

ประสิทธิภาพของเว็บไซต์ศูนย์เรียนรู้จากแปลงสาธิตการเกษตรของชุมชนหุบกะพงในจังหวัดเพชรบุรี

The Effectiveness of the Learning Center Demonstration Agricultural Website for Hubkapong Community in Phetchaburi Province.

อัชฌาพร กว้างสวาสดี* ชลลดา คำแดง อินทิรา พุฒเจือ และ ปรียาวดี คำวัน

สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศทางธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตวังไกลกังวล

E-mail: achaporn.kwa@rmutr.ac.th, chonladakaodang@gmail.com

บทคัดย่อ

ศูนย์การเรียนรู้จากแปลงสาธิตการเกษตร ได้มีการถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาอาชีพการเกษตรในชุมชน ทำให้พบปัญหาในการเผยแพร่ความรู้ผ่านสื่อในรูปแบบเว็บไซต์ ดังนั้น งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อพัฒนาเว็บไซต์ศูนย์เรียนรู้จากแปลงสาธิตการเกษตรของชุมชนหุบกะพงในจังหวัดเพชรบุรี 2) เพื่อประเมินประสิทธิภาพของเว็บไซต์ และ 3) เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้เข้าชมเว็บไซต์ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ 1) เว็บไซต์ 2) โปรแกรมติดตามสถิติเว็บไซต์ 3) แบบประเมินความพึงพอใจ ประชากรกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ต โดยสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง จำนวน 385 ตัวอย่าง วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า 1) ผลการพัฒนาเว็บไซต์ศูนย์เรียนรู้จากแปลงสาธิตการเกษตรของชุมชนหุบกะพงในจังหวัดเพชรบุรี คือ www.hubkapongcenter.com มีเนื้อหาการให้ความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาอาชีพและการสร้างรายได้ให้ตนเอง ด้วยสื่ออินโฟกราฟิกจำนวน 900 ภาพ และจำนวนโพสต์ 300 โพสต์ 2) ผลการวัดประสิทธิภาพจากโปรแกรมติดตามสถิติเว็บไซต์ โดยมีผู้เข้าชมเว็บไซต์จำนวน 735 คน เหลือผู้เข้าชมเว็บไซต์ครั้งที่ 713 คน หน้าที่มีการเปิด 6,606 หน้า ระยะเวลาการอ่าน 2.56 นาที อัตราตีกลับ 0.22% และ 3) ผลการประเมินความพึงพอใจจากแบบสอบถามออนไลน์ มีการประเมิน 4 ด้าน คือ ด้านเนื้อหา ด้านการออกแบบ ด้านการใช้งานเว็บไซต์ และด้านการนำไปใช้ พบว่า มีระดับความพึงพอใจในภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ที่ค่าเฉลี่ย 4.53 สรุปได้ว่า สื่ออินโฟกราฟิกบนเว็บไซต์ hubkapongcenter.com ส่งผลให้ผู้เข้าชมมีความเข้าใจในเนื้อหาเกี่ยวกับการพัฒนาอาชีพ และได้นำไปปฏิบัติจริง อีกทั้งยังเพิ่มช่องทางการเผยแพร่ความรู้ให้กับศูนย์การเรียนรู้จากแปลงสาธิตการเกษตรได้เป็นอย่างดี

คำสำคัญ: ประสิทธิภาพของเว็บไซต์ ศูนย์เรียนรู้จากแปลงสาธิตการเกษตร ชุมชนหุบกะพง

Abstract

Learning Center demonstration agricultural has the knowledge about career development items in the community the problem was found in public through the media in the form of the website consequently the objectives of the study were to 1) to promote the development of the Learning Center demonstration agricultural website for Hubkapong Community in Phetchaburi Province, 2) To measure the performance of the website, 3) To evaluate the satisfaction of visitors ordinarily moreover the instruments used were 1) Website 2) Google analytic tracking program sites 3) Satisfaction Population and Samples are Internet users. By purpose of sampling the 400 samples. Data were analyzed using

* Corresponding author, e-mail: achaporn.kwa@rmutr.ac.th

percentage, average, standard deviation. The finding indicated that 1) the development Learning Center demonstration agricultural website for Hubkapong Community in Phetchaburi Province demonstration plot with infographic www.hubkapongcenter.com Content providing the knowledge about career development and to generate income for themselves with the media business graphics. The number of 900 images and 300 posts nevertheless 2) the performance measurement of the trace program Statistics website. The visitors to the site were 735 people. Have site visitors 713 people continuous duty is open notwithstanding 6 606 face reading time 2.56 minutes accordingly 3) evaluation of satisfaction from online questionnaires by evaluating four aspects, the design of website usability and the application showed that the levels of satisfaction overall. At the highest level. At the mean 4.53 conversely, In conclusion, the media infographic on your site. hubkapongcenter.com, The visitors, have an understanding of career development. And put into practice The channel for the dissemination of knowledge to the learning center from agricultural demonstration plots as well.

Keyword: The efficiency of the website, Learning Center demonstration agricultural, Hubkapong Community

1. ที่มาและความสำคัญ

ศูนย์เรียนรู้จากแปลงสาธิตการเกษตร ตั้งอยู่ในพื้นที่ชุมชนหุบกะพง ตำบลเขาใหญ่ อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดเพชรบุรี ซึ่งเป็นศูนย์การเรียนรู้โครงการตามพระราชประสงค์หุบกะพง จัดตั้งขึ้นเพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้สำหรับประชาชนที่สนใจศึกษาดูงานโครงการตามพระราชดำริ เพื่อนำไปปรับใช้ในการพัฒนาอาชีพ และสร้างสินค้าโดยยึดหลักเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อส่งเสริมการประกอบอาชีพด้านการเกษตรและสร้างรายได้ให้กับชุมชน ซึ่งเป็นสถานที่การเรียนรู้ที่น่าสนใจเป็นอย่างมาก แต่ปัญหาที่เกิดขึ้นนั้น ยังไม่มีการเผยแพร่ความรู้ในการพัฒนาอาชีพและสินค้าผ่านสื่อในรูปแบบเว็บไซต์บนอินเทอร์เน็ต เนื่องจากเป็นศูนย์เรียนรู้ภายในชุมชน สมาชิกภายในกลุ่มส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุ อาจจะไม่มีความรู้ในด้านการเผยแพร่ข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ ทำให้ไม่ทันสมัย และเข้าใจได้ยาก จึงส่งผลต่อการให้ความรู้ของศูนย์เรียนรู้จากแปลงสาธิตการเกษตรไม่ทั่วถึง

การใช้งานอินเทอร์เน็ตนั้น ผู้ใช้งานสามารถเข้าถึงข้อมูลสารสนเทศของหน่วยงานต่าง ๆ โดยเข้าไปยังเว็บไซต์ของหน่วยงานนั้น ๆ จึงทำให้เว็บไซต์ได้กลายเป็นสื่อที่มีความสำคัญเป็นอย่างมากในเรื่องของการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ เนื่องจาก อินเทอร์เน็ตเป็นระบบเครือข่ายเปิดและสามารถติดต่อเชื่อมโยงตลอด 24 ชั่วโมง ดังนั้นเราจึงสามารถเข้าถึงข้อมูลซึ่งประกอบด้วยข้อความ ภาพ และเสียงที่มีผู้นำเสนอไว้ได้โดยผ่านรูปแบบและเนื้อหาที่แตกต่างกัน (ชลิตา ไวรักษ์, 2551) ประสิทธิภาพของเว็บไซต์ที่ดี นั้นควรมีการพัฒนาเว็บไซต์ ซึ่งเกิดขึ้นอย่างหลากหลายและมีจำนวนมากมายเนื่องจากปัจจัยหลายอย่างที่ทำให้ไม่ยุ่งยาก เช่น มีโปรแกรมที่ใช้สำหรับการออกแบบเว็บไซต์ที่ใช้งานได้ง่ายขึ้นเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ก็ราคาไม่สูงนัก โดยการพัฒนาเว็บไซต์นั้นเป็นส่วนประกอบที่สำคัญที่จะทำให้ผู้ใช้ส่วนใหญ่ตัดสินใจที่จะเข้าไปเยี่ยมชมหรือออกไปจากเว็บไซต์ ทั้งนี้เพราะเป็นหน้าที่ที่รวมเอาความน่าสนใจหรือการเชื่อมโยงไปยังหน้าต่าง ๆ เอาไว้ทั้งหมด โดยหน้าโฮมเพจนั้นควรจะแสดงถึงข้อมูลเหล่านั้นได้อย่างสะดวก เพื่อดึงดูดให้ผู้ใช้ท่องไปในเว็บไซต์ต่อไป (ธวัชชัย ศรีสุเทพ, 2544)

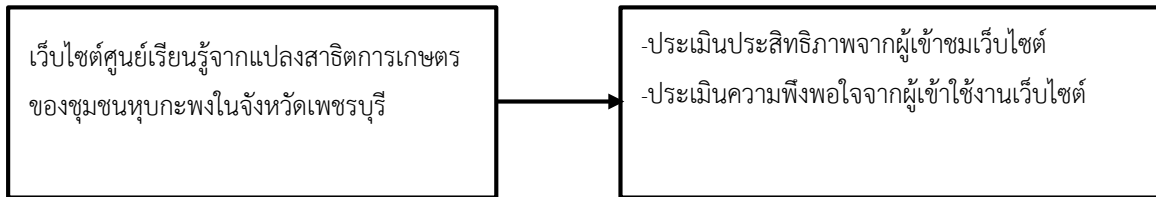
ดังนั้น คณะผู้วิจัยจึงได้สร้างสื่ออินโฟกราฟิกในรูปแบบเว็บไซต์ เพื่อกระตุ้นให้ผู้ที่สนใจเกิดความกระตือรือร้น เกิดความอยากเรียนรู้ มีความเข้าใจ และนำความรู้ที่ได้เผยแพร่บนเว็บไซต์ศูนย์เรียนรู้จากแปลงสาธิตการเกษตรไปปรับใช้ในการพัฒนาอาชีพต่อไป

2. วัตถุประสงค์

- 2.1 เพื่อพัฒนาเว็บไซต์ศูนย์เรียนรู้จากแปลงสาธิตการเกษตรของชุมชนหุบกะพงในจังหวัดเพชรบุรี
- 2.2 เพื่อประเมินประสิทธิภาพของเว็บไซต์ศูนย์เรียนรู้จากแปลงสาธิตการเกษตรของชุมชนหุบกะพงในจังหวัดเพชรบุรี
- 2.3 เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้เข้าชมเว็บไซต์ศูนย์เรียนรู้จากแปลงสาธิตการเกษตรของชุมชนหุบกะพงในจังหวัด

เพชรบุรี

3. กรอบการวิจัย



รูปที่ 1. กรอบแนวคิดงานวิจัย

จากรูปที่ 1 สามารถอธิบายการทำงาน โดยแบ่งออกเป็นขอบเขตได้ดังนี้ คือ ด้านข้อมูลของศูนย์เรียนรู้จากแปลงสาธิตการเกษตร ที่นำมาพัฒนาเป็นสื่ออินโฟกราฟิกบนเว็บไซต์ hubkapongcenter.com ผู้วิจัยได้นำมาทำการแบ่งเป็นหมวดหมู่คือ ศูนย์เรียนรู้การปลูกหน่อไม้ฝรั่ง ศูนย์เรียนรู้การเลี้ยงแพะ และ ศูนย์เรียนรู้โคขุน โดยรวมของเว็บไซต์มีจำนวนโพสต์ทั้งหมด 300 โพสต์ และสื่ออินโฟกราฟิกจำนวน 900 ภาพ ซึ่งจะมีกำหนดเนื้อหาในแต่ละวัน จำนวนวันละ 5 โพสต์ โดยแต่ละโพสต์ ของทุกหมวดหมู่จะประกอบไปด้วย 3 ย่อหน้า(Head) แต่ละย่อหน้าจะประกอบไปด้วยสื่ออินโฟกราฟิกจำนวน 1 ภาพ ด้านการวัดประสิทธิภาพผู้เข้าชมเว็บไซต์ด้วยโปรแกรมติดตามเว็บไซต์ โดยมีการวัดจาก ผู้ใช้ใหม่ เซสชัน จำนวนผู้ใช้ต่อเซสชัน จำนวนหน้าที่มีการเปิด หน้า/เซสชัน ระยะเวลาเซสชันเฉลี่ย อัตราตีกลับ จำนวนผู้ใช้คงที่ การเก็บอินเด็ก หรือค่าค้นจากกูเกิล ด้านการวัดความพึงพอใจจากผู้ใช้งานเว็บไซต์ มีการสร้างแบบสอบถามออนไลน์เพื่อให้ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตทั่วไปตอบแบบสอบถามและนำผลลัพธ์นำมาคำนวณหาค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทั้งนี้ยังมีการเผยแพร่สื่ออินโฟกราฟิกบนเว็บไซต์ โดยทำการใช้สื่อสังคมออนไลน์ คือ Facebook

4. ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

4.1 การพัฒนาเว็บไซต์

เนื่องจากในปัจจุบันมีเว็บไซต์อยู่มากมาย และยังมีเว็บไซต์ที่เกิดขึ้นใหม่ ๆ ทุกวัน ผู้ใช้จึงมีทางเลือกมากขึ้น และสามารถเปรียบเทียบคุณภาพของเว็บไซต์ต่างๆได้เอง เว็บไซต์ที่ได้รับการออกแบบอย่างสวยงาม มีการใช้งานที่สะดวก ย่อมได้รับความสนใจจากผู้ใช้ มากกว่าเว็บไซต์ที่ดูสับสนวุ่นวาย มีข้อมูลมากมายแต่หาอะไรไม่เจอ นอกจากนี้ยังใช้เวลาในการแสดงผลแต่ละหน้านานเกินไป ซึ่งปัญหาเหล่านี้ล้วนเป็นผลมาจากการออกแบบเว็บไซต์ไม่ดีทั้งสิ้น (ดวงพร เกียรติคำ, 2553)

ดังนั้น การออกแบบเว็บไซต์ที่ดี จึงเป็นกระบวนการสำคัญในการสร้างเว็บไซต์ ให้เกิดความประทับใจกับผู้ใช้ ทำให้เขาอยากกลับมาเข้ามาเว็บไซต์เดิมอีกในอนาคต ซึ่งนอกจากต้องพัฒนาเว็บไซต์ที่ดีมีประโยชน์แล้ว ยังต้องคำนึงถึงการแข่งขันกับเว็บไซต์อื่น ๆ อีกด้วย

4.2 ทฤษฎีการประชาสัมพันธ์เว็บไซต์

ปัจจุบันมีองค์กรจำนวนมากที่มีเว็บไซต์เป็นของตนเอง นักประชาสัมพันธ์จึงต้องทำหน้าที่ในการประชาสัมพันธ์ที่อยู่ในเว็บไซต์ของหน่วยงานให้เป็นที่รู้จักแพร่หลายด้วย เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายรู้จักและเข้าเยี่ยมชม เช่นการใส่ที่อยู่เว็บไซต์ไว้ในโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ นอกจากนี้ยังควรมีการประชาสัมพันธ์ เว็บไซต์ผ่านทาง search engine ที่มีชื่อเสียงในอินเทอร์เน็ต เช่น yahoo, google เป็นต้น โดยการลงทะเบียนให้กับผู้ให้บริการเหล่านี้เพื่อสร้าง index หรือดัชนีให้ผู้ใช้งาน search engine สามารถค้นหาเว็บไซต์ได้ ตลอดจนการสร้างลิงค์หรือจุดเชื่อมโยงจากเว็บไซต์อื่นมายังเว็บไซต์องค์กร (รพีภัทร มานะสุนทร, 2558)

4.3 ทฤษฎีเสิร์ชเอนจิน (Search Engine)

เสิร์ชเอนจิน (Search Engine) เป็นโปรแกรมในการค้นหาข้อมูลต่าง ๆ ผ่านระบบเว็บไซต์และเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เพื่อเข้าถึงเว็บไซต์ข้อมูลที่ต้องการค้นหา เรียกว่า "โปรแกรมช่วยในการสืบค้นข้อมูล" ซึ่ง Search Engine สามารถสืบค้นได้ทั้งข้อความ รูปภาพ สื่อมัลติมีเดีย ภาพเคลื่อนไหว วิดีโอ และข้อมูลอื่น ๆ ได้ตามต้องการ โดยการกรอก คำค้นหา (Keyword) ลงไปในช่องค้นหาและคลิกค้นหา Search Engine ก็จะรายงานเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับคำค้นหานั้น ๆ ออกมาแสดงผลให้ผู้ใช้งานได้เห็น ผู้ใช้งานก็จะเลือกอ่าน Title, Description ที่เกี่ยวข้องกับคำค้นหาหรือข้อมูลที่ต้องการและคลิกเข้าสู่เว็บไซต์ข้อมูลเพื่อค้นหาข้อมูลต่อไป (ชัยวัฒน์ สมศรี, 2558)

4.4 ทฤษฎีอินโฟกราฟิก

อินโฟกราฟิก (Infographic) เป็นเครื่องมือที่ทรงอิทธิพลมากที่สุดอย่างหนึ่งในการสื่อสารข้อมูลกับผู้รับสาร เนื่องจากธรรมชาติของมนุษย์รับรู้ข้อมูลผ่านประสาทสัมผัสทางตาหรือการมองเห็นมากถึงร้อยละ 70 มนุษย์สามารถประมวลผลข้อมูลจากภาพได้เร็วกว่าข้อมูลที่เป็นข้อความ เพราะเมื่ออ่านข้อความจะต้องใช้เวลาในการจินตนาการและประมวลผลข้อมูลเพื่อทำความเข้าใจกับสิ่งที่อ่าน (Merieb & Hoehn, 2007 อ้างใน พัทน์ ภัทรนุชาพร, 2556) แต่รูปภาพอินโฟกราฟิกได้เข้ามาย่นย่อหรือลดเวลาในการรับรู้ได้อย่างมาก นอกจากนั้น มนุษย์ชอบการมองดูรูปภาพมากกว่าการอ่านข้อความหรือหนังสือ เพราะสามารถดึงดูดความสนใจและสร้างการจดจำได้มากกว่า ดังนั้น การออกแบบจึงไม่ได้เป็นเรื่องของการทำให้ดูสวยงามเท่านั้น แต่ยังสามารถสื่อให้ใช้งานได้ด้วย เพื่อเกิดประโยชน์ต่อผู้รับสาร (สฤณี อาชวานันทกุล, 2555)

5. วิธีดำเนินการวิจัย

การวัดประสิทธิผลของเว็บไซต์ศูนย์เรียนรู้จากแปลงสาธิตการเกษตรของชุมชนหุบกะพงในจังหวัดเพชรบุรี คณะผู้วิจัยได้แบ่งวิธีการดำเนินงานวิจัยตามวงจรการพัฒนาแบบ (System Development Life Cycle : SDLC) มีขั้นตอนดังนี้

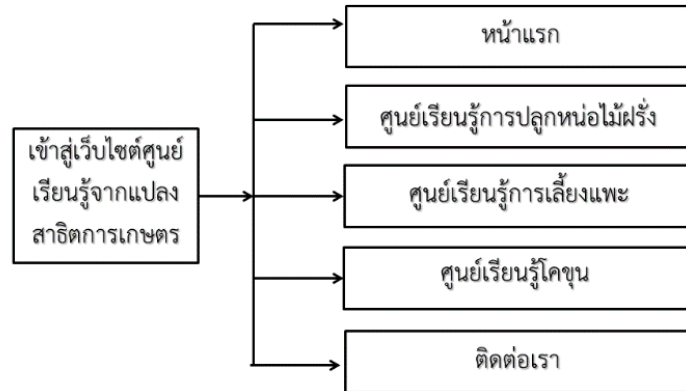
5.1 การวางแผนโครงการ (Planning)

กำหนดปัญหาและความต้องการของศูนย์การเรียนรู้จากแปลงสาธิตการเกษตร พบว่า ได้มีการถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาอาชีพการเกษตรในชุมชน ทำให้พบปัญหาในการเผยแพร่ความรู้ผ่านสื่อในรูปแบบเว็บไซต์

5.2 การวิเคราะห์ (Analysis)

ในขั้นตอนของการวิเคราะห์ระบบ ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์รูปแบบของสื่ออินโฟกราฟิกที่ใช้ในการเผยแพร่ โดยวิเคราะห์จากลักษณะข้อดี คือ สื่ออินโฟกราฟิกเป็นภาพที่เกิดจากการนำข้อมูล มาสรุปและนำเสนอในรูปแบบของภาพกราฟิก ให้มีความน่าสนใจและมีความเข้าใจง่าย สามารถดึงดูดความสนใจจากผู้เข้าชมเว็บไซต์ได้เป็นอย่างดี จึงเหมาะที่จะนำมาพัฒนาเป็นสื่อที่ให้ความรู้บนเว็บไซต์ hubkaponcenter.com

5.3 การออกแบบ (Design)



รูปที่ 3 แผนผังเว็บไซต์

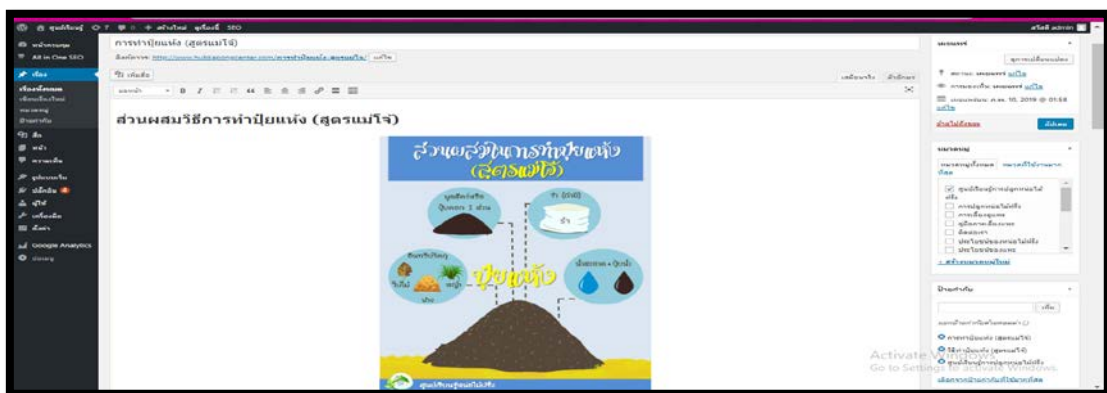
จากรูปที่ 3 แสดงแผนผังภาพรวมของเว็บไซต์ hubkapongcenter.com ผู้วิจัยได้ออกแบบพัฒนาเว็บไซต์ขึ้นมา ซึ่งมีเมื่อดังนี้เมื่อเข้าสู่เว็บไซต์ hubkapongcenter.com

1. หน้าแรก
2. ศูนย์เรียนรู้การปลูกหน่อไม้ฝรั่ง
3. ศูนย์เรียนรู้การเลี้ยงแพะ
4. ศูนย์เรียนรู้โคขุน
5. ติดต่อเรา

ซึ่งในส่วนของผู้ดูแลระบบ สามารถเพิ่ม ลบ แก้ไข ได้ทุกส่วนที่อยู่ภายในเว็บไซต์ และในส่วนของผู้ใช้งาน จะสามารถอ่านข้อมูลที่เผยแพร่ในเว็บไซต์ได้ แต่ไม่สามารถเพิ่ม ลบ แก้ไข ได้

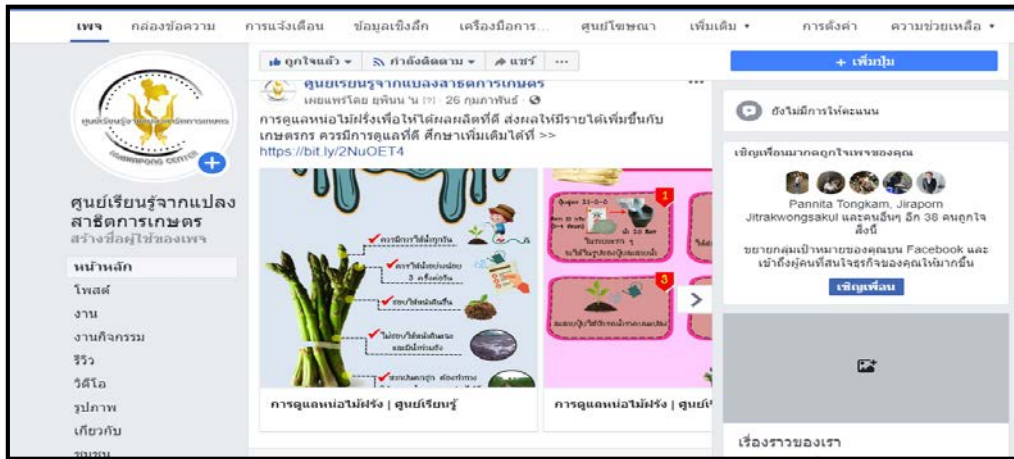
5.4 การนำไปใช้ (Implementation)

ทำการพัฒนาระบบโดยการใช้โปรแกรม WordPress ในการสร้างเว็บไซต์ hubkapongcenter.com โดยนำข้อมูลของศูนย์เรียนรู้จากแปลงสาธิตการเกษตร มาทำการเผยแพร่ ผ่านโปรแกรม WordPress เพื่อเผยแพร่ความรู้



รูปที่ 4. การนำข้อมูลศูนย์เรียนรู้จากแปลงสาธิตการเกษตร และสื่ออินโฟกราฟิก ไปเผยแพร่บนโปรแกรม WordPress

จากรูปที่ 4 คณะผู้จัดทำ ได้กำหนดค่าของการโพสต์ เพื่อให้ทุกโพสต์นั้นมีประสิทธิภาพ ทำให้ Google เข้ามาเก็บข้อมูลทุกครั้งที่มีการโพสต์ และมีผลต่อจำนวนอินเด็กซ์ของเว็บไซต์



รูปที่ 5. การเผยแพร่สื่ออินโฟกราฟิก ผ่านแฟนเพจ Facebook ศูนย์เรียนรู้จากแปลงสาธิตการเกษตร

จากรูปที่ 5 ทำการประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ โดยการสร้างแฟนเพจ Facebook ชื่อ ศูนย์เรียนรู้จากแปลงสาธิตการเกษตร เพื่อเป็นช่องทางประชาสัมพันธ์การเข้าถึงเว็บไซต์ โดยจะมี Backlinks ให้คลิกเพื่อกลับไปยังหน้าเว็บไซต์หลัก

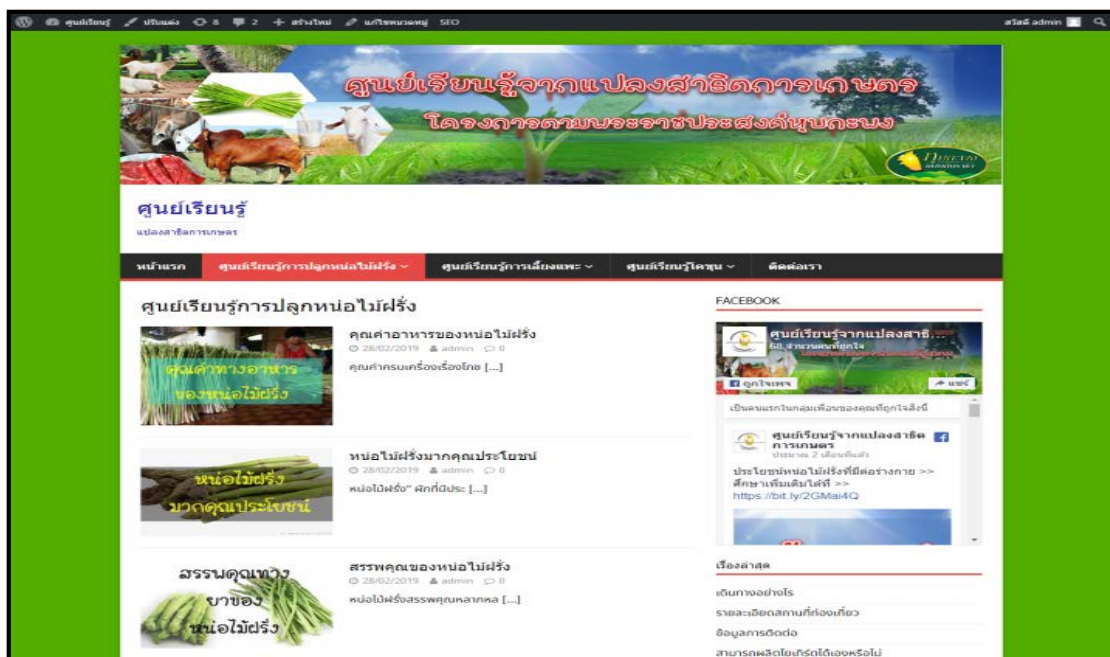
5.5 การบำรุงรักษา (Maintenance)

ทำการอัปเดตข้อมูลใหม่ เพื่อให้ผู้ติดตามได้อัปเดตข้อมูลอยู่ตลอดเวลา ทำให้เว็บไซต์เกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

6. ผลและวิจารณ์

คณะผู้วิจัยได้ทำการศึกษาประสิทธิภาพของเว็บไซต์ศูนย์เรียนรู้จากแปลงสาธิตการเกษตรของชุมชนหุบกะพงในจังหวัดเพชรบุรี โดยสามารถสรุปผลและวิจารณ์ได้ดังนี้

6.1 ผลการพัฒนาเว็บไซต์ศูนย์เรียนรู้จากแปลงสาธิตการเกษตรของชุมชนหุบกะพงในจังหวัดเพชรบุรี



รูปที่ 6. เว็บไซต์ hubkapongcenter.com



รูปที่ 7. สื่ออินโฟกราฟิกบนเว็บไซต์ hubkapongcenter.com

จากรูปที่ 6 และ รูปที่ 7 เว็บไซต์ hubkapongcenter.com ที่พัฒนาขึ้น เป็นการนำเสนอสื่ออินโฟกราฟิก โดยมีหมวดหมู่ 5 หมวดหมู่ คือ หน้าแรก ศูนย์เรียนรู้การปลูกหน่อไม้ฝรั่ง ศูนย์เรียนรู้การเลี้ยงแพะ ศูนย์เรียนรู้โคขุน และติดต่อเรา ซึ่งเป็นการนำเสนอภาพที่มีข้อมูลใจความสำคัญของศูนย์เรียนรู้จากแปลงสาธิตการเกษตร ที่สามารถเข้าใจง่าย ผสมผสานกับการออกแบบที่น่าสนใจ สอดคล้องกับงานวิจัยของ พัชรา วาณิชวสิน (2558) ได้ทำการวิจัยเรื่องศักยภาพของอินโฟกราฟิก (Infographic) ในการเพิ่มคุณภาพการเรียนรู้ โดยมีการใช้ศักยภาพของอินโฟกราฟิกในการเพิ่มคุณภาพการเรียนรู้ให้มีความน่าสนใจ มิติคือ การใช้เครื่องมือสื่อสารที่ดี 2 เพื่อให้เกิดความน่าสนใจในการจดจำ

6.2 ผลการประเมินเพื่อวัดประสิทธิภาพของเว็บไซต์ศูนย์เรียนรู้จากแปลงสาธิตการเกษตรของชุมชนหุบกะพงในจังหวัดเพชรบุรี ระหว่างวันที่ 20 ธันวาคม 2018 ถึง 18 เมษายน 2019 โดยมีการประเมินประสิทธิภาพของเว็บไซต์ มีดังนี้

1) ผลการประเมินจากผู้เข้าชมเว็บไซต์ โดยใช้เครื่องมือโปรแกรม Google Analytics

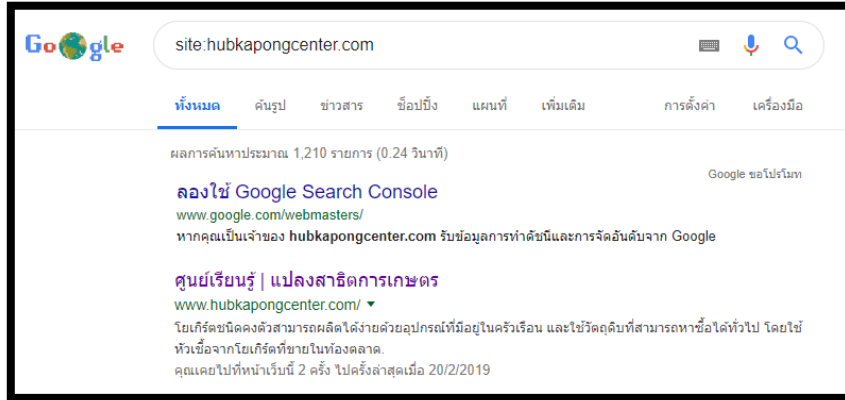


รูปที่ 8. ผลสถิติการเข้าชมเว็บไซต์ hubkapongcenter.com

จากรูปที่ 8 แสดงสถิติเว็บไซต์ (Google Analytic) ของการเข้าชมเว็บไซต์ hubkapongcenter.com ซึ่งสามารถนำมาสรุปได้ดังนี้ การเข้าใช้เว็บไซต์ hubkapongcenter.com โดยมีผู้เข้าชมเว็บไซต์จำนวน 735 คน เหลือผู้เข้าชมเว็บไซต์ครั้งที่ 713 คน ซึ่งผู้ชมอยู่ในเว็บไซต์หากมีปริมาณมากแสดงว่าเว็บไซต์จะมีประสิทธิภาพสูง หน้าที่มีการเปิด 6,606 หน้า ระยะเวลาการอ่าน 2.56 นาที และอัตราการกลับ 0.22% สำหรับระยะเวลาในการใช้งานเว็บไซต์นั้น กลุ่มผู้ใช้ส่วนใหญ่ที่ใช้เวลาในเว็บไซด์น้อยมาก คือน้อยกว่า 10 วินาที และใช้เวลาน้อยกว่า 30 นาที ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของสุกัญญา พรหมาและ

เพ็ญพันธ์ เพชรตร (2557) ที่ใช้เวลาค่อนข้างมาก คือ 1 - 2 ชั่วโมง แต่มีความใกล้เคียงกับการศึกษาของสายสุดา ปันตระกูล (2552) ที่ระบุว่า ผู้ใช้งานส่วนมากใช้เวลาน้อยกว่า 30 นาที

2) ผลการประเมินการจัดเก็บข้อมูลเว็บไซต์ (Index) ในเครื่องมือค้นหา Google.co.th



รูปที่ 9. แสดงผลการประเมินการจัดเก็บข้อมูลการค้นหาเว็บไซต์ hubkapongcenter.com

* ค้นหาข้อมูลด้วย Google ณ วันที่ 12 มีนาคม 2562

จากรูปที่ 9 แสดงแสดงภาพรวมดัชนี (Index) ของเว็บไซต์ www. hubkapongcenter.com พบว่ามีจำนวนดัชนี (Index) ของ google.co.th คือ 1,210 รายการ ส่งผลทำให้เว็บไซต์มีประสิทธิภาพในการค้นหาค้นหาบน www.Google.com สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปิยะวงศ์ วงศ์ชุตติภิญโญ (2553) ได้ท้าววิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาเว็บไซต์ที่ให้บริการข้อมูลสินค้า พบว่า ส่วนของการรู้จักเว็บไซต์ส่วนใหญ่ใช้ เสิร์ชเอ็นจิน ในการค้นหาเว็บไซต์ต่างๆ ซึ่งแสดงให้เห็นว่า SEO มีส่วนสำคัญในการทำเว็บไซต์เพราะการทำ SEO จะส่งผลให้เว็บไซต์นั้นค้นหาได้ง่ายขึ้นจากการค้นหาข้อมูล และทำให้เว็บไซต์อยู่ในอันดับของการแสดงผลที่สูงได้อีกด้วย

6.3 ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานที่มีต่อสื่ออินโฟกราฟิก ที่ใช้ในการพัฒนาเว็บไซต์ศูนย์เรียนรู้จากแปลงสาธิตการเกษตรของชุมชนหุบกะพงในจังหวัดเพชรบุรี โดยเก็บจากผู้ตอบแบบสอบถามออนไลน์ จำนวน 400 คน ซึ่งสามารถสรุปผลการประเมินความพึงพอใจ ได้ดังนี้

ข้อมูลพื้นฐาน เกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 61 และอายุผู้ตอบแบบสอบถาม 3 อันดับแรก อยู่ที่ 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 55.8 รองลงมา 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 31.8 และ อายุ 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 7.8 สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมาก โสด คิดเป็นร้อยละ 54.3 ระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมาก อยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 75.5 อาชีพของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมาก เป็นนักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 53 และรายได้ต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมาก อยู่ที่ 10,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 49

พฤติกรรมของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ต พบว่า เว็บไซต์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามสนใจ อันดับแรกได้แก่ เว็บไซต์เพื่อขายสินค้า เว็บไซต์เพื่อการศึกษา เว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ เว็บไซต์บันเทิง และเว็บไซต์การท่องเที่ยว ตามลำดับ ส่วนความนิยมเข้าชมเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ส่วนมาก ได้แก่ เฟซบุ๊ก (Facebook) รองลงมาคือ ค้นหาผ่านโปรแกรมค้นหา (Search Engine) ยูทูบ (Youtube) และ อินสตาแกรม (Instagram) ตามลำดับ ส่วนการสืบค้นข้อมูลของชุมชน บ่อยมาก คิดเป็นร้อยละ 60.8 บ่อยครั้ง คิดเป็นร้อยละ 39 และอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 0.3 และการสืบค้นข้อมูลของชุมชนในจังหวัดเพชรบุรี ผู้ตอบแบบสอบถามเคยสืบค้นข้อมูลส่วนมาก ได้แก่ อำเภอชะอำ คิดเป็นร้อยละ 36.8 รองลงมา คือ อำเภอเมือง คิดเป็นร้อยละ 25 อำเภอบ้านลาด คิดเป็นร้อยละ 18.8 อำเภอบ้านแหลม คิดเป็นร้อยละ 11 และอำเภอเขาย้อย คิดเป็นร้อยละ 37.1

ตารางที่ 1 ความพึงพอใจที่มีต่อสื่ออินโฟกราฟิก ที่ใช้ในการพัฒนาเว็บไซต์ ภาพโดยรวมในแต่ละด้าน

ข้อความ	ระดับความพึงพอใจ		
	\bar{x}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1.ด้านเนื้อหาอินโฟกราฟิก	4.54	0.37	มากที่สุด
2.ด้านการออกแบบ	4.47	0.43	มากที่สุด
3. ด้านการใช้งานเว็บไซต์	4.57	0.43	มากที่สุด
4. ด้านการนำไปใช้	4.58	0.47	มากที่สุด
รวม	4.53	0.38	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 พบว่า ความพึงพอใจที่มีต่อสื่ออินโฟกราฟิก ที่ใช้ในการพัฒนาเว็บไซต์ ศูนย์เรียนรู้จากแปลงสาธิต การเกษตร ชุมชนหุบกะพง ภาพโดยรวม พบว่าด้านการนำไปใช้ มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.58 ด้านการใช้งานเว็บไซต์ มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.57 ด้านเนื้อหาอินโฟกราฟิก มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.54 และด้านการออกแบบ มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.47 สอดคล้องกับงานวิจัยกนก เลิศพานิช (2556) ได้ทำวิจัยเรื่องความคิดเห็นที่มีต่ออินโฟกราฟิกของเกษตรกรตำบลห้วยเขย่ง อำเภอทองผาภูมิ จังหวัดกาญจนบุรี โดยพบว่า เกษตรกรค่อนข้างมีความสนใจและคิดเห็นว่าเป็นประโยชน์ในการสื่อสารกับตัวเกษตรกรได้ ดังนั้นการใช้อินโฟกราฟิกในทางการเกษตรจึงเป็นเรื่องที่สามารถทำได้ และด้วยอินโฟกราฟิกเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ทำให้กลุ่มศูนย์เรียนรู้จากแปลงสาธิตการเกษตรมีโอกาสยอมรับสื่อได้ง่ายขึ้น

7. สรุปผล

ผลของการวิจัย ประสิทธิภาพของเว็บไซต์ศูนย์เรียนรู้จากแปลงสาธิตการเกษตรของชุมชนหุบกะพงในจังหวัดเพชรบุรี สามารถนำมาสรุปผลการวิจัย ได้ดังนี้

จากการที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาและเก็บข้อมูลจากศูนย์เรียนรู้จากแปลงสาธิตการเกษตร ชุมชนหุบกะพง จังหวัดเพชรบุรี คือ www.hubkapongcenter.com ทำให้ได้เว็บไซต์การเผยแพร่ความรู้ที่มีประสิทธิภาพ มีเนื้อหาการให้ความรู้ที่เข้าใจง่าย มีรูปภาพแสดงให้เห็นเข้าใจมากกว่าการอ่านข้อความ

ผลการวัดประสิทธิภาพของการพัฒนาเว็บไซต์ศูนย์เรียนรู้จากแปลงสาธิตการเกษตรของชุมชนหุบกะพงในจังหวัดเพชรบุรีพบว่า เว็บไซต์ hubkapongcenter.com มีประสิทธิภาพดีที่สุด ส่งผลให้ผู้เข้าชมเว็บไซต์มีความเข้าใจในเนื้อหาเกี่ยวกับการพัฒนาอาชีพ และได้นำไปปฏิบัติจริง และยังเพิ่มช่องทางการเผยแพร่ความรู้ให้กับศูนย์การเรียนรู้จากแปลงสาธิตการเกษตรได้เป็นอย่างดี

ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานที่มีต่อสื่ออินโฟกราฟิกในการพัฒนาเว็บไซต์ มีรูปภาพแสดงให้เห็นเข้าใจมากกว่าการอ่านข้อความ โดยแบ่งหัวข้อการประเมิน 4 ด้าน คือ ด้านเนื้อหา ด้านการออกแบบ ด้านการใช้งานเว็บไซต์ และด้านการนำไปใช้ เก็บผลจากผู้ตอบแบบสอบถามออนไลน์ทั้งหมด 400 ชุด โดยทำการวัดค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน สรุปได้ว่าเว็บไซต์ hubkapongcenter.com มีค่าระดับความพึงพอใจ เฉลี่ยเท่ากับ 4.53 ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด ทำให้ผู้ที่สนใจสามารถนำความรู้ที่ได้จากสื่ออินโฟกราฟิก นำไปใช้ประโยชน์ได้จริง

8. เอกสารอ้างอิง

กนก เลิศพานิช.(2556). **ความคิดเห็นที่มีต่ออินโฟกราฟิกของเกษตรกรตำบลห้วยเขย่ง อำเภอทองผาภูมิ จังหวัดกาญจนบุรี.**

สาขาวิชาพัฒนาการเกษตรและการจัดการทรัพยากร คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า
คุณทหารลาดกระบัง.

ชลิตา ไวรักษ์.(2551). **การพัฒนาเว็บไซต์เพื่อประชาสัมพันธ์องค์กร : กรณีศึกษาสโมสรทหารผ่าน ยัท เพนท์ บอล
เชียงใหม่. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.**

ดวงพร เกียงคำ, **คู่มือออกแบบและสร้างเว็บไซต์ ฉบับสมบูรณ์. นนทบุรี : สำนักพิมพ์ ไอดีซี. 2553.**

ฐานิตา ทองมาแก้ว, อมรรัตน์ ช่วยศรี, รัชภูมิ จินา, อัชฌาพร กว่างสวาสดี และ นพดล สายคติกรณ์.(2560).**การประชาสัมพันธ์
เว็บไซต์ แยกเป็เดี่ยวปาละอู ต่ายสื่ออินโฟกราฟิก.การประชุมวิชาการระดับปริญญาตรีด้านคอมพิวเตอร์ภูมิภาค
อาเซียนครั้งที่ 5 คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร.**

ธวัชชัย ศรีสุเทพ.(2544). **เว็บไซต์ใหม่ คู่มือออกแบบเว็บไซต์ฉบับมืออาชีพ. กรุงเทพฯ: โปรวิชัน.**

ปิยะวงศ์ วงศ์ชุตติภิญโญ.(2553). **ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาเว็บไซต์ที่ให้บริการข้อมูลสินค้า. วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต
สาขาวิชาเทคโนโลยี คอมพิวเตอร์และการสื่อสารบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.**

พัชรา วาณิชชวสิน. **ศักยภาพของอินโฟกราฟิก (Infographic) ในการเพิ่มคุณภาพการเรียนรู้. วารสารปัญญาภิวัฒน์ ปีที่ 7
ฉบับพิเศษ สาขาธุรกิจและคอมพิวเตอร์ศึกษา ภาคอาชีวศึกษา คณะศึกษาศาสตร์, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.**

พัทธ์ ภัทรนุชาพร.(2556). **ว่าด้วยอินโฟกราฟิกการสื่อสารข้อมูลผ่านกราฟิก. สืบค้นจาก**

<http://www.slideshare.net/patpataranutaporn/infographic-23318901>. (22 เมษายน 2562).

รพีภัทร มานะสุนทร.(2558). **การพัฒนาเว็บไซต์ และการสร้างสังคมออนไลน์ เพื่อประชาสัมพันธ์ธุรกิจชุมชน
ในเขตอำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี**

น้ำฝน แวหะหมัด, กุสสุมาศ แซ่จั้ง, มัชฌิมา บุญสนอง, อัชฌาพร กว่างสวาสดีและอังคณา จิตตมาศ.(2560).

**อิทธิพลการบอกต่อแบบปากต่อปากผ่านเฟสบุ๊คของอินโฟกราฟิกที่ส่งผลต่อการจัดอันดับเว็บไซต์. การประชุม
วิชาการระดับปริญญาตรีด้านคอมพิวเตอร์ภูมิภาคอาเซียนครั้งที่ 5 คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร.**

สฤณี อาชวานันทกุล.(2555). **อินโฟกราฟิกที่ดี (1): ข้อมูลคือหัวใจ. สืบค้นจาก**

<http://thaipublica.org/2012/09/good-infographics-1/>. (22 เมษายน 2562).

สายสุดา ปันตระกูล.(2552). **พฤติกรรมของบุคลากรในการใช้บริการบนเว็บไซต์มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.**

บรรณารักษศาสตร์และสารนิเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.

สุกัญญา เล็กจินดา,รัชณิกร สุขสามแก้ว, อัชฌาพร กว่างสวาสดี และ นพดล สายคติกรณ์.(2560). **การพัฒนาสื่ออินโฟ
กราฟิกผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของการค้นหาสำหรับประชาสัมพันธ์สินค้าชุมชน
ปาละอู. การประชุมวิชาการระดับปริญญาตรีด้านคอมพิวเตอร์ภูมิภาคอาเซียนครั้งที่ 5
คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร.**