

SAC-01-013

การออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ร้านปิตภัทรการพิมพ์

Design and Development of a Public Relations Website for Pitipat Printing Shop

วรุตม์ กุลทล^{1*}, ภัทลดา สพานทอง² และ อุทุมพร ศรีโยม³

Warut Kunthon^{1*}, Patlada Sapantong² and Utumporn Sriyom³

สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจดิจิทัล คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา^{1,2,3}

Digital Business Computer Program, Faculty of Management Sciences, Nakhon Si Thammarat Rajabhat University^{1,2,3}

e-mail: 6611323013@nstru.ac.th¹, 6611323032@nstru.ac.th², utumporn_sri@nstru.ac.th³

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อออกแบบ พัฒนา และประเมินประสิทธิภาพรวมถึงความพึงพอใจของผู้ใช้งานต่อเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ร้านปิตภัทรการพิมพ์ กลุ่มตัวอย่างแบ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านระบบสารสนเทศ จำนวน 3 ท่าน ซึ่งเลือกแบบเจาะจง และผู้ใช้งานทั่วไป จำนวน 400 คน ซึ่งเลือกแบบตามสะดวก เครื่องมือที่ใช้ ได้แก่ เว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ที่พัฒนาขึ้นด้วยโปรแกรม WordPress ร่วมกับปลั๊กอิน WooCommerce แบบประเมินประสิทธิภาพสำหรับผู้เชี่ยวชาญ และแบบสอบถามความพึงพอใจสำหรับผู้ใช้งานทั่วไป สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ผลการวิจัยพบว่า (1) ผลการพัฒนาเว็บไซต์พบว่าระบบรองรับการแสดงผลแบบตอบสนองในทุกอุปกรณ์ มีฟังก์ชันหลักประกอบด้วยระบบแคตตาล็อกสินค้า ระบบประมาณราคาเบื้องต้นที่เชื่อมโยงการส่งผลิตผ่านแอปพลิเคชัน Line และระบบแผนที่นำทางด้วย Google Maps API (2) ผลการประเมินประสิทธิภาพจากผู้เชี่ยวชาญในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.55, S.D. = 0.47) โดยด้านความง่ายต่อการใช้งานมีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X}$ = 4.61, S.D. = 0.49) และ (3) ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานทั่วไปในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.81, S.D. = 0.38) โดยด้านประโยชน์ในการประชาสัมพันธ์มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X}$ = 4.83, S.D. = 0.35) รองลงมาคือ ด้านการทำงานของฟังก์ชัน ด้านการออกแบบ และด้านเนื้อหา ตามลำดับ สรุปได้ว่าเว็บไซต์ที่พัฒนาขึ้นมีประสิทธิภาพสูงและตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งานได้เป็นอย่างดี

คำสำคัญ: เว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ ระบบร้านค้าออนไลน์ เวิร์ดเพรส วูคอมเมิร์ซ ปิตภัทรการพิมพ์

Abstract

The objectives of this research were to design, develop, and evaluate the efficiency and user satisfaction of the public relations website for Pitiphat Printing Shop. The sample group was divided into 3 information system experts, selected by purposive sampling, and 400 general users, selected by convenience sampling. The research instruments included the public relations website developed using WordPress with the WooCommerce plugin, an efficiency evaluation form for experts, and a satisfaction questionnaire for general users. The statistics used for data analysis were frequency, percentage, mean ($\bar{X}$), and standard deviation (S.D.).

The research findings revealed that: (1) The developed website supported responsive display on all devices. Its main functions included a product catalog system, a preliminary price estimation system linked to production ordering via the LINE application, and a navigation map system using the Google Maps API. (2) The overall efficiency evaluation by experts was at the highest level ($\bar{X}$ = 4.55, S.D. = 0.47), with the ease of use aspect receiving the highest average score ($\bar{X}$ = 4.61, S.D. = 0.49). (3) The overall satisfaction of general users was at the highest level ($\bar{X}$ = 4.81, S.D. = 0.38). The aspect of public relations benefits had the highest average ($\bar{X}$ = 4.83, S.D. = 0.35), followed by functional performance, design, and content, respectively. In conclusion, the developed website was highly efficient and responded well to user needs.

Keywords: Public relations website, Online Store System, WordPress, WooCommerce, Pitipat Printing

บทนำ

ในปัจจุบัน เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญและเป็นเครื่องมือหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและการดำเนินธุรกิจในทุกภาคส่วน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเปลี่ยนผ่านสู่ยุคดิจิทัล ที่ส่งผลให้พฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว (ปาริชาติ ปัญญาประชุม, 2565) การสื่อสารการตลาดและการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์จึงกลายเป็นปัจจัยวิกฤตที่ช่วยให้ธุรกิจสามารถอยู่รอดและแข่งขันได้ การใช้เว็บไซต์ในฐานะสื่อประชาสัมพันธ์หลักขององค์กร ถือเป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพสูงเนื่องจากมีคุณสมบัติในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร สินค้า และบริการได้อย่างไร้ขีดจำกัดด้านเวลาและสถานที่ สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างกว้างขวางด้วยต้นทุนที่ต่ำเมื่อเทียบกับสื่อสิ่งพิมพ์แบบดั้งเดิม (ธารีย์ธิดา สิริพิริทิต และปณต กุลฉันทวิทย์, 2566) นอกจากนี้ เว็บไซต์ยังทำหน้าที่เป็นหน้าต่างและเอกลักษณ์ดิจิทัลที่ช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและเพิ่มระดับความน่าเชื่อถือให้แก่ธุรกิจในสายตาของผู้บริโภคยุคใหม่

ร้านปติภัทรการพิมพ์เป็นธุรกิจที่ให้บริการด้านงานพิมพ์และผลิตสื่อสิ่งพิมพ์หลากหลายประเภท ซึ่งกำลังเผชิญกับการแข่งขันที่สูงในยุคปัจจุบัน จากการศึกษาสภาพการดำเนินงานและช่องทางการสื่อสารเดิมของร้านพบว่า ระบบการประชาสัมพันธ์ข้อมูลสินค้าและบริการยังคงพึ่งพาช่องทางสื่อสิ่งพิมพ์ออนไลน์ และการติดต่อประสานงานโดยตรงเป็นหลัก แม้ว่าช่องทางดังกล่าวจะสามารถเข้าถึงผู้ใช้งานได้ง่าย แต่มีข้อจำกัดสำคัญในด้านการจัดระเบียบข้อมูล ส่งผลให้ข้อมูลเกี่ยวกับประเภทบริการ ตัวอย่างผลงาน อัตราค่าบริการ และขั้นตอนการสั่งซื้อ มีลักษณะกระจัดกระจาย ไม่เป็นหมวดหมู่ ข้อจำกัดนี้ทำให้ผู้ใช้บริการหรือผู้ที่สนใจไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลที่ต้องการได้อย่างครบถ้วนและเป็นระบบในจุดเดียว อีกทั้งยังขาดช่องทางหลักที่สะท้อนถึงความเป็นมืออาชีพและความน่าเชื่อถือของร้านอย่างเป็นทางการ ซึ่งส่งผลกระทบต่อโอกาสในการขยายฐานลูกค้าและการเติบโตทางธุรกิจ

จากปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีแนวคิดในการออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์สำหรับร้านปติภัทรการพิมพ์ เพื่อใช้เป็นศูนย์กลางในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร สินค้า บริการ และผลงานของร้านให้สามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวกและมีประสิทธิภาพ โดยในการดำเนินงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้บูรณาการแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องใน 3 ส่วนหลัก ส่วนแรกคือ วงจรการพัฒนาแบบ (System Development Life Cycle: SDLC) ซึ่งนำมาใช้เป็นกรอบแนวทางในการวิเคราะห์ ออกแบบ พัฒนา และทดสอบระบบอย่างเป็นขั้นตอนและมีมาตรฐานทางวิศวกรรมซอฟต์แวร์ (ภานุพงศ์ แสงใสแก้ว และคณะ, 2566) ส่วนที่สองคือ แนวคิดด้านประสบการณ์ผู้ใช้ (User Experience: UX) เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการจัดสถาปัตยกรรมข้อมูลและการออกแบบส่วนต่อประสานกับผู้ใช้ (UI) ให้มีความสวยงาม ง่ายต่อการทำความเข้าใจ และตอบสนองต่อพฤติกรรมของผู้ใช้งานเป็นศูนย์กลาง (ชนากานต์ วงษ์พุ่ม และคณะ, 2564) และส่วนสุดท้ายคือ แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) เพื่อใช้เป็นกรอบในการประเมินการรับรู้ถึงประโยชน์และความง่ายในการใช้งาน ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและการยอมรับระบบของผู้ใช้บริการ (นริศรา พลสิงห์ และกิตติพงษ์ สุวรรณราช, 2566)

ดังนั้น การวิจัยนี้จึงมุ่งเน้นการออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ร้านปติภัทรการพิมพ์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพและเป็นระบบ พร้อมทั้งศึกษาและประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานที่มีต่อเว็บไซต์ที่พัฒนาขึ้น ซึ่งผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้ ไม่เพียงแต่จะช่วยเหลือแก้ปัญหาการกระจายตัวของข้อมูล เพิ่มช่องทางการตลาด และสร้างภาพลักษณ์ที่ทันสมัยให้แก่ร้านปติภัทรการพิมพ์เท่านั้น แต่ยังสามารถนำผลการศึกษาและกระบวนการพัฒนาที่เกิดขึ้นไปใช้เป็นแนวทางหรือกรณีศึกษาในการพัฒนาระบบประชาสัมพันธ์ดิจิทัลสำหรับธุรกิจขนาดย่อมอื่น ๆ ที่มีลักษณะใกล้เคียงกันในอนาคตต่อไป

วัตถุประสงค์

- 1) เพื่อออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ร้านปติภัทรการพิมพ์
- 2) เพื่อประเมินประสิทธิภาพของเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ร้านปติภัทรการพิมพ์
- 3) เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานที่มีต่อเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ร้านปติภัทรการพิมพ์

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง “การออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ร้านปติภัทรการพิมพ์” เป็นการวิจัยและพัฒนาโดยผู้วิจัยได้ประยุกต์ใช้วงจรการพัฒนาแบบ (System Development Life Cycle: SDLC) ร่วมกับระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อดำเนินการออกแบบ พัฒนา และประเมินผลระบบให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยมีลำดับขั้นตอนการดำเนินงานดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มหลัก ได้แก่

1.1 กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านระบบสารสนเทศ คือ ผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์ในด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ การพัฒนาซอฟต์แวร์ หรือพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 3 ท่าน เพื่อทำหน้าที่ประเมินประสิทธิภาพของเว็บไซต์ที่พัฒนาขึ้น

1.2 กลุ่มผู้ใช้งานทั่วไป ซึ่งประชากรคือ ผู้ใช้บริการ ลูกค้า หรือผู้ที่สนใจเข้าใช้งานเพื่อสืบค้นข้อมูลผ่านเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ร้านปศุภัณฑ์การพิมพ์ และกำหนดกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ใช้งานเว็บไซต์ จำนวน 400 คน โดยผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย (Research Instruments)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

2.1 เครื่องมือที่ใช้ในการทดลอง คือ เว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ร้านปศุภัณฑ์การพิมพ์ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นผ่านระบบจัดการเนื้อหา WordPress ร่วมกับปลั๊กอิน WooCommerce และ Google Maps API

2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วย แบบประเมินประสิทธิภาพเว็บไซต์สำหรับผู้เชี่ยวชาญ มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ครอบคลุมการประเมินใน 5 ด้าน ได้แก่ ด้านการออกแบบเว็บไซต์ ด้านการทำงานของระบบ ด้านคุณภาพของข้อมูล ด้านความสะดวกในการใช้งาน และด้านประโยชน์ในการประชาสัมพันธ์ และแบบสอบถามความพึงพอใจสำหรับผู้ใช้งานทั่วไป มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Likert Scale) (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2564) ครอบคลุมการประเมินใน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านเนื้อหา ด้านการออกแบบ ด้านการทำงานของฟังก์ชัน และด้านประโยชน์ในการประชาสัมพันธ์

3. ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัยและพัฒนาระบบ

ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยและพัฒนาเว็บไซต์โดยใช้วงจรการพัฒนาระบบ (SDLC) เป็นกรอบในการดำเนินงาน แบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอน (ภานุพงศ์ แสงใสแก้ว และคณะ, 2566) ดังนี้

3.1 การวิเคราะห์ความต้องการของระบบ ผู้วิจัยดำเนินการรวบรวมข้อมูลโครงสร้างธุรกิจ สินค้า บริการ และช่องทางการประชาสัมพันธ์เดิมของร้านปศุภัณฑ์การพิมพ์ เพื่อนำมาวิเคราะห์ปัญหา พบว่าข้อมูลมีความกระจัดกระจายและเข้าถึงยาก ผู้วิจัยจึงนำผลการวิเคราะห์นั้นมาวิเคราะห์ความต้องการเชิงฟังก์ชัน เพื่อกำหนดขอบเขตและฟังก์ชันการใช้งานของเว็บไซต์ให้ตอบโจทย์ผู้ประกอบการและผู้ใช้งานสูงสุด

3.2 การออกแบบระบบ ผู้วิจัยดำเนินการออกแบบสถาปัตยกรรมข้อมูล โครงสร้างเว็บไซต์ และส่วนต่อประสานกับผู้ใช้ (UI/UX) โดยกำหนดให้เว็บไซต์ประกอบด้วย 6 ส่วนหลัก คือ หน้าแรก หน้าแนะนำร้าน หน้าสินค้าและบริการ หน้าผลงาน หน้าติดต่อสอบถาม และระบบแสดงตำแหน่งร้านด้วย Google Maps API

3.3 การพัฒนาระบบ ผู้วิจัยดำเนินการเขียนและสร้างเว็บไซต์จริงตามที่ออกแบบไว้ โดยเลือกใช้ระบบจัดการเนื้อหา WordPress และปลั๊กอิน WooCommerce ปรับแต่งโครงสร้างระบบให้เหมาะกับธุรกิจงานพิมพ์ และพัฒนาโครงสร้างเว็บแบบยืดหยุ่นเพื่อรองรับการใช้งานผ่านคอมพิวเตอร์ แท็บเล็ต และสมาร์ตโฟน

3.4 การทดสอบระบบ ผู้วิจัยดำเนินการทดสอบ เพื่อตรวจสอบความถูกต้องในด้านการแสดงผล ความถูกต้องของเนื้อหา การเชื่อมโยงลิงก์ต่าง ๆ และการทำงานของระบบฟังก์ชันร้านค้า พร้อมทำการแก้ไขข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้นทั้งหมด เพื่อเตรียมความพร้อมของระบบก่อนนำไปให้กลุ่มตัวอย่างประเมิน

3.5 การประเมินผลระบบผู้วิจัยนำเว็บไซต์ที่ผ่านการทดสอบแล้ว ไปทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจริงกับกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้โดยแบ่งเป็น 2 ส่วน คือประเมินประสิทธิภาพระบบโดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน และผู้ใช้งานทั่วไป 400 คน ทดลองใช้งานเว็บไซต์และทำแบบสอบถามความพึงพอใจออนไลน์

4. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยดำเนินการรวบรวมข้อมูลคะแนนที่ได้จากแบบประเมินประสิทธิภาพและแบบสอบถามความพึงพอใจมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูล จากนั้นนำไปประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

เกณฑ์การแปลผลข้อมูล

ผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์มาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ โดยมีช่วงห่างของอันตรภาคชั้นเท่ากับ 0.80 สำหรับใช้แปลความหมายของค่าเฉลี่ย ทั้งในส่วนของการประสิทธิภาพและความพึงพอใจ (บุญชม ศรีสะอาด, 2565) ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง อยู่ในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง อยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง อยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง อยู่ในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง อยู่ในระดับน้อยที่สุด

ผลการวิจัย

ในการดำเนินการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่กำหนด ผู้วิจัยได้ดำเนินการออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ร้านปิติภัทรการพิมพ์ เพื่อเป็นช่องทางในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ผลิตภัณฑ์ และบริการของร้านให้แก่ผู้ใช้งานอย่างมีประสิทธิภาพ โดยผลการวิจัยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ 1) ผลการพัฒนาเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ร้านปิติภัทรการพิมพ์ 2) ผลการประเมินประสิทธิภาพจากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน และ 3) ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานเว็บไซต์ จำนวน 400 คน ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ผลการพัฒนาเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ร้านปิติภัทรการพิมพ์

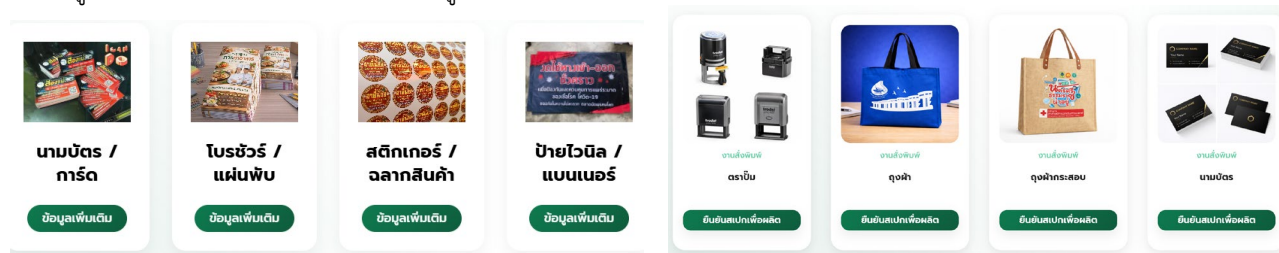
ในการออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ร้านปิติภัทรการพิมพ์มุ่งเน้นการออกแบบระบบให้ตอบสนองต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคยุคดิจิทัล ควบคู่กับการรองรับการแสดงผลแบบตอบสนอง ซึ่งสามารถจัดสรรการแสดงผลให้เหมาะสมและสวยงามในทุกอุปกรณ์ ไม่ว่าจะเป็นคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ แท็บเล็ต หรือสมาร์ทโฟน ผลการดำเนินงานพัฒนาฟังก์ชันและโครงสร้างของเว็บไซต์ สามารถจำแนกออกเป็นหัวข้อหลักตามสถาปัตยกรรมข้อมูล ของระบบได้ดังนี้

1.1 ระบบหน้าแรกและการนำทาง หน้าแรกของเว็บไซต์ออกแบบให้เป็นศูนย์รวมข้อมูลและภาพลักษณ์ของร้านปิติภัทรการพิมพ์ เพื่อสร้างความประทับใจแรกแก่ผู้เข้าชม โดยใช้โทนสีและรูปแบบตัวอักษรที่สะท้อนถึงความเป็นมืออาชีพ ทันสมัย และสอดคล้องกับธุรกิจสิ่งพิมพ์ แถบเมนูหลัก พัฒนาขึ้นในรูปแบบที่เข้าถึงง่าย ไม่ซับซ้อน ช่วยให้ผู้ใช้งานสามารถสลับหน้าหรือเข้าถึงข้อมูลผลิตภัณฑ์และบริการที่ต้องการได้อย่างสะดวกรวดเร็วในทุก ๆ หน้าของเว็บไซต์ ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 ระบบหน้าแรกและการนำทาง

1.2 ระบบจัดการและเผยแพร่ข้อมูลผลิตภัณฑ์และบริการ แคตตาล็อกสินค้าและงานพิมพ์ออนไลน์ จัดแบ่งหมวดหมู่งานพิมพ์ของร้านปิติภัทรการพิมพ์อย่างเป็นระบบ เช่น นามบัตร แผ่นพับ ใบปลิว ตรายาง สติ๊กเกอร์ฉลากสินค้า ป้ายไวนิล และสื่อสิ่งพิมพ์ทุกชนิด รายละเอียดการให้บริการ นำเสนอข้อมูลที่ครบถ้วนและครอบคลุม ทั้งคุณลักษณะของวัสดุ ขนาด มาตรฐานการพิมพ์ ดังภาพที่ 2 รวมถึงรูปภาพตัวอย่างชิ้นงานจริง เพื่อช่วยให้ผู้ใช้บริการมองเห็นภาพสินค้าได้อย่างชัดเจนก่อนการตัดสินใจ ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 2 หน้าหมวดหมู่บริการ



ภาพที่ 3 ตัวอย่างสินค้า

1.3 ระบบแสดงข้อมูลอัตราค่าบริการและประมาณราคา การแสดงข้อมูลราคาและขนาดชิ้นงาน ส่วนแสดงผลข้อมูลอัตราค่าบริการ เงื่อนไขการสั่งผลิต และตารางราคาเบื้องต้นไว้อย่างชัดเจน โปร่งใส และเป็นปัจจุบัน โดยมีการแสดงรายละเอียดขนาดมาตรฐานของสินค้าประเภทต่าง ๆ ควบคู่ไปกับภาพตัวอย่างชิ้นงานจริง เพื่อให้ลูกค้าใช้เป็นข้อมูลประกอบการพิจารณาและสามารถประเมินงบประมาณของตนเองได้ทันที ซึ่งช่วยลดขั้นตอนและระยะเวลาในการสอบถามข้อมูลพื้นฐานได้ และระบบเชื่อมโยงเพื่อส่งงานและสั่งผลิต เมื่อลูกค้าพิจารณาเลือกรูปแบบงานพิมพ์ที่ต้องการได้แล้ว หรือในกรณีที่มิได้แบบสิ่งพิมพ์อยู่แล้วและต้องการส่งรายละเอียดเพิ่มเติม ระบบได้จัดทำช่องทางอำนวยความสะดวกโดยเชื่อมต่อเข้ากับแอปพลิเคชัน Line ของทางร้านโดยตรงผ่านการสแกน QR Code บนหน้าเว็บไซต์ ช่วยให้ลูกค้าสามารถกดคลิกหรือสแกนเพื่อติดต่อเจ้าหน้าที่ ส่งไฟล์งาน และเริ่มต้นขั้นตอนการสั่งผลิตได้อย่างสะดวกรวดเร็วทันที แสดงดังภาพที่ 4

ป้ายไวนิล, สินค้าพร้อมขาย

ป้ายไวนิล

฿150.00 – ฿1,050.00

หมายเหตุ

รูปสินค้าที่โชว์อยู่สามารถสั่งได้ถ้าต้องการ
ออกแบบให้ไม่ผิดต่อไลน์

รายละเอียดอย่างอื่นคุณผ่านไลน์

- ราคาขึ้นอยู่กับขนาด และรูปแบบการติดตั้ง
- รูปสินค้าบางรายการเป็นตัวอย่างงาน อาจต้องออกแบบใหม่ให้เหมาะสมกับขนาดที่สั่ง
- กรุณาส่งไฟล์ความละเอียดสูง (300 dpi) เพื่อคุณภาพงานพิมพ์ที่ดีที่สุด
- ใช้เวลาผลิตประมาณ 2-5 วันทำการ หลังยืนยันแบบ
- สินค้าพิมพ์อาจแตกต่างจากหน้าจอเล็กน้อย

สินค้า	ราคา	จำนวน	ยอดรวม
ป้ายไวนิล - 100x200, 1แผ่น		1	฿750.00

ยอดรวม

ยอดรวม	฿750.00
Shipment	จัดส่งฟรี จัดส่งไปที่ กรุงเทพมหานคร
รวม	฿750.00

ดำเนินการสั่งซื้อ

สนใจสั่งงานหรือต้องการสอบถามเพิ่มเติมหรือ
มีไฟล์ออกแบบไว้แล้วสามารถส่งรายละเอียดเพิ่ม
ได้
สามารถติดต่อผ่าน Line ได้เลย

ขนาด
100x200

รูปแบบป้าย

ใส่ข้อความตาม

ส่งค่า

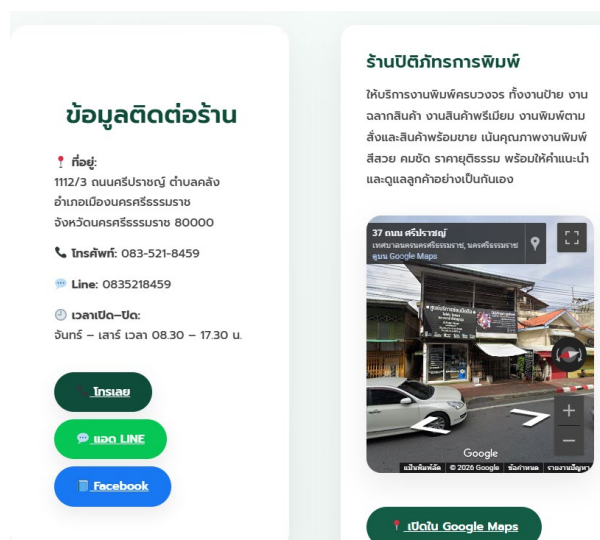
฿750.00

ยืนยันแบบเพื่อผลิต

รหัสสินค้า: 0001
หมวดหมู่: ป้ายไวนิล, สินค้าพร้อมขาย

ภาพที่ 4 ข้อมูลราคาและเงื่อนไขการสั่งผลิต

1.4 ระบบเชื่อมโยงช่องทางการติดต่อและแผนที่ ช่องทางติดต่อสื่อสารออนไลน์ บุคลากรปุ่มลิงก์เชื่อมโยงไปยังช่องทางโซเชียลมีเดียหลักของร้าน (เช่น Facebook, Line, หรือเบอร์โทรศัพท์) เพื่อรองรับการคลิกเพื่อติดต่อได้ในทันที พร้อมทั้งมีระบบแผนที่นำทาง มีการฝังแผนที่พิกัดที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ของร้านปิดภัทรการพิมพ์ลงบนหน้าเว็บไซต์ ช่วยอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าที่ต้องการเดินทางมารับชิ้นงานด้วยตนเองได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว



ภาพที่ 5 ช่องทางการติดต่อสอบถาม

เว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ร้านปิติภัทรการพิมพ์สามารถทำหน้าที่เป็นเครื่องมือและช่องทางหลักในการประชาสัมพันธ์ดิจิทัลให้กับร้านปิติภัทรการพิมพ์ได้ มีความเสถียรในด้านความเร็วการเข้าถึงข้อมูล รองรับการทำงานข้ามแพลตฟอร์ม และตอบโต้ภัยคุกคามผู้บริโภคที่ต้องการความสะดวก รวดเร็ว และน่าเชื่อถือ

1. ผลการประเมินประสิทธิภาพเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ร้านปิติภัทรการพิมพ์จากผู้เชี่ยวชาญ

ผลการประเมินประสิทธิภาพของเว็บไซต์จากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน เกณฑ์การแปลผลคะแนนเฉลี่ย ดังนี้

- 4.50 – 5.00 หมายถึง มีประสิทธิภาพในระดับมากที่สุด
- 3.50 – 4.49 หมายถึง มีประสิทธิภาพในระดับมาก
- 2.50 – 3.49 หมายถึง มีประสิทธิภาพในระดับปานกลาง
- 1.50 – 2.49 หมายถึง มีประสิทธิภาพในระดับน้อย
- 1.00 – 1.49 หมายถึง มีประสิทธิภาพในระดับน้อยที่สุด

ตารางที่ 1

ผลการวิเคราะห์คะแนนการประเมินประสิทธิภาพของเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ร้านปิติภัทรการพิมพ์

ด้านการประเมิน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับประสิทธิภาพ
1. ด้านตรงตามความต้องการ	4.53	0.51	มากที่สุด
2. ด้านความง่ายต่อการใช้งาน	4.61	0.49	มากที่สุด
3. ด้านประสิทธิภาพ	4.47	0.46	มาก
4. ด้านความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์	4.60	0.44	มากที่สุด
เฉลี่ยรวมทุกด้าน	4.55	0.47	มากที่สุด

จากผลการวิเคราะห์คะแนนการประเมินประสิทธิภาพของเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ร้านปิติภัทรการพิมพ์ โดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน พบว่าในภาพรวมเว็บไซต์มีประสิทธิภาพอยู่ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.55$, S.D. = 0.47) เมื่อพิจารณาแยกเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความง่ายต่อการใช้งาน มีคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุด ($\bar{X} = 4.61$, S.D. = 0.49) รองลงมาคือ ด้านความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์ ($\bar{X} = 4.60$, S.D. = 0.44) และด้านตรงตามความต้องการ ($\bar{X} = 4.53$, S.D. = 0.51) ส่วนด้านที่มีคะแนนเฉลี่ยต่ำที่สุดแต่ยังคงอยู่ในระดับมาก คือ ด้านประสิทธิภาพ ($\bar{X} = 4.47$, S.D. = 0.46) ซึ่งคณะผู้วิจัยสามารถนำผลคะแนนในส่วนการโหลดหน้าเว็บและความต่อเนื่องของระบบ ไปปรับปรุงและพัฒนาได้ครอบคลุมถึงการปิดอัตราภาพหน้าเว็บไซต์ให้ทำงานได้รวดเร็วยิ่งขึ้นต่อไป

1. ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ร้านปติภัทรการพิมพ์

การวิจัย เรื่อง การออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ร้านปติภัทรการพิมพ์ในครั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้งานเว็บไซต์ จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์เชิงสถิติ เพื่อนำผลลัพธ์มาใช้ในการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ร้านปติภัทรการพิมพ์ และเพื่อให้เห็นภาพรวมและลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มเป้าหมายอย่างชัดเจน คณะผู้วิจัยจึงได้แบ่งการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 2 ส่วนหลัก ได้แก่ ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และส่วนที่ 2 ผลการประเมินความพึงพอใจที่มีต่อเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง จากการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 236 คน (ร้อยละ 59.00) รองลงมาคือเพศชาย จำนวน 159 คน (ร้อยละ 39.75) และเพศอื่น ๆ จำนวน 5 คน (ร้อยละ 1.25) เมื่อพิจารณาตามอายุ พบว่า ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 21–30 ปี จำนวน 169 คน (ร้อยละ 42.25) รองลงมาคือ ช่วงอายุ 31–40 ปี จำนวน 83 คน (ร้อยละ 20.75) อายุต่ำกว่า 21 ปี จำนวน 76 คน (ร้อยละ 19.00) อายุ 41–50 ปี จำนวน 51 คน (ร้อยละ 12.75) และอายุมากกว่า 50 ปี จำนวน 21 คน (ร้อยละ 5.25) ตามลำดับ ด้านระดับการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 239 คน (ร้อยละ 59.75) รองลงมาคือ ระดับมัธยมศึกษา จำนวน 101 คน (ร้อยละ 25.25) ระดับการศึกษาอื่น ๆ จำนวน 34 คน (ร้อยละ 8.50) และสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 26 คน (ร้อยละ 6.50) สำหรับด้านอาชีพ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา จำนวน 174 คน (ร้อยละ 43.50) รองลงมาคือ ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 78 คน (ร้อยละ 19.50) ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 70 คน (ร้อยละ 17.50) พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 41 คน (ร้อยละ 10.25) และอาชีพอื่น ๆ จำนวน 37 คน (ร้อยละ 9.25) ในภาพรวม กลุ่มตัวอย่างหลักของงานวิจัยนี้ คือ กลุ่มคนรุ่นใหม่เพศหญิงในช่วงวัยเรียนและวัยเริ่มทำงาน (อายุ 21–30 ปี) ซึ่งกำลังศึกษาหรือสำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรี และส่วนใหญ่มีสถานภาพเป็นนักเรียน นิสิต หรือนักศึกษา

1.2 ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ร้านปติภัทรการพิมพ์ จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยแบ่งประเด็นการประเมินออกเป็น 4 ด้านหลัก ได้แก่ ด้านเนื้อหา ด้านการออกแบบ ด้านการทำงานของฟังก์ชัน และด้านประโยชน์ในการประชาสัมพันธ์ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแสดงดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2

ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ร้านปติภัทรการพิมพ์

ด้านการประเมิน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
ด้านเนื้อหา	4.79	0.41	มากที่สุด
ด้านการออกแบบ	4.80	0.39	มากที่สุด
ด้านการทำงานของฟังก์ชัน	4.82	0.37	มากที่สุด
ด้านประโยชน์ในการประชาสัมพันธ์	4.83	0.35	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.81	0.38	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ใช้งานมีความพึงพอใจต่อเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ร้านปติภัทรการพิมพ์โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.81, S.D. = 0.38) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านประโยชน์ในการประชาสัมพันธ์มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X}$ = 4.83, S.D. = 0.35) รองลงมาคือ ด้านการทำงานของฟังก์ชัน ($\bar{X}$ = 4.82, S.D. = 0.37) ด้านการออกแบบ ($\bar{X}$ = 4.80, S.D. = 0.39) และด้านเนื้อหา ($\bar{X}$ = 4.79, S.D. = 0.41) ตามลำดับ โดยทุกด้านมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

สรุปผลการวิจัย

การออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ร้านปติภัทรการพิมพ์ในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์ ตลอดจนประเมินประสิทธิภาพและความพึงพอใจของผู้ใช้งานที่มีต่อเว็บไซต์ เพื่อให้การนำเสนอผลงานวิจัยมีความชัดเจนและเป็นระบบ คณะผู้วิจัยจึงได้แบ่งการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 3 ส่วนหลัก ได้แก่ ผลการพัฒนาเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ ผลการประเมิน

ประสิทธิภาพจากผู้เชี่ยวชาญ และผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานทั่วไปจำนวน 400 คน ซึ่งมีรายละเอียดการดำเนินงานและผลการศึกษาดังต่อไปนี้

1. ผลการพัฒนาเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ร้านปศุภัณฑ์การพิมพ์

ผู้วิจัยสามารถพัฒนาเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ร้านปศุภัณฑ์การพิมพ์ได้สำเร็จตามกรอบวงจรการพัฒนาระบบ (SDLC) โดยเว็บไซต์ถูกพัฒนาขึ้นด้วยโปรแกรมจัดการเนื้อหา WordPress ร่วมกับปลั๊กอิน WooCommerce และ Google Maps API โครงสร้างของเว็บไซต์รองรับการแสดงผลแบบตอบสนองที่เหมาะสมกับทุกอุปกรณ์ และประกอบด้วยฟังก์ชันการใช้งานหลัก 4 ส่วน ได้แก่ 1) ระบบหน้าแรกและการนำทางที่ช่วยให้เข้าถึงข้อมูลได้ง่าย 2) ระบบจัดการแคตตาล็อกและคลังภาพตัวอย่างชิ้นงานจริงที่จัดแบ่งแยกตามหมวดหมู่บริการอย่างชัดเจน 3) ระบบแสดงข้อมูลอัตราค่าบริการและเครื่องมือประเมินราคางานพิมพ์เบื้องต้น พร้อมระบบเชื่อมโยงส่งผลงานออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน Line และ 4) ระบบเชื่อมโยงช่องทางการติดต่อสื่อสารและระบบแผนที่นำทางพิกัดที่ตั้งของร้าน

2. ผลการประเมินประสิทธิภาพเว็บไซต์โดยผู้เชี่ยวชาญ

ผลการประเมินประสิทธิภาพของเว็บไซต์จากผู้เชี่ยวชาญด้านระบบสารสนเทศจำนวน 3 ท่าน พบว่า ในภาพรวมเว็บไซต์มีประสิทธิภาพอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.55$, S.D. = 0.47) เมื่อพิจารณาแยกเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านความง่ายต่อการใช้งาน ($\bar{X} = 4.61$, S.D. = 0.49) อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์ ($\bar{X} = 4.60$, S.D. = 0.44) อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านตรงตามความต้องการ ($\bar{X} = 4.53$, S.D. = 0.51) อยู่ในระดับมากที่สุด และด้านที่มีคะแนนเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ ด้านประสิทธิภาพการทำงานของระบบ ($\bar{X} = 4.47$, S.D. = 0.46) แต่ยังคงอยู่ในระดับมาก ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าระบบสามารถนำไปใช้งานจริงได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3. ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานทั่วไป

ผลการประเมินจากกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้งานทั่วไปจำนวน 400 คน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่เพศหญิงในช่วงวัยเรียนและวัยเริ่มทำงาน (อายุ 21–30 ปี) มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และสถานภาพเป็นนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา พบว่า ผู้ใช้งานมีความพึงพอใจต่อเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.81$, S.D. = 0.38) เมื่อพิจารณาแยกเป็นรายด้าน พบว่า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน

การอภิปรายผล

จากการดำเนินงานวิจัย เรื่องการออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ร้านปศุภัณฑ์การพิมพ์ คณะผู้วิจัยอภิปรายผลแยกตามวัตถุประสงค์การวิจัยได้ 3 ประเด็น ดังนี้ (1) ผลการออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์จากการพัฒนาเว็บไซต์ด้วยระบบจัดการเนื้อหา WordPress ร่วมกับปลั๊กอิน WooCommerce และ Google Maps API พบว่า สามารถแก้ไขปัญหาการจัดเก็บข้อมูลที่กระจัดกระจายของร้านค้าเดิม ให้มารวมศูนย์อยู่ในระบบสถาปัตยกรรมข้อมูลที่เข้าถึงง่าย ชัดเจน และรองรับการแสดงผลแบบตอบสนองบนทุกอุปกรณ์ฟังก์ชันเหล่านี้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคยุคดิจิทัลที่ต้องการความสะดวกรวดเร็วในการประเมินราคาและการสั่งผลิตผ่านแพลตฟอร์มที่คุ้นเคยอย่างแอปพลิเคชัน LINE ผลลัพธ์นี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ (ภานุพงศ์ แสงใสแก้ว และคณะ, 2566) ที่ได้พัฒนาและหาประสิทธิภาพของระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งพบว่าการบูรณาการระบบจัดการเนื้อหาพร้อมกับฟังก์ชันการติดต่อที่ยืดหยุ่นและการออกแบบที่เป็นมิตรต่อผู้ใช้งาน สามารถช่วยแก้ปัญหาการบริหารจัดการข้อมูลและการสื่อสารกับลูกค้าของธุรกิจชุมชนได้อย่างมีนัยสำคัญ ส่งผลให้ระบบมีความพร้อมในการใช้งานเชิงพาณิชย์และช่วยยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจขนาดย่อมได้อย่างเป็นรูปธรรม (2) ประสิทธิภาพของเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์จากมุมมองผู้เชี่ยวชาญผลการประเมินประสิทธิภาพโดยผู้เชี่ยวชาญด้านระบบสารสนเทศ 3 ท่าน พบว่าในภาพรวมมีประสิทธิภาพอยู่ในระดับมากที่สุด โดยด้านความง่ายต่อการใช้งานได้รับคะแนนเฉลี่ยสูงสุด เนื่องจากการจัดวางองค์ประกอบและการนำทางของหน้าเว็บถูกออกแบบโดยยึดหลักประสบการณ์ผู้ใช้เป็นศูนย์กลาง ทำให้ผู้เชี่ยวชาญมองว่าผู้ใช้ทั่วไปจะไม่สับสนเมื่อเข้าใช้งานอย่างไรก็ตาม ด้านประสิทธิภาพการทำงานของระบบมีคะแนนเฉลี่ยต่ำที่สุดแต่ยังคงอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีประเด็นเรื่องความเร็วในการดาวน์โหลดหน้าเว็บและขนาดของไฟล์ภาพตัวอย่างชิ้นงานพิมพ์ผลวิจัยในประเด็นนี้สอดคล้องอย่างยิ่งกับงานวิจัยของ (สุกัญญา หงส์ประพาส, 2566) ที่ประเมินประสิทธิภาพระบบสารสนเทศเพื่อการประชาสัมพันธ์ และพบว่า ความง่ายในการใช้งานและความถูกต้องตรงตามความต้องการของผู้ใช้เป็นปัจจัยหลักที่ผู้เชี่ยวชาญให้การยอมรับสูงสุด ในขณะที่โครงสร้างระบบหลังบ้านและการปรับแต่งโค้ดเพื่อบีบอัดไฟล์สื่อสารสนเทศเป็นจุดสำคัญที่ต้องปรับปรุงพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อให้หน้าเว็บโหลดได้รวดเร็วขึ้นภายใต้สภาพแวดล้อมเครือข่ายที่แตกต่างกัน (3) ความพึงพอใจของผู้ใช้งานทั่วไปต่อเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้งานทั่วไปจำนวน 400 คน พบว่ามีความพึงพอใจต่อเว็บไซต์โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยด้านประโยชน์ในการประชาสัมพันธ์มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ด้านการทำงานของฟังก์ชันปรากฏการณ์นี้อธิบายได้ด้วยแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีในส่วนของ การรับรู้ถึงประโยชน์ เนื่องจากเว็บไซต์นี้ช่วยให้กลุ่มเป้าหมาย

ซึ่งเป็นคนรุ่นใหม่สามารถสืบค้นอัตราค่าบริการ ดูตัวอย่างชิ้นงานจริงเพื่อประกอบการตัดสินใจ และเข้าถึงปุ่มสั่งผลิตงานผ่าน LINE ได้ในจุดเดียว สอดคล้องกับผลการศึกษาของ (นริศรา พลสิงห์ และกิตติพงษ์ สุวรรณราช, 2566) ที่ศึกษาความพึงพอใจและการยอมรับเทคโนโลยีระบบสารสนเทศผ่านเว็บ ซึ่งระบุว่าผู้บริโภคยุคใหม่จะมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดต่อระบบที่มีฟังก์ชันสนับสนุนการตัดสินใจซื้อที่ชัดเจน (เช่น ระบายราคากลางและการแสดงคลังภาพผลงาน) และช่องทางติดต่อสื่อสารที่เชื่อมโยงเข้ากับระบบ Chat Application ทั้งนี้ เพราะสามารถตอบสนองต่อวิถีชีวิตดิจิทัลที่เน้นความสะดวกและประหยัดเวลาได้ดีที่สุด

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเพื่อการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

ปรับแต่งและบีบอัดไฟล์ภาพผลงานก่อนนำขึ้นระบบเหตุผลจากข้อจำกัด: คะแนนประสิทธิภาพระบบจากผู้เชี่ยวชาญต่ำที่สุดเนื่องจากไฟล์ภาพตัวอย่างงานพิมพ์มีขนาดใหญ่ ส่งผลให้หน้าเว็บโหลดช้าในพื้นที่อินเทอร์เน็ตมีความเร็วจำกัด จึงควรบีบอัดภาพเพื่อให้เว็บโหลดเร็วขึ้น

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาและวิจัยครั้งต่อไป

ควรขยายกลุ่มตัวอย่างให้หลากหลายและกระจายตัวมากกว่าเดิมเหตุผลจากข้อจำกัด กลุ่มตัวอย่าง 400 คน ในงานวิจัยนี้ส่วนใหญ่กระจุกตัวเฉพาะเพศหญิง วัยเรียน และคนรุ่นใหม่ เนื่องจากเลือกตัวอย่างแบบตามสะดวก การวิจัยครั้งต่อไปจึงควรเพิ่มกลุ่มลูกค้าองค์กร และกลุ่มอายุอื่น ๆ ให้ครอบคลุม

เอกสารอ้างอิง

- ชนากานต์ วงษ์พัฒน์, สิริวิชัย ไบไม้ และวิชัยพล ศรีวรรณยศ. (2564). การออกแบบและพัฒนาส่วนต่อประสานกับผู้ใช้ (UI) และประสบการณ์ผู้ใช้ (UX) สำหรับเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. *วารสารวิชาการเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา*, 9(1), 45-58.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2564). *การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS* (พิมพ์ครั้งที่ 19). Business Research and Executive Development.
- ธารีย์ณิชา ลิขิตวิฑิต และปณต กุลฉันทวิทย์. (2566). พฤติกรรมและแนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพเว็บไซต์ด้านกิจการนักศึกษา: กรณีศึกษามหาวิทยาลัยมหิดล. *วารสารวิทยาสารสนเทศและเทคโนโลยี*, 4(1), 20-35.
- นริศรา พลสิงห์ และกิตติพงษ์ สุวรรณราช. (2566). การพัฒนาและประเมินการยอมรับระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการสำหรับธุรกิจยุคดิจิทัล. *วารสารวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 42(3), 145-156.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2565). *การวิจัยเบื้องต้น* (พิมพ์ครั้งที่ 11). สุวีริยาสาส์น.
- ปาริชาติ ปัญญาประชุม และณัฐพล ภูมิสะอาด. (2565). การยอมรับเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อในยุคดิจิทัล. *วารสารบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น*, 6(2), 12-28.
- ภานุพงศ์ แสงใสแก้ว, ศักดิ์รินทร์ ณ น่าน และธนกร ชินกุล. (2566). การพัฒนาและหาประสิทธิภาพระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยใช้ระบบจัดการเนื้อหาสำเร็จรูป. *วารสารวิชาการครุศาสตร์อุตสาหกรรม พระจอมเกล้าพระนครเหนือ*, 14(2), 88-99.