

## ประสิทธิภาพของการสื่อสารปากต่อปากแบบอิเล็กทรอนิกส์สำหรับเว็บไซต์น้ำพริกเพื่อสุขภาพ The Efficiency of Electronic Word-of-Mouth for Healthy Chili Paste Website

อัชฌาพร กว้างสวาสดี<sup>\*</sup> เพียงฤทัย หนูสวัสดิ์ อีรดิษฐ์ แสงปัญญา และ วันฉัตร เขาทอง

สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศทางธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตวังไกลกังวล ประจวบคีรีขันธ์

Email: achaporn.kwa@rmutr.ac.th, paingruthai.nus@rmutr.ac.th, aonteradit@gmail.com,  
wanchat328@gmail.com

### บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีจุดประสงค์ 1) เพื่อพัฒนาเว็บไซต์ น้ำพริกเพื่อสุขภาพ 2) เพื่อประเมินประสิทธิภาพของการสื่อสารปากต่อปากแบบอิเล็กทรอนิกส์สำหรับเว็บไซต์น้ำพริกเพื่อสุขภาพ 3) เพื่อวัดความพึงพอใจของผู้เข้าชมเว็บไซต์ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย 1) เว็บไซต์ น้ำพริกเพื่อสุขภาพ 2) แบบสอบถามประเมินความพึงพอใจ ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ต โดยสุ่มแบบบังเอิญ จำนวน 480 ตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า 1) เว็บไซต์น้ำพริกเพื่อสุขภาพ (chiliforyou.com) มีข้อมูลเกี่ยวกับน้ำพริกและวัตถุดิบในการทำน้ำพริก 2) ผลการประเมินประสิทธิภาพของการสื่อสารปากต่อปากแบบอิเล็กทรอนิกส์สำหรับเว็บไซต์ chiliforyou.com โดยการสื่อสารช่องทาง เฟซบุ๊ก โปรโมทผ่าน เฟซบุ๊กแฟนเพจมีผู้เข้าชมทั้งหมด 7,703 คน และส่งผลต่อผู้เข้าชมเว็บไซต์ทั้งหมด 1,525 คน มีจำนวนหน้าที่มีการเปิด 4,430 ครั้ง และ 3) ผลการประเมินความพึงพอใจของเว็บไซต์ 4 ด้าน คือ ด้านการออกแบบของสื่ออินโฟกราฟิก ด้านเนื้อหาของสื่ออินโฟกราฟิก ด้านคุณภาพเนื้อหาของเว็บไซต์และด้านการออกแบบของเว็บไซต์ พบว่าภาพรวมของเว็บไซต์ มีความพึงพอใจมากที่สุด สรุปได้ว่า ประสิทธิภาพของการสื่อสารปากต่อปากแบบอิเล็กทรอนิกส์สำหรับเว็บไซต์น้ำพริกเพื่อสุขภาพ จากการโปรโมทผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ ทำให้เว็บไซต์เป็นที่รู้จักของสื่อสังคมออนไลน์มากขึ้น

**คำสำคัญ:** ประสิทธิภาพเว็บไซต์ การสื่อสารแบบปากต่อปาก น้ำพริกเพื่อสุขภาพ

### Abstract

This research aims: 1) to develop the website of healthy chili paste 2) to evaluate the efficiency of electronic word of mouth. 3) to evaluate the satisfaction of website visitors, The instruments used were 1) website, chili paste for health (chiliforyou.com) 2) tracking program website. 3) questionnaire on satisfaction evaluation, population, and sample are the internet users by were the 480 samples. They were using the online questionnaire to measure satisfaction. The statistics based on the data analysis is an average value and standard deviation percent, The research found that 1) Site chili healthy (Chiliforyou.com) with information about the chili and chili ingredients in the making. 2) the performance of communications, the electronic buzz for the site. chiliforyou.com, The communication channels of Facebook, promote via the Facebook page result all visitors 7,703 people And connecting visitors to the site by all visitors 1,525 people There are several pageviews 4,430 sessions. 3) The satisfaction in 4

aspects; Website design, the design of infographics, the content of the infographics and quality of website content total satisfaction was at the highest level. It concluded that the efficiency of electronic word-of-mouth communication for the site chiliforyou.com. The promoted through the facebook fan page. The site is known for its online social media.

**Keyword:** Website performance , Word-of-mouth communication , healthy chili sauce

## 1. ที่มาและความสำคัญ

ปัจจุบันการสื่อสารแบบปากต่อปากแบบอิเล็กทรอนิกส์เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันเป็นอย่างมากและมีหลากหลายช่องทางเช่น แพนเพจเฟซบุ๊ก การสื่อสารแบบปากต่อปากเป็นการสื่อสารจากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่ง ทำให้การสื่อสารสะดวกและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น เพราะในปัจจุบันนิยมหันมาใช้โซเชียล ในการดำเนินชีวิตเป็นจำนวนมาก จึงง่ายที่จะใช้การสื่อสารแบบปากต่อปากแบบอิเล็กทรอนิกส์เข้ามาใช้ในการประชาสัมพันธ์

เว็บไซต์เป็นช่องทางการประชาสัมพันธ์รูปแบบหนึ่ง เป็นสื่อที่เป็นสื่อที่มีความสำคัญซึ่งมีบทบาทเป็นอย่างมากในการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ และยังเป็นที่รวบรวมความน่าสนใจ ประกอบด้วยภาพและเนื้อหาต่างๆและมีหน้าที่กระจายข่าวสารต่างๆและให้ข้อมูลกับผู้ที่สนใจ

ผู้วิจัยเล็งเห็นความสำคัญการสื่อสารแบบปากต่อปากแบบอิเล็กทรอนิกส์ผ่านช่องทางเฟซบุ๊กแพนเพจ เข้ามาเป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์น้ำพริกเพื่อสุขภาพ เพื่อสร้างความรู้ให้แก่กลุ่มคนที่รักสุขภาพ ได้มีความรู้และเข้าใจเกี่ยวกับน้ำพริกเพื่อสุขภาพ และได้มีการประชาสัมพันธ์ผ่าน ช่องทาง เฟซบุ๊กแพนเพจ เพื่อประชาสัมพันธ์และกระจายข่าวสารให้สำหรับคนที่สนใจดูแลสุขภาพ

## 2. วัตถุประสงค์

- 1) เพื่อพัฒนาเว็บไซต์ น้ำพริกเพื่อสุขภาพ (chiliforyou.com)
- 2) เพื่อประสิทธิภาพการสื่อสารปากต่อปากแบบอิเล็กทรอนิกส์สำหรับเว็บไซต์
- 3) เพื่อวัดความพึงพอใจของผู้เข้าชมเว็บไซต์

### กรอบแนวคิดวิจัย



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดวิจัย

## ขอบเขตงานวิจัยแบ่งออกเป็น 2 ส่วนคือ

ตัวแปรต้น ประสิทธิภาพของการสื่อสารปากต่อปากแบบอิเล็กทรอนิกส์สำหรับเว็บไซต์ chilifyou.com โดยภายในเว็บมีเนื้อหาเกี่ยวกับอินโฟกราฟิกและองค์ความรู้ต่างๆ ให้ข้อมูลเกี่ยวกับน้ำพริกเพื่อสุขภาพ โดยมีการจัดเป็นหมวดหมู่ให้เลือกเพื่อง่ายต่อการเข้าถึงข้อมูล ทำให้ผู้อ่านมีความต่อเนื่องในการเข้าถึงข้อมูล

ตัวแปรตาม ด้านประสิทธิภาพของเว็บไซต์ น้ำพริกเพื่อสุขภาพ (chilifyou.com) มีการเรียบเรียงเนื้อหาเรื่องของน้ำพริกเพื่อสุขภาพให้มีความกระชับเหมาะสมและทันสมัยเพื่อให้เข้าใจได้ง่ายอ่านแล้วทำให้เกิดประโยชน์ต่อผู้รับชม ด้านการสื่อสารปากต่อปากแบบอิเล็กทรอนิกส์สำหรับเว็บไซต์ chilifyou.com ใช้การสื่อสารผ่านช่องทางเฟซบุ๊กแฟนเพจ เพื่อเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับน้ำพริกเพื่อสุขภาพ ด้านการความพึงพอใจของผู้เข้าชมเว็บไซต์ น้ำพริกเพื่อสุขภาพ chilifyou.com มีการสร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับ ข้อมูลประชากรศาสตร์ ด้านความพึงพอใจในการบริการเว็บไซต์จำนวน ทั้งนี้เว็บไซต์ยังมีการโปรโมทและประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ เพื่อเพิ่มช่องทางการเข้าถึงซึ่งจะทำให้เว็บไซต์มีผู้เข้าชมเพิ่มมากขึ้น

## 3. ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่เกี่ยวข้อง

1) การสื่อสารแบบปากต่อปากผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Electronic word of mouth) หรือเขียนย่อได้ ว่า E-WOM หรือ EWOM เป็นกลยุทธ์ที่นักการตลาดใช้มาเป็นเวลานานแล้ว เพราะเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพและประหยัดค่าใช้จ่าย โดย Lake (2010) ได้ให้ความหมายของการสื่อสาร แบบปากต่อปากหรือการบอกต่อว่า เป็นรูปแบบการสื่อสารที่ไม่เป็นทางการ เกิดขึ้นจากการที่ ผู้บริโภคได้ใช้สินค้าหรือบริการแล้วเกิดความพึงพอใจ จึงมีการบอกต่อจากบุคคลหนึ่งไปยังบุคคลอื่น ซึ่งทำให้ข่าวสารสามารถกระจายไปได้อย่างรวดเร็ว ไม่ว่าผู้รับสารมีปฏิริยาตอบรับเชิงบวกหรือเชิงลบ การสื่อสารแบบบอกต่อก็นำข้อมูลนั้นส่งต่อไปอย่างรวดเร็วเช่นกัน (ณัฐพร พลไชย. 2556.)

2) วิธีการนำเสนอเนื้อหาบนเครือข่ายสังคมออนไลน์การสื่อสารข้อมูลบนเครือข่ายออนไลน์ เป็นรูปแบบหนึ่งที่เกิดขึ้นบนอินเทอร์เน็ต ที่ใช้ในการ สื่อสารระหว่างกันซึ่งเป็นสังคมขนาดใหญ่ในโลกอินเทอร์เน็ต เพื่อใช้ในการแบ่งปันข้อมูลทำให้เกิดการขยายเครือข่ายออกไปเรื่อย ๆ เช่น Facebook, M YouTube, Twitter, ซึ่งการนำเสนอเนื้อหาจะมีหลากหลายรูปแบบที่แตกต่างกันออกไป (ระวิ แก้วสุกใส และชัยรัตน์ จุสปาโล, 2556)

3) เครือข่ายสังคมออนไลน์ เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) เป็นเครือข่ายสังคมที่เชื่อมโยงผู้คนเข้าด้วยกัน ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตเพื่อสื่อสารแลกเปลี่ยนข้อมูลซึ่งกันและกันในรูปแบบที่เรียกว่า “บริการเครือข่าย สังคม (Social Networking Service: SNS)” โดยเป็นรูปแบบเว็บไซต์สร้างเครือข่ายให้กับผู้ใช้ ซึ่งจะ มีข้อมูลส่วนตัว รูปภาพ บทความและคลิปวิดีโอ ของผู้ใช้ประกอบ เช่น Facebook Twitter และ Youtube นอกจากนั้นเครือข่ายสังคมออนไลน์ยังเป็นแหล่งรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ มากมายไว้ด้วย (สุดาพร ศรีพรมมา. 2557.)

## 4. วิธีการดำเนินการวิจัย

### 1) ขอบเขตเนื้อหา

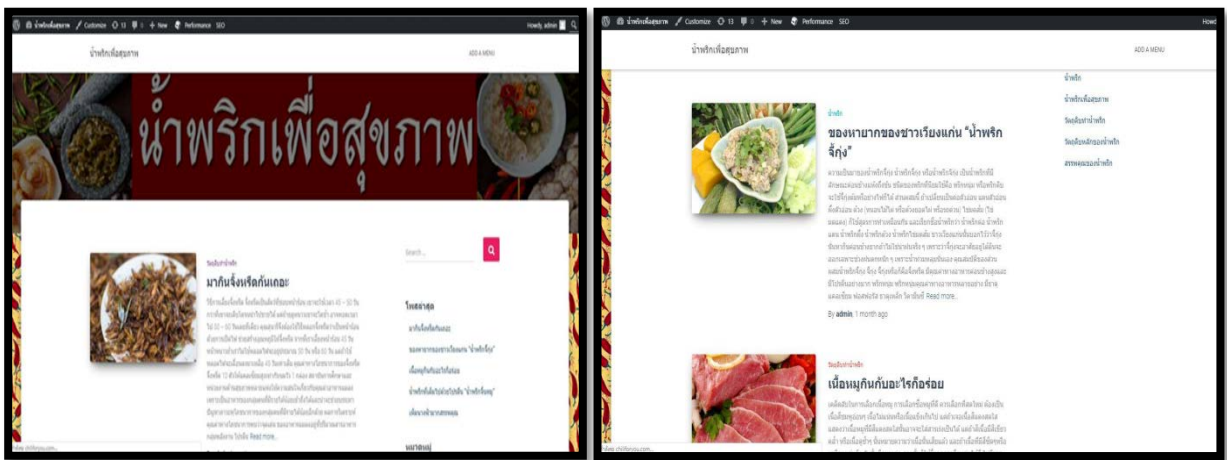
เว็บไซต์น้ำพริกเพื่อสุขภาพได้มีการจัดการเนื้อหาในรูปแบบบทความเกี่ยวกับน้ำพริกแบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ คือ น้ำพริกเพื่อสุขภาพและวัตถุดิบหลักของน้ำพริกโดยจัดทำบทความเกี่ยวกับน้ำพริกแต่ละชนิดให้สามารถเข้าใจได้ง่ายด้วยวิธีการทำสื่ออินโฟกราฟิกมีจำนวนทั้งหมด 100 โปสเตอร์ และได้มีการเผยแพร่บทความไปยังแฟนเพจเฟซบุ๊กพริกเพื่อสุขภาพ เพื่อให้ผู้ใช้เข้าถึงเว็บไซต์ได้มากยิ่งขึ้น

2) ประชากรกลุ่มตัวอย่าง ประชากรที่คณะผู้วิจัยใช้รวบรวมข้อมูลคือผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตจากการเก็บรวบรวมข้อมูลผ่าน google analytics คณะผู้วิจัยจึงเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ประเมินผลเว็บไซต์น้ำพริกเพื่อสุขภาพคือ ผู้เข้าชมเว็บไซต์น้ำพริกเพื่อสุขภาพ จำนวน 480 คน ด้วยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ

3) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ใช้ในการประเมินในครั้งนี้คณะผู้วิจัยจึงนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์ด้านต่าง ๆ โดยนำข้อมูลความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อหาประสิทธิภาพและความพึงพอใจต่อเว็บไซต์น้ำพริกเพื่อสุขภาพ

## 5. ผลและวิจารณ์

### 5.1 ผลการพัฒนาเว็บไซต์ chiliforyou.com



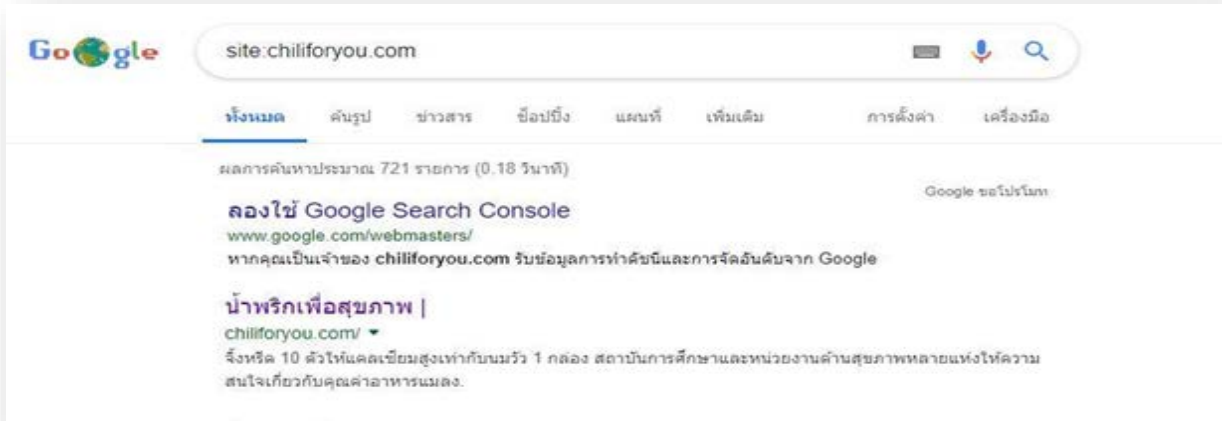
รูปที่ 2 แสดงเว็บไซต์ chiliforyou.com

จากรูปที่ 2 เว็บไซต์ chiliforyou.com เป็นเว็บไซต์เกี่ยวกับน้ำพริกเพื่อสุขภาพ โดยเว็บไซต์มีการแบ่งหมวดหมู่อย่างชัดเจน ซึ่งภายในเว็บไซต์นั้นประกอบไปด้วยเนื้อหาของน้ำพริกเพื่อสุขภาพ 50 โปส และวัตถุดิบสำหรับทำน้ำพริก 51 โปส ซึ่งในแต่ละโปสจะมีอินโฟกราฟิก 3 อันต่อ 1 โปส



รูปที่ 3 ตัวอย่างอินโฟกราฟิกภายในเว็บไซต์

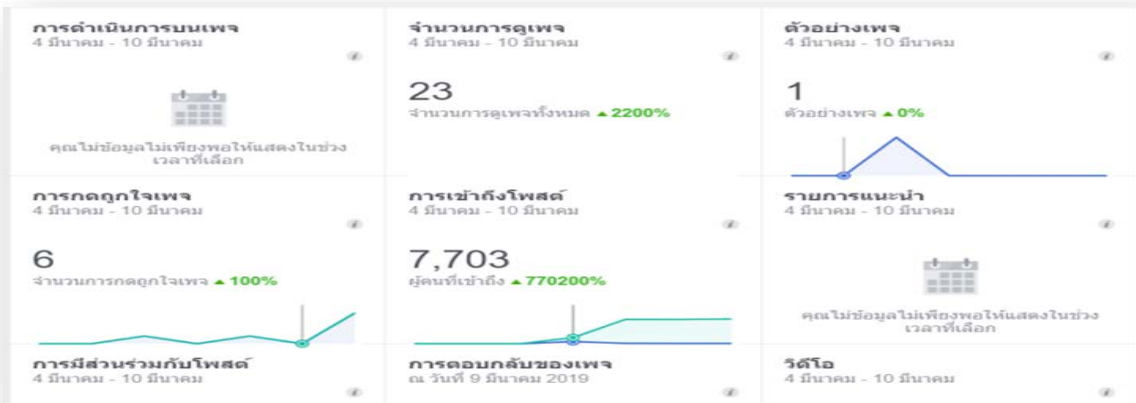
## 5.2 การเก็บ index ของเว็บไซต์



รูปที่ 4 แสดง index ของเว็บไซต์ www.chiliforyou.com

จากรูปที่ 4 Google index คือการที่กูเกิ้ลได้เข้ามายังเว็บไซต์ใด ๆ ก็ตามแล้วนำข้อมูลที่ได้กลับไปเก็บไว้ในฐานข้อมูลเพื่อเอาไว้ให้ผู้คนได้ค้นหากัน เพราะฉะนั้นหากเว็บใดที่ไม่มีอยู่ในฐานข้อมูลของ Google ก็จะไม่มีการปรากฏเว็บในการค้นหาของกูเกิ้ล ซึ่งเว็บไซต์ chiliforyou.com มีข้อมูลของเว็บไซต์จำนวน 721 รายการ

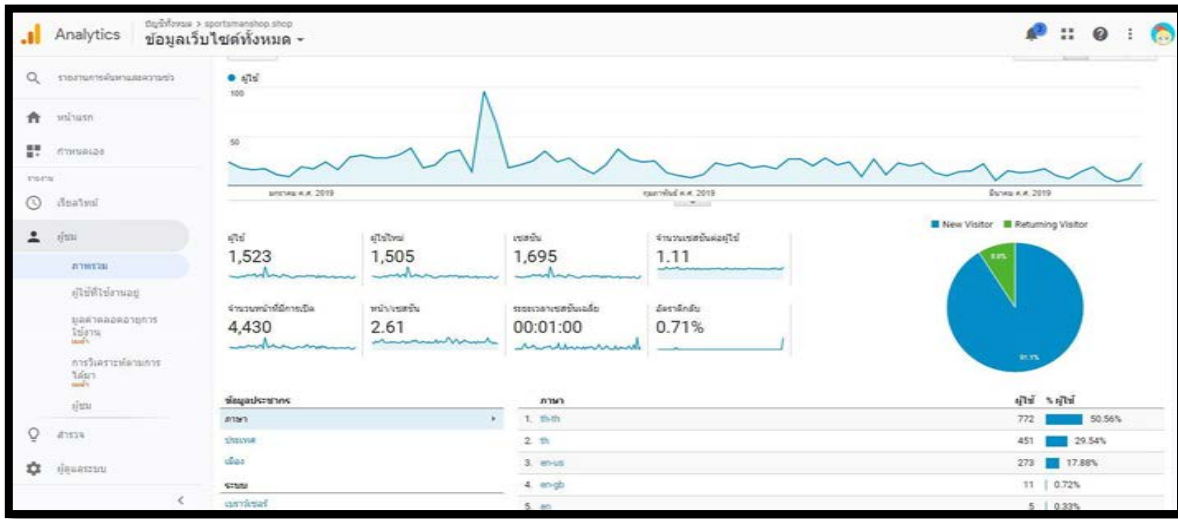
## 5.2 สถิติการเข้าชมสื่อออนไลน์ แพนเพจเฟซบุ๊ก



รูปที่ 5 ภาพรวมการเข้าถึงแฟนเพจเฟซบุ๊กของเว็บไซต์

จากรูปที่ 5 ผลสถิติการเข้าชมแฟนเพจของผู้ใช้งาน มีการเข้าถึง 7,703 ครั้ง แสดงให้เห็นถึงผลตอบรับที่มีต่อเว็บไซต์และแฟนเพจมีความน่าสนใจ มีเนื้อหาที่ให้ความรู้และตรงตามความต้องการ สามารถสื่อให้ผู้ชมเข้าใจความหมายของข้อมูลรวดเร็วและชัดเจนยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ของ (ศิริวัต จันทนารนาร 2554.) พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อออนไลน์บนเครือข่ายออนไลน์ สร้างความพึงพอใจ เนื่องจากมีเนื้อหาที่น่าสนใจและดึงดูดผู้เข้าชม ส่งผลให้มีผู้เข้าชมแฟนเพจเป็นจำนวนมาก

### 5.3 การวัดประสิทธิภาพเว็บไซต์ โดยประเมินจากผู้เข้าชมเว็บไซต์ของโปรแกรมติดตามเว็บไซต์คือ google analytics



รูปที่ 6 ภาพรวมการเข้าถึง google analytics

จากรูปที่ 6 การสำรวจผู้เข้าชมเว็บไซต์ google analytics ของเว็บ chilifyou.com สรุปได้ว่า ตั้งแต่วันที่ 1 ธันวาคม 2018 – 19 เมษายน 2019 มียอดผู้เข้าชมเว็บไซต์จำนวน 1,523 คน มีอัตราการตีกลับ 0.71% จากสถิติการเข้าชมเว็บไซต์สามารถวิเคราะห์ได้ว่า จากสถิติอัตราการตีกลับซึ่งหมายถึง จำนวนร้อยละของผู้เข้าชมที่เข้าถึงเว็บไซต์หน้าแรก แล้วออกจากเว็บไซต์ทันที ซึ่งเว็บไซต์ chilifyou.com คิดเป็นร้อยละ 0.71% จะเห็นได้ว่าอัตราของผู้เข้าชมเว็บหน้าแรกแล้วออกจากเว็บไซต์ chilifyou.com ใน 100 คน ออกจากเว็บไซต์ 1 คน แสดงให้เห็นว่าเว็บไซต์มีคุณภาพ เพราะผู้เข้าชมเว็บไซต์ทั้งหมด 1,523 คน ออกจากเว็บไซต์ เพียง 11 คนเท่านั้น และมีจำนวนการเปิดหน้าเว็บเพจ 4,430 ครั้ง แสดงให้เห็นว่าเนื้อหาในเว็บไซต์มีประโยชน์น่าสนใจ

สรุปผลการประเมินด้านประชากรศาสตร์ แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามครั้งนี้มีจำนวนรวม 480 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชายจำนวน 313 คน มีอายุ 21 - 30 ปี จำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 39.2 สถานะโสดจำนวน 279 คน มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 221 คน มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 143 คน มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 149 คน

ตารางที่ 4 สรุปผลการประเมินในแต่ละด้านของเว็บไซต์ chilifyou.com

หัวข้อการประเมิน	$\bar{x}$	S.D.	แปรผล
ด้านการออกแบบของสื่ออินโฟกราฟิก	4.56	.592	มากที่สุด
ด้านเนื้อหาของสื่ออินโฟกราฟิก	4.54	.593	มากที่สุด
ด้านคุณภาพของเนื้อหาของเว็บไซต์	4.54	.601	มากที่สุด
ด้านการออกแบบและการจัดรูปแบบของเว็บไซต์	4.53	.587	มากที่สุด
<b>รวม</b>	<b>4.53</b>	<b>0.587</b>	<b>มากที่สุด</b>

**จากตารางที่ 4** ผลการวิเคราะห์แบบสอบถาม ประสิทธิภาพของการสื่อสารปากต่อปากแบบอิเล็กทรอนิกส์สำหรับเว็บไซต์ chiliforyou.com ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 480 คน พบว่าได้รับความพึงพอใจ ระดับมากที่สุด ในด้านการออกแบบของสื่ออินโฟกราฟิก เนื้อหาของอินโฟกราฟิก น่าสนใจ ทำให้มีคุณภาพ ด้านคุณภาพของเนื้อหาเว็บไซต์

## 6.สรุปผล

จากงานวิจัยเรื่อง ประสิทธิภาพของการสื่อสารปากต่อปากแบบอิเล็กทรอนิกส์สำหรับเว็บไซต์ chiliforyou.com สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1) ผลพัฒนาเว็บไซต์ น้ำพริกเพื่อสุขภาพ (chiliforyou.com) มีการเรียบเรียงเนื้อหาเรื่องของน้ำพริกเพื่อสุขภาพให้มีความกระชับเหมาะสมและทันสมัยเพื่อให้เข้าใจได้ง่ายอ่านแล้วทำให้เกิดประโยชน์ต่อผู้รับชม ส่งผลตอบรับที่ดีขึ้นสามารถดึงดูดบุคคลให้เข้ามาชมเว็บไซต์

2) ผลประสิทธิภาพการสื่อสารแบบปากต่อปากแบบอิเล็กทรอนิกส์สำหรับเว็บไซต์ ใช้การสื่อสารผ่านช่องทางเฟซบุ๊กแฟนเพจ เพื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับน้ำพริกเพื่อสุขภาพ

3) ผลการวัดประสิทธิภาพความพึงพอใจของผู้เข้าชมเว็บไซต์ ผลการประเมินความพึงพอใจ ด้วยการแบ่งเป็น 4 ด้าน คือ ด้านการออกแบบสื่ออินโฟกราฟิก ด้านเนื้อหาสื่ออินโฟกราฟิก ด้านคุณภาพของเนื้อหาเว็บไซต์ และด้านการออกแบบและการจัดรูปแบบของเว็บไซต์ เก็บผลจากผู้ตอบแบบสอบถามออนไลน์ สรุปได้ว่า มีความพึงพอใจจากการใช้งานเว็บไซต์มากที่สุด

## 7.เอกสารอ้างอิง

ฐานิดา ทองมาแก้ว, อมรรัตน์ ช่วยศรี, รัชภูมิ จินา, อัจฉมาพร กว้างสวัสดิ์ และ นพดล สายคติกรณ์.(2560).การประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ แยกเป็เที่ยวป่าละอู ต่ายสื่ออินโฟกราฟิก.การประชุมวิชาการระดับปริญญาตรีด้านคอมพิวเตอร์ภูมิภาคอาเซียนครั้งที่ 5 คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรัตนนคร.

ณัฐพร พลไชย. (2556). อิทธิพลการตลาดแบบปากต่อปากผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์และปัจจัยด้านการ สร้างแบรนด์ 3 มิติ (3i Model Of Brand Development) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ รถจักรยานยนต์ของประชากรในเขต กรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ภคเมธา การสมใจ.(2559). การพัฒนาอินโฟกราฟิกแบบเคลื่อนไหวเพื่อส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ระวี แก้วสุกใส และชัยรัตน์ จุสปาโล. (2556). เครือข่ายสังคมออนไลน์: กรณี เฟซบุ๊ก (Facebook) กับการพัฒนาผู้เรียน. Princess of Naradhiwas University Journal, 5(4), 195-205.

วรรณพร กลิ่นบัว. (2553). การสร้างเครือข่ายทางสังคมผ่าน www.facebook.com ของกลุ่มวัย ทำงาน. ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

สุดาพร ศรีพรมมา. (2557). การพัฒนาชุดสื่อฝึกอบรม โดยการใช้อินโฟกราฟิกเพื่อให้ความรู้เรื่อง ลดภาวะโรคอ้วนและปัจจัยเสี่ยงด้วยหลัก 6 อ. ของโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษาสมุทรสงคราม ตอนต้น. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.

น้ำฝน แวหะหมัด, กุสสุมาต แซ่จั้ง, มัชฌิมา บุญสนอง, อัชฌาพร กว้างสวาสดีและอังคณา จัดตามาศ.(2560).

**อิทธิพลการบอกต่อแบบปากต่อปากผ่านเฟสบุ๊กของอินโฟกราฟิกที่ส่งผลต่อการจัดอันดับเว็บไซต์.** การประชุม  
วิชาการระดับปริญญาตรีด้านคอมพิวเตอร์ภูมิภาคอาเซียนครั้งที่ 5 คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร.

ศิวัช จันทนาสภารณ. (2554). **ทัศนคติที่มีต่อการเปิดรับสื่อออนไลน์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์กรณีศึกษานักศึกษา  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี การค้นคว้า อีสรุคณะบริหารธุรกิจ.** มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล  
ธัญบุรี.

พรศักดิ์ ตระกูลชีวานิตต์. (2541). **ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการในสำนักงานปลัด มหาวิทยาลัย  
ปริญญาโท กศ.ม. (การอุดมศึกษา).** กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

Achaporn Kwangsawad, Kannika Boonkasem, Aungkana Jantamas and Bundit Anuyahong.(2018).

**Satisfaction of Website visitors about Mushrooms products website in community enterprise  
at Prachupkirikhan Province.** Proceeding The 11<sup>th</sup> International conference on Educational  
Research: 8-9 September 2018,Fuculy of Education, Khon Kaen University, Thailand.