



การประชุมวิชาการระดับชาติ
“ราชภัฏศรีสะเกษวิชาการ ครั้งที่ 2”
มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ
12 กุมภาพันธ์ 2558

กลุ่มวิชาด้านการศึกษา
ด้านการบริหารธุรกิจ ด้านสังคม
และด้านการเมืองการปกครอง



การพัฒนาฐานข้อมูลร้านค้าของฝากเมืองอุบลราชธานี

Database development souvenir shops UbonRatchathani

ไมตรี รีมทอง และคณะ***

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์หลักดังนี้ 1) เพื่อรวบรวมข้อมูลร้านค้าของฝากในอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี 2) เพื่อพัฒนาระบบสนับสนุนการค้นหาข้อมูลร้านค้าของฝากอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี ประชากรและกลุ่มตัวอย่างคือผู้ประกอบการร้านขายสินค้าในอำเภอเมืองอุบลราชธานี และผู้บริโภคที่มาซื้อสินค้า เครื่องมือการวิจัยคือ แบบสอบถาม โดยแบบสอบถามชุดที่ 1 เป็นแบบสอบถามที่ใช้ในการสำรวจร้านค้าที่ต้องการเข้าร่วมโครงการวิจัย และชุดที่ 2 เป็นแบบประเมินประสิทธิภาพระบบฐานข้อมูลร้านค้าของฝากเมืองอุบลราชธานี อย่างละ 30 ชุด โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 ระดับความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ทำการสุ่มตัวอย่างอาศัยความไม่น่าจะเป็น (Non-probability sampling) โดยเลือกใช้เทคนิคการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental sampling) สถิติที่ใช้คือ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่เป็นประเภทธุรกิจเจ้าของคนเดียว คิดเป็นร้อยละ 82.8 ห้างหุ้นส่วนจำกัด ร้อยละ 6.9 และบริษัท ร้อยละ 3.4 ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ มากกว่า 7 ปี คิดเป็นร้อยละ 72.4 รองลงมาคือ น้อยกว่า 2 ปี ร้อยละ 17.2 และ 2-6 ปี ร้อยละ 6.9 ร้านค้าส่วนใหญ่เป็นร้านอาหารและร้านเครื่องเค็มคิดเป็นร้อยละ 23.3 รองลงมา ร้านเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย ร้อยละ 13.3 ประเภทเครื่องใช้เครื่องประดับ ร้อยละ 10 และร้านศิลปะประดิษฐ์ ร้อยละ 3.3 ร้านค้าที่ยังไม่มีแผนที่สำหรับค้นหาเส้นทางร้านค้าของฝากเมืองอุบลราชธานี คิดเป็นร้อยละ 61.5 และมีแผนที่ร้านจำนวน 34.6 ความต้องการของการสร้างช่องทางการตลาดผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต พบว่า อันดับแรกเจ้าของร้านค้าต้องการให้มีความสะดวกในการหาข้อมูล มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.46 รองลงมา ความน่าเชื่อถือของผู้ขาย มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.30 และเว็บไซต์มีชื่อ ที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ ของร้านที่ติดต่อได้อย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.23 ตามลำดับ

ประสิทธิภาพของระบบ พบว่า ความพึงพอใจด้านการตรงตามความต้องการของผู้ใช้ระบบ (Functional Requirement Test) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.88 ความพึงพอใจด้านการทำงานได้ตามฟังก์ชันงานของระบบ (Function Test) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.13 ความพึงพอใจด้านความง่ายต่อการใช้งานระบบ (Usability Test) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.18 และในด้านการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลในระบบ (Security Test) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.34

ABSTRACT

This research was conducted as follows: 1) To collect information gift shop and 2) To develop the system supports the search of information gift shop in Amphoe Mueang Ubon Ratchathani. Population and Sample was the entrepreneurship and consumers in Amphoe Mueang Ubon Ratchathani. The research tool was a questionnaire such as the first questionnaire was used to survey shops want to join with research project and the second questionnaire used for performance assessment the database of the gift shop in Ubon Ratchathani (30 sets in each questionnaires). Are defined the confidence value at 95 percent and the error level at 5 percent. The samples random was based on the non-probability sampling be used the accidental sampling technique. The statistics used are percentage, mean and standard deviation.

***ไมตรี รีมทอง วชิระ โมราชาดิ เกียรติศักดิ์ รักภักดี และปราโมทย์ นามวงศ์

The results showed that, most of the business are owned alone accounted for 82.8 percent, limited partnership for 6.9 percent and company limited for 3.4 percent. The period in the business for more than 7 year accounted for 17.2 percent, followed by less than 2 year accounted for 17.2 percent and 5-6 year accounted for 6.9 percent. Most shops are restaurants and beverage outlets accounted for 23.3 percent; followed by clothing stores, craftsmanship shops and handicrafts accounted for 13.3 percent, 10 percent for appliance and Jewelry and 3.3 percent for handicrafts. The shops do not use maps for find directions on the internet accounted for 61.5 percent and 34.6 percent for the shops have maps. The requirements of creating a marketing channels via the internet found that; First, the shopkeeper want to a convenient information, it is averaged at 4.46, followed by the reliability of the seller, it is averaged at 4.30 and a website, address and phone number of shops have averaged at 4.23 respectively.

The system performance has shown that; satisfying in meet the needs of system users (Functional Requirement Test) as a whole, was high with an average of 3.88. Satisfying in the operation follow the functions of the system (Performance Test) as a whole, was high with an average of 4.13. Satisfying in the ease-of-use (Usability Test) as a whole, was high with an average of 4.18. And, Satisfying in the security of information systems (Security Test) as a whole, was high with an average of 4.34

บทนำ

ในปัจจุบัน การซื้อขายสินค้า และสินค้าเงินฝากที่สำคัญของจังหวัดอุบลราชธานี มีหลากหลาย อาทิ ประเภทยา เช่น ผ้าทอเมืองอุบล ผ้าฝ้ายทอมือ หมอนขิด ผ้าขาวม้า ผ้าไหม เครื่องทองเหลือง เครื่องจักรสานจำพวกกระจัง ตะกร้า ช้อนใส่ปลา ตะกร้า นักท่องเที่ยวสามารถหาซื้อได้จากร้านขายของที่ระลึก บริเวณถนนเขื่อนธานี ใกล้กับโรงแรม หรือจากบริเวณตลาดในตัวเมืองประเภทอาหาร เช่น หมูขบ ถั่วเขียว ไข่กรอกอีสาน และเค็มบักนัด (เค็มสับปะรด) อาหารพื้นเมืองที่ขึ้นชื่อของจังหวัดอุบลราชธานี ทำด้วยเนื้อปลาสดหรือปลาเทโพ หั่นเป็นชิ้นยาวๆ คองในน้ำเค็มรส สับปะรดที่ซอยเป็นชิ้นเล็กๆ บรรจุในขวดแก้ว สามารถนำมาปรุงเป็นอาหารได้หลายอย่าง เช่น อาหารประเภท ข้าวเหนียวทอดในน้ำเค็มรส สับปะรด เป็นต้น

ดังนั้นวิจัยนี้ได้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเทคโนโลยีแผนที่ออนไลน์มาใช้ให้เกิดประโยชน์ โดยนำมาพัฒนาเป็น เครื่องช่วยให้สามารถรับรู้ข้อมูลร้านขายของฝากเมืองอุบลราชธานี จำนวนมากได้อย่างสะดวกรวดเร็ว ซึ่งสามารถช่วย เส้นทาง ตำแหน่งที่ตั้งของร้าน ข้อมูลสินค้าและผลิตภัณฑ์ ได้จากเงื่อนไขที่กำหนด และสามารถเพิ่มเติมแก้ไขข้อมูล ทันสมัยอยู่เสมอได้

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อรวบรวมข้อมูลร้านของฝากอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี
2. เพื่อพัฒนาระบบสนับสนุนการค้นหาข้อมูล ร้านของฝาก อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี

ขอบเขตการวิจัย

ประชากร

สำหรับประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ประกอบการร้านขายสินค้าในอำเภอเมืองอุบลราชธานี

ระดับคะแนนเป็น 3 หมายถึง ฟังพอใจปานกลาง หรือพอใช้

ระดับคะแนนเป็น 4 หมายถึง ฟังพอใจมาก หรือดี

ระดับคะแนนเป็น 5 หมายถึง ฟังพอใจมากที่สุด หรือดีมาก

และกำหนดระดับความพึงพอใจเฉลี่ยเพื่อการแปลผล ดังนี้

ระดับคะแนนเป็น 0.00 – 1.50 หมายถึง ฟังพอใจน้อยที่สุด หรือไม่ดี

ระดับคะแนนเป็น 1.51 – 2.50 หมายถึง ฟังพอใจน้อย หรือปรับปรุง

ระดับคะแนนเป็น 2.51 – 3.50 หมายถึง ฟังพอใจปานกลาง หรือพอใช้

ระดับคะแนนเป็น 3.51 – 4.50 หมายถึง ฟังพอใจมาก หรือดี

ระดับคะแนนเป็น 4.51 – 5.00 หมายถึง ฟังพอใจมากที่สุด หรือดีมาก

ตอนที่ 1 เติบโตในการปรับปรุง และพัฒนาการให้ข้อเสนอแนะเพิ่ม 3 โปรแกรมลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบ
กรอกข้อมูล

ผลการวิจัยและสรุปผล

ผลการศึกษาเรื่องการพัฒนาฐานข้อมูลร้านค้าของฝากเมืองอุบลราชธานี

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

- พบว่า กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 46.3 และเพศหญิง จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 56.7 โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย

- พบว่า กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามมี อายุต่ำกว่า 15 ปี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3 อายุ 15-25 ปี จำนวน 5 คน คิดเป็น ร้อยละ 16.7 อายุ 26-35 ปี จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 อายุ 36-45 ปี จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 26.7 อายุ 46-55 ปี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 16.7 และไม่ตอบคำถาม จำนวน 1 คน

- พบว่า กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 24.1 ปริญญาตรี หรือเทียบเท่า จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 55.2 ปริญญาโท จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 17.2 และไม่ตอบคำถาม จำนวน 1 คน โดยกลุ่มผู้ตอบคำถามส่วนใหญ่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า

- พบว่า ประเภทธุรกิจที่กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามประกอบกิจการ บริษัท จำนวน 1 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 3.4 ห้างหุ้นส่วนจำกัด จำนวน 2 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 6.9 เจ้าของคนเดียว จำนวน 24 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 82.8 และอื่นๆ อีก 2 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 6.9 โดยประเภทธุรกิจส่วนใหญ่มีเจ้าของกิจการเพียงคนเดียว

ตอนที่ 2 ข้อมูลของร้านค้า

- พบว่า ประเภทของร้านค้าที่เป็นร้านอาหาร จำนวน 7 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 23.3 ประเภทร้านเครื่องดื่ม จำนวน 7 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 23.3 ร้านค้าและเครื่องแต่งกาย จำนวน 4 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 13.3 ร้านศิลปะประดิษฐ์ จำนวน 1 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 3.3 ร้านขายสินค้างานฝีมือ จำนวน 4 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 13.3 ประเภทเครื่องใช้เครื่องประดับ จำนวน 3 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 10 และอื่นๆ จำนวน 4 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 13.3 โดยประเภทของร้านค้าส่วนใหญ่เป็นร้านอาหารและเครื่องดื่ม

- พบว่า แผนที่ร้านค้าสำหรับค้นหาเส้นทางร้านค้านอนอินเทอร์เน็ต มีแผนที่ร้าน จำนวน 9 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 34.6 ไม่มีแผนที่ร้าน จำนวน 16 คิดเป็นร้อยละ 61.5 และอื่นๆ จำนวน 1 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 3.8 และไม่ตอบแบบสอบถามจำนวน 4 ร้าน โดยส่วนใหญ่ยังไม่มีแผนที่ร้านค้านอนอินเทอร์เน็ต

ตอนที่ 3 ความต้องการของการสร้างช่องทางทางการตลาดผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

- พบว่า กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการ เว็บไซต์ที่มีการจดทะเบียนพาณิชย์ มีค่าเฉลี่ย 3.53 เว็บไซต์มีชื่อที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ ของร้านที่ติดต่อได้อย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 4.23 ต้องการเว็บไซต์ที่มีความน่าเชื่อถือของผู้ขาย มีค่าเฉลี่ย

วิเชียร เปรมชัยสวัสดิ์. (2546). ระบบฐานข้อมูล. กรุงเทพมหานคร: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น).

เว็บเพื่อการศึกษาวิทยาลัยชุมชนสระแก้ว .หลักการตลาด (ออนไลน์) .2557. (อ้างเมื่อ พฤษภาคม 22

2557). จาก <http://www.skcc.ac.th/elearning/bc0203/?p=1>

ศิริชัย นามบุรี. (2546). การพัฒนาระบบสารสนเทศข่าวสาร สถาบันราชภัฏยะลา.

ศิริพร สักดิ์รุ่งพงศาภุ. (2548). เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และสารสนเทศ. กรุงเทพฯ : ชีเอคบุ๊คส์.

สรชัย พิศาลบุตร. (2552). การสร้างและประมวลผลข้อมูลจากแบบสอบถาม. กรุงเทพฯ : วิทยพัฒน์

โอภาส เอี่ยมศิริวงศ์. (2548). การวิเคราะห์และออกแบบระบบ ฉบับปรับปรุงเพิ่มเติม. กรุงเทพฯ : ชีเอคบุ๊คส์.

Boulos, M. N. (2005). *Web GIS in practice III: creating a simple interactive map of*

England's strategic Health Authorities using Google Maps API, Google Earth

KML, and MSN Virtual Earth Map Control. International Journal of Health Geographic's, 4(1), 22.

Elmasri, R. & Navathe, S. B. (1994). *Fundamentals of database system*. California:

Addison Wesley Publishing Company.

Gibin, M., Singleton, A., Milton, R., Mateos, P., & Longley, P. (2008). *An exploratory*

Cartographic visualisation of London through the Google Maps API. Applied

Spatial Analysis and Policy, 1(2), 85-97.

Kobayashi, S., Fujioka, T., Tanaka, Y., Inoue, M., Niho, Y., & Miyoshi, A. (2010). *A*

Geographical information system using the Google Map API for guidance to

Referral hospitals. Journal of medical systems, 34(6), 1157-1160.

Newton, R., Deonarine, A., & Wernisch, L. (2012). *Displaying R spatial statistics on*

Google dynamic maps with web applications created by R. International Journal of health geographic, (1)11, .41

การเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ ผู้ประกอบการร้านค้าสินค้า เป็นขนาดประชากรที่ไม่ทราบ
จำนวนที่แน่นอน ดังนั้นจึงใช้สูตร การคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบค่าประชากร (Infinite population) ของ คอรัค
(Cochran, 1953: 178 อ้างใน ยุทธ ไทยวรรณ 2550 : (154 กำหนดค่าความเชื่อมั่นที่ร้อยละ และระดับความ 95
ขนาดเคลื่อนร้อยละ 5 จากสูตร

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

คณะผู้วิจัยได้กำหนดเครื่องมือในการวิจัยและการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยดังนี้

ลักษณะของเครื่องมือ

ในการดำเนินการวิจัยครั้งนี้เครื่องมือที่ใช้ประกอบด้วย

1. ระบบฐานข้อมูลร้านค้าของฝากเมืองอุบลราชธานี จากเว็บไซต์ www.gifubon.com

2. แบบสอบถามทั้งหมด 2 ชุด ได้แก่ ชุดที่ 1 เป็นแบบสอบถามที่ใช้ในการสำรวจร้านค้าที่ต้องการเข้าร่วมโครงการวิจัย

ชุดที่ 2 เป็นแบบประเมินประสิทธิภาพระบบฐานข้อมูลร้านค้าของฝากเมืองอุบลราชธานี ที่พัฒนาเสร็จแล้ว

ชุดที่ 1 เป็นแบบสอบถามที่ใช้ในการสำรวจร้านค้าที่ต้องการเข้าร่วมโครงการวิจัย ซึ่งคณะผู้วิจัยสร้างขึ้น
ตามแนวทางและวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ โดยแบ่งออกเป็น 4 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษาประเภทธุรกิจ ระยะเวลาในการก่อตั้งธุรกิจ ลักษณะ
แบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List)

ตอนที่ 2 ข้อมูลของร้านค้า ได้แก่ ชื่อร้านค้า (ภาษาไทย) ชื่อร้านค้า (ภาษาอังกฤษ) ที่อยู่ร้านค้า ประเภทของ
ร้านค้า แผนที่ยานค้า ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบกรอกข้อมูลและแบบตรวจสอบรายการ (Check List)

ตอนที่ 3 ความต้องการของการสร้างคุณค่าทางการตลาดผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตลักษณะแบบสอบถาม
เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มีข้อคำถามจำนวน 11 ข้อโดยใช้เกณฑ์ในการกำหนดค่าน้ำหนักของการให้
คะแนนระดับความต้องการของการสร้างคุณค่าทางการตลาดผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เป็น 5 ระดับตามวิธีของลิเคิร์ต
(Likert) ,ธานินทร์ ศิลปจารุ)2550 : 7) ดังนั้นระดับมากที่สุด ให้ คะแนน 5, ระดับมากให้ คะแนน 4, ระดับปานกลาง ให้ 3
คะแนน, ระดับน้อย ให้ คะแนน 2, ระดับน้อยที่สุด ให้ คะแนน 1, ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบ
กรอกข้อมูล

ชุดที่ 2 แบบประเมินประสิทธิภาพระบบฐานข้อมูลร้านค้าของฝากเมืองอุบลราชธานี

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ประเมิน ได้แก่ ชื่อร้านค้า ที่อยู่ ประเภทของร้านค้า ลักษณะแบบสอบถามเป็น
แบบกรอกข้อมูลและแบบตรวจสอบรายการ (Check List)

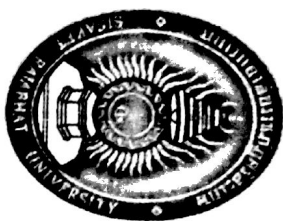
ตอนที่ 2 เกี่ยวกับประสิทธิภาพของระบบที่ความคิดเห็นของผู้ประเมิน
พัฒนาขึ้น ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มีทั้งหมด 4 ด้าน ได้แก่

- 1) การประเมินความเหมาะสมในหน้าที่การทำงานของโปรแกรม (Functional Requirement Test)
- 2) การประเมินความคิดเห็นด้านความถูกต้องในการทำงานโปรแกรม (Functional Test)
- 3) การประเมินความคิดเห็นด้านความสะดวก และง่ายต่อการใช้งานโปรแกรม (Usability Test)
- 4) การประเมินความคิดเห็นด้านการรักษาความปลอดภัยของโปรแกรม (Security Test)

ในการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบฐานข้อมูลร้านค้าของฝากเมืองอุบลราชธานี ใช้การ วัดระดับ
ความพึงพอใจ 5 ระดับ คือ

ระดับคะแนนเป็น 1 หมายถึง พึงพอใจน้อยที่สุด หรือไม่ดี

ระดับคะแนนเป็น 2 หมายถึง พึงพอใจน้อย หรือปรับปรุง



มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ

ให้เกียรติบัตรฉบับนี้ไว้เพื่อแสดงว่า

นายไมตรี รีมทอง

ได้เข้าร่วมประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัย
โครงการการประจักษ์ฝีมือนักวิชาการระดับชาติ
“ราชภัฏศรีสะเกษวิชาการครั้งที่ ๒”

ณ วันที่ ๑๒ กุมภาพันธ์ พ.ศ. ๒๕๕๘

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประภาศิต อานาพแผ่นนการ
อธิการบดี

รองศาสตราจารย์จาเรญ จุ่นแก้ว
ประธานบัณฑิตศึกษา