแผนการบนบานของผู้ใช้งานและเป็นการแก้ไขปัญหาที่พบจากผลสำรวจพฤติกรรมการบนบาน

จึงมีการออกแบบระบบการจัดส่ง 2 รูปแบบ คือ 1. การจัดส่งทันที 2. การเลือกวันเวลาจัดส่งตามที่กำหนด และในด้านการบริการผู้ใช้งานสามารถจองบริการล่วงหน้าได้เช่นกัน



ภาพที่ 7 ตัวอย่างการออกแบบการเลือกรูปแบบจัดส่งสินค้าแก่นัน (ณัฐญา ผลศิริ, 2563)

สรุปผล

การสรุปผลการวิเคราะห์เพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัยและพัฒนา

1. วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาประวัติความเป็นมาสภาพปัญหา และโอกาสในธุรกิจแก๊บน ผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ รวบรวมข้อมูลจากประชากร คือ คนไทยอายุไม่ต่ำกว่า 18 ปี ในพื้นที่เขตราชประสงค์ จ.กรุงเทพมหานคร และแบบออนไลน์ จำนวน 100 โดยมีข้อค้นพบดังนี้

1.1 ผลสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภคนานพบว่าผู้ที่สนใจเกี่ยวกับการบริโภคนานและการซื้อของออนไลน์ ทั้งหมดเคยบริโภคนาน และมีความสนใจในแอปพลิเคชันแก๊บนร้อยละ 75 ผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติต่อการบริโภคนานว่าเป็นเรื่องของความเชื่อ ความเคารพ ความศรัทธามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 68 โดยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงที่มีช่วงอายุระหว่าง 20-30 ปี ซึ่งเป็นอายุเฉลี่ยของผู้ที่กำลังศึกษาในระดับปริญญาตรี และวัยเริ่มต้นการทำงาน สอดคล้องกับผลการสำรวจข้ออื่น ๆ ดังนี้ คือ 1) ผลสำรวจระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในระดับปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 73 คน 2) ปัญหาที่ผู้บริโภคนานมักเลือกบน คือ ปัญหาด้านการเรียนและการงาน คิดเป็นร้อยละ 22.45 และ 3) สอดคล้องกับผลสำรวจราคาชุดแก๊บนสำเร็จรูปที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่าเหมาะสมคือราคาชุดละ 100-299 บาท โดยข้อมูลส่วนนี้ถือเป็นส่วนสำคัญในการนำไปวิเคราะห์หากกลุ่มเป้าหมาย กำหนดแผนการตลาด กำหนดโปรโมชั่น การวางแผนการออกแบบแอปพลิเคชัน ฟิตเจอร์ เนื้อหา และราคาขายสินค้าที่เหมาะสมกับความต้องการของผู้ใช้งาน

1.2 ผลสำรวจเกี่ยวกับปัญหาในการบริโภคนานและประสบการณ์ในการแก๊บน คือผู้บริโภคนานมีความรู้สึกต่อการบริโภคนานหรือการแก๊บนว่ามีความยากระดับปานกลาง คือสามารถทำได้ด้วยตนเองเพียงแต่ต้องการคำแนะนำ ซึ่งสอดคล้องกับผลสำรวจในหัวข้อปัญหาที่ผู้บริโภคนานพบระหว่างการแก๊บนที่ได้คำตอบว่าผู้บริโภคนานมีปัญหาไม่ทราบขั้นตอนการแก๊บนจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.92 และอันดับ 2 ปัญหาการลิ้มแก๊บน ที่ผู้บริโภคนานมักพบเจอ โดยปัญหาเหล่านี้สามารถแก้ไขได้โดยการพัฒนาฟิตเจอร์ของแอปพลิเคชันให้มีการแนะนำขั้นตอนการบริโภคนานให้กับผู้ใช้งาน การพัฒนาเมนูบนที่แก๊บนที่ถูกออกแบบมาเพื่อแก้ปัญหาสำหรับผู้บริโภคนานที่ลิ้มแก๊บน การกำหนดบริการผู้ช่วยแก๊บนที่จะช่วยให้ปัญหาข้างต้นได้อย่างดีและมีประสิทธิภาพ โดยบริการผู้ช่วยแก๊บนยังเป็นข้อเสนอแนะที่ผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนใหญ่มีความต้องการอันดับ 1 คิดเป็นร้อยละ 25.71

1.3 ผลสำรวจที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมและความเชื่อส่วนบุคคลของผู้บริโภคนานพบว่า รูปแบบสถานที่หรือสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามนับถือมากที่สุด คือ เทพเจ้า โดยคิดเป็นร้อยละ 30.71 รองลงมาเป็นวัด ร้อยละ 28.35 แหล่งข้อมูลด้านการบริโภคนานที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ค้นหาจากคำบอกเล่ามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.02 โดยที่ผู้บริโภคนานมักเลือกซื้อสินค้าแก๊บนบริเวณหน้าสถานที่แก๊บน ซึ่งผู้วิจัยได้ออกแบบให้แอปพลิเคชันมีสินค้าให้เลือกครบครันเหมือนอยู่หน้าสถานที่แก๊บน ซึ่งผู้ใช้งานจะได้รับประสบการณ์ที่ดีมากยิ่งขึ้นเนื่องจากได้ของที่ครบถ้วนถูกใจ สามารถทราบราคาที่แน่นอน ไม่ต้องต่อคิวหรือเบียดเสียดกับผู้อื่น สะดวกสบายกว่าเพราะมีบริการจัดส่งให้ถึงที่ รวมถึงมีข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคนานที่ถูกต้องให้ผู้ใช้งานค้นหาและอ่านได้ผ่านบทความต่าง ๆ บนเมนูสำรวจของแอปพลิเคชันต้นแบบสำหรับธุรกิจแก๊บน

1.4 ผลการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องกับแอปพลิเคชันสำหรับธุรกิจแก๊บนกับผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ด้าน สามารถนำผลสรุปที่ได้มาพัฒนางานวิจัยได้ดังนี้

1.4.1 การสัมภาษณ์คุณณัฐวุฒิ พิงเจริญพงศ์ ผู้เชี่ยวชาญที่ประสบความสำเร็จในการทำแอปพลิเคชัน ผู้วิจัยได้นำข้อคิดเห็นที่ได้มาพัฒนาแผนธุรกิจ (Business Plan) แบบเบื้องต้น โดยมีการคำนวณขนาดตลาดเพื่อหาความต้องการผู้ใช้งานแอปพลิเคชันต่อวัน โดยมีวิธีการคือ 1. การใช้เครื่องมือ Google trend ในการค้นหายอดผู้สนใจการแก๊บน 2. ประเมินยอดใช้จ่ายของผู้บริโภคนาน 3. จำนวนขนาดตลาดแก๊บน 4. จำนวนรายได้จากความต้องการของธุรกิจ อีกทั้งยังมีการกำหนดแผนการดำเนินธุรกิจโดยแบ่งออกเป็น 3 ระยะ ได้แก่ 1. การสร้างเฟสบุ๊คเพจ 2. การสร้างเว็บไซต์ และ 3. การสร้างแอปพลิเคชัน โดยยึดจากความง่าย-ความยากของการสร้างแพลตฟอร์ม การประเมินค่าใช้จ่ายในการสร้างช่องทางในการทำธุรกิจ

1.4.2 การสัมภาษณ์คุณนุชนัดดา วัฒนบุตร ผู้เชี่ยวชาญด้านการบริโภคนาน ผู้วิจัยได้นำความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญมาพัฒนาในเรื่องการแบ่งหมวดหมู่ความเชื่อ ได้แก่ ความเชื่อแบบฮินดู แบบไทย และแบบจีน รวมถึงการออกแบบข้อมูลเนื้อหาฟังก์ชันที่เกี่ยวข้องกับเทพฮินดูภายในแอปพลิเคชันให้มีความเหมาะสมและถูกต้องมากยิ่งขึ้น

1.4.3 การสัมภาษณ์คุณอภิรักษ์ ปناهทกุล ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบแอปพลิเคชัน ผู้เชี่ยวชาญได้นำคำแนะนำมาใช้ในการออกแบบและกำหนด Persona รวมถึงการวิเคราะห์

User Journey ให้เข้าใจเรื่องกระบวนการคิดของผู้บนบาน เพื่อนำมาวางแผนและออกแบบแอปพลิเคชันให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้งานมากยิ่งขึ้น การพัฒนาวิธีการสื่อสารงานวิจัยให้เป็นในทิศทางบวก ดูไม่ม่งาย รวมถึงการพัฒนางานออกแบบแบบร่างแอปพลิเคชัน ให้มีการสื่อสารที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น การปรับชื่อเมนูให้ถูกต้อง การจัดเรียงเนื้อหา (Content) ให้ตรงกับหมวดหมู่ เพื่อผู้ใช้งานจะไม่เกิดความสับสนและทำให้แอปพลิเคชันมีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น

2 วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อพัฒนาแอปพลิเคชันต้นแบบสำหรับธุรกิจแก๊บน

ผู้วิจัยได้ออกแบบพัฒนาขึ้นจากการศึกษาประวัติความเป็นมา สภาพปัญหาและโอกาสทางธุรกิจ รวมถึงการสัมภาษณ์เพื่อขอความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้อง โดยผลการออกแบบสามารถสรุปได้ดังนี้

2.1 การกำหนดความสามารถหลักของแอปพลิเคชัน ผู้วิจัยได้กำหนดความสามารถหลักมาจากการวิเคราะห์หาความต้องการของผู้ใช้งาน โอกาสทางธุรกิจ และแนวทางที่สามารถพัฒนาเพื่อเพิ่มประสบการณ์ที่ดีในการบนบาน โดยความสามารถหลักของแอปพลิเคชันคือ

2.1.1 สินค้าแก๊บน โดยมีสินค้าที่เกี่ยวข้องกับการแก๊บนที่มาพร้อมกับความหมายของของไหว้ หรือคำแนะนำที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อ เป็นการพัฒนาจากผลการสำรวจพฤติกรรมการบนบาน และการศึกษาความเชื่อเรื่องการบนบาน ผู้วิจัยจึงได้นำข้อมูลที่ได้มาใส่ในการออกแบบแอปพลิเคชันนี้ด้วย ซึ่งการใส่ความหมายของสินค้ายังเป็นการเพิ่มการใช้เวลาบนแอปพลิเคชันให้มากยิ่งขึ้น และสร้างแตกต่างให้กับสินค้าแบบเดียวกันบนแพลตฟอร์มอื่น

2.1.2 บริการผู้ช่วยแก๊บน ที่จะช่วยให้การแก๊บนเป็นเรื่องที่ง่ายมากยิ่งขึ้น เพราะจะมีบริการให้คำแนะนำการไหว้ การบูชาที่ถูกต้อง การเตรียมบทสวด การเตรียมสินค้าแก๊บนเพื่อจัดส่งถึงที่ พัฒนาจากการสำรวจความคิดเห็นของผู้บนบานที่พบว่าผู้บนบานคิดว่าการบนบานไม่ใช่เรื่องยากแต่ต้องการคำแนะนำในการบนบาน รวมถึงปัญหาอื่น ๆ ที่ผู้บนบานพบได้แก่ ไม่ทราบขั้นตอนการแก๊บน ความยุ่งยากในการเตรียมของ ปัญหาการลิ้มแก๊บน เป็นต้น

2.1.3 เมนูสำรวจ ช่องทางในการหาข้อมูล บทความ ค้นหาสถานที่ หรือค้นหาบทสวดที่ใช้ในการบนบาน แก๊บนหรือไหว้พระ เพื่อให้การบนบานหรือการแก๊บนเป็นเรื่องที่สะดวกมากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยจึงได้ออกแบบเมนูนี้ขึ้นมา มีการแบ่งกลุ่มประเภทของเนื้อหาตามหัวข้อที่สำรวจในแบบสอบถามได้แก่ ปัญหาด้านการเรียน / การงาน ความรัก โชคลาภ/

เงินทอง สุขภาพ การเดินทาง ของหายขอให้ได้คืน อำนาจบารมี / ประสบความสำเร็จและอื่น ๆ เมนูนี้เป็นเมนูที่จะช่วยให้ผู้ใช้งานใช้เวลาบนแอปพลิเคชันนานมากยิ่งขึ้น รวมถึงสามารถส่งเสริมให้ผู้ใช้งานซื้อสินค้าและบริการบนแอปพลิเคชันด้วย

2.1.4 บันทึกแก๊บน เป็นเมนูที่ช่วยบันทึกเรื่องราวการบนบาน ที่จะช่วยเตือนให้ผู้ใช้งานทราบถึงกำหนดการในการแก๊บน จากการสำรวจพฤติกรรมผู้บนบานก็พบว่า การลิ้มแก๊บนก็เป็นอีกหนึ่งปัญหาใหญ่ที่ผู้บนบานต้องเผชิญ ผู้วิจัยจึงได้ออกแบบฟังก์ชันนี้ขึ้นมาเพื่อแก้ไขปัญหาที่พบ

2.2 การกำหนดหมวดหมู่ หรือแบ่งประเภทสินค้าบริการ สถานที่

2.2.1 การแบ่งกลุ่มตามลักษณะของสินค้า เพื่อให้ง่ายต่อการค้นหา คือ 1. ของสด 2. ผลไม้ 3. เครื่องดื่ม 4. สิ่งของแก๊บน 5. เครื่องสักการะ 6. ดอกไม้ – พวงมาลัย

2.2.2 การแบ่งตามเรื่องที่ผู้บนบานมักขอพร ได้แก่ การเงิน การงาน การเรียน ความรัก สุขภาพ การเดินทาง โชคลาภ วาสนา เป็นต้น เพื่อให้ตรงกับปัญหาความต้องการของผู้บนบานได้ดียิ่งขึ้น

2.2.3 การแบ่งตามหมวดหมู่ความเชื่อ แบ่งออกเป็น 1. ความเชื่อแบบฮินดู 2. ความเชื่อแบบไทย 3. ความเชื่อแบบจีน มีที่มาจากความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการบนบาน ที่ให้ข้อคิดเห็นว่าควรมีการจัดแบ่งเนื้อหา สินค้า หรือบริการตามรูปแบบความเชื่อนี้ เพื่อที่จะเข้าถึงคนที่มีรูปแบบความเชื่อที่แตกต่างกันตามลักษณะข้างต้นได้

2.2.4 การแบ่งตามหมวดหมู่สถานที่ เช่น วัด วัดจีน/ศาลเจ้า สถานที่เชิงประวัติศาสตร์ พระบรมรูป สถานที่ทางธรรมชาติ เป็นต้น พัฒนาจากแบบสำรวจประเภทสถานที่ที่คนนิยมไปบนบาน เพื่อความง่ายในการเข้าถึงข้อมูลสินค้าและบริการ

2.3 ระบบการเลือกวันจัดส่งสินค้า และการจองบริการ เพื่อสร้างความสะดวกสบายให้กับผู้บริโภคและเป็นการแก้ไขปัญหาที่พบจากผลสำรวจพฤติกรรมการบนบาน ทั้งประเด็นเรื่องความยุ่งยากในการเตรียมของ ปัญหาเกี่ยวกับการเดินทาง ปัญหาการลิ้มแก๊บน ปัญหาทำตามที่บ้านไว้ไม่ได้ และปัญหาคนเยอะต่อคิวรอานาน

2.4 การออกแบบภาพลักษณ์ของแอปพลิเคชัน ผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางการออกแบบที่สื่อสารด้านความมงคล มีความน่าเชื่อถือและดูเป็นมิตร ในการเลือกสีของแอปพลิเคชัน ผู้วิจัยจึงเลือกสีที่มีความหมายมงคล สื่อความหมายที่ดี น่าเชื่อถือและให้ความรู้สึกสบายใจต่อผู้ใช้งาน โดยนำไปใช้กับ

สีของแอปพลิเคชัน ภาพประกอบ และสัญลักษณ์เพื่อให้ภาพรวมในแอปพลิเคชันเป็นไปในทิศทางเดียวกัน การออกแบบภาพประกอบและชุดสัญลักษณ์ที่เน้นการสื่อสารให้ดูเป็นมิตร มีความสดใส และเล่าเรื่องอย่างเป็นกันเอง เพื่อให้เข้ากับกลุ่มที่มีความสนใจใช้งานแอปพลิเคชันที่มีช่วงอายุระหว่าง 26 - 30 ปี และกลุ่มรองลงมา ได้แก่ 20 - 25 ปี กับ 31 - 35 ปี

อภิปรายผล

ผลการศึกษารูปแบบความเชื่อการบนบานศาลกล่าว และการแก้บน ที่มีอิทธิพลอย่างมากในสังคมไทย เป็นแนวความคิดความเชื่อส่วนบุคคลที่นำมาซึ่งความสุขกายสบายใจของตน โดยการนำเครื่องสักการะหรือสิ่งของที่กล่าวไว้เมื่อครั้งบนบานไปถวายต่อสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่ตนเคารพนับถือ เป็นความเชื่อที่มีการสืบทอดต่อกันมายาวนาน (พระครูสิริรัตนานุวัตร, 2558) กล่าวถึงในงานวิจัยเรื่อง อิทธิพลการบนบาน บวงสรวงในสังคมไทย ที่มีการศึกษาถึงตำนาน เรื่องเล่า หลักฐานที่แสดงถึงความเชื่อมโยงความเชื่อเรื่องการบนบานบวงสรวงในสังคมไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพ นำมาซึ่งแนวคิดในการพัฒนาแอปพลิเคชันต้นแบบสำหรับธุรกิจแก้บน เครื่องมือที่หวังมอบความจงใจให้กับผู้ใช้งานในด้านการพัฒนาประสบการณ์การแก้บน โดยเจาะลึกไปที่การสำรวจและศึกษาพฤติกรรมผู้บนบานเป็นหลัก เพื่อแก้ไขปัญหาที่พบได้อย่างตรงจุดด้วยการนำข้อค้นพบที่ได้มาพัฒนาเป็นพีทเจอร์ของแอปพลิเคชัน และเป็นการสร้างโอกาสในธุรกิจแก้บน ให้เข้าถึงผู้ใช้งานกลุ่มใหม่ เข้าถึงผู้บริโภคในแพลตฟอร์มออนไลน์ได้มากยิ่งขึ้น ในงานออกแบบผู้วิจัยได้เลือกใช้สีที่มีความหมายที่เกี่ยวข้องในทางพุทธศาสนา และสีที่มีความหมายมงคล สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่องสีในวัฒนธรรมความเชื่อของไทย (เฉลิมชัย สุวรรณวัฒนา, 2553) ที่ได้กล่าวถึงความหมายของสีที่มีผลต่อความเชื่อของไทย มีผลกระทบกับสังคมทางด้านศิลปะการออกแบบ และในทางศาสนาก็เช่นกัน มีการให้ความสำคัญกับความหมายของสี เพราะแต่ละสีมีความหมายในทางที่ดีและทางที่ไม่ดีต่างกันออกไป ทั้งนี้ผู้วิจัยจึงได้นำความหมายในทางมงคลมาใช้ในการออกแบบแอปพลิเคชันต้นแบบสำหรับธุรกิจแก้บน ในแง่ของเนื้อหาความหมายสินค้าที่ใช้ในแอปพลิเคชัน ผู้ออกแบบได้คำนึงถึงความหมายของไหว้เพื่อใช้เป็นรายละเอียดของสินค้า เนื่องจากเป็นแอปพลิเคชันที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อ การสร้างความสบายใจ ซึ่งการใส่รายละเอียดของไหว้จะเป็นเครื่องมือช่วยประกอบการตัดสินใจให้กับผู้บนบาน ความหมาย

ของเครื่องแก้บนมีการศึกษาในงานวิจัยเรื่องไทยบูชาร่วมสมัย (กฤติยา โพธิ์ทอง, 2557) ที่กล่าวถึงความหมายของเครื่อง เช่นไหว้เอาไว้เช่นกัน ซึ่งจะเห็นได้ว่าความเชื่อเหล่านี้ได้ถูกให้ความสำคัญกับผู้ที่มีความเชื่อเรื่องการบนบานศาลกล่าวเป็นอย่างมาก

โดยผู้วิจัยได้ข้อสรุปเป็นไปในทิศทางเดียวกับความคาดหวังของงานวิจัยที่ตั้งไว้ในตอนต้น ได้แก่ 1. ได้ทราบถึงประวัติความเป็นมา สภาพปัญหา และโอกาสในธุรกิจแก้บน กล่าวคือ ผู้วิจัยพบปัญหาและอุปสรรคของผู้บนบานระหว่างการแก้บน ตั้งแต่ขั้นตอนก่อนบนบาน ระหว่างการบนบาน ถึงหลังการบนบาน และยังพบงานวิจัยอื่นที่มีผลการศึกษาสอดคล้องกันในเรื่องปัญหาที่คนนิยมไปบนบาน ได้แก่งานวิจัยเรื่องการบนสิ่งศักดิ์สิทธิ์ของชาวพุทธในสังคมไทย (ยุพารักษ์ ชนะบรรวัฒน์, 2560) ที่ได้แบ่งจุดประสงค์ของการบนสิ่งศักดิ์สิทธิ์ในสังคมไทยไว้ 4 ด้าน คือ ด้านการงานและการเงิน ด้านการศึกษา ด้านความรักและครอบครัว และด้านสุขภาพความปลอดภัย โดยงานวิจัยเรื่องการพัฒนาแอปพลิเคชันต้นแบบสำหรับธุรกิจแก้บนได้มีการศึกษาต่อในแง่จำนวนความนิยมในแต่ละด้าน รวมถึงความต้องการที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีต่อแนวคิดการพัฒนาแอปพลิเคชันต้นแบบสำหรับธุรกิจแก้บน โดยสามารถอภิปรายผลแบบสอบถามได้ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีช่วงอายุระหว่าง 26 - 30 ปีมากที่สุด จบการศึกษาระดับปริญญาตรี เคยมีการบนบานมาก่อน ส่วนใหญ่มีความเห็นว่าการบนบาน คือ ความเชื่อ/ความเคารพ/ความศรัทธา ที่บนบานมากที่สุดคือด้านการเรียนและการงาน ปัญหาที่ผู้บนบานพบระหว่างการแก้บนมากที่สุด คือ ไม่ทราบขั้นตอนการแก้บน ผู้บนบานส่วนมากมีความเชื่อและบนบานกับเทพเจ้ามากที่สุด นิยมซื้อสินค้าบริเวณหน้าสถานที่แก้บน โดยผู้บนบานส่วนใหญ่คิดเห็นว่าการแก้บนเป็นเรื่องที่มีความยากระดับปานกลาง ที่สามารถทำได้ด้วยตนเอง เพียงแต่ต้องการคำแนะนำเพื่อให้ทราบถึงขั้นตอนหรือวิธีปฏิบัติที่ถูกต้อง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความสนใจเกี่ยวกับแอปพลิเคชันที่เกี่ยวข้องกับการบนบาน การซื้อสินค้าแก้บนและมีบริการผู้ช่วยแก้บน ผู้บนบานหาข้อมูลการบนบานจากการฟังคำบอกเล่า โดยมีความเห็นว่าราคาชุดแก้บนสำเร็จรูป ชุดละ 100 - 299 บาท เป็นราคาที่เหมาะสมมากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามมีข้อเสนอแนะและความต้องการในการทำแอปพลิเคชันบนเกี่ยวกับการมีบริการที่ดีและการมีผู้ช่วยแก้บนมากที่สุด ซึ่งข้อสรุปที่ได้เป็นเป็นผลพิสูจน์สำคัญในการสร้างงานวิจัยนี้ให้ดำเนินการต่อไปได้ และนำมาซึ่งความมุ่งหวังของงานวิจัยข้อที่ 2 คือการพัฒนาแอปพลิเคชันต้นแบบสำหรับธุรกิจแก้บน

ที่ได้จากการวิเคราะห์แบบสอบถามจากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 100 คนที่มีความเชื่อเรื่องการบนบานและมีความสนใจการซื้อสินค้าและบริการออนไลน์ โดยนำข้อสรุปที่ได้มาพัฒนาแบบร่างและการออกแบบแอปพลิเคชันโดยกำหนดแนวทางการออกแบบ และความสามารถของแอปพลิเคชัน ซึ่งมี 5 ปัจจัยที่ควรคำนึงถึงในการออกแบบแอปพลิเคชัน อ้างอิงในงานวิจัยของ (ณัฐรุจา พงศ์สุพัฒน์, 2561) ได้แก่ ความสามารถในการใช้งาน คุณภาพของข้อมูล คุณภาพบริการ ราคา และการส่งเสริมการตลาด ซึ่งปัจจัยทั้ง 5 ข้อนี้ ผู้วิจัยได้นำเสนอผ่านผลงานการออกแบบที่สามารถใช้งานได้ง่าย การให้ข้อมูลการบริการทั้งก่อนการขาย ระหว่างการขาย และหลังการขาย การตั้งราคาให้เหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภค และการจัดโปรโมชั่นที่เหมาะสมให้ผู้ใช้งานได้สินค้ากับในราคาที่ประหยัดมากยิ่งขึ้น โดยงานวิจัยเรื่องแอปพลิเคชันต้นแบบสำหรับธุรกิจแก็บบน มีการประเมินผลการออกแบบจากผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านธุรกิจ ด้านการบนบาน และด้านการออกแบบแอปพลิเคชัน ที่มีความคิดเห็นเป็นไปทางบวกสอดคล้องกันว่าแนวคิดนี้สามารถพัฒนาต่อไปในอนาคต เป็นโอกาสและเป็นทางเลือกให้กับธุรกิจแก็บบน แต่ยังมีข้อพิจารณาอื่น ๆ สำหรับการพัฒนางานวิจัยที่ผู้เชี่ยวชาญได้ให้ข้อเสนอแนะไว้ในเรื่องกระบวนการวางแผน วิเคราะห์พฤติกรรมผู้ใช้งานเพื่อการแก้ปัญหาให้กับผู้ใช้งานได้อย่างตรงจุด ด้านการออกแบบที่สามารถพัฒนาผลงานให้สื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น การวางแผนการดำเนินงานทางด้านธุรกิจที่สามารถพัฒนาก่อนสร้างแอปพลิเคชันพลิเคชันสำหรับธุรกิจแก็บบน โดยข้อคิดเห็นข้างต้น ผู้วิจัยได้นำมาออกแบบและพัฒนาแอปพลิเคชันต้นแบบสำหรับธุรกิจแก็บบนขึ้นโดยใช้ชื่อผลิตภัณฑ์ว่า “Bon Application Delivery & Service” “บน” แอปพลิเคชันที่จะช่วยให้การแก็บบนเป็นเรื่องง่าย พื้นที่ที่รวบรวมสินค้า บริการ บทความเกี่ยวกับการแก็บบน ที่ผู้วิจัยพัฒนาโดยคำนึงถึงวัตถุประสงค์ของการวิจัยเป็นหลัก คือ การพัฒนาแอปพลิเคชันสำหรับธุรกิจแก็บบนที่สามารถแก้ไขปัญหาของผู้บนบาน และพัฒนาประสบการณ์การแก็บบนที่ดีมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะ

ในงานวิจัยเรื่องการพัฒนาแอปพลิเคชันต้นแบบสำหรับธุรกิจแก็บบน ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเพื่อที่จะพัฒนาแนวคิดธุรกิจนี้ให้ดีและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นได้ในลำดับถัดไป ภายใต้ประเด็นหลัก 3 ประเด็น ได้แก่

1. ประเด็นด้านธุรกิจ

1.1 แนวคิดแอปพลิเคชันต้นแบบสำหรับธุรกิจแก็บบนสามารถต่อยอดให้ครอบคลุมในการขายสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับความเชื่ออื่น ๆ เช่นการไหว้พระทำบุญ ที่มีรูปแบบลักษณะที่คล้ายคลึงกัน สามารถสร้างรายได้และมีโอกาสเติบโตเพราะเป็นตลาดที่ใหญ่กว่าตลาดแก็บบน จึงเป็นการเพิ่มฐานลูกค้าให้กับธุรกิจ

1.2 การวางแผนแผนธุรกิจในเชิงลึกมากยิ่งขึ้น เนื่องจากวิสัยนี้มุ่งเน้นในการนำเสนอการออกแบบแอปพลิเคชันเป็นหลัก ในส่วนของแผนธุรกิจจึงเป็นการวางแผนเพียงระดับต้นเท่านั้น ยังสามารถนำไปพัฒนาและต่อยอดให้ดียิ่งขึ้นได้ ผู้วิจัยมีความคิดที่จะเสนอแนวคิดธุรกิจนี้ไปเสนอต่อนักลงทุนที่สนใจ เพื่อลงมือในการพัฒนาให้แอปพลิเคชันนี้ได้เกิดขึ้นจริง

2. ประเด็นด้านการออกแบบ

2.1 เพื่อการออกแบบพัฒนาแอปพลิเคชัน และการวางแผนทางการตลาดในเชิงลึก ในการศึกษาค้นคว้าต่อไปควรเพิ่มจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามและดำเนินการสำรวจพฤติกรรมผู้บนบานให้มากยิ่งขึ้น

2.2 สร้างแบบสอบถามความพึงพอใจการออกแบบแอปพลิเคชัน และทดสอบกับผู้ใช้งานโดยตรงโดยให้ผู้ใช้งานพิจารณาจากผลการออกแบบแอปพลิเคชันสำหรับธุรกิจแก็บบน เพื่อสำรวจความคิดเห็นและความพึงพอใจของผู้ใช้งาน และนำข้อมูลที่ได้รับมาวิเคราะห์เพื่อพัฒนาแอปพลิเคชันให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

2.3 การพัฒนาภาพถ่ายสินค้า และภาพถ่ายประกอบอื่น ๆ ที่ต้องมีการวางแผนรูปแบบการถ่ายภาพ และการจัดองค์ประกอบภาพ เพื่อให้ภาพรวมดูเป็นไปในทางเดียวกัน ซึ่งจะช่วยให้แอปพลิเคชันมีความสวยงามและน่าใช้งานมากยิ่งขึ้น

3. ข้อเสนอแนะต่อภาครัฐ

หากงานวิจัยชิ้นนี้ได้พัฒนาจนสำเร็จ และได้ความร่วมมือจากภาครัฐด้านการส่งเสริมประชาสัมพันธ์ในประเด็นเรื่องวัฒนธรรมกับความเชื่อของไทยให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้นกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ เนื่องจากความเชื่อเรื่องสิ่งศักดิ์สิทธิ์ในประเทศไทยมีชื่อเสียงต่อชาวต่างชาติเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว โดยเฉพาะกับชาวจีนที่มีความนิยมเดินทางมาไหว้สิ่งศักดิ์สิทธิ์ในประเทศไทย โดยข้อมูลจาก (กองบรรณาธิการ วอยซ์ทีวี,

2560) ระบุว่ายอดการค้าค้นหาว่า “พระพรหม เอรಾವัน” ในภาษาจีนสูงกว่ายอดค้นหาในภาษาไทยกว่า 24.65% แสดงให้เห็นความนิยมและโอกาสทางธุรกิจแก่นักท่องเที่ยวชาวจีน และชาวต่างชาติอื่น ๆ ซึ่งแอปพลิเคชันสำหรับธุรกิจแก่นักท่องเที่ยวสามารถเป็นอีกหนึ่งเครื่องมือที่ช่วยให้นักท่องเที่ยว

เข้าถึงสินค้า บริการ และสถานที่ที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อของคนไทยได้สะดวกสบายและง่ายมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ผู้วิจัยต้องพัฒนาเรื่องภาษาที่ใช้บนแอปพลิเคชันเพื่อให้รองรับกลุ่มผู้ใช้งานชาวต่างชาติในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

กองบรรณาธิการ วอยซ์ทีวี. (2560). **พระพรหมเอราวัณ ยังฮิตในหมู่ชาวจีน**. สืบค้นเมื่อ 7 กรกฎาคม 2563, จาก www.voicetv.co.th/read/515875

กฤติยา โปธิ์ทอง. (2557). **ไทยบูชาร่วมสมัย**. มหาวิทยาลัยศิลปากร. (มหาดบัณฑิต). สืบค้นเมื่อ 22 มิถุนายน 2563, จาก www.thapra.lib.su.ac.th/thesis/showthesis_th.asp?id=0000011048

เฉลิมชัย สุวรรณวัฒนา. (2553). **สีในวัฒนธรรมความเชื่อของคนไทย**. มหาวิทยาลัยศิลปากร. (มหาดบัณฑิต). สืบค้นเมื่อ 3 กรกฎาคม 2563, จาก www.thapra.lib.su.ac.th/objects/thesis/fulltext/thapra/Chalermchai_Suwanwattana/fulltext.pdf

ณัฐรจา พงศ์พัฒน์. (2561). **การศึกษาตลาดแอปพลิเคชันอาหารและพฤติกรรมผู้บริโภคต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการแอปพลิเคชันอาหาร**. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. (มหาดบัณฑิต), กรุงเทพมหานคร. สืบค้นเมื่อ 4 กรกฎาคม 2563, จาก www.thapra.lib.su.ac.th/objects/thesis/fulltext/snamcn/Kittipong_Tancharoen/fulltext.pdf

บุญยิ่ง คงอาชาภัทร. ว.ม. (2562). **ตลาดคนขี้เกียจ (Lazy Economy)**. สืบค้นเมื่อ 1 มิถุนายน 2563, จาก <https://m.mgonline.com/smes/detail/9620000086678>

พระครูสิริรัตนาวุฒิ์, ว. (2558). **อิทธิพลการบนบานบวงสรวงในสังคมไทย**. Journal of Cultural Approach. สืบค้นเมื่อ 12 พฤษภาคม 2563, จาก https://so02.tci-thaijo.org/index.php/cultural_approach/article/view/35494

ยุพารักษ์ ชนะบวรวัฒน์. (2560). **การบนสิ่งศักดิ์สิทธิ์ของชาวพุทธในสังคมไทย**. (ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ. สืบค้นเมื่อ 3 กรกฎาคม 2563, จาก www.thapra.lib.su.ac.th/objects/thesis/fulltext/thapra/Chalermchai_Suwanwattana/fulltext.pdf

Techsauce Team. (2563). **Priceza เผยตัวเลขตลาด E-Commerce ไทยปี 2020 อาจพุ่งแตะ 220,000 ล้านบาท จากสถานการณ์ COVID-19**. สืบค้นเมื่อ 7 สิงหาคม 2563, จาก <http://techsauce.co/news/priceza-thailand-e-commerce-market-2020>