

พัฒนาเว็บไซต์ส่งเสริมการขายสินค้าของวิสาหกิจชุมชนบ้านหนองมะค่า จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

The Website Development of Promotion for Ban Nong Makha Community Enterprise Products at Prachaup Khiri Khan Province.

อัชฌาพร กว้างสวัสดิ์* กรรณิกา บุญเกษม เพียงฤทัย หนูสวัสดิ์ และ วาริณี โต้ะและ

สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศทางธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตวังไกลกังวล ประจวบคีรีขันธ์

Email: achaporn.kwa@rmutr.ac.th, kannika.boon@rmutr.ac.th, Paingruthai.nus@rmutr.ac.th,

warinee25@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อพัฒนาเว็บไซต์ส่งเสริมการขายสินค้าของวิสาหกิจชุมชนบ้านหนองมะค่า 2) ประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตที่มีต่อเว็บไซต์วิสาหกิจชุมชนบ้านหนองมะค่า โดยมีเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยคือ 1) เว็บไซต์ 2) แบบประเมินความพึงพอใจ โดยกลุ่มประชากรคือกลุ่มผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ต การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ และกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และร้อยละ ผลการวิจัยพบว่า 1) ผลการพัฒนาเว็บไซต์ คือ เว็บไซต์ ขนุนทอดหนองมะค่า.com ซึ่งภายในเว็บจะมีผลิตภัณฑ์จากขนุน ตลอดจนให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จากขนุน จำนวน 60 โปส 2) ผลการวัดความพึงพอใจของผู้ใช้งานเว็บไซต์ซึ่งประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่ ด้านเนื้อหาสื่ออินโฟกราฟิก ด้านการออกแบบอินโฟกราฟิก และด้านการใช้งานเว็บไซต์ โดยภาพรวมมีความพึงพอใจระดับมากที่สุด สรุปได้ว่าการพัฒนาเว็บไซต์ส่งเสริมการขายสินค้าของวิสาหกิจชุมชนบ้านหนองมะค่า จ.ประจวบคีรีขันธ์ เป็นการเพิ่มช่องทางการส่งเสริมการขายให้กับวิสาหกิจชุมชนได้เป็นอย่างดี

คำสำคัญ: ความพึงพอใจ เว็บไซต์ส่งเสริมการขายสินค้า

Abstract

This research aims 1) to the development of website promotion for Ban Nong Makha enterprises community products. 2) to evaluate the satisfaction of website visitors. The instruments used in the research were 1) website 2) satisfaction questionnaire. The population and samples were 400 internet users, derived through accidental random sampling technique. The statistics used for analyzing the data were mean standard deviation and percentage.

The results revealed that 1) the development of the website KhaNunNongMakha.com was a total of 60 posts. 2) the satisfaction of website users in 3 aspects; content of infographics, Design of infographics, and usability of the website that all aspects were at the highest level. Conclusion, the development of website promotion for Ban Nong Makha enterprises community products was adding channels to promotional products of the enterprises a Community as well

Keyword: Satisfied users the Internet, Promotional Products Website

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

1. ที่มาและความสำคัญ

เว็บไซต์ประชาสัมพันธ์เป็นส่วนหนึ่งที่จะช่วยในการส่งเสริมการขาย ทำให้ผู้ใช้งานสามารถเข้าถึงข้อมูลสารสนเทศของหน่วยงานต่าง ๆ ได้เนื่องจากข่าวสารข้อมูลในอดีตเคยอยู่ในหนังสือพิมพ์หรือในทีวี ได้ถูกนำมาใช้ในรูปแบบเว็บไซต์มากขึ้น อาทิเช่น เว็บไซต์ข่าว ไทยรัฐ ที่นำเสนอข้อมูลข่าวสารที่เกิดขึ้นในแต่ละวัน ทั้งเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ประเด็นที่ถูกพูดถึงกันมากในแต่ละวัน จะต้องเป็นข้อมูลที่เป็นความจริง ทั้งนี้การออกแบบการใช้งานต้องมีการใช้งานง่าย นับได้ว่าเป็นการพัฒนาที่มีการเปลี่ยนแปลงเพื่อสร้างโอกาสในการขาย ขยายธุรกิจ และสร้างช่องทางให้ลูกค้าเข้าถึงสินค้าได้ง่าย

ความพึงพอใจต่อผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตเป็นส่วนหนึ่งในการวัดผลความสำเร็จของเว็บไซต์ เป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้การทำงานใดๆประสบความสำเร็จได้ นักธุรกิจหรือผู้นำที่มีความสามารถจะศึกษาความต้องการของลูกค้า เพื่อสร้างความพึงพอใจในสินค้าและและบริการให้กับลูกค้า เกิดความพึงพอใจในหน้าที่ ที่ได้รับมอบหมายและพฤติกรรมแสดงออกที่ไม่สามารถเห็นด้วยการมอง ซึ่งเราจะทราบว่าคุณคนนั้นมีความพึงพอใจหรือไม่ ทำได้ด้วยการสังเกตการณ์แสดงออกกับสิ่งที่เราต้องตรงกับความต้องการ จึงจะทำให้เกิดความพึงพอใจต่อผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ต เพื่อให้ธุรกิจประสบความสำเร็จเราจึงต้องศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าหรือผู้มาใช้บริการ ซึ่งเกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตและความพึงพอใจในงานของผู้ปฏิบัติงานบริการ ซึ่งนับว่าความพึงพอใจมีลักษณะความสำคัญต่อการพัฒนาคุณภาพของการบริการให้ประสบความสำเร็จ

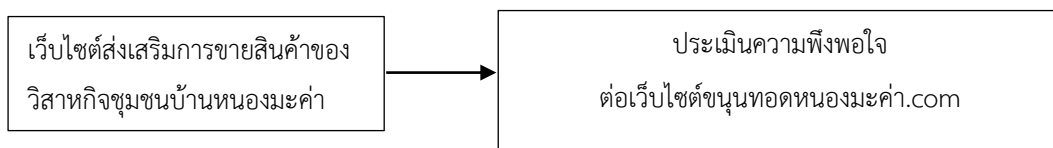
จากสาเหตุข้างต้น ได้เล็งเห็นปัญหาและความสำคัญของวิสาหกิจชุมชนบ้านหนองมะค่าจึงมีแนวคิดในการพัฒนาเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์สินค้าให้กับกลุ่ม วิสาหกิจชุมชนบ้านหนองมะค่าเพื่อให้ทางชุมชนมีเว็บไซต์ในการให้ข้อมูลและประชาสัมพันธ์สินค้า และยังสามารถสั่งซื้อสินค้าได้ด้วย โดยใช้สื่ออินโฟกราฟิกเพื่อให้ข้อมูลที่นำเสนอบนเว็บมีความน่าสนใจ ดึงดูดลูกค้าและทำให้ลูกค้าพึงพอใจในเว็บไซต์ได้

2. วัตถุประสงค์

2.1 พัฒนาเว็บไซต์ส่งเสริมการขายสินค้าของวิสาหกิจชุมชนบ้านหนองมะค่า

2.2 ประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตที่มีต่อเว็บไซต์วิสาหกิจชุมชนบ้านหนองมะค่า

กรอบแนวคิดวิจัย



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดวิจัย

ขอบเขตงานวิจัยแบ่งออกเป็น 2 ส่วนคือ

ขอบเขตด้านเนื้อหา

เว็บไซต์ส่งเสริมการขายสินค้าของวิสาหกิจชุมชนบ้านหนองมะค่า มีเนื้อหาที่นำเสนอเกี่ยวกับชุมชนแปรรูป มีส่วนผสมและวิธีการทำของชุมชนทอด โดยมีการแบ่งหมวดหมู่ดังนี้ ผลิตภัณฑ์จากชุมชน สรรพคุณของชุมชน โดยใช้สื่ออินโฟกราฟิกประกอบการนำเสนอด้วย เพื่อให้ผู้ชมเว็บไซต์เข้าใจเนื้อหามากยิ่งขึ้น

ประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตที่มีต่อเว็บไซต์วิสาหกิจชุมชนบ้านหนองมะค่า โดยจะใช้แบบสอบถามในการประเมิน และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่าง แบบบังเอิญ จำนวน 400 คน ซึ่งการวิเคราะห์ข้อมูลจะหาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และร้อยละ

3. ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่เกี่ยวข้อง

ความพึงพอใจ (Satisfaction) เป็นทัศนคติที่เป็นนามธรรม ไม่สามารถมองเห็นเป็นรูปร่างได้ การที่เราจะทราบว่าบุคคลมีความพึงพอใจหรือไม่ สังเกตโดยการแสดงออกที่ค่อนข้างสลับซับซ้อน จึงเป็นการยากที่จะวัดความพึงพอใจโดยตรง แต่สามารถวัดโดยทางอ้อม โดยการวัดความคิดเห็นของบุคคลเหล่านั้น และแสดงความคิดเห็นนั้น จะต้องตรงกับความรู้สึกที่แท้จริงจึงจะสามารถวัดความพึงพอใจนั้นได้ (ดุสติ เกษมมงคล, 2556)

การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) เป็นสิ่งจูงใจระยะสั้นที่ทำให้เกิดการซื้อหรือบริการ เป็นเครื่องมือกระตุ้นความต้องการที่ใช้สนับสนุนการโฆษณา และการขายสินค้าโดยใช้พนักงานขายซึ่งสามารถกระตุ้นความสนใจ ด้วยวิธีการทดลองใช้ แจกฟรี เพื่อเป็นข้อมูลในการขายสินค้า (ฉันทวัฒน์ ใจอุดม, 2557)

ด้านการออกแบบ (User Experience : UX) เป็นกระบวนการในการออกแบบผู้ใช้งาน มีเป้าหมายเพื่อนิยามปัญหาของการออกแบบ (defining problems) ด้วยการวิจัยเพื่อให้ข้อมูลสำหรับนำไปใช้ในการออกแบบต่อไปในอนาคต นอกจากนี้ได้สำรวจโดยสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการวิจัยประสบการณ์ผู้ใช้พบว่า การวิจัยประเภทนี้ดำเนินการเพื่อศึกษาและทำความเข้าใจเกี่ยวกับประสบการณ์ด้านพฤติกรรม อารมณ์ ความรู้สึกของผู้ใช้ที่มีมุมมองการใช้งานผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อให้ได้แนวทางการออกแบบใหม่ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการผู้ใช้งานมากขึ้น (วัชรศักดิ์ สุดหล้า, 2560)

ด้านผู้ใช้งาน (User Interface :UI) เป็นงานดีไซน์ที่เน้นหนักเรื่องการออกแบบหน้าจอ หรือแพลตฟอร์มต่าง ๆ ที่ธุรกิจทำไว้เพื่อติดต่อกับผู้ใช้ ยกตัวอย่างเช่น เว็บไซต์ แอปพลิเคชัน เกมสัรวมไปถึงฮาร์ดแวร์ที่จับต้องได้ เช่น อุปกรณ์จอทัชสกรีน ฯลฯ สำหรับเนื้อหาของนักออกแบบ UI นั้นก็ต้องปรากฏให้เห็นเป็นรูปธรรมได้เพื่อว่านักพัฒนาแอปฯ หรือโปรแกรมเมอร์จะสามารถนำไปใช้ต่อยอดได้ทันที (ยุทธพงศ์ ญาณโยธิน และคณะ, 2558)

4. วิธีการดำเนินการวิจัย

กลุ่มประชากร

กลุ่มประชากร คือ กลุ่มผู้ใช้งานทางอินเทอร์เน็ต

กลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ จำนวน 400 ตัวอย่าง และใช้การสุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น

เครื่องมือที่ใช้ในการดำเนินงานวิจัย

2.1 เว็บไซต์ชุมชนทอดทองคำ.com

2.2 แบบสอบถามความพึงพอใจ ที่มีต่อเว็บไซต์ชุมชนทอดทองคำ.com โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ จำนวน 400 ชุด โดยแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ด้านประชากรศาสตร์

ส่วนที่ 2 ด้านเนื้อหาในรูปแบบการสื่อสารผ่านสื่ออินโฟกราฟิก

ส่วนที่ 3 ด้านการออกแบบภาพประกอบผ่านสื่ออินโฟกราฟิก

ส่วนที่ 4 ด้านการใช้งานเว็บไซต์

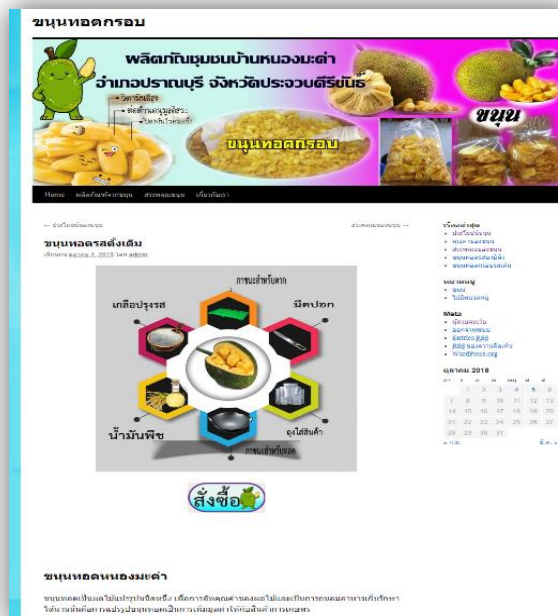
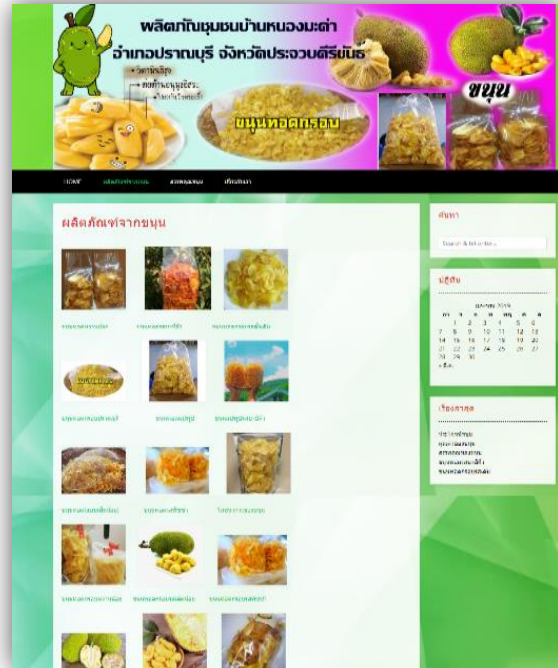
ส่วนที่ 5 แสดงความคิดเห็น/ข้อเสนอแนะ เพิ่มเติม

โดยใช้เกณฑ์ที่ใช้แบบสอบถามออกเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด ในการแปลความหมายของคะแนน โดยการหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเพื่อวัดความพึงพอใจของผู้เข้าชมเว็บไซต์ จากนั้นทำการวิเคราะห์ด้วยค่าเฉลี่ยเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าร้อยละ และแปลผลโดยใช้เกณฑ์ดังนี้

- ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง ความพึงพอใจมากที่สุด
- ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง ความพึงพอใจมาก
- ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง ความพึงพอใจปานกลาง
- ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง ความพึงพอใจน้อย
- ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง ความพึงพอใจน้อยที่สุด

5. ผลและวิจารณ์

5.1 ผลจากการพัฒนาเว็บไซต์ชุมชนทอดหนองมะค่า.com



รูปที่ 2 แสดงเว็บไซต์ ชุมชนทอดหนองมะค่า.com

เว็บไซต์ส่งเสริมการขายสินค้าของวิสาหกิจชุมชนบ้านหนองมะค่า เป็นข้อมูลที่อยู่ในรูปแบบอินโฟกราฟิกมาช่วยในส่วนของ การพัฒนาเว็บไซต์และประชาสัมพันธ์สินค้าวิสาหกิจชุมชนบ้านหนองมะค่า ประกอบไปด้วยเนื้อหาของชุมชน และวิธีการ ทำขนมแปรรูป สรรพคุณของขนม และยังมีภาพอินโฟกราฟิกประกอบเนื้อหาแต่ละหัวข้อทำให้เข้าใจง่ายขึ้น โดยสอดคล้อง กับงานวิจัย(จิตาใจ จันทนามศรี, 2560) เพื่ออธิบายประเภทเนื้อหาและรูปแบบในการสื่อสารผ่านสื่ออินโฟกราฟิก และเพื่อ ศึกษาและรับรู้จดจำของผู้ใช้สื่ออินโฟกราฟิก ในส่วนของเว็บไซต์มีการออกแบบที่สามารถใช้งานได้ มีการแยกหมวดหมู่ของ เมนู สามารถเข้าใจง่ายมีผลการประเมินความพึงพอใจที่มีต่อเว็บไซต์อยู่ในระดับดีมาก โดยมีการนำเสนอที่น่าสนใจ สอดคล้อง กับผลการวิจัยของ (วิวัฒน์ สมตน. 2557)การพัฒนาเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ เว็บไซต์ออกแบบใช้งานง่าย อยู่ในระดับดีมาก

5.2 ผลด้านความพึงพอใจของผู้เข้าชมเว็บไซต์

ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยเป็นผู้ตอบแบบสอบถามออนไลน์ จำนวน 400 ชุด ซึ่งสรุปผลการประเมิน ได้ดังนี้

ตอนที่ 1 ด้านประชากรศาสตร์

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ ระดับ การศึกษา และรายได้ต่อเดือน โดยแจกแจงความถี่และร้อยละ ดังนี้ ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของแบบประเมินความพึงพอใจ เว็บไซต์ชุมชนหนองมะค่า.com ด้วยเทคนิค อินโฟกราฟิก จำนวน 400 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศ หญิง จำนวน 256 คน (คิดเป็นร้อยละ 64) มีอายุอยู่ช่วง 26-33 ปี จำนวน 164 คน (คิดเป็นร้อยละ 41) มีสถานภาพโสด จำนวน 221 คน (คิดเป็นร้อยละ 55.3) มีระดับการศึกษา ปริญญาตรี จำนวน 215 คน (คิดเป็นร้อยละ 53.8) มีอาชีพ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 118 คน (คิดเป็นร้อยละ 29.5) รายได้อยู่ที่ 10,000 – 20,000 บาท จำนวน 197 คน (คิดเป็น ร้อยละ 49.3)

ตารางที่ 2 ด้านเนื้อหาในรูปแบบการสื่อสารผ่านสื่ออินโฟกราฟิก

ประเมินด้านเนื้อหาในรูปแบบการสื่อสาร ผ่านสื่ออินโฟกราฟิก	ระดับความคิดเห็น		
	ค่าเฉลี่ย \bar{x}	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)	ระดับความพึง พอใจ
1. สื่ออินโฟกราฟิกที่นำเสนอมีความสอดคล้องกับเนื้อหา ข้อมูลของชุมชน	4.49	0.543	มากที่สุด
2. เนื้อหาความรู้ชุมชนที่ใช้สื่ออินโฟกราฟิกมีความชัดเจน และน่าสนใจ	4.51	0.552	มากที่สุด
3. ปริมาณเนื้อหาของชุมชนในสื่ออินโฟกราฟิกที่นำเสนอ บนเว็บไซต์มีความเหมาะสม	4.32	0.586	มากที่สุด
4. เนื้อหาที่นำเสนอในรูปแบบของสื่ออินโฟกราฟิกช่วยให้ ผู้เข้าชมเว็บไซต์เข้าใจได้ง่ายและรวดเร็ว	4.33	0.617	มากที่สุด
5. มีการจัดหมวดหมู่ของสื่ออินโฟกราฟิกให้ง่ายต่อการ ค้นหาและทำความเข้าใจ	4.32	0.603	มากที่สุด
6. ข้อความในสื่ออินโฟกราฟิกถูกต้องตามหลักภาษา และไวยากรณ์	4.30	0.561	มากที่สุด

ประเมินด้านเนื้อหาในรูปแบบการสื่อสาร ผ่านสื่ออินโฟกราฟิก	ระดับความคิดเห็น		
	ค่าเฉลี่ย \bar{X}	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)	ระดับความพึง พอใจ
รวม	4.38	0.383	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 ผลวิจัยพบว่าระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นในด้านเนื้อหาใน รูปแบบการสื่อสารผ่านสื่ออินโฟกราฟิก โดยภาพรวม พบว่า มีระดับความคิดเห็นในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณาเป็นราย ข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ เนื้อหาความรู้ที่ผู้ใช้สื่ออินโฟกราฟิกมีความชัดเจน และน่าสนใจ (\bar{X} = 4.51) รองลงมา เนื้อหาที่น่าสนใจในสื่ออินโฟกราฟิกที่นำเสนอมีความสอดคล้องกับเนื้อหาข้อมูลของขงนุ (\bar{X} = 4.49) และเนื้อหาที่น่าสนใจใน รูปแบบของสื่ออินโฟกราฟิกช่วยให้ผู้เข้าชมเว็บไซต์เข้าใจได้ง่าย และรวดเร็ว (\bar{X} = 4.33) โดยมีความสอดคล้องกับงานวิจัย (พัชรา วาณิชวสิน, 2558) ที่ได้วิจัยเกี่ยวกับ ศักยภาพของอินโฟกราฟิก (Infographic) ในการเพิ่มคุณภาพการเรียนรู้ พบว่า การใช้อินโฟกราฟิกเป็นเครื่องมือสื่อสาร ทำให้ความเข้าใจในเนื้อหาของสื่ออินโฟกราฟิกมากยิ่งขึ้น และเนื้อหามีความชัดเจน และน่าสนใจ

ตารางที่ 3 ด้านการออกแบบภาพประกอบผ่านสื่ออินโฟกราฟิก

ประเมินด้านการออกแบบภาพประกอบ ผ่านสื่ออินโฟกราฟิก	ระดับความคิดเห็น		
	ค่าเฉลี่ย \bar{X}	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)	ระดับความพึง พอใจ
1. การออกแบบสื่ออินโฟกราฟิกมีความสอดคล้องกับ เนื้อหาของขงนุที่จะสื่อบนเว็บไซต์	4.42	0.565	มากที่สุด
2. สีของตัวอักษรที่ใช้ในการออกแบบสื่ออินโฟกราฟิกมี ความเหมาะสมในการนำเสนอเว็บไซต์	4.32	0.588	มากที่สุด
3. รูปแบบการนำเสนอเว็บไซต์ด้วยสื่ออินโฟกราฟิกมีความ น่าสนใจ	4.33	0.590	มากที่สุด
4. สีของภาพที่ใช้ประกอบกับสื่ออินโฟกราฟิกที่นำเสนอมี ความเหมาะสม	4.44	0.576	มากที่สุด
5. ภาพที่ใช้ประกอบกับสื่ออินโฟกราฟิกมีความน่าสนใจ และดึงดูดความสนใจ	4.43	0.579	มากที่สุด
6. ภาพที่ใช้ประกอบด้วยสื่ออินโฟกราฟิกมีความสอดคล้อง กับขงนุที่จะนำเสนอ	4.35	0.590	มากที่สุด
7. ความพึงพอใจโดยรวมของด้านเนื้อหาในรูปแบบการ สื่อสารผ่านสื่ออินโฟกราฟิก	4.36	0.564	มากที่สุด
รวม	4.39	0.399	มากที่สุด

จากตารางที่ 3 ผลวิจัยพบว่าระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นในด้านการออกแบบ ภาพประกอบผ่านสื่ออินโฟกราฟิก โดยภาพรวม พบว่า มีระดับความคิดเห็นในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ สีของภาพที่ใช้ประกอบกับสื่ออินโฟกราฟิกที่นำเสนอมีความเหมาะสม (\bar{X} = 4.44) รองลงมา

ภาพที่ใช้ประกอบกับสื่ออินโฟกราฟิกมีความน่าสนใจ และดึงดูดความสนใจ (\bar{X} = 4.43) และการออกแบบสื่ออินโฟกราฟิกมีความสอดคล้องกับเนื้อหาของข้อมูลที่นำเสนอบนเว็บไซต์ (\bar{X} = 4.42) (ปิยพงษ์ ราศี, 2559) ที่ได้วิจัยเกี่ยวกับ การพัฒนาสื่ออินโฟกราฟิก วิชาเครือข่ายคอมพิวเตอร์เบื้องต้นสำหรับนักศึกษาประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นปี ที่ 3 พบว่า สื่อของภาพที่ใช้ประกอบกับสื่ออินโฟกราฟิกที่น่าสนใจมีความเหมาะสม และภาพที่ใช้ประกอบกับสื่ออินโฟกราฟิกมีความน่าสนใจ และดึงดูดความสนใจกับเนื้อหาที่จะนำเสนอบนเว็บไซต์

ตารางที่ 4 ด้านการใช้งานเว็บไซต์

ประเมินด้านการใช้งานเว็บไซต์	ระดับความคิดเห็น		
	ค่าเฉลี่ย \bar{X}	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)	ค่าเฉลี่ย \bar{X}
1. เว็บไซต์มีการจัดรูปแบบที่ให้ความรู้เกี่ยวกับข้อมูลที่ เป็นประโยชน์ และน่าเชื่อถือ	.443	.0562	มากที่สุด
2. เว็บไซต์ใช้สีสันทันในการออกแบบเว็บไซต์ที่เหมาะสมกับเนื้อหา	4.45	0.586	มากที่สุด
3. เว็บไซต์มีการนำเสนอที่น่าสนใจเมื่อเทียบกับเว็บไซต์ทั่วไป	4.2	0.617	มาก
4. เว็บไซต์ใช้ตัวอักษรที่เหมาะสม และง่ายต่อการอ่าน	4.39	0.603	มากที่สุด
5. เว็บไซต์มีการออกแบบเมนูต่างๆที่ง่ายต่อการใช้งาน	4.29	0.606	มากที่สุด
6. เว็บไซต์มีประโยชน์ต่อผู้ใช้งานสำหรับผู้บริโภคที่ต้องการรักษาสุขภาพ	4.43	0.571	มากที่สุด
7. เว็บไซต์มีช่องทางในการติดต่อ สอบถามเกี่ยวกับชุมชน	4.21	0.591	มากที่สุด
8. มีการจัดหมวดหมู่ของข้อมูลเพื่อสะดวกแก่การค้นหา	4.31	0.630	มากที่สุด
9. เว็บไซต์มีข้อมูลเกี่ยวกับรายละเอียดของข้อมูลที่ตรงความต้องการแก่ผู้อ่าน	4.34	0.591	มากที่สุด
10. ความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อเว็บไซต์	4.32	0.566	มากที่สุด
รวม	4.34	0.378	มากที่สุด

จากตารางที่ 4 ผลวิจัยพบว่าระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นในด้านการใช้งานเว็บไซต์ โดยภาพรวม พบว่า มีระดับความคิดเห็นในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด เว็บไซต์ใช้สีสันทันในการออกแบบเว็บไซต์ที่เหมาะสมกับเนื้อหา (\bar{X} = 4.45) รองลงมา เว็บไซต์มีการจัดรูปแบบที่ให้ความรู้เกี่ยวกับข้อมูลที่ เป็นประโยชน์ และน่าเชื่อถือ, เว็บไซต์มีประโยชน์ต่อผู้ใช้งานสำหรับผู้บริโภคที่ต้องการรักษาสุขภาพ (\bar{X} = 4.43) และเว็บไซต์ใช้ตัวอักษรที่เหมาะสม และง่ายต่อการอ่าน (\bar{X} = 4.39) โดยมีความสอดคล้องกับงานวิจัย (ประเวช ทองใบ, 2558) ได้วิจัยเกี่ยวกับ เว็บไซต์โรงเรียนสาธิตนวัตกรรมมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี พบว่า มีการออกแบบเว็บไซต์ที่เหมาะสมกับเนื้อหา อ่านง่ายและมีสีสันทันสวยงาม

ผลการประเมินความพึงพอใจเว็บไซต์ส่งเสริมการขายสินค้าของวิสาหกิจชุมชนบ้านหนองมะค่าจากตารางที่ 5 พบว่าระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นในภาพรวมทั้ง 3 ด้าน พบว่า มีระดับความคิดเห็นในระดับมากที่สุด (\bar{X} = 4.38)

6.สรุปผล

งานวิจัยนี้มีจุดประสงค์เพื่อพัฒนาเว็บไซต์ ชนุนทอทหนองมะค่า .com เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้งาน อินเทอร์เน็ตที่มีต่อเว็บไซต์วิสาหกิจชุมชนบ้านหนองมะค่า สามารถนำมาสรุปผลได้ดังนี้

ผลที่ได้จากการวิจัย คือ เว็บไซต์ส่งเสริมการขายสินค้าของวิสาหกิจชุมชนบ้านหนองมะค่า สามารถใช้งานได้จริงและให้ ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าแปรรูปแก่ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ต เช่น วิธีการทำขนุนทอด สรรพคุณของขนุน ประโยชน์ของขนุน มีเนื้อหา และ สื่ออินโฟกราฟิกที่สามารถเข้าใจได้ง่าย น่าสนใจและช่วยกระตุ้นดึงดูดให้ผู้ใช้งานเว็บไซต์สนใจในการเข้าชมเว็บไซต์ได้มากยิ่งขึ้น

ผลการวัดความพึงพอใจของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตที่มีต่อเว็บไซต์วิสาหกิจชุมชนบ้านหนองมะค่า มีความพึงพอใจระดับมากที่สุด ด้วยการแบ่งเป็น 3 ด้าน คือ ด้านเนื้อหา ด้านการออกแบบ และด้านความพึงพอใจของผู้เข้าชมที่มีต่อเว็บไซต์ เก็บผลจาก แบบสอบถามออนไลน์ สรุปได้ว่าด้านการออกแบบ มีความพึงพอใจจากการใช้งานเว็บไซต์มากที่สุดเนื่องจากรูปแบบของการ ออกแบบเว็บไซต์ประเภทนี้ภาพกราฟิกมีความสำคัญมากที่จะทำให้เว็บไซต์มีความน่าสนใจ ความคมชัด อ่านง่าย และความ สวยงามของภาพสามารถดึงดูดผู้เข้าชมได้เว็บไซต์ได้มากยิ่งขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้สินค้าของชุมชนบ้านหนองมะค่าเป็นที่รู้จักมากขึ้น

7. บรรณานุกรม

- ฉันทวัฒน์ ใจอุดม. (2557). การพัฒนาเครื่องมือส่งเสริมการขายสินค้าแฟชั่น โดยใช้ซอฟต์แวร์อิมัลชัน. สาขาวิชาวิทยาการ คอมพิวเตอร์ คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- จิตาใจ จันทนามศรี. (ธันวาคม 2560). เนื้อหาและรูปแบบในการสื่อสารผ่านสื่ออินโฟกราฟิก เพื่อสร้างการรับรู้และจดจำ บนเฟซบุ๊กแฟนเพจของ อินโฟกราฟิก ไทยแลนด์ . ปรินญาตริณีเทคศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ เชิงกลยุทธ์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ประเวช ทองใบ. (2558). เว็บไซต์โรงเรียนสาธิตนวัตกรรมมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. คณะครุศาสตร์ อดุสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ปิยพงษ์ ราศี. (2559). การพัฒนาสื่ออินโฟกราฟิก วิชาเครือข่ายคอมพิวเตอร์เบื้องต้นสำหรับนักศึกษาประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นปีที่ 3. ปรินญาตริณีเทคศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยี และสื่อสารการศึกษา คณะครุศาสตร์อดุสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- พัชรา วาณิชวสิน. (2558). ศักยภาพของอินโฟกราฟิก (Infographic) ในการเพิ่มคุณภาพการเรียนรู้. วารสารปัญญาทัศน์. สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ปีที่ 7 ฉบับพิเศษ ประจำเดือนสิงหาคม 2558 หน้า 227-240
- เมธาวี เนตรวิริยะกุล,วัลลภา วงศ์ศักดิ์รินทร์. (2561). ความพึงพอใจของบุคลากรและนักเรียนที่มีต่อการให้บริการของ สำนักงานโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยศิลปากร. สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ ปีที่ 11 ฉบับที่ 3 กันยายน - ธันวาคม 2561 หน้า 1695-1703
- ยุทธพงศ์ ญาณโยธิน และชัชวาล อินทุสมิต. (2559). การออกแบบอินเทอร์เน็ตเพสเว็บไซต์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการ ออกแบบ. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์.
- วัชรศักดิ์ สุดกล้า. (2560). การพัฒนาเครื่องมือวัดและส่งเสริมบรรยากาศโรงเรียน เพื่อสุขภาวะและความยึดมั่นผูกพันกับ งานของครู: การวิจัยประสบการณ์ผู้ใช้. คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิวัฒน์ สมตน. (2557). การพัฒนาเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ พิพิธภัณฑ์ภูมิปัญญาไทย. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. สาขาวิชาเทคโนโลยีการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ