

**การพัฒนาเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์นมของฟาร์มโคนม จ.ประจวบคีรีขันธ์ ด้วยเมนูอาหาร
ในรูปแบบอินโฟกราฟิก**

**The Development of Website to Promote Dairy Products of Dairy Farms
at Prachuap Khiri Khan Province using Food Menu with Infographic**

อัชฌาพร กว้างสวัสดิ์* นพดล สายคติภรณ์ ธรรมภรณ์ จินเย็น จุฑามาศ เพชรอยู่ และ สิริวิมล สมัยนพล

สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศทางธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี วิทยาเขตวังไกลกังวล

Email : achaporn.kwa@rmutr.ac.th, noppadol.sai@rmutr.ac.th, miwkey55@gmail.com,

phetyujutamas@gmail.com, sirivimol0107@gmail.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อพัฒนาเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์นมสดของฟาร์มโคนม จ.ประจวบคีรีขันธ์ ด้วยเมนูอาหารจากนมในรูปแบบอินโฟกราฟิก 2) เพื่อประเมินประสิทธิภาพเว็บไซต์ผลิตภัณฑ์นมสดของฟาร์มโคนม จ.ประจวบคีรีขันธ์ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ 1) เว็บไซต์ผลิตภัณฑ์นมสดของฟาร์มโคนม 2) อินโฟกราฟิกเมนูอาหารจากนม 3) โปรแกรมติดตามสถิติเว็บไซต์ ผลการวิจัยพบว่า 1) เว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์นมสดของฟาร์มโคนม จ.ประจวบคีรีขันธ์ ด้วยเมนูอาหารจากนมในรูปแบบอินโฟกราฟิก คือ Farmcowspran.com นำเสนอด้วยสื่ออินโฟกราฟิก จำนวน 900 ภาพ 2) ผลการประเมินประสิทธิภาพเว็บไซต์จากจำนวนสถิติผู้เข้าชม ด้วยโปรแกรมกูเกิลอานาไลติก เก็บข้อมูลระหว่างวันที่ 20 ธันวาคม 2561 ถึง 19 เมษายน 2562 มีผู้เข้าชมทั้งหมด 890 คน จำนวนหน้าที่มีการเปิด 13,278 ครั้ง ระยะเวลาในการอ่าน 03:23 นาที แสดงให้เห็นว่า การพัฒนาเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์นมสดของฟาร์มโคนม จ.ประจวบคีรีขันธ์ ด้วยเมนูอาหารจากนมในรูปแบบอินโฟกราฟิกมีประสิทธิภาพดี

คำสำคัญ: ประสิทธิภาพของเว็บไซต์ ผลิตภัณฑ์แปรรูป อินโฟกราฟิก

Abstract

This research aims: 1) to develop the website to promote dairy products of dairy farms at Prachuap Khiri Khan province using milk food menu with Infographic. 2) to evaluate the performance of the website to promote dairy products of dairy farms. The instrument used in the research were: 1) The website 2) Infographics of milk food menu 3) Google analytics program for tracked visitors.

The results showed that: 1) the website to promote dairy products of dairy farms at Prachuap Khiri Khan province using milk food menu with Infographic was Farmcowspran.com. Nine hundred infographics present them from the milk food menu. 2) to evaluate the performance of website performance using Track statistics users between 20 December 2018 to 19 April 2019 used Google analytics program were the visitors total of 890 people, the number of pages viewed 13, 278 sessions and the time for reading content on the website of 3:23 minutes. Moreover, the bounce rate of 0.84%. Consequently, the

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

development of the website to promote dairy products of dairy farms at Prachuap Khiri Khan province using milk food menu with Infographic was an excellent performance.

keywords: Website Performance, dairy products, Infographics

1. ที่มาและความสำคัญ

โซควลีฟาร์ม เป็นฟาร์มโคนมอินทรีย์ ที่อยู่อำเภอบางปะอิน จ.พระนครศรีอยุธยา เป็นฟาร์มโคนมที่ไม่ใช้สารเคมีในการเลี้ยงโคนม ทำให้ให้น้ำนมที่ได้มีคุณภาพและส่งผลให้แม่โคสามารถผลิตน้ำนมได้มากกว่าเดิม จึงมีแนวคิดที่จะเพิ่มมูลค่าน้ำนม โดยนำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ เช่น นมสด UHT ไอศกรีม ชีส โยเกิร์ต เนย เป็นต้น ทำให้สินค้าของโซควลีฟาร์มมีความหลากหลายและเป็นที่ยอมรับของลูกค้าให้เข้ามาเลือกซื้อสินค้าเพิ่มขึ้น แต่ก็ยังไม่เป็นที่รู้จักของผู้คนมากนัก จึงต้องการที่จะเผยแพร่ผลิตภัณฑ์นมสดแปรรูปผ่านช่องทางออนไลน์ต่างๆ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้ามากขึ้น

อินโฟกราฟิก เป็นการนำข้อมูลที่มีเนื้อหาหายาก มีความหมายค่อนข้างซับซ้อน โดยนำมาสรุปอยู่ในรูปแบบของสื่ออินโฟกราฟิกเพื่อให้เข้าใจความหมายของข้อมูลนั้นมากขึ้น ทำให้มีข้อมูลที่ไม่มากจนเกินไป และยังเพิ่มความน่าสนใจให้กับข้อมูลนั้นมากขึ้นอีกด้วย เพราะอินโฟกราฟิกจะมีการออกแบบดีไซน์ที่ออกมาได้สวยงามมากกว่าการทำเป็นข้อความธรรมดา เนื่องจากปัจจุบันมีเนื้อหาข้อมูลในอินเทอร์เน็ตเป็นจำนวนมาก หากนำสื่ออินโฟกราฟิก เพื่อเป็นสื่อกลางในการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวเมนูอาหารจากนม ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์จากนมสดจากฟาร์มโซควลี ซึ่งเป็นฟาร์มในชุมชน อ.บางปะอิน จ.พระนครศรีอยุธยา เพื่อเป็นช่องทางในสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ฟาร์มโคนม อีกช่องทางหนึ่ง ในรูปแบบดังกล่าว

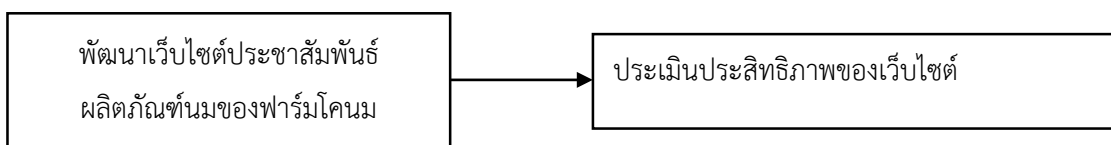
ดังนั้นคณะผู้วิจัยจึงได้พัฒนาเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์นมสดของฟาร์มโคนม จ.พระนครศรีอยุธยา ด้วยเมนูอาหารจากนมในรูปแบบอินโฟกราฟิก เพื่อเป็นแรงจูงใจให้ผู้สนใจเกิดความกระตือรือร้น และนำความรู้ที่ได้เผยแพร่บนเว็บไซต์สามารถนำความรู้ที่ได้ประยุกต์ใช้ในการทำเมนูอาหารได้

2. วัตถุประสงค์

2.1 เพื่อพัฒนาเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์นมสดของฟาร์มโคนม จ.พระนครศรีอยุธยา ด้วยเมนูอาหารจากนมในรูปแบบอินโฟกราฟิก

2.2 เพื่อวัดประสิทธิภาพเว็บไซต์พัฒนาเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์นมสดของฟาร์มโคนม จ.พระนครศรีอยุธยา ด้วยเมนูอาหารจากนมในรูปแบบอินโฟกราฟิก

3. ขอบเขตงานวิจัย



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดงานวิจัย

ตัวแปรต้นจะมีเว็บไซต์ทำในสื่ออินโฟกราฟิกภายในเว็บไซต์จะมีเนื้อหาเมนูอาหาร คือ ลักษณะของอาหาร ส่วนผสมของเมนูอาหารและขั้นตอนการทำเมนูอาหาร มีการเผยแพร่ทาง fan page Facebook

ตัวแปรตามจะประกอบด้วยการประเมินประสิทธิภาพเว็บไซต์ มีการวัดค่าผู้เข้าชมจาก Google analytics

ผู้ใช้งานเว็บไซต์ (Users), ผู้ใช้งานใหม่ (New Users), เซสชัน (Sessions), จำนวนเซสชันต่อผู้ใช้ (Number of Sessions per User), การดูหน้าเว็บ (Page views), หน้าเว็บต่อเซสชัน (Pages/Session), ระยะเวลาเฉลี่ย (Average Session Duration), อัตราตีกลับ (Bounce Rate)

4. ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

4.1 ประสิทธิภาพเว็บไซต์ การใช้งานเครื่องมือวิเคราะห์เว็บไซต์ มีส่วนสำคัญทำให้ทราบพฤติกรรมของผู้ใช้งานเว็บไซต์ โดยการรวบรวมข้อมูลและสถิติของผู้ที่เข้ามายังเว็บไซต์พร้อมทั้งวิเคราะห์และแสดงผลในรูปแบบที่ง่ายต่อการทำความเข้าใจอีกด้วย เครื่องมือที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากคือ Google Analytics ซึ่งรวบรวมข้อมูล เช่น 1) ด้านผู้เข้ามาชมเว็บไซต์ 2) ด้านช่องทางการเข้ามาถึงเว็บไซต์ 3) ด้านการชมเนื้อหาภายในหน้าเว็บไซต์และ 4) การวิเคราะห์การถึงเป้าหมายในเว็บไซต์ของผู้ใช้งาน เป็นต้น (พงศกร จันทราช, 2552) ซึ่งเครื่องมือนี้มีจุดเด่นคือ ไม่เสียค่าใช้จ่าย ใช้งานง่าย สามารถติดตามการเข้าชมเว็บไซต์ได้แบบทันทีอีกด้วย

4.2 อินโฟกราฟิก เทคนิคการออกแบบกราฟิก ซึ่งเป็นการอธิบายข้อมูลที่มีความซับซ้อนไปสู่กลุ่มที่รับสารในรูปแบบที่สามารถบริโภคหรือเข้าใจได้ง่ายและรวดเร็ว การสื่อสารด้วยภาพหรือกราฟิกที่บ่งชี้ถึงข้อมูล ได้แก่ ข้อมูลเชิงสถิติ ความรู้ การสื่อสารการตลาด และการประชาสัมพันธ์ เป็นต้น อินโฟกราฟิกเป็นการแสดงข้อมูลหรือความรู้ที่ผ่านการสรุปย่อแล้วเป็นแผนภาพ คือ การแปลงข้อความ (Text) ให้เป็นข้อความภาพ โดยการกำหนดการออกแบบและส่งเสริมการสื่อสารด้วยลักษณะร่วมกับข้อมูลที่เป็นตัวอักษร เพื่อให้ผู้รับสามารถเข้าใจข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว โดยการใช้รูปแบบที่เข้าใจง่ายและมีเหตุผล (KAI, W. ,2013.)

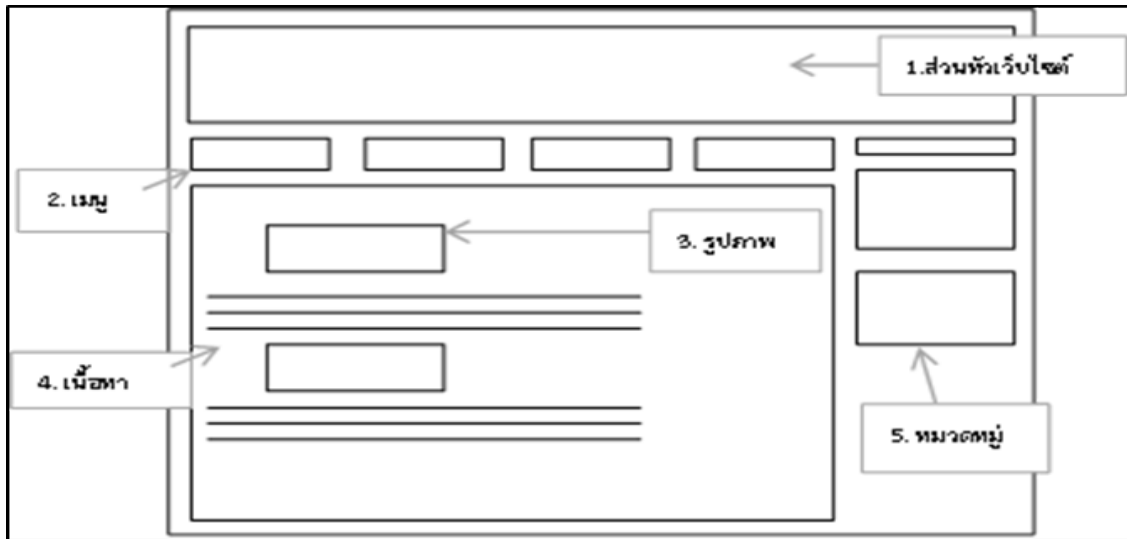
5. วิธีดำเนินการวิจัย

ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย ผู้วิจัยดำเนินงานตามวงจรพัฒนาระบบ (System development life cycle:SDLC) โดยมีขั้นตอน ดังนี้

5.1 การวางแผนโครงการ (Panning) กำหนดปัญหาและความต้องการ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาปัญหาเพื่อหาสาเหตุซึ่งโซควลิฟาร์ม มีสินค้าที่น่าสนใจแต่ยังไม่เป็นที่รู้จักสำหรับบุคคลภายนอกมากนักและยังไม่มีช่องทางการเผยแพร่ไปถึงผู้ที่สนใจ เนื่องจากยังไม่มี การประชาสัมพันธ์ที่กว้างขวาง จึงต้องการที่จะเผยแพร่ผลิตภัณฑ์นมสดแปรรูปผ่านช่องทางออนไลน์ต่างๆ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้ามากขึ้น

5.2 การวิเคราะห์ (Analysis) วิเคราะห์เนื้อหาที่ใช้สำหรับเว็บไซต์ ประสิทธิภาพของเว็บไซต์อินโฟกราฟิกสำหรับผลิตภัณฑ์แปรรูปจากนมโคของโซควลิฟาร์ม จ.ประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งเนื้อหาภายในเว็บไซต์จะมีเนื้อหาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์แปรรูปจากนมโค โดยมีการแบ่งเนื้อหาที่ใช้ภายในเว็บไซต์เป็น 7 หมวดหมู่ คือ 1. ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากนมสด 2. เมนูอาหารจากคัทดาร์ต 3. เมนูอาหารจากชีส 4. เมนูอาหารจากนมสดUHT 5. เมนูอาหารจากเนย 6.เมนูอาหารจากโยเกิร์ต 7.เมนูอาหารจากไอศกรีมและวิเคราะห์รูปแบบของเนื้อหาที่จะใช้ลงเว็บไซต์ คือ อินโฟกราฟิก ทำให้สามารถวิเคราะห์เนื้อหาที่ตรงตามวัตถุประสงค์ได้

5.3 การออกแบบ (Design) คณะผู้วิจัยทำการออกแบบโดยเริ่มจากลักษณะ รูปแบบที่จะนำเสนอ ได้แก่ สื่ออินโฟกราฟิก และคณะผู้วิจัยได้ออกแบบเว็บไซต์ Farmcowspran.com เพื่อใช้เป็นสื่อในการเผยแพร่ข้อมูลการออกแบบมีลักษณะรูปแบบดังนี้



รูปที่ 3 แผนผังเว็บไซต์

จากรูปที่ 3 แสดงแผนผังภาพรวมของเว็บไซต์ ผู้วิจัยได้ออกแบบพัฒนาเว็บไซต์ขึ้นมาโดยใช้ชื่อเว็บไซต์ (Farmcowspran.com) เพื่อใช้เป็นสื่อกลางในการวัดประสิทธิภาพของเว็บไซต์อินโฟกราฟิกสำหรับผลิตภัณฑ์แปรรูปจากนมโคของโซควลีฟาร์ม จ.ประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งในส่วนของผู้ดูแลเว็บไซต์ จะสามารถเพิ่ม ลบ แก้ไข ได้ทุกส่วนที่อยู่ภายในเว็บไซต์ และในส่วนของผู้ใช้งานสามารถอ่านข้อมูล ที่เผยแพร่ในเว็บไซต์ได้ แต่ไม่สามารถเพิ่ม ลบ แก้ไข อะไรได้

5.4 การนำไปใช้ (Implementation) ขั้นตอนการนำไปใช้จะเป็นการประชาสัมพันธ์เว็บไซต์อินโฟกราฟิกสำหรับผลิตภัณฑ์แปรรูปจากนมโคของโซควลีฟาร์ม ผ่านทางโซเชียลเน็ตเวิร์ค แพนเพจเฟซบุ๊ก โดยแต่ละช่องทางจะมีการลิงค์ไปยังเว็บไซต์กลางที่ใช้ในการเผยแพร่ข้อมูล

5.5 การบำรุงรักษา (Maintenance) มีวิธีการและรายละเอียดการดำเนินงานคือ ผลิตภัณฑ์อินโฟกราฟิก แก้ไข อัปเดต ให้เป็นข้อมูลใหม่ และทำการประชาสัมพันธ์อย่างสม่ำเสมอโดยนำข้อมูลที่เป็นความจริงมาโพสต์ใส่ในเว็บไซต์

6. ผลและวิจารณ์

6.1 ผลการพัฒนาเว็บไซต์อินโฟกราฟิกสำหรับผลิตภัณฑ์แปรรูปจากนมโคของโซควลีฟาร์ม จ.ประจวบคีรีขันธ์



รูปที่ 4 แสดงสื่ออินโฟกราฟิกของเมนูอาหารจากนมสดแปรรูป

จากรูปที่ 4 แสดงถึงสื่ออินโฟกราฟิก จำนวน 3 ภาพ โดยใช้ต่อ 1 โฟส โดยเว็บไซต์www.Farmcowspran.com จะมีข้อมูลผลิตภัณฑ์จากเมนูอาหารจากนมสดแปรรูป 300 โฟส โดยมีจำนวนอินโฟกราฟิกทั้งหมด 900 ภาพ โดยมีหลักการออกแบบสื่ออินโฟกราฟิก การใช้สี ตัวอักษร และรูปแบบการจัดวางที่เหมาะสม เพื่อดึงดูดความสนใจผู้ใช้งานเว็บไซต์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง เนื้อหาและรูปแบบในการสื่อสารผ่านสื่ออินโฟกราฟิกเพื่อสร้างการรับรู้และจดจำบนเฟซบุ๊กแฟนเพจของ อินโฟกราฟิก ไทยแลนด์ (จิตาใจ จันทนามศรี, 2560)



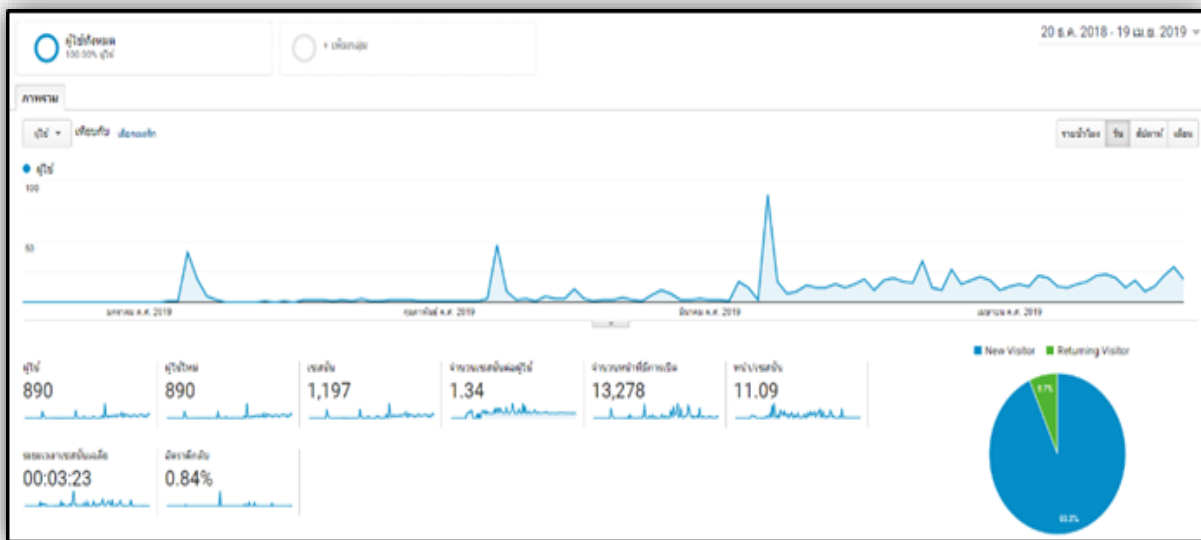
รูปที่ 5 แสดงหน้าแรกของเว็บไซต์ Farmcowspran.com

จากรูปที่ 5 แสดงภาพรวมของเว็บไซต์ Farmcowspran.com หน้าหลักของเว็บไซต์อินโฟกราฟิกสำหรับผลิตภัณฑ์แปรรูปจากนมโคของโชควิฬาร์ฟาร์ม จ.ประจวบคีรีขันธ์ จะประกอบด้วยข้อมูลเกี่ยวกับเมนูอาหารจากผลิตภัณฑ์นมสดแปรรูปต่างๆ ภายในมีการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับส่วนผสมวิธีการทำอาหารต่างๆด้วยสื่ออินโฟกราฟิกและยังมีข้อมูลการติดต่อ เช่น ที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์

6.2 ผลการวัดประสิทธิภาพการใช้งานเว็บไซต์

คณะผู้วิจัยได้ดำเนินงาน เก็บข้อมูลการใช้งานเว็บไซต์ Farmcowspran.com จริงด้วยโปรแกรมติดตามสถิติการเข้าใช้งานเว็บไซต์ ด้วยโปรแกรม Google Analytics โดยกลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ต โดยการสุ่มแบบบังเอิญ จำนวน 890 ตัวอย่าง ที่ทำการสืบค้นข้อมูลผ่านเครื่องมือค้นหาแล้วทำให้เว็บไซต์แสดงผลในอันดับต้นๆ ของผลการค้นหาของผู้ใช้งาน แล้วคลิกเข้าชมเว็บไซต์ผ่านทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งพฤติกรรมดังกล่าวจะมีการบันทึกข้อมูลการใช้งานเกี่ยวกับเว็บไซต์ โดยมีข้อมูลดังต่อไปนี้ ผู้ใช้งานเว็บไซต์ (Users), ผู้ใช้งานใหม่ (New Users), เซสชัน (Sessions), จำนวนเซสชันต่อผู้ใช้ (Number of Sessions per User), การดูหน้าเว็บ (Page views), หน้าเว็บต่อเซสชัน (Pages/Session), ระยะเวลาเฉลี่ย (Average Session Duration), อัตราตีกลับ (Bounce Rate)

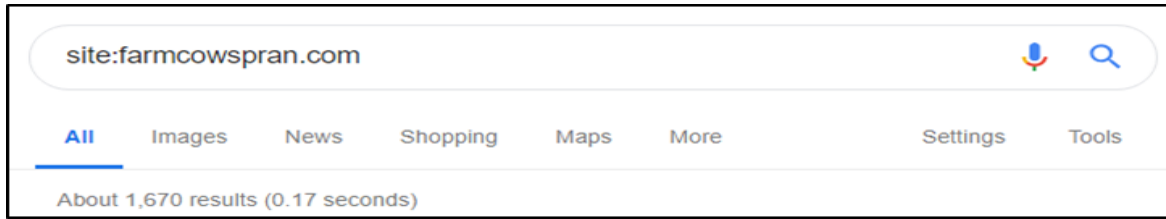
โดยคณะผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลสถิติการใช้งานเว็บไซต์ ในระหว่างวันที่ 20 ธันวาคม 2561 ถึง 19 เมษายน 2562 เป็นระยะเวลา 4 เดือน ซึ่งได้รับผลการดำเนินงานดังนี้



รูปที่ 4 แสดงผลการวัดประสิทธิภาพการใช้งานเว็บไซต์ Farmcowspran.com

จากรูปที่ 4 เป็นการแสดงผลค่าสถิติของเว็บไซต์อินโฟกราฟิกสำหรับผลิตภัณฑ์แปรรูปจากนมโคของโซควลีฟาร์ม จ.ประจวบคีรีขันธ์ โดยใช้โปรแกรม Google analytics เพื่อติดตามพฤติกรรมผู้ใช้งานในเว็บไซต์ มีผู้เข้าใช้ทั้งหมด 890 คน มีจำนวนการเปิดหน้าทั้งหมด 13,278 หน้า มีระยะเวลาในการอ่านโดยเฉลี่ย 3.23 นาที/หน้า มีอัตราการตีกลับ 0.84% และมีจำนวนเซสชัน 1,197 ต่อผู้ใช้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ อัชฌาพร กว้างสวาสดี และ คณะ (2560) ได้ทำวิจัยเรื่อง การพัฒนาเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อการจัดอันดับด้วยเทคนิคการตลาดของเครื่องมือค้นหา โดยมีประเมินประสิทธิภาพของเว็บไซต์ด้วย Google Analytics ด้วยเช่นกัน เนื่องจากเป็นข้อมูลที่ใช้งานจริง และ แสดงถึงพฤติกรรมของผู้เข้าชมเว็บไซต์ อีกทั้งสามารถวิเคราะห์ข้อมูลของเว็บไซต์ดังกล่าวได้เป็นอย่างดี

6.3 แสดงผลการจัดอันดับของ Google ด้วยค่า Index ของการเข้าชมเว็บไซต์ผ่าน Social Network



รูปที่ 5 แสดงค่า Index ของการเข้าชมเว็บไซต์ farmcowspran.com

จากรูปที่ 5 แสดงผลการวัดค่าดัชนี (Index) ของเว็บไซต์ farmcowspran.com ใช้เครื่องมือค้นหาจากกูเกิ้ล โดยค่าดัชนีจะมีผลต่อเมื่อเว็บไซต์มีคุณภาพทั้งเนื้อหาและรูปภาพที่เผยแพร่มีความถูกต้อง ครบถ้วน ซึ่งเก็บข้อมูลของวันที่ 19 เมษายน 2562 มีผลการค้นหาทั้งหมด 1,670 รายการ หมายถึงมีข้อมูลเกี่ยวกับเว็บไซต์ ในฐานะข้อมูลของกูเกิ้ล ไว้สำหรับแสดงผลการค้นหาที่เกี่ยวกับข้อมูลผลิตภัณฑ์นม เมนูอาหารจากนม ด้วยอินโฟกราฟิก ถ้าหากเว็บไซต์ใดที่กูเกิ้ลไม่เก็บค่าดัชนี จะไม่มีโอกาสแสดงผลในหน้าเสิร์ชเอ็นจินของกูเกิ้ล จึงทำให้เว็บไซต์ไม่เกิดประโยชน์แต่อย่างใด เพราะส่วนมากผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตนิยมสืบค้นข้อมูลผ่านทางเสิร์ชเอ็นจินกูเกิ้ล การที่ต้องการให้ Google Index จะต้องดำเนินการในเว็บไซต์ในเรื่องของเนื้อหาของเว็บไซต์ต้องมีความสดใหม่อยู่เสมอ ทำการแบ่งหมวดหมู่เนื้อหาของเว็บไซต์อย่างเป็นระเบียบ จัดทำป้ายกำกับเนื้อหา (Tag) มีการอธิบายรายละเอียดของเนื้อหา (meta description) จัดทำคีย์เวิร์ดของเนื้อหา (meta keywords) กำหนดชื่อเรื่อง (Title) ให้มีคุณภาพสอดคล้องกับเนื้อหาของแต่ละเรื่อง เป็นต้น

7. สรุปผล

งานวิจัยนี้เป็นการพัฒนาเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์นมสดของฟาร์มโคนม จ.ประจวบคีรีขันธ์ ด้วยเมนูอาหารจากนมในรูปแบบอินโฟกราฟิก ผลที่ได้ คือ ได้สร้างเว็บไซต์ โดยชื่อว่า www.Farmcowspran.com ภายในเว็บไซต์มีภาพอินโฟกราฟิกประกอบเนื้อหาในแต่ละหัวข้อ แบ่งเป็น 3 ส่วน คือ ลักษณะของอาหาร ส่วนผสมของอาหารและ ขั้นตอนการทำอาหาร ผู้เข้าชมเว็บไซต์สามารถเข้ามาศึกษาเมนูอาหารจากนมสดแปรรูปในรูปแบบอินโฟกราฟิก ทำให้เข้าใจเนื้อหาภายในเว็บไซต์ได้ง่ายขึ้น ประเมินประสิทธิภาพของเว็บไซต์อินโฟกราฟิกสำหรับผลิตภัณฑ์แปรรูปจากนมโคของโซควิลฟาร์มมีผู้ชมเพิ่มมากขึ้น จะต้องดำเนินการในเว็บไซต์ในเรื่องของเนื้อหาของเว็บไซต์ต้องมีความสดใหม่อยู่เสมอ ทำการแบ่งหมวดหมู่เนื้อหาของเว็บไซต์อย่างเป็นระเบียบ จัดทำป้ายกำกับเนื้อหา (Tag) มีการอธิบายรายละเอียดของเนื้อหา (meta description) จัดทำคีย์เวิร์ดของเนื้อหา (meta keywords) กำหนดชื่อเรื่อง (Title) ให้มีคุณภาพสอดคล้องกับเนื้อหาของแต่ละเรื่อง เป็นต้น ส่งผลให้เว็บไซต์สามารถแสดงผลการค้นหาเป็นอันดับต้นๆของกูเกิ้ล ตามคำค้นหาของผู้ใช้งานได้ง่าย

8. เอกสารอ้างอิง

กนก เลิศพานิช.(2556). **ความคิดเห็นที่มีต่ออินโฟกราฟิกเกษตร ตำบลห้วยเขย่ง อ.ทองผาภูมิ จ.กาญจนบุรี**. สาขาวิชาพัฒนาการเกษตรและการจัดการทรัพยากร คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าคุณทหารลาดกระบัง.

กิตติ ภัคดิวัฒน์กุล.(2554). **คัมภีร์ระบบฐานข้อมูล**. พิมพ์ครั้งที่ 3 กรุงเทพมหานคร, หน้าที่ 6-8.

ธิดาใจ จันทนามศรี.(2560). **เนื้อหาและรูปแบบในการสื่อสารผ่านสื่ออินโฟกราฟิก เพื่อสร้างการรับรู้และจดจำบนเฟซ**

บุ๊คแฟนเพจของ อินโฟกราฟิก ไทยแลนด์ .นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการเชิงกลยุทธ์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

นัจภค มีสุสาร.(2556). **อิทธิพลของชุดข้อมูลและสีสื่อต่อความเข้าใจ เนื้อหาของภาพอินโฟกราฟิกซึ่งเนื้อหาของภาพอินโฟกราฟิกมีแนวโน้มในการช่วยให้เกิดความเข้าใจเนื้อหาที่ดีขึ้น.** คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

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

อิทธิพลการบอกต่อแบบปากต่อปากผ่านเฟสบุ๊คของอินโฟกราฟิกที่ส่งผลกระทบต่อการจัดอันดับเว็บไซต์. การประชุมวิชาการระดับปริญญาตรีด้านคอมพิวเตอร์ภูมิภาคอาเซียนครั้งที่ 5 คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร.

พัชรี เมืองมุสิก. (2557). **การพัฒนาสื่อการสอนด้วยภาพอินโฟกราฟิกส์ผ่านระบบเครือข่ายวิชาการระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการหลักสูตรครุศาสตรบัณฑิต.** วารสารวิจัยราชภัฏพระนคร ปีที่ 9 ฉบับที่ 2, หน้า 13-26.

ภคเมธา การสมใจ. (2559). **การพัฒนาอินโฟกราฟิกแบบเคลื่อนไหวเพื่อส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย.** มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

สุกัญญา เล็กจินดา,รัชณีกร สุขสามแก้ว, อัชฌาพร กว้างสวาสดี และ นพดล สายคติกรณ์.(2560). **การพัฒนาสื่ออินโฟกราฟิกผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพของการค้นหาสำหรับประชาสัมพันธ์สินค้าชุมชนป่าละอู.** การประชุมวิชาการระดับปริญญาตรีด้านคอมพิวเตอร์ภูมิภาคอาเซียนครั้งที่ 5 คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร.

ฐานิดา ทองมาแก้ว, อมรรัตน์ ช่วยศรี, รัชภูมิ จินา, อัชฌาพร กว้างสวาสดี และ นพดล สายคติกรณ์.(2560).**การประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ แยกเป้เที่ยวป่าละอู ด้วยสื่ออินโฟกราฟิก.**การประชุมวิชาการระดับปริญญาตรีด้านคอมพิวเตอร์ภูมิภาคอาเซียน ครั้งที่ 5 คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร.

วรจักร สิริวิเศษวรกุล. (2557). **พัฒนาระบบการประเมินการควบคุมภายในและการบริหารความเสี่ยงผ่านเว็บไซต์ แอปพลิเคชัน.** วารสารวิจัยราชภัฏพระนคร ปีที่9 ฉบับที่ 2 (ก.ค.-ธ.ค.), หน้า 3-14.

อัชฌาพร กว้างสวาสดี,วีระชัย คอนจจอหอ, ปรัชญนันท์ นิลสุข และ ปานจิตต์ หลงประดิษฐ์.(2560). **การพัฒนาเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลกระทบต่อการจัดอันดับด้วยเทคนิคการตลาดของเครื่องมือค้นหา** วารสารวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. ปีที่ 36 ฉบับที่ 3 พฤษภาคม –มิถุนายน 2560 หน้า 291-301