



เว็บไซต์ประชาสัมพันธ์บ้านใหม่โฮมสเตย์ ตำบลสตึก อำเภอสตึก จังหวัดบุรีรัมย์  
Website Releases Ban Mai Home Stay Sawai Chik Sub-District  
Muang District Buriram Province.

อินทิรา โมราสวัสดิ์  
วัชรัญญา บุญเจียม

งานวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชาโครงการคอมพิวเตอร์เพื่อธุรกิจ  
สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์  
ปีการศึกษา 2562

เว็บไซต์ประชาสัมพันธ์บ้านใหม่โฮมสเตย์ ตำบลสตึก อำเภอสตึก จังหวัดบุรีรัมย์  
Website Releases Ban Mai Home Stay Sawai Chik Sub-District  
Muang District Buriram Province.

อินทิดา โมราสวัสดิ์  
วัชรินญา บุญเยี่ยม

งานวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชาโครงการคอมพิวเตอร์เพื่อธุรกิจ  
สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์  
ปีการศึกษา 2562

**ชื่อโครงการ** : เว็บไซต์ประชาสัมพันธ์บ้านใหม่โฮมสเตย์ ตำบลสวายจิก อำเภอเมือง  
จังหวัดบุรีรัมย์

**ผู้จัดทำโครงการวิจัย** : นางสาวอินทิดา โมราสวัสดิ์  
นางสาววัชรัญญา บุญเยี่ยม

**คณะ** : วิทยาการจัดการ

**สถาบัน** : มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

**ที่ปรึกษาโครงการ** : อาจารย์ชลิตา เจริญเนตร

**ปีการศึกษา** : 2562

### บทคัดย่อ

การจัดทำโครงการฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์และออกแบบเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์บ้านใหม่โฮมสเตย์ ตำบลสวายจิก อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ เพื่อพัฒนาเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์บ้านใหม่โฮมสเตย์ ตำบลสวายจิก อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ และเพื่อศึกษาความพึงพอใจของการใช้งานเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์บ้านใหม่โฮมสเตย์ ตำบลสวายจิก อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ เนื่องจากการดำเนินงานทางบ้านใหม่โฮมสเตย์ในปัจจุบันได้มีการเก็บข้อมูลของทางโฮมสเตย์ไว้มาก ทั้งข้อมูลด้านราคาห้องพัก ข้อมูลด้านประเภทห้องพัก ซึ่งเดิมการดำเนินงานไม่มีการเก็บข้อมูลที่เป็นระเบียบและเป็นระบบ ทำให้การดำเนินงานเกิดความล่าช้า และอาจเกิดข้อผิดพลาดได้หากมีการจดจำข้อมูลที่ผิด จึงเกิดการสร้างระบบสารสนเทศรูปแบบเว็บไซต์และแอปพลิเคชันบ้านใหม่โฮมสเตย์ขึ้น เพื่อช่วยสนับสนุนการดำเนินงานและแก้ไขปัญหาดังกล่าวข้างต้น สำหรับโครงการนี้จัดทำโดยโปรแกรม Appserv โปรแกรม Photoshop CS6 โปรแกรม Visual Studio Code และโปรแกรม Microsoft Office Visio ส่วนของภาษาที่ใช้ ภาษา CSS ภาษา HTML ภาษา MySQL และภาษา PHP ในการพัฒนาเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์บ้านใหม่โฮมสเตย์ ตำบลสวายจิก อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ เมื่อนำโปรแกรมดังกล่าวมาใช้ร่วมกันแล้ว จะทำให้การจัดการฐานข้อมูลเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์บ้านใหม่โฮมสเตย์สะดวกมากยิ่งขึ้น

ผลการศึกษาพบว่า ประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในตัวเมืองบุรีรัมย์ ที่มีต่อเว็บไซต์การประชาสัมพันธ์บ้านใหม่โฮมสเตย์ ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 40 คน เป็นเพศชายจำนวน 17 คน และเพศหญิงจำนวน 23 คน ส่วนใหญ่ มีอายุ 35-45 ปี เป็นนักท่องเที่ยวที่อยู่ในจังหวัดบุรีรัมย์ พบว่าด้านการออกแบบและการจัดรูปแบบ มีความพึงพอใจค่าเฉลี่ย 4.46 อยู่ในเกณฑ์ความพึงพอใจมาก ส่วนด้านคุณภาพของเนื้อหา มีความพึงพอใจค่าเฉลี่ย 4.29 อยู่ในเกณฑ์ความพึงพอใจมาก และด้านประโยชน์และการนำไปใช้ มีความพึงพอใจค่าเฉลี่ย 4.60 อยู่ในเกณฑ์ความพึงพอใจมากที่สุด ด้านภาพรวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 อยู่ในเกณฑ์พึงพอใจมาก

**คำสำคัญ** : เว็บไซต์ประชาสัมพันธ์บ้านใหม่โฮมสเตย์

**Project Name** : Website Releases Ban Mai Home Stay Sawai Chik Sub-District  
Muang District Buriram Provine.

**Name** : Miss. Intira Morasawt  
Miss. Watchareeya Boonjiam

**Faculty** : Management

**Institution** : Rajabhat Buriram University

**Project Advisor** : Miss. Charita Charoennet

**Year** : 2019

### ABSTRACT

The purpose of this project was to analyze and design the website for Ban Mai Homestay, Sawai Chik Subdistrict, Mueang District, Buri Ram Province. In order to develop a website to promote Ban Mai Homestay, Sawai Chik Subdistrict, Mueang District, Buri Ram Province And to study the satisfaction of using the website of Ban Mai Homestay website, Sawai Chik Subdistrict, Mueang District, Buri Ram Province due to the operations of Ban Mai Homestay currently have a lot of information about the Homestay Including room price information Room type information In the past, there was no systematic and systematic data collection. Causing delays in operations And errors may occur if the data is remembered incorrectly. Therefore creating information systems, website forms, and applications for Baan Mai Homestay To help support the operation and solve the above problems This project was produced by Appserv program, Photoshop CS6 program, Visual Studio Code program and Microsoft Office Visio program. The language used is CSS language, HTML language, MySQL language and PHP language for developing the website of Ban Mai Homestay, Sawai Chik Subdistrict, Mueang District. Buriram province When the said program is used together Will make the management of the Ban Mai Homestay website database more convenient.

The study indicated that Assess the satisfaction of tourists in the city of Buriram Towards the website of the promotion of Ban Mai Homestay 40 respondents, 17 male and 23 female, most of them aged 35-45 years, were tourists in Buriram province. Found that in terms of design and formatting They are satisfied with the average 4.46 which is very satisfied. As for the content quality They are satisfied with the average 4.29 which is very satisfied. And benefits and uses They are satisfied with the average of 4.60 which is in the highest satisfaction level. As for the overall picture, the average is 4.45 which is very satisfied.

**Keywords:** Website public relations Ban Mai Homestay

## กิตติกรรมประกาศ

โครงการนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีเนื่องจากได้รับคำแนะนำ และการตรวจแก้ไขให้ข้อคิดเห็นต่าง ๆ ในเรื่องรูปแบบแนวทางในการจัดทำโครงการ จึงขอขอบพระคุณบุคคลดังต่อไปนี้

อาจารย์ชลิตา เจริญเนตร อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการที่คอยให้คำปรึกษา คอยตรวจสอบเอกสารและตัวโครงการ ตลอดจนตรวจทานแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ จนทำให้สำเร็จสมบูรณ์ได้ ขอขอบพระคุณอาจารย์สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ ทุก ๆ ท่านที่คอยให้คำแนะนำที่ดี ประสิทธิ์ประสาทวิชา และอบรมสั่งสอนตลอดมา จนสามารถทำให้โครงการเสร็จสมบูรณ์

ขอขอบพระคุณทองนาค การเพียร เจ้าของบ้านใหม่โฮมสเตย์ ที่ให้ความอนุเคราะห์ข้อมูลอำนวยความสะดวก ให้ความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และคอยให้คำแนะนำความเหมาะสมในด้าน การตรวจสอบข้อมูล ตลอดจนมหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ที่สนับสนุนโครงการวิจัยในครั้งนี้

ท้ายสุดนี้ขอขอบพระคุณบิดา มารดา พี่น้อง เพื่อน ๆ รวมทั้งบุคคลอื่นที่มีได้กล่าวถึงที่คอยให้คำแนะนำและความช่วยเหลือในการจัดทำโครงการครั้งนี้ให้ประสบความสำเร็จได้ด้วยดี ผู้จัดทำโครงการจึงขอขอบพระคุณทุกท่านเป็นอย่างสูง

อินทิรา โมราสวัสดิ์  
วัชรวิญา บุญเยี่ยม

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ข
กิตติกรรมประกาศ.....	ค
สารบัญ.....	ง
สารบัญภาพ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ช
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ.....	2
1.3 ขอบเขตของโครงการ.....	2
1.4 ขั้นตอนและระยะเวลาการดำเนินงาน.....	3
1.5 เครื่องมือและภาษาที่ใช้ในการพัฒนา.....	3
1.6 ประโยชน์ที่ได้รับจากโครงการ.....	4
1.7 นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง.....	4
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 บริบทบ้านใหม่โฮมสเตย์ .....	5
2.2 แนวคิดการออกแบบเว็บไซต์.....	6
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์.....	12
2.4 ทฤษฎีเครือข่ายสังคม (Social Network) .....	17
2.5 ทฤษฎีเกี่ยวกับความต้องการและการใช้สื่อตอบสนองความต้องการ.....	20
2.6 ทฤษฎีความพึงพอใจ.....	23
2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	26
บทที่ 3 วิธีการดำเนินงาน	
3.1 ภาพรวมของระบบ.....	27
3.2 โครงสร้างเว็บไซต์.....	28
3.3 การออกแบบการทำงานของระบบ.....	29
3.4 การออกแบบส่วนผู้ใช้งาน.....	43
3.5 การออกแบบสอบถามความพึงพอใจ.....	47
3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล .....	48
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	
4.1 ผลการดำเนินงานของระบบผู้ใช้.....	51
4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	59

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 สรุป อภิปรายและข้อเสนอแนะ	
5.2 ข้อเสนอแนะ.....	64
บรรณานุกรม.....	65
ภาคผนวก.....	68
ก. แบบประเมินความพึงพอใจเว็บไซต์ของกลุ่มตัวอย่าง.....	69
ข. คู่มือการใช้งานเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์บ้านใหม่โฮมสเตย์.....	72
ค. รูปภาพลงพื้นที่เก็บข้อมูล.....	78
ข้อมูลผู้จัดทำ.....	80

## สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 รูปภาพบ้านใหม่โฮมสเตย์.....	5
3.1 ภาพรวมของระบบ.....	28
3.2 โครงสร้างเว็บไซต์.....	29
3.3 Context diagram.....	30
3.4 ระบบ Data flow Level 1 ระบบเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์บ้านใหม่โฮมสเตย์.....	31
3.5 Dataflow Diagram Level 2 Process 1 เข้าสู่ระบบ.....	32
3.6 Dataflow Diagram Level 2 Process 2 จัดการข้อมูล.....	32
3.7 Dataflow Diagram Level 2 Process 3 ค้นหา.....	33
3.8 Dataflow Diagram Level 2 Process 4 เลือกรายการ.....	33
3.9 Dataflow Diagram Level 2 Process 5 การจองห้องพัก.....	34
3.10 Dataflow Diagram Level 2 Process 6 ออกรายงาน.....	34
3.11 Flowchart การเข้าสู่ระบบ ของAdmin.....	35
3.12 Flow chart จัดการข้อมูล.....	36
3.13 Flowchart การเข้าสู่ระบบ ของUser.....	37
3.14 Flowchart การจองห้องพัก.....	38
3.15 Flowchart การออกรายงาน.....	39
3.16 ER-Diagram ของเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์.....	40
3.17 การออกแบบส่วนผู้ใช้งาน หน้าแรก.....	44
3.18 การออกแบบส่วนผู้ใช้งาน หน้าเกี่ยวกับเรา.....	44
3.19 การออกแบบส่วนผู้ใช้งาน หน้าบ้านทั้งหมด.....	45
3.21 การออกแบบส่วนผู้ใช้งาน หน้าแกลลอรี่.....	46
3.22 การออกแบบส่วนผู้ใช้งาน หน้าสถานที่ท่องเที่ยวแนะนำ.....	46
3.23 การออกแบบส่วนผู้ใช้งาน หน้าติดต่อเรา.....	47
4.1 หน้าแรกของผู้ใช้งานทั่วไป.....	52
4.2 หน้าเกี่ยวกับเรา.....	53
4.3 หน้าห้องพักทั้งหมด.....	53
4.4 หน้าการจองห้องพัก.....	54
4.5 หน้าแกลลอรี่.....	54
4.6 หน้าสถานที่ท่องเที่ยวแนะนำ.....	55
4.7 หน้าติดต่อเรา.....	55
4.8 หน้าการเข้าสู่ระบบการจัดการ.....	56
4.9 หน้าระบบการจัดการโฮมสเตย์ทั้งหมด.....	56
4.10 หน้าข้อมูลการจองบ้านพัก.....	57



## สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
4.11 หน้าแก้ไขรายละเอียดเกี่ยวกับเรา.....	57
4.12 หน้าแก้ไขรายละเอียดการติดต่อเรา.....	57
4.13 หน้าเปลี่ยนรูปภาพสไลด์แนะนำ.....	58
4.14 หน้าการแก้ไข เพิ่ม ลบข้อมูลบ้านพัก.....	58
4.15 หน้าการลบ และเพิ่มรูปภาพ.....	58
4.16 หน้าแก้ไข ลบ และเพิ่มข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวแนะนำ.....	59
4.17 หน้าเข้าสู่ข้อความการติดต่อเรา.....	59
4.18 หน้าออกรายงานการจองบ้านพัก.....	59

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1.1 ขั้นตอนและระยะเวลาการดำเนินงาน.....	3
3.1 ตารางโครงสร้างตาราง about (เกี่ยวกับ).....	41
3.2 ตารางโครงสร้างตาราง book (การจอง).....	41
3.3 ตารางโครงสร้างตาราง contact_us (การติดต่อ).....	41
3.4 ตารางโครงสร้างตาราง contact_detail (การติดต่อ).....	42
3.5 โครงสร้างตาราง gallery (รูปภาพ).....	42
3.6 ตารางโครงสร้างตาราง top_places (สถานที่) .....	42
3.7 ตารางโครงสร้างตาราง home (บ้านพัก).....	43
3.8 ตารางโครงสร้างตาราง log_system (การเข้าใช้ระบบ).....	43
3.9 ตารางโครงสร้างตาราง slider (รูปภาพสไลด์) .....	43
3.10 ตารางโครงสร้างตาราง user (ผู้ใช้) .....	43

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ความเป็นและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันคอมพิวเตอร์ได้เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันมากขึ้น และเป็นปัจจัยหลักของการทำงานในหลาย ๆ ด้าน ในการประกอบธุรกิจจำเป็นต้องนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการดำเนินการ เพื่อความสะดวก และรวดเร็ว ต่อการดำเนินงาน จำเป็นต้องอาศัยเทคโนโลยีเข้ามาเป็นตัวช่วยหลักในการจัดการธุรกิจ ให้อยู่ในรูปแบบของเว็บไซต์ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่ายขึ้น และสามารถบริหารจัดการส่วนต่าง ๆ ได้ทุกที่ทุกเวลา บ้านใหม่โฮมสเตย์ เป็นโฮมสเตย์ที่มีห้องพักให้กับนักท่องเที่ยว ตั้งอยู่ในตัวเมืองบุรีรัมย์ซึ่งใกล้กับแหล่งท่องเที่ยวให้เมืองบุรีรัมย์ ซึ่งเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่คงความเป็นเอกลักษณ์ บ้านใหม่โฮมสเตย์ซึ่งมีคนรู้จักโดยทางการแจกแผ่นพับ และการบอกปากต่อปากจากนักท่องเที่ยวที่เคยมาพักที่บ้านใหม่โฮมสเตย์

จากการศึกษารูปแบบเดิมของ บ้านใหม่โฮมสเตย์ พบว่ายังไม่มีการนำระบบสารสนเทศ และการดำเนินงานที่ใช้อยู่ในรูปแบบปัจจุบัน ซึ่งการเก็บข้อมูลของทางบ้านใหม่โฮมสเตย์ยังอยู่ในรูปแบบการเขียนบันทึกข้อมูลลงในกระดาษตั้งแต่การจดยอดชื่อนักท่องเที่ยวที่เข้ามาพัก การเก็บรักษาข้อมูล ข้อมูลการจองของแต่ละครั้งยังเป็นการเก็บในรูปแบบเดิม ซึ่งมีโอกาสที่ข้อมูลจะสูญหาย หรือข้อมูลนั้นอาจเสียหายหรือชำรุด เหตุนี้บ้านใหม่โฮมสเตย์จึงได้ตระหนักถึงความจำเป็นของการบริการ จึงได้มีการพัฒนาเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ให้มีความทันสมัย ถูกต้องและแม่นยำ โดยการนำเทคโนโลยีมาปรับปรุงประยุกต์ใช้กับการประชาสัมพันธ์ รวมถึงการจกการภายในเว็บไซต์โฮมสเตย์ เช่น ทำให้การประชาสัมพันธ์มีประสิทธิภาพมากขึ้น จากโฮมสเตย์แบบเดิมที่ต้องเก็บเอกสารการจองห้องพัก จดจำห้องพักและรายละเอียดข้อมูลของห้องพัก เมื่อมีการนำโปรแกรมมาประยุกต์ใช้งานเป็นเว็บไซต์การประชาสัมพันธ์โฮมสเตย์ จะช่วยให้การบริหารจัดการเป็นเรื่องง่าย

ดังนั้น คณะผู้จัดทำจึงได้มีความคิดที่จะนำเอาเทคโนโลยีเข้ามาประยุกต์ให้เข้ากับการทำงาน เพื่อช่วยในการบริหารจัดการงานได้อย่างรวดเร็ว ถูกต้อง และมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ผู้จัดทำได้มีแนวคิดที่จะทำโครงการนักศึกษา เรื่องเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์บ้านใหม่โฮมสเตย์ ตำบลสวายจิก อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ จึงได้เสนอวิธี การนำเอาเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการ เพื่อช่วยในการบริหารจัดการโฮมสเตย์ให้เป็นปัจจุบัน และง่ายต่อการเรียกใช้งาน การค้นหา แก้ไขข้อมูลต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็ว ถูกต้อง และช่วยในการเก็บรักษาข้อมูลให้ปลอดภัย หลีกเลี่ยงการสูญเสียข้อมูลที่สำคัญได้อย่างดีเยี่ยม การทำงานของระบบจะเป็นแบบออนไลน์บนเว็บ เพื่อที่เจ้าของจะได้สามารถเช็คและตรวจสอบ ข้อมูลของร้านโดยผ่านระบบบริหารจัดการได้ตลอดเวลา

## 1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ

1.2.1 เพื่อวิเคราะห์และออกแบบเว็บไซต์บ้านใหม่โฮมสเตย์ ตำบลสวายจิก อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์

1.2.2 เพื่อพัฒนาเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์บ้านใหม่โฮมสเตย์ ตำบลสวายจิก อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์

1.2.3 เพื่อศึกษาความพึงพอใจของการใช้งานเว็บไซต์บ้านใหม่โฮมสเตย์ ตำบลสวายจิก อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์

## 1.3 ขอบเขตของโครงการ

### 1.3.5 ขอบเขตของระบบ

#### 1.3.4.1 Admin (ผู้ดูแลระบบ)

- 1) เข้าสู่ระบบได้ และสามารถออกจากระบบได้
- 2) สามารถเพิ่มข้อมูลและรายละเอียดของห้องพักได้
- 3) สามารถลบข้อมูลห้องพักได้
- 4) สามารถแก้ไขข้อมูลห้องพักได้
- 3) สามารถดูข้อมูลห้องพักได้
- 4) สามารถออกรายงานสรุปผลการจองห้องพักได้

#### 1.3.4.2 User (ผู้ใช้ทั่วไป)

- 1) ผู้ใช้ทั่วไปสามารถเข้าสู่ข้อมูลและรายละเอียดของห้องพักได้
- 2) สามารถจองห้องพักได้

#### 1.4 ขั้นตอนและระยะเวลาการดำเนินงาน

ตารางที่ 1.1 ขั้นตอนและระยะเวลาในการดำเนินงาน

กิจกรรม	เดือน พ.ศ.2562															
	มิถุนายน				กรกฎาคม				สิงหาคม				กันยายน			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1. นำเสนอหัวข้อ																
2. รวบรวมข้อมูล																
3. วิเคราะห์ออกแบบระบบ																
4. พัฒนาระบบ																
5. ทดสอบระบบแก้ไขข้อผิดพลาด																
6. นำเสนอผลงาน																
7. จัดทำคู่มือ																

#### 1.5 เครื่องมือและภาษาที่ใช้ในการพัฒนา

##### 1.5.1 ฮาร์ดแวร์

1.5.1.1 Acer Aspire E1-470 series

1.5.1.2 Intel(R) Core(TM) i3-321 7U CPU @ 1.8GHz

1.5.1.3 RAM : 4 GB

##### 1.5.2 ซอฟต์แวร์

1.5.2.1 Adobe Photoshop CS6

1.5.2.2 AppServ

1.5.2.3 Vs code

1.5.2.4 Microsoft Office Visio

##### 1.5.3 ภาษาที่ใช้พัฒนา

1.5.3.1 PHP

1.5.3.2 HTML

1.5.3.3 CSS

1.5.3.4 MySql

1.5.3.5 Java script

1.5.3.6 Json

1.5.3.7 Ajax

1.5.3.8 JQuery

## 1.6 ประโยชน์ที่ได้รับจากโครงการ

- 1.6.1 ได้ระบบบริหารจัดการรูปแบบออนไลน์บนเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์โฮมสเตย์
- 1.6.2 ช่วยให้จัดการข้อมูลต่าง ๆ ให้เป็นระเบียบเรียบร้อย ค้นหาได้ง่าย
- 1.6.3 เพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ให้กับโฮมสเตย์

## 1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ

1.7.1 ประชาสัมพันธ์ หมายถึง การเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสาร กิจกรรมต่างๆ ของบ้านใหม่โฮมสเตย์ เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจ และได้มีนักท่องเที่ยวอื่นๆ ได้เข้ามารู้จักกับบ้านใหม่โฮมสเตย์มากยิ่งขึ้น

1.7.2 การพัฒนาเว็บไซต์ หมายถึง หลักการ ขั้นตอน องค์ประกอบในการดำเนินงานการพัฒนาเว็บไซต์ของบ้านใหม่โฮมสเตย์ให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

1.7.3 เว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ หมายถึง ศูนย์รวมที่อยู่ในรูปแบบของเว็บไซต์ในการประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่างๆของบ้านใหม่โฮมสเตย์

1.7.4 บ้านใหม่โฮมสเตย์ หมายถึง สถานที่ที่มีไว้ให้กับนักท่องเที่ยวได้เข้ามาพักอาศัย และได้มาสัมผัสกับความเป็นธรรมชาติของบ้านใหม่

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้มีการศึกษาการพัฒนาเว็บไซต์ในเบื้องต้น พบว่าแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสำหรับเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์โฮมสเตย์บ้านใหม่ หมู่ 4 ตำบลสวายจิก อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ มีดังนี้

- 2.1 บริบทบ้านใหม่โฮมสเตย์
- 2.2 แนวคิดการออกแบบเว็บไซต์
- 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์
- 2.4 ทฤษฎีเครือข่ายสังคม (Social Network)
- 2.5 ทฤษฎีเกี่ยวกับความต้องการและการใช้สื่อตอบสนองความต้องการ
- 2.6 ทฤษฎีความพึงพอใจ
- 2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 บริบทบ้านใหม่โฮมสเตย์



ภาพที่ 1.1 รูปภาพบ้านใหม่โฮมสเตย์

บ้านใหม่ห่างจากแหล่งท่องเที่ยวในตัวอำเภอเมืองประมาณ 15 กิโลเมตร ก็มาถึงหมู่บ้านใหม่ ทางเข้าหมู่บ้านเริ่มได้บรรยากาศของการท่องเที่ยวแล้วขับเข้าไปก็เจอกับศาลหลวงปู่ ที่หมู่บ้านเปิดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวและพักได้ในรูปแบบโฮมสเตย์ ซึ่งมีอยู่ด้วยกันประมาณ 8 หลัง บ้านแต่ละหลังเป็นบ้านโบราณมีประวัติยาวนาน สร้างโดยใช้ไม้เนื้อแข็ง เช่น ไม้ประดู่ ไม้แดง ซึ่งได้จากท้องไร่ท้องนาในสมัยนั้นตัวบ้านถูกออกแบบโดยเน้นพื้นที่ใช้สอยเป็นหลัก ทั้งด้านล่างและด้านบนของบ้านโดยบ้านจะยกสูงจากพื้น 1-1.5 เมตร เพื่อใช้สอยในส่วนของใต้ถุนบ้าน บนบ้านจะมีห้องนอนที่เป็นแบบโล่งกว้าง มีระเบียงไว้เป็นที่พักผ่อนและต้อนรับแขก โดยระเบียงแบ่งออกเป็นสองฝั่ง โดยฝั่งหนึ่งจะถูกยกขึ้นเพื่อให้มีช่องลมได้ล่าง ใช้ในการระบายอากาศ และได้บรรยากาศที่สัมผัสธรรมชาติและทุ่งนา และชีวิตความเป็นอยู่

ประจำท้องถิ่น และจะมีอุทยานหม่อนไหมอีกหนึ่งอาชีพของคนในหมู่บ้านคือ ปลูกหม่อน เลี้ยงไหม ทอผ้า หลังฤดูเก็บเกี่ยว หรือหลังจากทำนาเสร็จแล้วแต่ละบ้านก็จะปลูกใบหม่อนของตัวเองวิถีชีวิตที่ยังคงความเป็นอยู่แบบโบราณ แต่ละบ้านจะมีผู้ข้เข้าเอาไว้เก็บข้าวเปลือกแบบนี้คะ บ้านไหนมี 2 หลังก็จะเป็นการรู้ว่าบ้านหลังนี้ค่อนข้างมี อยากรไปสัมผัสวิถีชีวิตชาวบ้าน เรียนรู้การทอผ้า และอีกหลายอาชีพที่คนรุ่นหลังเริ่มจะไม่ค่อยรู้จักหรือได้เห็นภาพเหล่านี้แล้วได้ที่บ้านใหม่บุรีรัมย์

## 2.2 แนวคิดการออกแบบเว็บไซต์

สุวิช ธีระโครต (2554) ได้กล่าวว่า การออกแบบเว็บไซต์นั้นมีความสำคัญอย่างมากเนื่องจากจะทำให้ผู้ชมเกิดความประทับใจ ชื่นชอบ จนสามารถดึงดูดความสนใจได้ จนกระทั่งมีความต้องการที่จะกลับเข้าชมเว็บนั้นๆ อีกครั้งในอนาคต สำหรับการออกแบบเว็บไซต์นั้น หมายถึง การออกแบบพัฒนาส่วนหน้าแสดงของเว็บให้เกิดความประทับใจแก่ผู้ชม และนำเสนอความเป็นเอกลักษณ์ของหน่วยงานได้ ด้วยโปรแกรมฟังก์ชันการใช้งานภายในเว็บไซต์ที่ทำให้ผู้ใช้ช้อยากเข้ามามีปฏิสัมพันธ์ต่อเว็บไซต์นั้น โดยต้องให้ความสำคัญกับปัจจัยต่างๆ ดังต่อไปนี้

### 2.2.1 ความสำคัญของการออกแบบเว็บไซต์

เว็บไซต์เป็นสื่อที่อยู่ในการควบคุมของผู้ใช้โดยสมบูรณ์ ดังนั้นการออกแบบเว็บจึงมีความสำคัญที่จะดึงดูดให้ผู้ใช้เข้ามาชมและทำกิจกรรมร่วมในเว็บไซด์ของเราให้ได้มากที่สุด ซึ่งสามารถสรุปปัญหาต่าง ๆ เกี่ยวกับผู้ใช้ซึ่งเป็นองค์ประกอบหนึ่งในการกำหนดความสำเร็จหรือล้มเหลวของการสร้างเว็บไซต์ ดังต่อไปนี้

2.2.1.1 ผู้ใช้มักไม่อดทนกับอุปสรรคและปัญหาที่เกิดขึ้นจากการออกแบบการใช้งานผิดพลาด

2.2.1.2 ผู้ใช้มีทางเลือกมากขึ้นที่จะเข้าใช้บริการเว็บไซด์อื่น ถ้าหากการออกแบบเว็บไซด์นั้นนั้นเกิดความรู้สึกไม่ประทับใจ

2.2.1.3 ผู้ใช้หลายคนชื่นชอบเว็บไซด์ที่สวยงาม และมีความสะดวกในการใช้งานมากกว่าเว็บที่ดูสับสนวุ่นวาย มีข้อมูลจำนวนมากแต่ค้นหาข้อมูลที่ต้องการไม่พบหรือใช้เวลายาวมากในการแสดงหน้าเว็บ

2.2.1.4 หากผู้ใช้มีความประทับใจกับเว็บไซด์หนึ่ง ๆ แล้วจะทำให้อยากกลับมาเข้าใช้อีกครั้ง

### 2.2.2 การตั้งเป้าหมายของเว็บไซต์

การออกแบบเว็บไซต์ในปัจจุบันนั้น ผู้เขียนไม่ต้องกังวลเกี่ยวกับข้อจำกัดของภาษา HTML ข้อจำกัดเกี่ยวกับขนาดของหน้าจอ หรือความเร็วในการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต เป็นต้น เนื่องจากเทคโนโลยีมีความก้าวหน้าและทันสมัย แต่สำหรับความสำเร็จของการออกแบบเว็บไซด์นั้นไม่ได้ขึ้นอยู่กับเทคโนโลยีเพียงอย่างเดียว ต้องพิจารณาถึงเป้าหมายของเว็บไซด์เป็นหลักด้วย โดยต้องพิจารณาองค์ประกอบดังต่อไปนี้

2.2.2.1 วัตถุประสงค์ของเว็บไซต์ ต้องสื่อให้เห็นว่าเว็บไซด์เราจะทำอะไร เป็นการพิจารณาถึงกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการใช้เว็บไซต์ โดยใช้คำถามเหล่านี้เพื่อประกอบการพิจารณา ได้แก่ อะไรคือกิจกรรมหลักของเว็บไซด์นี้ ต้องการให้ผู้ใช้ทำอะไรได้บ้าง ซึ่งตั้งเป้าหมายโดยพิจารณาสิ่งต่อไปนี้



- 1) วางตำแหน่งของบริษัทหรือองค์กรให้เป็นผู้เชี่ยวชาญในสาขานั้น ๆ ด้วยการให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์อย่างถูกต้องในสาขานั้น ๆ อย่างสมบูรณ์
- 2) สร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง โดยใช้กลยุทธ์แข่งขันด้วยเนื้อหา และทำให้การใช้งานของเว็บไซต์ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ได้อย่างเหมาะสม
- 3) การนำเสนอเว็บไซต์ทางธุรกิจ ต้องให้ความสำคัญกับการกระตุ้นยอดขายให้มากขึ้นด้วยวิธีจัดโปรโมชั่นพิเศษบนเว็บไซต์ เสนอสินค้าตัวอย่างให้ดูเสมือนจริงและชัดเจน
- 4) ต้องทำเว็บไซต์ให้เป็นแหล่งข้อมูลที่สามารถเข้าถึงได้ตลอดเวลา

### 2.2.3 หน้าตาของเว็บไซต์

ต้องตั้งมาตรฐานสำหรับหน้าตาของเว็บไซต์ไว้ว่า เช่น “เว็บไซต์จะต้องมีความดึงดูดใจเป็นอย่างมาก ทุกคนมีความต้องการที่อยากเข้าชมเว็บไซต์ของเรา” ดังนั้นจึงควรออกแบบเว็บไซต์ที่สวยงามเพื่อดึงดูดผู้ใช้ให้เข้ามาชมเว็บไซต์ อยากรับข้อมูลจากเว็บไซต์ เข้ามาซื้อสินค้า และมีการสื่อสารกันภายในเว็บไซต์

### 2.2.4 ความสามารถในการใช้งานและเข้าถึงเว็บไซต์

ต้องออกแบบเว็บไซต์ให้รองรับผู้ใช้ที่หลากหลาย เช่น คนตาบอด เด็กและเยาวชน ผู้ใช้ที่มีความสามารถใช้งานที่ช้าหรือคนแก่ เครื่องคอมพิวเตอร์ที่มีความเสี่ยง ผู้ใช้ที่มีทักษะการใช้งานเว็บไซต์น้อย ผู้ใช้ที่ใช้เทคโนโลยีเว็บไม่ทันสมัย เป็นต้น

### 2.2.5 องค์ประกอบของการออกแบบเว็บไซต์อย่างมีประสิทธิภาพ

การออกแบบเว็บไซต์ที่ดีนั้น จะต้องออกแบบให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย และจะต้องคำนึงถึงความสะดวกของผู้ใช้งานเป็นหลัก โดยที่ผู้ออกแบบนั้นต้องให้ความสำคัญระหว่างความสวยงามและความสะดวก ซึ่งต้องนึกถึงองค์ประกอบดังต่อไปนี้ กฎติญา สกฤตเสาวภาค, กษิรา ศิริวัฒนากุล, ธนะชัย สุนทรเวช และอภิขญา นิมคุ้มภัย (2552)

2.2.5.1 ความเรียบง่าย (Simplicity) คือ การสื่อเนื้อหาถึงผู้ใช้โดยจำกัดองค์ประกอบเสริมที่เกี่ยวข้องกับการนำเสนอให้เหลือแต่สิ่งที่จำเป็นเท่านั้น ทั้งการแสดงออกในด้านเนื้อหา ตัวอักษร หรือแม้แต่สีที่ใช้ ทำให้ผู้ใช้รู้สึกใช้งานง่ายและสะดวกไม่ก่อให้เกิดความรู้สึกรำคาญใดๆ

2.2.5.2 ความสม่ำเสมอ (Consistency) คือ การสื่อให้ผู้ใช้รู้ว่าเป็นเนื้อหาเดียวตลอดทั้งเว็บไซต์ โดยไม่ก่อให้เกิดความสับสนแก่ผู้ใช้ ดังนั้นผู้ออกแบบเว็บไซต์ควรออกแบบระบบ Navigation และโทนสีให้มีความสม่ำเสมอคล้ายคลึงกันตลอดทั้งเว็บไซต์

2.2.5.3 ความเป็นเอกลักษณ์ (Identity) คือ ต้องออกแบบเพื่อแสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์ขององค์กร ทั้งชุดสี ตัวอักษร รูปภาพกราฟิก เป็นสื่อถึงความเป็นเอกลักษณ์แทบทั้งสิ้น

2.2.5.4 เนื้อหาที่ประประโยชน์ (Useful content) เนื้อที่แสดงออกของเว็บไซต์นั้นเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดซึ่งต้องแสดงออกถึงความถูกต้องและสมบูรณ์ โดยไม่ซ้ำกับเว็บไซต์อื่น และเป็นเนื้อหาที่ทันต่อเหตุการณ์ เนื่องจากเป็นสิ่งที่ดึงดูดผู้เข้ามาใช้งานเว็บไซต์

2.2.5.5 ระบบ Navigation ที่ใช้งานง่าย (User-friendly navigation) เป็นส่วนที่สำคัญของเว็บไซต์เนื่องจากจะทำให้ผู้ใช้ไม่เกิดความสับสนเวลาใช้งานเว็บไซต์ ซึ่งผู้ออกแบบจำเป็นต้องออกแบบให้ผู้ใช้ใช้งานได้ง่ายและสะดวก เช่นถ้าใช้ภาพกราฟิกที่สื่อความหมายควรมีคำอธิบายที่ชัดเจนร่วมด้วย แสดงไว้ส่วนบนหรือส่วนล่างของหน้าเว็บไซต์

2.2.5.6 มีลักษณะที่น่าสนใจ (Visual appeal) ควรสื่อให้เว็บไซต์มีคุณภาพสัมพันธ์กับองค์ประกอบต่างๆ เช่น คุณภาพของกราฟิกที่แสดงบนเว็บไซต์นั้นต้องสมบูรณ์ไม่มีร่องรอยของความเสียหายเป็นจุดต่าง หรือมีขอบขั้วมันได้ สำหรับตัวอักษรต้องเป็นตัวอักษรที่อ่านง่ายและสบายตาพร้อมกับโทนสีที่สวยงาม

2.2.5.7 การใช้งานได้อย่างไม่จำกัด (Compatible) การออกแบบเว็บไซต์นั้นต้องทำให้คนส่วนใหญ่เข้าถึงให้ได้มากที่สุด โดยไม่มีการบังคับให้ติดตั้งโปรแกรมใด ๆ เพิ่มเติม สามารถแสดงผลได้ทุกระบบปฏิบัติการและความละเอียดของหน้าจอต่าง ๆ กัน

2.2.5.8 คุณภาพการออกแบบ (Design Stability) ต้องออกแบบให้เว็บไซต์มีเนื้อหาที่น่าเชื่อถือ เพื่อดึงดูดให้มีผู้เข้าชมเว็บไซต์เกิดความประทับใจ และมีความเชื่อถือในตัวเว็บไซต์

2.2.5.9 ระบบการใช้งานที่ถูกต้อง (Functional stability) ต้องออกแบบให้เว็บไซต์นั้นมีความแน่นอน ทำหน้าที่ได้อย่างถูกต้อง และสามารถใช้งานได้จริง เช่น ถ้ามีแบบฟอร์มให้ผู้ใช้กรอกข้อมูลก็ต้องทดสอบก่อนว่าสามารถใช้งานได้จริง หรือลิงค์ต่าง ๆ ที่แสดงอยู่บนหน้าเว็บไซต์ จะต้องเชื่อมโยงไปยังแหล่งข้อมูลนั้นๆ ได้จริง

นอกจากองค์ประกอบของการออกแบบเว็บไซต์อย่างมีประสิทธิภาพทั้ง 9 ข้อแล้วนั้น ยังมีองค์ประกอบที่สำคัญในการออกแบบเว็บไซต์เพิ่มเติมดังต่อไปนี้ ธัชกร วงษ์คำชัย (2558)

1) ข้อมูลเกี่ยวกับบริษัท โดยทั่วไปผู้ที่เข้ามาชมเว็บไซต์นั้นมีความต้องการพื้นฐานที่อยากรู้ข้อมูลของบริษัทในด้านต่าง ๆ เช่น ประวัติความเป็นมา เป้าหมาย ขนาดและความมั่นคงจำนวนพนักงาน และกิจการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดความมั่นใจในตัวสินค้าของบริษัท

2) รายละเอียดผลิตภัณฑ์ ผู้คนส่วนความต้องการพื้นฐานที่อยากรู้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการที่สนใจก่อนตัดสินใจซื้อ ดังนั้นจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องให้รายละเอียดผลิตภัณฑ์ บริการ โปรแกรมพิเศษ และรายละเอียดอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องภายในเว็บไซต์

3) ความคืบหน้าและข่าวสารจากสื่อมวลชน มีผู้คนบางกลุ่มจะให้ความสนใจเกี่ยวกับข่าวความเคลื่อนไหวของบริษัทและผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เช่น การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การตอบรับจากสื่อมวลชน เป็นต้น ดังนั้นจึงควรนำเสนอเนื้อหาส่วนภายในเว็บไซต์ด้วย

4) ข้อมูลในการติดต่อ เป็นสิ่งสำคัญที่เจ้าของเว็บไซต์จำเป็นต้องมีเพื่อให้ลูกค้าใช้ในการติดต่อกับบริษัท เช่น อีเมล ที่อยู่ของบริษัท เบอร์โทรศัพท์และโทรสาร ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นส่วนที่ช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับบริษัทได้เป็นอย่างมาก

5) คำถามยอดนิยม สำหรับคำถามยอดนิยมนั้นเหมาะแก่เว็บไซต์ที่นำเสนอสินค้าหรือบริการที่เข้าใจยาก ซึ่งถ้ามีการรวบรวมคำถามและคำตอบที่สำคัญไว้ในส่วนของคำถามยอดนิยม หรือ FAQ จะช่วยให้ผู้ที่สนใจได้รับคำตอบได้อย่างรวดเร็ว

## 2.2.6 การออกแบบโครงสร้างหน้าเว็บไซต์

การออกแบบโครงสร้างหน้าเว็บไซต์สามารถจำแนกออกเป็น 3 รูปแบบใหญ่ๆ ดังนี้ ธัชกร วงษ์คำชัย (2558)

2.2.6.1 การออกแบบเว็บไซต์ที่เน้นการนำเสนอเนื้อหาเป็นหลัก การออกแบบลักษณะนี้จะใช้โครงสร้างของตารางเป็นเป็นหลัก เพื่อใส่ข้อความแบบหน้าสารบัญและมีรูปภาพขนาดเล็กประกอบ โดยให้ความสำคัญกับการนำเสนอเนื้อหามากกว่ารูปภาพ เช่น เว็บไซต์สนุกดอทคอม

2.2.6.2 การออกแบบเว็บที่เน้นภาพกราฟิกเป็นหลัก เว็บไซต์ลักษณะนี้จะไม่นับข้อความที่แสดงภายในเว็บไซต์ โดยจะเน้นที่การแสดงออกทางกราฟิกและสามารถสร้างการเชื่อมโยงภาพจากกราฟิกไปยังเว็บเพจอื่น ๆ เช่น เว็บไซต์ยานยนต์ที่ต้องการสื่อสารด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม

2.2.6.3 การออกแบบเว็บไซต์ที่มีทั้งภาพและเนื้อหา เว็บไซต์ลักษณะนี้จะให้ความสำคัญและมีการผสมผสานกันระหว่างรูปภาพที่สวยงามและเนื้อหาที่เหมาะสม โดยมีการใช้กราฟิกเพื่อทำรูปภาพให้เกิดสวยงาม เป็นต้น

## 2.2.7 กระบวนการออกแบบเว็บไซต์

กระบวนการออกแบบเว็บไซต์ เป็นสิ่งที่สร้างผลงานให้ประสบความสำเร็จ ดังนั้นจึงต้องให้ความสำคัญกระบวนการ ดังต่อไปนี้ สุวิข ธีระโครต (2554)

2.2.7.1 ขั้นการวิจัย (Research) รูปแบบวิจัยโดยทั่วไปสำหรับการออกแบบเว็บ คือ การพูดคุย สอบถามระหว่างนักออกแบบกับเจ้าของเว็บไซต์ เช่น ชื่อของเว็บไซต์ ชอบหรือไม่ชอบสิ่งใด

2.2.7.2 ส่วนประกอบใดที่อยากให้มีบนเว็บไซต์ จากนั้นข้อมูลเหล่านั้นมาพิจารณาในการออกแบบเว็บไซต์ต่อไป

2.2.7.3 ขั้นสร้างโครงสร้างเว็บไซต์ (Structure) ขั้นตอนนี้ควรสร้างอย่างอิสระตามจินตนาการ แต่ต้องอยู่บนพื้นฐานความเป็นไปได้ และควรคำนึงว่าเว็บไซต์จะเกิดจากหน้าเว็บอะไรบ้างเป็นองค์ประกอบ มากกว่ารูปร่างหน้าตาของส่วนประกอบหน้าเว็บจะแสดงออกมาอย่างไร

2.2.7.4 การสร้างปฏิสัมพันธ์ (Interaction) ในขั้นตอนนี้เป็นการเพิ่มเติมส่วนที่จะทำให้มีการติดต่อกับผู้ใช้งานได้ในระดับที่ซับซ้อนมากขึ้น โดยการเพิ่มปุ่มกด การค้นหาข้อมูลในฐานข้อมูลการเปิดเมนู รวมทั้งระบบเนวิเกชันไปยังหน้าเว็บต่างๆ

ดวงพร เกียงคำ (2549) ได้กล่าวเกี่ยวกับการออกแบบเว็บไซต์ไว้ว่า การออกแบบเว็บไซต์นั้นต้องนำข้อมูลต่าง ๆ ที่รวบรวมไว้ ได้แก่ วัตถุประสงค์ของเว็บไซต์ กลุ่มผู้ชมเป้าหมาย เนื้อหาที่วางไว้ มาวิเคราะห์ จัดระบบ และสรุปเป็นแนวคิด เพื่อทำการจัดวางโครงสร้างของเว็บไซต์ และกำหนดหน้าตาและรูปแบบของเว็บไซต์ที่จะนำเสนอแก่ผู้ชม โดยมีองค์ประกอบ 2 ส่วนคือ

## 2.2.8 การออกแบบโครงสร้างเว็บไซต์ (Site structure design)

เป็นแผนผังลำดับเนื้อหา ซึ่งจะแสดงตำแหน่งเว็บเพจทั้งหมด ซึ่งจะทำให้ผู้เข้าชมรู้ว่าเว็บไซต์นั้นประกอบไปด้วยเนื้อหาอะไรบ้าง สามารถแบ่งออกได้ 3 โครงสร้าง คือ

2.2.8.1 แบบเรียงลำดับ (Sequence)เหมาะสำหรับเว็บไซต์ที่มีการนำเสนอข้อมูลแบบทีละขั้นตอนต่อเนื่องกัน ดังนั้นจำนวนเว็บเพจมีไม่มาก

2.2.8.2 แบบระดับชั้น (Hierarchy)เป็นรูปแบบที่พบได้ทั่วไปจากหน้าหนึ่งไปอีกหลาย ๆ หน้า ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับเนื้อหาของเว็บไซต์นั้นๆ

2.2.8.3 แบบผสม (Combination)เหมาะสำหรับเว็บไซต์ที่ซับซ้อน คือ นำรูปแบบโครงสร้างแบบที่ 1 และ 2 มารวมกัน

## 2.2.9 การออกแบบระบบเนวิเกชัน (Site navigation design)

โดยทั่วไปเว็บไซต์จะมีเครื่องมือเนวิเกชัน ซึ่งต้องอยู่ในตำแหน่งที่ชัดเจนและเข้าถึงง่าย เช่น ส่วนบนหรือด้านซ้ายของเว็บเพจเข้าใจง่าย มีข้อความกำกับชัดเจน มีความสม่ำเสมอและเป็นระบบมีการตอบสนองเมื่อใช้งานและสามารถลิงค์กลับไปยังหน้าแรกได้เสมอโดยมีองค์ประกอบแยกออกได้ดังต่อไปนี้

2.2.9.1 เมนูหลัก เป็นเมนูที่แสดงไปยังเนื้อหาหลักของเว็บไซต์ จะอยู่ในรูปลิงค์ที่เป็นข้อความหรือกราฟิกจะแสดงอยู่ด้านบนของเว็บไซต์ทุกหน้า

2.2.9.2 เมนูเฉพาะกลุ่ม เป็นเมนูที่เชื่อมโยงเนื้อหาเฉพาะกลุ่มย่อยในเว็บเพจเดียว จะอยู่ในรูปลิงค์ที่เป็นข้อความหรือกราฟิกเช่นเดียวกัน

2.2.9.3 เครื่องมือเสริม เป็นเครื่องมือที่ช่วยเสริมการทำงานของเมนู เช่น ช่องค้นหาข้อมูล (Search box), เมนูแบบดรอปดาวน์, อิมเมจแมพ และแผนที่เว็บไซต์ เป็นต้น

#### 2.2.10 ส่วนประกอบในหน้าเว็บเพจ

ส่วนประกอบในหน้าเว็บเพจ สามารถจำแนกออกเป็น 4 ส่วนหลัก ดังต่อไปนี้ รัชกร วงษ์คำชัย (2558)

2.2.10.1 ส่วนหัวของเว็บเพจ (Page Header) ใช้สื่อแสดงชื่อของเว็บไซต์ หัวข้อเว็บเพจย่อย ตราสัญลักษณ์ รายการเลือก และรายการเชื่อมโยงข้อมูลภายในเว็บไซต์ ถือว่าที่ส่วนที่มีความสำคัญมากที่สุดเนื่องจากผู้ชมจะมองเห็นก่อนบริเวณอื่น

2.2.10.2 ส่วนของเนื้อหา (Page Body) อยู่ตรงกลางหน้าเว็บเพจ ใช้แสดงเนื้อหาภายในเว็บเพจนั้น ซึ่งประกอบไปด้วยรูปภาพ ข้อความ ภาพกราฟิก ตารางข้อมูล และอื่นๆ

2.2.10.3 ส่วนท้าย (Page Footer) อยู่ด้านล่างสุดของหน้าเว็บเพจ ส่วนนิยามวงระบบนำทางภายในของเว็บเพจ โดยเป็นลิงค์ข้อความง่ายๆ ข้อความแสดงลิขสิทธิ์ และอีเมลแอดเดรสของผู้ดูแลเว็บไซต์ เป็นต้น

2.2.10.4 ส่วนคอลัมน์การเชื่อมโยง (Page Sidebar) เป็นส่วนเพิ่มที่สร้างขึ้นภายในเว็บไซต์เพื่ออำนวยความสะดวกให้ผู้เข้าชมเว็บไซต์ ในการเชื่อมโยงข้อมูลต่างๆ ที่สำคัญ เช่น การแนะนำสินค้าหรือบริการใหม่ๆ

#### 2.2.11 การเลือกใช้สีสำหรับเว็บไซต์

การออกแบบเว็บเพจให้สวยงามนั้น ขึ้นกับการเลือกชุดสีให้มีความเหมาะสมและกลมกลืน เพื่อให้เว็บเพจออกมาดูสวยงาม ไม่ว่าจะเป็นสีพื้นของเว็บเพจ สีข้อความ สีขององค์ประกอบอื่นๆ เช่น กราฟิก ปุ่มกด ซึ่งการเลือกใช้สีนั้นจะแสดงออกซึ่งบุคลิกของเว็บไซต์ว่าต้องการสื่อสารต่อกลุ่มเป้าหมายกลุ่มใด ดังตัวอย่างต่อไปนี้ ดวงพร เกียงคำ (2549) การใช้สีสดใสตามลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย เช่น สีฟ้า เหลืองออกหวานๆ บุคลิกของเว็บไซต์จะออกมาดูสดใส อบอุ่นเป็นกันเอง เช่น [www.tweety-shop.com](http://www.tweety-shop.com)

2.2.11.1 เว็บที่เน้นกลุ่มวัยรุ่นและอินเทอร์เน็ต จะใช้สีโทนร้อนแรง เช่น สีแดง สีดำ เหลือง เขียว ส้ม สื่อถึงบุคลิกที่ร้อนแรง มีพลังความตื่นเต้น เช่น [www.s2diobox.com](http://www.s2diobox.com)

2.2.11.2 เว็บทางธุรกิจ จะใช้โทนสีเรียบขรึม เช่น ฟ้า เทาดำ หรือสีน้ำเงิน เพื่อให้เว็บไซต์มีบุคลิกที่เคร่งขรึม เรียบหรู และน่าเชื่อถือ เช่น [www.ktb.co.th](http://www.ktb.co.th)

2.2.11.3 พันจันทร์ ธนวัฒน์เสถียร และปิยะ นากสงค์ (2551) ได้กล่าวถึงความหมายสีกับความรู้สึกเพื่อใช้สื่อสารและจัดองค์ประกอบไซต์ไว้ดังต่อไปนี้

1) สีแดง ใช้สื่อถึงความรัก การแข่งขัน หรือความกล้าหาญ

2) สีเขียว ใช้สื่อถึงต้นไม้ ธรรมชาติ ความสดชื่น ให้ความรู้สึกที่ปลอดภัย ความอบอุ่น และให้ความแข็งแรงในเวลาเดียวกัน

- 3) สีน้ำเงิน ใช้สื่อถึง ท้องฟ้า ท้องทะเล ทำให้ผู้ชมรู้สึกสดชื่น และดูเรียบง่ายในเวลาเดียวกัน ในขณะที่เดียวกันก็มีความหมายทางลบ คือ ทำให้รู้สึกหดหู่ เศร้า หรือเสียใจ
- 4) สีเหลือง ใช้สื่อถึง ความร่าเริง ความสนุกสนาน และความสดใส
- 5) สีส้มและสีน้ำตาล ใช้สื่อถึงความรู้สึกเรียบง่าย แต่โดดเด่น และก็แฝงไปด้วยความแข็งแกร่งในเวลาเดียวกัน
- 6) สีขาว ใช้สื่อถึงฤดูหนาวหรือความเย็น และมีความหมายทางลบ หมายถึงความอ่อนแอเจ็บป่วยและโรคเรื้อรัง
- 7) สีดำ ใช้สื่อถึงความรู้สึกกลับ ความกลัว ความมืด เป็นสัญลักษณ์ของความเศร้า แต่ในขณะเดียวใช้สื่อกับสินค้าที่หรูหราและมีเกียรติ

#### 2.2.12 ขนาดตัวอักษรสำหรับเว็บไซต์

การเลือกใช้ขนาดตัวอักษรต่างๆ ในเว็บไซต์ นั้นมีความสำคัญมาก ซึ่งถ้าหากเลือกตัวอักษรที่มีขนาดเล็กเกินไป จะทำให้ผู้ชมเว็บไซต์อ่านเนื้อหาภายในเว็บไซต์ลำบาก ขนาดตัวอักษรที่นิยมใช้ เนื่องจากเป็นขนาดที่ทำให้ผู้อ่านรู้สึกสบายตา จะมีขนาดประมาณ 14 พอยต์

การจัดแนวตัวอักษร สามารถแบ่งออกเป็น 4 ประเภท คือ การวางเสมอหน้า การวางเสมอหลัง การวางตรงกลาง และการวางเสมอหน้าเสมอหลัง ซึ่งการวางในแต่ละประเภทนั้นส่งผลให้เว็บไซต์มีลักษณะแตกต่างกัน

#### 2.2.13 การออกแบบ Landing Page (หน้าแรกของเว็บไซต์)

Landing Page คือ หน้าแรกของเว็บไซต์ที่ผู้ชมเห็นหลังจากคลิกผ่านลิงก์หรือโฆษณาเข้ามา ซึ่งเปรียบเสมือนเครื่องมือการตลาดที่สำคัญตัวหนึ่ง โดยที่สามารถเก็บข้อมูลผู้ชม เช่น เพศ วัย อาชีพ อีเมล และที่อยู่ติดต่อจากหน้า Landing Page เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับการตลาดต่อไป การออกแบบ Landing Page ส่งผลอย่างยิ่งต่อการสร้างแบรนด์และเพิ่มจำนวนผู้เข้าถึงเว็บไซต์ โดยมีหลักการการออกแบบดังต่อไปนี้ ฌัฐพล ไยไพโรจน์ (2558)

2.2.13.1 จุดประสงค์ สำหรับการออกแบบ Landing Page มีหลายประการ เช่น การเชิญชวนให้สมัครเป็นสมาชิกเว็บไซต์ เชิญชวนให้รับข้อมูลข่าวสารน่าสนใจ เพื่อให้เป็นสื่อกลางในการกระจายข้อมูลข่าวสาร เพื่อแจ้งโปรโมชั่น หรือเพื่อขายสินค้า เป็นต้น

2.2.13.2 การออกแบบ Landing Page ให้น่าดึงดูดใจ ในการประเมินว่า Landing Page นั้นประสบความสำเร็จหรือไม่ สามารถประเมินจากการตอบรับของผู้เยี่ยมชม ถ้าหากผู้เยี่ยมชมให้การตอบรับจนถึงขั้นติดตามเว็บไซต์ หรือตอบรับกิจกรรมที่ต้องการสื่อสาร เช่น ซื้อสินค้า สมัครเพื่อรับข่าวสาร ดูโปรโมชั่น ก็ต้องขึ้นอยู่กับ การออกแบบที่ดีและมีคุณภาพ ซึ่งประกอบไปด้วยสิ่งเหล่านี้

2.2.13.3 Layoutเน้นการออกแบบให้เรียบง่ายแต่มีสไตล์ ซึ่งต้องสร้างความประทับใจให้กับผู้เยี่ยมชม ด้วยการออกแบบให้ดูเรียบง่าย สบายตา ที่สำคัญคือ ต้องไม่อัดแน่นไปด้วยเนื้อหา ไม่ควรมีความยาวเป็นหน้ากระดาษ เนื่องจากจะทำให้ผู้ชมอ่านเนื้อหามากเกินไปจนเกิดการเมื่อยตาและเมื่อยมือได้ ทำให้ผู้ชมอาจรู้สึกไม่ประทับใจได้

2.2.13.4 สี สัน ควรออกแบบการใช้สีที่อิงกับแบรนด์หรือโลโก้ เพื่อสร้างความรับรู้ให้ผู้บริโภคเกี่ยวกับตัวสินค้าและตราสินค้าและไม่ควรเล่นสีมากเกินไปเพราะจะทำให้รบกวนสายตาผู้ชมอีกด้วย

2.2.13.5 ตัวอักษร ควรออกแบบชื่อเรื่องให้มีความโดดเด่นกว่าส่วนอื่น ๆ จึงจำเป็นต้องเลือกตัวอักษรที่ช่วยดึงดูดใจผู้อ่านในส่วนหัวเรื่องใหญ่ และตัวอักษรรูปแบบธรรมดาในส่วนเนื้อหา ซึ่งจะช่วยให้เว็บไซต์มีความน่าสนใจ

2.2.13.6 ภาพประกอบ ต้องให้ความสำคัญกับคุณภาพของภาพที่แสดง ในเรื่องขนาดภาพ ต้องมีขนาดที่ตรงตามมาตรฐาน แสง สี ควรมีความชัดเจน ถ้าหากใช้ภาพที่ด้อยคุณภาพจะทำให้เว็บไซต์ไม่น่าเชื่อถือได้

2.2.13.7 สื่อสารชัดเจน ในโลกออนไลน์คนส่วนใหญ่จะอ่านเนื้อหาแบบผ่าน ๆ และอ่านอย่างรวดเร็ว ดังนั้นควรจัดทำเนื้อหาให้สั้น โดยบอกวัตถุประสงค์ว่าต้องการสื่อสารอะไร และจะเชิญชวนผู้ชมให้ทำอะไร เช่น สินค้าใหม่ สิทธิพิเศษ เป็นต้น

2.2.13.8 ปุ่ม Call to action ต้องโดดเด่น ซึ่งปุ่มนี้คือปุ่มชักชวนว่าจะให้ผู้ชมทำอะไรบ้าง เช่น Shop now, Lean more, Subscribe now เป็นต้น ถ้าสามารถออกแบบให้โดดเด่นจะทำให้ผู้ชมสะดุดตา ดังนั้น ควรเลือกใช้สีที่โดดเด่น ซึ่งสีที่นิยมใช้ ได้แก่ เขียว ส้ม น้ำเงิน ดำ ซึ่งจะช่วยดึงดูดสายตาและเชิญชวนให้คลิก

## 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์

การสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์การประชาสัมพันธ์เป็นรูปแบบหนึ่งของการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์เป็น การสื่อสารสองทาง (two-way communication) ที่มุ่งสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างองค์กรกับกลุ่มเป้าหมายทั้งภายในและภายนอกองค์กร การสื่อสารแบบเดิม ๆ คือ การแยกวิธีการสื่อสารออกตามช่องทางต่างคนต่างทำตามภารกิจและเป้าหมายที่แยกออกจากกันเช่น การประชาสัมพันธ์ การโฆษณา การส่งเสริมการขายการจัดกิจกรรมพิเศษ การสื่อสารในองค์กร ชุมชนสัมพันธ์กิจกรรมเพื่อสังคม กิจกรรมทางการตลาดเพื่อสังคมนักประชาสัมพันธ์ควรปรับทิศทางการสื่อสารในรูปแบบของการสื่อสารเชิงกลยุทธ์แบบบูรณาการ การสื่อสารในเชิงโครงสร้าง/สาระ และการสื่อสารในเชิงคุณภาพมากกว่าปริมาณ พจน์ ใจชาญสุขกิจ (2555) กล่าวคือ

### 2.3.1 การสื่อสารเชิงกลยุทธ์แบบบูรณาการ

นักประชาสัมพันธ์ควรใช้การสื่อสารแบบผสมผสานตามกรอบกลยุทธ์ให้ครอบคลุม การสร้างภาพลักษณ์ตราสินค้า/การบริการภาพลักษณ์องค์กร เพื่อการยอมรับ ความน่าเชื่อถือและเพื่อกระตุ้นการตลาดให้เกิดความพึงพอใจในที่สุด

### 2.3.2 การสื่อสารในเชิงโครงสร้าง/สาระ

นักประชาสัมพันธ์ควรกำหนดกลยุทธ์ กลวิธีการสื่อสาร ความสำคัญของเนื้อหา ประเด็นการสื่อสารผ่านช่องทางต่างๆ ด้วยข้อมูล วิธีการที่หลากหลาย ทั้งในรูปแบบของการรายงานข่าวสารโดยปกติและการรายงานข่าวสารทางการตลาดเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายรับรู้ นึกถึงและจดจำได้

### 2.3.3 การสื่อสารในเชิงคุณภาพ

นักประชาสัมพันธ์ควรสื่อสารประชาสัมพันธ์ที่ตอบสนองวัตถุประสงค์ในเชิงคุณภาพมากกว่าปริมาณ คือ การตอบเจตน์มากกว่าที่จะมีปริมาณการเผยแพร่ข่าวสารมากมาย แต่ไม่ได้ผลทั้งในด้านการรับรู้และกระตุ้นพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย

พัฒนาการของสื่อสังคมออนไลน์ส่งผลต่อการเมือง เศรษฐกิจ สังคมและสภาพแวดล้อมของประเทศ การวางกลยุทธ์การสื่อสารที่ถูกต้อง แม่นยำ และรอบคอบจึงเป็นกรอบสำคัญที่องค์กรจะใช้ขับเคลื่อนกระบวนการสื่อสารการสร้างภาพลักษณ์ให้มีประสิทธิภาพสูงสุด

การใช้การสื่อสารเชิงบูรณาการ การสื่อสารในเชิงโครงสร้าง/สาระและการสื่อสารในเชิงคุณภาพเพื่อการสร้างภาพลักษณ์องค์กรภายใต้กระแสเครือข่ายสังคมออนไลน์จำเป็นต้องใช้การสื่อสารทั้งกระบวนการที่มีความเข้มข้นประกอบด้วย 4 ปัจจัยสำคัญโดยเริ่มตั้งแต่ องค์กร(ผู้ส่งสาร) ข่าวสาร (ประเด็น/เนื้อหา) สื่อและช่องทางการสื่อสาร และผู้รับสารกลุ่มเป้าหมาย กล่าวคือ

2.3.3.1 องค์กร (ผู้ส่งสาร) องค์กรต่างมีความพยายามในการส่งสารไปยังผู้รับสารกลุ่มเป้าหมายอย่างต่อเนื่อง ขึ้นอยู่กับนโยบาย จุดมุ่งหมาย ความเป็นเอกภาพ ไม่ว่าจะเป็นองค์กรภาครัฐ เอกชนต่างต้องกำหนดคุณลักษณะเฉพาะภาพลักษณ์องค์กรที่ชัดเจน รู้จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค สิ่งใดจะช่วยเสริมภาพลักษณ์ให้มั่นคง รู้ว่าภาพลักษณ์ใดที่ต้องปรับปรุง แก้ไข สิ่งใดต้องกำหนดให้เป็นการสื่อสารเร่งด่วนในระยะสั้น หรือสิ่งใดต้องขับเคลื่อนในระยะยาว

2.3.3.2 ข่าวสาร (ประเด็น/เนื้อหา) ข่าวสารและเนื้อหาที่นำเสนอมีผลต่อภาพลักษณ์องค์กร การกำหนดประเด็นที่จะมีผลต่อการรับรู้และการตลาด เช่น การบริหารการบริการ การตลาด การส่งเสริมการขาย และบทบาททางสังคม ส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญต่อการนำเสนอความเคลื่อนไหวในเรื่องทิศทางการบริหารทรัพยากรข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการบริการ การส่งเสริมการขาย และกิจกรรมขององค์กรในด้านต่าง ๆ การบริหารการติดตามและการวิเคราะห์ ประเมินผลเนื้อหาข่าวสารในทุกสื่อ ทุกขั้นตอน

2.3.3.3 สื่อและช่องทางการสื่อสาร ข่าวสารและเนื้อหาที่ส่งไปถึงผู้รับสารเป็นการสื่อสารทางตรงและทางอ้อม ข่าวสารและเนื้อหาที่นำเสนอผ่านสื่อมวลชน/สื่อใหม่ และสื่อสังคมออนไลน์ รวมทั้งวิธีการสื่อสารทางการตลาดที่หลากหลายมีวัตถุประสงค์เพื่อการสร้างฐานลูกค้าใหม่การรักษาฐานลูกค้าเดิม การเพิ่มความถี่และการสร้างการยอมรับในการมีส่วนร่วมของสังคมและการเสริมแรงของกระบวนการสื่อสารการตลาดเพื่อสร้างภาพลักษณ์ตราสินค้า

2.3.3.4 ผู้รับสารกลุ่มเป้าหมาย ผู้รับสารมีอิทธิพลต่อกระบวนการสื่อสารเพราะจะนำไปสู่กระบวนการตัดสินใจผู้รับสารสามารถจำแนกได้หลายกลุ่ม ผู้รับสารที่เป็นลูกค้าปัจจุบันและลูกค้าเป้าหมายจะเป็นกลุ่มที่แต่ละองค์กรต้องการสื่อสารมากที่สุด ทั้งในด้านความเชื่อถือความเชื่อมั่นต่อชื่อเสียงและการดำเนินงาน การให้ข้อมูลบริการ เจ็บใจรายละเอียด ตลอดจนการตัดสินใจใช้สินค้า/บริการ และความพึงพอใจ

ทั้งนี้ กระบวนการสื่อสารประชาสัมพันธ์ทั้งกระบวนการเป็นสิ่งจำเป็น ขณะที่ผลสะท้อนกลับจากผู้รับสารที่มีองค์กรด้วยวิธีการและรูปแบบต่างๆซึ่งนอกจากจะสามารถสะท้อนถึงการเลือกใช้กลยุทธ์การสื่อสารแล้ว ยังสามารถสะท้อนภาพลักษณ์ขององค์กรในฐานะผู้ส่งสารได้อย่างชัดเจนด้วย นอกจากนี้ผลสะท้อนกลับจากสื่อสังคมออนไลน์ที่ไม่อาจควบคุมได้การนำมาซึ่งความเห็นที่ไม่อาจควบคุมได้ เป็นสิ่งจำเป็นต้องมีการบริหารด้านเนื้อหาและด้านเทคนิคควบคู่กันไป

การประชาสัมพันธ์ภายใต้กระแสสื่อสังคมออนไลน์ นอกจากจะส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานประชาสัมพันธ์การสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์แล้ว ยังมีผลต่อแนวทางการสร้างเนื้อหาการประชาสัมพันธ์

### 2.3.4 เนื้อหาการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์

พจน์ ใจชาญสุขกิจ (2555) นายกสสมาคม ประชาสัมพันธ์แห่งประเทศไทยได้กล่าวถึงข่าวสารและเนื้อหาที่องค์กรระดับโลกต้องสื่อสารประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์มีอยู่ทั้งหมด 10 ประเภทกล่าวคือ

2.3.4.1 Corporate Movement and Information การสื่อสารความเคลื่อนไหวขององค์กร การสื่อสารเรื่องราวขององค์กรในด้านต่าง ๆ เช่น แนวทางการบริหาร วิสัยทัศน์องค์กรศักยภาพความรู้ ความสามารถของผู้บริหารและพนักงานรวมถึงการให้ข้อมูล รายงานธุรกรรมการเงินเพื่อประโยชน์ต่อลูกค้า ผู้ถือหุ้น ตลอดจนสาธารณชนได้รับทราบข้อมูลที่เหมาะสมอย่างต่อเนื่อง

2.3.4.2 Business Market Positioning การบอกเล่าเรื่องราวทางธุรกิจ การกล่าวถึงปริมาณธุรกรรม ยอดจำนวนธุรกิจส่วนแบ่งทางการตลาด ยอดขาย ยอดจำหน่ายเพื่อบอกสถานะของธุรกิจต่อตลาดในภาพรวมกิจกรรมทางธุรกิจExecutive Vision การแสดงวิสัยทัศน์ของผู้บริหารการให้ความเห็นวิเคราะห์บทบาทของธุรกิจต่อสถานการณ์สถานะแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ เช่น บทความบทสัมภาษณ์ความคิดเห็นเพื่อแสดงถึงประสิทธิภาพความรู้และความเชี่ยวชาญของผู้บริหารองค์กร

2.3.4.3 Executive Vision การแสดงวิสัยทัศน์ของผู้บริหารการให้ความเห็น วิเคราะห์บทบาทของธุรกิจต่อสถานการณ์สถานะแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ เช่น บทความบทสัมภาษณ์ ความคิดเห็นเพื่อแสดงถึงประสิทธิภาพความรู้และความเชี่ยวชาญของผู้บริหารองค์กร

2.3.4.4 Product and Service Value การแสดงคุณค่าสินค้าหรือบริการ การบอกกล่าวหรืออธิบายความโดดเด่นของตัวสินค้าหรือบริการ ด้วยการแสดงถึงคุณค่าที่เหนือกว่าแบรนด์อื่นๆ การอธิบายแจ้งมูลค่า เช่น การให้ข้อมูลค่าธรรมเนียม อัตราค่าบริการและสิทธิประโยชน์

2.3.4.5 Communication for Engagement การสื่อสารข้อมูลเพื่อสร้างความผูกพันและความมั่นใจ การสร้างความสัมพันธ์ระยะยาว เช่น การรายงานมาตรฐาน การชักจูงความพร้อมระบบการป้องกันที่เกี่ยวข้อง การให้รายละเอียดของส่วนผสมข้อมูล มาตรฐานที่เกี่ยวข้อง การรายงานผลประกอบการการแทรกมูมมอม การวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาดรวมทั้งความเห็นต่อธุรกิจที่มีในภาพรวมด้วยหลักธรรมาภิบาลและความโปร่งใส

2.3.4.6 Data Research Service and Consultant การให้ข้อมูลบทวิเคราะห์และคำปรึกษา การบริการในเชิงวิชาการ เช่นศูนย์ข้อมูล บทวิเคราะห์ ผลการวิจัย โพลล์ งานสรุปค้นคว้าที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้า รายงานการวิจัย รวมถึงการปกป้องคุ้มครองสิทธิของลูกค้าตลอดจนการให้คำแนะนำที่เกี่ยวข้อง

2.3.4.7 Corporate Marketing Agenda การแจ้งกำหนดการที่สำคัญขององค์กร การกำหนดกิจกรรมต่าง ๆ เช่นรายงานกิจกรรม การจัดประชุม การแถลงข่าวในประเด็นต่าง ๆ ทั้งด้านบริหารด้านผลิตภัณฑ์ กิจกรรมส่งเสริมการตลาด

2.3.4.8 Innovation and Business Connection การแสดงความก้าวหน้าทางนวัตกรรมและเครือข่ายธุรกิจ ความก้าวหน้าของระบบ เครื่องจักร การเปิดโรงงาน การใช้ระบบข้อมูลคอมพิวเตอร์ การปรับระบบงานใหม่ ความก้าวหน้าการค้นพบและการเป็นผู้นำด้านความคิดทั้งด้านสินค้าและธุรกรรม การร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจ เช่นข้อตกลงระหว่างหน่วยงานกับหน่วยงานอื่น ๆ เพื่อแสดงถึงความสำเร็จ ความคล่องตัว เครือข่าย ประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับ



2.3.4.9 Expert, Award, Ranking การแสดงให้เห็นถึงการยอมรับความเชี่ยวชาญ การสื่อสารเรื่องราว ประเด็น ความรู้ความสามารถในธุรกิจนั้น ๆ คุณงามความดี เช่น การได้รับรางวัลการจัดอันดับจากสถาบันต่าง ๆ การยอมรับในมาตรฐานการรองรับจากหน่วยงาน องค์กรที่มีความน่าเชื่อถือ

2.3.4.10 Social Content การสื่อสารประเด็นทางสังคมการสร้างการรับรู้และเข้าใจให้กับผู้ที่เกี่ยวข้องในสิ่งที่องค์กรดำเนินการทางสังคม เช่น การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม กิจกรรมขององค์กรเพื่อสังคมโดยมิใช่การโฆษณาประกาศความดี แต่เป็นการสร้างความตื่นตัวไปยังผู้เกี่ยวข้องให้พัฒนาไปพร้อม ๆ กับองค์กร สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการสร้างความชัดเจนในบทบาท ทิศทางขององค์กรต่อสังคม

### 2.3.5 การใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์

2.3.5.1 การประชาสัมพันธ์ผ่านบล็อก (Public Relations onBlog) ลักษณะของบล็อก คือ หน้าเว็บที่เจ้าของบล็อกซึ่งเรียกว่า blogger เป็นรูปแบบของการเขียนบทความเพิ่มเติมเนื้อหาใหม่ ๆ ได้ตลอดเวลา บล็อกประกอบด้วยข้อความ ภาพ ลิงก์ บางครั้งจะรวมสื่อต่าง ๆ เช่น เพลง วิดีโอในหลายรูปแบบ บล็อกจะเปิดให้ผู้อ่านแสดงความคิดเห็น ผู้เขียนสามารถได้ผลตอบกลับในทันทีที่บล็อกเพื่อการประชาสัมพันธ์แบ่งออกเป็น 3 รูปแบบ ดังนี้

1) บล็อกขององค์กร (corporate blog) เป็นบล็อกที่จัดทำขึ้น เพื่อการรายงานข่าวสาร สินค้า/บริการไปยังกลุ่มลูกค้าและผู้ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งองค์กรควรมีบล็อกขององค์กรเพื่อให้ง่ายต่อการตรวจสอบและทราบความคิดเห็นของกลุ่มลูกค้าและผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร นอกจากนี้องค์กรสามารถใช้บล็อกแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับประเด็นทางการตลาด การมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นในบล็อกของคนอื่น เพื่อนำข้อมูลมาใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์และบริหารจัดการบล็อกของ

2) ไมโครบล็อก (micro blog) เป็นบล็อกขนาดเล็กใช้ในการโพสต์ข้อความสั้น ๆ ไม่เกิน 140 ตัวอักษรสามารถส่งข้อความสั้น ๆ ไปยังโทรศัพท์เคลื่อนที่โดยไม่ต้องเปิดอ่านผ่านอินเทอร์เน็ตใช้เพื่อแลกเปลี่ยนข่าวสารแบบทันทีทันใด ปัจจุบันได้รับความนิยมทั่วโลก รวมทั้งในประเทศไทยก็คือ ทวิตเตอร์ (twitter) ข้อดีของการใช้ทวิตเตอร์ คือ ช่วยย่อโลกของการสื่อสารให้ง่ายขึ้น ช่วยกระจายข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับองค์กรเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็ว เช่น การแจ้งข่าวสารใหม่ ๆ ขององค์กรการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า การนำเสนอโปรโมชั่นพิเศษ เป็นต้น

3) บล็อกผู้เขียนอิสระ (blogger) เป็นช่องทางการสื่อสารของบุคคลที่มีความสามารถในการเขียนเรื่องที่ตนถนัด การประชาสัมพันธ์บล็อกในรูปแบบนี้จะใช้วิธีการให้ผู้เขียนอิสระเข้าร่วมงานแถลงข่าว ให้ทดลองใช้สินค้าแทนการใช้ดาราทหรือบุคคลที่มีชื่อเสียงมาเป็นพรีเซนเตอร์ให้ผู้เขียนอิสระเขียนข้อความในลักษณะสนับสนุนหรือนำเสนอสินค้าซึ่งเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือให้กับองค์กรสินค้า/บริการวิธีหนึ่ง

### 2.3.6 แหล่งข้อมูลหรือความรู้ (data/knowledge)

เป็นเว็บไซต์ที่รวบรวมข้อมูล ความรู้ในเรื่องต่างๆ เนื้อหาอิสระ ทั้งวิชาการ ภูมิศาสตร์ ประวัติศาสตร์ สินค้าและบริการ โดยมุ่งเน้นให้บุคคลที่มีความรู้ในเรื่องต่างๆ เป็นผู้เขียน ส่วนใหญ่เป็นนักวิชาการ นักวิชาชีพหรือผู้เชี่ยวชาญ เช่น วิกิพีเดีย (Wikipedia) การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ข่าวสารวิกิพีเดียเป็นสารานุกรมเสรีหลายภาษาบนอินเทอร์เน็ตที่คงที่ สามารถอ่านหรือแก้ไขได้ องค์กรสามารถจะ

นำชื่อองค์กรข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสินค้า ชื่อรุ่นสินค้า หรือคำสำคัญต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับองค์กรหรือสินค้า เพื่อเป็นการกระจายข้อมูลข่าวสารไปยังกลุ่มเป้าหมายต่างๆ ด้วยต้นทุนต่ำอีกวิธีหนึ่ง

### 2.3.7 ชุมชนออนไลน์ (Community)

เป็นเว็บที่ต้องสร้าง profile ของตนเอง โดยการใส่รูปภาพ กราฟิกที่แสดงความเป็นตัวตน มีลักษณะของการแลกเปลี่ยนเรื่องราวถ่ายทอดประสบการณ์ต่างๆ ร่วมกัน เช่น Facebook Myspacr การประชาสัมพันธ์ที่นิยมใช้กันมากคือ pange หรือ fan page สามารถสร้างได้ฟรีไม่มีค่าใช้จ่าย ภาพที่ใช้ใน profile อาจจะเป็นสัญลักษณ์ โลโก้ที่สื่อถึงองค์กา สินค้า บริการ กิจกรรม โครงการต่างๆ รวมถึงที่อยู่ของเว็บไซต์หลักด้วย

### 2.3.8 สื่อหรือเว็บประเภทแบ่งปัน (media and sharing)

เป็นเว็บที่ใช้ไฟล์ประเภทมัลติมีเดีย เช่น คลิปวิดีโอ ภาพยนตร์ เพลง เป็นต้น เว็บที่นิยมใช้กันมากที่สุด คือ ยูทูป (YouTube) ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ หลายองค์กรได้นำสื่อที่เคยแพร่ผ่านวิทยุโทรทัศน์หรือช่องทางการประชาสัมพันธ์แบบเดิมๆ นำมาเผยแพร่ซ้ำอีกครั้งบน YouTube แต่อาจจะมี การปรับปรุงเนื้อหา รูปแบบการนำเสนอให้เข้ากับบริบทของโลกออนไลน์ การประชาสัมพันธ์ผ่าน YouTube ให้น่าสนใจควรมียึดหลักการทำตลาดแบบปากต่อปากซึ่งถือเป็นหัวใจสำคัญของการใช้เครื่องมือดังกล่าว การประชาสัมพันธ์ผ่าน YouTube ไม่จำเป็นต้องมีการผลิตที่อลังการหรือใช้งบประมาณมหาศาล หากแต่เนื้อหาที่ดึงดูดความสนใจและถูกใจกลุ่มเป้าหมายที่ต้องให้ความสำคัญ ถึงจะได้รับการตอบรับในวงกว้าง ตัวอย่างของประเทศไทยที่ประสบความสำเร็จ คือ การใช้ YouTube ในการประชาสัมพันธ์การรณรงค์ “การใช้โทรศัพท์แต่พอดี” ของดีแทค ภาพยนตร์ดังกล่าวโพสต์ไว้ใน YouTube ได้รับความสนใจ และส่งต่อหรือแบ่งปันวิดีโอ ยอดผู้ชมมากกว่า 800,000 ครั้งภายใน 1 สัปดาห์ และติดอันดับ 1 ในหมวด People and Blogs บนเว็บไซต์ You Tube

## 2.4 ทฤษฎีเครือข่ายสังคม(Social Network)

อดิเทพ บุตรราช (2553)ซึ่งได้ให้นิยามคำว่าเครือข่าย สังคมออนไลน์ หมายถึง กลุ่มคนที่รวมกันเป็นสังคมและมีการทำกิจกรรมร่วมกันบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งอยู่ในรูปแบบของเว็บไซต์มีการแพร่ขยายออกไปเรื่อยๆ โดยใช้รูปแบบของการติดต่อสื่อสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต มีการสร้างเครือข่ายชุมชนเสมือนบนเครือข่ายคอมพิวเตอร์เพื่อใช้เป็นเครื่องมือสำคัญในการ ติดต่อสื่อสาร การทำกิจกรรมต่างๆ รวมทั้งการใช้ประโยชน์ ทางด้านการศึกษา ธุรกิจ และความบันเทิงคนในสังคม ปัจจุบันส่วนใหญ่จะใช้ชีวิตอยู่กับสังคมออนไลน์เพิ่ม มากขึ้น มีการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อบอกเล่า เรื่องราว ประสบการณ์ รูปภาพ และวิดีโอ ที่ผู้ใช้จัดทำขึ้นเองหรือพบเจอจากสื่อต่างๆ แล้วนำมาแบ่งปันให้กับเพื่อนและผู้อื่นที่อยู่ในเครือข่ายของตนได้ทราบผ่านทางเว็บไซต์ของเครือข่ายสังคมออนไลน์

### 2.4.1 ประเภทเครือข่ายสังคมออนไลน์

บริการที่มีลักษณะ Social Network สามารถแบ่งเป็นประเภทได้ 3 ประเภท ดังนี้

1) สร้างและประกาศตัวตน (Identity Network) เครือข่ายสังคมออนไลน์ประเภทนี้ใช้สำหรับให้ผู้เข้าใช้งานได้มีพื้นที่ในการสร้างตัวตนขึ้นมาบนเว็บไซต์และสามารถที่จะเผยแพร่เรื่องราวของตนผ่านทางอินเทอร์เน็ต โดยลักษณะของการเผยแพร่อาจจะเป็นรูปภาพ วิดีโอ การเขียนข้อความลงในบล็อก อีกทั้งยังเป็นเว็บที่เน้นการหาเพื่อนใหม่ หรือการค้นหาเพื่อนเก่าที่ขาดการติดต่อได้

2) สร้างและประกาศผลงาน (Creative Network) เครือข่ายสังคมออนไลน์ประเภทนี้ เป็นสังคมสำหรับผู้ใช้ที่ต้องการแสดงออกและนำเสนอผลงานของตนเองสามารถแสดงผลงานได้จากทั่วทุกมุมโลก จึงมีเว็บไซต์ที่ให้บริการพื้นที่เสมือนเป็นแกลเลอรี (Gallery) ที่ใช้จัดโชว์ผลงานของตนเองไม่ว่าจะเป็นวิดีโอ รูปภาพ เพลง อีกทั้งยังมีจุดประสงค์หลักเพื่อแชร์เนื้อหาระหว่างผู้ใช้เว็บที่ใช้ฝากหรือแบ่งปัน โดยใช้วิธีเดียวกันแบบเว็บฝากภาพ แต่เว็บนี้เน้นเฉพาะไฟล์ที่เป็นมัลติมีเดีย ซึ่งผู้ให้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ประเภทนี้ ได้แก่ YouTube, Flickr, Multiply, Photobucket และ Slideshare เป็นต้น

3) ประสบการณ์เสมือนจริง (Virtual Reality) เครือข่ายสังคมออนไลน์ประเภทนี้มีลักษณะเป็นเกมออนไลน์ (Online games) ซึ่งเป็นเว็บที่นิยมมากเพราะเป็นแหล่งรวบรวมเกมไว้มากมาย มีลักษณะเป็นวิดีโอเกมที่ใช้ผู้เล่นสามารถเล่นบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เกมออนไลน์นี้มีลักษณะเป็นเกม 3 มิติที่ผู้เล่นนำเสนอตัวตนตามบทบาทในเกม ผู้เล่นสามารถติดต่อปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่นคนอื่นๆ ได้เสมือนอยู่ในโลกแห่งความเป็นจริงสร้างความรู้สึกร่วมเหมือนได้มีสังคมของผู้เล่นที่ชอบในแบบเดียวกัน อีกทั้งยังมีกราฟิกที่สวยงามดึงดูดความสนใจและมีกิจกรรมต่างๆ ให้ผู้เล่นรู้สึกบันเทิง เช่น Second Life, Audition, Ragnarok, Pangya และ World of Warcraft เป็นต้น

### 2.4.2 ประโยชน์เครือข่ายสังคมออนไลน์

- 1) สามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลความรู้ในสิ่งที่สนใจร่วมกันได้
- 2) เป็นคลังข้อมูลความรู้ขนาดย่อมเพราะเราสามารถเสนอและแสดงความคิดเห็นแลกเปลี่ยนความรู้หรือตั้งคำถามในเรื่องต่างๆเพื่อให้บุคคลอื่นที่สนใจหรือมีคำตอบได้ช่วยกันตอบ
- 3) ประหยัดค่าใช้จ่ายในการติดต่อสื่อสารกับคนอื่นสะดวกและรวดเร็ว
- 4) เป็นสื่อในการนำเสนอผลงานของตนเอง เช่น งานเขียน รูปภาพ วิดีโอต่างๆ เพื่อให้ผู้อื่นได้เข้ามารับชมและแสดงความคิดเห็น

5) ใช้เป็นสื่อในการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ หรือบริการลูกค้าสำหรับบริษัทและองค์กรต่างๆ ช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้ลูกค้า

6) ช่วยสร้างผลงานและรายได้ให้แก่ผู้ใช้งานเกิดการจ้างงานแบบใหม่ๆ ขึ้น

7) คลายเครียดได้สำหรับผู้ใช้ที่ต้องการหาเพื่อนคุยเล่นสนุกๆ

8) สร้างความสัมพันธ์ที่ดีจากเพื่อนสู่เพื่อนได้

สัญญา สัญญาวิวัฒน์ (2550) ได้แบ่งประเภทของทฤษฎีแลกเปลี่ยนเป็น 2 ประเภทคือ

1) ทฤษฎีการแลกเปลี่ยนระดับบุคคล (Individualistic Exchange Theory ) หรือทฤษฎีแลกเปลี่ยนเชิงพฤติกรรม (Behavioral Exchange Theory) ซึ่งพัฒนามาจากทฤษฎีจิตวิทยาเชิงพฤติกรรม (Behavioral Psychology)

2) ทฤษฎีการแลกเปลี่ยนเชิงบูรณาการ (Integration Exchange Theory) หรือทฤษฎีการแลกเปลี่ยนเชิงโครงสร้าง (Exchange Structuralism Theory) ซึ่งพัฒนามาจากทฤษฎีมนุษยวิทยาเชิงหน้าที่ (Functional Anthropology)

ภิเชก ชัยนิรันดร์ (2553) อ่างใน จิราภรณ์ ศรีนาถ (2556) ความหมายและประเภทของสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) คือสื่อสังคมออนไลน์เป็นสื่อที่แพร่กระจายด้วยปฏิสัมพันธ์เชิงสังคม ทั้งนี้ Social media อาจจะมีอยู่ในรูปของเนื้อหา รูปภาพ เสียงหรือวิดีโอ

กานดา รุณนะพงศา (2557) ที่ว่า โซเชียล “Social” หมายถึงการแบ่งปันในสังคม ซึ่งอาจจะเป็นการแบ่งปันเนื้อหา ไฟล์ รสนิยม ความเห็น หรือการปฏิสัมพันธ์ในสังคม (การรวมกันเป็นกลุ่ม) ส่วนมีเดีย “Media” หมายถึงสื่อหรือเครื่องมือที่ใช้เพื่อการสื่อสารในปัจจุบันการแพร่กระจายของสื่อก็ทำได้ง่ายขึ้น โดยเกิดจากการแบ่งปันเนื้อหา (Content Sharing) จากใครก็ได้ นอกจากนี้สื่อสังคมออนไลน์ยังเป็นสื่อที่เปลี่ยนแปลงสื่อเดิมที่แพร่กระจายข่าวสารแบบทางเดียว (one-to-many) เป็นแบบการสนทนาที่สามารถมีผู้เข้าร่วมได้หลายๆ คน (many-to-many) เมื่อมีสภาพของการเป็นสื่อสังคม สิ่งสำคัญก็คือการสนทนาที่เกิดขึ้นอาจจะเป็นการร่วมกลุ่มคุยในเรื่องที่สนใจร่วมกัน หรือการวิพากษ์วิจารณ์สินค้าหรือบริการต่างๆ โดยที่ไม่มีใครเข้ามาควบคุมเนื้อหาของสนทนาแม้กระทั่งตัวผู้ผลิตเนื้อหาเอง เพราะผู้ที่ได้รับสารมีสิทธิที่จะเข้าร่วมในรูปแบบของการเพิ่มเติมความคิดเห็น หรือแม้กระทั่งเข้าไปแก้ไขเนื้อหาที่ตัวเองได้โพสต์ไว้ ทั้งยังเป็นสื่อที่เปลี่ยนผู้คนจากผู้บริโภคเนื้อหาเป็นผู้ผลิตเนื้อหาและกระจายไปยังผู้รับสารคนอื่นๆ ได้อย่างเสรีหากใครผลิตเนื้อหาที่โดนใจก็จะเป็นผู้ทรงอิทธิพล (Influencer) ยิ่งหากเป็นในทางการตลาดก็สามารถโน้มน้าวผู้ติดตามในการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการได้โดยง่าย สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) สามารถแบ่งประเภทของสื่อสังคมออนไลน์ได้ดังนี้ สุภวรรณ์ นวลนิล (2557)

1) บล็อก เป็นการลดรูปจากคำว่า Weblog เป็นระบบจัดการเนื้อหาในรูปแบบหนึ่ง ซึ่งทำให้ผู้ใช้สามารถเขียนบทความหรือที่เรียกว่า “โพส” แล้วทำการเผยแพร่ได้โดยง่ายไม่ยุ่งยากในการที่จะต้องมานั่งเรียนรู้ถึงภาษา HTML หรือโปรแกรมทาเว็บไซต์ การเรียงเนื้อหาจะเรียงจากเนื้อหาที่ใหม่สุดมาก่อนจากนั้นจะลดหลังลำดับของเวลา (Chronological Order) สำหรับการมีบล็อกขึ้นมาเพื่อเปิดโอกาสให้ใคร ๆ ที่มีความสามารถด้านต่าง ๆ สามารถเผยแพร่ความรู้ดังกล่าวด้วยการเขียนได้อย่างเสรี ไม่มีขีดจำกัดเรื่องเทคนิคในอดีตอีกต่อไป ทำให้เกิดบล็อกขึ้นมาจำนวนมาก เครื่องมือที่สำคัญคือให้เพื่อน ๆ เข้ามาแสดงความคิดเห็นได้

2) Twitter และ Microblog อื่นๆ เป็นรูปแบบหนึ่งของบล็อกที่จำกัดตัวอักษรของการโพสต์แต่ละครั้งที่ 140 ตัวอักษร โดยแรกเริ่มผู้ออกแบบ Twitter ต้องการให้ผู้ใช้งานเขียนเรื่องราวว่าคุณกำลังทำอะไรอยู่ในขณะนี้ แต่ Twitter ก็ถูกนำไปใช้ทางธุรกิจไม่ว่าจะเป็นการสร้างการบอกต่อเพิ่มยอดขาย สร้างแบรนด์ หรือเป็นเครื่องมือสำหรับการบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า (CRM) ใช้เป็นเครื่องมือประชาสัมพันธ์ได้ด้วยเป็นที่นิยมขึ้นมาอย่างรวดเร็ว จนทำให้ Twitter เพิ่มฟีเจอร์ที่ทำให้ผู้ใช้สามารถบอกได้ว่า ตอนนี้อยู่ที่ไหนอยู่ไหนก็คือการนำ Microblog เข้าไปเป็นส่วนหนึ่งด้วยนั่นเอง

3) Social Network จากชื่อสามารถแปลได้ว่า เครือข่ายที่เชื่อมโยงบุคคลหลายๆ คนจนกลายเป็นสังคม ทั้งนี้ผู้ใช้จะเริ่มต้นสร้างตัวตนในส่วนของ “Profile” ซึ่งประกอบด้วยข้อมูลส่วนตัว (Info) รูป (Photo) การจดบันทึก (Note) หรือการใส่วิดีโอ (Video) และอื่นๆ นอกจากนี้ Social Network ยังมีเครื่องมือสำคัญในการสร้างจำนวนเพื่อนให้มากขึ้น คือ ในส่วนของ Invite Friend และ Find Friend รวมถึงการสร้างเพื่อนจากเพื่อนของเพื่อนอีกด้วยอาจจะอยู่ในรูปแบบเกมส์ หรือแอปพลิเคชันต่างๆ สามารถรวมกลุ่มกันจัดตั้ง Group ขึ้นได้

4) Media Sharing เป็นเว็บไซต์ที่เปิดโอกาสให้สามารถอัปโหลดรูปหรือวิดีโอเพื่อแบ่งปันให้กับครอบครัว เพื่อนๆ หรือเผยแพร่ต่อสาธารณชน ซึ่งปัจจุบันไม่จำเป็นต้องทุ่มทุนในการสร้างหน้าโฆษณาที่มีต้นทุนสูง อาจจะใช้แค่กล้องดิจิทัลราคาถูก ถ่ายทอดความคิดเป็นรูปแบบวิดีโอ นำขึ้นเว็บไซต์ประเภท Media Sharing อย่าง Youtube หรืออาจจะถ่ายรูปแล้วนำขึ้นสู่เว็บไซต์อย่าง Flickr

5) Social News and Bookmarking เป็นเว็บไซต์ที่เชื่อมโยงไปยังบทความหรือเนื้อหาในอินเทอร์เน็ต โดยผู้ใช้เป็นผู้ส่งและเปิดโอกาสให้คะแนนและทำการโหวตได้ เป็นเสมือนมหาชนช่วยกันกรองว่าบทความหรือเนื้อหาใดเป็นที่น่าสนใจที่สุด ในส่วนของ Social Bookmarking นั้น เปิดโอกาสให้สามารถทำ Bookmark เนื้อหาหรือเว็บไซต์ที่ชื่นชอบ โดยไม่ขึ้นอยู่กับเครื่องคอมพิวเตอร์เครื่องใดเครื่องหนึ่ง แต่สามารถทำผ่านออนไลน์ และเนื้อหาที่ทำ Bookmark ไว้นั้น สามารถที่จะแบ่งปันให้คนอื่น ๆ ได้ด้วย

6) Online Forum ถือเป็นรูปแบบของ Social Media ที่เก่าแก่ที่สุด เป็นสถานที่ที่ผู้คนเข้ามาพูดคุยในหัวข้อที่สนใจ อาจเป็นเรื่อง เพลง หนังสือ การเมือง กีฬา สุขภาพ หนังสือ การลงทุน และอื่นๆ อีกมากมายได้ทำการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น แสดงข้อมูลข่าวสาร ตลอดจนแนะนำสินค้า หรือบริการต่าง ๆ เว็บไซต์ประเภทฟอรัมอาจเปิดให้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันโดยเฉพาะ หรืออาจจะเป็นส่วนหนึ่งของเว็บไซต์เนื้อหาต่าง ๆ

## 2.5 ทฤษฎีเกี่ยวกับความต้องการและการใช้สื่อตอบสนองความต้องการ

กลุ่มทฤษฎีที่เอ่ยถึงความต้องการของมนุษย์หลายทฤษฎีที่นักวิชาการด้านสื่อนำมาใช้เพื่ออธิบายปรากฏการณ์เกี่ยวกับสื่อ ดังนี้

ซิกมันด์ ฟรอยด์ S. M. Freud (1986). ที่ได้อธิบายถึงกระบวนการทำงานของจิตมนุษย์ที่ว่า โดยความเป็นจริงแล้วมนุษย์เรา เกิดมาพร้อมกับความต้องการตามธรรมชาติของมนุษย์หรืออิด (ID) แต่เราก็ไม่สามารถแสดงออกมากได้อย่างอิสระ เนื่องจากสังคมได้คอยกล่อมเกล้าให้มนุษย์อยู่ในกรอบมากขึ้นตามคำกล่าวของ ฟรอยด์ที่ว่า “มนุษย์เราที่ทำทุกอย่างด้วยความมีเหตุผลนั้น แท้จริงแล้วมีเบื้องหลังถูกครอบงำด้วยความรู้สึกและอารมณ์ไร้เหตุผลเสียทั้งสิ้น คนเราทำทุกอย่างเพื่อระบายแรงผลักดันทางอารมณ์ออกมาภายนอกและได้พยายามทำอย่างมีเหตุผลเพียงเพื่อไม่ให้เกิดความขัดแย้งกับ มาตรฐานทางสังคมเหล่านั้น” ตามแนวคิดของฟรอยด์ นั้นสามารถนำมาอธิบายปัจจัยทางจิตวิทยาที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมกรรมเสพติดได้เนื่องจากว่าธรรมชาติของอินเทอร์เน็ตนั้นเป็นช่องทางซึ่งเปิดโอกาสใหม่ มนุษย์แสดงอิดหรือความต้องการพื้นฐานที่อยู่ในตัวเรามากจนจึงใช้สื่ออินเทอร์เน็ตระบายอิดได้อย่างไร้ขีดจำกัด และยังเป็นการชดเชยหรือทดแทนการแสดงออกของอิดในทางที่ปลอดภัย สื่ออินเทอร์เน็ตนั้นเปิดโอกาสให้บุคคลสามารถแสดงความคิด ความต้องการ และการกระทำ ออกมาได้อย่างเต็มที่โดยไม่มีเงื่อนไขและมาตรฐานทางสังคมที่กำหนดอยู่ซึ่งทำให้บุคคลนั้น เกิดความพึงพอใจและยึดติดกับการใช้อินเทอร์เน็ต

การใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อตอบสนองความต้องการ นั้นได้ทำการศึกษาถึงการบริโภคอินเทอร์เน็ตว่า สื่ออินเทอร์เน็ตเติมเต็มความต้องการในลำดับความต้องการของมนุษย์ของ Maslow ได้อย่างไร โดยได้พบว่าสื่ออินเทอร์เน็ตนั้นสามารถตอบสนองความต้องการของมนุษย์ได้และช่วยเติมเต็มชดเชยความต้องการที่ขาดหายไปของบุคคลในลำดับขั้นต้องการ ได้ดังนี้

Need for an Achievement and Mastery Altered ความต้องการที่จะประสบความสำเร็จและเป็นผู้เชี่ยวชาญบุคคลนั้นมีความต้องการพื้นฐานในการเรียนรู้ได้รับการประสบความสำเร็จเป็นผู้ควบคุมสถานการณ์มีอำนาจและความนับถือในตนเองก็เป็นหนึ่งในความต้องการนี้บุคคลจะเข้าไปเรียนรู้กับการใช้โปรแกรมต่างๆ การค้นหาข้อมูลข่าวสารเพื่อนำมาช่วยแก้ปัญหาและตัดสินใจ อินเทอร์เน็ตนั้นทำให้บุคคลได้เรียนรู้สังคมวัฒนธรรมต่างๆ ให้การยอมรับกับความสำเร็จของบุคคลแต่ชุมชนในอินเทอร์เน็ตนั้นก็เปลี่ยนแปลงเร็วมาก ดังนั้น ในการที่จะควบคุมสิ่งต่างๆ ได้บุคคลจึงใช้เวลาบ่อยมากๆ กับมัน

ซิกมันด์ ฟรอยด์ S. M. Freud (1986). นั้นเห็นว่าความต้องการมีปฏิสัมพันธ์กับ บุคคลอื่น หรือ ความต้องการทางสังคมนี้เป็นความต้องการที่สำคัญ ที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมกรรมกรรมเสพติด ผู้เสพติดนั้น จะแสวงหาความต้องการนี้โดยผ่านการใช้ประโยชน์อิเล็กทรอนิกส์การ Chat-Room หรือการเล่นเกมส์ออนไลน์

อับราฮัม มาสโลว์ก็ได้พูดถึงความต้องการของมนุษย์(Human Needs) ที่ต้องการตอบสนองเช่นเดียวกัน แต่มาสโลว์ได้จำแนกความต้องการของมนุษย์เป็นลำดับขั้นโดยมนุษย์จะสนองความต้องการตามลำดับ ก่อนหลัง ช่วงลำดับต่างๆ นั้นได้แก่

1) Physiological Needs ความต้องการด้านสรีระ เป็นความต้องการทางด้านร่างกายการที่มนุษย์จะทำได้สิ่งหนึ่งนั้นก็เพราะความต้องการอาหาร เรื่องทางเพศ ซึ่งเป็นความต้องการพื้นฐานขั้นแรก ของมนุษย์

2) Safety Needs ความต้องการด้านความมั่นคงความปลอดภัย เป็นความต้องการความปลอดภัยที่ต้องการได้รับการปกป้องคุ้มครองปราศจากอันตรายและสิ่งทีกกดดันในชีวิต ซึ่งสังคมที่ดีนั้นจะทำให้บุคคลรู้สึกปลอดภัยจากสิ่งที่น่ากลัว

3) Social Needs เป็นความต้องการทางสังคมความต้องการที่จะผูกพันกับสถาบันและเป็นที่รักเป็นความต้องการที่เกิดขึ้นหลังจากที่มนุษย์ได้เข้าร่วมสังคมกับบุคคลอื่นๆ มนุษย์จะต้องการเป็นที่รักของครอบครัว เพื่อน และสังคม ต้องการมีความรู้สึกว่าตนเป็นสมาชิกคนหนึ่งในองค์กร หรือ สถาบัน ที่ตนสังกัดอยู่มนุษย์นั้น จะรู้สึกเจ็บปวดและได้รับผลกระทบจากการขาดเพื่อน คู่รัก ดังนั้นมนุษย์จึงอยากมีปฏิสัมพันธ์กับคนอื่น อยากจะเข้าถึงสถานที่หรือสถานการณ์ที่ได้รับความสัมพันธ์มากกว่าสิ่งอื่นใดในโลกเพื่อลืมนความเจ็บปวดนั้น และสังคมที่ดีนั้นสามารถให้ความพึงพอใจแก่ ความต้องการนี้ได้

4) Esteem Needs ความต้องการที่จะเปลี่ยนเป็นที่นับถือยกย่องในวงสังคม มนุษย์ชอบที่จะมีความเคารพในตนเอง ให้เกียรติตนเองและในขณะเดียวกัน เขาก็ต้องการได้รับเกียรติและความยกย่องในตัวเขาจากบุคคลอื่นด้วย มนุษย์นั้นต้องการสถานภาพและความต้องการให้คนอื่นตระหนักในความสำคัญของเขา บุคคลในสังคมนั้นต้องการความมั่นคงความนับถือตนเองต้องการความแข็งแกร่งเพื่อพยัญชนะเพื่อความมั่นใจในการเผชิญกับโลก บุคคลต้องการที่จะมีชื่อเสียง ได้รับการยอมรับนับถือจากผู้อื่น มีความเป็นอิสระและได้รับสถานะที่ต้องการ การได้รับความพึงพอใจในความต้องการนี้จะนำมาซึ่งความรู้สึกภูมิใจในตัวเองการมีคุณค่าในตัวเองและความสามารถนั้นเป็นสิ่งที่จำเป็นในโลกแห่งความเป็นจริง

5) Self-Actualization Needs ความต้องการสัมฤทธิ์ผลในอุดมคติที่ตนเองตั้งไว้หรือความพึงพอใจส่วนตัว (Self-fulfillment) มนุษย์จะมีความปรารถนาที่จะเป็นอย่างที่ตนเองได้ใฝ่ฝันไว้การเข้าถึงตนเองในสิ่งที่ต้องการจะเป็นในอุดมคตินี้เป็นความต้องการขั้นสูงสุดของมนุษย์ในทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความต้องการกับการใช้มากที่สุด ก็ได้แก่ทฤษฎีการใช้สื่อและความพึงพอใจ (Used and Gratification Theory) ซึ่งได้แสดงให้เห็นถึงความต้องการ และแรงจูงใจในการเลือกใช้สื่อของผู้รับสารโดยได้จำแนกความต้องการ (Needs) ข่าวนสารตามลักษณะจิตวิทยาได้ดังนี้

1) Cognitive Needs คือความต้องการในการเปิดรับข่าวสารเพื่อเพิ่มพูนความรู้เข้าใจสิ่งต่างๆ รอบตัว

2) Affective Needs คือความต้องการในการเปิดรับข่าวสารเพื่อได้รับความพึงพอใจทางอารมณ์

3) Integrative Needs คือ ความต้องการข่าวสารเพื่อต่อยอด ความคิด ความมั่นใจ ความมั่นคงทาง อารมณ์และความคิด ต้องการที่จะเป็นที่ยอมรับในสังคม

4) Escape Needs คือ ความต้องการเปิดรับสื่อเพื่อที่จะหลีกเลี่ยงจากโลกแห่งความเป็นจริงเพื่อ หลีกเลียงปัญหาลืมนความเจ็บปวด ปัญหาในชีวิตเป็นความต้องการใช้สื่อเพื่อผ่อนคลายและหลีกเลี่ยงจากความเป็นจริง

5) Katz ได้อธิบายว่าบุคคลนั้นจะเปิดรับสื่อเพื่อตอบสนองความต้องการของแต่ละบุคคลเพื่อสร้าง ความพึงพอใจให้กับตนเองซึ่งความต้องการของแต่ละบุคคลจะต่างกันทำให้การเปิดรับสื่อหรือการใช้สื่อั้นแตกต่างกันด้วย

มาสโลว์ (Maslow) ได้แบ่งความต้องการพื้นฐาน (basic needs) ออกเป็น 5 ประเภท คือ ความต้องการทางสรีระหรือความต้องการทางร่างกาย (physiological หรือ physical needs) ความต้องการความมั่นคงปลอดภัยหรือสวัสดิภาพ (safety needs) ความต้องการความรักและเป็นส่วนหนึ่งของหมู่ (love & belonging needs) ความต้องการที่จะรู้สึกว่าคุณค่า (esteem needs) และความต้องการรู้จักตนเองอย่างแท้จริง และพัฒนาตนเองที่ตามศักยภาพของตน (self actualization) มาสโลว์ ได้จัดลำดับขั้นของความต้องการจากต่ำไปหาสูง เริ่มจากความต้องการทางสรีระ ซึ่งมาสโลว์ เชื่อว่าเป็นความต้องการพื้นฐานที่มีแรงผลักดันรุนแรงที่สุดถ้าความต้องการนี้ขาด จะเป็นแรงผลักดันให้บุคคลนั้นมีพฤติกรรมตอบสนองจนเป็นที่พอใจ จึงจะมีความต้องการขั้นสูงต่อไป ซึ่งหมายความว่าความต้องการพื้นฐาน 5 ชนิด ตามทฤษฎีของมาสโลว์มีดังนี้

1) ความต้องการทางสรีระ (physiological หรือ physical needs) หมายถึงความต้องการพื้นฐานของร่างกาย เช่น ความหิว ความกระหาย ความต้องการทางเพศ และการพักผ่อน เป็นต้น ความต้องการเหล่านี้เป็นความต้องการที่จำเป็นสำหรับการมีชีวิตอยู่ มนุษย์ทุกคนมีความต้องการทางสรีระอยู่เสมอจะขาดเสียไม่ได้ ถ้าอยู่ในสภาพที่ขาดการกระตุ้นให้ตนมีกิจกรรม ขวนขวายที่จะสนองความต้องการ

2) ความต้องการความมั่นคงความปลอดภัยหรือสวัสดิภาพ (safety needs) หมายถึง ความมั่นคงปลอดภัยทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ เป็นอิสระจากความกลัว ชูเชิญบังคับจากผู้อื่นและสิ่งแวดล้อม เป็นความต้องการที่จะได้รับการปกป้องคุ้มกัน ความต้องการประเภทนี้เริ่ม ตั้งแต่วัยทารก กระทั่งวัยชรา ความต้องการที่จะมีงานทำเป็นหลักแหล่งก็เป็นความต้องการเพื่อสวัสดิภาพของผู้ใหญ่อย่างหนึ่ง

3) ความต้องการความรักและเป็นส่วนหนึ่งของหมู่ (love & belonging needs) มนุษย์ทุกคนมีความปรารถนาที่จะเป็นที่รักของผู้อื่น และต้องการมีความสัมพันธ์กับผู้อื่นและเป็นส่วนหนึ่งของหมู่ ทราบว่าทุกคนยอมรับตนเป็นสมาชิก คนที่รู้สึกว่าเหงาไม่มีเพื่อน มีชีวิตไม่สมบูรณ์ เป็นผู้ที่ต้องห้อมความต้องการประเภทนี้ คนที่รู้สึกว่าตนเองเป็นที่รักและยอมรับของหมู่จะเป็นผู้ที่สมปรารถนาในความต้องการความรักและเป็นส่วนหนึ่งของหมู่

4) ความต้องการที่จะรู้สึกว่าคุณค่า (esteem needs) ความต้องการนี้ประกอบด้วย ความต้องการที่จะประสบความสำเร็จ มีความสามารถ ต้องการที่จะให้ผู้อื่นเห็นว่าตนมีความสามารถมีคุณค่าและมีเกียรติ ต้องการได้รับความยกย่องนับถือจากผู้อื่น ผู้ที่มีความสมปรารถนาในความต้องการนี้จะเป็นผู้ที่มีความมั่นใจในตัวเองว่าเป็นคนมีประโยชน์และมีค่าตรงข้ามกับผู้ที่ขาดความมั่นใจประเภทนี้จะรู้สึกว่าคุณค่าไม่มีความสามารถและมีปมด้อย มองโลกในแง่ร้าย

5) ความต้องการรู้จักตนเองอย่างแท้จริงและพัฒนาตนเองที่ตามศักยภาพของตน (self actualization) มาสโลว์ อธิบายความหมายความต้องการที่เรียกว่า “self actualization” ว่าเป็นความต้องการที่จะรู้จักตนเองตามสภาพที่แท้จริงของตนจะกล้าที่จะตัดสินใจเลือกทางเดินของชีวิต รู้จักค่านิยมของตนเอง มีความจริงใจต่อตนเอง ปรารถนาที่จะเป็นคนที่ดีที่สุดเท่าที่จะมีความสามารถทำได้ทั้งทางด้านสติปัญญา ทักษะ และอารมณ์ความรู้สึก ยอมรับตนเองทั้งส่วนดีและส่วนเสียของตนเองที่สำคัญที่สุด คือ มีสติที่จะยอมรับว่าตนใช้กลไกในการป้องกันตนในการปรับตัวและพยายามที่จะเลิกใช้เปิดโอกาสให้ตนเองเผชิญกับความจริงของชีวิตเผชิญกับสิ่งแวดล้อมใหม่ๆ โดยคิดว่าเป็นสิ่งที่ท้าทาย น่าตื่นเต้น และมีความหมายกระบวนกรที่จะพัฒนาตนเองที่ตามศักยภาพของตนเป็นกระบวนกรที่ไม่มีจุดจบ



ตลอดเวลาที่มีชีวิตอยู่มนุษย์ทุกคนมีความต้องการที่จะพัฒนาตนเองเต็มที่ตามศักยภาพของตนเพราะมีน้อยคนที่จะได้ถึงขั้น self actualization อย่างสมบูรณ์

## 2.6 ทฤษฎีความพึงพอใจ

อุทัย พรณสุตใจ (2545) ได้กล่าวถึง ความพึงพอใจว่าเป็นความรู้สึกรักชอบยินดีเต็มใจ หรือมีเจตคติที่ดีของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ความพอใจจะเกิดเมื่อได้รับตอบสนองความต้องการ ทั้ง ด้านวัตถุและด้านจิตใจ ความพึงพอใจเป็นเรื่องเกี่ยวกับอารมณ์ ความรู้สึก และทัศนคติของบุคคล อันเนื่องมาจากสิ่งเร้าและสิ่งจูงใจ โดยอาจเป็นไปได้ในเชิงประเมินค่า ว่าความรู้สึกหรือทัศนคติต่อ สิ่งเหล่านั้น เป็นไปในทางลบหรือบวก

ราชบัณฑิตสถาน (2546) ได้กล่าวถึง ความหมายของคำว่า ความพึงพอใจ ดังนี้ คำว่า “พึง” เป็นคำกริยาอื่น หมายความว่า ยอมตาม เช่น พึงใจ และคำว่า “พอใจ” หมายถึง สมชอบ ชอบใจ

กชกร เป้าสุวรรณ และคณะ (2550) ได้กล่าวถึง ความหมายของความพึงพอใจว่า สิ่งที่เราควรจะเป็นไปตามความต้องการความพึงพอใจเป็นผลของการแสดงออกของทัศนคติของบุคคลอีกรูปแบบหนึ่ง ซึ่งเป็นความรู้สึกเอนเอียงของจิตใจที่มีประสบการณ์ที่มนุษย์เราได้รับอาจจะมากหรือน้อยก็ได้ และเป็นความรู้สึกที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งเป็นไปได้ทั้งทางบวกและทางลบ แต่ก็เมื่อได้สิ่งนั้นสามารถตอบสนองความต้องการ หรือทำให้บรรลุจุดมุ่งหมายได้ก็จะเกิดความรู้สึกบวกเป็นความรู้สึกที่พึงพอใจ แต่ในทางตรงกันข้าม ถ้าสิ่งนั้นสร้างความรู้สึกผิดหวังก็จะทำให้เกิดความรู้สึกทางลบ เป็นความรู้สึกไม่พึงพอใจ

Applewhite (1965) ได้กล่าวถึง ความพึงพอใจ เป็นความรู้สึกส่วนตัวของบุคคลในการ ปฏิบัติงาน ซึ่งรวมไปถึงความพึงพอใจเป็นความรู้สึกส่วนตัวของบุคคลในการปฏิบัติงาน ซึ่งรวมไป ถึงความพึงพอใจในสภาพแวดล้อมทางกายภาพด้วย การมีความสุขที่ทำงานร่วมกับคนอื่นที่เข้ากัน ได้มีทัศนคติที่ดีต่องานด้วย

Good (1973) ได้กล่าวถึง ความพึงพอใจ หมายถึงสภาพหรือระดับความพึงพอใจที่เป็นผลมาจากความสนใจ และเจตคติของบุคคลที่มีต่องาน

### การวัดความพึงพอใจ

ความพึงพอใจเกิดขึ้นหรือไม่ขึ้นขึ้นอยู่กับกระบวนการจัดการเรียนรู้ ประกอบกับระดับ ความรู้สึกของนักเรียนดังนั้นในการวัด ความพึงพอใจในการเรียนรู้กระทำได้หลายวิธี

ภณิดา ชัยปัญญา ( 2541) ได้กล่าวไว้ว่า การวัดความพึงพอใจนั้น สามารถทำได้หลายวิธีดังต่อไปนี้

1) การใช้แบบสอบถาม โดยผู้ออกแบบสอบถาม ต้องการทราบความคิดเห็นซึ่งสามารถกระทำได้ในลักษณะกำหนดคำตอบให้เลือก หรือตอบคำถามอิสระ คำถามดังกล่าว อาจถามความพอใจในด้านต่าง ๆ เพื่อให้ผู้ตอบทุกคนมาเป็นแบบแผนเดียวกัน มักใช้ในกรณีที่ต้องการข้อมูลกลุ่มตัวอย่างมาก ๆ วิธีนี้นับเป็นวิธีที่นิยมใช้กันมากที่สุดในการวัดทัศนคติ รูปแบบของแบบสอบถามจะใช้มาตราวัดทัศนคติ ซึ่งที่นิยมใช้ในปัจจุบันวิธีหนึ่ง คือ มาตราส่วนแบบลิเคิร์ท ประกอบด้วยข้อความที่แสดงถึงทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งเร้าอย่างใดอย่างหนึ่งที่มีคำตอบที่แสดงถึงระดับความรู้สึก 5 คำตอบ เช่น มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

2) การสัมภาษณ์ เป็นวิธีการที่ผู้วิจัยจะต้องออกไปสอบถามโดยการพูดคุย โดยมีการเตรียมแผนงานล่วงหน้าเพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นจริงมากที่สุด

3) การสังเกต เป็นวิธีวัดความพึงพอใจ โดยการสังเกตพฤติกรรมของบุคคลเป้าหมายไม่ว่าจะ แสดออกมาจากการพูดจา กริยา ท่าทาง วิธีนี้ต้องอาศัยการกระทำอย่างจริงจัง และสังเกตอย่างมีระเบียบ แบบแผน วิธีนี้เป็นวิธีการศึกษาที่เก่าแก่และยังเป็นที่นิยมใช้อย่างแพร่หลายจนถึงปัจจุบัน

จากการศึกษาการวัดความพึงพอใจ สรุปได้ว่าการวัดความพึงพอใจเป็นการบอกถึงความชอบของ บุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด ซึ่งสามารถวัดได้หลายวิธี การสัมภาษณ์ การใช้แบบสอบถามความคิดเห็น การใช้แบบสำรวจความรู้สึก

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2539) ให้ความเห็นว่าความพึงพอใจและการจูงใจจะเป็นเหตุและผลกันและกัน และได้ให้แนวความคิดไว้ว่า การจูงใจ(Motivation) เป็นสิ่งเร้าและความพยายาม ที่จะตอบสนองความต้องการหรือเป้าหมาย ส่วนความพึงพอใจ(Satisfaction) หมายถึงความพอใจ เมื่อต้องการหรือเป้าหมาย ได้รับการตอบสนอง ดังนั้นการจูงใจจึงเป็นสิ่งเร้าเพื่อให้เกิดผลลัพธ์คือความพึงพอใจ

วารุณี ภาชนนท์ (2550) ได้ศึกษาทฤษฎีบาร์นาร์ด ที่กล่าวถึงมูลเหตุที่ทำให้บุคคลมี ความพึงพอใจ ในการทำงานไว้หลายประการ

1) สิ่งจูงใจที่เป็นวัตถุ ได้แก่ เงิน สิ่งของ หรือสภาวะทางกายที่ให้แก่ผู้ปฏิบัติงานเป็นการ ตอบแทน เช่น รางวัลทำงานที่เขาได้ปฏิบัติมาเป็นอย่างดี

2) สิ่งจูงใจเป็นโอกาสของบุคคลซึ่งไม่ใช่วัตถุจัดเป็นสิ่งจูงใจที่สำคัญในการช่วยเหลือส่งเสริม ความร่วมมือในการทำงานมากกว่ารางวัลที่เป็นวัตถุเพราะสิ่งจูงใจประเภทนี้ไม่เกิดกับทุกคน เช่น เกียรติภูมิตำแหน่งการให้สิทธิพิเศษและการมีอำนาจเป็นต้น

3) สภาพร่างกายที่พึงปรารถนา หมายถึง สิ่งแวดล้อมในความสะอาดต่าง ๆ อันอาจจะ ก่อให้เกิดความสุขทางกายในการทำงาน

4) ผลประโยชน์ทางอุดมคติเป็นสิ่งจูงใจซึ่งอยู่ระหว่างความมีอำนาจที่สุดกับความท้อแท้ ผลประโยชน์ทางอุดมคติ หมายถึง สมรรถภาพของหน่วยงานและสนองความต้องการของบุคคลในด้าน ความต้องการความภาคภูมิใจในด้านการแสดงฝีมือความรู้สึกเท่าเทียมกันการได้มีส่วนช่วยเหลือครอบครัว ตัวเองและผู้อันรวมทั้งได้แสดงความจริงใจต่อหน่วยงาน

5) ความดึงดูดในสังคม หมายถึง ความสัมพันธ์อันดีมิตรกับผู้ร่วมงานในหน่วยงานซึ่งถาม ความสัมพันธ์นี้ไปได้ด้วยดีจะทำให้เกิดความผูกพันและความพอใจร่วมงาน

6) การปรับสภาพการทำงานให้เหมาะสมกับการและเจตคติของบุคคลเป็นการปรับปรุง ตำแหน่งงาน วิธีทำงานให้สอดคล้องกับความสามารถของบุคคล ซึ่งแต่ละคนมีความสามารถแตกต่างกัน

7) โอกาสที่จะมีส่วนร่วมในการทำงานอย่างกว้างขวางและเปิดโอกาสให้ผู้ร่วมมีความรู้ ความสามารถมาร่วมเป็นส่วนหนึ่งของงานความรู้สึกเท่าเทียมกันจนมีกำลังใจในการทำงาน

8) สภาพของการอยู่ร่วมกันเป็นความพอใจของบุคคลในด้านสังคมและทำให้คนรู้สึกมี หลักประกันและมั่นคงในการทำงานจะเห็นได้ว่าการจูงใจของ บาร์นาร์ด ตอบสนองความต้องการพื้นฐาน เพื่อการดำรงชีวิตโดยสิ่งจูงใจเป็นเงิน สิ่งของ และการจัดสิ่งแวดล้อมในการทำงานที่ดีเป็นการตอบสนอง ความต้องการทางด้านร่างกายให้ผู้ปฏิบัติมีความมั่นใจในการปฏิบัติงาน ส่งเสริมความเท่าเทียมกันการให้ โอกาสร่วมแสดงความสามารถและรับฟังความคิดเห็นเป็นการตอบสนองความต้องการทางด้าน จิตใจได้ อย่างเต็มที่

วิชัย เหลืองธรรมาชาติ (2531) กล่าวว่า ความพึงพอใจมีส่วนเกี่ยวข้องกับความต้องการของมนุษย์ กล่าวคือ ความพึงพอใจจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อ ความต้องการของมนุษย์ได้รับการตอบสนอง ซึ่งมนุษย์ไม่ว่าจะอยู่ในที่ใดย่อมมีความต้องการขั้นพื้นฐานไม่ต่างกัน ส่วน มนตรี เฉียบแหลม (2536) กล่าวว่า ความพึงพอใจ คือ ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งความรู้สึกดังกล่าวนี้จะลดลงหรือไม่เกิดขึ้นถ้าหากความต้องการหรือเป้าหมายนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง ซึ่งระดับความพึงพอใจจะแตกต่างกัน ย่อมขึ้นอยู่กับปัจจัยองค์ประกอบของการบริหาร

ชรีณี เดชจินดา (2530) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึก หรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึกพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการของบุคคลได้รับการตอบสนอง หรือบรรลุจุดมุ่งหมายในระดับหนึ่ง ความรู้ดังกล่าวจะลดลงหรือไม่เกิดขึ้นหากความต้องการหรือจุดมุ่งหมายนั้นไม่ได้รับการตอบสนองทำนองเดียวกันกับ อมร รักษาสัตย์ (2535) ความพอใจของผู้รับบริการเป็นมาตรการอย่างหนึ่งที่ใช้วัดประสิทธิภาพของการบริการได้ เพราะการจัดการบริการของรัฐไม่ใช่แต่จะทำให้เสร็จๆ ไปแต่หมายถึง การให้บริการอย่างดี เป็นที่พอใจแก่ประชาชน

มณีวรรณ ต้นไทย (2533) ได้ให้ความหมาย ความพึงพอใจหลังการได้รับการว่าเป็นระดับความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการได้รับการบริการในด้านต่างๆ ดังนี้คือ

- 1) ด้านความสะดวกที่ได้รับ
- 2) ด้านตัวเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ
- 3) ด้านคุณภาพของบริการที่ได้รับ
- 4) ด้านระยะเวลาในการดำเนินการ
- 5) ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ

สุริยะ วิริยะสวัสดิ์ (2540) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจว่า ความพึงพอใจหมายถึง ความรู้สึกพอใจในการรับบริการหรือการตอบสนองที่ตรงกับความต้องการของประชาชน ประชาชนจะมีความพึงพอใจอย่างมากเมื่อสิ่งที่ตนคาดหวังได้รับการตอบสนองในระยะเวลาที่เหมาะสม แต่ถ้าหากการตอบสนองนั้นไม่เป็นไปตามที่คาดหวังหรือตามจุดมุ่งหมายและในระยะเวลาที่ไม่เหมาะสมก็จะทำให้ความพึงพอใจน้อยตามลำดับ และระดับความพึงพอใจยังสามารถที่จะวัดประสิทธิภาพของการบริการได้

จากการให้ความหมายของผู้รู้ที่ได้กล่าวถึง ความพึงพอใจในงาน พอสรุปได้ว่าความพึงพอใจนั้นเป็นความรู้สึกของบุคคลในการทำกิจกรรมหรือตอบสนองต่อกิจกรรมต่างๆ อันเป็นส่วนหนึ่งของเจตคติที่บุคคลที่แสดงออกมา อันเป็นส่วนสำคัญอย่างยิ่งต่อความสำเร็จของงาน

## 2.6.1 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ

### 2.6.1.1 ปัจจัยเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคล

#### 1) อายุ

ทวีป ยอดเศรณี (2538) กล่าวว่า อายุ นั้นเป็นปัจจัยที่ทำให้คนเรามีความแตกต่างกัน คนที่มีอายุต่างกันจะมีความรู้ ความรับผิดชอบ ประสบการณ์ ความสนใจ ความสามารถในการแก้ปัญหาความจำ บุคลิกภาพ และวุฒิภาวะทางด้านต่างๆ ที่แตกต่างกันออกไป บุคคลที่มีอายุต่างกันจะมีความพึงพอใจในการปฏิบัติงานแตกต่างกันออกไปในแต่ละองค์ประกอบของงาน อายุของบุคคลมีทั้งส่วนสัมพันธ์และไม่สัมพันธ์กับความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน

โยธิน ศันสนยุทธ อ่างใน อนันต์ ปัญญาวีร์ (2534) กล่าวว่า คนที่มีอายุมากขึ้นจะมีความพึงพอใจต่องานมากขึ้น เพราะมีการปรับตัวได้ดีกว่าคนอายุน้อย ส่วนคนที่อายุน้อยมีความคาดหวังต่อการได้รับผลตอบแทนสูง เมื่อทำงานแรกๆ จะไม่ค่อยพึงพอใจ ซึ่งแตกต่างจากผลการวิจัยของ วัลยา บุตรดี (2533) ที่กล่าวว่า อายุไม่มีผลต่อความพึงพอใจในองค์ประกอบของปัจจัยค้ำจุนหรือปัจจัยกระตุ้น อายุไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน และอาชีพ

## 2) เพศ

ธรรมบุญ ศิริพันธ์ อ่างใน สุธี ชิวหากาญจน์ (2538) กล่าวว่าคนส่วนใหญ่ยอมรับว่าพฤติกรรมของคนจะแตกต่างกันระหว่างเพศ ซึ่งลักษณะของผู้ชายส่วนใหญ่มีความคิดเป็นตัวของตัวเอง มีโครงสร้างของร่างกายที่แข็งแรงมากกว่าผู้หญิง ส่วนผู้หญิงนั้นจะเชื่อฟังง่าย มีความรับผิดชอบ ละเอียดอ่อนในการฝีมือมากกว่าผู้ชาย

## 3) วุฒิการศึกษา

สนธิ คชสิทธิ์ อ่างใน สุธี ชิวหากาญจน์ (2538) กล่าวว่า วุฒิการศึกษาไม่มีความแตกต่างกันในเรื่องของความพึงพอใจ แต่จะแตกต่างกันทางด้านองค์ประกอบของงาน ซึ่งไม่สอดคล้องกับ พิรพรต หุ่นเจริญ อ่างใน สุธี ชิวหากาญจน์ (2538) ที่กล่าวว่า วุฒิการศึกษาแตกต่างกันจะมีความพึงพอใจในการปฏิบัติงานแตกต่างกันในองค์ประกอบของงาน

รัชณี เศรษฐรัฐ (2528) ได้กล่าวว่า การศึกษาเป็นกรรมวิธี หรือกระบวนการต่าง ๆ ที่ก่อให้เกิดประสบการณ์เรียนรู้ในชีวิต อันจะทำให้บุคคลพัฒนาความสามารถ เจตคติ ค่านิยม หรือคุณธรรม และสามารถเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมให้สอดคล้องกับความต้องการ กลายเป็นบุคคลที่มีประสิทธิภาพ และสามารถดำรงชีวิตอยู่ในสังคมได้อย่างเป็นสุข

## 2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จารุภา สังขารมย์ (2559) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง รายงานวิจัยแนวทางการพัฒนาเว็บไซต์ในการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความต้องการและแนวทางการพัฒนาเว็บไซต์ในการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน 2) พัฒนเว็บไซต์ต้นแบบ ศึกษาเทคโนโลยีและองค์ประกอบที่เหมาะสม เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาเว็บไซต์ในการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน และ 3) จัดการอบรมผู้ใช้ระบบปฏิบัติการเว็บไซต์ ในการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐานและศึกษาผลการใช้ระบบปฏิบัติการเว็บไซต์

ศิริพล แสนบุญสูง (2559) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาเว็บไซต์คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา ด้วยระบบบริหารจัดการเนื้อหาบนเว็บไซต์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักศึกษา อาจารย์และเจ้าหน้าที่มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา และบุคคลภายนอกที่เข้าใช้งานเว็บไซต์คณะครุศาสตร์ที่พัฒนาขึ้น แล้วทำการประเมินเพื่อเก็บข้อมูลตามระยะเวลาที่กำหนด 3 เดือน ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม – กันยายน พ.ศ. 2558 ได้ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 138 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย เว็บไซต์คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา ที่พัฒนาด้วยระบบการจัดการเนื้อหา Joomla! เวอร์ชัน 3.4.1 แบบประเมินคุณภาพ และแบบสอบถามความพึงพอใจ

รพีภัทร มานะสุนทร, ดร.มหาชัย สัตยธำรงเกียรติและนายปวีร์ศรี มาเกิด (2558) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาเว็บไซต์และการสร้างสังคมออนไลน์ เพื่อประชาสัมพันธ์ธุรกิจชุมชน ในเขตอำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยคือ ธุรกิจชุมชน ที่อยู่ในพื้นที่เขตพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม จำนวน 133 แห่ง เครื่องมือที่ใช้คือ แบบสำรวจสถานประกอบการ และแบบประเมินความพึงพอใจของ ธุรกิจชุมชน

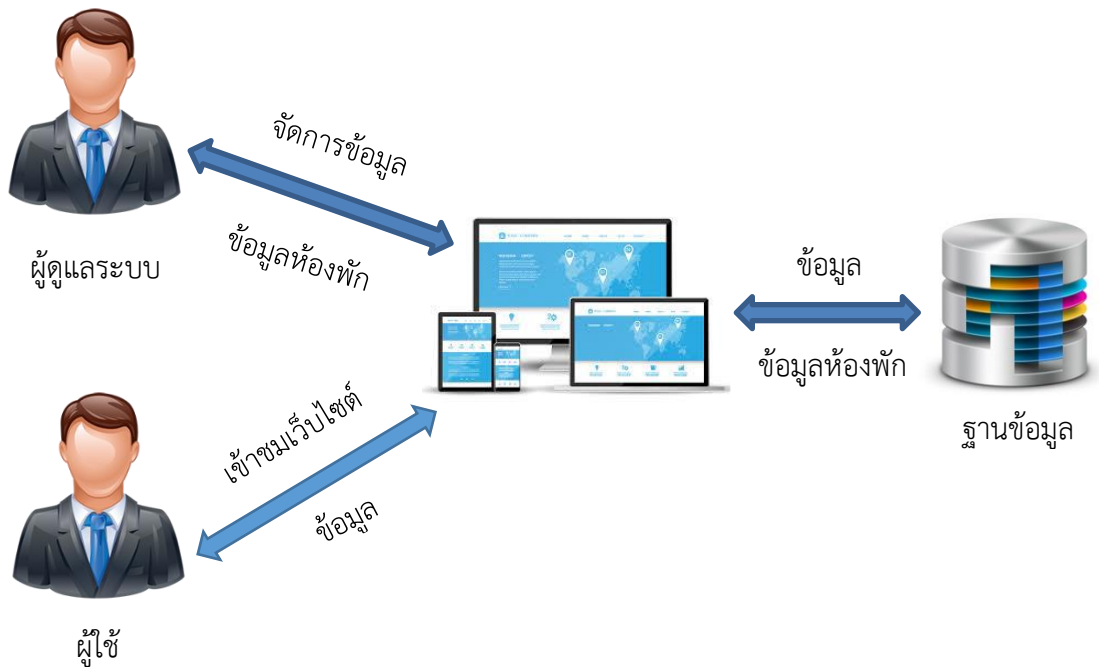
วิรัชวัฒน์ สมตน (2557) ได้ศึกษาเพื่อพัฒนาเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑ์ภูมิปัญญาไทยและ เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้เว็บไซต์ประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑ์ภูมิปัญญาไทย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการ วิจัยครั้งนี้ ได้แก่ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาและด้านเทคโนโลยีการศึกษา จำนวน 6 คน นิสิต บุคลากร ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ และผู้สนใจที่เข้าชมเว็บไซต์ระหว่างเดือน มกราคม ถึงเดือนมีนาคม 2557 จำนวน 135 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบประเมินคุณภาพเว็บไซต์ ประชาสัมพันธ์ พิพิธภัณฑ์ภูมิปัญญาไทยและแบบประเมินความพึงพอใจเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑ์ ภูมิปัญญาไทย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

บัณฑิตา สังฆะมณี (2557) ศึกษาวิจัยแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ผ่านรูปแบบสื่อ ประชาสัมพันธ์ที่ส่งผลต่อการรับรู้ของนักท่องเที่ยว กรณีศึกษา: อุทยานแห่งชาติภูกระดึงอำเภอภูกระดึง จังหวัดเลย พบว่า การรับรู้สื่อที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวมากที่สุดคือ 1) สื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ 2) สื่อมวลชน 3) สื่อบุคคล เป็นสื่อที่สามารถสร้างการรับรู้ที่ดีให้นักท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวเปิดรับ มากที่สุด เพราะเป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงได้ง่ายเร็วและต้องการแทรกแนวความคิดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ โดยการใช้นวัตกรรมสร้างสรรค์ ความบันเทิง โดยการเชื่อมโยงสื่อเข้าด้วยกันโดยการสร้างช่องทางการ ประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย เพื่อการส่งเสริมแนวความคิดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สื่อของการท่องเที่ยว อุทยานแห่งชาติภูกระดึงให้ดียิ่งขึ้น การศึกษาวิจัยเป็นการศึกษาการวิจัยเชิงคุณภาพพร้อมกับการวิจัยเชิง ปริมาณ ตัวอย่างการศึกษา มี 2 กลุ่มคือ ผู้บริหารระดับสูงที่มีส่วนเกี่ยวข้องและนักท่องเที่ยวที่อุทยาน แห่งชาติภูกระดึง

### บทที่ 3 วิธีการดำเนินงาน

เว็บไซต์ประชาสัมพันธ์บ้านใหม่โฮมสเตย์ ตำบลสวายจิก อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ เนื่องจากระบบงานเดิม ผู้วิจัยพบว่า ยังใช้การประชาสัมพันธ์แบบการแจกใบปลิว และเมื่อลูกค้าต้องจองห้องพักต้องจดใส่สมุดไว้ ซึ่งถ้าลูกค้าจะเปลี่ยนข้อมูลใหม่ จะต้องลบออกเขียนใหม่ ส่งผลให้สมุดไม่เรียบร้อย หรือเกิดความผิดพลาดได้ เนื่องจากระบบงานเดิม ผู้วิจัยพบว่า การแจกใบปลิวอาจจะยังไม่สามารถทำให้คนได้รู้จัก และการจดข้อมูลลูกค้ายังมีข้อผิดพลาด ส่งผลให้ไม่สามารถเช็คข้อมูลลูกค้าย้อนหลังได้ จากการศึกษาข้อมูลแนวคิดทฤษฎี ผู้วิจัยได้ออกแบบวิธีการดำเนินโครงการ ได้แก่ ภาพรวมของเว็บไซต์ มีรายละเอียดดังนี้

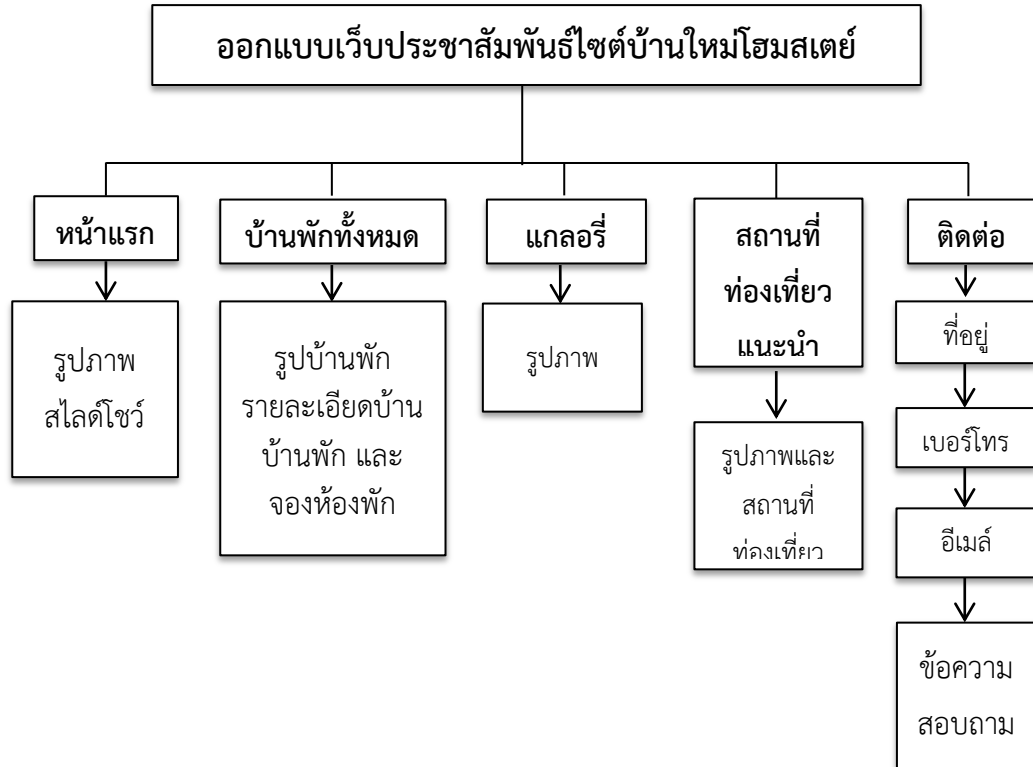
#### 3.1 ภาพรวมระบบ



ภาพที่ 3.1 ภาพรวมระบบ

จากภาพที่ 3.1 คือภาพรวมของเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์บ้านใหม่โฮมสเตย์ ตำบลสวายจิก อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ แบ่งผู้ใช้งานออกเป็น 2 ระดับ ได้แก่ ผู้ดูแลระบบ และผู้ใช้งานทั่วไป เมื่อใช้งานผ่านระบบจะแสดงผลผ่านเว็บไซต์จัดเก็บข้อมูลในฐานข้อมูล

### 3.2 โครงสร้างเว็บไซต์

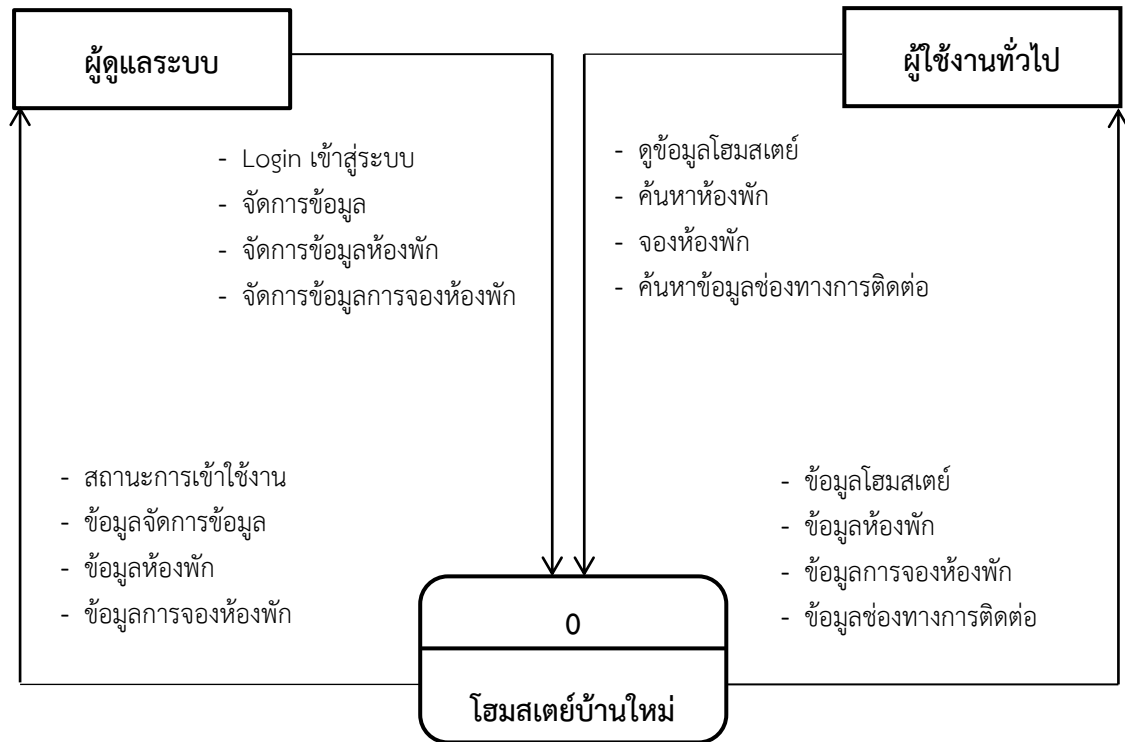


ภาพที่ 3.2 โครงสร้างเว็บไซต์

จากภาพที่ 3.2 แสดงให้เห็นถึงโครงสร้างเว็บไซต์ ทำให้ผู้บริการเว็บไซต์สามารถทราบได้ว่าเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์บ้านใหม่โฮมสเตย์ ตำบลสวายจิก อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ เป็นอย่างไร

### 3.3 การออกแบบการทำงานของระบบ

#### 3.3.1 Context diagram

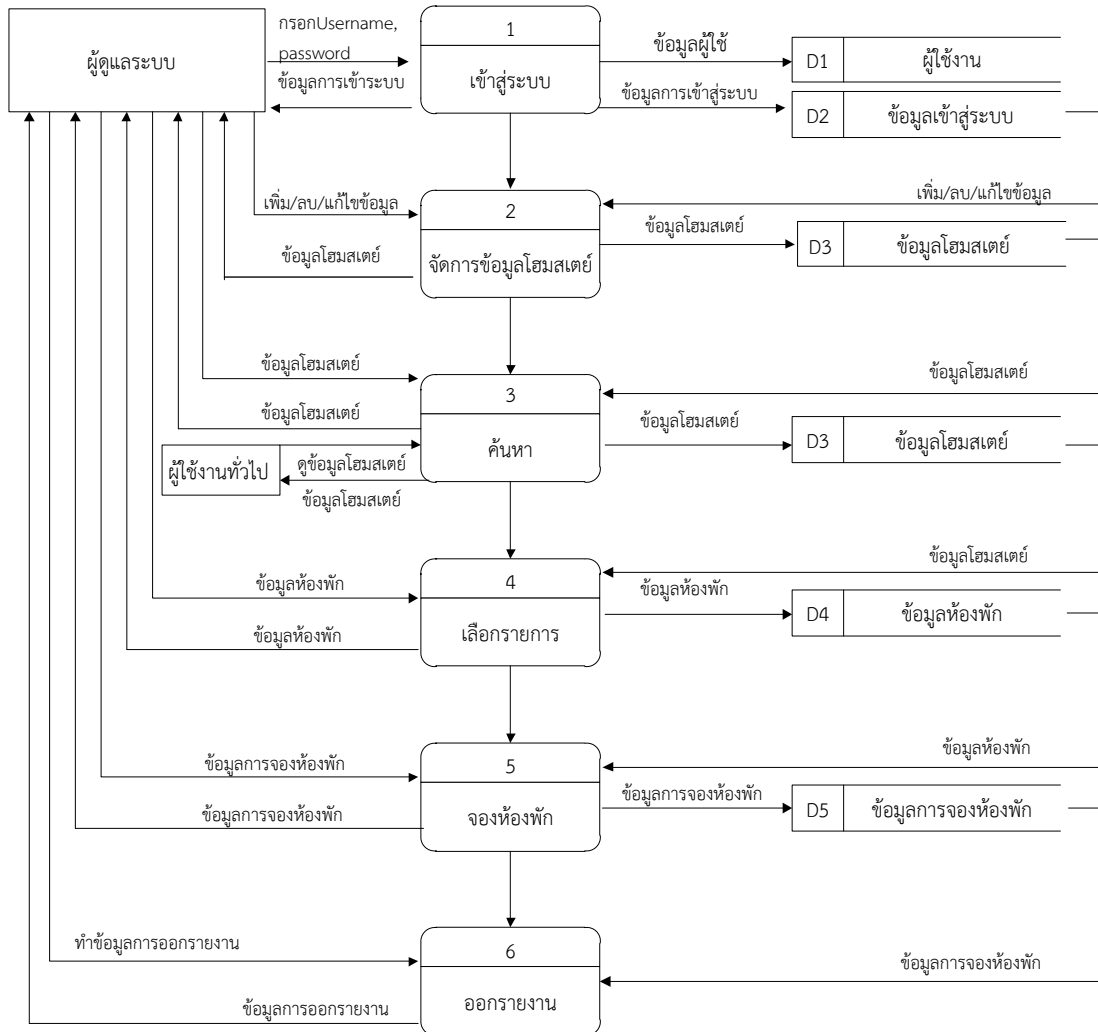


ภาพที่ 3.3 Context diagram

จากรูปภาพที่ 3.3 แสดง Context Diagram แสดงให้เห็นว่าผู้ดูแลระบบสามารถนำข้อมูลจัดการ ข้อมูลโฮมสเตย์ ข้อมูลห้องพัก และข้อมูลการจองห้องพัก สามารถดึงรายงานต่างๆ ส่วนผู้ใช้งานทั่วไปนั้น สามารถเข้าดูรายละเอียดของข้อมูลโฮมสเตย์ ข้อมูลห้องพัก ข้อมูลการจอง ข้อมูลการติดต่อ



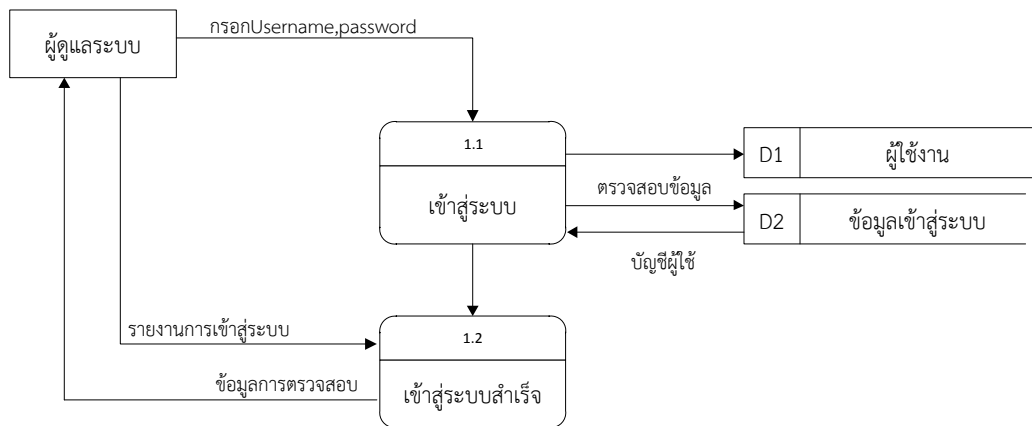
## 3.3.2 Data Flow Diagram Level 1



ภาพที่ 3.4 ระบบ Data flow Level 1 ระบบเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์บ้านใหม่โฮมสเตย์

จากภาพที่ 3.4 แสดงให้เห็นว่าระบบมีการกรอกusername,password จัดการข้อมูล ค้นหา เลือกรายการ จองห้องพัก และออกรายงาน

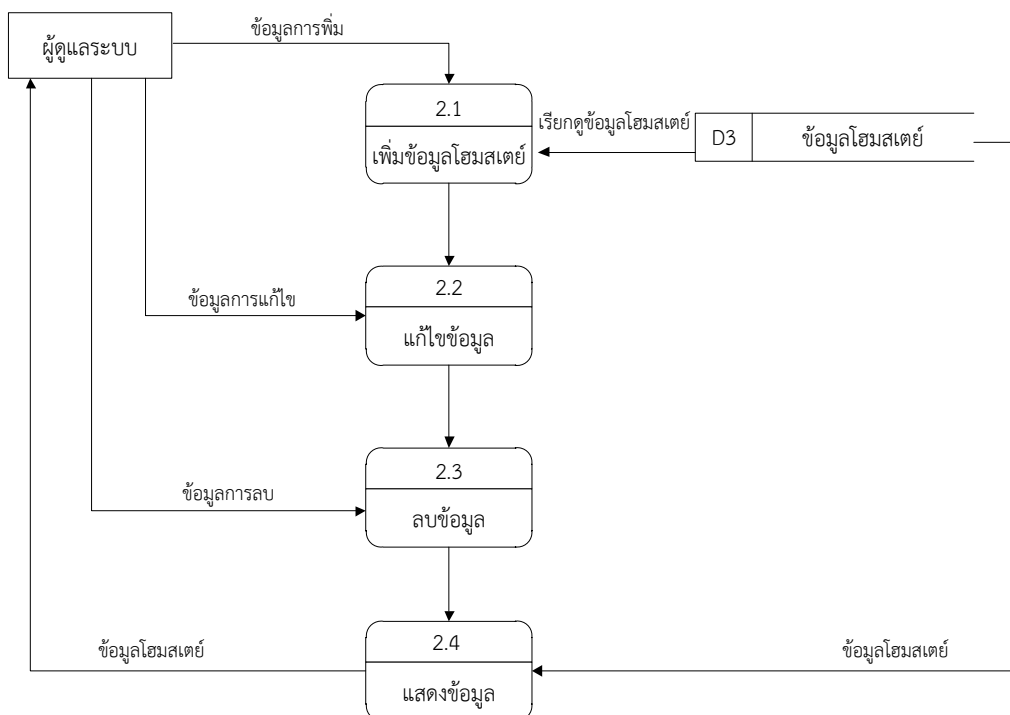
### 3.3.3 Dataflow Diagram Level 2 Process 1 เข้าสู่ระบบ



ภาพที่ 3.5 Dataflow Diagram Level 2 Process 1 เข้าสู่ระบบ

จากรูปภาพที่ 3.5 แสดงให้เห็นว่าระบบ เข้าสู่ระบบ มีในส่วนของ กรอนUsername, password และรายงานการเข้าสู่ระบบ

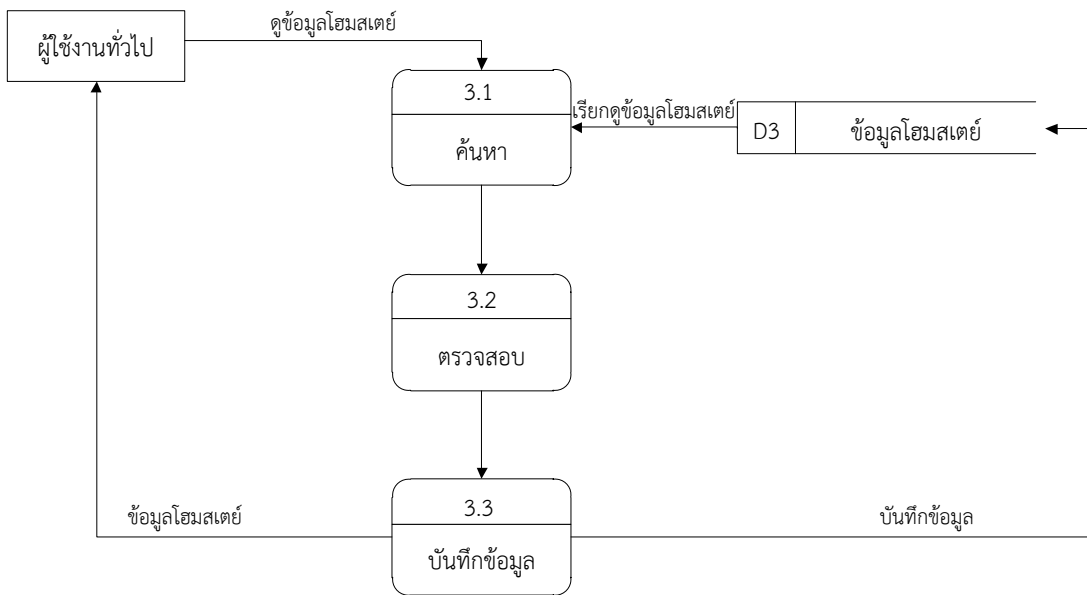
### 3.3.4 Dataflow Diagram Level 2 Process 2 จัดการข้อมูล



ภาพที่ 3.6 Dataflow Diagram Level 2 Process 2 จัดการข้อมูล

จากรูปภาพที่ 3.6 แสดงให้เห็นว่าระบบ ในการจัดการข้อมูล มีในส่วนของ เพิ่มข้อมูลโฮมสเตย์ แก้ไขข้อมูลโฮมสเตย์ ลบข้อมูลโฮมสเตย์ และแสดงข้อมูลมาเพิ่มเติมด้วย

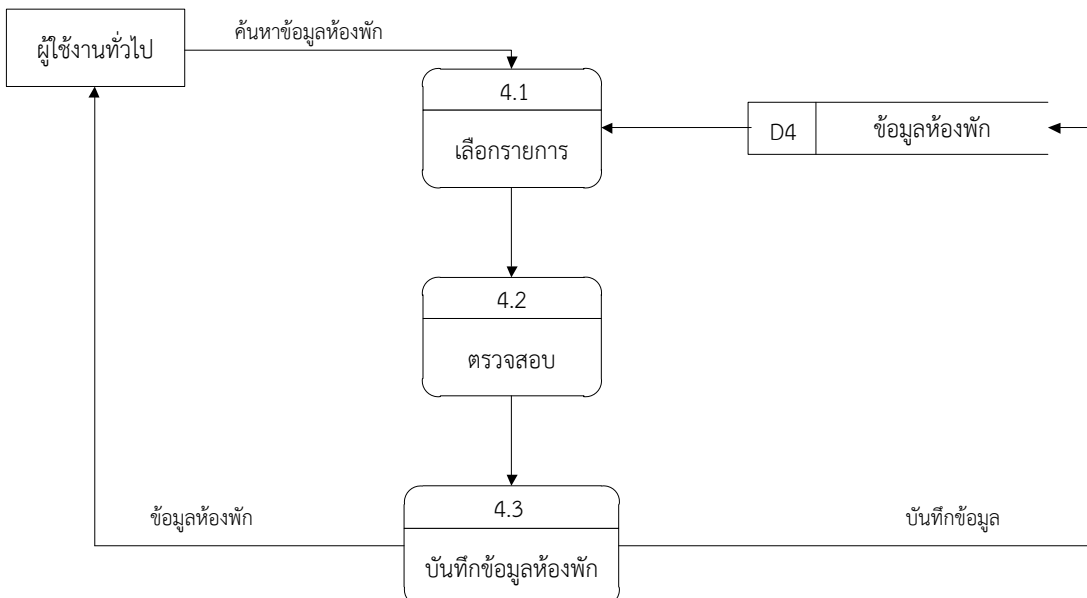
### 3.3.5 Dataflow Diagram Level 2 Process 3 ค้นหา



ภาพที่ 3.7 Dataflow Diagram Level 2 Process 3 ค้นหา

จากรูปภาพที่ 3.7 แสดงให้เห็นว่าระบบ ในค้นหา มีในส่วนของ ค้นหาข้อมูลโฮมสเตย์ ตรวจสอบข้อมูล และบันทึกข้อมูล

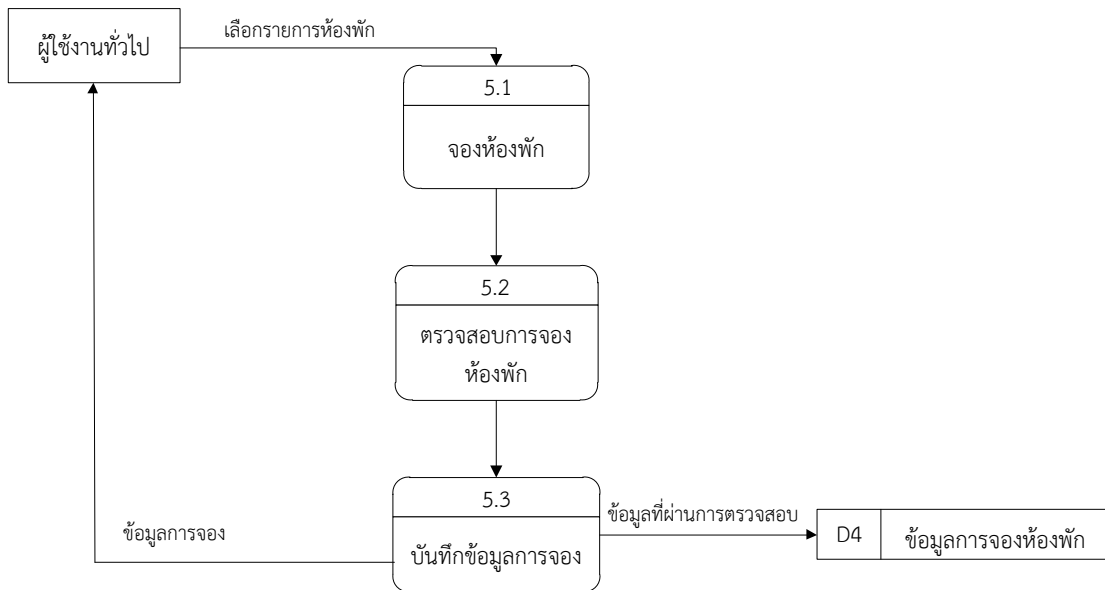
### 3.3.6 Dataflow Diagram Level 2 Process 4 เลือกรายการ



ภาพที่ 3.8 Dataflow Diagram Level 2 Process 4 เลือกรายการ

จากรูปภาพที่ 3.8 แสดงให้เห็นว่าระบบ ในเลือกรายการ มีในส่วนของ เลือกรายการ ตรวจสอบการเลือกรายการ และบันทึกข้อมูลห้องพัก

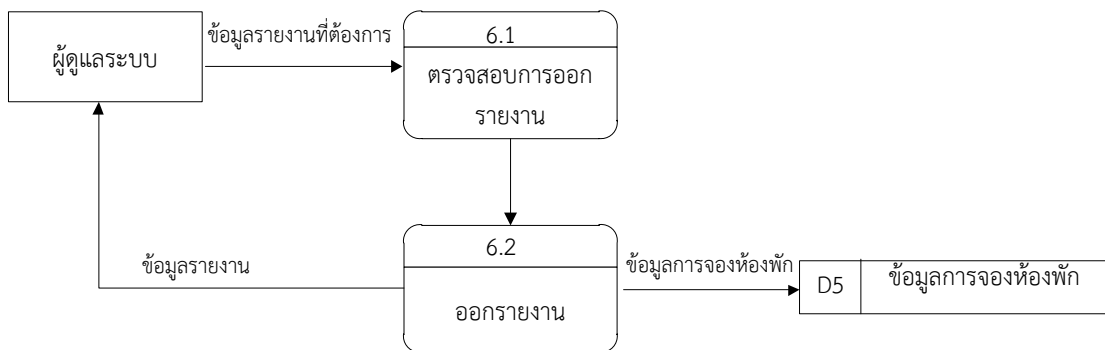
### 3.3.7 Dataflow Diagram Level 2 Process 5 การจองห้องพัก



ภาพที่ 3.9 Dataflow Diagram Level 2 Process 5 การจองห้องพัก

จากรูปภาพที่ 3.9 แสดงให้เห็นว่าระบบ ในการจองห้องพัก มีในส่วนของ จองห้องพัก ตรวจสอบการจองห้องพัก และบันทึกข้อมูลการจอง

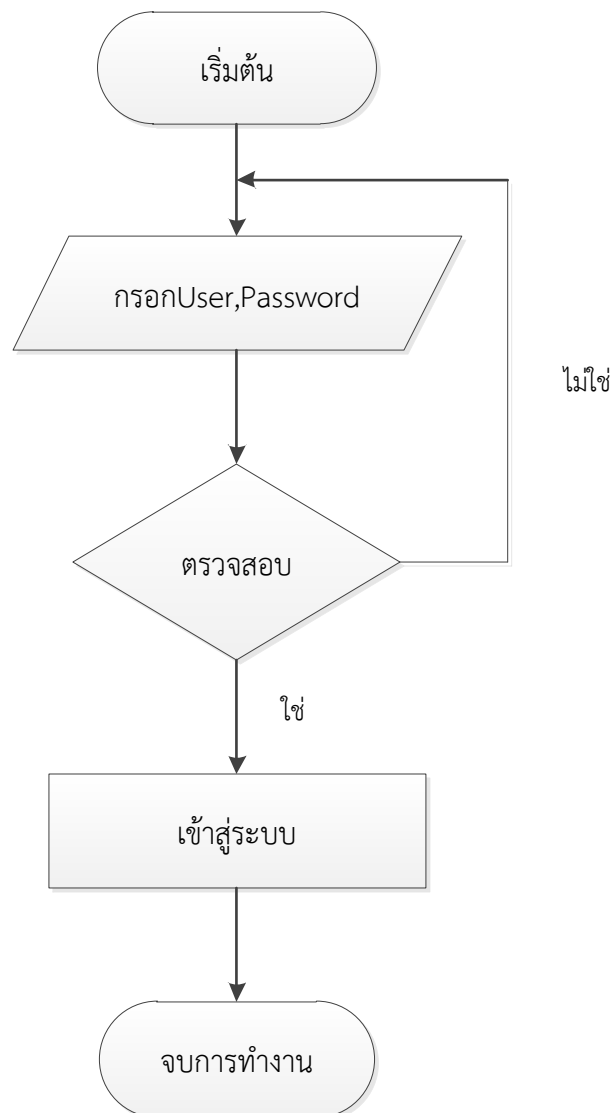
### 3.3.8 Dataflow Diagram Level 2 Process 6 ออกรายงาน



ภาพที่ 3.10 Dataflow Diagram Level 2 Process 6 ออกรายงาน

จากรูปภาพที่ 3.10 แสดงให้เห็นว่าระบบ จัดการรายการจองห้องพัก มีในส่วนของ ข้อมูลรายงานที่ต้องการ ตรวจสอบการออกรายงาน และออกรายงาน

## 3.3.9 Flowchart การเข้าสู่ระบบ ของAdmin

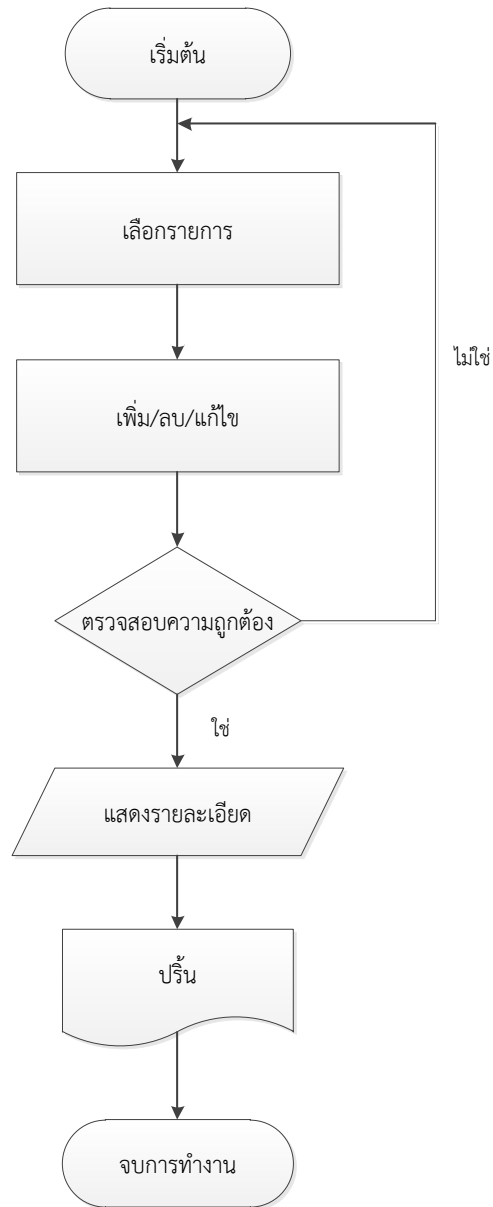


ภาพที่ 3.11 Flowchart การเข้าสู่ระบบ ของAdmin

จากภาพที่ 3.11 อธิบายขั้นตอนของ Flow chart ขั้นตอนการเข้าสู่ระบบ ของAdmin

1. ถ้าชื่อและรหัสถูกต้องระบบจะทำการตรวจสอบประเภทการ Login
2. เข้าสู่ระบบเว็บไซต์

## 3.3.10 Flowchart จัดการข้อมูล

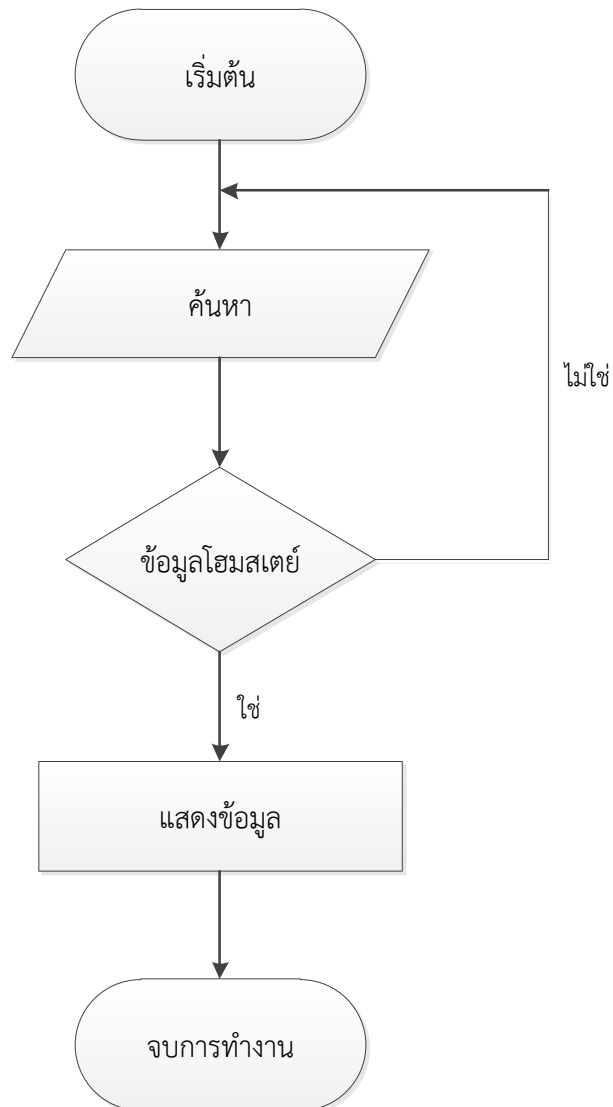


ภาพที่ 3.12 Flow chart จัดการข้อมูล

จากรูปภาพที่ 3.12 อธิบายขั้นตอนของ Flow chart ขั้นตอนจัดการข้อมูล

1. เลือกรายการ
2. เพิ่มลบแก้ไขข้อมูล
3. ตรวจสอบความถูกต้อง
4. แสดงรายละเอียดข้อมูล
5. จบขั้นตอนการทำงาน

### 3.3.11 Flowchart การเข้าสู่ระบบ ของUser

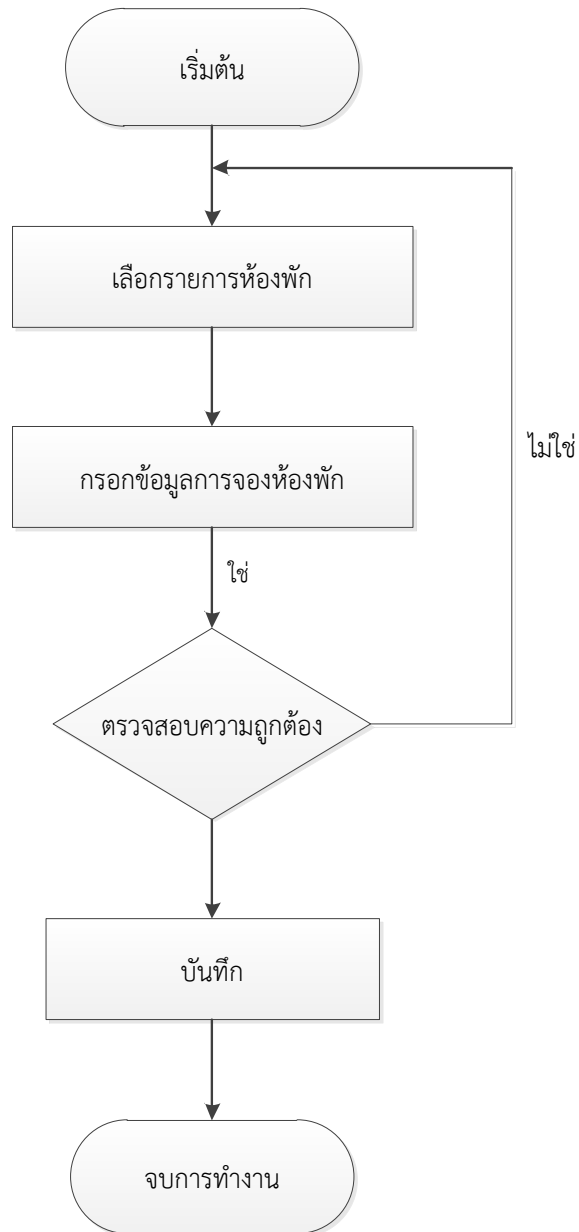


ภาพที่ 3.13 Flowchart การเข้าสู่ระบบ ของUser

จากรูปภาพที่ 3.13 อธิบายขั้นตอนของ Flow chart ขั้นตอนการเข้าสู่ระบบ ของUser

1. ค้นหาข้อมูลโฮมสแตย์
2. ตรวจสอบข้อมูลโฮมสแตย์
3. แสดงข้อมูล
4. จบขั้นตอนการทำงาน

## 3.3.12 Flowchart การจองห้องพักร



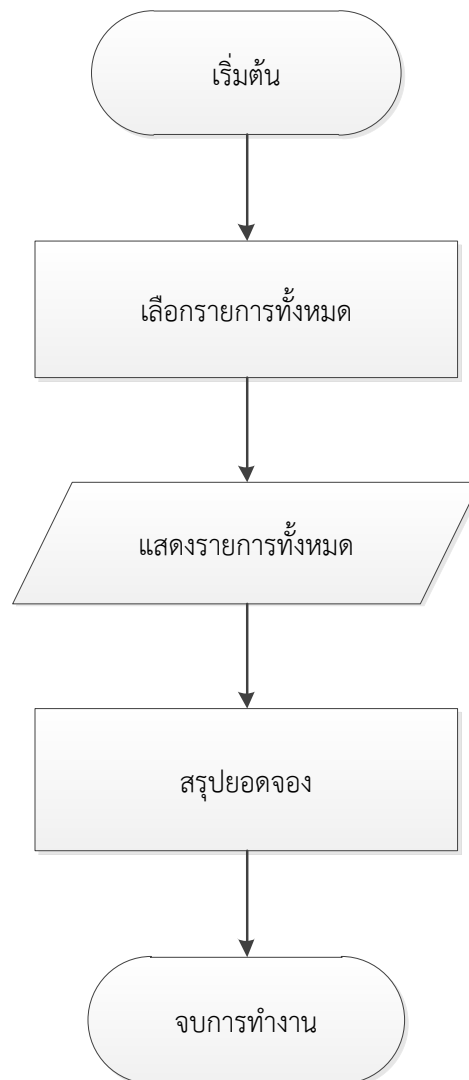
ภาพที่ 3.14 Flowchart การจองห้องพัก

จากรูปภาพที่ 3.14 อธิบายขั้นตอนของ Flow chart ขั้นตอนการจองห้องพัก

1. เลือกรายการห้องพัก
2. กรอกข้อมูลการจองห้องพัก
3. ตรวจสอบความถูกต้อง
4. บันทึกการจอง
5. จบขั้นตอนการทำงาน



## 3.3.13 Flowchart การออกรายงาน



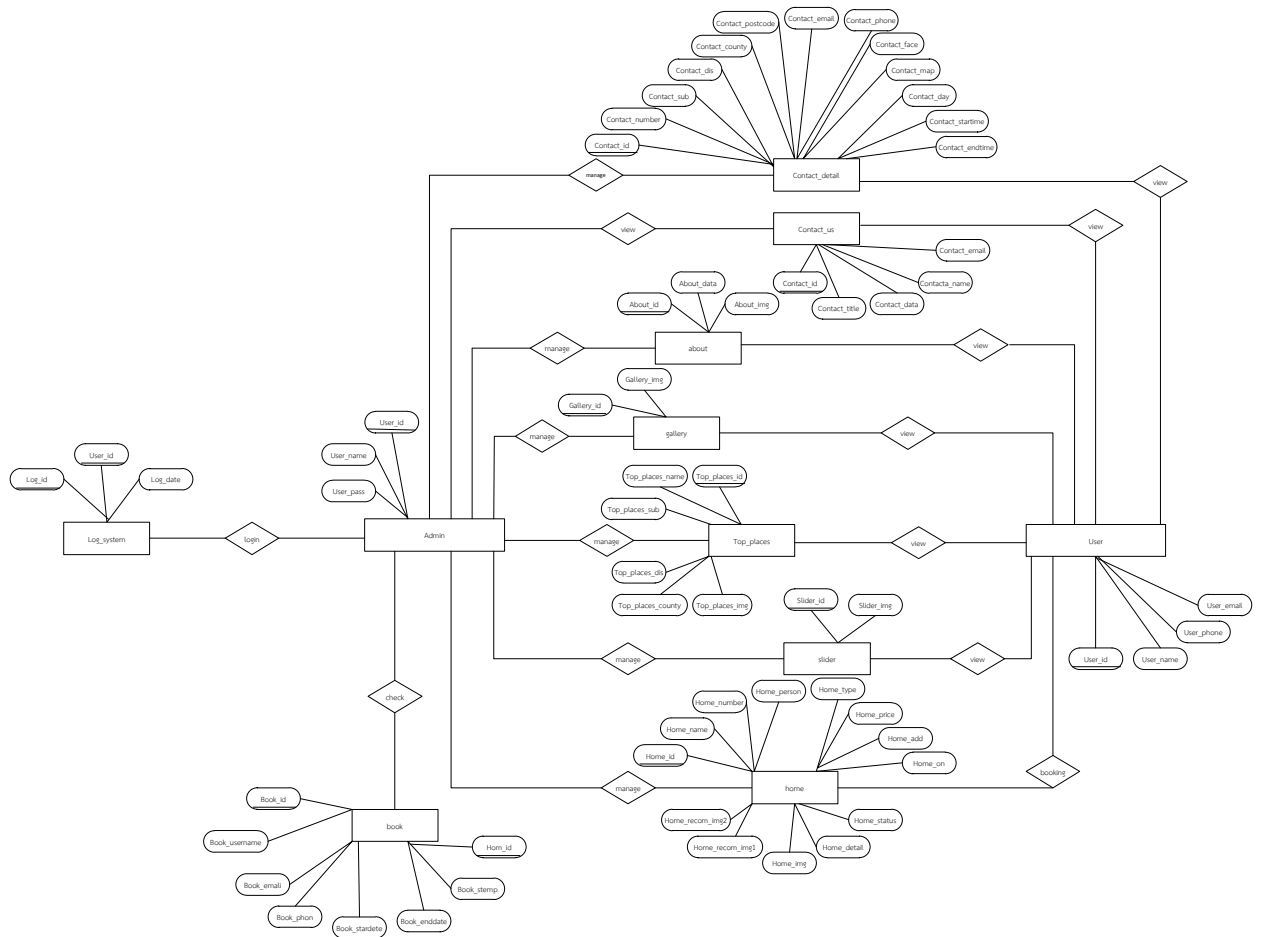
ภาพที่ 3.15 Flowchart การออกรายงาน

จากรูปภาพที่ 3.15 อธิบายขั้นตอน Flow chart การออกรายงาน

1. เลือกรายการข้อมูลทั้งหมด
2. แสดงรายการข้อมูลทั้งหมด
3. สรุปยอดจอง
4. จบขั้นตอนการทำงาน

## 3.3.14 ER Diagram

ER-Diagram ของเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์บ้านใหม่โฮมสเตย์ ตำบลสวายจิก อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์



ภาพที่ 3.16 ER-Diagram ของเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์

จากภาพที่ 3.14 ขั้นตอนอธิบาย ER Diagram จะมีทั้งหมด 10 ส่วน ได้แก่ ส่วนของผู้ใช้งาน บ้านพัก เกี่ยวกับเรา รูปภาพ ภาพสไลด์รูป ข้อมูลการจอง การติดต่อ ข้อมูลการติดต่อ การเข้าใช้ระบบ และสถานที่

## 3.3.15 Data Dictionary

ตารางที่ 3.1 โครงสร้างตาราง about (เกี่ยวกับ)

Name	Description	Data type	Length	Key
about_id	รหัสเกี่ยวกับ	int	1	PK
about_data	ข้อมูลเกี่ยวกับ	text		
about_img	รูปภาพเกี่ยวกับ	varchar	255	

ตารางที่ 3.2 โครงสร้างตาราง book (การจอง)

Name	Description	Data type	Length	Key	Referenc
book_id	รหัสจอง	int	11	PK	
book_username	ชื่อผู้จอง	varchar	255		
book_email	อีเมลผู้จอง	varchar	255		
book_phone	เบอร์โทรผู้จอง	varchar	255		
home_id	รหัสบ้าน	int	2	FK	home
book_startdate	วันที่เข้าพัก	date			
book_enddate	วันที่ออก	date			
book_stamp	จองเมื่อ	timestamp			

ตารางที่ 3.3 โครงสร้างตาราง contact\_us (การติดต่อ)

Name	Description	Data type	Length	Key
contact_id	รหัสการติดต่อ	int	11	PK
contact_title	ชื่อเรื่อง	varchar	255	
contact_data	ข้อความ	text		
contact_name	ชื่อผู้ใช้	varchar	255	
contact_email	อีเมล	varchar	255	

ตารางที่ 3.4 โครงสร้างตาราง contact\_detail (การติดต่อ)

Name	Description	Data type	Length	Key
contact_id	รหัสการติดต่อ	int	1	PK
contact_number	บ้านเลขที่	int	5	
contact_sub	ตำบล	varchar	255	
contact_dis	อำเภอ	varchar	255	
contact_county	จังหวัด	varchar	255	
contact_postcode	รหัสไปรษณีย์	varchar	5	
contact_email	อีเมล	varchar	255	
contact_phone	มือถือ	varchar	10	
contact_face	Facebook	text		
contact_map	แผนที่	text		
contact_day	วันทำการ	varchar	255	
contact_starttime	เวลาเริ่มทำการ	time		
contact_endtime	เวลาปิดทำการ	time		

ตารางที่ 3.5 โครงสร้างตาราง gallery (รูปภาพ)

Name	Description	Data type	Length	Key
gallery_id	รหัสรูปภาพ	int	11	PK
gallery_img	รูปภาพ	varchar	255	

ตารางที่ 3.6 โครงสร้างตาราง top\_places (สถานที่)

Name	Description	Data type	Length	Key
top_places_id	รหัสสถานที่	int	11	PK
top_places_name	ชื่อสถานที่	varchar	255	
top_places_sub	ที่ตั้ง ตำบล	varchar	255	
top_places_dis	ที่ตั้ง อำเภอ	varchar	255	
top_places_county	ที่ตั้ง จังหวัด	varchar	255	
top_places_img	รูปภาพสถานที่	varchar	255	

ตารางที่ 3.7 โครงสร้างตาราง home (บ้านพัก)

Name	Description	Data type	Length	Key
home_id	รหัสบ้าน	int	2	PK
home_name	ชื่อบ้าน	varchar	255	
home_number	จำนวนห้อง	int	2	
home_person	จำนวนคนที่พัก	int	2	
home_type	ประเภทห้องพัก	varchar	255	
home_price	ราคาต่อคน	int	4	
home_add	รวมอาหาร/ ไม่รวมอาหาร	varchar	255	
home_on	เข้า/เย็น	varchar	255	
home_status	สถานะว่าง/ ไม่ว่าง	varchar	255	
home_detail	รายละเอียด	text		
home_img	รูปบ้าน	varchar	255	
home_recom_img1	รูปบ้านแนะนำ1	varchar	255	
home_recom_img2	รูปบ้านแนะนำ2	varchar	255	

ตารางที่ 3.8 โครงสร้างตาราง log\_system (การเข้าใช้ระบบ)

Name	Description	Data type	Length	Key	Referenc
log_id	รหัสการใช้ระบบ	int	11	PK	
user_id	รหัสผู้ใช้	int	2	FK	user
log_date	วันที่ใช้งาน	timestampd			

ตารางที่ 3.9 โครงสร้างตาราง slider (รูปภาพสไลด์)

Name	Description	Data type	Length	Key
slider_id	รหัสรูปภาพสไลด์	int	2	PK
slider_img	รูปภาพสไลด์	varchar	255	

ตารางที่ 3.10 โครงสร้างตาราง user (ผู้ใช้)

Name	Description	Data type	Length	Key
user_id	รหัสผู้ใช้	int	2	PK
user_name	Username	varchar	255	
user_pass	Password	varchar	255	

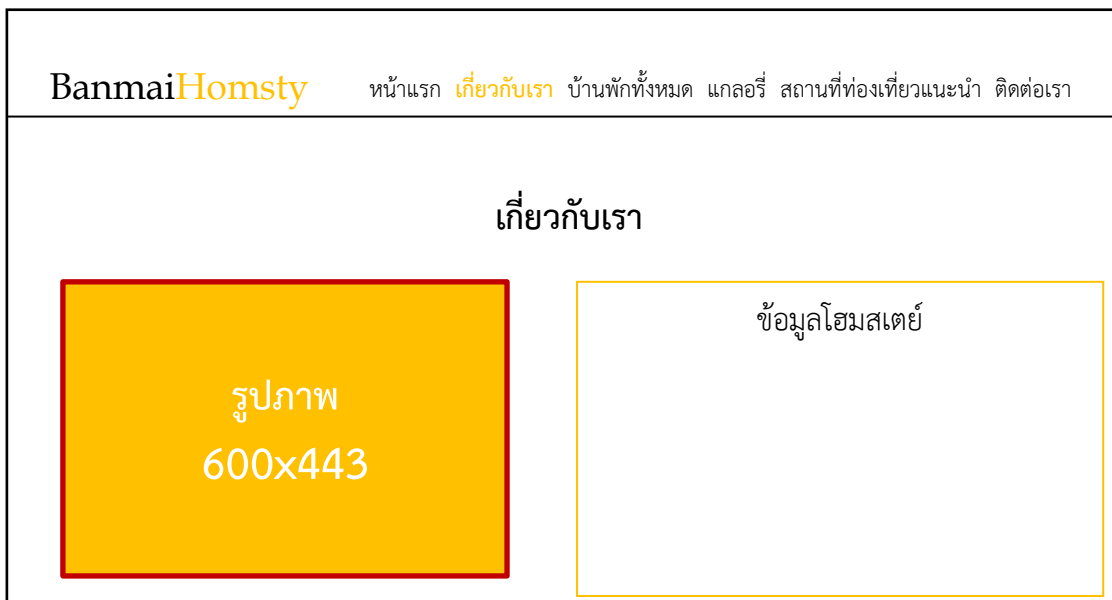
### 3.4 การออกแบบส่วนผู้ใช้งาน

#### 3.4.1 การออกแบบส่วนผู้ใช้งาน หน้าแรก



ภาพที่ 3.17 การออกแบบส่วนผู้ใช้งาน หน้าแรก

#### 3.4.2 การออกแบบส่วนผู้ใช้งาน เกี่ยวกับเรา



ภาพที่ 3.18 การออกแบบส่วนผู้ใช้งาน หน้าเกี่ยวกับเรา

### 3.4.3 การออกแบบส่วนผู้ใช้งาน บ้านทั้งหมด

**BanmaiHomsty** หน้าแรก เกี่ยวกับเรา **บ้านพักทั้งหมด** แกลอรี่ สถานที่ท่องเที่ยวแนะนำ ติดต่อเรา

**บ้านพักทั้งหมด**

รูปภาพ	รูปภาพ	รูปภาพ
ชื่อบ้าน รายละเอียด จองห้องพัก	ชื่อบ้าน รายละเอียด จองห้องพัก	ชื่อบ้าน รายละเอียด จองห้องพัก

ภาพที่ 3.19 การออกแบบส่วนผู้ใช้งาน หน้าบ้านทั้งหมด

### 3.4.4 การออกแบบส่วนผู้ใช้งานจองห้องพัก

**BanmaiHomsty** หน้าแรก เกี่ยวกับเรา **บ้านพักทั้งหมด** แกลอรี่ สถานที่ท่องเที่ยวแนะนำ ติดต่อเรา

**บ้านพักทั้งหมด**

รูปภาพ	รายละเอียดการจอง ชื่อผู้จอง อีเมล เบอร์โทร วันที่เข้าพัก ถึง
--------	--------------------------------------------------------------------------

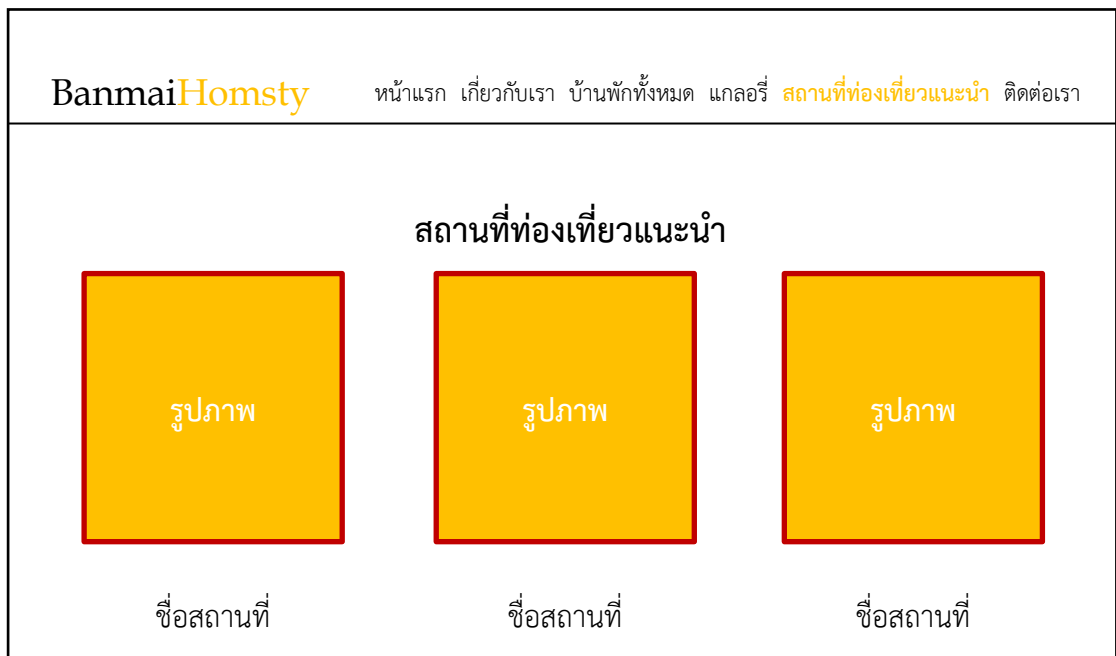
ภาพที่ 3.20 การออกแบบส่วนผู้ใช้งาน หน้าจองห้องพัก

## 3.4.5 การออกแบบส่วนผู้ใช้งาน แกลอรี



ภาพที่ 3.21 การออกแบบส่วนผู้ใช้งาน หน้าแกลอรี

## 3.4.6 การออกแบบส่วนผู้ใช้งาน สถานที่ท่องเที่ยวแนะนำ



ภาพที่ 3.22 การออกแบบส่วนผู้ใช้งาน หน้าสถานที่ท่องเที่ยวแนะนำ



## 3.4.7 การออกแบบส่วนผู้ใช้งาน ติดต่อเรา

BanmaiHomsty

หน้าแรก เกี่ยวกับเรา บ้านพักทั้งหมด แกลอรี่ สถานที่แนะนำ [ติดต่อเรา](#)

### บ้านพักทั้งหมด

ชื่อของคุณ

อีเมลของคุณ

ชื่อเรื่อง

ข้อความ

ที่อยู่ติดต่อได้

---

สามารถติดต่อได้ตามที่อยู่ต่อไปนี้

เบอร์โทร

อีเมล

ที่อยู่

ช่วงเวลาทำการ

---

ภาพที่ 3.23 การออกแบบส่วนผู้ใช้งาน หน้าติดต่อเรา

### 3.5 การออกแบบสอบถามความพึงพอใจ

#### 3.5.1 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์ เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง โดยกลุ่มประชากรที่จะใช้ในการออกแบบสอบถามมีจำนวน 45 คน ผู้วิจัยต้องการตัวอย่างจำนวน 40 คน คำนวณจากสูตรของ Taro Yamane คือ

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

โดยที่ n คือ จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ  
 N คือ จำนวนประชากรที่มีทั้งหมด  
 e คือ ค่าความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง

#### 3.5.3 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

##### 3.5.3.1 ค่าเฉลี่ย (Arithmetic Mean)

$$\bar{x} = \frac{\sum x}{n}$$

เมื่อ  $\bar{x}$  แทน ค่าเฉลี่ย  
 $\sum x$  แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมดของกลุ่ม  
 n แทน จำนวนคน

##### 3.5.3.2 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

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

เมื่อ S.D. แทน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน  
 x แทน คะแนนแต่ละตัวในกลุ่มตัวอย่าง  
 $\bar{x}$  แทน ค่าคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง  
 n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

### 3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.6.1 นำแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 40 ชุดมาลงรหัสโดยให้คะแนนน้ำหนักดังนี้

ระดับที่ 1 หมายถึง น้อยที่สุด ค่าคะแนนเท่ากับ 1

ระดับที่ 2 หมายถึง น้อย ค่าคะแนนเท่ากับ 2

ระดับที่ 3 หมายถึง ปานกลาง ค่าคะแนนเท่ากับ 3

ระดับที่ 4 หมายถึง มาก ค่าคะแนนเท่ากับ 4

ระดับที่ 5 หมายถึง มากที่สุด ค่าคะแนนเท่ากับ 5

3.6.2 นำคะแนนเฉลี่ยรายข้อและรายด้าน เทียบเกณฑ์โดยกำหนดเป็นช่วงคะแนนได้ดังนี้....

ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 หมายถึง ระดับการสนใจมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.51 – 4.50 หมายถึง ระดับการสนใจมาก

ค่าเฉลี่ย 2.51 – 3.50 หมายถึง ระดับการสนใจปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.51 – 2.50 หมายถึง ระดับการสนใจน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.50 หมายถึง ระดับการสนใจน้อยที่สุด

## แบบประเมินความพึงพอใจ

ความพึงพอใจของผู้ใช้เว็บไซต์ประชาสัมพันธ์บ้านใหม่โฮมสเตย์ ตำบลสวายจิก อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ เพื่อผู้จัดทำเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์บ้านใหม่โฮมสเตย์ ตำบลสวายจิก อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ จะได้นำข้อมูลของเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์บ้านใหม่โฮมสเตย์ ตำบลสวายจิก อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ มาปรับปรุงให้ตรงกับความต้องการของท่านและเกิดประโยชน์ต่อการใช้งานมากที่สุด

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง หน้าข้อความ

ตอนที่1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

ชาย

หญิง

2. อายุ

35-45 ปี

46-55 ปี

56 ปีขึ้นไป

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความพึงพอใจของท่านเพียงระดับเดียว

ตอนที่2 แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้ใช้เว็บไซต์ประชาสัมพันธ์บ้านใหม่โฮมสเตย์ ตำบลสวายจิก อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์

รายการ	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<b>ด้านการออกแบบและการจัดรูปแบบ (Design)</b>					
1. ความสวยงาม ความทันสมัย น่าสนใจของหน้าโฮมเพจ					
2. การจัดรูปแบบในเว็บไซต์ง่ายต่อการอ่านและการใช้งาน					
3. สีสีนในการออกแบบเว็บไซต์มีความเหมาะสม					
4. เมนูง่ายต่อการใช้งาน					
5. สีพื้นหลังกับสีตัวอักษรมีความเหมาะสมต่อการอ่าน					
6. ขนาดตัวอักษร และรูปแบบตัวอักษร อ่านได้ง่ายและสวยงาม					
7. ภาพกับเนื้อหา มีความสอดคล้องกันและสามารถสื่อความหมายได้					

รายการ	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<b>ด้านคุณภาพของเนื้อหา (Content)</b>					
1. ความสะดวกในการเชื่อมโยงข้อมูลภายในเว็บไซต์					
2. ความสะดวกในการเชื่อมโยงข้อมูลไปยังเว็บไซต์อื่น					
3. ความรวดเร็วในการดาวน์โหลดข้อมูล					
4. ความถูกต้องครบถ้วนของข้อมูล					
5. ความเหมาะสมของข้อมูลภายในเว็บไซต์					
<b>ด้านประโยชน์และการนำไปใช้</b>					
1. เนื้อหามีประโยชน์ต่อผู้ใช้งาน และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้					
2. เป็นสื่อในการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์					
3. สามารถเป็นแหล่งความรู้ได้					
4. เป็นแหล่งข้อมูลที่ตรงกับความต้องการของผู้ใช้งาน					

ข้อเสนอและอื่นๆ: ถ้าไม่ประสงค์แสดงความคิดเห็นให้ระบบ

.....

.....

.....

.....

.....

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

เว็บไซต์ประชาสัมพันธ์บ้านใหม่โฮมสเตย์ ตำบลสวายจิก อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ ได้ถูกพัฒนาขึ้นเพื่อรองรับความต้องการและได้ให้กับผู้ใช้โดยการดำเนินงานความสะดวกและมีประสิทธิภาพกับผู้ใช้งานมากที่สุด โดยการวิจัยครั้งนี้ได้นำมาวิเคราะห์และสรุปผลเป็นข้อมูลเชิงคุณภาพและปริมาณ ซึ่งจะแบ่งเป็น

ตัวอย่างหน้าจอเว็บไซต์ซึ่งได้มีการแยกเมนูเนื้อหาในเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์บ้านใหม่โฮมสเตย์ ตำบลสวายจิก อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ เป็นเมนูหลักๆได้ดังนี้

- หน้าแรก
- เกี่ยวกับเรา
- ห้องพักทั้งหมด
- แกลอรี่
- สถานที่ท่องเที่ยวแนะนำ
- ติดต่อเรา

#### 4.1 ผลการดำเนินงานของระบบผู้ใช้

ซึ่งสามารถแบ่งการทำงานออกเป็น 2 ส่วน ดังต่อไปนี้

##### 4.1.1 ผู้ใช้งานทั่วไป

##### 4.1.1.1 หน้าแรกของผู้ใช้งานทั่วไป

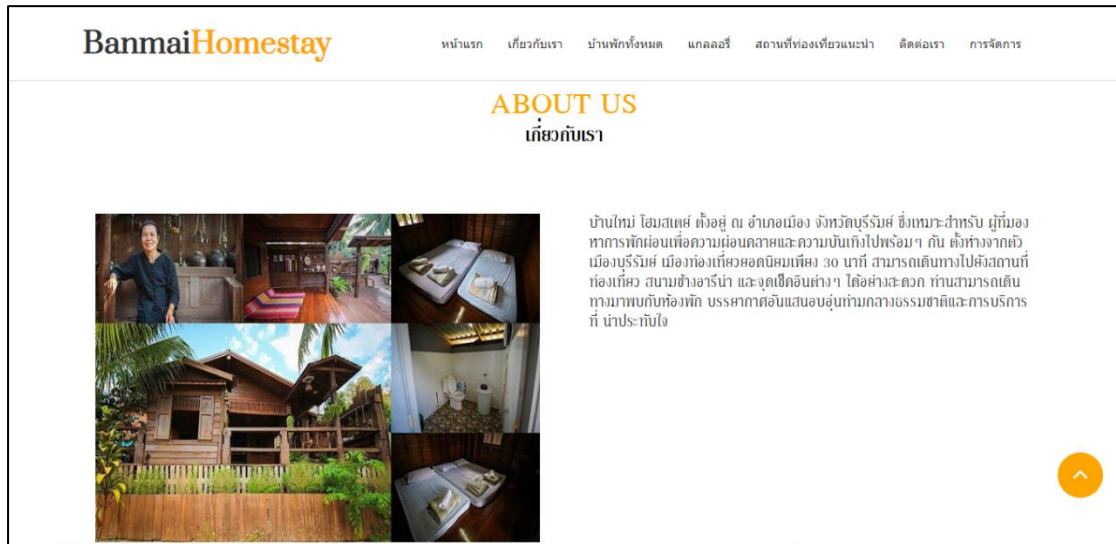
หน้าแรกของเว็บไซต์บ้านใหม่โฮมสเตย์ แสดงรูปภาพสไลด์โชว์ภาพบรรยากาศรอบๆของโฮมสเตย์ ภาพบ้านแบบรวมๆ และบรรยากาศโฮมสเตย์



ภาพที่ 4.1 หน้าแรกของผู้ใช้งานทั่วไป

#### 4.1.1.2 หน้าเกี่ยวกับเรา

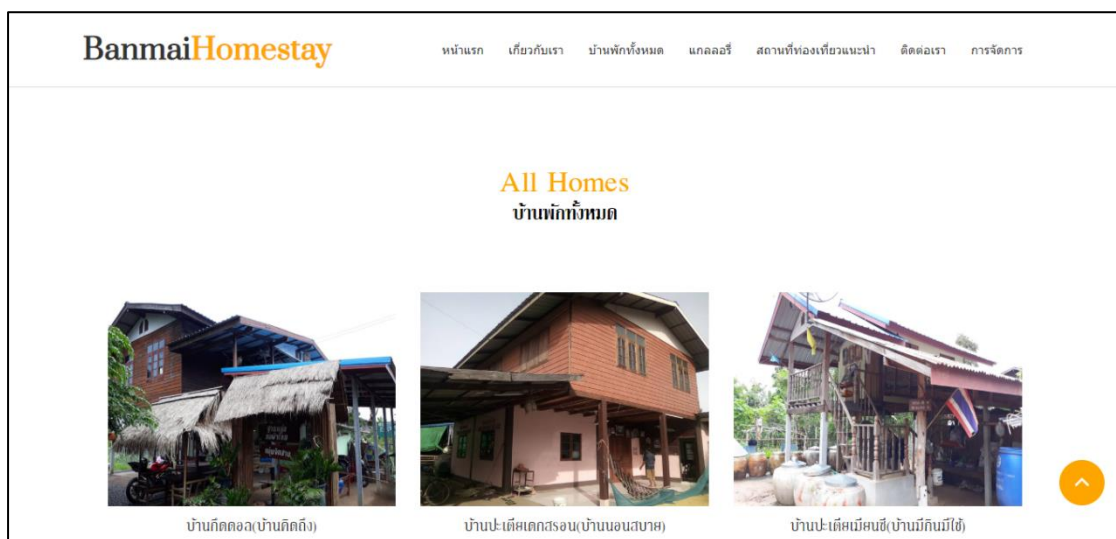
หน้าเกี่ยวกับเรา เป็นเว็บไซต์ที่นำเสนอเกี่ยวกับประชาสัมพันธ์โฮมสเตย์ และข้อมูลการนำเสนอที่น่าสนใจของโฮมสเตย์



ภาพที่ 4.2 หน้าเกี่ยวกับเรา

#### 4.1.1.3 หน้าห้องพักทั้งหมด

หน้าห้องพักทั้งหมด เป็นหน้าที่จะแสดงภาพบ้านทั้งหมดของบ้านที่เป็นบ้านโฮมสเตย์ และรายละเอียดต่างๆของห้องพัก เช่น ชื่อบ้านพัก จำนวนห้องพัก จำนวนคนเข้าพัก ประเภทบ้าน ราคาบ้านพัก เป็นต้น และสามารถทำการจองได้จากหน้าห้องพักทั้งหมดได้



ภาพที่ 4.3 หน้าห้องพักทั้งหมด

#### 4.1.1.4 หน้าการจองห้องพัก

หน้าการจองห้องพัก จะแสดงข้อมูลการจองบ้านพัก ให้สามารถกรอกข้อมูลลงไปเพื่อทำการจองห้องพักได้ โดยการจองนั้นจะมีข้อมูลให้เรากรอกคือ ชื่อผู้จอง อีเมล เบอร์โทร และวันที่เข้าพักกับวันที่ออก เป็นต้น

**BanmaiHomestay** หน้าแรก เกี่ยวกับเรา บ้านพักทั้งหมด แกลลอรี่ สถานที่ท่องเที่ยวแนะนำ ติดต่อเรา การจัดการ

**รายละเอียดการจอง**

**บ้านกิตติอล(บ้านกิตติง)**  
จำนวนห้อง 1 ห้อง จำนวนคนที่พักได้ 6 คน  
ประเภทบ้าน พัดลม ราคาคนละ 200 บาทต่อคืน

ชื่อผู้จอง

อีเมล

เบอร์โทร

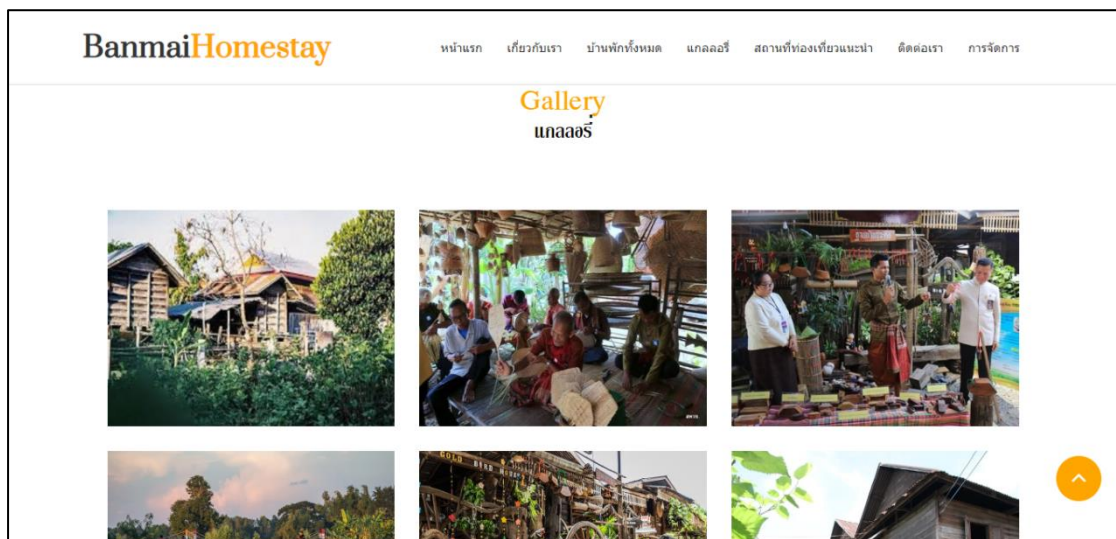
วันที่เข้าพัก  ถึง

คลิกรูปภาพเพื่อจะดูรูปภาพต่อไป

ภาพที่ 4.4 หน้าการจองห้องพัก

#### 4.1.1.5 หน้าแกลลอรี่

หน้าแกลลอรี่ เป็นหน้ารูปภาพที่แสดงภาพบรรยากาศต่างๆ ของนักท่องเที่ยวที่ได้เข้ามาพัก และเข้ามาเที่ยวในหมู่บ้าน

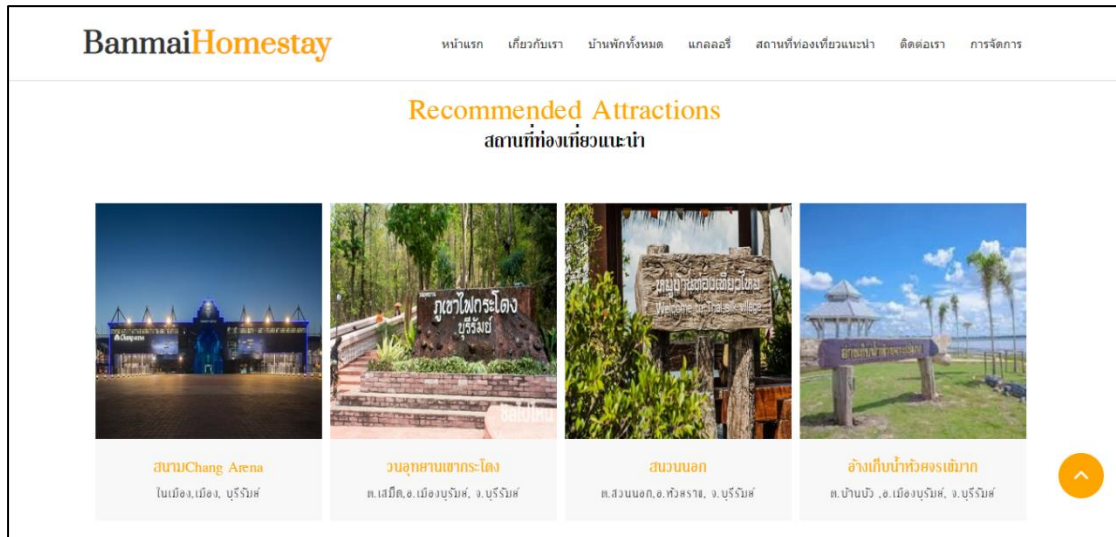


ภาพที่ 4.5 หน้าแกลลอรี่



#### 4.1.1.6 หน้าสถานที่ท่องเที่ยวแนะนำ

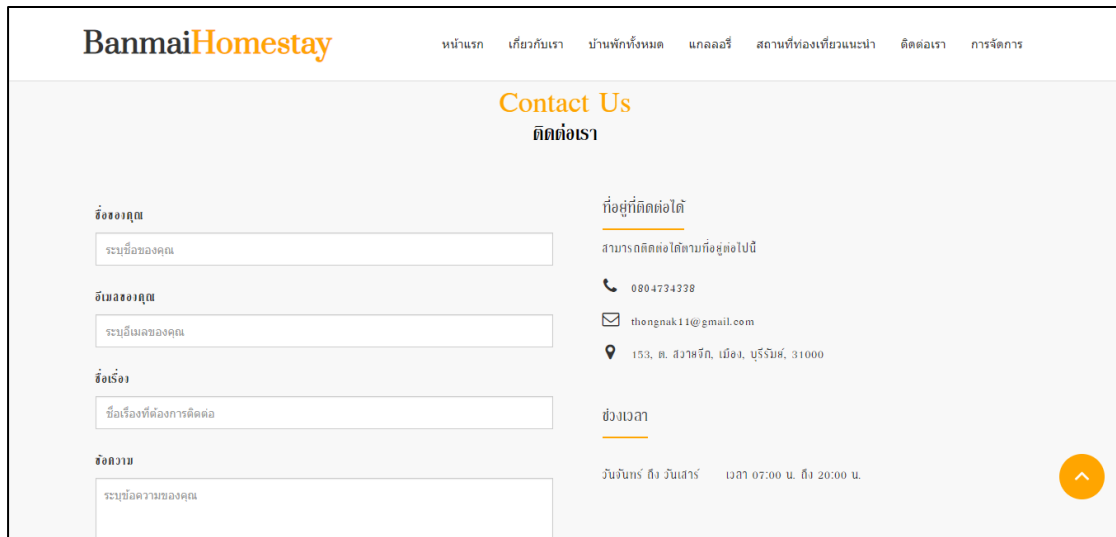
หน้าสถานที่ท่องเที่ยวแนะนำ เป็นหน้าที่แสดงรูปภาพสถานที่ท่องเที่ยวที่ใกล้กับโฮมสเตย์ และมีภาพบรรยากาศของสถานที่นั้นๆด้วย



ภาพที่ 4.6 หน้าสถานที่ท่องเที่ยวแนะนำ

#### 4.1.1.7 หน้าติดต่อเรา

หน้าติดต่อเรา เป็นหน้าเว็บไซต์การนำเสนอในส่วนของช่องทางการติดต่อไปทางบ้านพักโฮมสเตย์ เบอร์โทร อีเมล ที่อยู่ และเส้นทางการไปบ้านพักโฮมสเตย์

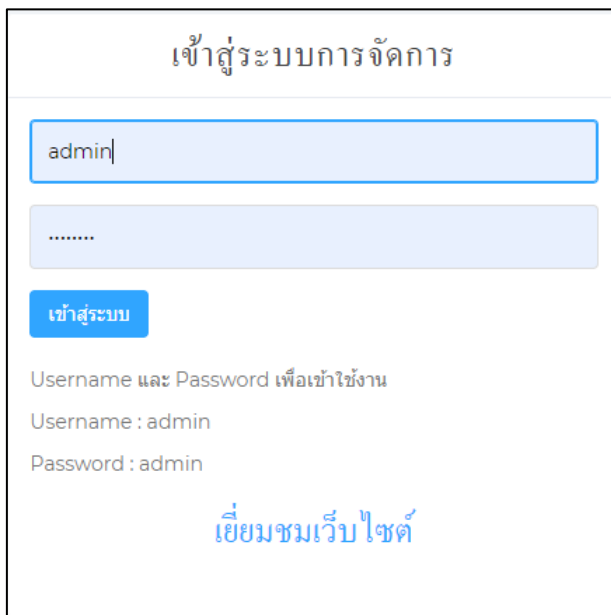


ภาพที่ 4.7 หน้าติดต่อเรา

#### 4.1.2 ผู้ดูแลระบบ

##### 4.1.2.1 หน้าการเข้าสู่ระบบการจัดการ

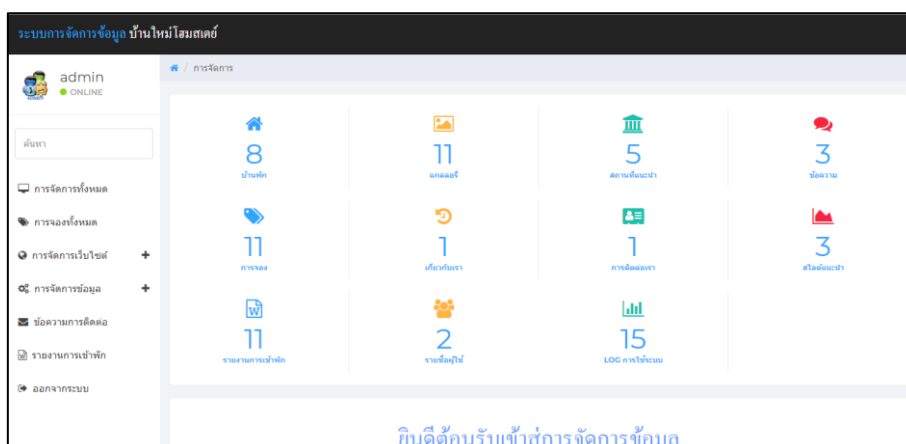
หน้าการเข้าสู่ระบบ จะเป็นการเข้าระบบเพื่อไปทำการแก้ไข ลบ และเพิ่มข้อมูลโฮมสเตย์ และสามารถเข้าดูการจอง และข้อมูลต่างๆของโฮมสเตย์ได้



ภาพที่ 4.8 หน้าการเข้าสู่ระบบการจัดการ

##### 4.1.2.2 หน้าระบบการจัดการข้อมูลเว็บไซต์

ผู้ดูแลระบบสามารถเข้ามาจัดการข้อมูลของระบบการจัดการเว็บไซต์ทั้งหมดได้ โดยการเข้าไปแก้ไข ลบ เพิ่มข้อมูลโฮมสเตย์ได้ ดังนี้



ภาพที่ 4.9 หน้าระบบการจัดการโฮมสเตย์ทั้งหมด

### 1) หน้าข้อมูลการจองบ้านพัก

ระบบการจัดการข้อมูล บ้านใหม่โฮมสเตย์

admin ONLINE

ค้นหา

การจัดการทั้งหมด

การจัดการทั้งหมด

การจัดการเว็บไซต์

การจัดการข้อมูล

ข้อความการติดต่อ

รายงานการเข้าพัก

ออกจากระบบ

การจองบ้านพัก

#	ผู้จอง	บ้านที่จอง	วันที่จอง	จองเมื่อ
1	สินทิศา ไชวรสดี (fahintira825@gmail.com) 0611575875	บ้านทีดอล(บ้านดีอีจ) - ประเภท พัดลม มี 1 ห้อง พักได้ 6 คน ราคาขณะ 200 บาท/คืน ไม่รวมอาหาร	12 ตุลาคม 2562 ถึง 13 ตุลาคม 2562	11 ตุลาคม 2562 เวลา 10:21:41
2	อลาถอง (test@gmail.com) 0258741369	บ้านประต้อมีสวน(บ้านสวนสมาย) - ประเภท พัดลม มี 2 ห้อง พักได้ 15 คน ราคาขณะ 200 บาท/คืน ไม่รวมอาหาร	10 ตุลาคม 2562 ถึง 10 ตุลาคม 2562	10 ตุลาคม 2562 เวลา 22:51:18
3	55 (55@gmail.com) 00	บ้านประต้อมีสวน(บ้านสวนสมาย) - ประเภท พัดลม มี 1 ห้อง พักได้ 4 คน ราคาขณะ 200 บาท/คืน ไม่รวมอาหาร	2 ตุลาคม 2562 ถึง 2 ตุลาคม 2562	2 ตุลาคม 2562 เวลา 02:35:28
4	ss (ss@dd) 0022	บ้านประต้อมีสวน(บ้านสวนสมาย) - ประเภท พัดลม มี 1 ห้อง พักได้ 4 คน ราคาขณะ 200 บาท/คืน ไม่รวมอาหาร	25 กันยายน 2562 ถึง 26 กันยายน 2562	26 กันยายน 2562 เวลา 02:31:20
5	22 (w@gmail) 02555	บ้านประต้อมีสวน(บ้านสวนสมาย) - ประเภท พัดลม มี 1 ห้อง พักได้ 4 คน ราคาขณะ 200 บาท/คืน ไม่รวมอาหาร	25 กันยายน 2562 ถึง 1 มกราคม 2513	26 กันยายน 2562 เวลา 02:28:27
6	55 (f2@gmail.com) 0255874136	บ้านประต้อมีสวน(บ้านสวนสมาย) - ประเภท พัดลม มี 1 ห้อง พักได้ 4 คน ราคาขณะ 200 บาท/คืน ไม่รวมอาหาร	22 กันยายน 2562 ถึง 1 มกราคม 2513	26 กันยายน 2562 เวลา 02:33:12

ภาพที่ 4.10 หน้าข้อมูลการจองบ้านพัก

### 2) หน้าแก้ไขรายละเอียดเกี่ยวกับเรา

ระบบการจัดการข้อมูล บ้านใหม่โฮมสเตย์

admin ONLINE

ค้นหา

การจัดการทั้งหมด

การจัดการทั้งหมด

การจัดการเว็บไซต์


การจัดการข้อมูล

ข้อความการติดต่อ

รายงานการเข้าพัก

ออกจากระบบ

เกี่ยวกับเรา



บ้านใหม่ โฮมสเตย์ ตั้งอยู่ ณ บ้านคลองตอง จังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งเหมาะสำหรับ ผู้ที่มองหาที่พักผ่อนหย่อนใจและวางใจถึงความปลอดภัย ด้วยทางจากตัวเมืองสุพรรณบุรี เพียงสองชั่วโมงโดยรถยนต์เพียง 30 นาที สามารถเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยว ชมชมวังโบราณ และจุดเช็คอินต่างๆ ได้โดยไม่ต้องกลัว หากสามารถเดินทางมาพบกันที่จังหวัด สุพรรณบุรีดินแดนเมืองท่ามากรวมธรรมชาติและ การบริการที่ นานะประทับใจ

แก้ไขรูปภาพ แก้ไขรายละเอียด

ภาพที่ 4.11 หน้าแก้ไขรายละเอียดเกี่ยวกับเรา

### 3) หน้าแก้ไขรายละเอียดการติดต่อเรา

ระบบการจัดการข้อมูล บ้านใหม่โฮมสเตย์

admin ONLINE

ค้นหา

การจัดการทั้งหมด

การจัดการทั้งหมด

การจัดการเว็บไซต์

การจัดการข้อมูล

ข้อความการติดต่อ

รายงานการเข้าพัก

ออกจากระบบ

การติดต่อเรา

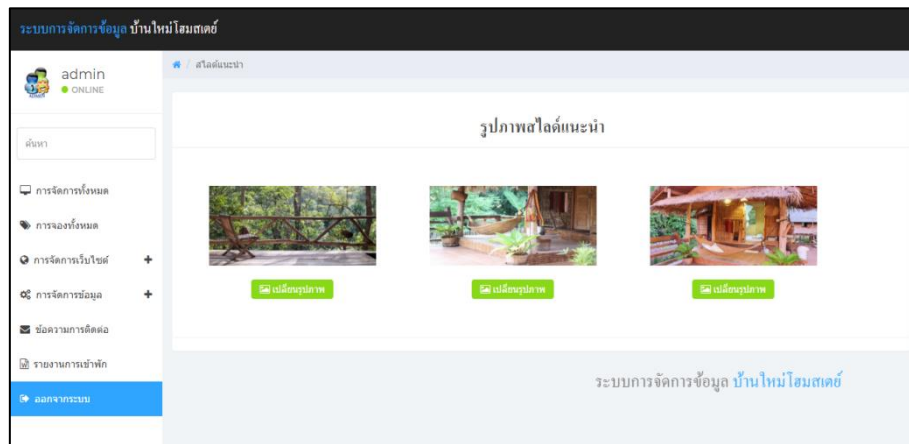
ที่อยู่ : 153 สายจึก เมือง สุพรรณบุรี 31000  
E-mail : thongnak1@gmail.com  
เบอร์โทร : 0804734338  
Facebook : หมอจตุล การพิเชฐ  
ช่วงเวลาการติดต่อ  
วันจันทร์ ถึง วันเสาร์ เวลา 07:00 น. ถึง 20:00 น.  
Google Map : <https://maps.google.com/maps?q=buriram&t=&z=13&ie=UTF8&wloc=&output=embed>

แก้ไขรายละเอียด

ระบบการจัดการข้อมูล บ้านใหม่โฮมสเตย์

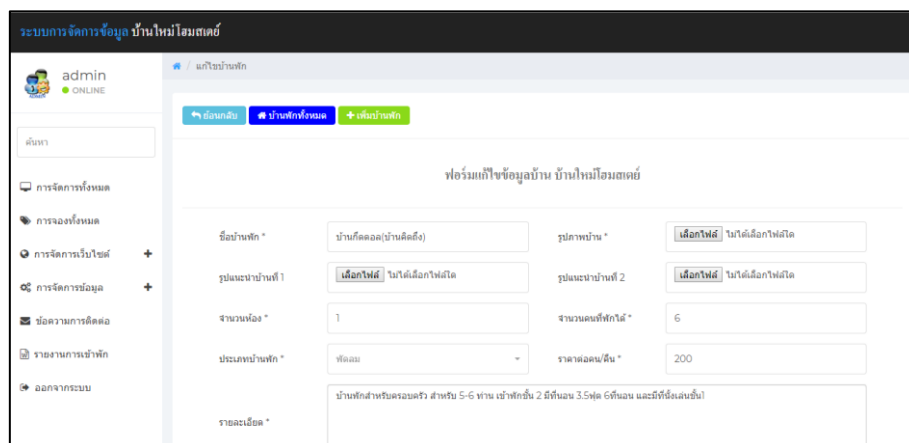
ภาพที่ 4.12 หน้าแก้ไขรายละเอียดการติดต่อเรา

## 4) หน้าเปลี่ยนรูปภาพสไลด์แนะนำ



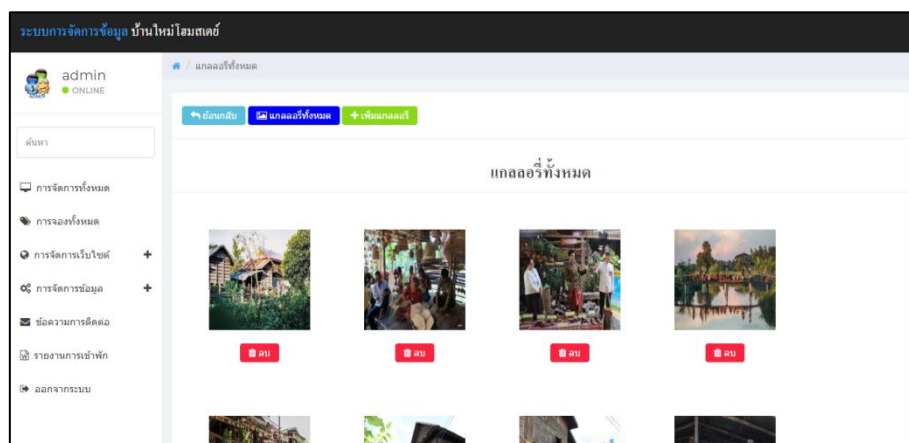
ภาพที่ 4.13 หน้าเปลี่ยนรูปภาพสไลด์แนะนำ

## 5) หน้าการแก้ไข เพิ่ม ลบข้อมูลบ้านพัก



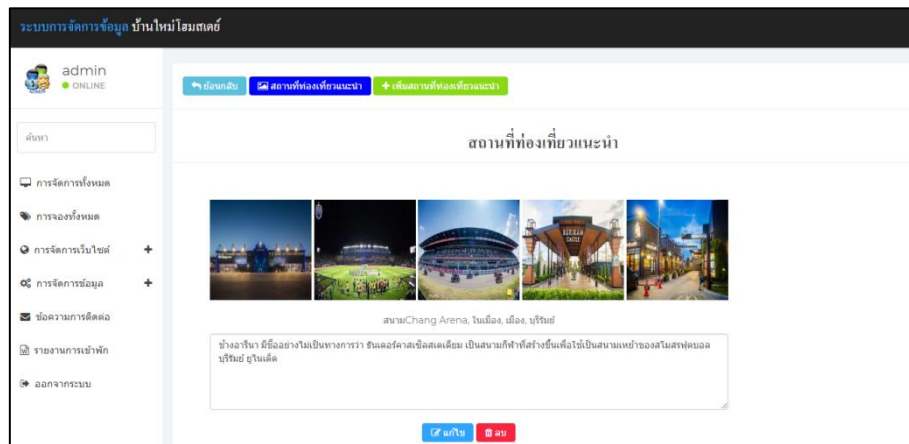
ภาพที่ 4.14 หน้าการแก้ไข เพิ่ม ลบข้อมูลบ้านพัก

## 6) หน้าการลบ และเพิ่มรูปภาพ



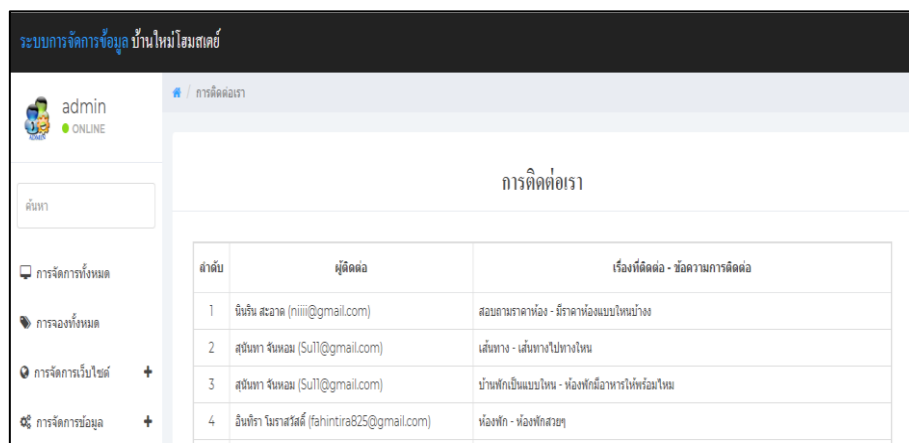
ภาพที่ 4.15 หน้าการลบ และเพิ่มรูปภาพ

## 7) หน้าแก้ไข ลบ และเพิ่มข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวแนะนำ



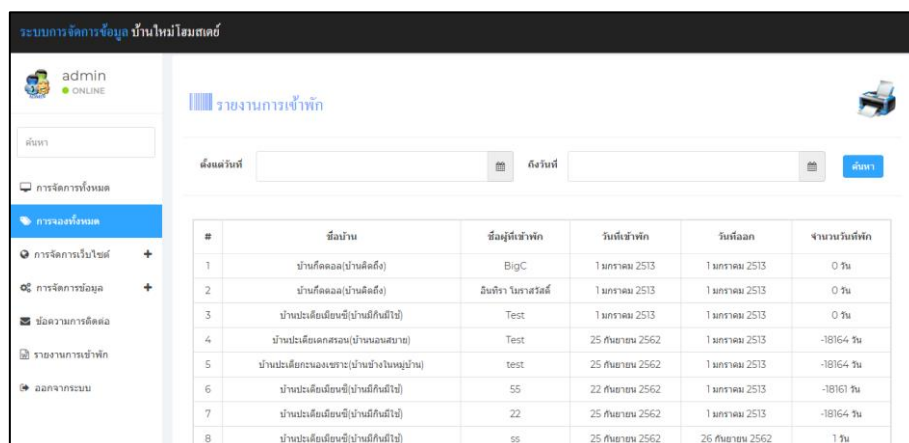
ภาพที่ 4.16 หน้าแก้ไข ลบ และเพิ่มข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวแนะนำ

## 8) หน้าเข้าสู่ข้อความการติดต่อเรา



ภาพที่ 4.17 หน้าเข้าสู่ข้อความการติดต่อเรา

## 9) หน้าออกรายงานการจองบ้านพัก



ภาพที่ 4.18 หน้าออกรายงานการจองบ้านพัก

#### 4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การทำโครงการครั้งนี้ได้นำผลลัพธ์จากการประเมินผลเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์บ้านใหม่โฮมสเตย์ ตำบลสวายจิก อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ นำมาวิเคราะห์และสรุปผลเป็นข้อมูลเชิงคุณภาพและปริมาณซึ่งมีดังต่อไปนี้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล แบ่งออกเป็น 2 ตอน

ตอนที่ 1 ผลการประเมินเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์บ้านใหม่โฮมสเตย์ ตำบลสวายจิก อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์

ตอนที่ 2 ผลการประเมินความพึงพอใจในเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์บ้านใหม่โฮมสเตย์ ตำบลสวายจิก อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์

ตอนที่ 1 ผลการประเมินเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

**ตารางที่ 4.1** จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศของกลุ่มตัวอย่าง

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	17	42.5
หญิง	23	57.5
รวม	40	100

จากตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านเพศพบว่า เพศของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด ได้แก่ เพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 57.5 และเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 42.5

**ตารางที่ 4.2** จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามสำรวจ จำแนกตามอายุกลุ่มตัวอย่าง

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
35-45 ปี	17	42.5
46-55 ปี	16	40
56 ปีขึ้นไป	7	17.5
รวม	40	100

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีอายุ 35-45 ปี จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 42.5 อายุ 46-55 ปี จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 40 และอายุ 56 ปีขึ้นไป จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 17.5 และ 56 ปีขึ้นไป จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 17.5

ตอนที่ 2 ผลการประเมินความพึงพอใจในเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์บ้านใหม่โฮมสเตย์ ตำบลสวายจิก อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์

**ตารางที่ 4.3** ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์บ้านใหม่โฮมสเตย์ ตำบลสวายจิก อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ ด้านการออกแบบและการจัดรูปแบบ

ความพึงพอใจด้านการออกแบบและการจัดรูปแบบ	$\bar{X}$	S.D	ระดับคุณภาพ
1. ความสวยงาม ความทันสมัย น่าสนใจของหน้าโฮมเพจ	4.62	0.62	มากที่สุด
2. การจัดรูปแบบในเว็บไซต์ง่ายต่อการอ่านและการใช้งาน	4.62	0.49	มากที่สุด
3. สีสีนในการออกแบบเว็บไซต์มีความเหมาะสม	4.65	0.48	มากที่สุด
4. เมนูง่ายต่อการใช้งาน	4.42	0.50	มาก
5. สีพื้นหลังกับสีตัวอักษรมีความเหมาะสมต่อการอ่าน	4.32	0.47	มาก
6. ขนาดตัวอักษร และรูปแบบตัวอักษร อ่านได้ง่ายและสวยงาม	4.22	0.47	มาก
7. ภาพกับเนื้อหา มีความสอดคล้องกันและสามารถสื่อความหมายได้	4.40	0.49	มาก
<b>เฉลี่ยรวม</b>	<b>4.46</b>	<b>0.26</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจภาพรวมด้านการออกแบบและการจัดรูปแบบ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.26 อยู่ในเกณฑ์ มาก เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมากที่สุด คือ สีสีนในการออกแบบเว็บไซต์มีความเหมาะสม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.65 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.48 อยู่ในเกณฑ์ มากที่สุด รองลงมา คือ ความสวยงาม ความทันสมัย น่าสนใจของหน้าโฮมเพจ และการจัดรูปแบบในเว็บไซต์ง่ายต่อการอ่านและการใช้งาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากันทั้ง 2 ข้อ คือ 4.62 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.62 และ 0.49 อยู่ในเกณฑ์ มากที่สุด เมนูง่ายต่อการใช้งาน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.50 อยู่ในเกณฑ์ มาก ภาพกับเนื้อหา มีความสอดคล้องกันและสามารถสื่อความหมายได้ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.47 อยู่ในเกณฑ์ มาก สีพื้นหลังกับสีตัวอักษรมีความเหมาะสมต่อการอ่าน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.47 อยู่ในเกณฑ์ มาก และน้อยที่สุด คือ ขนาดตัวอักษร และรูปแบบตัวอักษร อ่านได้ง่ายและสวยงาม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.47 อยู่ในเกณฑ์ มาก

**ตารางที่ 4.4** ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์บ้านใหม่โฮมสเตย์ ตำบลสวายจิก อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ ด้านคุณภาพของ

ความพึงพอใจด้านคุณภาพของเนื้อหา	$\bar{X}$	S.D	ระดับคุณภาพ
1. ความสะดวกในการเชื่อมโยงข้อมูลภายในเว็บไซต์	4.47	0.50	มาก
2. ความสะดวกในการเชื่อมโยงข้อมูลไปยังเว็บไซต์อื่น	4.22	0.61	มาก
3. ความรวดเร็วในการดาวน์โหลดข้อมูล	4.20	0.46	มาก
4. ความถูกต้องครบถ้วนของข้อมูล	4.25	0.43	มาก
5. ความเหมาะสมของข้อมูลภายในเว็บไซต์	4.32	0.47	มาก
<b>เฉลี่ยรวม</b>	<b>4.29</b>	<b>0.34</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจภาพรวมด้านการออกแบบและการจัดรูปแบบ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.34 อยู่ในเกณฑ์ มาก เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมากที่สุด คือ ความสะดวกในการเชื่อมโยงข้อมูลภายในเว็บไซต์ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.50 อยู่ในเกณฑ์ มาก รองลงมา คือ ความเหมาะสมของข้อมูลภายในเว็บไซต์ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.47 อยู่ในเกณฑ์ มาก ความถูกต้องครบถ้วนของข้อมูล ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.43 อยู่ในเกณฑ์ มาก ความสะดวกในการเชื่อมโยงข้อมูลไปยังเว็บไซต์อื่น ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.61 อยู่ในเกณฑ์ มาก และน้อยที่สุด คือ ความรวดเร็วในการดาวน์โหลดข้อมูล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.46 อยู่ในเกณฑ์ มาก

**ตารางที่ 4.5** ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์บ้านใหม่โฮมสเตย์ ตำบลสวายจิก อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ ด้านประโยชน์และการนำไปใช้

ความพึงพอใจด้านประโยชน์และการนำไปใช้	$\bar{X}$	S.D	ระดับคุณภาพ
1. เนื้อหา มีประโยชน์ต่อผู้ใช้งาน และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้	4.60	0.49	มากที่สุด
2. เป็นสื่อในการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์	4.52	0.55	มากที่สุด
3. สามารถเป็นแหล่งความรู้ได้	4.60	0.49	มากที่สุด
4. เป็นแหล่งข้อมูลที่ตรงกับความต้องการของผู้ใช้งาน	4.67	0.47	มากที่สุด
<b>เฉลี่ยรวม</b>	<b>4.60</b>	<b>0.35</b>	<b>มากที่สุด</b>

จากตารางที่ 4.5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจภาพรวมด้านการออกแบบและการจัดรูปแบบ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.35 อยู่ในเกณฑ์ มากที่สุด เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมากที่สุด คือ เป็นแหล่งข้อมูลที่ตรงกับความต้องการของผู้ใช้งาน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.47 อยู่ในเกณฑ์ มากที่สุด รองลงมา คือ เนื้อหา มีประโยชน์ต่อผู้ใช้งาน และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ สามารถเป็นแหล่งความรู้ได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ



ทั้ง 2 ข้อ คือ 4.60 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.49 อยู่ในเกณฑ์ มากที่สุด และน้อยที่สุด คือ เป็นสื่อในการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.55 อยู่ในเกณฑ์ มาก

**ตารางที่ 4.6** สรุปภาพรวมความพึงพอใจในเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์บ้านใหม่โฮมสเตย์ ตำบลสวายจิก อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ ทั้ง 3 ด้าน

ความพึงพอใจโดยภาพรวมทั้ง 3 ด้าน	$\bar{X}$	S.D	ระดับคุณภาพ
1. ด้านการออกแบบและการจัดรูปแบบ	4.46	0.26	มาก
2. ด้านคุณภาพของเนื้อหา	4.29	0.34	มาก
3. ด้านประโยชน์และการนำไปใช้	4.60	0.35	มากที่สุด
<b>รวม</b>	<b>4.45</b>	<b>0.23</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.6 ผลการสำรวจความพึงพอใจเว็บไซต์ จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 คน พบว่า ผู้ใช้มีความพึงพอใจในภาพรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.23 อยู่ในเกณฑ์มากที่สุด ประกอบด้วย ด้านประโยชน์และการนำไปใช้ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.26 อยู่ในเกณฑ์มาก และด้านคุณภาพของเนื้อหา ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.34 อยู่ในเกณฑ์มาก

## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายและข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาและพัฒนาเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์บ้านใหม่โฮมสเตย์ ตำบลสวายจิก อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ ซึ่งเป็นการนำเอาเทคโนโลยีเว็บไซต์มาประยุกต์ใช้เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ให้กลุ่มนักท่องเที่ยวได้มารู้จักกับโฮมสเตย์ในชุมชนบ้านใหม่

#### 5.1 สรุป อภิปรายผล

การจัดทำเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์บ้านใหม่โฮมสเตย์ ตำบลสวายจิก อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์บ้านใหม่โฮมสเตย์ ให้ลูกค้าได้ทราบถึงความเคลื่อนไหวของบ้านใหม่โฮมสเตย์ เป็นสื่อที่กระตุ้นที่ทำให้ลูกค้าสนใจ และอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าเข้ามาดูรายละเอียดของห้องพักได้โดยไม่ต้องมาที่บ้านใหม่โฮมสเตย์ ไม่จำเป็นว่าลูกค้าที่สนใจจะเป็นสมาชิกหรือไม่ แต่จะสามารถเข้ามาดูรายละเอียดห้องพักของในโฮมสเตย์ได้ ไม่ต้องเสียเวลาเข้าลงชื่อสมาชิกโดยตรง เป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับโฮมสเตย์ในเรื่องของความสะดวก และเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้สารสนเทศอิเล็กทรอนิกส์ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ขอสรุปผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์นี้ เพื่อวิเคราะห์และออกแบบเว็บไซต์บ้านใหม่โฮมสเตย์ ตำบลสวายจิก อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ เพื่อพัฒนาเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์บ้านใหม่โฮมสเตย์ ตำบลสวายจิก อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ และเพื่อศึกษาความพึงพอใจของการใช้งานเว็บไซต์บ้านใหม่โฮมสเตย์ ตำบลสวายจิก อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ ได้สรุปข้อมูลการพัฒนาเว็บไซต์ดังนี้

โดยการสร้างเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์บ้านใหม่โฮมสเตย์ ตำบลสวายจิก อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ ครั้งนี้ได้พัฒนาขึ้นมาจากโปรแกรม Visual Studio Code ใช้ภาษา PHP และ HTML ในการควบคุมระบบ, โปรแกรม PHP MyAdmin ใช้ในการสร้างฐานข้อมูล, โปรแกรม xampp ใช้งานจริงบน Server ระหว่างพัฒนาโปรแกรม, โปรแกรม Adobe PhotoshopCs6 ใช้ในการสร้างภาพพื้นหลังของหน้าเว็บไซต์

เนื้อหาของเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์บ้านใหม่โฮมสเตย์ ตำบลสวายจิก อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ มีดังนี้ หน้าหลัก เกี่ยวกับเรา ห้องพักทั้งหมด แกลอรี่ สถานที่แนะนำ ติดต่อเรา

การออกแบบและพัฒนาได้ออกแบบตามมาตรฐานการทำเว็บไซต์ โดยเน้นเนื้อหาข้อมูลของทางบ้านใหม่โฮมสเตย์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการเก็บข้อมูลวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 40 คน โดยจะมาประเมินความพึงพอใจของเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์บ้านใหม่โฮมสเตย์ ตำบลสวายจิก อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์

เครื่องมือที่ใช้ในการประเมิน คือ แบบประเมินความพึงพอใจของเว็บไซต์แบ่งเป็นประเด็นดังนี้ ด้านการออกแบบและการจัดรูปแบบ ด้านคุณภาพของเนื้อหา และด้านประโยชน์และการนำไปใช้ การกำหนดคะแนนของระดับความพึงพอใจของแบบสอบถามเป็นแบบมาตรฐานส่วนประมาณค่า

(Rating scale) ตามรูปแบบของ Likert's scale ซึ่งจะมีให้เลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว แบ่งเป็น 5 ระดับ ซึ่งผลการวิเคราะห์และสรุปผลการพัฒนาเว็บไซต์ ดังนี้

ผลการประเมินความพึงพอใจของเว็บไซต์บ้านใหม่โฮมสเตย์ ข้อมูลทั่วไป สรุปได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดเป็นนักท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 100.0 ส่วนมากเป็นเพศหญิง จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 57.5 และเพศชาย จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 42.5 ตามลำดับ ข้อมูลความพึงพอใจของเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์บ้านใหม่โฮมสเตย์ ผลการประเมินความพึงพอใจของเว็บไซต์จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 40 คน พบว่า ผู้ใช้มีความพึงพอใจด้านการออกแบบและจัดรูปแบบ อยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.46 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) 0.266 อยู่ในเกณฑ์มาก ด้านคุณภาพของเนื้อหา มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.29 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) 0.344 อยู่ในเกณฑ์มาก ด้านประโยชน์และการนำไปใช้ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.60 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) 0.352 อยู่ในเกณฑ์มากที่สุด มีความพึงพอใจภาพรวม อยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.45 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) 0.237 อยู่ในเกณฑ์มากที่สุด

## 5.2 ข้อเสนอแนะ

1. สำหรับผู้ที่สนใจที่จะพัฒนาโปรแกรม ควรศึกษาการนำเสนอ และการแบบหน้าเว็บไซต์ให้องค์ประกอบของเนื้อหาแต่ละส่วนน่าสนใจมากกว่านี้
2. ควรศึกษาภาษาอื่นๆ นอกเหนือจากโปรแกรมที่ใช้อยู่แล้ว เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการควบคุมและการนำเสนอของระบบ

## บรรณานุกรม

- กชกร เบ้าสุวรรณ, ธนภัทร ปัจฉิม และสุจิตรา ฉายปัญญา. (2550). **ความคาดหวังและความพึงพอใจต่อการศึกษาคณะที่มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต ศูนย์สุโขทัย**. คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- กฤติญา สกุลเสาวภาค, กชริรา ศิริวัฒนากุล, ธนะชัย สุนทรเวช และอภิชญา นิ่มคุ้มภัย. (2552). **Profession web design**. กรุงเทพฯ: โรงเรียนอินเทอร์เน็ตและออกแบบ(Net Design).
- กานดา รุณนะพงศา สายแก้วและคณะ. (2557). **การใช้ทวิตเตอร์เพื่อเป็นเครื่องมือในการเรียนการสอน**. [ออนไลน์]. เข้าถึงจาก:  
<https://gear.kku.ac.th/~krunapon /twitterforLearning.pdf> [21 สิงหาคม 2562]
- จารุภา สังขารมย์. (2559). **แนวทางเพื่อพัฒนาเว็บไซต์ในการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน**. สำนักงานอำนวยการ สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน.
- จิราภรณ์ ศรีนาค. (2556). **ศึกษาการวิเคราะห์ประเภท รูปแบบ เนื้อหา และการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในประเทศไทย**. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ชรีณี เดชจินดา. (2535). **ความพึงพอใจของผู้ประกอบการต่อศูนย์กำจัดกากอุตสาหกรรมแขวงแสมดำ เขตบางขุนเทียน จังหวัดกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์สังคมศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาสิ่งแวดล้อม, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ซิกมันด์ ฟรอยด์ S. M. Freud. (1986). **ทฤษฎีแรงจูงใจของฟรอยด์**. [ออนไลน์]. เข้าถึงจาก:  
[http://www.gotoknow.org/posts/492000%20\(12](http://www.gotoknow.org/posts/492000%20(12) [25 สิงหาคม 2562]
- ณัฐพล ไยไพโรจน์. (2558). **Digital Marketing: Concept & Case Study**. นนทบุรี: โรงพิมพ์ไอดีซีพีริเมียร์ จำกัด.
- ดวงพร เกียงคำ. (2549). **คู่มือการสร้างเว็บไซต์ด้วยตนเอง**. กรุงเทพฯ: โปรวีชั่น.
- ทวีป ยอดเศรณี. (2538). **ความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์ที่มีต่อโครงการเชื่อมโยงสินค้าเพื่อการผลิตและการบริการการตลาดของชุมชนสหกรณ์การเกษตรกำแพงเพชร**. เชียงใหม่: วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาส่งเสริมการเกษตร คณะธุรกิจการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีการเกษตรแม่โจ้.
- ธัชกร วงษ์คำชัย. (2558). **ออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์**. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บัณฑิตา สังฆะมณี. (2557). **แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ผ่านรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ที่ส่งผลต่อการรับรู้ของนักท่องเที่ยว**. กรณีศึกษา: อุทยานแห่งชาติภูกระดึง อำเภอภูกระดึง จังหวัดเลย. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- พจน์ ใจชาญสุขกิจ. (2555). **การบริหารภาพลักษณ์**. [ออนไลน์]. เข้าถึงจาก:  
<http://www.drphot.com/images/jurnal/2552brandmarketing52/Article%20Corp%20Image%20Apr%2009.pdf> [12 กันยายน 2562]

## บรรณานุกรม (ต่อ)

- พินิจจันทร์ ธนวัฒน์เสถียร และปิยะ นากสงค์. (2551). **ออกแบบและสร้างเว็บไซต์ฉบับสมบูรณ์**.  
กรุงเทพฯ: ชัคเซสมิเดีย.
- ภนิดา ชัยปัญญา. (2541). **การวัดความพึงพอใจ**. กรุงเทพฯ : แสงอักษร.
- มณีวรรณ ตื่นไทย. (2533). **พฤติกรรมกรให้บริการของเจ้าหน้าที่กองควบคุมยา สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาต่อประชาชนที่มาติดต่อ**. สารนิพนธ์รัฐประศาสนศาสตร์  
มหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- รพีภัทร มานะสุนทร. (2558). **การพัฒนาเว็บไซต์, และการสร้างสังคมออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์  
ธุรกิจชุมชน ในเขตอำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม**. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัย  
เทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ สถาบันวิจัยและพัฒนา.
- รัชณี เศรษฐฐุ. (2528). **สังคมวิทยาชนบท**. กรุงเทพมหานคร : พิกซ์อักษร.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2546). **พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542**. กรุงเทพฯ: นานมีบุ๊คส์  
พับลิเคชันส์.
- วัลยา บุตรดี. 2533. **ความพึงพอใจในงานที่ปฏิบัติของเจ้าพนักงานเคหกิจในภาคเหนือ**. เชียงใหม่:  
วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, สถาบันเทคโนโลยีการเกษตรแม่โจ้.
- วารุณี ภาชนนท์. (2550). **ความพึงพอใจของผู้ปกครองนักเรียนต่อการดำเนินงานของศูนย์พัฒนา  
เด็กเล็กสังกัดองค์การบริหารส่วนตำบลแม่ใจ จังหวัดพะเยา**. การศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต  
มหาบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.
- วิชัย เหลืองธรรมชาติ. (2531). **ความพึงพอใจและการปรับตัวต่อสภาพแวดล้อมใหม่ของประชากร  
ในหมู่บ้านอพยพโครงการเขื่อนรัชชประภา (เขื่อนหาลาน) จังหวัดสุราษฎร์ธานี**.  
วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- วิวัฒน์ สมตน. (2558). **การพัฒนาเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ  
ศรีนครินทร์วิโรฒ**. สาขาวิชาเทคโนโลยีการศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทร์วิโรฒ.
- ศิริพล แสบบุญส่ง. (2559). **การพัฒนาเว็บไซต์คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา  
ด้วยระบบบริหารจัดการเนื้อหาบนเว็บไซต์**. สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ศึกษา มหาวิทยาลัยราช  
ภัฏพระนครศรีอยุธยา. [ออนไลน์]. เข้าถึงจาก:  
<https://www.tcithaijo.org/index.php/JournalGradVRU/article/view/64519/52918>  
[24 สิงหาคม 2562]
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2539). **การโฆษณาและการส่งเสริมการตลาด**. กรุงเทพมหานคร:สำนักพิมพ์เอ  
เอ็นการพิมพ์.
- สัญญา สัญญาวิวัฒน์. (2550). **ทฤษฎีสังคมวิทยา เนื้อหาและแนวการใช้ประโยชน์เบื้องต้น**. พิมพ์  
ครั้งที่ 12.
- สุธี ชิวหากาญจน์. (2538). **ความพึงพอใจต่อการทำงานของเกษตรตำบลในภาคใต้ตอนบน**. เชียงใหม่:  
วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, สถาบันเทคโนโลยีการเกษตรแม่โจ้.

### บรรณานุกรม (ต่อ)

- สุภาวรรณ นวลนิล. (2557). **ประเภทของ Social Media**. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก:  
<https://supawannuannil.wordpress.com/author/supawannuannil/page/2/>
- สุริยะ วิริยะสวัสดิ์. (2540). **เกร็ดการบริหาร : จัดการงาน จัดการคน**. กรุงเทพฯ : บุ๊คแบงก์
- สุวิช ธีระโครต. (2554). **เว็บไซต์: ทฤษฎีและหลักการ**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ดวงพร เกียงคำ. (2549). **คู่มือการสร้างเว็บไซต์ด้วยตนเอง**. กรุงเทพฯ: โปริวิชั่น.
- อดิเทพ บุตราช. (2553). **เครือข่ายสังคมออนไลน์(Social Network)**. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก:  
<http://km.ru.ac.th/computer/?p=199>
- อนันต์ ปัญญาวีร์. (2534). **ความพึงพอใจในการทำงานของนักวิชาการสัตรีบาลประจำสำนักงาน ปศุสัตว์จังหวัดในภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ**. เชียงใหม่: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, สถาบันเทคโนโลยีการเกษตรแม่โจ้.
- อุทัยพรรณ สุดใจ. (2545). **ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการขององค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย จังหวัดชลบุรี**. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาสังคมวิทยาประยุกต์, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- Applewhite Philip B. (1965). **Organizational Behavior**. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall.
- Good, Carter V. (1973). **Dictionary of Education**. New York: McGraw-Hill Book.

ภาคผนวก

## ภาคผนวก ก

แบบประเมินความพึงพอใจเว็บไซต์ของกลุ่มตัวอย่าง



## แบบประเมินความพึงพอใจ

ความพึงพอใจของผู้ใช้เว็บไซต์ประชาสัมพันธ์บ้านใหม่โฮมสเตย์ ตำบลสวายจิก อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ เพื่อผู้จัดทำเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์บ้านใหม่โฮมสเตย์ ตำบลสวายจิก อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ จะได้นำข้อมูลของเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์บ้านใหม่โฮมสเตย์ ตำบลสวายจิก อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ มาปรับปรุงให้ตรงกับความต้องการของท่านและเกิดประโยชน์ต่อการใช้งานมากที่สุด

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง หน้าข้อความ

ตอนที่1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

ชาย

หญิง

2. อายุ

20-30ปี

31-40ปี

41ปีขึ้นไป

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความพึงพอใจของท่านเพียงระดับเดียว

ตอนที่2 แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้ใช้เว็บไซต์ประชาสัมพันธ์บ้านใหม่โฮมสเตย์ ตำบลสวายจิก อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์

รายการ	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<b>ด้านการออกแบบและการจัดรูปแบบ</b>					
1. ความสวยงาม ความทันสมัย น่าสนใจของหน้าโฮมเพจ					
2. การจัดรูปแบบในเว็บไซต์ต่อการอ่านและการใช้งาน					
3. สีสันในการออกแบบเว็บไซต์มีความเหมาะสม					
4. เมนูง่ายต่อการใช้งาน					
5. สีพื้นหลังกับสีตัวอักษรมีความเหมาะสมต่อการอ่าน					
6. ขนาดตัวอักษร และรูปแบบตัวอักษร อ่านได้ง่ายและสวยงาม					
7. ภาพกับเนื้อหามีความสอดคล้องกันและสามารถสื่อความหมายได้					

รายการ	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<b>ด้านคุณภาพของเนื้อหา (Content)</b>					
1. ความสะดวกในการเชื่อมโยงข้อมูลภายในเว็บไซต์					
2. ความสะดวกในการเชื่อมโยงข้อมูลไปยังเว็บไซต์อื่น					
3. ความรวดเร็วในการดาวน์โหลดข้อมูล					
4. ความถูกต้องครบถ้วนของข้อมูล					
5. ความเหมาะสมของข้อมูลภายในเว็บไซต์					
6. โดยภาพรวมท่านมีความพึงพอใจในคุณภาพของเนื้อหา ระดับใด					
<b>ด้านประโยชน์และการนำไปใช้</b>					
1. เนื้อหามีประโยชน์ต่อผู้ใช้งาน และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้					
2. เป็นสื่อในการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์					
3. สามารถเป็นแหล่งความรู้ได้					
4. เป็นแหล่งข้อมูลที่ตรงกับความต้องการของผู้ใช้งาน					

ข้อเสนอแนะอื่นๆ: ถ้าไม่ประสงค์แสดงความคิดเห็นให้ระบบ

.....

.....

.....

.....

.....

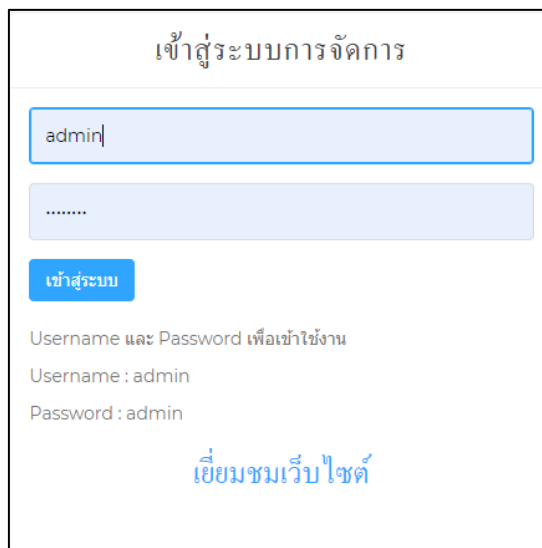
## ภาคผนวก ข

คู่มือการใช้งานเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์บ้านใหม่โฮมสเตย์

### คู่มือการใช้งานระบบเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์บ้านใหม่โฮมสเตย์

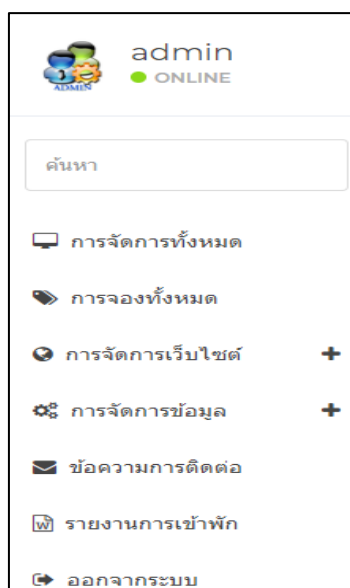
คู่มือการใช้งานมีไว้สำหรับให้ผู้ใช้ ได้ศึกษาการใช้งานเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์บ้านใหม่โฮมสเตย์ ตำบลสวายจิก อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ เพื่อให้เข้าใจการทำงานของระบบและใช้งานอย่างถูกต้อง

1. เมื่อผู้ใช้เข้าสู่หน้า Login ผู้ใช้สามารถลงชื่อ Username และ Password เพื่อเข้าสู่ระบบการจัดการเว็บไซต์



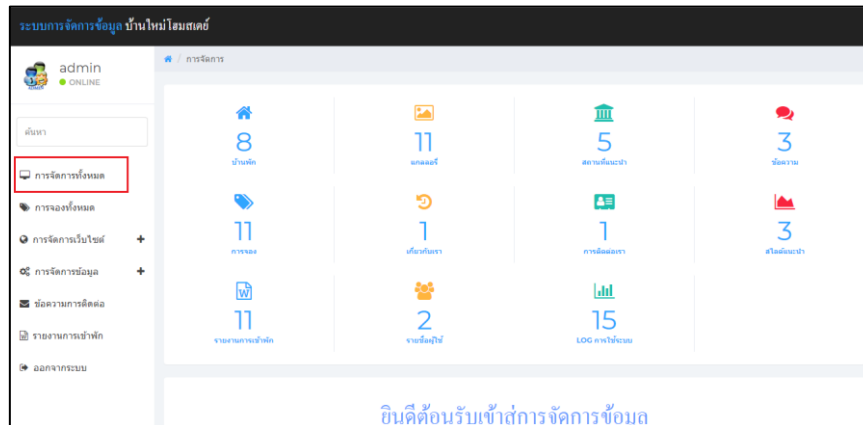
ภาพที่ ข-1 ผู้ใช้เข้าสู่หน้า Login

2. ในส่วนนี้จะป็นหน้าเมนูในการจัดการเว็บไซต์ การจองทั้งหมด การจัดการเว็บไซต์ การจัดการข้อมูล ข้อความการติดต่อ รายงานการเข้าพัก และออกจากระบบ



ภาพที่ ข-2 แสดงหน้าเมนูการจัดการเว็บไซต์แต่ละส่วน

3. การจัดการข้อมูลเว็บไซต์ จะมีในส่วนของบ้านพัก แกลลอรี่ สถานที่แนะนำ ข้อความ การจอง เกี่ยวกับเรา การติดต่อเรา สไลด์แนะนำ รายงานการเข้าพัก รายชื่อผู้ใช้ และLogin การใช้งาน



ภาพที่ ข-3 แสดงหน้าการจัดการเว็บไซต์

4. หน้าการจองทั้งหมด ในส่วนนี้จะแสดงผู้จอง บ้านที่ต้องการจอง วันที่จอง และจองถึง

The screenshot shows the 'การจองบ้านพัก' page with a table of reservations. The table has columns for #, ผู้จอง, บ้านที่ต้องการจอง, วันที่จอง, and จองเมื่อ. The 'การจัดการทั้งหมด' option in the sidebar is highlighted with a red box.

#	ผู้จอง	บ้านที่ต้องการจอง	วันที่จอง	จองเมื่อ
1	สินิศา นิ่มราสวัสดิ์ (fahintira925@gmail.com) 0611575875	บ้านศรีคดล(บ้านคดสิง) - ประเภท พัดลม มี 1 ห้อง พักได้ 6 คน ราคาและ 200 บาท/คืน ไม่รวมอาหารเช้า	12 ตุลาคม 2562 ถึง 13 ตุลาคม 2562	11 ตุลาคม 2562 เวลา 10:21:41
2	อชากลอง (test@gmail.com) 025874369	บ้านระเดียมเย็น(บ้านระเดียมเย็น) - ประเภท พัดลม มี 2 ห้อง พักได้ 15 คน ราคาและ 200 บาท/คืน ไม่รวมอาหารเช้า	10 ตุลาคม 2562 ถึง 10 ตุลาคม 2562	10 ตุลาคม 2562 เวลา 22:51:18
3	55 (55@gmail.com) 00	บ้านระเดียมเย็น(บ้านระเดียมเย็น) - ประเภท พัดลม มี 1 ห้อง พักได้ 4 คน ราคาและ 200 บาท/คืน ไม่รวมอาหารเช้า	2 ตุลาคม 2562 ถึง 2 ตุลาคม 2562	2 ตุลาคม 2562 เวลา 02:35:28
4	ss (ss@dd) 0022	บ้านระเดียมเย็น(บ้านระเดียมเย็น) - ประเภท พัดลม มี 1 ห้อง พักได้ 4 คน ราคาและ 200 บาท/คืน ไม่รวมอาหารเช้า	25 กันยายน 2562 ถึง 26 กันยายน 2562	26 กันยายน 2562 เวลา 02:31:20
5	22 (w@gmail) 02555	บ้านระเดียมเย็น(บ้านระเดียมเย็น) - ประเภท พัดลม มี 1 ห้อง พักได้ 4 คน ราคาและ 200 บาท/คืน ไม่รวมอาหารเช้า	25 กันยายน 2562 ถึง 1 มกราคม 2513	26 กันยายน 2562 เวลา 02:28:27
6	55 (f2@gmail.com) 025587436	บ้านระเดียมเย็น(บ้านระเดียมเย็น) - ประเภท พัดลม มี 1 ห้อง พักได้ 4 คน ราคาและ 200 บาท/คืน ไม่รวมอาหารเช้า	22 กันยายน 2562 ถึง 1 มกราคม 2513	26 กันยายน 2562 เวลา 02:33:12

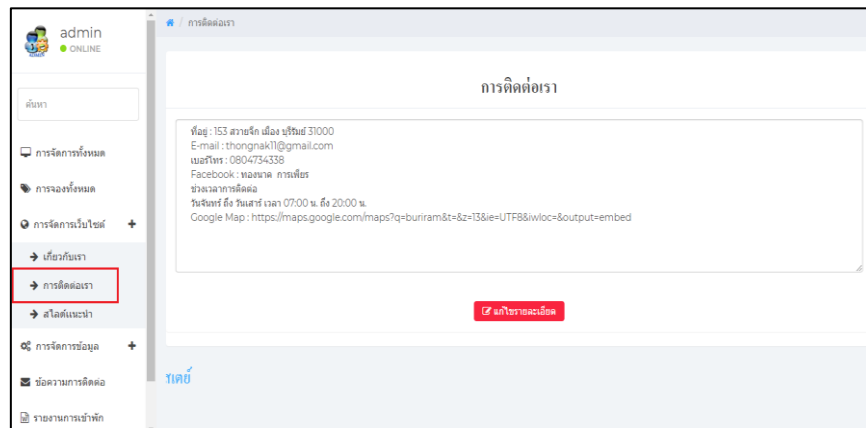
ภาพที่ ข-4 แสดงหน้าการจองทั้งหมด

5. หน้าเกี่ยวกับเรา ในส่วนนี้สามารถหากผู้ใช้ต้องการเข้าไปเปลี่ยนรูปภาพ และแก้ไขข้อมูล



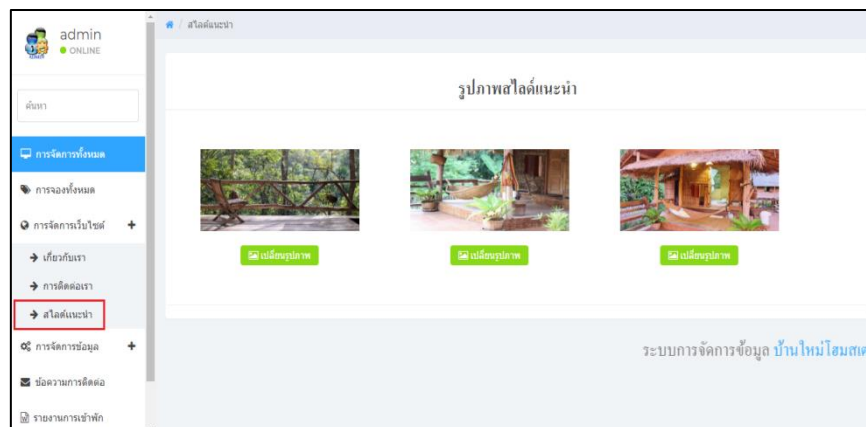
ภาพที่ ข-5 แสดงหน้าเกี่ยวกับกับเราของเว็บไซต์

6. หน้าการติดต่อเรา ลูกค้าสามารถแสดงความคิดเห็นต่อเว็บไซต์ของทางโฮมสเตย์ได้



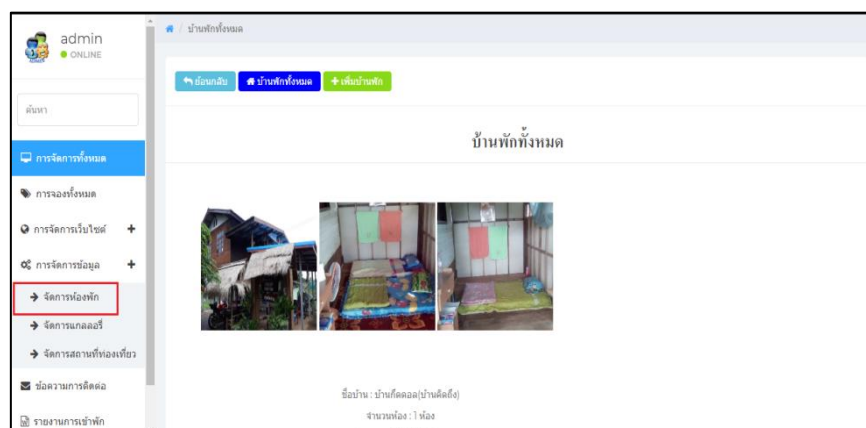
ภาพที่ ข-6 แสดงหน้าการติดต่อจากลูกค้า

7. หน้าสไลด์แนะนำ ในส่วนของนี้ผู้ใช้สามารถเข้ามาเปลี่ยนรูปภาพสไลด์ได้



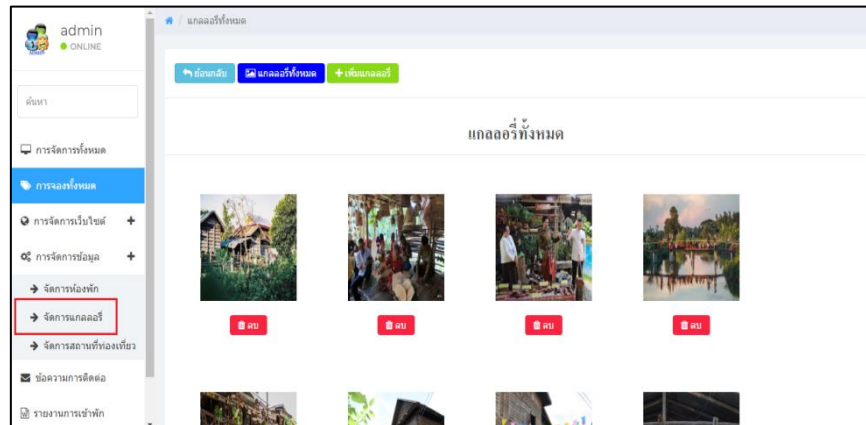
ภาพที่ ข-7 แสดงหน้าสไลด์แนะนำ

8. หน้าจัดการห้องพัก หากผู้ใช้ต้องการที่จะเพิ่มบ้านพัก สามารถเพิ่มบ้านพักได้



ภาพที่ ข-8 แสดงหน้าห้องพักทั้งหมด

9. หน้าจัดการแกลลอรี่ หากผู้ใช้ต้องการเพิ่มรูปภาพ ก็สามารถเพิ่มรูปเข้าได้ และยังสามารถเพิ่มรูปภาพเข้าได้หลายรูป และสามารถลบรูปภาพได้



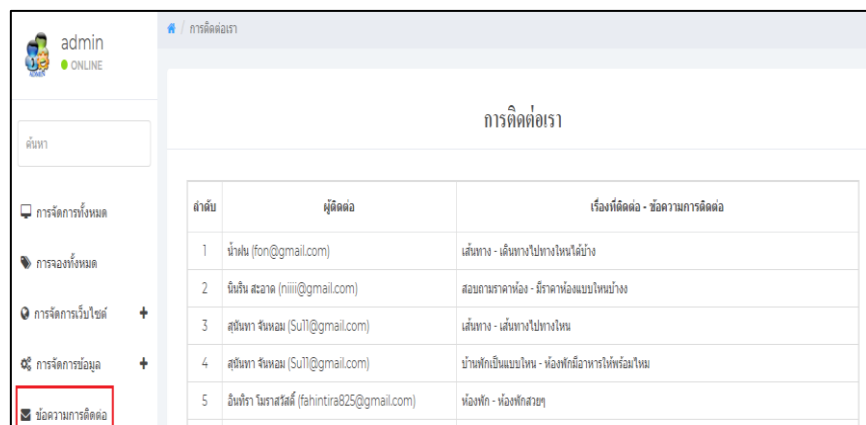
ภาพที่ ข-9 แสดงหน้าการจัดการแกลลอรี่

10. หน้าจัดการสถานที่ท่องเที่ยว ผู้ใช้สามารถเพิ่มสถานที่แนะนำได้และเข้าไปกรอกข้อมูลได้



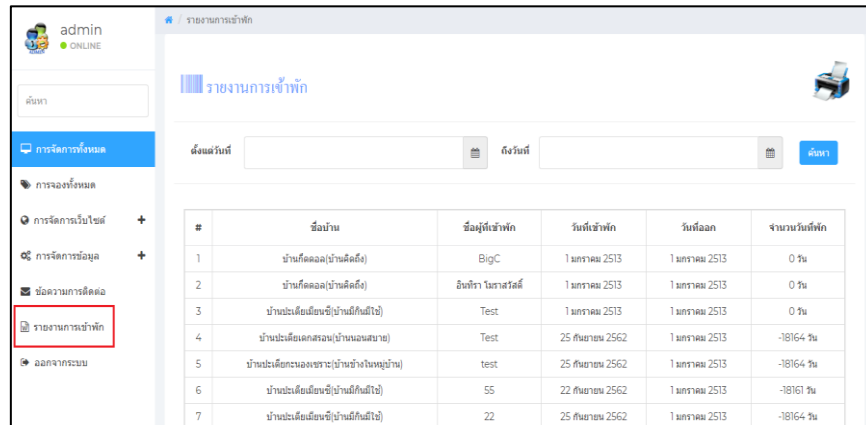
ภาพที่ ข-10 แสดงหน้าจัดการสถานที่ท่องเที่ยว

11. หน้าการติดต่อเรา ผู้ใช้สามารถเข้าสู่ข้อมูลจากลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการได้



ภาพที่ ข-11 แสดงหน้าการติดต่อเรา

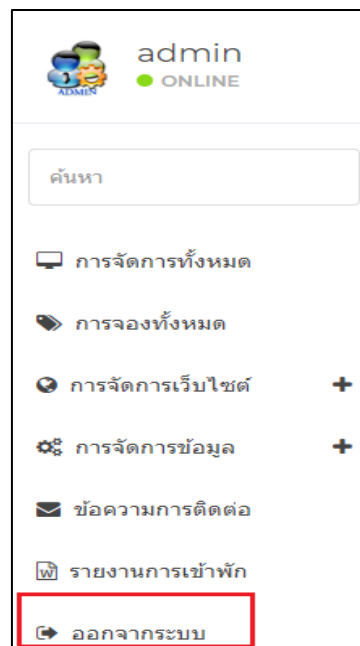
## 12. หน้ารายงานการเข้าพัก ผู้ใช้สามารถดูสรุปการจองห้องพักได้



#	ชื่อบ้าน	ชื่อผู้เข้าพัก	วันที่เข้าพัก	วันที่ออก	จำนวนห้องพัก
1	บ้านทีแอล(บ้านดีดี)	BigC	1 มกราคม 2513	1 มกราคม 2513	0 วัน
2	บ้านทีแอล(บ้านดีดี)	อิมท่า ไนนาสโรว์	1 มกราคม 2513	1 มกราคม 2513	0 วัน
3	บ้านปะเต็ยเอชซี(บ้านมีกีเอ็มไอ)	Test	1 มกราคม 2513	1 มกราคม 2513	0 วัน
4	บ้านปะเต็ยเอชซี(บ้านเอสนบาย)	Test	25 กันยายน 2562	1 มกราคม 2513	-18164 วัน
5	บ้านปะเต็ยเอชซี(บ้านจ้งในหมู่บ้าน)	test	25 กันยายน 2562	1 มกราคม 2513	-18164 วัน
6	บ้านปะเต็ยเอชซี(บ้านมีกีเอ็มไอ)	55	22 กันยายน 2562	1 มกราคม 2513	-18161 วัน
7	บ้านปะเต็ยเอชซี(บ้านมีกีเอ็มไอ)	22	25 กันยายน 2562	1 มกราคม 2513	-18164 วัน

ภาพที่ ข-12 แสดงหน้ารายการเข้าพัก

## 13. เมนูการออกจากระบบ



ภาพที่ ข-13 หน้าออกจากระบบ



ภาคผนวก ค  
ลงพื้นที่เก็บข้อมูล

# ลงพื้นที่เก็บข้อมูล



## ประวัติผู้จัดทำ



ชื่อ-นามสกุล : นางสาวอินทิรา โมราสวัสดิ์

วัน/เดือน/ปีเกิด : 29 กรกฎาคม 2540

ที่อยู่ปัจจุบัน : 131 หมู่ที่7 บ้านยางน้ำใส  
ตำบลสตึก อำเภอสตึก จังหวัด  
บุรีรัมย์ 31150

เบอร์โทรศัพท์ : 0611575875

อีเมล : [Fahintirara825@gmail.com](mailto:Fahintirara825@gmail.com)



ชื่อ-นามสกุล : นางสาววัชรียา บุญเจียม

วัน/เดือน/ปีเกิด : 10 มีนาคม 2540

ที่อยู่ปัจจุบัน : 11หมู่ 20 บ้านเสม็ด ตำบล  
บ้านด่าน อำเภอ บ้านด่าน  
จังหวัด บุรีรัมย์ 31000

เบอร์โทรศัพท์ : 0931578803

อีเมล : [Watchareeya.boon@bru.ac.th](mailto:Watchareeya.boon@bru.ac.th)