

## การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์องค์กรผ่านเว็บไซต์

### Production of public relations media via website

เพียงฤทัย หนูสวัสดิ์\* และ อรปรียา ไชยรักษ์

<sup>1</sup>สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศทางธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

E-mail: paingruthai.nus@rmutr.ac.th, Onpreeyachiyaruk@gmail.com

#### บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เป็นการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารและกิจกรรมต่าง ๆ ของโรงแรมลักษสุภา หัวหิน ผ่านเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ Blog WordPress โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์ กรณีศึกษา โรงแรมลักษสุภา หัวหิน และ 2) เพื่อวัดประสิทธิภาพเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์โรงแรมลักษสุภา หัวหิน และ 3) เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานที่มีต่อเว็บไซต์ เพื่อเป็นการโปรโมทและประชาสัมพันธ์โรงแรมให้เป็นที่รู้จักของบุคคลทั่วไปเพิ่มมากขึ้นโดยใช้สื่อมัลติมีเดียในลักษณะของภาพกราฟิกเข้ามาใช้ในการประชาสัมพันธ์ และใช้โปรแกรม illustrator CS6 ในการออกแบบและพัฒนาสื่อมัลติมีเดียให้มีความน่าสนใจ จากนั้นจึงทำการเพื่อวัดประสิทธิภาพของเว็บไซต์และประเมินผลความพึงพอใจของผู้ใช้งานเว็บไซต์ เพื่อนำข้อเสนอแนะที่ได้ไปใช้ในการปรับปรุงเว็บไซต์ต่อไป กลุ่มตัวอย่างที่ใช้คือ พนักงานโรงแรมลักษสุภา หัวหิน และผู้ใช้อินเทอร์เน็ต จำนวนรวม 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยประกอบด้วย 1) สื่อประชาสัมพันธ์องค์กร 2) แบบประเมินความพึงพอใจที่มีต่อเว็บไซต์ ผลการวิจัย พบว่า การประเมินประสิทธิภาพของเว็บไซต์ มีอัตราการดีกลับ 8.21 % และจำนวนผู้เข้าชมเว็บไซต์จำนวน 6,580 คน และจากผลการวัดประเมินความพึงพอใจ โดยแบ่งออกเป็น 3 ด้าน 1) ด้านคุณภาพของเนื้อหา 2) ด้านการออกแบบภาพประกอบและการจัดรูปแบบ 3) ด้านประสิทธิภาพการใช้งานการใช้งาน พบว่า เว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ มีค่าระดับความพึงพอใจในการใช้งานเว็บไซต์ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39

**คำสำคัญ:** สื่อประชาสัมพันธ์ เว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ สื่อมัลติมีเดีย โรงแรมลักษสุภา หัวหิน

#### Abstract

This research is the development of public relations information, news and activities of Laksasubha Hua Hin Hotel. Through the website to promote the WordPress blog with the purpose of 1) to produce public relations media via the website in case of Laksasubha Hua Hin 2) to measure the effectiveness of public relations websites Laksasubha Hua Hin Hotel and 3) to evaluate the satisfaction of users Per website In order to promote and publicize the hotel to be more known to the general public by using multimedia media in the form of graphics to be used in public relations And using illustrator CS6 program to design and develop multimedia media to be interesting And then performed to measure the effectiveness of the website and evaluate the satisfaction of users of the website. To bring suggestions to improve the website further The sample group used was Staff of Laksasubha Hua Hin Hotel and internet users, totaling 400 people. The tools used in the research consisted of 1) public relations media, 2)

\*Corresponding author, e-mail: paingruthai.nus@rmutr.ac.th

satisfaction evaluation form on the website, the results of the research showed that the evaluation of website performance Has a bounce rate of 8.21% and the number of visitors to the website is 6,580 people and from the results of the assessment of satisfaction Divided into 3 aspects 1) quality of content 2) design, illustration and formatting 3) efficiency of use, usage found that the public relations website There is a high level of satisfaction in using the website as a whole. With an average of 4.39

**Keywords:** public relations media, public relations websites, multimedia, Laksasubha Hua Hin Hotel

## 1. ที่มาและความสำคัญ

การประชาสัมพันธ์เป็นหนึ่งในช่องทางสื่อสารที่สำคัญในการสร้างความเข้าใจที่ตรงกันระหว่างองค์กรกับกลุ่มที่มีส่วนได้ส่วนเสีย รวมถึงสาธารณชนทั่วไป ซึ่งการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในปัจจุบันมีความเปลี่ยนแปลงจากในอดีตที่มักจะเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และนิตยสารเป็นหลัก แต่เมื่อเทคโนโลยีก้าวหน้าเปลี่ยนแปลงไป ประชาชนมีพฤติกรรมการสื่อสารผ่าน “เครือข่ายสังคม” (Social Network) อย่างแพร่หลายและเพิ่มมากขึ้นในปัจจุบันทำให้องค์กรของรัฐและเอกชนในประเทศไทยหันมาใช้เครือข่ายสังคมเป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์เพื่อช่วยเสริมสื่อประชาสัมพันธ์หลักให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น

เว็บไซต์ WordPress เป็นอีกหนึ่งช่องทางในการประชาสัมพันธ์ที่มีบทบาทที่สำคัญกับมนุษย์ ซึ่งเป็นโอกาสในทางด้านการตลาดในการประยุกต์ใช้และพัฒนาเป็นช่องทางประชาสัมพันธ์จากกล่าวได้ว่าเว็บไซต์ เป็นช่องทางบริหารความสัมพันธ์ผู้ใช้งานกับองค์กร ในการบริหารความสัมพันธ์บนเว็บไซต์ นักสื่อสารการตลาดต้องใช้ศิลปะและความเอาใจใส่ในการสร้างสรรค์เล่าเรื่องราว สร้างมิตรภาพกับผู้ใช้งานเพื่อสานต่อความสัมพันธ์ที่ยืนยาว เนื่องจากเป็นช่องทางที่สามารถเข้าถึงได้

ลักษสุภา หัวหิน เป็นธุรกิจรีสอร์ต ตั้งอยู่ที่ 53/7 ถนนนครดำริห์ ตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 77110 ลักษสุภา หัวหิน การทำงานในส่วนของสำนักงานนั้น จะประกอบไปด้วยหลายฝ่าย เช่น โดยปกติทางโรงแรมจะมีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารหรือกิจกรรมต่าง ๆ โดยผ่านทาง Facebook ซึ่งผลการตอบรับยังไม่เป็นที่น่าพอใจเนื่องจากการประชาสัมพันธ์แบบเดิม จะใช้ข้อความในการประชาสัมพันธ์เป็นส่วนใหญ่ ซึ่งยังขาดความน่าสนใจ และยังทำให้บางครั้งเกิดความเข้าใจผิดในสิ่งที่ต้องการจะนำเสนอไปยังกลุ่มเป้าหมาย

ดังนั้นผู้พัฒนาจึงได้เล็งเห็นถึงประโยชน์ของการนำเทคโนโลยีสารสนเทศและการนำเสนอในลักษณะของสื่อมัลติมีเดียมาประยุกต์ใช้กับการประชาสัมพันธ์ข่าวสารขององค์กร จึงมีแนวคิดในการพัฒนาสื่อมัลติมีเดียเพื่อทำการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ของลักษสุภา หัวหิน รีสอร์ต ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Website WordPress) เพื่อให้มีความน่าสนใจมากขึ้น เพื่อเพิ่มช่องทางประชาสัมพันธ์ขององค์กรเป็นไปอย่างครบถ้วนและสมบูรณ์แบบ

## 2. วัตถุประสงค์

- 2.1 เพื่อผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์ กรณีศึกษา โรงแรมลักษสุภา หัวหิน
- 2.2 เพื่อวัดประสิทธิภาพเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์โรงแรมลักษสุภา หัวหิน
- 2.3 เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานที่มีต่อเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์โรงแรมลักษสุภา หัวหิน

### 3. ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดการประชาสัมพันธ์ “ประชาสัมพันธ์” มาจากคำว่า “ประชา” ซึ่งหมายถึงประชาชนผสมกับคำว่า “สัมพันธ์” หมายถึง เกี่ยวข้องผูกพันซึ่งกันและกันตรงกับกับภาษาอังกฤษว่า “Public Relations” หรือที่เรียกว่า “PR” นั้นหมายถึง สาธารณชนหรือประชาชน ส่วน Relations หมายถึงความสัมพันธ์ความเกี่ยวข้องกัน [ดำรงศักดิ์ ชัยสินิตและสุนีย์ เลิศแสงกิจ, 2542]

แนวคิดเกี่ยวกับสังคมออนไลน์ เครือข่ายสังคมออนไลน์ หมายถึง ช่องทางในการติดต่อสื่อสารแบบสองทาง เปลี่ยนข้อมูลข่าวสารการพูดคุยตอบโต้กันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร รวมไปถึงการแบ่งปันสื่อต่างๆ ผ่านระบบเครือข่าย อินเทอร์เน็ตได้ ข่ายสังคมออนไลน์ได้เข้ามามีบทบาทกับชีวิตประจำวันของประชากรทุกกลุ่มวัยด้วยความก้าวหน้าของเทคโนโลยี [สำนักงานสถิติแห่งชาติ 2558]

ธัชชัย คำแพง, 2560 ได้ทำการศึกษาและพัฒนาเว็บไซต์แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดอุบลราชธานี มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาเว็บไซต์ แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดอุบลราชธานี ผู้พัฒนาได้ใช้ภาษา PHP และใช้ฐานข้อมูล MySQL ในการ พัฒนาเว็บไซต์แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดอุบลราชธานีจากผลการทดสอบความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญ ที่ได้ทดสอบเว็บไซต์แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดอุบลราชธานีด้วยการประเมิน3ด้าน ได้แก่ 1) ด้านภาพประกอบเว็บไซต์ 2) ด้านตัวอักษรเว็บไซต์ 3) ด้านเนื้อหาเว็บไซต์ ผลการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน โดยใช้แบบสอบถาม แบบมาตราส่วนประเมินค่า 5 ระดับอยู่ในระดับดี และทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 20 คน ที่ทดสอบเว็บไซต์แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดอุบลราชธานีผลการทดสอบความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 พบว่า อยู่ในระดับดี สรุป ได้ว่าเว็บไซต์แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดอุบลราชธานีที่พัฒนาขึ้นมีคุณภาพในระดับดี และสามารถนำมา เผยแพร่สู่สาธารณะได้

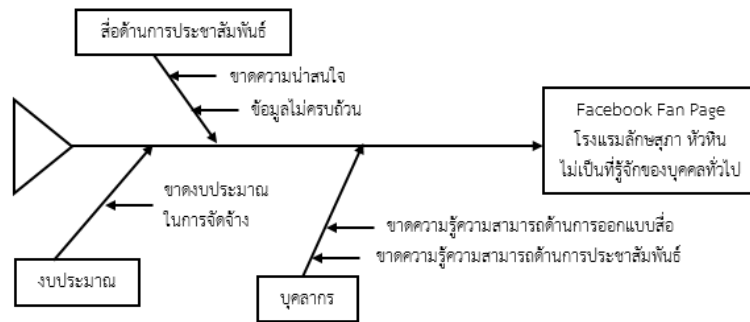
ศิริพล แสนบุญสูง, 2559 ได้ทำการศึกษาและพัฒนาเว็บไซต์คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา ด้วยระบบบริหารจัดการเนื้อหาบนเว็บไซต์ พบว่าคุณภาพเว็บไซต์คณะครุศาสตร์ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นด้านเนื้อหาจากผู้เชี่ยวชาญ พบว่าโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.65 และด้านเทคนิคและการออกแบบจากผู้เชี่ยวชาญ พบว่าโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.68 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.50 และผู้ใช้งานเว็บไซต์ที่ตอบแบบประเมินตามระยะเวลาที่กำหนด มีความพึงพอใจระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.69 สรุปว่าเว็บไซต์คณะครุศาสตร์ที่พัฒนาขึ้นด้วยระบบบริหารจัดการเนื้อหาบนเว็บไซต์ Joomla! CMS สามารถนำไปใช้เก็บรวบรวม และนำเสนอข้อมูลสารสนเทศของคณะครุศาสตร์ เพื่อประชาสัมพันธ์ข่าวสาร ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้งานได้

### 4. วิธีดำเนินการวิจัย

ดำเนินงานอ้างอิงตามวิธีการพัฒนาระบบ (System Development Life Cycle SDLC) โดยใช้แบบจำลองน้ำตกที่ปรับตัวได้ "Adaptive Waterfall Model" [กิตติ ภัคคีพัฒนะกุลและพินดา พานิชกุล, 2548] มีขั้นตอนดังนี้

4.1 การวางแผนโครงการ โรงแรมลักษณะสุภา หัวหิน เป็นอีกหนึ่งหน่วยงานที่ได้มีการประชาสัมพันธ์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ ผ่านทาง Facebook Fan page แต่ไม่ประสบผลความสำเร็จเนื่องจากการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบเดิมจะใช้สื่อข้อความในการประชาสัมพันธ์เป็นส่วนใหญ่ ซึ่งขาดความน่าสนใจ จึงทำให้เข้าถึงประชาชนหรือกลุ่มลูกค้าได้ไม่มากเท่าที่ควร

ด้วยเหตุนี้ ผู้พัฒนาจึงมีแนวคิดในการพัฒนาสื่อมัลติมีเดีย เพื่อทำการประชาสัมพันธ์ข่าวสาร และกิจกรรมต่าง ๆ ของโรงแรม  
ลักษสุภา หัวหิน ผ่านเว็บไซต์



รูปที่ 1 แผนภูมิแก๊งปลาที่แสดงถึงปัญหาและสาเหตุของการระบบงานเดิม

#### 4.2 การวิเคราะห์ ในขั้นตอนของการวิเคราะห์ระบบ ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ตามหัวข้อดังต่อไปนี้

##### 4.2.1 วิเคราะห์รูปแบบของสื่อมัลติมีเดียที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์

###### 2.1.1 ประเภทของสื่อ

ตารางที่ 1 ประเภทของสื่อ

ประเภทสื่อ	ลักษณะ
ข้อความหรือตัวอักษร	เป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาของมัลติมีเดีย ใช้แสดงหรือเนื้อหาเรื่องที่จะนำเสนอ ต้องมีความกระชับและได้ใจความ
ภาพนิ่ง	ภาพที่ถูกบันทึกโดยกล้องดิจิทัลหรือกล้องฟิล์ม โดยความละเอียดของภาพจะมีผลต่อความเชื่อมั่นและการตัดสินใจ
ภาพอินโฟกราฟิก	ภาพที่เกิดจากการนำข้อมูล หรือ สถิติต่าง ๆ มาสรุปและนำเสนอในรูปแบบของภาพกราฟิกให้มีความน่าสนใจและเข้าใจง่ายขึ้น

#### 4.3 การออกแบบ ในขั้นตอนการออกแบบสื่อสามารถแบ่งตามรูปแบบของสื่อได้ 3 รูปแบบดังนี้

4.3.1 ภาพนิ่ง ในส่วนของการออกแบบภาพนิ่งจะเป็นขั้นตอนของการนำภาพถ่ายของสถานที่ต่าง ๆ มาทำการตกแต่งเพิ่มสีสันให้มีคุณภาพและความสวยงามของภาพมากยิ่งขึ้น

4.3.2 ภาพอินโฟกราฟิก จะเป็นการนำข้อมูลกิจกรรมต่าง ๆ ของโรงแรมลักษสุภา หัวหิน มาทำการสรุปเนื้อหาสาระสำคัญและออกแบบเป็นภาพกราฟิกที่มีสีสันสดใส เพื่อดึงดูดความสนใจและอ่านง่าย สามารถทำความเข้าใจง่าย

##### 4.3.3 ข้อความประกอบ ในส่วนของข้อความประกอบจะแบ่งออกเป็น 4 ส่วนคือ

- Post title จะเป็นข้อความสั้น ๆ ประมาณ ไม่เกิน 1 – 2 บรรทัด ทำหน้าที่เสมือนหัวข้อของโพสต์

- Content เป็นการบรรยายถึงรายละเอียดข้อมูลข่าวสาร และกิจกรรมต่าง ๆ โดยสังเขป โดยจะต้องกระชับ และได้ใจความ

- Link ลิงค์ไปยังเว็บหลัก เพื่อเป็นการสนับสนุนเว็บหลักไปในตัว และเป็นการใช้ข้อมูลแก่ผู้ใช้หากต้องการทราบรายละเอียดของรายการนั้น ๆ

- Hashtag จะเป็นเปรียบเสมือนคำค้นหลักที่ใช้ในการค้นหา กลุ่มคน กลุ่มเพื่อนที่ต่างมีความสนใจเหมือนกัน

4.4 การทดสอบเว็บไซต์ การทดสอบการทำงานของระบบ เป็นการตรวจสอบความถูกต้องเหมาะสม และสอดคล้องกับเนื้อหา และรูปแบบของเว็บไซต์ ซึ่งในส่วนหน้าแรกของเว็บไซต์ จะประกอบไปด้วยข้อมูลข่าวสารและกิจกรรมต่าง ๆ เช่น รายละเอียดของห้องพัก หรือรายละเอียดกิจกรรมของโรงแรม

4.5 การบำรุงรักษา มีวิธีการและรายละเอียดการดำเนินงานดังนี้

- ปรับเปลี่ยนหน้าเว็บไซต์ตามเทศกาลต่าง ๆ เพื่อให้ผู้ใช้รู้สึกว่าเป็นเว็บไซต์ มีการอัปเดตอยู่ตลอดเวลา
- การโพสต์อย่างสม่ำเสมอ อย่างน้อยวันละ 1 โพสต์
- จัดกิจกรรมเพื่อเรียกความสนใจจากผู้ใช้ที่เป็นแฟนรายการเว็บไซต์

4.6 การประเมินผลความพึงพอใจ ในการจัดทำแบบประเมินความพึงพอใจจากผู้ใช้งานเว็บไซต์ ได้มีการจัดทำแบบสอบถามให้มีเนื้อหาครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการจัดงานวิจัยครั้งนี้ และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือพนักงานโรงแรมลักษสุภา หัวหิน จำนวน 10 คน และผู้ใช้อินเทอร์เน็ตจำนวน 390 คน รวมเป็น 400 คน โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบความน่าจะเป็นอย่างง่าย (Simple Random Sampling) โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบไปด้วย เพศ อายุและอาชีพ

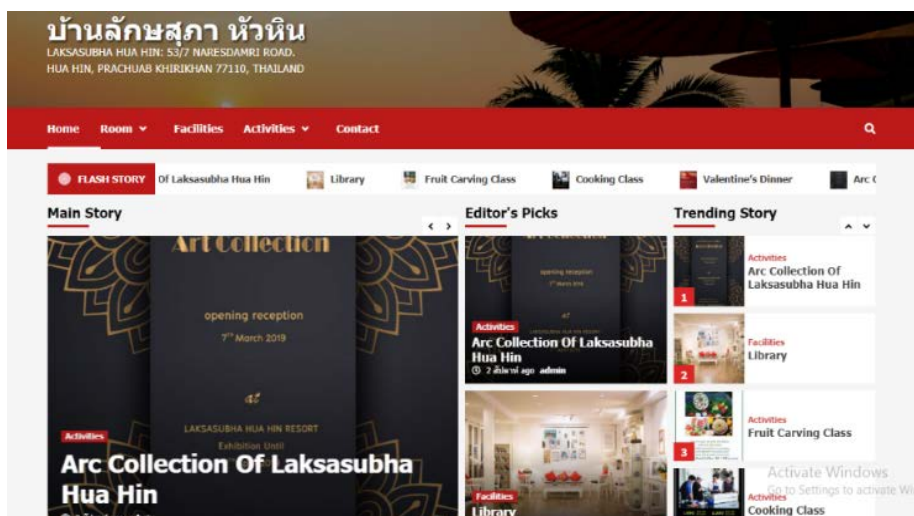
ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจที่มีต่อเว็บไซต์ (Blog WordPress) โรงแรมลักษสุภา หัวหิน แบ่งออกเป็น 3 ด้านได้แก่ ด้านคุณภาพของเนื้อหา ด้านการออกแบบภาพประกอบและการจัดรูปแบบ และด้านประสิทธิภาพการใช้งาน ลักษณะของแบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประมาณ 5 ระดับของลิเคิร์ต (Likert, Rensis, 1967) จำนวน 12 ข้อ

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

## 5. ผลการดำเนินงานวิจัย

5.1 ผลการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์ (Blog WordPress)

ผลการดำเนินการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ข่าวสารและกิจกรรมต่าง ๆ ของโรงแรมลักษสุภา หัวหิน ผ่านเว็บไซต์ (Blog WordPress) บ้านลักษสุภา หัวหิน มีรายละเอียดดังต่อไปนี้



รูปที่ 2 หน้าเว็บไซต์ บ้านลักษสุภา หัวหิน

โดยแบ่งเนื้อหาที่ทำการประชาสัมพันธ์แบ่งออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้

- 5.1.1 Activities ข่าวสารและกิจกรรมของโรงแรมลักษสุภา หัวหิน
- 5.1.2 Facilities ข้อมูลสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโรงแรมลักษสุภาหัวหิน
- 5.1.3 Room ข้อมูลเกี่ยวกับห้องพักของโรงแรมลักษสุภา หัวหิน

## 5.2 การวัดประสิทธิภาพการใช้งานเว็บไซต์

เป็นการวัดประสิทธิภาพของเว็บไซต์ของผู้ใช้งานจากยอดผู้เข้าชม และอัตราการตีกลับเว็บไซต์ เป็นระยะเวลา 4 เดือน

โดยแสดงดังรูป



รูปที่ 3 ภาพรวมการวัดประสิทธิภาพการใช้งานเว็บไซต์

จากรูปที่ 3 การวัดผลประสิทธิภาพของเว็บไซต์จาก Google Analytics พบว่า มีผู้เข้าใช้งานเว็บไซต์ทั้งหมด 6,580 คน จำนวนหน้าในการเปิดเว็บไซต์จำนวน 18,507 ครั้ง ระยะเวลาที่ผู้ใช้งานอยู่ที่หน้าเว็บไซต์เฉลี่ย 56 วินาทีและอัตราการตีกลับของผู้ใช้อยู่ที่ 8.21 %

## 5.3 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้ใช้เว็บไซต์ (Blog WordPress)

### 5.3.1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 2 ข้อมูลทั่วไป

ข้อมูลทั่วไป		จำนวน(คน)	ร้อยละ
เพศ	ชาย	179	44.8
	หญิง	221	55.3
	รวม	400	100
อายุ	ต่ำกว่า 21 ปี	52	13.0
	21 – 25 ปี	76	19.0
	26 – 30 ปี	91	22.8
	31 – 35 ปี	90	22.5
	36 ปีขึ้นไป	91	22.8
	รวม	400	100
อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	123	30.8
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	94	23.5



ข้อมูลทั่วไป		จำนวน(คน)	ร้อยละ
	เจ้าของกิจการ	10	2.5
	พนักงานบริษัทเอกชน	96	24.0
	อาชีพอิสระ/รับจ้างทั่วไป	77	19.3
	<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่าจำนวนผู้กรอกแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน แบ่งเป็นเพศชายคิดเป็นร้อยละ 44.8 เพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 55.3 ส่วนอายุต่ำกว่า 21 ปี คิดเป็นร้อยละ 13.0 อายุระหว่าง 21-25 ปี คิดเป็นร้อยละ 19.0 ส่วนอายุระหว่าง 26-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 22.8 อายุระหว่าง 31-35 ปี คิดเป็นร้อยละ 22.5 และอายุ 36 ปีขึ้นไปคิดเป็นร้อยละ 22.8 และอาชีพแบ่งเป็นนักเรียน/นักศึกษาคิดเป็นร้อยละ 30.8 ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจคิดเป็นร้อยละ 23.5 เจ้าของกิจการคิดเป็นร้อยละ 2.5 พนักงานบริษัทเอกชนคิดเป็นร้อยละ 24.0 และอาชีพอิสระ/รับจ้างทั่วไปคิดเป็นร้อยละ 19.3

**ตารางที่ 3** ผลความพึงพอใจของผู้ใช้งานเว็บไซต์ด้านคุณภาพของเนื้อหา

รายการ	ระดับประสิทธิภาพ		
	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D.	สรุปผลระดับ ความพึงพอใจ
1. การประชาสัมพันธ์แสดงรายละเอียดของข่าวสารได้อย่างชัดเจน	4.31	.679	มาก
2. การจัดลำดับเนื้อหาเป็นขั้นตอน มีความต่อเนื่อง อ่านแล้วเข้าใจง่าย	4.56	.592	มากที่สุด
3. เนื้อหา มีประโยชน์ต่อผู้ใช้งาน และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้	4.33	.613	มาก
4. ความถูกต้องครบถ้วนของข้อมูลข่าวสาร	4.31	.599	มาก
<b>สรุป</b>	<b>4.38</b>	<b>.620</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 3 แสดงผลการประเมินความพึงพอใจด้านคุณภาพของเนื้อหา พบว่า โดยภาพรวมความพึงพอใจด้านคุณภาพของเนื้อหา มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 4.38 แสดงว่าการประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์ ตามที่ได้ดำเนินการมีความพึงพอใจด้านคุณภาพของเนื้อหาอยู่ในระดับมาก

**ตารางที่ 4** ผลความพึงพอใจของผู้ใช้งานเว็บไซต์ด้านการออกแบบภาพประกอบและการจัดรูปแบบ

รายการ	ระดับประสิทธิภาพ		
	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D.	สรุปผลระดับ ความพึงพอใจ
1. มีรูปแบบการนำเสนอข่าวสารที่ดึงดูดและน่าสนใจ	4.26	.583	มาก
2. ภาพประกอบกับเนื้อหา มีความสอดคล้องกันและสื่อความหมายได้ชัดเจน	4.56	.591	มากที่สุด
3. ภาพประกอบเนื้อหา มีความสวยงาม น่าสนใจและ	4.29	.597	มาก

เข้าใจง่าย			
4. สีสันในการออกแบบภาพประกอบและข้อความมีความเหมาะสม	4.49	.613	มาก
5. รูปแบบของเมนูมีความเหมาะสม	4.37	.631	มาก
<b>สรุป</b>	<b>4.40</b>	<b>.603</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4 แสดงผลการประเมินความพึงพอใจด้านการออกแบบภาพประกอบและการจัดรูปแบบ พบว่า โดยภาพรวมความพึงพอใจด้านการออกแบบภาพประกอบและการจัดรูปแบบ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 4.40 แสดงว่าการประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์ ตามที่ได้ดำเนินการมีความพึงพอใจด้านการออกแบบภาพประกอบและการจัดรูปแบบอยู่ในระดับมาก

**ตารางที่ 5** ผลความพึงพอใจของผู้ใช้งานเว็บไซต์ด้านประสิทธิภาพการใช้งาน

รายการ	ระดับประสิทธิภาพ		
	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D.	สรุปผลระดับ ความพึงพอใจ
1. ระบบมีการตอบสนองต่อการใช้งานที่รวดเร็ว	4.28	.584	มาก
2. ระบบมีเสถียรภาพสามารถเข้าใช้งานได้ตลอดเวลา	4.54	.599	มากที่สุด
3. ระบบสามารถใช้งานสะดวกและไม่ซับซ้อน	4.33	.614	มาก
<b>สรุป</b>	<b>4.38</b>	<b>.599</b>	<b>มาก</b>

ตารางที่ 5 แสดงผลการประเมินความพึงพอใจด้านประสิทธิภาพการใช้งาน พบว่า โดยภาพรวมความพึงพอใจด้านประสิทธิภาพการใช้งาน มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 4.38 แสดงว่าการประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์ ตามที่ได้ดำเนินการมีความพึงพอใจด้านประสิทธิภาพการใช้งานอยู่ในระดับมาก

**ตารางที่ 6** ผลความพึงพอใจของผู้ใช้งานเว็บไซต์

รายการ	ระดับประสิทธิภาพ		
	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D.	สรุปผลระดับ ความพึงพอใจ
1. ด้านคุณภาพของเนื้อหา	4.38	.620	มาก
2. ด้านการออกแบบภาพประกอบและการจัดรูปแบบ	4.40	.603	มาก
3. ด้านประสิทธิภาพการใช้งาน	4.38	.599	มาก
<b>สรุป</b>	<b>4.39</b>	<b>.607</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 6 แสดงผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานเว็บไซต์ในแต่ละด้าน พบว่า ผลประเมินความพึงพอใจด้านคุณภาพเนื้อหาอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 ผลประเมินความพึงพอใจด้านการออกแบบภาพประกอบและการจัดรูปแบบอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 และผลประเมินความพึงพอใจด้านประสิทธิภาพการใช้งานอยู่ใน



ระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 โดยภาพรวมความพึงพอใจของผู้ใช้งานเว็บไซต์ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 4.39 แสดงว่าการประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์ ตามที่ได้ดำเนินการ มีความพึงพอใจของผู้ใช้งานเว็บไซต์อยู่ในระดับมาก

## 6. สรุปผล

6.1 การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์องค์กรผ่านเว็บไซต์ กรณีศึกษา: โรงแรมลักซัสสุภา หัวหิน ผลการดำเนินงานพบว่า การนำสื่อประชาสัมพันธ์ในลักษณะของภาพกราฟิก เข้ามาใช้ในการประชาสัมพันธ์ช่วยดึงดูดความสนใจจากผู้ใช้ได้เป็นอย่างดี ผู้ใช้สามารถทำความเข้าใจได้ง่ายและรับรู้ข่าวสารได้รวดเร็ว

6.2 ผลการวัดประสิทธิภาพเว็บไซต์ เป็นการวัดประสิทธิภาพของเว็บไซต์ของผู้ใช้งานจากยอดผู้เข้าชม และอัตราการตีกลับเว็บไซต์ เป็นระยะเวลา 4 เดือน การวัดผลจาก Google Analytics พบว่า ผู้ใช้งานเว็บไซต์ทั้งหมด 6,580 คน จำนวนหน้าที่มีการเปิด ทั้ง 18,507 ครั้ง ระยะเวลาที่ผู้ใช้งานอยู่ที่หน้าเว็บไซต์เฉลี่ย 56 วินาทีและอัตราการตีกลับของผู้ใช้อยู่ที่ 8.21 %

6.3 ผลการประเมินความพึงพอใจจากผู้ใช้งานเว็บไซต์ (Blog WordPress) จากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือบุคลากรในหน่วยงาน 10 คน และจำนวนผู้ใช้งาน 390 คน รวมทั้งหมด 400 คน โดยเนื้อหาการประเมินแบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านคุณภาพของเนื้อหา 2) ด้านการออกแบบภาพประกอบและการจัดรูปแบบ 3) ด้านประสิทธิภาพการใช้งาน โดยภาพรวมเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ มีค่าระดับความพึงพอใจในการใช้งานเว็บไซต์ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39

## 7. กิตติกรรมประกาศ

โครงการนี้เป็นความสำเร็จที่เพิ่มพูนประสบการณ์หลายด้าน ซึ่งมีคุณค่าอย่างยิ่งสำหรับผู้จัดทำ ผู้จัดทำจึงขอขอบพระคุณ อาจารย์เพียงฤทัย หนูสวัสดิ์ และคณาจารย์ทุกท่านในสาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศทางธุรกิจ ที่ได้ให้คำปรึกษา คำแนะนำและตรวจทานแก้ไขข้อบกพร่องด้วยความเอาใจใส่อย่างดียิ่ง ทำให้การจัดทำโครงการครั้งนี้ประสบความสำเร็จ

## 8. เอกสารอ้างอิง

กิตติ ภัคทีวัฒนะกุลและพนิดา พานิชกุล (2548). การวิเคราะห์และออกแบบระบบ กรุงเทพฯ : ไทยเจริญการพิมพ์  
ดำรงศักดิ์ ชัยสนิทและสุนีย์ เลิศแสงกิจ (2542). การบริหารธุรกิจขนาดย่อม พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : วังอักษร.  
ดร.ดิเรก ธีระภูธร (2555). การออกแบบมัลติมีเดียสำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3. [ออนไลน์]

เข้าถึงได้จาก : <http://www.ict.up.ac.th/itichai/cidtec/assets/uploaded/documents>

(วันที่ค้นข้อมูล : 15 มกราคม 2562)

ติกาหลัง สุขกุล (2560). การพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยวของพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ

บ้านเก่า จังหวัดกาญจนบุรี [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก :

[https://www.tcithaijo.org/index.php/human\\_ubu/article](https://www.tcithaijo.org/index.php/human_ubu/article) (วันที่ค้นข้อมูล : 17 มกราคม 2562)

ธัชชัย คำแพง (2560). การพัฒนาเว็บไซต์แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดอุบลราชธานี. [ออนไลน์]

เข้าถึงได้จาก : <http://jes.rtu.ac.th/rtunc2017> (วันที่ค้นข้อมูล : 17 มกราคม 2562)

พระมหากษัตริย์ นนทวงษ์ (2558). การประชาสัมพันธ์ทางออนไลน์เพื่อสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ ศาสนาและ  
วัฒนธรรม และ ภาพลักษณ์ของวัด ที่ส่งผลต่อค่านิยมในการท่องเที่ยวเชิงศาสนา และวัฒนธรรมของสาธุชน  
ในเขตบาง นก กรุงเทพมหานคร. [ออนไลน์]

เข้าถึงได้จาก : <http://dspace.bu.ac.th/jspui/bitstream> (วันที่ค้นข้อมูล : 19 มกราคม 2562)

ยศพงศ์ เกิดเกียร (2557). การศึกษาและพัฒนาสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อการรณรงค์การลดอุบัติเหตุทาง  
รถยนต์โครงการ “ไทร์ เซฟตี้ บาย คริตจสโตน กรณีศึกษา องค์การบริดจสโตน. ” [ออนไลน์]

เข้าถึงได้จาก : <http://ir.swu.ac.th/xmlui> (วันที่ค้นข้อมูล : 29 มกราคม 2562)

ล้วน สวยยศ และอังคณา (2538). เทคนิคการวิจัยทางการศึกษา.

กรุงเทพ : สุวีริยาส์น

สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2558). ผลการสำรวจการเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารใน ครั้วเรือน พ.ศ.2557.

กรุงเทพ : สำนักสถิติพยากรณ์ (วันที่ค้นข้อมูล : 15 มกราคม 2562)

Likert, Rensis. (1967). “The Method of Constructing and Attitude Scale”. In Reading in Fishbein,  
M (Ed.), Attitude Theory and Measurement (pp. 90-95). New York: Wiley & Son.