ชื่อโครงงาน	ระบบการจองคิวออนไลน์กรณีศึกษาร้านบ้านชาบู
ชื่อนักศึกษา	นางสาวสุทธิดา คิดรัมย์ 590112358059
	นางสาวมัชฌิมา คะเรรัมย์ 590112358110
หลักสูตร	บริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาวิชา	คอมพิวเตอร์ธุรกิจ
คณะ	วิทยาการจัดการ
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์ชลิตา เจริญเนตร
ปีการศึกษา	2562

บทคัดย่อ

โครงงานนี้มีวัตถุประสงค์ของการดำเนินงานนี้เพื่อเป็นการพัฒนาระบบบริหารจัดการจองคิวออนไลน์ให้สามารถรองรับการทำงานให้มีความสะดวกมากขึ้นและลดระยะเวลาการทำงาน โดยนำเครื่องคอมพิวเตอร์เข้ามาพัฒนาระบบให้เกิดประโยชน์ ซึ่งระบบจัดการจองคิวออนไลน์ที่ได้พัฒนาขึ้นมานี้เป็นการพัฒนาระบบการจัดการข้อมูลต่าง ๆ ภายในระบบการจัดการคิวเพื่อความสะดวกและความปลอดภัยของข้อมูลมีความจำเป็นในเรื่องของการประมวลผลข้อมูลมาก โดยที่ระบบจะต้องมีความถูกต้องและแม่นยำที่สุด เช่น การจองคิว การบันทึกค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในระหว่างการเก็บข้อมูลโดยจะต้องมีการแก้ไขข้อมูลอยู่ตลอดเวลาและเป็นจำนวนมากจะทำให้ข้อมูลทั้งหมดเกิดความถูกต้องและสะดวกสบายมากขึ้นในเรื่องของเวลาและระบบการทำงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น

คำสำคัญ : ระบบจองคิว,ระบบบริหารจัดการคิวร้านชาบู

Project Name: Quea online case staty Banchabu
Authors: Sutthida Kidram 590112358059
Matchima Kareram 590112358110
Syllabus: Bachelor of Business Administration
Branch: Business computer
Faculty: Management Science
Advisors: Chalita Charoennet
Year: 2019

Abstact

Objective: The purpose of operation is to Quea online case staty Banchabu
That will allow for more convenient operation and shorter working time.
The computer to develop the system to benefit Quea online case staty Banchabu
For data security and ease are essential for data processing. The system must be accurate and accurate, such as booking. Recording of expenses incurred buring data collection. lt will need to be modified at all times and in largeb numbers will make all the information more accurate and more convenient in terms of time and system performance is more effective.

Keyword : Quea reservation system ,Management system quea banchabu

กิตติกรรมประกาศ

โครงการนี้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจโดยมุ่งสร้างและออกแบบโปรแกรมระบบการจองคิวออนไลน์เพื่อนำคอมพิวเตอร์เข้ามาใช้ภายในกิจการและจัดเก็บเอกสารต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็ว

โครงการเรื่อง ระบบการจองคิวออนไลน์นี้สำเร็จด้วยดี ด้วยความช่วยเหลือจากอาจารย์ชลิตา เจริญเนตร ซึ่งท่านได้กรุณาให้คำแนะนำและข้อคิดเห็นต่าง ๆ ตลอดจนให้ความเอาใจใส่ในการตรวจแก้ไขและปรับปรุงข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยดีตลอดมา จึงขอขอบพระคุณอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอขอบคุณคณาจารย์ภาควิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ ทุกท่านที่กรุณาให้กำลังใจและให้ความช่วยเหลือเป็นอย่างดีตลอดมา ท้ายสุดนี้คณะผู้จัดทำขอกราบขอบพระคุณคุณพ่อคุณแม่และญาติ ๆ ที่สนับสนุนให้กำลังใจความห่วงใยและเอื้อเฟื้อสถานที่การทำงานให้แก่ผู้วิจัยอย่างดี จนสำเร็จการศึกษาและขอขอบคุณเพื่อน ๆ ทุกคนที่ให้คำปรึกษาและความช่วยเหลือเกี่ยวกับการดำเนินโครงงานครั้งนี้

นางสาวสุทธิดา คิดรัมย์
นางสาวมัชฌิมา คะเรรัมย์

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อ ..... ก
กิตติกรรมประกาศ ..... ค
สารบัญ ..... ง
สารบัญภาพ ..... ฉ
สารบัญตาราง ..... ช
บทที่ 1 1
บทนำ 1
1.1 ที่มาและความสำคัญ 1
1.2 วัตถุประสงค์ 2
1.3 ขอบเขตของการวิจัย 2
1.4 ระยะเวลาในการดำเนินงาน 3
1.5 เครื่องมือที่ใช้ในการพัฒนา 3
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ 4
1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ 4
บทที่ 2 5
ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 5
2.1 บริบทร้าน 5
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับอินเตอร์เน็ต 7
2.3 ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค 7
2.4 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ 10
2.5 ทฤษฎีเครือข่ายสังคมออนไลน์ 12
2.6 แนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบเว็บไซต์ 13
2.7 การจัดการฐานข้อมูล 18
2.9 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 20
บทที่ 3 22
ขั้นตอนการดำเนินงาน 22
3.1 ภาพรวมของเว็บไซต์ระบบจองคิวออนไลน์ร้านบ้านชาบู 22

3.2 โครงสร้างเว็บไซต์ระบบจองคิวออนไลน์ร้านบ้านชาบู 23
3.3 เทคนิคการรวบรวมข้อมูล 23
3.4 ศึกษาปัญหาของระบบงานเดิม 24
3.5 วิเคราะห์และออกแบบระบบงานเดิม 24
3.6 วิเคราะห์และออกแบบระบบงานใหม่ 25
3.7 การออกแบบขั้นตอนการทำงานของระบบงานใหม่ (Dataflow Diagram, ER-Diagram) . 26
3.8 การออกแบบสอบถาม 34
บทที่4 37
ผลของการวิจัย 37
4.1 การใช้งานระบบของผู้ดูแลระบบ 37
4.2 การใช้งานระบบของผู้ใช้ทั่วไป 41
บทที่5 47
สรุปผลการดำเนินโครงงานและข้อเสนอแนะ 47
5.1 สรุปผลการดำเนินงาน 47
บรรณานุกรม 49
ภาคผนวก 50

สารบัญภาพ

หน้า

ภาพที่ 2. 1 หน้าร้านบ้านชาบู 6
ภาพที่ 2. 2 เมนูชาบู 6
ภาพที่ 2. 3 เมนูปิ้งย่าง 6
ภาพที่ 3. 1 แสดงภาพรวมของเว็บไซต์ระบบจองคิวออนไลน์ร้านบ้านชาบู 22
ภาพที่ 3. 2 แสดงโครงสร้างเว็บไซต์ระบบจองคิวออนไลน์ร้านบ้านชาบู ในส่วนของ Admin 23
ภาพที่ 3. 3 แสดงโครงสร้างเว็บไซต์ระบบจองคิวออนไลน์ร้านบ้านชาบู ในส่วนผู้ใช้ 23
ภาพที่ 3. 4 Flow Chart ของระบบงานเดิม 24
ภาพที่ 3. 5 Flow Chart ของระบบงานใหม่ 25
ภาพที่ 3. 6 แผนภาพแสดงกระแสของระบบ 26
ภาพที่ 3. 7 แผนภาพแสดงกระแสข้อมูลของระบบใหม่ 27
ภาพที่ 3. 8 Process 1 การเข้าสู่ระบบ 27
ภาพที่ 3. 9 Process 2 การจัดการข้อมูล 28
ภาพที่ 3. 10 Process 3 การค้นหาข้อมูล 28
ภาพที่ 3. 11 Process 4 การจองคิว 29
ภาพที่ 3. 12 Process 6 ระบบ ER-Diagram 31
ภาพที่ 3. 13 แสดงหน้าแรกของระบบ 32
ภาพที่ 4. 1 หน้าล็อกอิน (Login) ของผู้ดูแลระบบ 37
ภาพที่ 4. 2 หน้าควบคุม 38
ภาพที่ 4. 3 หน้าทั้งหมด 38
ภาพที่ 4. 4 หน้าจองโต๊ะ 39
ภาพที่ 4. 5 หน้ารูปแบบเว็บ 39
ภาพที่ 4. 6 รูปแบบธีม 40
ภาพที่ 4. 7 หน้าปรับแต่ง 40
ภาพที่ 4. 8 หน้าส่วนหัว 41
ภาพที่ 4. 9 หน้าแรกบ้านชาบู 41
ภาพที่ 4. 10 หน้าจองโต๊ะ 42
ภาพที่ 4. 11 หน้าแผนที่ 42
ภาพที่ 4. 12 หน้าติดต่อเรา 43

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 3. 1 ตารางแสดงข้อมูลผู้ดูแลระบบ 29
ตารางที่ 3. 2 ตารางแสดงข้อมูลบุคลากร 29
ตารางที่ 3. 3 ตารางแสดงข้อมูลภาพกิจกรรม 29
ตารางที่ 3. 4 ตารางแสดงข้อมูลข่าวประชาสัมพันธ์..... 30
ตารางที่ 4. 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ 43
ตารางที่ 4. 2 จำนวนและร้อยละจำแนกตามอายุ 43
ตารางที่ 4. 3 จำนวนและร้อยละ จำแนกตามระดับการศึกษา..... 44
ตารางที่ 4. 4 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจด้านเนื้อหา..... 44
ตารางที่ 4. 5 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจด้านการออกแบบและการจัดรูปแบบเว็บไซต์..... 45
ตารางที่ 4. 6 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจด้านประโยชน์และการนำไปใช้.... 46
ตารางที่ 4. 7 สรุป..... 46

บทที่ 1
บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญ

ร้านบ้านชาบู บุฟเฟ่ต์ เป็นสุกี้แบบญี่ปุ่น ผู้บริโภคส่วนใหญ่ นึกถึงร้านบ้านชาบู เป็นร้านอันดับต้นๆ เนื่องจากเป็นร้านอาหารแบบสุกี้สไตล์ญี่ปุ่นที่ประสบความสำเร็จ ด้วยแนวความคิดที่ต้องการให้ผู้บริโภคได้บริโภคอาหารที่อร่อย สะอาด และการบริการที่ดี ร้านบ้านชาบู ยังต้องการที่จะมอบ “ความคุ้มค่า” ในการบริโภคให้กับลูกค้าเพิ่มมากขึ้น มีระบบการควบคุมมาตรฐานสินค้าและบริการให้อยู่ในระดับดีเยี่ยม และให้ความสนใจในด้านคุณภาพอาหารและความพิถีพิถันในการคัดสรรวัตถุดิบ เป้าหมายที่จะให้ผู้บริโภคได้บริโภคอาหารที่มีคุณภาพและมีประโยชน์ต่อร่างกายสไตย์ญี่ปุ่น โดยใช้ระบบการให้บริการเป็นบุฟเฟต์แบบสั่ง ร้านบ้านชาบูเป็นร้านชาบู 1 เดียวในบุรีรัมย์ ที่ ที่คนบุรีรัมย์พูดถึงกันเป็นจำนวนมาก ร้านชาบูที่มีคุณภาพ ด้านอาหาร ด้านการบริการ คนบุรีรัมย์ส่วนใหญ่จึงให้ชื่อว่า “ชาบูบัตรคิว”

ปัจจุบันร้านบ้านชาบู เดิมร้านชื่อ แกรนด์ชาบู เจ้าของร้านคือ คุณเก่ง ได้มีการประกาศเซ้งร้านให้เจ้าของคนใหม่คือ คุณรัตตินุช วิหคโต โดยมาปรับปรุงแก้ไข เมื่อวันที่ 1 กันยายน พ.ศ.2558 และเปลี่ยนชื่อร้านเป็นบ้านชาบู เพราะบ้านทำให้นึกถึงการเป็นกันเอง เปรียบเสมือนบ้านของลูกค้าเอง ร้านเราเป็นร้านเล็ก ๆ 2 คูหา ซึ่งทางร้านได้แบ่งเป็น2โซน โซนด้านในจะเป็นชาบูอย่างเดียว โซนด้านนอกจะเป็นชาบู+ปิ้งย่าง เป็นบุพเฟ่แบบเดินเสริฟโดยที่ลูกค้าไม่ต้องเดินไปตักอาหารเองเพิ่มความสะดวกสบายให้กับลูกค้า ทางร้านมีการจัดโปรโมชั่นให้ลูกค้าที่มาทานในวันเกิดของตัวเองเพียงโชว์บัตรประชาชนลดทันที 10% จากราคาปกติ 189/หัว ไม่รวมเครื่องดื่ม ร้านบ้านชาบูเปิดให้บริการทุกวัน จ.-ศ. เวลา 17:00 - 22:00 ส.-อา. เวลา 12:00 - 22:00 ที่อยู่ 188/113-114 ถนนหน้าสถานี ตำบลชุมเห็ด อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ 31000 เยื้องๆโรงพยาบาลเอกชนบุรีรัมย์ การบริการของพนักงานที่บริการออกมาจากใจจริงๆ พร้อมกับรสชาติอาหารที่ลูกค้าบอกกันปากต่อปาก จนทำให้ร้านบ้านชาบูมีลูกค้าจำนวนเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ

จากความสำคัญดังกล่าว ผู้วิจัยจึงทำการออกแบบและพัฒนาระบบจองคิวออนไลน์ เพื่อแก้ไขปัญหาการรอคิวหน้าร้านของลูกค้าบ้านชาบู และเพิ่มทางเลือกให้กับลูกค้าที่มีความต้องการจองคิวออนไลน์ ตลอดจนความไม่สะดวกในการเดินทางมารอคิวหน้าร้านด้วยตนเอง ซึ่งในการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการปฏิบัติงานเป็นที่ยอมรับว่ามีประสิทธิภาพและถูกต้องมากกว่าการจดบันทึกคิวหน้าร้าน จึงทำให้ระบบการจองคิวออนไลน์สะดวกรวดเร็ว ต่อการทำงานของร้านมากยิ่งขึ้น

1.2 วัตถุประสงค์

1.2.1 เพื่อศึกษากระบวนการจัดการคิวสำหรับลูกค้าร้านบ้านชาบู

1.2.2 เพื่อศึกษาวิเคราะห์ปัญหาและออกแบบระบบสำรองคิวร้านบ้านชาบู

1.2.3 เพื่อประเมินความพึงพอใจในการใช้บริการ

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

1.3.1 Admin

1. เข้าสู่ระบบได้สามารถออกจากระบบได้
2. สามารถเพิ่มข้อมูลเกี่ยวกับร้านและรายละเอียดต่าง ๆ ได้
    - ประวัติร้าน
    - แผนที่ร้าน
    - ข้อมูลการจองคิว
    - เวลา เปิด-ปิด ของร้าน
    - รูปภาพอาหาร
    - ข่าวสารเกี่ยวกับทางร้าน
3. สามารถลบข้อมูล หรือแก้ไขในส่วนที่ไม่ต้องการที่จะไม่ให้เห็นข้อมูลได้
    - ประวัติร้าน
    - แผนที่ร้าน
    - ข้อมูลการจองคิว
    - เวลา เปิด-ปิด ของร้าน
    - รูปภาพอาหาร
    - ข่าวสารเกี่ยวกับทางร้าน
4. สามารถค้นหาข้อมูลการจองคิวของร้านได้

1.3.2 User (ผู้ใช้ทั่วไป)

ลูกค้าทั่วไปสามารถเข้าดูข้อมูลและข่าวสารต่าง ๆ ในเว็บได้

- ประวัติร้าน
- แผนที่ร้าน
- ข้อมูลการจองคิว
- เวลา เปิด-ปิด ของร้าน
- รูปภาพอาหาร
- ข่าวสารเกี่ยวกับทางร้าน

1.4 ระยะเวลาในการดำเนินงาน

ลำดับที่	ชื่อกิจกรรม	มิถุนายน				กรกฎาคม				สิงหาคม				กันยายน			
		W1	W2	W3	W4	W1	W2	W3	W4	W1	W2	W3	W4	W1	W2	W3	W4
1	นำเสนอชื่อโครงงานต่อหน้าอาจารย์	←	—	→													
2	ศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูล			←	—	—	—	→									
3	วิเคราะห์และออกแบบ			←	—	—	—	→									
4	พัฒนาระบบ					←	—	—	—	—	—	—	→				
5	ทดสอบแก้ไขข้อผิดพลาด							←	—	—	—	—	→				
6	นำเสนอผลงานต่อคณะกรรมการ				←	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	→	
7	จัดทำข้อมูล						←	—	—	—	—	—	—	—	—	—	→

1.5 เครื่องมือที่ใช้ในการพัฒนา

5.1 ฮาร์ดแวร์

- คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ acer windows10
  - AMD FX(tm)-6300 Six-Core Processor 3.50 GHz
  - Memory(RAM) 8.00 GB
  - 64 bit Operating System, x64-based processor
- คอมพิวเตอร์พกพา acer windows10
  - Memory(RAM) 4.00 GB
  - Intel(R) Celeron(R) CPU N3050 @ 1.60 GHz, 1601 Mhz
- เครื่องปริ้นเตอร์ Brother

5.2 ซอฟต์แวร์

- Microsoft woed2013
- Wordpess

- Appserv

5.3 ภาษาที่ใช้พัฒนา

- CSS
- PHP
- HTML

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.6.1 เพื่อเพิ่มความสะดวกสบายในการจองคิว

1.6.2 ได้ระบบการจองคิวออนไลน์ร้านบ้านชาบู

1.6.3 ได้ผลประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งาน ระบบการจองคิวออนไลน์ร้านบ้านชาบู

1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ

ร้านบ้านชาบู คือ ชาบู-สุกี้ ด้วยคอนเซปต์ บุฟเฟ่ต์แบบสั่งโดยที่ลูกค้าไม่ต้องเดินไปตักอาหาร เพิ่มความสะดวกสบายให้แก่ลูกค้า

บุปเฟต์ คือ การรับประทานอาหารแบบบริการตนเอง

ความพึงพอใจ คือ ความพอใจ ความชอบใจ ความถูกใจ ความรู้สึกคุ้มค่า คุ้มราคา เมื่อได้รับการตอบสนองตามที่ต้องการ

การใช้บริการ คือ การเลือก หรือ การตัดสินใจที่จะเข้าไปรับประทานอาหารร้านบ้านชาบู

ส่วนประสมทางการตลาด คือ ส่วนประสมทางการตลาดประกอบด้วย ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

-ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ คือ ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่ออาหาร เช่น ด้านรสชาติ ความสด ความสะอาด เป็นต้น

-ด้านราคา คือ ความรู้สึกที่ผู้บริโภคมีความพึงพอใจ มีความเหมาะสม ต่ออาหารในร้านบ้านชาบู

-ด้านช่องทางการจัดจาหน่าย คือ ความสะดวกในการเข้าถึงร้านอาหาร

-ด้านการส่งเสริมการตลาด คือ สิ่งที่ผู้บริโภคสามารถพบเห็นได้ เช่น Facebook ป้ายประกาศ หนังสือพิมพ์ หรือผ่านทาง Social Media ต่าง ๆ การจัดทาโปรแกรมทางการตลาดต่างๆ เช่น การทาสมาชิก การให้ส่วนลดพิเศษ

-ด้านบุคลากร คือ บุคลากรในองค์กรที่ให้บริการและอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า โดยบุคลากรที่ให้บริการต้องมีบุคลิกภาพดี มีความรู้ มีความสามารถ สะอาด เป็นต้น

-ด้านกระบวนการให้บริการ คือ ขั้นตอนต่างๆ ของการให้บริการ

-ด้านภาพลักษณ์และการนาเสนอ คือภาพลักษณ์ที่ดีของสถานที่ ความสะอาด บรรยากาศภายในร้านที่ดี

ผู้บริโภค หรือ ลูกค้า คือ ผู้ที่เคยเข้าไปใช้บริการร้านบ้าน

บทที่ 2
ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่องทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง “ระบบจองคิวออนไลน์กรณีศึกษาร้านบ้านชาบู เขตอำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์” ซึ่งแนวคิดและทฤษฎีที่ผู้จัดทำได้ศึกษาเพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาระบบจองคิวร้านบ้านชาบู ทำการสำรวจ ทฤษฎี และ วิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดทฤษฎีประกอบการศึกษา ดังนี้

2.1 บริบทร้าน
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับอินเตอร์เน็ต
2.3 ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
2.4 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ
2.5 ทฤษฎีเครือข่ายสังคมออนไลน์
2.6 แนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบเว็บไซต์
2.7 การจัดการฐานข้อมูล
2.8 วิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 บริบทร้าน

ร้านบ้านชาบู เดิมร้านชื่อ แกรนด์ชาบู เจ้าของร้านคือ คุณเก่ง ได้มีการประกาศเซ้งร้านให้เจ้าของคนใหม่คือ คุณรัตตินุช วิหคโต โดยมาปรับปรุงแก้ไข เมื่อวันที่ 1 กันยายน พ.ศ.2558 และเปลี่ยนชื่อร้านเป็นบ้านชาบู เพราะบ้านทำให้นึกถึงการเป็นกันเอง เปรียบเสมือนบ้านของลูกค้าเอง ร้านเราเป็นร้านเล็กๆ 2 คูหา ซึ่งทางร้านได้แบ่งเป็น2โซน โซนด้านในจะเป็นชาบูอย่างเดียว โซนด้านนอกจะเป็นชาบู+ปิ้งย่าง เป็นบุพเฟ่แบบเดินเสริฟโดยที่ลูกค้าไม่ต้องเดินไปตักอาหารเองเพิ่มความสะดวกสะบายให้กับลูกค้า ทางร้านมีการจัดโปรโมชั่นให้ลูกค้าที่มาทานในวันเกิดของตัวเองเพียงโชว์บัตรประชาชนลดทันที 10% จากราคาปกติ 189/หัว ไม่รวมเครื่องดื่ม ร้านบ้านชาบูเปิดให้บริการเวลาทุกวัน จ.-ศ. เวลา 17:00 - 22:00 ส.-อา. เวลา 12:00 - 22:00 ตั้งที่อยู่ 188/113-114 ถนนหน้าสถานี ตำบลชุมเห็ด อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ 31000 เยื้องๆโรงพยาบาลเอกชน

ภาพที่ 2. 1 หน้าร้านบ้านชาบู

ภาพที่ 2. 2 เมนูชาบู

ภาพที่ 2. 3 เมนูปิ้งย่าง

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับอินเตอร์เน็ต

คำว่าอินเตอร์เน็ต (Internet) เป็นคำย่อของ Internetwork หมายถึง เครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่ใหญ่ ที่สุดในโลก โดยเชื่อมโยงเครือข่ายย่อยจำนวนมากมายมหาศาล นับตั้งแต่เครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลที่ใช้ งานภายในบ้านและสำนักงานไปจนถึงคอมพิวเตอร์ขนาดใหญ่แบบเมนเฟรมในโรงงานอุตสาหกรรมและ อินเทอร์เน็ตสามารถทำให้คนเราสามารถติดต่อสื่อสารกันได้อย่างรวดเร็วไม่ว่าจะอยู่ส่วนใดของโลก แต่เดิมนั้น อินเทอร์เน็ตเป็นเครือข่ายที่ใช้ในกิจการทางทหารของสหรัฐอเมริกาชื่ออาร์พาเน็ต(ARPANET : Advanced Research Projects Agency Network) ซึ่งเริ่มใช้ในกิจการเมื่อประมาณพ.ศ. 2512 คือ 39 ปีมาแล้วภายหลังมีมหาวิทยาลัยหลายแห่งขอร่วมเครือข่าย โดยเชื่อมต่อระบบคอมพิวเตอร์ของมหาวิทยาลัยกับเครือข่ายดังกล่าว เพื่อใช้ประโยชน์ในการศึกษาและการวิจัย ต่อมาเมื่อมีการใช้เทคนิคการสื่อสารโต้ตอบที่ เรียกว่า โพรโทคอล (protocol) แบบเฉพาะของอินเทอร์เน็ตที่เรียกว่า Transmission Control Protocol/ Internet Protocol (TCP/IP) เครือข่ายนี้จึงได้รับความนิยมต่อเนื่องและมีคอมพิวเตอร์มาเชื่อมโยงมากขึ้น จนกระทั่งกลายเป็นเครือข่ายระบบคอมพิวเตอร์ที่ใหญ่ที่สุดในโลก

ประโยชน์โดยทั่วไปของอินเตอร์เน็ต อินเตอร์เน็ตเป็นระบบเครือข่ายเปิดและสามารถติดต่อเชื่อมโยงตลอด 24 ชั่วโมง ดังนั้นเราจึงสามารเข้าถึง ข้อมูล ซึ่งประกอบด้วยข้อความ ภาพ และเสียงที่มีผู้นำเสนอไว้ได้โดยผ่านรูปแบบและเนื้อหาที่แตกต่างกัน นอกจากนั้นยังสามารถเป็นที่สื่อสารแลกเปลี่ยนความรู้ประสบการณ์ แนวคิดที่หลากหลายอาทิด้านการเมืองการอุตสาหกรรม การแพทย์ศาสนาสิ่งแวดล้อม ดนตรี กีฬา การค้า การท่องเที่ยว วัฒนธรรม เป็นต้น ซึ่งนอกจากจะรวดเร็วแล้วยังประหยัดค่าใช้จ่ายอีกด้วย

2.3 ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค เป็นการศึกษาปัจเจกบุคคล กลุ่มบุคคล หรือองค์การ และกระบวนการที่พวกเขาเหล่านั้นใช้เลือกสรร รักษา และกำจัด สิ่งที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ บริการ ประสบการณ์ หรือแนวคิด เพื่อสนองความต้องการและผลกระทบที่กระบวนการเหล่านี้มีต่อผู้บริโภคและสังคม พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการสมผสานจิตวิทยา สังคมวิทยา มานุษยวิทยาสังคม และเศรษฐศาสตร์ เพื่อพยายามทำความเข้าใจกระบวนการการตัดสินของผู้ซื้อ

ทั้งปัจเจกบุคคลและกลุ่มบุคคล พฤติกรรมผู้บริโภคศึกษาลักษณะเฉพาะของผู้บริโภคปัจเจกชน อาทิ ลักษณะทางประชากรศาสตร์และตัวแปรเชิงพฤติกรรม เพื่อพยายามทำความเข้าใจความต้องการของประชาชน พฤติกรรมผู้บริโภคโดยทั่วไปก็ยังพยายามประเมินสิ่งที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคโดยกลุ่มบุคคลเช่นครอบครัว มิตรสหาย กลุ่มอ้างอิง และสังคมแวดล้อมด้วยพฤติกรรมของผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง การแสดงออกของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้สินค้าและบริกรทางเศรษฐกิจ รวมทั้งกระบวนการในการตัดสินใจที่มีผลต่อการแสดงออก

พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง พฤติกรรมซึ่งผู้บริโภคทำการค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมินผล การใช้สอยผลิตภัณฑ์ และการบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

ความหมายของพฤติกรรมของผู้บริโภคไว้ว่าเป็นพฤติกรรมที่ผู้บริโภคแสดงออกไม่ว่าจะเป็นการเสาะหา ซื้อ ใช้ ประเมินผล หรือการบริโภคผลิตภัณฑ์ บริการ และแนวคิดต่าง ๆ ซึ่งผู้บริโภคคาด

ว่าจะสามารถตอบสนองความต้องการของตนได้เป็นการศึกษาการตัดสินใจของผู้บริโภคในการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ ทั้งเงิน เวลา และกำลังเพื่อบริโภคสินค้าและบริการต่าง ๆ อันประกอบด้วย ซื้ออะไร ทำไมจึงซื้อ ซื้อเมื่อไร อย่างไร ที่ไหน และบ่อยแค่ไหน

กล่าวโดยสรุปว่าพฤติกรรมของผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง การแสดงออกของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้สินค้าและบริการทางเศรษฐกิจ รวมไปถึงกระบวนการในการตัดสินใจที่มีผลต่อการแสดงออกของแต่ละบุคคล ซึ่งมีความแตกต่างกันออกไป

การศึกษาเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภค มีประโยชน์ทางการตลาด 5 ประการ ดังนี้

2.3.1 ช่วยให้นักการตลาดเข้าใจถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค

2.3.2 ช่วยให้ผู้เกี่ยวข้องสามารถหาหนทางแก้ไขพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคในสังคมได้ถูกต้องและสอดคล้องกับความสามารถในการตอบสนองของธุรกิจมากยิ่งขึ้น

2.3.3 ช่วยให้การพัฒนาตลาดและการพัฒนาผลิตภัณฑ์สามารถทำได้ดีขึ้น

2.3.4 เพื่อประโยชน์ในการแบ่งส่วนตลาด เพื่อการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ให้ตรงกับชนิดของสินค้าที่ต้องการ

2.3.5 ช่วยในการปรับปรุงกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจต่าง ๆ เพื่อความได้เปรียบคู่แข่งขัน

ประเภทของการบริโภค สามารถแบ่งได้ตามลักษณะของสินค้าเป็น 2 ประเภท คือ

1) การบริโภคสินค้าไม่คงทน (nondurable goods consumption) คือการบริโภคสิ่งของชนิดที่สิ้นเปลืองหรือใช้หมดไป เรียกว่า destruction เช่น การบริโภคน้ำ อาหาร ยารักษาโรค น้ำมันเชื้อเพลิง ฯลฯ

2) การบริโภคสินค้าคงทน (durable goods consumption) คือการบริโภคสิ่งของที่ยังคงใช้ได้อีก ลักษณะนี้เรียกว่า diminution เช่น การอาศัยบ้านเรือน การใช้รถยนต์ เครื่องใช้ไฟฟ้า เครื่องนุ่งห่ม ฯลฯ อย่างไรก็ตาม สินค้าประเภทนี้ก็จะค่อย ๆ สึกหรอไป จนในที่สุดจะไม่สามารถนำมาใช้ได้อีก สามารถอธิบายได้ด้วย โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค เป็นระบบที่เกิดขึ้นจากสิ่งเร้า หรือสิ่งกระตุ้น(Stimulus) ให้เกิดความต้องการ (Need) ในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ มีอิทธิพลอิทธิพล ทำให้เกิดการตอบสนอง (Buyer's response) หรือ การตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer's purchase decision) โดยสามารถเรียกว่าโมเดลที่ใช้อธิบายระบบนี้ได้อีกลักษณะว่า S-R Theory ประกอบด้วย 3 ส่วนสำคัญ ได้แก่

2.1) สิ่งกระตุ้น (Stimulus) ทั้งภายในและภายนอก นักการตลาดจะสนใจเน้นการสร้างสิ่งกระตุ้นทางการตลาดซึ่งควบคุมได้ และ สิ่งกระตุ้นอื่นที่ควบคุมไม่ได้

2.2) ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's black box) เปรียบเสมือนกล่องดำ (Black box) ซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถทราบได้ ต้องพยายามค้นหาความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อที่ได้รับอิทธิพลจากลักษณะของผู้ซื้อ และกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ

3.3) การตอบสนอง (Buyer's Response) การตอบสนองหรือการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อหรือ ผู้บริโภคจะมีการตัดสินใจในประเด็นต่าง ๆ

กระบวนการพฤติกรรมผู้บริโภค (Process of Behavior)

1. พฤติกกรมเกิดขึ้นได้ต้องมีสาเหตุทำให้เกิด

2. พฤติกรรมเกิดขึ้นได้จะต้องมีสิ่งจูงใจหรือแรงกระตุ้น

3. พฤติกรรมที่เกิดขึ้นย่อมมุ่งไปสู่เป้าหมาย

ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค

1. ปัจจัยทางวัฒนธรรม เป็นปัจจัยขั้นพื้นฐานที่สุดในการกำหนดความต้องการและพฤติกรรมของ มนุษย์ เช่น การศึกษา ความเชื่อ ยังรวมถึงพฤติกรรมส่วนใหญ่ที่ได้รับการยอมรับภายในสังคมใดสังคมหนึ่งโดยเฉพาะลักษณะชั้นทางสังคม ประกอบด้วย 6 ระดับ

ขั้นที่ 1 Upper-Upper Class ประกอบด้วยผู้ที่มีชื่อเสียงเก่าแก่เกิดมาบนกองเงินกองทอง

ชั้นที่ 2 Lower –Upper Class เป็นชั้นของคนรวยหน้าใหม่ บุคคลเหล่านี้เป็นผู้ยิ่งใหญ่ในวงการบริหาร เป็นผู้ที่มีรายได้สูงสุดในจำนวนชั้นทั้งหมด จัดอยู่ในระดับมหาเศรษฐี

ชั้นที่ 3 Upper-Middle Class ประกอบด้วยชายหญิงที่ประสบความสำเร็จในวิชาอื่น ๆ สมาชิกชั้นนี้ส่วนมากจบปริญญาจากมหาวิทยาลัย กลุ่มนี้เรียกกันว่าเป็นตาเป็นสมองของสังคม

ชั้นที่ 4 Lower-Middle Class เป็นพวกที่เรียกว่าคนโดยเฉลี่ย ประกอบด้วยพวกที่ไม่ใช่ฝ่ายบริหาร เจ้าของธุรกิจขนาดเล็ก พวกทำงานนั่งโต๊ะระดับต่ำ

ชั้นที่ 5 Upper-Lower Class เป็นพวก จนแต่ซื่อสัตย์ ได้แก่ชนชั้นทำงานเป็นชั้นที่ใหญ่ที่สุดในชั้นทางสังคม

ชั้นที่ 6 Lower-Lower Class ประกอบด้วยคนงานที่ไม่มีความชำนาญกลุ่มชาวนาที่ไม่มีที่ดินเป็นของตนเองชนกลุ่มน้อย

2. ปัจจัยทางสังคม เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวันและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซ้อ ซึ่ง ประกอบด้วยกลุ่มอ้างอิง ครอบครัว บทบาท และสถานะของผู้ซื้อ

2.1 กลุ่มอ้างอิง หมายถึงกลุ่มใด ๆ ที่มีการเกี่ยวข้องกัน ระหว่างคนในกลุ่ม แบ่งเป็น 2 ระดับ

-กลุ่มปฐมภูมิ ได้แก่ครอบครัว เพื่อนสนิท มักมีข้อจำกัดในเรื่องอาชีพ ระดับชั้นทางสังคม และช่วงอายุ

-กลุ่มทุติยภูมิ เป็นกลุ่มทางสังคมที่มีความสัมพันธ์แบบตัวต่อตัว แต่ไม่บ่อย มีความเหนียวแน่นน้อยกว่ากลุ่มปฐมภูมิ

2.2 ครอบครัว เป็นสถาบันที่ทำการซื้อเพื่อการบริโภคที่สำคัญที่สุด นักการตลาดจะพิจารณา ครอบครัวมากกว่าพิจารณาเป็นรายบุคคล

2.3 บทบาททางสถานะ บุคคลที่จะเกี่ยวข้องกับหลายกลุ่ม เช่น ครอบครัว กลุ่มอ้างอิง ทำให้ บุคคลมีบทบาทและสถานภาพที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม

3. ปัจจัยส่วนบุคคล การตัดสินใจของผู้ซื้อมักได้รับอิทธิพลจากคุณสมบัติส่วนบุคคลต่าง ๆ เช่น อายุ อาชีพ สภาวการณ์ทางเศรษฐกิจ การศึกษา รูปแบการดำเนินชีวิต วัฏจักรชีวิตครอบครัว

4. ปัจจัยทางจิตวิทยา การเลือกซื้อของบุคคลได้รับอิทธิพลจากปัจจัยทางจิตวิทยา ซึ่งจัดปัจจัยในตัว ผู้บริโภคที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อและใช้สินค้า ปัจจัยทางจิตวิทยาประกอบด้วย การจูงใจ การรับรู้ ความเชื่อและเจตคติ บุคลิกภาพและแนวความคิดของตนเอง

ทั้งนี้มนุษย์มักจะแสดงออกจากความต้องการที่อยู่ภายใน ซึ่งมาสโลว์ได้กำหนดทฤษฎีลำดับขั้นตอนของความต้องการซึ่งกำหนดความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ไว้ 5 ระดับ ซึ่งจัดลำดับจากความต้องการระดับต่ำไปยังระดับสูง มีผลต่อระบบการตัดสินใจและพฤติกรรมผู้บริโภค ดังนี้

1. ความสำเร็จส่วนตัว
2. ความต้องการด้านอีโก้ (ความภาคภูมิใจ สถานะ ความเคารพ)
3. ความต้องการด้านสังคม
4. ความปลอดภัยและมั่นคง
5. ความต้องการของร่ายกาย

กระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ

ขั้นที่ 1 การรับรู้ถึงปัญหา กระบวนการซื่อจะเกิดขึ้นเมื่อผู้ซื้อตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการของตนเอง

ขั้นที่ 2 การค้นหาข้อมูล ในขั้นนี้ผู้บริโภคจะแสวงหาข้อมูลเพื่อตัดสินใจ ในขั้นแรกจะค้นหาข้อมูลจากแหล่งภายในก่อน เพื่อนำมาใช้ในการประเมินทางเลือก หากยังได้ข้อมูลไม่เพียงพอก็ต้องหาข้อมูลเพิ่มจากแหล่งภายนอก

ขั้นที่ 3 การประเมินผลทางเลือก ผู้บริโภคจะนำข้อมูลที่ได้รวบรวมไว้มาจัดเป็นหมวดหมู่และวิเคราะห์ข้อดี ข้อเสีย ทั้งในลักษณะการเปรียบเทียบหาทางเลือกและความคุ้มค่ามากที่สุด

ขั้นที่ 4 การตัดสินใจเลือกทางเลือกที่ดีที่สุด หลังการประเมิน ผู้ประเมินจะทราบข้อดี ข้อเสีย หลังจากนั้นบุคคลจะต้องตัดสินใจเลือกทางเลือกที่ดีที่สุดในการแก้ปัญหามักใช้ประสบการณ์ในอดีตเป็นเกณฑ์ ทั้งประสบการณ์ของตนเองและผู้อื่น

ขั้นที่ 5 การประเมินภายหลังการซื้อ เป็นขั้นสุดท้ายหลังจากการซื้อ ผู้บริโภคจะนำผลิตภัณฑ์ที่ซื้อนั้นมาใช้ และในขณะเดียวกันก็จะทำการประเมินผลิตภัณฑ์นั้นไปด้วย ซึ่งจะเห็นได้ว่ากระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเป็นกระบวนการต่อเนื่อง ไม่ได้หยุดตรงที่การซื้อ

ตัวชี้วัดและการประยุกต์ใช้

พฤติกรรมผู้บริโภคมีส่วนสำคัญอย่างมาก เพราะเป็นข้อมูลเบื้องต้น ในการนำมาวิเคราะห์ตลาดเป้าหมายและการวางแผนเพื่อดำเนินกิจกรรมตลาด ตลอดจนการติดต่อสื่อสารและการวางกลยุทธ์ ยุทธวิธีที่เหมาะสมที่สุด เป็นรูปแบบการจัดกิจกรรมการตลาดและการสื่อสารการตลาดโดยองค์รวมที่มีเอกภาพและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ นำไปสู่เป้าหมายทางธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นพฤติกรรมการเลือก การตัดสินใจซื้อ ซื้อซ้ำ ระยะเวลาซื้อ แลแบรนด์ทีแข็งแรง

2.4 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ

2.4.1 ความหมายและความสำคัญของความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน

ความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน เป็นความรู้สึกของบุคคลที่มีต่องานททำ อันบ่งถึงระดับความพอใจในการที่ได้รับการตอบสนองทั้งทางร่างกาย จิตใจ และสภาพแวดล้อม ของบุคคลเหล่านั้นว่ามีมากน้อยเพียงใด จากนิยามดังกล่าวข้างต้น พอจะสรุปความหมายของความพึงพอใจในการปฏิบัติงานได้ว่า เป็น ความรู้สึกเชิงบวกของพนักงานที่ได้รับจากการทำงานอันเนื่องมาจากการได้รับการสนองตอบความต้องการพื้นฐานจากองค์กรตามที่ได้คาดหวังไว้ ซึ่งพิจารณาได้ว่าความพึงพอใจใน การปฏิบัติงานเป็น เรื่องที่สัมพันธ์กับความต้องการหรือแรงจูงใจของแต่ละปัจเจกบุคคล ดังนั้น ประเด็นนี้

จึงมีความสำคัญ มากต่อการบริหารจัดการองค์กรให้ประสบความสำเร็จและสามารถดำเนินกิจการ ได้บรรลุพันธกิจ ที่ตั้งไว้

สำหรับทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน พบว่าแนวคิดที่รู้จักกัน อย่างกว้างขวางในประเด็นของการศึกษาความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน คือ Hawthorne Studies เป็นการนำเสนอจิตวิทยาในสถานที่ทำงาน ซึ่งแนวคิดของการศึกษาบนพื้นฐานที่ว่าคนทำงานหรือผู้ปฏิบัติงานนั้นมีอารมณ์และความรู้สึกซึ่งจะมีผลกระทบต่อพฤติกรรมการทำงาน ซึ่งการศึกษาในระยะต้นพบว่าความรู้สึกและทัศนคติของคนทำงานจะมีผลต่ออัตราผลผลิต

อย่างไรก็ดี การศึกษาตามแนวทางนี้ถูกวิจารณ์ว่าให้ความสนใจกับบุคคลผู้ปฏิบัติงาน มากเกิน กว่าความสนใจเรื่ององค์การและวิธีการจัดการ และแนวคิดนี้ก็ได้ถูกวิจารณ์โดย นักวิเคราะห์โครงสร้างโดยเตือนให้ระวังในเรื่องของความขัดแย้งและความรู้สึกแปลกแยก และ หลังจากนั้นก็เป็นจุดเริ่มต้นของแนวคิดแรงจูงใจในเวลาต่อมา ดังนั้นการที่จะทำให้ผู้ปฏิบัติงานเกิดความพึงพอใจในการทำงานและให้ความร่วมมือ กับองค์กร จึงจำเป็นต้องมีการสร้างแรงจูงใจในการชักนำให้เกิดพฤติกรรมแห่งความร่วมมือในการทำงาน และ สร้างบรรยากาศที่ดีในการทำงานของร่วมของบุคลากรในองค์กร ซึ่งทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง กับความพึง พอใจในการปฏิบัติงานนั้น มีดังนี้

2.4.2 ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ (Maslor's Hierarchy of Needs Theory)

ความต้องการที่เรียงลำดับจาก ระดับพื้นฐาน มากที่สุดไปยังระดับสูงสุด ขอบข่ายของมาสโลว์จะอยู่บนพื้นฐานของสมมุติฐาน รากฐาน 3 ข้อ คือ 1) บุคคล คือ สิ่งมีชีวิตที่มีความต้องการ ความต้องการของบุคคลสามารถมี อิทธิพลต่อพฤติกรรมของพวกเข้าได้ ความต้องการที่ยังไม่ถูกตอบสนองเท่านั้นสามารถมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมความต้องการที่ ถูกตอบสนองแล้วจะไม่เป็นสิ่งจูงใจ 2) ความต้องการของบุคคลจะถูก เรียงลำดับตามความสำคัญ หรือเป็นลำดับชั้นจากความต้องการพื้นฐาน (เช่น อาหารและที่อยู่อาศัย) ไปจนถึงความต้องการที่ ซับซ้อน (เช่น ความสำเร็จ) และ 3) บุคคลที่จะก้าวไปสู่ความต้องการระดับ ต่อไปเมื่อความต้องการ ระดับต่ำ ลงมาได้ถูกตอบสนองอย่างดีแล้วเท่านั้น นั่นคือ คนงานจะมุ่งการ ตอบสนองความต้องการ สภาพแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัยก่อนก่อนที่จะถูกจูงใจให้มุ่งไปสู่การ ตอบสนองความต้องการ ทางสังคม Maslow ทำการศึกษาเขาแบ่งความต้องการของมนุษย์เป็น 5 ลำดับ ลำดับ 1-4 เป็นความ ต้องการระดับต้นลำดับที่ 5 เป็นความต้องการระดับสูง

ลำดับขั้นที่ 1 ความต้องการทางสรีระ (Physiological Needs) ซึ่งเป็นความต้องการทางลำดับต่ำสุด ความต้องการเหล่านี้หมายถึงแรงผลักดันทางชีววิทยาพื้นฐาน เช่น ความต้องการ อาหาร อากาศ น้ำ และที่อยู่อาศัย เพื่อการตอบสนองความต้องการเหล่านี้ องค์กรจะต้องให้ เงินเดือนอย่างเพียงพอแก่บุคคลจะรับภาระสภาพการดำรงชีวิตอยู่ได้ (เช่น อาหารและที่อยู่อาศัย)

ลำดับขั้นที่ 2 ความต้องการความปลอดภัย (Safety Needs) ความต้องการนี้เป็นความต้องการลำดับที่ 2 ซึ่งถูกกระตุ้นภายหลังจากที่ความต้องการทางร่างกายถูกตอบสนองแล้ว ความต้องการความปลอดภัยจึงหมายถึงความต้องการสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัยปราศจากอันตรายทางร่างกายและจิตใจ หากองค์กรสามารถตอบสนองความต้องการนี้ได้ในหลากหลายแนวทาง เช่น การให้ประกันชีวิตและสุขภาพ สภาพแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัย กฎและข้อบังคับที่ยุติธรรมและสมควรและการยอมให้มีสภาพแรงงาน เป็นต้น

ลำดับขั้นที่ 3 ความต้องการทางสังคม(Belonging needs) หมายถึง ความต้องการที่จะเข้าร่วมและได้รับการยอมรับในสังคม ความเป็นมิตร และความรักจากเพื่อนร่วมงาน เช่น ความ อยากมีเพื่อน มีพวกพ้อง มีกลุ่ม มีครอบครัว และมีความรัก เป็นต้น

ลำดับขั้นที่ 4 ความต้องการเป็นที่ยอมรับ ยกย่องและให้เกียรติยศชื่อเสียง (Estem needs) เป็นความต้องการระดับที่ 4 ความต้องการเหล่านี้หมายถึง ความต้องการของบุคคลที่จะสร้าง การเคารพตนเองและการชมเชยจากบคุคลอื่น ความต้องการชื่อเสียงและการยกย่องจากบุคคลอื่นจะ เป็นความต้องการประเภทนี้ เช่น การประกาศ “บุคคลดีเด่น” ประจำเดือน ถือเป็นตัวอย่างของการตอบสนองความต้องการเกียรติยศชื่อเสียง

ลำดับขั้นที่ 5 ความต้องการความสมหวังของชีวิต (Self-Actualization Needs) ความต้องการความสมหวังของชีวิตคือ ความต้องการระดับสูงสุด เป็นความต้องการที่จะบรรลุความ สมหวังของตนเองด้วยการใช้ความสามารถ ทักษะ และศักยภาพอย่างเต็มที่ บุคคลที่ถูกจูงใจด้วย ความต้องการความสมหวังของชีวิตจะแสวงหางานที่ท้าทายความสามารถ

จากข้างต้น พิจารณาได้ว่าทฤษฎีนี้มีทัศนะว่า ความต้องการของมนุษย์นั้นเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา และจะตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของหน่วยงาน พร้อมทั้งยืนยืนว่า ลำดับขั้นของความต้องการนี้เป็นแรงขับพื้นฐานที่จะจูงใจให้แต่ละบุคคลเข้าร่วมกิจกรรมของหน่วยงานและไม่คิดโยกย้ายเปลี่ยนงาน แต่กลับที่จะมุ่งให้บรรลุวัตถุประสงค์ของหน่วยงานในการนำทฤษฎีนี้ไปใช้ ในหน่วยงาน จำเป็นต้องต้องคำนึงถึงหลักของการสร้างแรงจูงใจ กล่าวคือ ความต้องการใดที่ ได้รับการตอบสนองแล้ว จะไม่เกิดแรงจูงใจของพฤติกรรมอีกต่อไป ดังนั้นหากจำเป็นต้องจูงใจ ด้วยความต้องการในลำดับขั้นต่อไป จึงจะสามารถชักจูงให้เกิดพฤติกรรมได้

2.5 ทฤษฎีเครือข่ายสังคมออนไลน์

เครือข่ายสังคมออนไลน์ หรือบริการเครือข่ายสังคม เป็นคำที่ให้ความหมายเหมือนกัน โดยในวิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี ได้เปลี่ยนจากเครือข่ายสังคมออนไลน์ เป็นบริการเครือข่ายสังคม แล้ว มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายไว้ดังนี้

บริการเครือข่ายสังคม (social network service) เป็นรูปแบบของเว็บไซต์ ในการสร้างเครือข่ายสังคม สำหรับผู้ใช้งานในอินเทอร์เน็ต เขียนและอธิบายความสนใจ และกิจการที่ได้ทำ และเชื่อมโยงกับความสนใจและกิจกรรมของผู้อื่นในบริการเครือข่ายสังคมมักจะประกอบไปด้วย การแชท ส่งข้อความ ส่งอีเมล วิดีโอเพลง อัปโหลดรูป บล็อก การทำงานคือ คอมพิวเตอร์เก็บ ข้อมูลพวกนี้ไว้ในรูปฐานข้อมูล sql ส่วน video หรือ รูปภาพ อาจเก็บเป็นไฟล์ก็ได้ บริการเครือข่าย สังคมที่เป็นที่นิยมได้แก่ ไฮไฟฟ์ มายสเปซ เฟซบุ๊ก ออร์กัต มัลติพลาย โดยเว็บเหล่านี้มีผู้ใช้จำนวน มาก เช่น เฟซบุ๊กเป็นเว็บไซต์ที่คนไทยใช้มากที่สุด ในขณะที่ออร์กัตเป็นที่นิยมมากที่สุดในประเทศ อินเดีย ปัจจุบัน บริการเครือข่ายสังคม มีผลประโยชน์คือหาเงินจากการโฆษณา การเล่นเกมโดยใช้ บัตรเติมเงิน วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี, (2555: ออนไลน์)

Social Network คือการที่ผู้คนสามารถทำความรู้จัก และเชื่อมโยงกันในทิศทางใด ทิศทางหนึ่ง หากเป็นเว็บไซต์ที่เรียกว่าเป็น เว็บ Social Network ก็คือเว็บไซต์ที่เชื่อมโยงผู้คนไว้ ด้วยกันนั้นเองสำหรับตัวอย่าง Social Network เช่น hi5 หรือ facebook ซึ่งเป็น social network เต็ม

รูปแบบอีกอย่างหนึ่งที่ทำให้ผู้คนได้มาทำความรู้จักกันโดยเลือกได้ว่า ต้องการทำความรู้จักกับใคร หรือเป็นเพื่อนกับใคร กติกา สายเสนีย์, (2554: ออนไลน์)

Social Network ยังไม่มีคำไทยเป็นทางการมีการใช้คำว่า “เครือข่ายสังคม” “เครือข่ายมิตรภาพ” หรือ “กลุ่มสังคมออนไลน์” Social Network นี้ถือว่าเป็นเทคโนโลยีอันหนึ่งที่สามารถช่วยให้เราได้มีปฏิสัมพันธ์กัน ซึ่งวัตถุประสงค์ของคำว่า Social Network นี้คือ Participation หรือการมีส่วนร่วมด้วยกันได้ทุก ๆ คน ถ้าพูดถึง Social Network แล้ว คนที่อยู่ในโลกออนไลน์ย่อมจะรู้จักกันเป็นอย่างดี และก็คงมีอีกหลายคนที่ได้เข้าไปท่องอยู่ในโลกของ Social Network มาแล้ว ถึงแม้ว่า Social Network จะไม่ใช่สิ่งใหม่ในโลกออนไลน์ แต่ก็ยังเป็นที่นิยมอย่างมากในกลุ่มคนที่ ใช้อินเทอร์เน็ต ทำให้เครือข่ายขยายวงกว้างออกไปเรื่อย ๆ และจะยังคงแรงต่อไปอีกในอนาคต จากผลการสำรวจจากประเทศสหรัฐอเมริกายืนยันการใช้บริการ Social Network ที่เพิ่มสูงขึ้นอย่าง ต่อเนื่องทุกปี และมาแรงเป็นอันดับต้นๆ ของโลกออนไลน์ ส่วนเว็บไซต์ที่มีจำนวนผู้เข้าชมสูงสุด ทั่ว โลกได้แก่ My Space, facebook และ orkut สำหรับเว็บไซต์ที่มีเปอร์เซ็นต์เติบโตเพิ่มขึ้นเป็น เท่าตัวคือ facebook แต่สำหรับประเทศไทยที่นิยมคือ hi5 จุไรรัตน์ ทองคำชื่นวิวัฒน์, (2554: ออนไลน์) Social Network คือ สังคมออนไลน์ที่จะช่วยให้หาเพื่อนบนโลกอินเทอร์เน็ตได้ง่ายๆ ซึ่ง สามารถที่จะสร้างพื้นที่ส่วนตัวขึ้นมา เพื่อแนะนำตัวเองได้ เช่น hi5 Friendster My Space Face Book เหล่านี้ล้วนแล้วแต่เป็นเว็บที่สร้างขึ้นมาเพื่อตอบสนองความต้องการในการติดต่อธุรกิจหรือหาเพื่อนบนโลกไซเบอร์ทั้งสิ้น

เว็บเครือข่ายสังคม (Social Networking Site) เป็นสถานที่พบปะสังสรรค์แบบ ออนไลน์อีกแห่งหนึ่งที่ให้ผู้ใช้บริการสามารถสร้างประวัติส่วนตัวและสร้างเครือข่ายส่วนบุคคล ของตนเพื่อติดต่อกับผู้คนอื่นได้

Social Networking ชุมชนออนไลน์ เป็นชุมชนเล็ก ๆ ในโลกออนไลน์ ที่ไม่ต้องการ พื้นที่ทาง กายภาพในการสร้างชุมชน ใคร ๆ ก็สามารถเข้าถึงชุมชนแห่งนี้ได้ ถ้าคุณเป็นคนที่มีความ สนใจในเรื่อง เดียวกันชุมชนออนไลน์มีหลายแบบ แบบที่คุณมีบ้านอยู่ในชุมชนนั้น อย่าง hi5 facebook

Social Networking ถือเป็นแหล่งรวมผลงาน และความคิดสร้างสรรค์ เป็นแหล่งแลกเปลี่ยน เรียนรู้และต่อยอดความรู้ เป็นห้องสมุดขนาดใหญ่และเป็นแหล่งสร้างเพื่อนสร้างเครือข่าย

2.6 แนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบเว็บไซต์

ทฤษฎีการออกแบบเว็บไซต์ วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี ได้ให้คำจำกัดความของเว็บไซต์ (Web site) หมายถึง หน้าเว็บเพจหลายหน้า ซึ่งเชื่อมโยงกันผ่านทางไฮเปอร์ลิงก์ ส่วนใหญ่จัดทาขึ้นเพื่อนำเสนอข้อมูลผ่านคอมพิวเตอร์ โดยถูกจัดเก็บไว้ในเวิลด์ไวด์เว็บหน้าแรกของเว็บไซต์ที่เก็บไว้ที่ ชื่อหลักจะเรียกว่า โฮมเพจ เว็บไซต์โดยทั่วไปจะให้บริการต่อผู้ใช้ฟรี แต่ในขณะเดียวกันบางเว็บไซต์จำเป็นต้องมีการสมัครสมาชิกและเสียค่าบริการ เพื่อที่จะดูข้อมูลในเว็บไซต์นั้น ซึ่งได้แก่ ข้อมูลทางวิชาการ ข้อมูลตลาดหลักทรัพย์ หรือข้อมูลสื่อต่าง ๆ การเรียกดูเว็บไซต์โดยทั่วไปนิยมเรียกดูผ่านซอฟต์แวร์ในลักษณะของเว็บเบราว์เซอร์

โดยองค์ประกอบของการออกแบบเว็บไซต์ มีดังนี้คือ

2.6.1 ความเรียบง่าย ได้แก่ มีรูปแบบที่เรียบง่าย ไม่ซับซ้อน และใช้งานได้สะดวก ไม่มีกราฟิก หรือตัวอักษรที่เคลื่อนไหวอยู่ตลอดเวลา ชนิดและสีของตัวอักษรไม่มากจนเกินไปทำให้วุ่นวาย

2.6.2 ความสม่ำเสมอ ได้แก่ ใช้รูปแบบเดียวกันตลอดทั้งเว็บไซต์ เช่น รูปแบบของหน้า สไตล์ของกราฟิก ระบบแนววิเกชันและโทนสี ควรมีความคล้ายคลึงกันตลอดทั้งเว็บไซต์

2.6.3 ความเป็นเอกลักษณ์การออกแบบเว็บไซต์ ควรคำนึงถึงอัตลักษณ์และลักษณะขององค์กรเพราะ รูปแบบของเว็บไซต์จะสะท้อนถึงเอกลักษณ์และลักษณะขององค์กรนั้น ๆ เช่นถ้าเป็นเว็บไซต์ของทางราชการจะต้องดูน่าเชื่อถือไม่เหมือนสวนสนุก ฯลฯ

2.6.4 เนื้อหาที่มีประโยชน์ เนื้อหาเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดในเว็บไซต์ ดังนั้นควรจัดเตรียมเนื้อหาและข้อมูลที่ ผู้ใช้ต้องการให้ถูกต้อง และสมบูรณ์ มีการปรับปรุงและเพิ่มเติมให้ทันเหตุการณ์อยู่เสมอ เนื้อหาไม่ควรซ้ำกับเว็บไซต์อื่นจึงจะดึงดูดความสนใจ

2.6.5 ระบบแนววิเกชันที่ใช้งานง่าย ต้องออกแบบให้ผู้ใช้เข้าใจง่ายและใช้งานสะดวกใช้กราฟิกที่สื่อความหมายร่วมกับคำอธิบายที่ชัดเจน มีรูปแบบและลำดับของรายการที่สม่ำเสมอ เช่น วางไว้ ตำแหน่งเดียวกันของทุกหน้า

2.6.6 ลักษณะที่น่าสนใจหน้าตาของเว็บไซต์ ต้องมีความสัมพันธ์กับคุณภาพขององค์ประกอบ ประกอบต่าง ๆ เช่น คุณภาพของกราฟิกที่จะต้องสมบูรณ์ การใช้สี การใช้ตัวอักษรที่อ่านง่าย สบายตา การใช้ โทนสีที่เข้ากัน ลักษณะหน้าตาที่น่าสนใจนั้นขึ้นอยู่กับความชอบของแต่ละบุคคล

2.6.7 การใช้งานอย่างไม่จำกัด ผู้ใช้ส่วนใหญ่สามารถเข้าถึงได้มากที่สุดเลือกใช้บราวเซอร์ชนิดใดก็ได้ในการเข้าถึงเนื้อหาสามารถแสดงผลได้ทุกระบบปฏิบัติการและความละเอียดหน้าต่าง ๆ กันอย่างไม่มีปัญหา เป็นลักษณะสำคัญสำหรับผู้ใช้ที่มีจำนวนมาก

2.6.8 คุณภาพในการออกแบบ และ การเรียบเรียงเนื้อหาอย่างรอบคอบสามารถสร้างความรู้สึกว่าเว็บไซต์มีคุณภาพถูกต้องและเชื่อถือได้

2.6.9 ระบบการใช้งานที่ถูกต้องการใช้แบบฟอร์มสำหรับกรอกข้อมูลต้องสามารถกรอกได้จริง ใช้งานได้จริงลิงค์ต่าง ๆ จะต้องเชื่อมโยงไปหน้าที่มีอยู่จริงและถูกต้องระบบการทำงานต่าง ๆ ในเว็บไซต์จะต้องมีความแน่นอนและทำหน้าที่ได้อย่างถูกต้อง

กรอบของกระบวนการทำงาน (Framework) ที่แสดงให้เห็นถึงขั้นตอนของการพัฒนาเว็บตั้งแต่เริ่มต้นกระบวนการจนกระทั้งสิ้นสุดกระบวนการ เพื่อให้พัฒนาเว็บเป็นไป อย่างมีแบบแผน แบบจำลองกระบวนการพัฒนา แบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอนได้แก่

1) การสร้างกลยุทธ์ในการออกแบบ (Strategy Plane) เป็นขั้นตอนการวิเคราะห์ปัจจัย 3 ประการคือผู้ใช้ องค์กร และองค์กรที่มีลักษณะงานประเภทเดียวกันเพื่อทราบเป้าหมายหรือแนวทางในการพัฒนาเว็บไซต์โดยปัจจัยทั้ง 3 ประการมีรายละเอียดดังนี้

ผู้ใช้ เป็นการวิเคราะห์ความต้องการของผู้ใช้ โดยศึกษาหรือทำการสำรวจจากผู้ใช้ที่เป็นกลุ่มเป้าหมายเพื่อตอบคำถามว่า เมื่อผู้ใช้เข้ามายังหน้าเว็บแล้วต้องการได้รับข้อมูลใดกลับไปบ้าง มีฟังก์ชั่นหรือการใช้งานรูปแบบใดบนเว็บไซต์ที่ผู้ใช้ต้องการ และปัญหาหรือข้อบกพร่องที่เกิดจากการใช้งานเว็บที่ได้พบ

องค์กร เป็นการวิเคราะห์เป้าหมายทางธุรกิจทั้งในส่วนเงินทุนบุคลากรและความเป็นไปได้ที่จะพัฒนาเว็บไซต์ขึ้นมาเพื่อใช้งานรวมทั้งการเก็บรวบรวมข้อมูลขององค์กรที่จำเป็นต่อการออกแบบหน้าเว็บ เช่นแบบเนอร์ ซึ่งจะช่วยให้ผู้ใช้จดจำเว็บไซต์ได้ง่ายขึ้น

องค์กรที่มีลักษณะงานประเภทเดียวกันเป็นการประเมินขอบเขตข้อมูลรูปแบบนำเสนอ และเป้าหมายขององค์กรเพื่อพิจารณาจุดอ่อนจุดแข็งของการออกแบบเว็บแล้วนำมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาเว็บขององค์กรต่อไป

2) การกำหนดขอบเขตของข้อมูล (Scope Plane) เป็นการสรุปขอบเขตของข้อมูลที่ควรมีบนหน้าเว็บให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้นเนื่องจากผู้ออกแบบบางคนมีเทคนิคนำเสนอข้อมูลที่ชื่นชอบหรือมีแนวทางพัฒนาเว็บหลายวิธีจนทำให้เกิดความสับสน ขั้นตอนนี้จึงเป็นการสรุปแนวทางพัฒนาเว็บ โดยพิจารณาขอบเขตข้อมูลให้สอดคล้องกับเป้าหมายที่ได้จากการวิเคราะห์ปัจจัย 3 ประการในขั้นตอนแรกสามารถจำแนกข้อมูลบนเว็บไซต์ออกเป็น 2 ประเภทดังนี้

เนื้อหา (Content Requirements) เป็นข้อมูลทั่วไปที่นำเสนอให้กับผู้ใช้งาน เช่น ข้อความบรรยาย รูปภาพ เป็นต้น

การใช้งาน (Functional Specifications) เป็นระบบการทำงานหรือการใช้งานบนหน้าเว็บ ซึ่งมักจะเป็นงานที่ต้องมีการปฏิสัมพันธ์โต้ตอบกับผู้ใช้ เช่น การรับส่ง E-mail การประมวลค่าข้อมูลของฟอร์ม โปรแกรมสนทนาและผู้ใช้เป็นต้น

3) การจัดทำโครงสร้างข้อมูล (Structure Plane) ภายหลังจากที่ได้กำหนดขอบเขตข้อมูลแล้ว ก็จะเริ่มต้นกำหนดความสัมพันธ์ระหว่างเนื้อหาและหน้าที่งานบนเว็บไซต์

4) การออกแบบโครงร่างเว็บเพจ (Skeleton Plane) เป็นการจัดแบ่งพื้นที่บนหน้าเว็บ เพื่อใช้วางองค์ประกอบส่วนต่าง ๆ และเริ่มต้นออกแบบส่วนอินเตอร์เฟสกับผู้ใช้ โดยสร้างระบบนำทาง (Navigation System) เพื่อเชื่อมโยงการทำงานทุกส่วนเข้าไว้ด้วยกันโดยในขั้นตอนนี้จะประกอบด้วยกิจกรรมย่อย 3 กิจกรรมคือ

การออกแบบร่างหน้าตาเว็บเพจ (Interface Design) เป็นขั้นตอนของการออกแบบร่างหน้าตาเว็บเพจ ซึ่งเป็นการวางองค์ประกอบสารสนเทศส่วนต่าง ๆ ของเว็บเพจ ว่าสิ่งใดควรจะอยู่ตรงไหนของหน้าเว็บเพจนั้น ๆ เป็นการเริ่มออกแบบและสเก็ตรูปแบบของเว็บเพจลงบนกระดาษก่อนที่จะลงมือทำเว็บไซต์ โดยกำหนดตำแหน่งเมนู ข้อความ รูปภาพ พื้นหลังของหน้าและใช้วิธีการจัดโครงสร้างทุก ๆ หน้า ให้มีความเหมือนกัน เช่น จัดเมนูไว้บริเวณคอลัมน์ด้านซ้ายของหน้า วิธีการกำหนดที่แน่นอนให้กับองค์ประกอบต่าง ๆ ในเว็บเพจ ซึ่งจะช่วยให้มองเห็นภาพรวมที่ชัดเจนก่อนที่จะลงมือสร้างเว็บเพจ และการออกแบบส่วนติดต่อระหว่างผู้ใช้กับเว็บไซต์ เพื่อการนำเสนอ รับชมและใช้งานข้อมูลบนเว็บนั้นด้วยการโต้ตอบกับคอมพิวเตอร์ การออกแบบอินเตอร์เฟสบนเว็บไซต์ที่ดีมุ่งเน้นประสิทธิภาพหรือความสามารถในการใช้เว็บเป็นสำคัญ โดยจะต้องสามารถใช้งานได้ง่าย ใช้งานได้จริง และให้ผลเป็นที่พอใจของผู้ใช้งาน

การออกแบบระบบนำทาง (Navigation Design) เป็นการออกแบบเส้นทางการเชื่อมโยงบนเว็บไซต์ เพื่อให้ผู้ใช้งานสามารถท่องเที่ยวไปในไซต์ได้อย่างสมบูรณ์แบบและไม่หลงทาง โดยใช้เครื่องมือนำทางรูปแบบต่าง ๆ เช่นรายการเมนูเชื่อมโยง (Navigation bar) ส่วนค้นหา (Search) หรือ Drop-Down Menu เป็นต้น

การออกแบบส่วนข้อมูล (Information Design) เป็นงานที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเลือกใช้วิธีนำเสนอข้อมูลอย่างไรจึงจะเหมาะสมกับชนิดข้อมูลนั้น และทำให้ผู้ใช้เข้าใจง่ายที่สุด ยกตัวอย่างเช่น ตัวเลขทางสถิติควรเลือกนำเสนอด้วยรูปแบบตาราง กราฟ หรือแผนภูมิ ภาพสินค้าเคลื่อนไหวควรเลือกนำเสนอด้วยรูปถ่าย วิดีโอ เป็นต้น นอกจากนี้การออกแบบ ส่วนข้อมูลยังรวมถึงการจัดข้อมูลให้เป็นระเบียบ หมวดหมู่ ทำให้ผู้ใช้ อ่านง่าย และสบายตาด้วย

5) การออกแบบรูปลักษณ์ของเว็บเพจ (Surface Plane) หรือเรียกการออกแบบในขั้นตอนนี้ได้อีกอย่างหนึ่งว่า “Visual Design” เนื่องจากการออกแบบส่วนอินเตอร์เฟสในขั้นตอนที่ 4 จะมุ่งเน้นประสิทธิภาพ ด้านความสามารถในการใช้งานและการจัดวางองค์ประกอบบนหน้าเว็บเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้ใช้ มากกว่าการตกแต่งหน้าเว็บให้มีความสวยงาม ดังนั้นงานในขั้นตอนสุดท้ายนี้ จึงเป็นการเพิ่มความสวยงาม และความน่าสนใจให้กับหน้าเว็บ โดยเป็นการตกแต่งหน้าเว็บให้มีรูปลักษณ์ที่พร้อมที่จะนำเสนอต่อผู้ใช้งาน ซึ่งรูปลักษณ์ของหน้าเว็บที่สวยงามพิจารณาด้านต่าง ๆ ได้แก่ การเลือกใช้โทนสี รูปแบบตัวอักษร พื้นหลัง และ อื่น ๆ

2.6.10 WordPress

WordPress คือโปรแกรมสำเร็จรูปที่เอาไว้ใช้สร้างและจัดการเนื้อหาบนอินเทอร์เน็ต (Contents Management System หรือ CMS) ง่ายๆ คือแทนที่เราจะมานั่งสร้างเว็บไซต์โดยการเขียนโค้ดภาษาคอมพิวเตอร์ เช่น PHP HTML หรือ CSS แต่ WordPress นั้นสามารถใช้สร้างเว็บไซต์โดยที่คุณไม่ต้องมีความรู้เรื่องภาษาคอมพิวเตอร์เลย (แต่ควรศึกษาไว้บ้าง) ส่วนเหตุผลที่ว่า ทำไมเว็บไซต์ส่วนใหญ่ถึงใช้ WordPress นั่นก็เพราะเหตุผลดังต่อไปนี้

1. ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย

ถ้าเราเป็นคนธรรมดาทั่วไปที่อยากจะมีเว็บไซต์เป็นของตัวเอง ก็คงจะต้องเสียเวลาไปศึกษาโค้ดภาษาคอมพิวเตอร์แน่นอนว่าใช้เวลานานมาก แต่ถ้าใช้ WordPress ละก็ไม่ต้องมีความรู้เรื่องโค้ดภาษาคอมพิวเตอร์ก็สามารถมีเว็บไซต์เป็นของตัวเองได้ครับหรือถ้าจ้างเขาทำแล้วเขาใช้ WordPress ก็เสียเงินน้อยกว่าทำเว็บไซต์ด้วยการเขียนโค้ดอีกครับ

2. มีธีมให้เลือกใช้อย่างมากมาย

คุณสามารถมีเว็บไซต์ได้อย่างรวดเร็วและสวยงาม โดยไม่ต้องออกแบบใหม่ เพราะ WordPress นั้นมีธีมให้เลือกใช้อย่างมากมาย แต่ละธีมก็สวยงามทั้งนั้นซึ่งคุณสามารถดูธีมที่ว่านี้ได้ที่ Themeforest อ่อแต่แน่นอนครับว่าไม่ฟรี แต่ก็มีธีมที่ฟรีอยู่บ้างแต่ปรับแต่งได้น้อยหน้าตาเว็บไซต์อาจไม่ถูกใจคุณก็ได้ครับ

3. มี Plugin ให้ใช้อย่างหลากหลาย

โดยเจ้า Plugin ที่ว่าจะทำหน้าที่เป็นส่วนเสริมเพิ่มคุณสมบัติให้กับเว็บไซต์ของคุณ เช่น ทำให้ภาพสไลด์ได้ ช่วยสนับสนุนการทำ SEO แบ่ง Layer เว็บไซต์ เป็นต้น นี่ผมยกตัวอย่าง Plugin มาเพียงเล็กน้อยน่ะครับ ยังมี Plugin ความสามารถดีๆอีกมากมาย โดยที่คุณคาดไม่ถึงเลยล่ะ

4. อัพเดทง่ายและสม่ำเสมอ

WordPress นั้นขึ้นชื่อเรื่องการปล่อยตัวอัพเดทอยู่ตลอดเวลาเนื่องจากมีฐานคนใช้งานอยู่มากจึงตกเป็นเป้าของแฮกเกอร์ได้ง่ายดาย ทำให้ต้องมีตัวอัพเดทเพื่อป้องกันจากแฮกเกอร์ ทำให้ผู้ใช้โปรแกรมมั่นใจได้ว่าเว็บไซต์จะปลอดภัยในระดับหนึ่ง และถ้าต้องมีการอัพเดท ทางโปรแกรมก็จะแจ้งเตือนให้ทราบ แถมการอัพเดทก็ทำได้ง่ายๆ เพียงไม่กี่ขั้นตอน

5. เป็นมิตรกับ SEO

อย่างที่บอกไปในข้อ 3. ว่า WordPress มี Plugin ให้ปรับแต่งเว็บไซต์อย่างมากมายซึ่งหนึ่งในนั้นมีตัวช่วยในการทำ SEO ด้วย ทำให้เราทำ SEO ได้ง่ายยิ่งขึ้น อีกทั้งยังรองรับ Responsive ยิ่งเพิ่มคะแนนการติดอันดับของ Google ทำให้ WordPress นั้นได้เปรียบในการทำ SEO มากกว่าโปรแกรม CMS อื่นๆ

6. WordPress เต็มไปด้วยสุดยอดนักพัฒนา

เนื่องจากเป็นโปรแกรม Opensource (ใครๆจะเอาไปใช้หรือพัฒนาก็ได้ฟรีๆ) ทำให้มีนักพัฒนาเก่งๆอยู่ทั่วโลกครับ คุณจึงมั่นใจในตัวโปรแกรมได้เลยว่าจะไม่ถูกลอยแพรหรือทิ้งไม่ได้รับการพัฒนาได้เลย

ข้อดีของ WordPress ที่คุณไม่ควรพลาด

1. ประหยัดต้นทุนในการทำงาน

หากคุณได้เลือกใช้งาน WordPress ค่าใช้จ่ายด้านการออกแบบ และสร้างเว็บไซต์จะลดลงเป็นจำนวนแตกต่างกับการจ้างงาน ในส่วนของการบำรุงรักษา ดูแลปรับเปลี่ยนในอนาคตก็สามารถทำเองได้ไม่จำเป็นต้องจ้างพนักงาน

2. ปรับปรุงเว็บไซต์ได้ทุกที่ทุกเวลา

ตราบใดที่คุณมีสัญญาณอินเทอร์เน็ตและเครื่องมือที่เหมาะสม ไม่ว่าจะที่ใดในโลกคุณก็สามารถทำการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงเว็บไซต์ของคุณให้ดียิ่งขึ้นได้เสมอ

3. เพิ่มประสิทธิภาพในการค้นหา

หากทำเว็บไซต์คุณไม่ควรพลาดที่จะศึกษาความรู้ด้านการทำ SEO เพราะ SEO มีผลโดยตรงกับการจัดอันดับในการค้นหาเว็บไซต์ เมื่อคุณเลือกใช้งาน WordPress คุณสามารถทำให้เว็บไซต์ของตัวเองมีประสิทธิภาพ ตรงกับเงื่อนไขของการทำ SEO ที่จะส่งเสริมเว็บไซต์ หรือคอนเทนต์ของคุณให้ติดอันดับในการค้นหาผ่าน Search engine อย่าง Google “อ่านบทความเกี่ยวกับ SEO ”

4. การออกแบบเว็บไซต์ที่เหมาะกับการใช้งาน

การเข้าชมเว็บไซต์ในปัจจุบันสามารถทำได้หลากหลายวิธีการมาได้ถูกจำกัดให้ทำได้แค่บนเครื่องคอมพิวเตอร์เพียงอย่างเดียว ดังนั้นการสร้างเว็บไซต์คุณจำเป็นจะต้องทำให้เหมาะสมกับการแสดงผลบนอุปกรณ์ที่แตกต่างกันไม่ว่าจะเป็นการแสดงผลผ่านโทรศัพท์มือถือ แท็บ

เล็ต คอมพิวเตอร์ ซึ่งการทำเว็บไซต์ให้แสดงผลได้ดีในทุกอุปกรณ์เป็นเรื่องที่ยุ่งยาก แต่หากใช้งาน WordPress เว็บไซต์ของคุณจะสามารถแสดงผลได้ดีในทุกอุปกรณ์แสดงผลที่มีขนาดแตกต่างกันเพิ่มลูกเล่น และความสามารถของเว็บไซต์ได้อย่างง่ายดาย

WordPress พร้อมลองรับฟีเจอร์ ฟังก์ชั่น และลูกเล่นต่างๆ มากมายในการสร้างเว็บไซต์ที่คุณสามารถติดตั้งปลั๊กอินที่คุณสนใจนำมาแสดงในเว็บไซต์ได้เพียงแค่คลิก 3 – 4 ครั้ง และปลั๊กอินรูปแบบต่างๆ ก็สามารถหาดาวน์โหลดได้ง่ายๆ ตัวอย่าง ปลั๊กอิน WordPress เหมาะกับการทำตลาดออนไลน์ แบบเชิงรุก ในยุคของการตลาดออนไลน์เมื่อเนื้อหาเรื่องราวที่สดใหม่เป็นสิ่งที่น่าสนใจอยู่เสมอ แน่นอนว่า WordPress สามารถทำให้คุณเป็นผู้นำทางด้านเนื้อหาได้ง่ายๆ เพราะ WordPress สร้างความได้เปรียบในการอัพเดทเนื้อหาที่สามารถทำได้ได้ง่ายรวดเร็ว บ่อยเท่าที่คุณต้องการ

2.7 การจัดการฐานข้อมูล

ระบบการจัดการฐานข้อมูล (Database Management System) คือการบริหารแหล่งข้อมูลที่ถูกเก็บรวบรวมไว้ที่ศูนย์กลาง เพื่อตอบสนองต่อการใช้ของโปรแกรมประยุกต์อย่างมีประสิทธิภาพ และลดการซับซ้อนของข้อมูล รวมทั้งความขัดแย้งของข้อมูลที่เกิดขึ้นภายในองค์การ ในอดีตการเก็บข้อมูลมักจะเป็นอิสระต่อกันไม่มีการเชื่อมโยงของข้อมูลเกิดการ สิ้นเปลืองพื้นที่ในการเก็บข้อมูล เช่น องค์การหนึ่งจะมีแฟ้มบุคคล (Personnel) แฟ้มเงินเดือน (Payroll) และแฟ้มสวัสดิการ (Benefits) แยกจากกัน เวลาผู้บริหารต้องการข้อมูลของพนักงานท่านใดจาเป็นจะต้องเรียกดูแฟ้มข้อมูลทั้ง 3 แฟ้ม ซึ่งเป็นการไม่สะดวก จงทาให้เกิดแนวความคิดในการรวมแฟ้มข้อมูลทั้ง 3 เข้าด้วยกันแล้วเก็บไว้ที่ ศูนย์กลางในลักษณะฐานข้อมูล (Database) จึงทาให้เกิดระบบการจัดการฐานข้อมูล (Database Management system (DBMS) ซึ่งจะต้องอาศัยโปรแกรมเฉพาะในการสร้างและบารุงรักษา (Create and Maintenance) ฐานข้อมูลและสามารถที่จะให้ผู้ใช้ประยุกต์ใช้กับธุรกิจส่วนตัวได้โดยการดึงข้อมูล (Retrieve) ขึ้นมาแล้วใช้โปรแกรมสำเร็จรูปอื่นสร้างงานขึ้นมาโดยใช้ข้อมูลทีมีอยู่ในฐานข้อมูล

ระบบการจัดการฐานข้อมูล จะมีส่วนประกอบที่สาคัญ 3 ส่วนได้แก่

1. ภาษาคานิยามของข้อมูล (Data Definition Language: DDL) ในฐานข้อมูลซึ่งเป็นภาษาทางการที่นักเขียนโปรแกรมใช้ในการ สร้างเนื้อหาข้อมูลและโครงสร้างข้อมูลก่อนที่ข้อมูลดังกล่าวจะถูกแปลงเป็นแบบฟอร์มที่ต้องการของโปรแกรมประยุกต์หรือในส่วนของ DDL จะประกอบด้วยคาสั่งที่ใช้ในการกาหนดโครงสร้างข้อมูลว่ามีคอลัมน์อะไร แต่ละคอลัมน์เก็บข้อมูลประเภทใด รวมถึงการเพิ่มคอลัมน์ การกาหนดดัชนี เป็นต้น

2. ภาษาการจัดการฐานข้อมูล (Data Manipulation Language: DML) เป็นภาษาเฉพาะที่ใช้ในการจัดการระบบฐานข้อมูล ซึ่งอาจจะเป็นการเชื่อมโปรแกรมภาษาในยุคที่สามและยุคที่สี่เข้าด้วยกันเพื่อจัดการข้อมูลในฐานข้อมูล ภาษานี้มักจะประกอบด้วย สิ่งที่อนุญาตให้ผู้ใช้สามารถสร้างโปรแกรมพิเศษขึ้นมา รวมถึงข้อมูลต่าง ๆ ในปัจจุบันที่นิยมใช้ ได้แก่ ภาษา SQL(Structure Query Language)

3. พจนานุกรมข้อมูล (Data Dictionary) เป็นเครื่องมือสาหรับการเก็บและการจัดข้อมูลสาหรับการบำรุงรักษาในฐานข้อมูล โดยพจนานุกรมจะมีการกาหนดชื่อของสิ่งต่าง ๆ (Entity) และระบุไว้ในโปรแกรมฐานข้อมูล เช่น ชื่อของฟิลด์ ชื่อของโปรแกรมที่ใช้รายละเอียดของข้อมูล ผู้มีสิทธิ์ใช้และผู้ที่รับผิดชอบ แสดงส่วนประกอบของระบบการจัดการฐานข้อมูล

2.2.1 AppServ

AppServ คือโปรแกรมที่มีการรวบรวมโปรแกรม Apache, PHP, MySQL และ phpMyAdmin มารวมอยู่ในโปรแกรมเดียวกัน

จุดประสงค์หลักของการรวบรวมโปรแกรม Apache, PHP, MySQL และ phpMyAdmin มารวมอยู่ในโปรแกรมเดียวกันเพื่อให้ผู้ใช้งานทำการติดตั้ง โดยใช้เวลาในการติดตั้งโปรแกรมประมาณ 1 นาที ทุกอย่างก็ติดตั้งเสร็จสมบูรณ์ ระบบต่าง ๆ พร้อมที่จะใช้งานได้ทั้ง เว็บเซิร์ฟเวอร์และดาต้าเบสเซิร์ฟเวอร์ จึงเป็นเหตุผลหลักที่หลายๆ คนทั่วโลก ได้เลือกใช้โปรแกรม AppServ แทนการที่จะต้องมาติดตั้งโปรแกรมต่าง ๆ ทีละส่วน

2.2.2 MySQL

ฐานข้อมูลที่เคยใช้ MySQL ในความสามารถความรวดเร็ว การรองรับจำนวนผู้ใช้และขนาดของข้อมูลจำนวนมหาศาล ทั้งยังสนับสนุนการใช้งานบนระบบปฏิบัติการมากมาย ไม่ว่าจะเป็น Unix, OS/2, Mac OS หรือWindows ก็ตาม นอกจากนี้MySQL ยังสามารถใช้งานร่วมกับ Web Development Platform ทั้งหลาย ไม่ว่าจะเป็น C, C++, Java, Perl, PHP, Python, Tel หรือ ASP ก็ตามทีดังนั้นจึงไม่เป็นที่น่าแปลกใจเลยว่า ทำไม MySQL จึงได้รับความนิยมอย่างมากในปัจจุบันและมีแนวโน้มสูงยิ่งขึ้นๆ ไปในอนาคตMySQL จัดเป็นซอฟต์แวร์ประเภท Open Source Software สามารถดาวน์โหลด Source Code ต้นฉบับได้จากอินเตอร์เน็ตโดยไม่เสียค่าใช้จ่ายใด ๆ การแก้ไขก็สามารถกระทำได้ตามความต้องการ MySQL ยึดถือสิทธิบัตรตาม GPL (GNU General Public License) ซึ่งเป็นข้อกำหนดของซอฟต์แวร์ประเภทนี้ส่วนใหญ่โดยจะเป็นการชี้แจงว่า สิ่งใดทำได้หรือทำไม่ได้สำหรับการใช้งานในกรณีต่าง ๆ ทั้งนี้ถ้าต้องการข้อมูลเพิ่มเติม หรือรายละเอียดของ GPL สามารถหาข้อมูลได้ จากเว็บไซต์ http://www.gnu.org/

MySQL ได้รับการยอมรับและทดสอบเรืองของความรวดเร็วในการใช้งาน โดยจะมีการทดสอบและเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์ทางด้านฐานข้อมูลอื่นอยู่เสมอ มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยเริ่มตั้งแต่เวอร์ชันแรกๆ ที่ยังไม่ค่อยมีความสามารถมากนัก มาจนถึงทุกวันนี้ MySQL ได้รับการพัฒนาให้มีความสามารถมากยิ่งขึ้น รองรับข้อมูลจำนวนมหาศาล สามารถใช้งานหลายผู้ใช้ได้พร้อมๆ กัน (Multi-user) มีการออกแบบให้สามารถแตกงานออกเพื่อช่วยการทำงานให้เร็วยิ่งขึ้น รองรับข้อมูลจำนวนมหาศาลเพื่อช่วยการทำงานเร็วยิ่งขึ้น (Multi-threaded) วิธีและการเชื่อมต่อที่ดีขึ้น การกำหนดสิทธิและการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลมีความรัดกุมน่าเชื่อถือยิ่งขึ้นเครื่องมือหรือโปรแกรมสนับสนุนทั้งของตัวเองและของผู้พัฒนาอื่น ๆ มีมากยิ่งขึ้น นอกจากนนี้สิ่งหนึ่งที่สำคัญคือ “MySQL ได้รับการพัฒนาไปในแนวทางตามข้อกำหนดมาตรฐาน SQL ดังนั้น เราสามารถใช้คำสั่ง SQL ในการทำงาน MySQL ได้” นักพัฒนาที่ใช้ SQL มาตรฐานอยู่แล้วไม่ต้องศึกษาคำสั่งเพิ่มเติม แต่อาจจะต้องเรียนรู้ถึงรูปแบบและข้อจำกัดบางอย่างโดยเฉพาะ ทั้งนี้ทั้งนั้น ทางทีมงานผู้พัฒนา MySQL มีเป้าหมายอย่างชัดเจนที่จะพัฒนาให้ MySQL มีความสามารถสนับสนุนตามข้อกำหนด SQL92 มากที่สุดและจะพัฒนาให้เป็นไปตามข้อกำหนด SQL99 ต่อไป

2.9 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุมาลิน กางทอง,(2561)งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้โมบายแอพเพื่อการจองคิวของ ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร อันได้แก่ ความคาดหมายด้านการทำงาน ความคาดหมายด้านความ พยายาม อิทธิพลทางสังคม เงื่อนไขการอำนวยความสะดวก ทัศนคติที่มีต่อการใช้เทคโนโลยี และ ความตั้งใจในเชิงพฤติกรรม โดยการวิจัยเชิงปริมาณด้วยการสำรวจ แบบสำรวจทางออนไลน์เป็น เครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างคือผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร 420 คนซึ่งโดยส่วน ใหญ่ใช้โมบายแอพเพื่อการจองคิวร้านอาหาร เทคนิคทางสถิติที่ใช้คือสถิติเชิงพรรณนาและทดสอบ สมมติฐานโดยวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณที่ระดับนัยสำคัญ .05

ผลการศึกษาพบว่า (1) ความคาดหมายด้านการทำงาน,ความคาดหมายด้านความพยายาม, อิทธิพลทางสังคม มีอิทธิพลในด้านบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อความตั้งใจในเชิงพฤติกรรมของผู้บริโภค โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ .447 และ(2) เงื่อนไขการอำนวยความสะดวก,ความตั้งใจในเชิงพฤติกรรม,ทัศนคติที่มีต่อการใช้เทคโนโลยี มีอิทธิพลในด้านบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อการใช้งานของผู้บริโภค โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ .488

ผลจากการวิจัยมีข้อเสนอแนะให้ธุรกิจร้านอาหาร ปรับปรุงคุณภาพระบบการจองคิวร้านอาหาร ซึ่งประกอบไปด้วย ความคาดหมายด้านการทำงาน ความคาดหมายด้านความพยายาม อิทธิพลทางสังคม เงื่อนไขการอำนวยความสะดวก ความตั้งใจในเชิงพฤติกรรม และ ทัศนคติที่มีต่อการใช้เทคโนโลยี เพื่อส่งเสริมให้เกิดการใช้งานที่มากขึ้น อันจะเป็นการเพิ่มความพึงพอใจ ก่อให้เกิดประโยชน์สุทธิต่อผู้ใช้งานต่อไป

สนทยา พลพาลสังข์,รัชชนันท์ หลาบมาลา,(2561)งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาระบบจองที่พักออนไลน์ กรณีศึกษาอุทยานแห่งชาติตาดโตนและเพื่อบริหาร จัดการระบบที่พักออนไลน์ กรณีศึกษาอุทยานแห่งชาติตาดโตน ซึ่งเป็นระบบที่เกี่ยวข้องกับการจองห้องพักออนไลน์เป็นหลัก โดยระบบนี้ แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือผู้ใช้บริการ และผู้ดูแลระบบ ผู้ใช้บริการสามารถจองห้องพักออนไลน์ ยกเลิก แก้ไขข้อมูล การจองห้องพักออนไลน์ ผู้ดูแลระบบสามารถบริหารจัดการข้อมูลในการจองห้องพักออนไลน์ รวมไปถึงการอนุมัติและยกเลิก การจองห้องพักออนไลน์ ซึ่งทำให้เกิดความสะดวกในการท างานของระบบจองห้องพักออนไลน์ การจัดเก็บข้อมูล ทำให้ระบบ เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ มีความสะดวกรวดเร็ว ข้อมูลมีความถูกต้องมากยิ่งขึ้นและสามารถนำไปใช้งานได้จริง ผลการ ประเมินประสิทธิภาพระบบด้านการท างานของระบบโดยรวมอยู่ในระดับมาก (=4.03) และความพึงพอใจในการใช้งาน ระบบอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน (=4.08) ซึ่งในการท างานของระบบเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ มีความสะดวกรวดเร็ว ข้อมูลมีความถูกต้องมากยิ่งขึ้นและสามารถนำไปใช้ได้

วศิวพร เพชรวิลัย,นันทนา ศรีพรมทอง,(2561)ร้านทำผมแฮร์ทูสไตล์ ดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวกับการตัดผม ออกแบบทรงผม ทำสี อบไอน้ำ มีผลิตภัณฑ์บำรุงเส้นผมและผลิตภัณฑ์จัดแต่งทรงผมจำหน่าย ภายในร้านมีช่างทำผม ช่างสระช่างไดร์ และช่างเทคนิคเกี่ยวกับผมจำนวนมาก ในบางครั้งมีการโทรมาจองคิวทำผมกับทางร้าน ซึ่งเดิม เป็นการจดกระดาษ ทำให้เกิดความผิดพลาดในการจองคิว การซ้ำซ้อนของการจดบันทึกการจัดคิว ซ้ำกัน หรือลูกค้ามาไม่ตรงตามนัด ส่งผลให้ลูกค้าเกิดปัญหาไม่

พอใจ ขาดความสะดวก และสูญเสียรายได้ ส่งผลกระทบต่อการบริการของร้าน จากแนวคิดดังกล่าว จึงได้พัฒนาระบบการจัดการร้านทำผมออนไลน์ กรณีศึกษา ร้านทำผมแฮร์ทูสไตล์ขึ้น เพื่ออำนวยความสะดวกในการจัดการข้อมูล ต่างๆให้เป็นระบบ ช่วยลดขั้นตอนการดำเนินงานที่ซ้ำซ้อน มีการจัดทำระบบจองคิว มีการออกรายงานที่ถูกต้อง ระบบนี้พัฒนาด้วยภาษาพีเอชพี บนระบบฐานข้อมูลมายเอสคิวแอล รวมถึงการนำ ทฤษฎี First In First Out (FIFO) มาจัดการในเรื่องการจัดการคิวลูกค้าที่ใช้บริการในการจองคิวทำผม ทั้งนี้เพื่อเป็นการสร้างความสะดวกในการใช้บริการของลูกค้าและเพื่อลดข้อผิดพลาดของทาง ร้านในการจองคิวของลูกค้า และการจัดการกับพนักงาน กลุ่มผู้ใช้ประกอบด้วยกลุ่มผู้ใช้ที่เป็นลูกค้า , เจ้าของร้าน, พนักงานในร้าน เมื่อนำไปใช้ สรุปได้ว่าระบบช่วยให้เกิดประสิทธิภาพในการบริหาร จัดการจองคิวได้อย่างถูกต้อง สามารถทำงานตามฟังก์ชันต่างๆได้อย่างสมบูรณ์ ช่วยให้การทำงาน สะดวกขึ้น ลดข้อผิดพลาด และตรงไปตามความต้องการของผู้ใช้

ยงยุทธ ทองชัย,(2559)งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี กรณีศึกษา การจองคิวร้านอาหารผ่านโมบายแอพพลิเคชั่น ซึ่งงานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ ดำเนินการวิจัย เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ประกอบด้วย 3 ขั้นตอน ได้แก่ (1) การศึกษาทบทวนวรรณกรรมและ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (Literature Review) (2) การสัมภาษณ์เชิงประจักษ์ (Empirical Interview) และ (3) การวิเคราะห์และสรุปผล (Analysis and Conclusion) โดยมีการเก็บแบบสอบถามจำนวน 400 ชุดซึ่งเป็นเครื่องมือในการวิจัย และมีการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์แบบปัจจัย เชิงสำรวจ และการวิเคราะห์สมการเชิงโครงสร้าง (Sturctural Equation Modeling : SEM) ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จการถ่ายทอดเทคโนโลยีประกอบด้วย 3 ปัจจัยหลัก ได้แก่ (1) คุณภาพของข้อมูล (Inormation Quality) ซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุด โดยมีการ ให้ความสำคัญในเรื่องของความรู้พื้นฐานและความเสถียรภาพของข้อมูลการใช้งาน (2) คุณภาพของ ระบบ (System Quality) มีการให้ความสำคัญกับรูปแบบการใช้งาน และ (3) ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) มีการให้ความสำคัญด้านการตลาดเป็นสำคัญ ประกอบไปด้วย มุมมองด้านลูกค้า มุมมองด้านต้นทุน มุมมองด้านความสะดวกสบาย และมุมมองด้านช่องทางการสื่อสาร ซึ่งผลจากการ วิจัยสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์การตลาด เพื่อยกระดับแอพพลิเคชั่นให้มี ความน่าสนใจ เป็นที่รู้จัก และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันได้อย่างยั่งยืน

บทที่ 3
ขั้นตอนการดำเนินงาน

ในการจัดทำเว็บไซต์ระบบการจองคิวออนไลน์ร้านบ้านชาบู ซึ่งสามารถแสดงกระบวนการและขั้นตอนต่าง ๆ ของการทำงานให้ผู้จะนำระบบนี้ไปใช้ หรือผู้ที่สนใจ สามารถอ่านและทำความเข้าใจในเว็บไซต์ระบบจองคิวออนไลน์ร้านบ้านชาบูได้ง่ายขึ้น โดยมีขั้นตอนการดำเนินงานดังนี้

3.1. ภาพรวมของเว็บไซต์ระบบจองคิวออนไลน์ร้านบ้านชาบู

3.2. โครงสร้างเว็บไซต์ระบบจองคิวออนไลน์ร้านบ้านชาบู

3.3. เทคนิคการรวบรวมข้อมูล

3.4. ศึกษาปัญหาของระบบงานเดิม

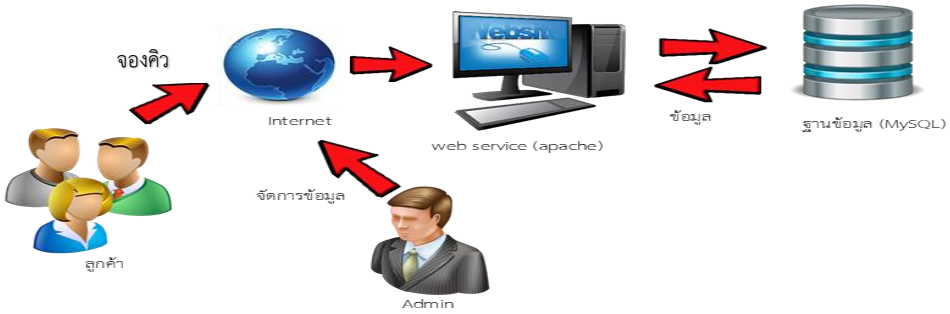
3.5. วิเคราะห์และออกแบบระบบงานเดิม

3.6. วิเคราะห์และออกแบบระบบงานใหม่

3.7. การออกแบบขั้นตอนการทำงานของระบบงานใหม่ (Dataflow Diagram, ER-Diagram)

3.8. การออกแบบสอบถาม

3.1 ภาพรวมของเว็บไซต์ระบบจองคิวออนไลน์ร้านบ้านชาบู

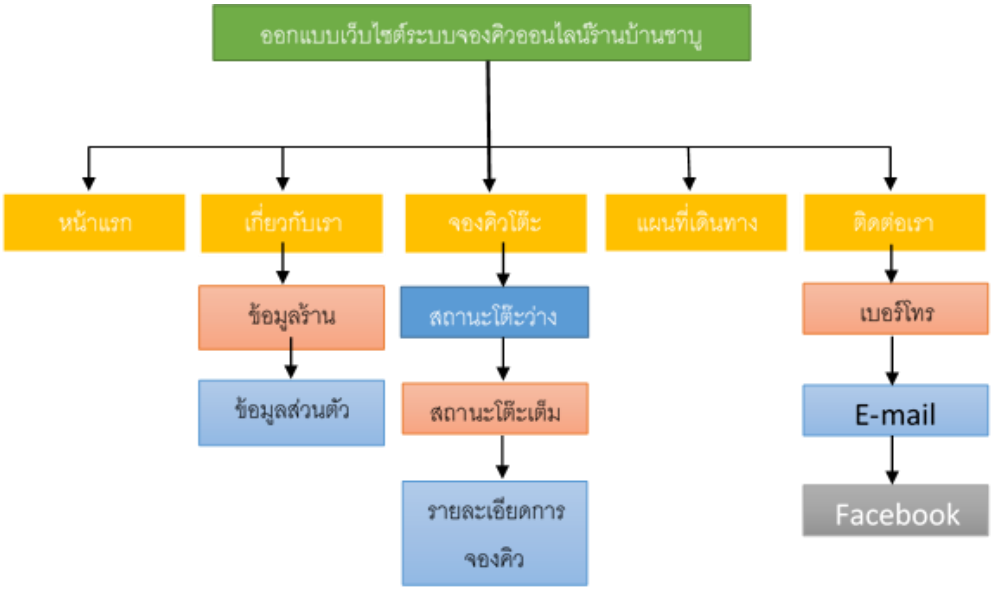


ภาพที่ 3. 1 แสดงภาพรวมของเว็บไซต์ระบบจองคิวออนไลน์ร้านบ้านชาบู

การทำระบบจองคิวออนไลน์ร้านบ้านชาบูมีโครงสร้างการทำงานบนเครื่องคอมพิวเตอร์เครื่องเดียวเพิ่มประสิทธิภาพการใช้งานคอมพิวเตอร์ให้เกิดประโยชน์สูงสุดโดยที่จะมีการประมวลผลการทำงานของโปรแกรมและดึงข้อมูลมาจากฐานข้อมูลในเครื่องเดียวกันโดยไม่จำเป็นต้องทำงานผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์เครื่องอื่นอีก ลักษณะการทำงานลูกค้าจะทำการเข้าดูข้อมูลร้านบ้านชาบูผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์และทำการจองคิวโต๊ะอาหาร ฐานข้อมูลที่มีอยู่แล้ว โดยฐานข้อมูลที่ใช้ได้นำโปรแกรม MySQL มาเก็บฐานข้อมูลเนื่องจากเก็บฐานข้อมูลได้มากอีกทั้งยังไม่หนักเครื่องทำให้เครื่องคอมพิวเตอร์มีประสิทธิภาพในการทำงานดีเยี่ยม

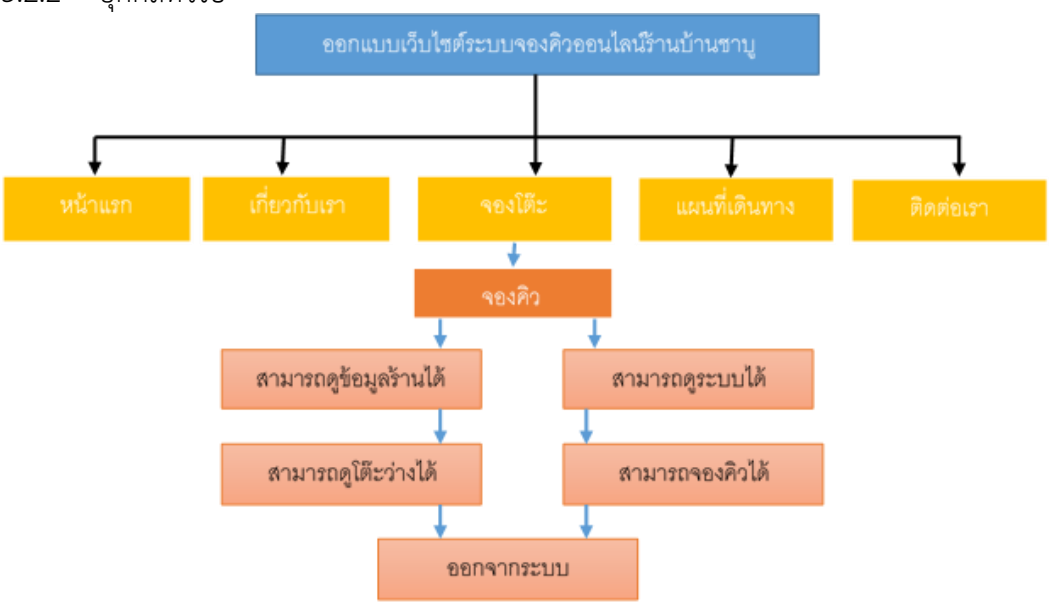
3.2 โครงสร้างเว็บไซต์ระบบจองคิวออนไลน์ร้านบ้านชาบู

3.2.1 Admin



ภาพที่ 3. 2 แสดงโครงสร้างเว็บไซต์ระบบจองคิวออนไลน์ร้านบ้านชาบู ในส่วนของ Admin

3.2.2 บุคคลทั่วไป



ภาพที่ 3. 3 แสดงโครงสร้างเว็บไซต์ระบบจองคิวออนไลน์ร้านบ้านชาบู ในส่วนผู้ใช้

3.3 เทคนิคการรวบรวมข้อมูล

3.3.1 การสัมภาษณ์

การสัมภาษณ์เป็นวิธีการที่รวบรวมข้อมูลได้อย่างละเอียด สามารถซักถามเพื่อให้เกิดความเข้าใจในปัญหา โดยสัมภาษณ์จากเจ้าของร้านบ้านชาบู เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวมาพัฒนาเว็บไซต์ระบบบริหารจัดการจองคิวออนไลน์ ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

3.3.2 การสังเกต

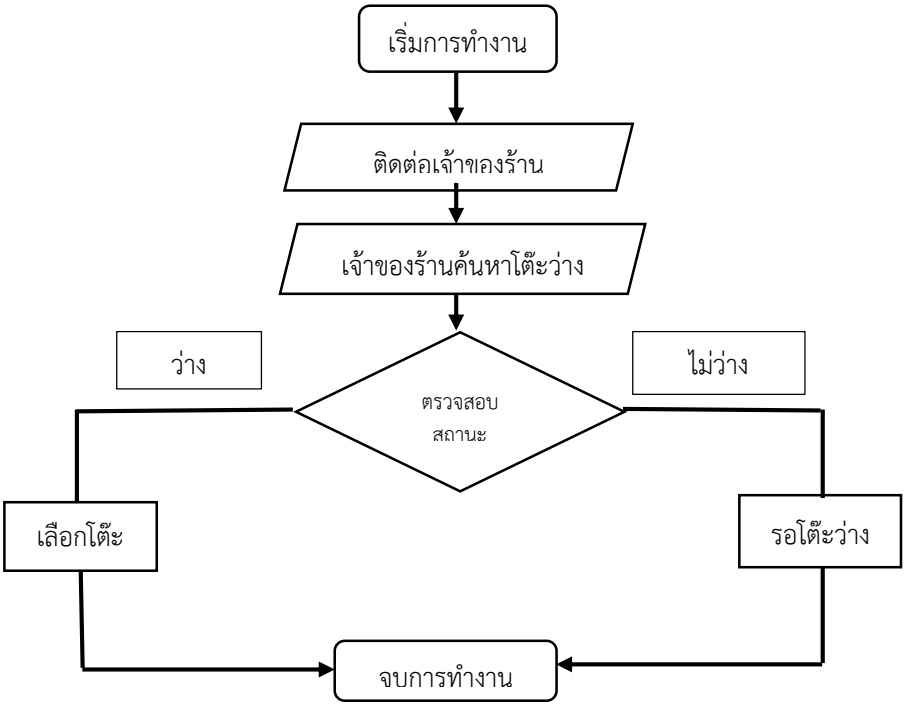
เป็นวิธีที่จะได้เห็นภาพเหตุการณ์จริง และสภาพแวดล้อมในสถานที่ทำงานจริง ที่สามารถนำมาเป็นข้อมูลวิเคราะห์ได้ โดยสังเกตจากกระบวนการทำงานของร้านบ้านชาบู ว่ามีการทำงานเป็นอย่างไรเพื่อนำข้อมูลจากการสังเกตมาพัฒนาเว็บไซต์ระบบบริหารจัดการจองคิวออนไลน์ร้านบ้านชาบูให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

3.4 ศึกษาปัญหาของระบบงานเดิม

ร้านบ้านชาบู ตั้งอยู่เลขที่ 188/113-114 ถนนหน้าสถานี ต.ชุมเห็ด อ.เมือง จ.บุรีรัมย์ 31000 มีลักษณะอาคาร 2 ชั้น รวม 22 โต๊ะ โซนด้านในมี 12 โต๊ะ โซนด้านนอกมี 10 โต๊ะ โดยมีนางสาวรตินุช วิหคโตเป็นเจ้าของร้าน ซึ่งได้มีการจัดตั้งร้านบ้านชาบู แต่เมื่อสร้างเสร็จก็เกิดปัญหาในการบริหารจัดการจองคิวทางด้านการบริการที่ล่าช้า เช่น การจองคิวโต๊ะ เพราะยังมีการรอคิวที่หน้าร้านทำให้เกิดการเสียเวลาต่อลูกค้า

3.5 วิเคราะห์และออกแบบระบบงานเดิม

3.5.1 การออกแบบ flow Chart ของระบบงานเดิม

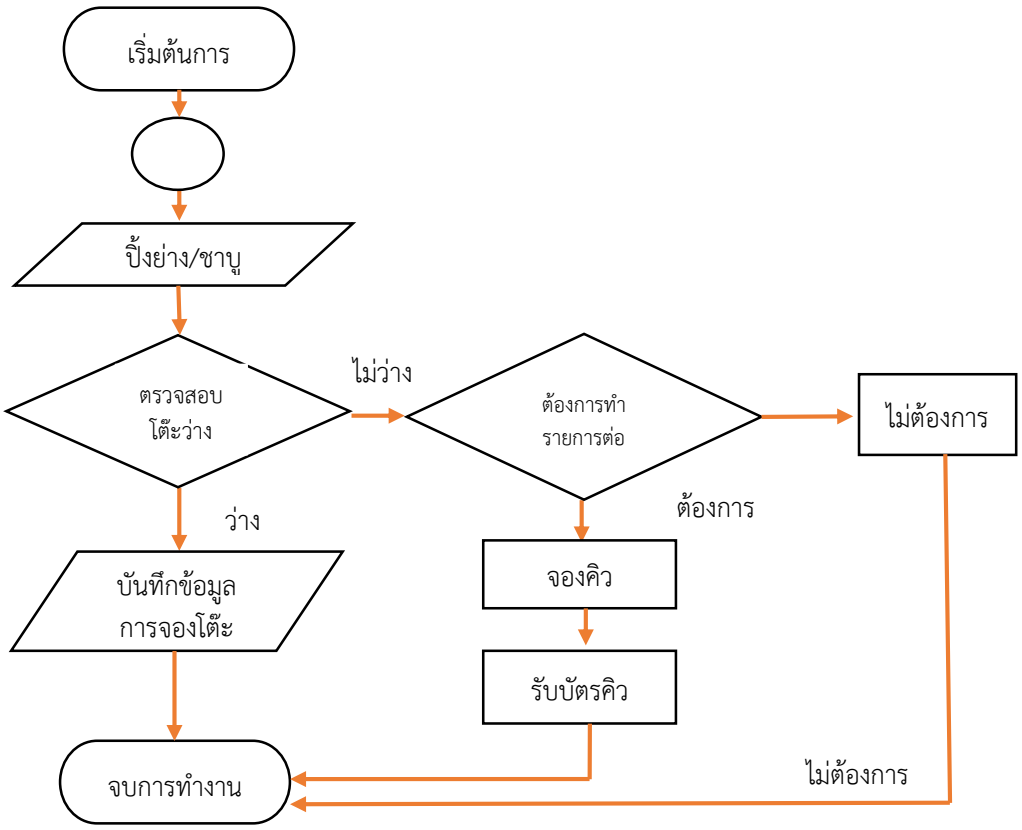


ภาพที่ 3. 4 Flow Chart ของระบบงานเดิม

จากภาพที่ 3.4 อธิบายหลักการทำงานของระบบงานเดิม ซึ่งการทำงานของระบบเดิมยังมีการให้ลูกค้ารอคิวที่หน้าอาจทำให้การเสียเวลาต่อลูกค้าได้

3.6 วิเคราะห์และออกแบบระบบงานใหม่

3.6.1 การออกแบบ flow Chart ของขั้นตอนการจองคิว

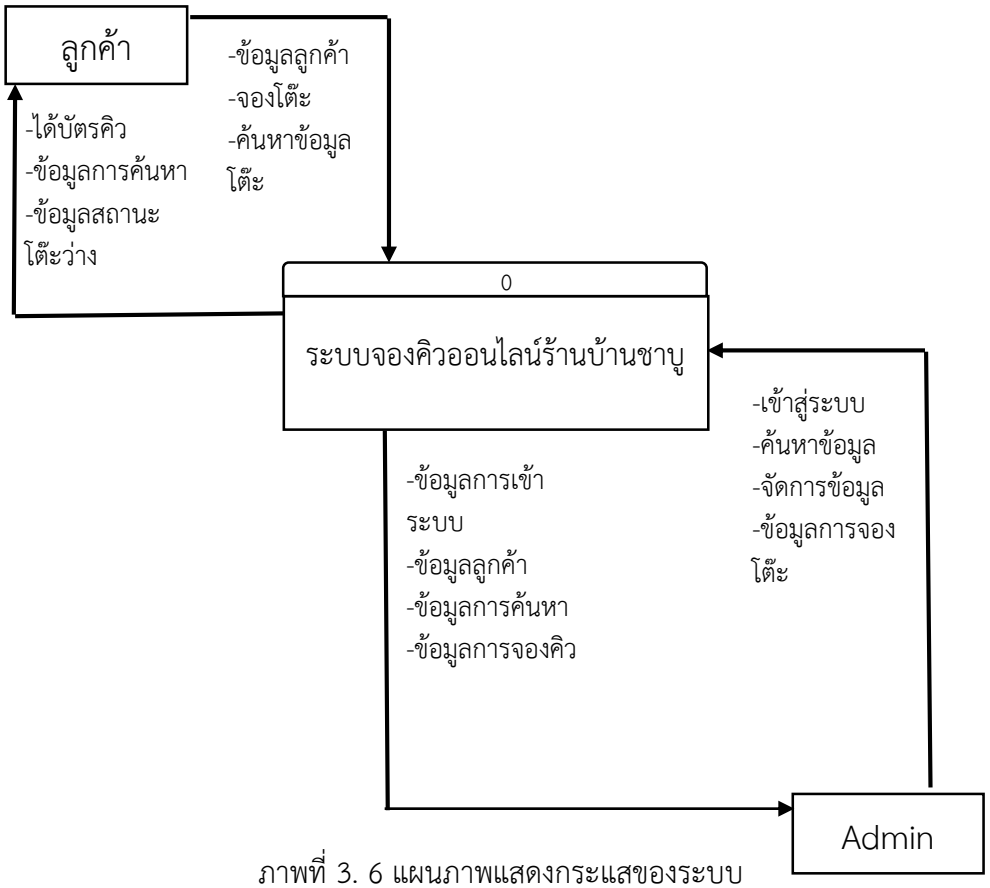


ภาพที่ 3. 5 Flow Chart ของระบบงานใหม่

จากภาพที่ 3.5 อธิบายขั้นตอนการจองคิว เริ่มจากกรอกข้อมูลห้องพักตรวจสอบว่ามีโต๊ะว่างหรือไม่ ถ้าไม่มีโต๊ะว่างก็ต้องการบัตรคิวแล้วจบการทำงาน แต่ถ้ามีโต๊ะว่างก็ทำการจองโต๊ะหรือถ้าไม่ต้องการจองโต๊ะก็จะจบการทำงาน แต่ถ้าต้องการจองก็ให้ทราบระยะเวลาจอง บันทึกการจองโต๊ะและรอมาที่ร้านแล้วจบการทำงาน

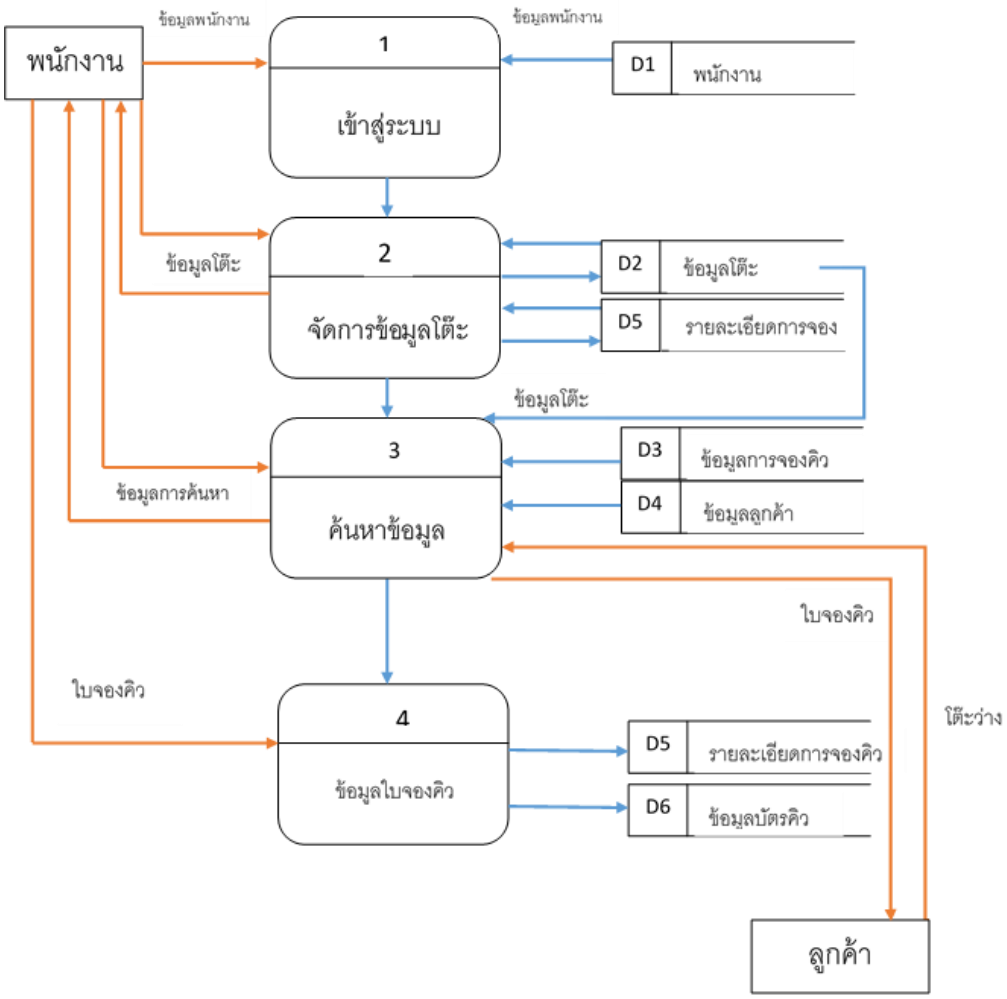
3.7 การออกแบบขั้นตอนการทำงานของระบบงานใหม่ (Dataflow Diagram, ER-Diagram)

3.7.1 ระบบงานใหม่ (Context Diagram)



ภาพที่ 3. 6 แผนภาพแสดงกระแสของระบบ

3.7.2 Data Flow Diagram Level 0



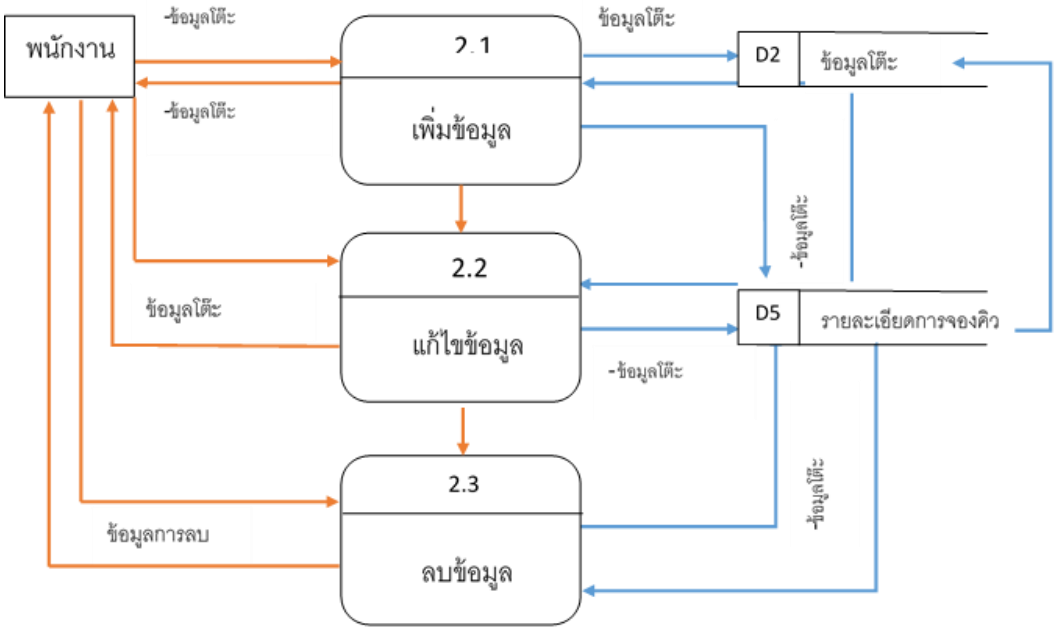
ภาพที่ 3. 7 แผนภาพแสดงกระแสข้อมูลของระบบใหม่

3.7.3 Data Flow Diagram Level 1

1. Process 1 การเข้าสู่ระบบ

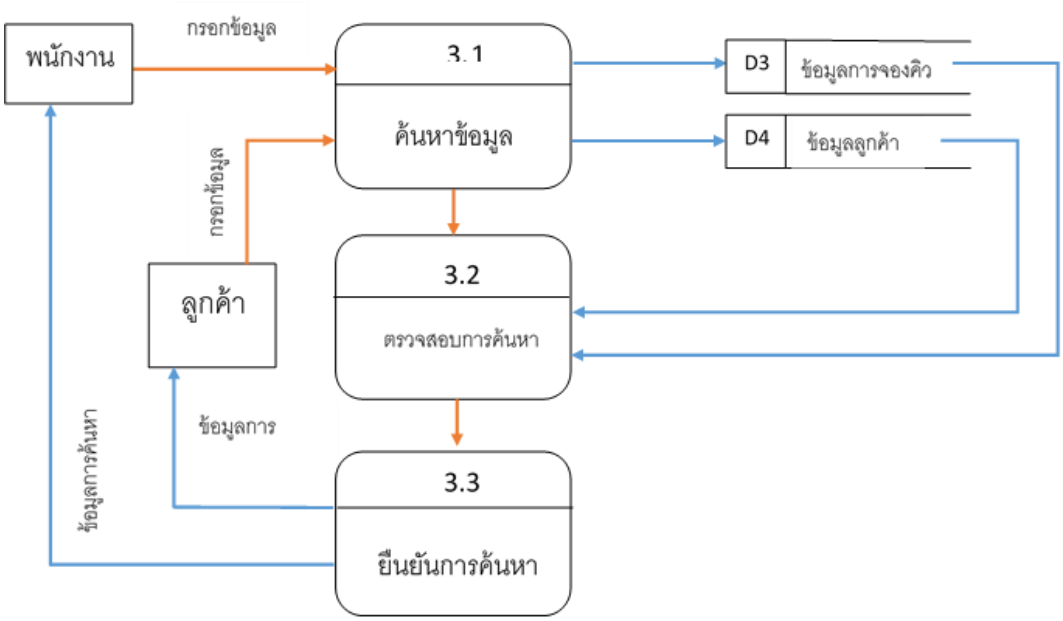
ภาพที่ 3. 8 Process 1 การเข้าสู่ระบบ

2. Process 2 การจัดการข้อมูลร้าน



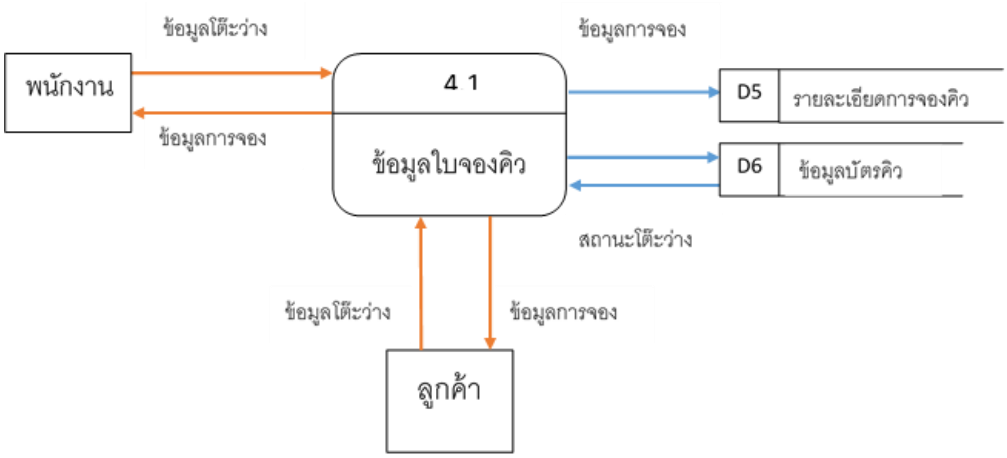
ภาพที่ 3. 9 Process 2 การจัดการข้อมูล

3. Process 3 การค้นหาข้อมูล



ภาพที่ 3. 10 Process 3 การค้นหาข้อมูล

4. Process 4 การจองคิว



ภาพที่ 3. 11 Process 4 การจองคิว

3.7.4 Data Dictionary

ตารางที่ 3. 1 ตารางแสดงข้อมูลผู้ดูแลระบบ

ชื่อฟิลด์	คำอธิบาย	ขนาด	ชนิด	คีย์	อ้างอิง
Admin_id	ลำดับที่	11	int	PK	
Admin_name	ชื่อผู้ดูแระบบ	250	varchar		
Admin_username	ชื่อผู้ใช้	250	varchar		
Admin_pass	รหัสผ่าน	250	varchar		

ตารางที่ 3. 2 ตารางแสดงข้อมูลลูกค้า

ชื่อฟิลด์	คำอธิบาย	ขนาด	ชนิด	คีย์	อ้างอิง
Emp_id	ลำดับที่	11	int	PK	
Emp_picture	รูปภาพ	250	varchar		
Emp_name	ชื่อ	250	varchar		
Emp_id	ตำแหน่ง	250	varchar		

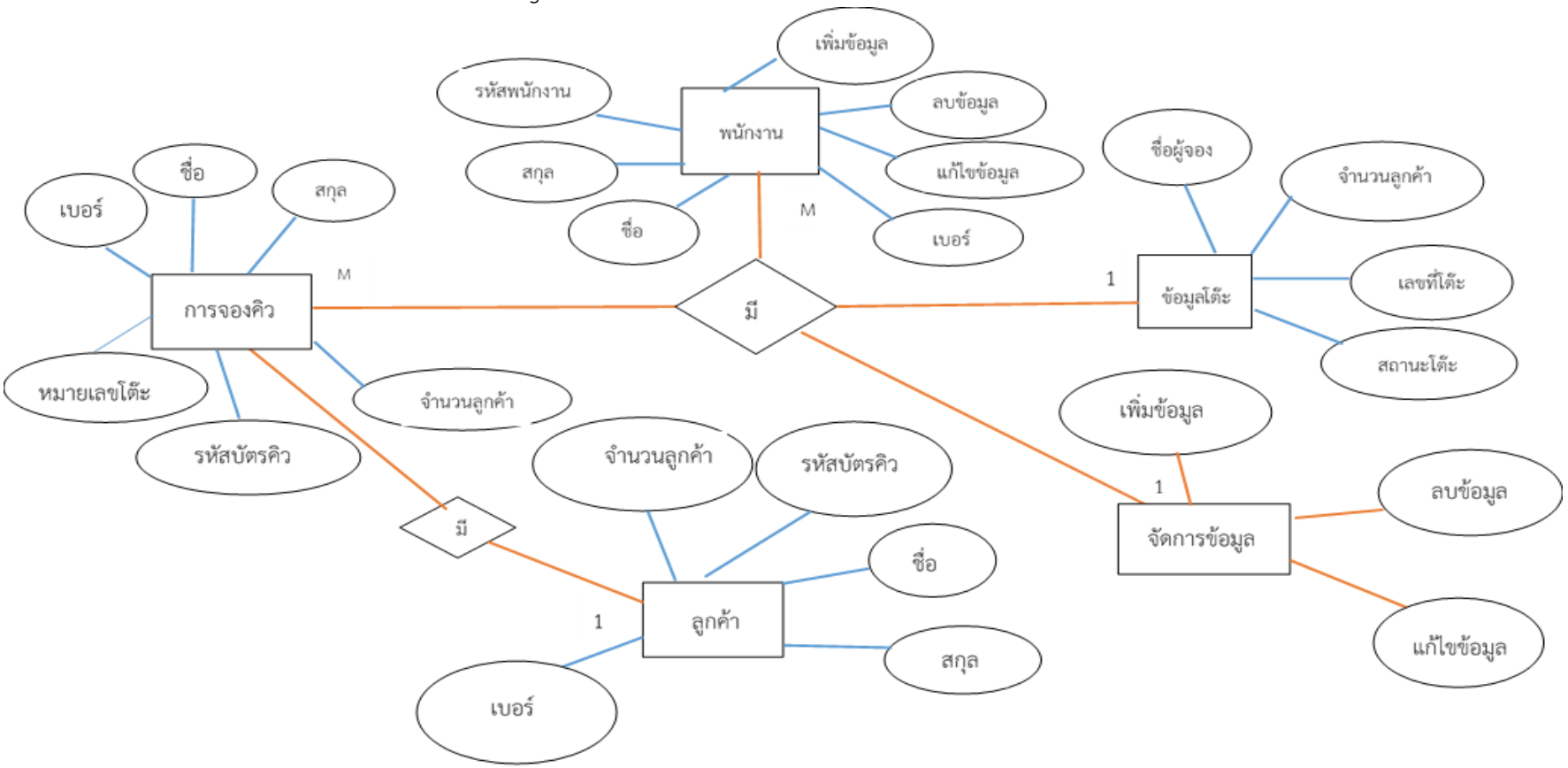
ตารางที่ 3. 3 ตารางแสดงข้อมูลภาพ

ชื่อฟิลด์	คำอธิบาย	ขนาด	ชนิด	คีย์	อ้างอิง
act_id	ลำดับที่	11	int	PK	
act_picture	รูปภาพ	250	varchar		
act_name	ชื่อ	250	varchar		
act_date	วันที่	250	varchar		

ตารางที่ 3. 4 ตารางแสดงข้อมูลข่าวประชาสัมพันธ์

ชื่อฟิลด์	คำอธิบาย	ขนาด	ชนิด	คีย์	อ้างอิง
pr_id	ลำดับที่	1	int	PK	
pr_picture	ชื่อเรื่อง	250	varchar		
pr_name	วันที่	250	varchar		
pr_id	ไฟล์แนบ	250	varchar		

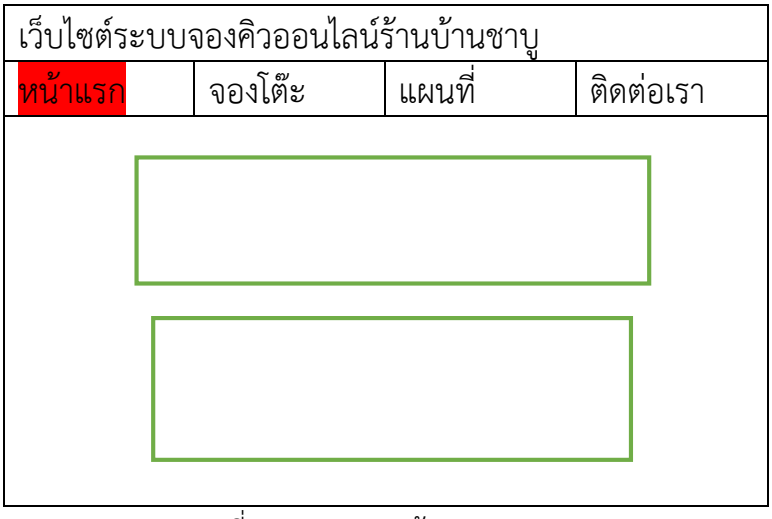
3.7.5 การออกขั้นตอนการทำงานของระบบ ER-Diagram



ภาพที่ 3. 12 Process 6 ระบบ ER-Diagram

3.7.6 ออกแบบหน้าจอการใช้งานของผู้ใช้ระบบ

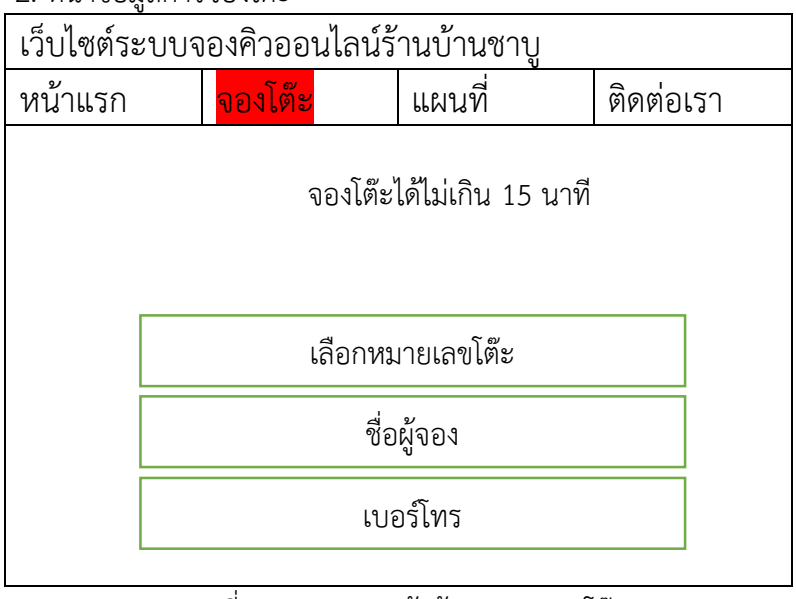
1. หน้าแรกของระบบ



ภาพที่ 3. 13 แสดงหน้าแรกของระบบ

จากภาพที่ 3.13 อธิบายหน้าแรกของระบบ เมื่อลูกค้าเข้ามาสู่เว็บของร้านก็จะ ปรากฏหน้าแรกของระบบก่อน

2. หน้าข้อมูลการจองโต๊ะ



ภาพที่ 3. 14 แสดงหน้าข้อมูลการจองโต๊ะ

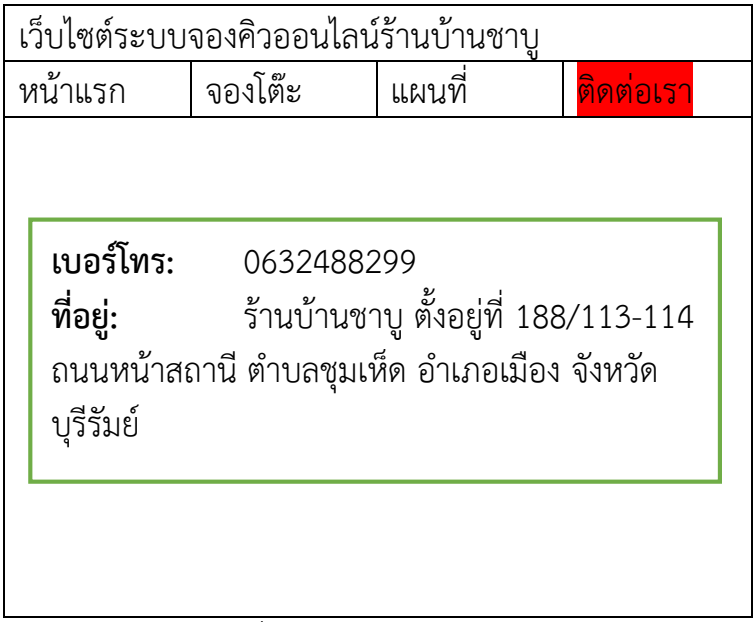
จากภาพที่ 3.14 อธิบายหน้าการจองโต๊ะ มีบอกถึงเวลาที่จองโต๊ะ กำหนอเวลาจองโต๊ะ 15 นาที เบอร์โต๊ะ ชื่อ-สกุล จำนวนลูกค้า

3. หน้าแสดงแผนที่เดินทางไปยังร้าน

ภาพที่ 3. 15 หน้าแสดงแผนที่เดินทางไปยังร้าน

จากภาพที่ 3.15 อธิบายหน้าการจองโต๊ะ มีบอกถึงเวลาที่จองโต๊ะ กำหนอเวลาจองโต๊ะ 15 นาที เบอร์โต๊ะ ชื่อ-สกุล จำนวนลูกค้า

6. หน้าติดต่อเรา



ภาพที่ 3. 16 แสดงหน้าติดต่อเรา

จากภาพที่ 3.16 อธิบายหน้าติดต่อเรา หน้านี้ก็จะเป็นข้อมูลติดร้านบ้านชาบู

3.8 การออกแบบสอบถาม

3.8.1 กลุ่มเป้าหมาย ที่ใช้ในการแทนค่าวิจัยในครั้งนี้ โดยสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง คือกลุ่ม ลูกค้าร้านบ้านชาบู จำนวน 100คน ได้คำนวณจากสูตรยามาเน่ ที่หาได้

จากสูตร

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

เมื่อ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = ขนาดของประชาการที่ใช้การวิจัย

e = ค่าเปอร์เซ็นต์ความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่าง

3.8.2 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แหล่งที่มาของข้อมูลประกอบด้วย 2 ส่วนคือ

1. ข้อมูลทุติยภูมิ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารอ้างอิงต่าง ๆ และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาสร้างแบบสอบถาม

2. ข้อมูลปฐมภูมิ เป็นข้อมูลที่ได้มาจากการเก็บแบบสอบถามจากตัวอย่าง จำนวน 100 ชุด

3.8.3 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้คือ แบบสอบถาม ซึ่งมีขั้นตอนการสร้างเครื่องมือตามลำดับต่อไปนี้

1. ศึกษาตำรา เอกสาร บทความ ทฤษฎี หลักการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดขอบเขตของการวิจัยและสร้างเครื่องมือในการวิจัยให้ครอบคลุมตามความมุ่งหมายการวิจัย

2. หาข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับการสร้างเว็บไซต์ โดยสอบถามจากผู้คนที่เคยสร้างเว็บไซต์

3. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปทำการเก็บข้อมูลจำนวน 100 ชุด บุคคลที่เข้าใช้บริการร้านบ้านชาบู

4. ปรับปรุงแบบสอบถามให้ตรงตามจุดประสงค์แล้วนำไปสอบถาม เพื่อเก็บข้อมูล 100 ชุด

3.8.4 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม โดยแบ่งเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List) มีจำนวน 2 ข้อ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับแบบสอบถามความพึงพอใจต่อการเข้ารับประทานอาหารร้านบ้านชาบูแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) มีจำนวน 10 ข้อ

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะของบุคคลที่เข้าใช้บริการร้านบ้านชาบูในการปรับปรุงและแก้ไขปัญหา

3.8.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ค่าร้อยละเพื่อใช้ในการอธิบายลักษณะข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สูตร ดังนี้

$$P = \frac{f \times 100}{n}$$

เมื่อ P แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนกลุ่มตัวอย่าง

f แทน ความถี่ที่สำรวจได้

n แทน จำนวนความถี่ทั้งหมด หรือจำนวนกลุ่มตัวอย่าง

2. ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) เพื่อใช้แปลความหมายของข้อมูลในด้านต่าง ๆ โดยใช้สูตรดังนี้

$$\overline{x} = \frac{\sum xi}{n}$$

เมื่อ $\overline{x}$ แทน ค่าคะแนนเฉลี่ย

$\sum xi$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด

n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

3. ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อใช้แปลความหมายของข้อมูลด้านต่าง ๆ โดยใช้สูตรดังนี้

$$S.D. = \sqrt{\frac{\sum(x_i - \bar{x})^{-2}}{n-1}}$$

เมื่อ S.D. แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนกลุ่มตัวอย่าง

X_i แทน คะแนนแต่ละตัวในกลุ่มตัวอย่าง

$\overline{X}$ แทน ค่าคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง

n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

3.8.6 การรวบรวมข้อมูลและการประมวลผลข้อมูล

การรวบรวมข้อมูล ในการรวบรวมข้อมูลดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษาข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2. นำแบบสอบถามจำนวน 100 ชุดไปสอบถามข้อมูลบุคคลที่เข้าใช้บริการร้านบ้านชาบูแล้วทำการวิเคราะห์ข้อมูล

การประมวลผลข้อมูล

1. นำแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 100 ชุดมาลงรหัสโดยให้คะแนนน้ำหนักดังนี้

5 หมายถึง มีระดับความสำคัญมากที่สุด

4 หมายถึง มีระดับความสำคัญมาก

3 หมายถึง มีระดับความสำคัญปานกลาง

2 หมายถึง มีระดับความสำคัญน้อย

1 หมายถึง มีระดับความสำคัญน้อยที่สุด

2. นำคะแนนเฉลี่ยรายข้อและรายด้าน เทียบเกณฑ์โดยกำหนดเป็นช่วงคะแนนได้ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.50 – 5.00 มีระดับความสำคัญมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.50 – 4.49 มีระดับความสำคัญมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.50 – 3.49 มีระดับความสำคัญปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.50 – 2.49 มีระดับความสำคัญน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00 - 1.49 มีระดับความสำคัญน้อยที่สุด

3. นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ด้วยวิธีการเชิงสถิติแล้วนำมาศึกษาตามวัตถุประสงค์

บทที่4
ผลของการวิจัย

เว็บไซต์ระบบจองคิวออนไลน์ร้านบ้านชาบู ผู้จัดทำมีแนวคิดในการนำเทคโนโลยีและโปรแกรมเข้ามาช่วยในการสร้างเว็บไซต์ เพื่อเพิ่มความสะดวก รวดเร็ว ในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับร้านได้มากขึ้น โดยการวิจัยครั้งนี้ได้นำมาวิเคราะห์และสรุปผลเป็นข้อมูลเชิงคุณภาพและปริมาณ ซึ่งจะแบ่งเป็น

ส่วนที่ 1 ตัวอย่างหน้าจอเว็บไซต์

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล แบ่งออกเป็น 3 ส่วน

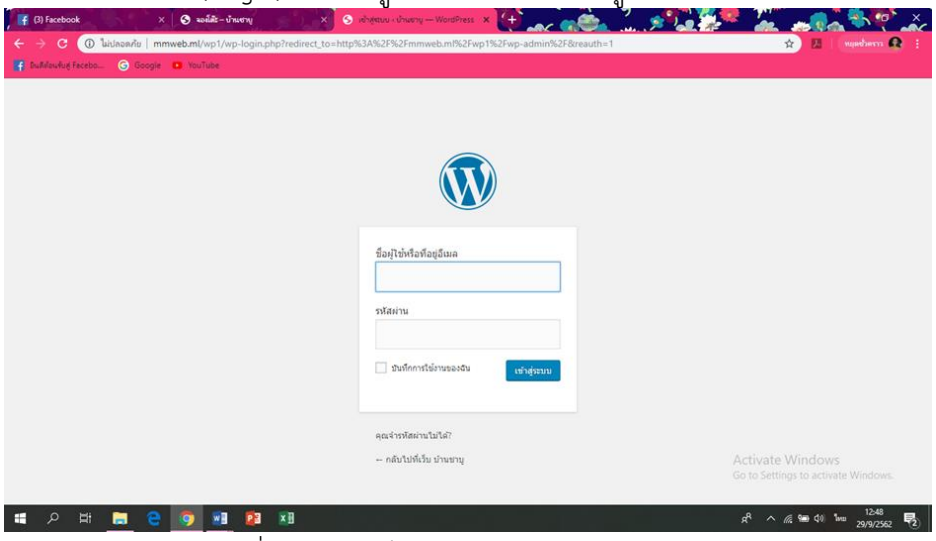
ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐาน

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจของผู้ใช้งานเว็บไซต์ระบบจองคิวออนไลน์ร้านบ้านชาบู

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ เกี่ยวกับการพัฒนาเว็บไซต์ระบบจองคิวออนไลน์ร้านบ้านชาบู

4.1 การใช้งานระบบของผู้ดูแลระบบ

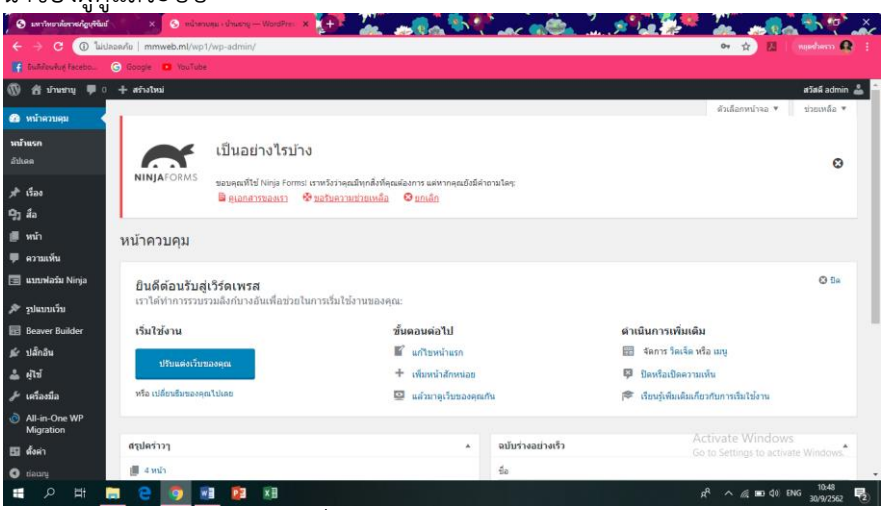
4.1.1 หน้าล็อกอิน (Login) เพื่อเข้าสู่ระบบการจัดการข้อมูลระบบจองคิวออนไลน์ร้านบ้านชาบู



ภาพที่ 4. 1 หน้าล็อกอิน (Login) ของผู้ดูแลระบบ

จากภาพที่ 4.1 หน้าล็อกอิน (Login) เพื่อเข้าสู่ระบบการจัดการข้อมูล

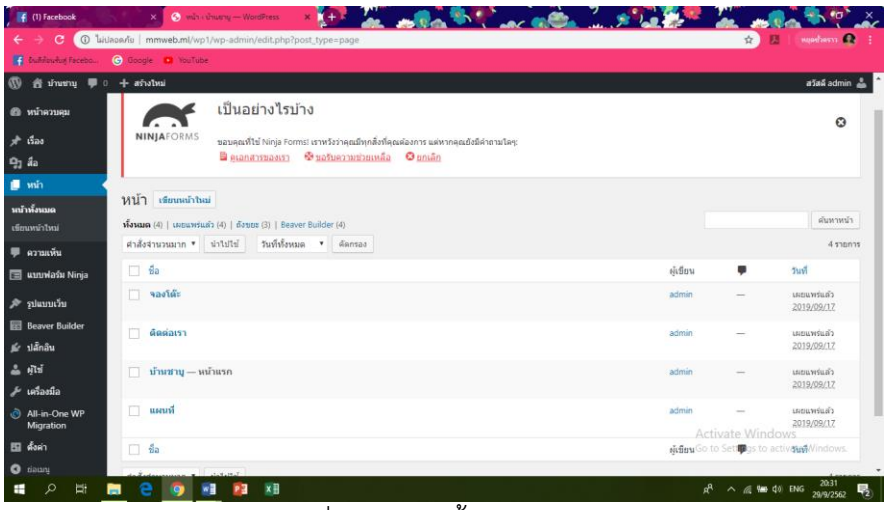
4.1.2 หน้าของผู้ดูแลระบบ



ภาพที่ 4. 2 หน้าควบคุม

จากภาพที่ 4.2 เป็นหน้าของผู้ดูแลระบบที่ต้องการเพิ่ม ลบ แก้ไข ข้อมูล

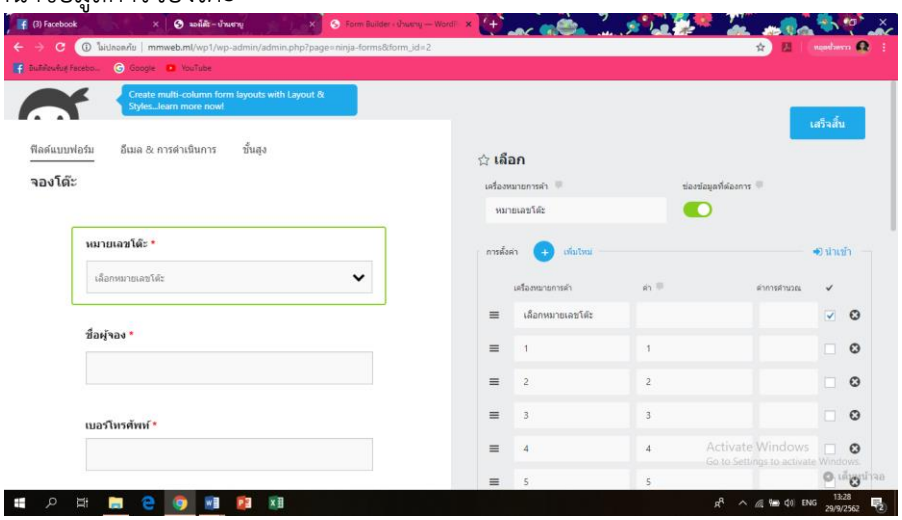
4.1.3 หน้าทั้งหมด



ภาพที่ 4. 3 หน้าทั้งหมด

จากภาพที่ 4.3 เป็นหน้า เพิ่ม ลบ แก้ไข เพิ่มรายละเอียดเมนูของเว็บไซต์ร้านบ้านชาบู

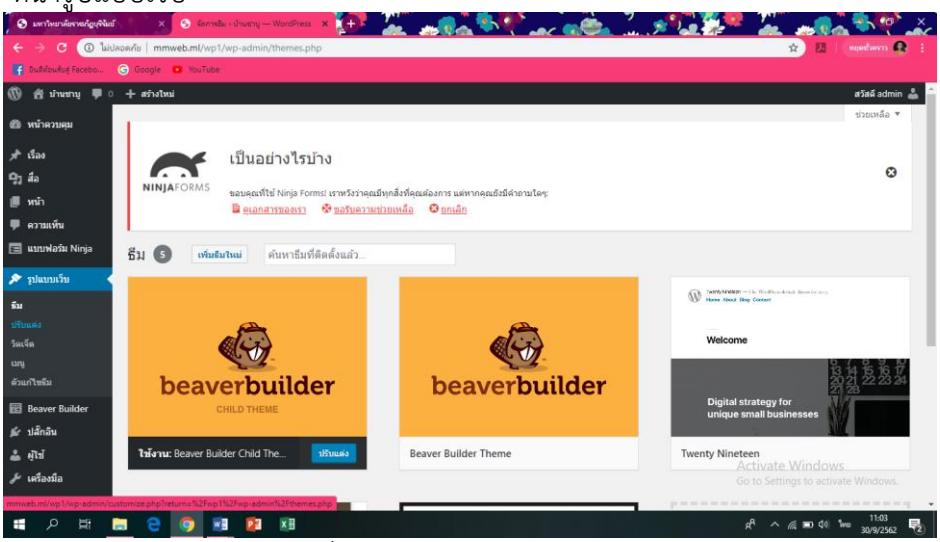
4.1.4 หน้าข้อมูลการจองโต๊ะ



ภาพที่ 4. 4 หน้าจองโต๊ะ

จากภาพที่ 4.4 เป็นหน้าเพิ่ม ลบ แก้ไขข้อมูลโต๊ะ

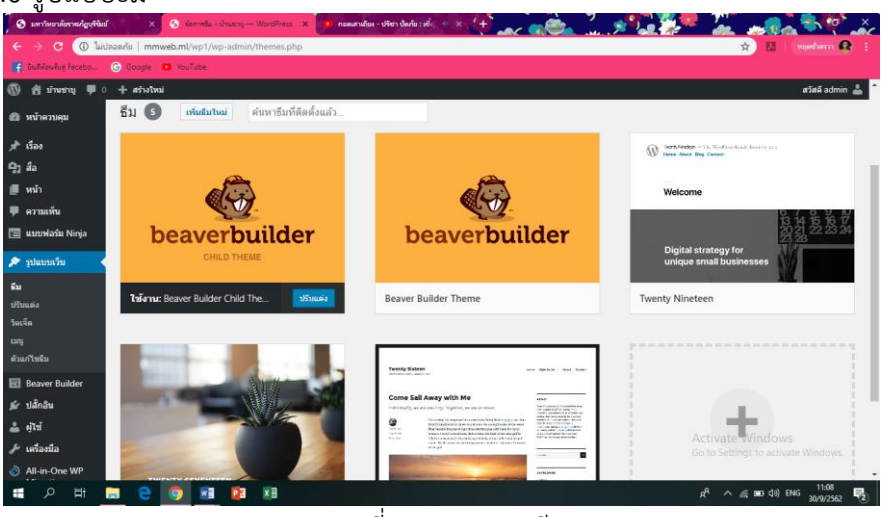
4.1.5 หน้ารูปแบบเว็บ



ภาพที่ 4. 5 หน้ารูปแบบเว็บ

จากภาพที่ 4.5 เป็นหน้ารูปแบบเว็บที่จัดการ รูปแบบธีม ปรับแต่ง วิดเจ็ด เมนู ส่วนหัว พื้นหลัง เป็นต้น

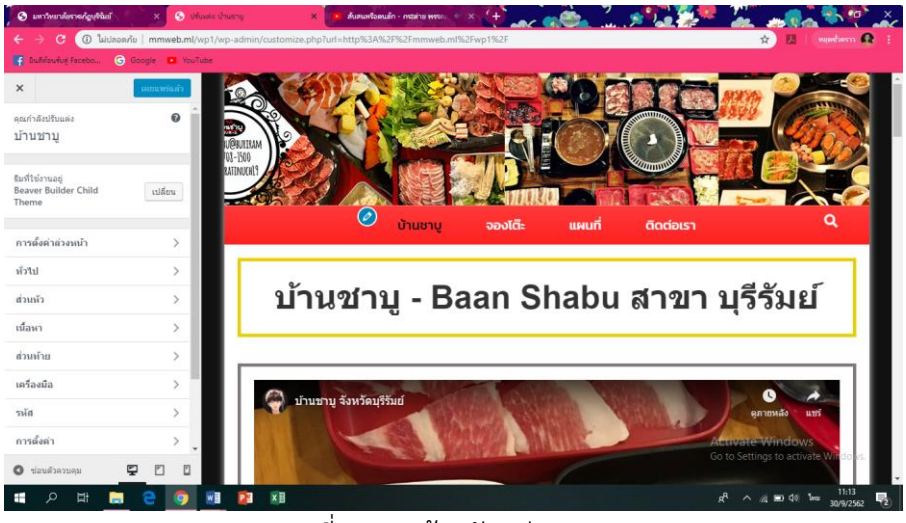
4.1.6 รูปแบบธีม



ภาพที่ 4. 6 รูปแบบธีม

จากภาพที่ 4.6 เป็นรูปแบบธีม เป็นการเลือกธีมในส่วนของการเลือกให้เว็บมีความน่าสนใจ และน่าชมมากขึ้น

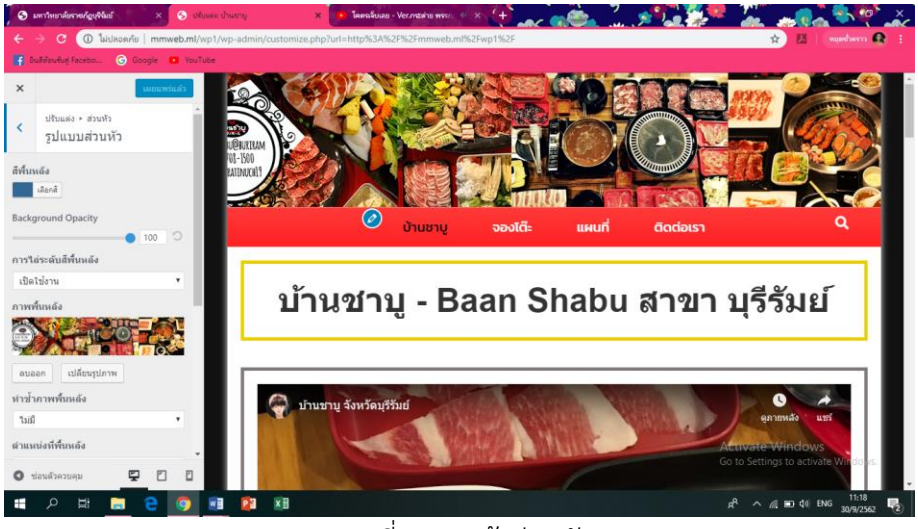
4.1.7 หน้าปรับแต่ง



ภาพที่ 4. 7 หน้าปรับแต่ง

จากภาพที่ 4.7 หน้าปรับแต่ง เป็นการปรับแต่งหน้าเว็บไซต์ตามที่เราต้องการและน่าสนใจสำหรับผู้เข้าชมเว็บ

4.1.8 หน้าส่วนหัว

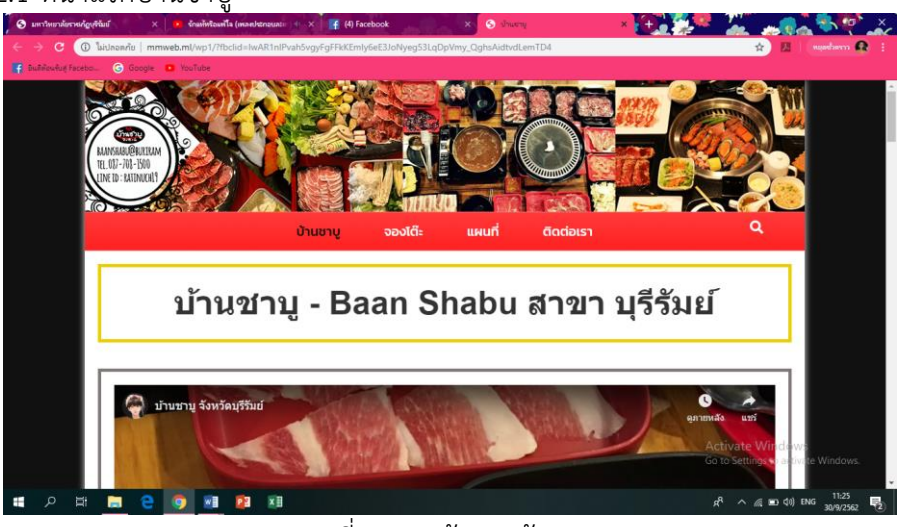


ภาพที่ 4. 8 หน้าส่วนหัว

จากภาพที่ 4.8 เพื่ออัปโหลดไฟล์รูปภาพจากเครื่องคอมพิวเตอร์ เมื่อโหลดรูปภาพเรียบร้อยแล้ว สามารถตัดส่วนของรูปภาพออกได้ เพื่อให้มีขนาดที่เหมาะสมกับรูปภาพส่วนหัว

4.2 การใช้งานระบบของผู้ใช้ทั่วไป

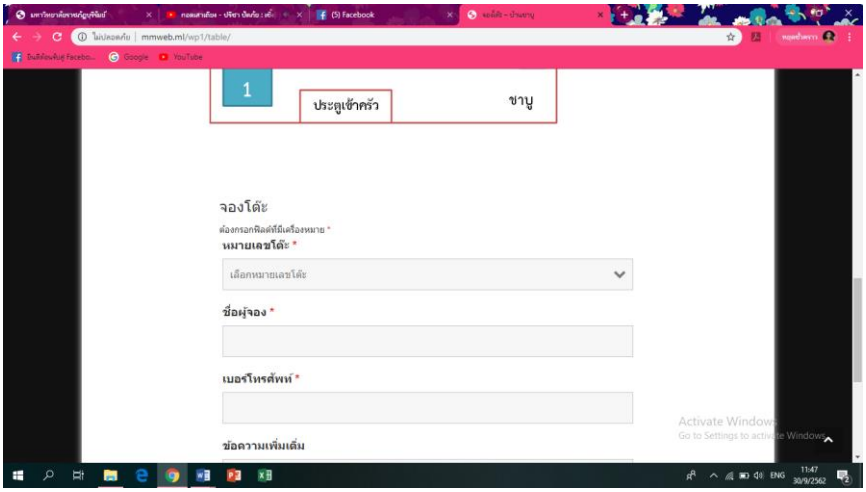
4.2.1 หน้าแรกบ้านชาบู



ภาพที่ 4. 9 หน้าแรกบ้านชาบู

จากภาพที่ 4.9 เป็นหน้าแรกของเว็บไซต์ร้านบ้านชาบู

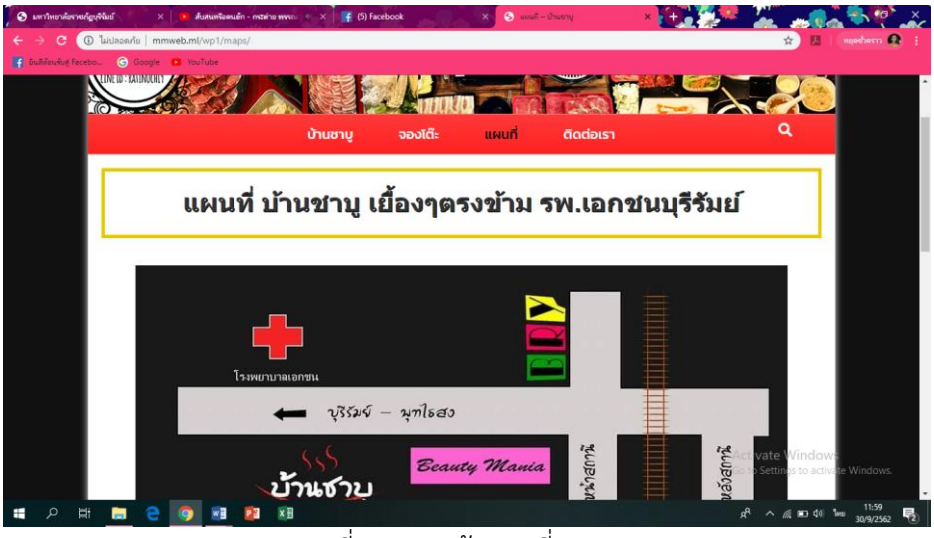
4.2.2 หน้าจองโต๊ะ



ภาพที่ 4. 10 หน้าจองโต๊ะ

จากภาพที่ 4.10 เป็นหน้าจองโต๊ะของร้านบ้านชาบู มีรูปบอกตำแหน่งโต๊ะ เราสามารถดูโต๊ะว่างได้ ตามช่องหมายเลขโต๊ะ

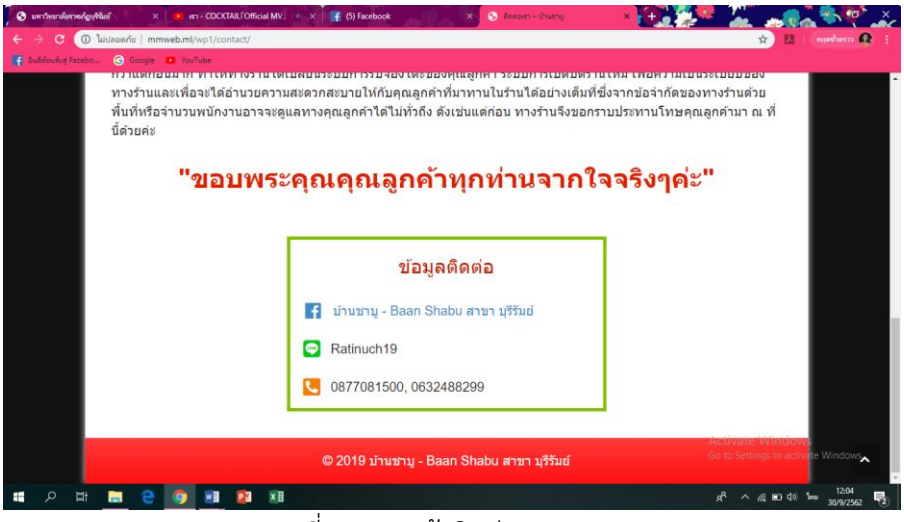
4.2.3 หน้าแผนที่



ภาพที่ 4. 11 หน้าแผนที่

จากภาพที่ 4.11 เป็นหน้าแสดงแผนที่เดินทางไปยังร้าน เพื่อให้ลูกค้าเดินทางง่ายขึ้น

4.2.4 หน้าติต่อเรา



ภาพที่ 4. 12 หน้าติดต่อเรา

จากภาพที่ 4.12 เป็นหน้าแสดงข้อมูลการติดต่อร้าน ผ่านเบอร์โทร Facebook Line เป็นต้น

4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 ผลการประเมิน ความพึงพอใจของเว็บไซต์ระบบจองคิวออนไลน์ กรณีศึกษา ร้านบ้านชาบู กลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 4. 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	**ค่าเฉลี่ย**	**ร้อยละ**
ชาย	60	60
หญิง	40	40
รวม	**100**	**100**

จากตารางที่ 4.1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีจำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 60 และ เพศหญิงจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 40

ตารางที่ 4. 2 จำนวนและร้อยละจำแนกตามอายุ

อายุ	**ค่าเฉลี่ย**	**ร้อยละ**
17-22ปี	11	11
23-28ปี	33	33
29-34ปี	35	35
35ปีขึ้นไป	21	21
รวม	**100**	**100**

จากตารางที่ 4.2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 29-34 ปี มีจำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 35 รองลงมา มีอายุระหว่าง 23-28 ปี จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 33 มีอายุระหว่าง 35ขึ้นไป ปี จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 21 17-22ปี มีจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 11

ตารางที่ 4. 3 จำนวนและร้อยละ จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ร้อยละ
มัธยมศึกษา	29	29
ปวช./ปวส.	33	33
ปริญญาตรีขึ้นไป	38	38
รวม	**100**	**100**

จากตารางที่ 4.3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 39 รองลงมา มีระดับ ปวช./ปวส. จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 32 และมัธยมศึกษา จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 29

ตารางที่ 4. 4 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจด้านเนื้อหา

รายการประเมินความพึงพอใจ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. มีความชัดเจน ถูกต้อง น่าเชื่อถือ และข้อมูลมีการปรับปรุงอยู่เสมอ	3.78	0.871	มาก
2. การประชาสัมพันธ์ข่าวสาร ภาพ ในเว็บไซต์มีความเหมาะสม น่าสนใจ	4.37	4.984	มาก
3. การจัดลำดับเนื้อหาเป็นขั้นตอน มีความต่อเนื่อง อ่านแล้วเข้าใจ	3.87	0.825	มาก
4. มีการจัดหมวดหมู่ให้ง่ายต่อการค้นหาและทำความเข้าใจ	3.95	0.796	มาก
5.เนื้อหากับภาพมีความสอดคล้องกัน	4.03	0.731	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	**4.00**	**1.06**	**มาก**

จากตารางที่ 4.4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจภาพรวมด้านข้อมูลข่าวสารอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมากที่สุด คือ การประชาสัมพันธ์ข่าวสาร ภาพ ในเว็บไซต์มีความเหมาะสม น่าสนใจ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37รองลงมา คือ เนื้อหากับภาพมีความสอดคล้องกัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 และน้อยที่สุด คือ มีความชัดเจน ถูกต้อง น่าเชื่อถือ และข้อมูลมีการปรับปรุงอยู่เสมอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78

ตารางที่ 4. 5 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจด้านการออกแบบและการจัดรูปแบบเว็บไซต์

รายการประเมินความพึงพอใจ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
6. การจัดรูปแบบในเว็บไซต์ง่ายต่อการอ่านและการใช้งาน	4.00	0.75	มาก
7. หน้าโฮมเพจมีความสวยงาม มีความทันสมัย น่าสนใจ	3.59	0.86	มาก
8. สีสันในการออกแบบเว็บไซต์มีความเหมาะสม	3.92	0.97	มาก
9. สีพื้นหลังกับสีตัวอักษรมีความเหมาะสมต่อการอ่าน	3.75	1.08	มาก
10. ขนาดตัวอักษร และรูปแบบตัวอักษร มีความสวยงามและอ่านได้ง่าย	3.75	1.07	มาก
11. มีความเร็วในการแสดงภาพ ตัวอักษร และข้อมูลต่างๆ	3.98	0.88	มาก
12. ภาพประกอบสามารถสื่อความหมายได้	3.76	1.01	มาก
13. ความถูกต้องในการเชื่อมโยงภายในเว็บไซต์	3.66	0.63	มาก
14. ความถูกต้องในการเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์อื่น	2.96	0.87	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	**3.70**	**0.31**	**มาก**

จากตารางที่ 4.5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจภาพรวมด้านรูปแบบเว็บไซต์อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมากที่สุด คือการจัดรูปแบบในเว็บไซต์ง่ายต่อการอ่านและการใช้งาน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 รองลงมา มีความเร็วในการแสดงภาพ ตัวอักษร และข้อมูลต่างๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 และน้อยที่สุด คือ ความถูกต้องในการเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์อื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.96

ตารางที่ 4. 6 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจด้านประโยชน์และการนำไปใช้

รายการประเมินความพึงพอใจ	$\overline{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
15. เนื้อหามีประโยชน์ต่อผู้ใช้งาน และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้	3.98	1.03	มาก
16. เป็นสื่อในการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์	3.97	0.97	มาก
17. สามารถเป็นแหล่งความรู้ได้	3.97	0.96	มาก
18. เป็นแหล่งข้อมูลที่ตรงกับความต้องการของผู้ใช้งาน	3.69	1.03	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	**3.90**	**0.52**	**มาก**

จากตารางที่ 4.6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจภาพรวมด้านการบริการอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมากที่สุด คือ เนื้อหามีประโยชน์ต่อผู้ใช้งาน และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ 3.98 รองลงมา คือ เป็นสื่อในการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ และ สามารถเป็นแหล่งความรู้ได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 และน้อยที่สุด คือ เป็นแหล่งข้อมูลที่ตรงกับความต้องการของผู้ใช้งาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69

ตารางที่ 4. 7 สรุป

รายการประเมินความพึงพอใจ	$\overline{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
ด้านเนื้อหา	4.00	1.60	มาก
ด้านการออกแบบและการจัดรูปแบบเว็บไซต์	3.70	0.31	มาก
ด้านประโยชน์และการนำไปใช้	3.90	0.52	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	**3.95**	**0.62**	**มาก**

จากตารางที่ 4.7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจโดยภาพรวมทั้งหมดอยู่ในระดับมากค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมากที่สุด คือ ด้านเนื้อหา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 รองลงมา คือ ด้านประโยชน์และการนำไปใช้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 และด้านการออกแบบและการจัดรูปแบบเว็บไซต์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70

บทที่5
สรุปผลการดำเนินโครงงานและข้อเสนอแนะ

จากปัญหาต่างๆ ของระบบการทำงาน โดยนำเทคโนโลยีมาพัฒนาระบบจองคิวออนไลน์ เพื่อช่วยในการจัดเก็บข้อมูล ลดปัญหาความซ้ำซ้อนของข้อมูลสามารถเพิ่มข้อมูล ลบข้อมูล แก้ไขข้อมูล และออกรายงานได้ อย่างถูกต้องและสะดวก รวดเร็วมากยิ่งขึ้น และเพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้งานเว็บไซต์ระบบการจองคิวออนไลน์ร้านบ้านชาบู

5.1 สรุปผลการดำเนินงาน

จาการที่คณะผู้จัดทำได้ทำการสร้างเว็บไซต์ขึ้นมานั้น ทางคณะผู้จัดทำได้มีการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับร้านบ้านชาบู เพื่อทำการเก็บข้อมูลที่จำเป็นในการนำมาใช้พัฒนาระบบไม่ว่าจะเป็น ข้อมูลประวัติร้าน ข้อมูลพนักงาน/ลูกค้า ข้อมูลกิจกรรม ข้อมูลการประชาสัมพันธ์ ได้นำมาทำการวิเคราะห์ปัญหาที่เกิดขึ้นเพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาเว็บไซต์การจองคิวออนไลน์ร้านบ้านชาบูครั้งนี้ ทางคณะผู้จัดทำได้ใช้โปรแกรม Visual Studio Code มาใช้ในการพัฒนาระบบ และใช้โปรแกรม Appserv 8.6.0 มาใช้ในการจัดการฐานข้อมูล

เมื่อทำการศึกษาข้อมูลของระบบอย่างระเอียดทางคณะผู้จัดทำได้ทำการออกแบบหน้าจอของแต่ละเมนูขึ้น โดยการออกแบบหน้าจอจะคำนึงถึงการใช้งานของผู้ดูแลระบบ ซึ่งแต่ละหน้าจอจะแตกต่างกันออกไปและออกแบบเพื่อให้ใช้งานได้ง่าย เมื่อทำการออกแบบหน้าจอเสร็จแล้ว คณะผู้จัดทำได้ทำการเขียนโปรแกรม พร้อมทั้งยังศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับร้านบ้านชาบูเพิ่มเติมด้วย

เมื่อเว็บไซต์ร้านบ้านชาบูที่คณะผู้จัดทำได้สร้างขึ้นมาจนสำเร็จและสามารถใช้งานได้จริง โดยสามารถทำงานตามที่ได้ออกแบบระบบไว้ คือ สามารถจัดเก็บข้อมูลเกี่ยวกับร้านบ้านชาบูได้ การทำงานของเว็บไซต์ถูกออกแบบมาให้มีความง่ายในการใช้งาน และมีประสิทธิภาพ โดยสรุปข้อมูลการสร้างเว็บ ดังนี้

ชื่อเว็บไซต์	: เว็บไซต์ร้านบ้านชาบู
เครื่องมือที่ใช้ในการพัฒนา	: Visual Studio Code
ฐานข้อมูล	: Appserv

เนื้อหาบนเว็บไซต์มีดังนี้ หน้าแรก เกี่ยวกับการจองโต๊ะ แผนที่ ติดต่อเรา ข่าวประชาสัมพันธ์ ภาพกิจกรรม โปรโมชั่น การออกแบบได้ออกแบบตามมาตรฐานของเว็บไซต์ โดยเน้นเนื้อหาข้อมูลเกี่ยวกับหลักการสร้างเว็บไซต์ ซึ่งได้ศึกษาข้อมูลมาจากเอกสารวิชาการ ตำรางานวิจัย และบุคลที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญ และข้อมูลสารสนเทศบนเว็บไซต์

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของการใช้งานเว็บไซต์กร้านบ้านชาบู วิจัยครั้งนี้ ได้แก่ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ลูกค้าที่รับประทานอาหารร้านบ้านชาบู จำนวน 100 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการประเมินแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

1. ข้อมูลทั่วไป เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา

2. แบบประเมินความพึงพอใจของเว็บไซต์ แบ่งเป็นประเด็น ดังนี้ ด้านเนื้อหา ด้านการออกแบบและการจัดรูปแบบเว็บไซต์ ด้านประโยชน์และการนำไปใช้ ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการประเมินความพึงพอใจของเว็บไซต์

ข้อมูลทั่วไป สรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากคือเพศชายและเป็นผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด ได้แก่ อายุระหว่าง 29-34ปี มีจำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 35 รองลงมา มีอายุระหว่าง 23-28ปี จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 33 และ อายุ 35 ปีขึ้นไป มีจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 21 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลความพึงพอใจของเว็บไซต์

ผลการประเมินความพึงพอใจของเว็บไซต์จากกลุ่มตัวอย่าง 100 คน พบว่าผู้ใช้มีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ย 3.95 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.62 อยู่ในระดับมาก ประกอบด้วยด้านเนื้อหา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.06 อยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ ด้านการออกแบบและการจัดรูปแบบเว็บไซต์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.31 อยู่ในระดับมาก และด้านประโยชน์และการนำไปใช้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.52 อยู่ในระดับมาก

3. ข้อเสนอแนะ

5.2.1 ในการทำระบบการจองคิวออนไลน์นั้น ควรศึกษาวิธีการทำงานด้านต่าง ๆ ว่ามีการทำงานอย่างไร ต้องมีการจัดลำดับขั้นตอนในการทำงานให้ถูกต้อง และเป็นระเบียบ

5.2.2 ในการออกแบบโครงการ จะต้องคำนึงถึงผู้ใช้ใช้ด้วยว่า เมื่อผู้ใช้นำไปใช้แล้ว จะมีผลอย่างไรกับผู้ใช้ ดังนั้นต้องไม่ทำระบบการใช้งานแบบยุ่งยากและน่าเบื่อโดยการใช้สีสันให้สดใสเพื่อให้ผู้ใช้เกิดความสบายในระบบ และหน้าจอการใช้งานในแต่ละหน้าสามารถมองเห็นข้อมูลที่ชัดเจน มีการทำงานที่ไม่ซับซ้อน ข้อมูลต่าง ๆ ถูกจัดเก็บอย่างมั่นคง ไม่สูญหาย มีความถูกต้อง และสามารถแก้ไขได้เมื่อมีข้อผิดพลาด เพื่อให้ผู้ใช้เกิดความพึงพอใจ และประทับใจ ในซอฟต์แวร์ของเราอย่างสูงสุด

บรรณานุกรม

โกทูนาว(2561)., ความพึงพอใจ*[อินเตอร์ เน็ต].* เข้าถึงจาก
https://www.gotoknow.org

นางสาวศิวพร เพชรวิลัย นางสาวนันทนา ศรีพรมทอง(2561) คณะวิทยาศาสตร์ ระดับการศึกษา วิทยาศาสตรบัณฑิต ภาควิชาวิทยาการคอมพิวเตอร์ มหาวิทยาลัยสยาม

นายยงยุทธ ทองชัย(2559) สาขาวิชาการบริหารเทคโนโลยี คณะวิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

สถาบันการศึกษา(2559)., หลักการตลาด 4Ps*[อินเตอร์ เน็ต].* เข้าถึงจาก
https://millionaire-academy.com

สุมาลิน กางทอง(2561) บัณฑิตวิทยาลัย มหาลัยกรุงเทพ

สนทยา พลพาลสังข์ รัชชนันท์ หลาบมาลา(2561) สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ

ไอริเกชัน(2561)., การจัดการฐานข้อมูล*[อินเตอร์ เน็ต].* เข้าถึงจาก
http://irrigation.rid.go.th

ภาคผนวก

แบบสอบถามความพึงพอใจในการใช้งานเว็บไซต์การจองคิวออนไลน์กรณีศึกษาร้านบ้านชาบูแบบสอบถามเพื่อการวิจัย
ความพึงพอใจต่อการเข้าใช้เว็บไซต์ร้านบ้านชาบู

คำชี้แจงในการตอบแบบสอบถาม

1. แบบสอบถามฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อการเข้าใช้บริการร้านบ้านชาบู เพื่อนำมาใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาร้านบ้านชาบูต่อไป
2. แบบสอบถามมีจำนวน 3 ตอน ดังนี้
   ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐาน
   ตอนที่ 2 ความพึงพอใจต่อการเข้าใช้เว็บไซต์ร้านบ้านชาบู
   ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม เกี่ยวกับการพัฒนาร้านบ้านชาบู
3. กรุณาตอบแบบสอบถามชุดนี้ให้ครบทุกข้อและตอบตามประสบการณ์ที่เป็นจริงข้อมูลที่ท่านตอบแบบสอบถามในครั้งนี้จะไม่มีผลกระทบต่อตัวท่านแต่ประการใด ซึ่งข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามจะนำผลมาใช้สำหรับพัฒนาร้านบ้านชาบูขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในการให้ความอนุเคราะห์ตอบแบบสอบถาม

นางสาวสุทธิดา คิดรัมย์
นางสาวมัชฌิมา คะเรรัมย์

แบบสอบถาม
ความพึงพอใจต่อการเข้าใช้เว็บไซต์ร้านบ้านชาบู

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐาน

คำชี้แจง โปรดตอบแบบสอบถามต่อไปนี้โดยเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงใน ❑ ที่ตรงกับคุณสมบัติของตัวท่าน

1. เพศ

❑ 1. ชาย ❑ 2. หญิง

2. อายุ

❑ 1. 17-22 ปี ❑ 2. 23-28 ปี
❑ 3. 29-34 ปี ❑ 4. 35 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

❑ 1. มัธยมศึกษา ❑ 2. ปวช./ปวส.
❑ 3. ปริญญาตรีขึ้นไป

ตอนที่ 2 แบบสอบถามความพึงพอใจต่อการเข้าใช้บริการร้านบ้านชาบู

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความรู้สึกของท่านมากที่สุด

ข้อ	รายการ	ระดับความพึงพอใจ				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
		5	4	3	2	1
	ด้านเนื้อหา					
1	มีความชัดเจน ถูกต้อง น่าเชื่อถือ และข้อมูลมีการปรับปรุงอยู่เสมอ					
2	การประชาสัมพันธ์ข่าวสาร ภาพ ในเว็บไซต์มีความเหมาะสม น่าสนใจ					
3	การจัดลำดับเนื้อหาเป็นขั้นตอน มีความต่อเนื่อง อ่านแล้วเข้าใจ					
4	มีการจัดหมวดหมู่ให้ง่ายต่อการ ค้นหาและทำความเข้าใจ					
5	เนื้อหากับภาพมีความสอดคล้องกัน					
	ด้านการออกแบบและการจัดรูปแบบเว็บไซต์					
6	การจัดรูปแบบในเว็บไซต์ง่ายต่อการอ่านและการใช้งาน					

7	หน้าโฮมเพจมีความสวยงาม มีความทันสมัย น่าสนใจ					
8	สีสันในการออกแบบเว็บไซต์มีความเหมาะสม					
9	สีพื้นหลังกับสีตัวอักษรมีความเหมาะสมต่อการอ่าน					
10	ขนาดตัวอักษร และรูปแบบตัวอักษร มีความสวยงามและอ่านได้ง่าย					
11	มีความเร็วในการแสดงภาพ ตัวอักษร และข้อมูลต่างๆ					
12	ภาพประกอบสามารถสื่อความหมายได้					
13	ความถูกต้องในการเชื่อมโยงภายในเว็บไซต์					
14	ความถูกต้องในการเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์อื่น					
	ด้านประโยชน์และการนำไปใช้					
15	เนื้อหามีประโยชน์ต่อผู้ใช้งาน และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้					
16	เป็นสื่อในการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์					
17	สามารถเป็นแหล่งความรู้ได้					
18	เป็นแหล่งข้อมูลที่ตรงกับความต้องการของผู้ใช้งาน					

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....

.....

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ – นามสกุล	นางสาวสุทธิดา คิดรัมย์
วัน เดือน ปีเกิด	5 ธันวาคม 2540
สถานที่เกิด	จังหวัดบุรีรัมย์
ที่อยู่ปัจจุบัน	3/1 ถนนบุลำดวน ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ 31000
เบอร์โทรศัพท์	0882632423
อีเมล์	Sutthida05122540@gmail.com

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2559	โรงเรียนกลันทาพิทยาคม
พ.ศ. 2562	ปจจุบันกำลังศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 4 สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ – นามสกุล	นางสาวมัชฌิมา คะเรรัมย์
วัน เดือน ปีเกิด	14 มีนาคม 2541
สถานที่เกิด	จังหวัดบุรีรัมย์
ที่อยู่ปัจจุบัน	110 หมู่ 3 ตำบลหนองตาด อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ 31000
เบอร์โทรศัพท์	0841958984
อีเมล์	Matchima.kar@bru.ac.th
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2559	โรงเรียนภัทรบพิตร
พ.ศ. 2562	ปจจุบันกำลังศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 4 สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์