

เว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ร้านอาหาร กรณีศึกษาร้านข้าวต้มโอเค จังหวัดเพชรบูรณ์ A Restaurant Promotion Website: A Case Study of Kaotom OK in Phetchabun Province

ณัฐพล ชุมทางธรรม¹ และ กัญญ์กุลณัช พีรชาอัครชัย^{1*}
Nattapon Chumtangtam and Kankulnat Peerachaakkarachai

¹ สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์
Department of Business Computer, Faculty of Management Science, Phetchabun Rajabhat University

* Corresponding author e-mail: kankulnat.pee@pcru.ac.th

Received: 09/01/2025 Revised: 18/02/2025 Accepted: 25/02/2025

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์การทำวิจัย 1) เพื่อพัฒนาเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ร้านอาหาร 2) เพื่อศึกษาคุณภาพของเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ร้านอาหาร และ 3) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้ที่มีต่อเว็บไซต์ร้านอาหารในการศึกษาและพัฒนาระบบโดยใช้กระบวนการของวงจรการพัฒนาแบบ (System Development Life Cycle: SDLC) โดยมีกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญ และผู้ใช้งานที่มาใช้บริการร้านอาหาร เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ 1) เว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ร้านอาหาร 2) แบบประเมินคุณภาพเว็บไซต์ และ 3) แบบสอบถามความพึงพอใจที่มีต่อเว็บไซต์ สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษาพบว่า 1) เว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ร้านอาหารที่พัฒนาขึ้นผู้ใช้งานสามารถจัดการกับข้อมูลสินค้า ข้อมูลหมวดหมู่สินค้า ข้อมูลเกี่ยวกับร้าน ข้อมูลความคิดเห็น ข้อมูลการจองห้องอาหาร และข้อมูลของสมาชิก 2) คุณภาพของเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ร้านอาหาร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.72$, S.D.=0.45) และ 3) ความพึงพอใจของผู้ใช้ที่มีต่อเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ร้านอาหาร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.75$, S.D.=0.48) เว็บไซต์เป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ที่สามารถนำเสนอข้อมูลเมนูอาหาร โปรโมชั่นต่าง ๆ และกิจกรรมพิเศษให้กับลูกค้า นอกจากนี้ยังช่วยเพิ่มการรับรู้และภาพลักษณ์ที่ดีให้กับร้านได้

คำสำคัญ: เว็บไซต์ การประชาสัมพันธ์ ร้านอาหาร

Abstract

The purposes of this research are 1) to develop a website for restaurant promotion 2) to study evaluate the quality of the website for restaurant promotion and 3) to study users satisfaction of the restaurant promotion website. The system was studied and developed using the System Development Life Cycle (SDLC) process. The sample groups in the research include experts and website users who use the restaurant service. The tools used in the research were 1) a restaurant promotion website 2) a system quality assessment form and 3) a website user satisfaction assessment form. Statistics used in the research for data analysis are percentage, mean and standard deviation. The study results found that 1) the developed restaurant promotion website managed various types of user data, including product information, product categories,

restaurant details, user opinions, reservation details, member information. 2) The results of the overall evaluation quality of restaurant promotion website by experts were at a highest level (\bar{x} =4.72, S.D.=0.45) and 3) The results of the evaluation of the satisfaction of the use of restaurant promotion website by users were at the highest level overall (\bar{x} =4.75, S.D.=0.48). The website serves as an effective promotional tool, providing customers with menu information, promotions and special events, while also enhances brand awareness and improves the restaurant's image.

Keywords: Website, Public Relations, Restaurant

1. บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ธุรกิจร้านอาหารเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ โดยเป็นธุรกิจที่เติบโตอย่างต่อเนื่องมาโดยตลอด ทั้งจากผู้ประกอบการรายย่อยจนถึงรายใหญ่ ในปี 2565 ศูนย์วิจัยกสิกรไทยรายงานว่ามีมูลค่ารวมของธุรกิจร้านอาหารอยู่ที่ประมาณ 4.18-4.25 แสนล้านบาท แม้จะมีอัตราการขยายตัวเพียง 2.7%-4.5% ซึ่งน้อยกว่าปี 2562 ก่อนเกิดการระบาดของโควิด-19 แต่ธุรกิจนี้ยังคงมีศักยภาพสูงในด้านการสร้างรายได้และการจ้างงานให้แก่ประชาชน (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2565) ผลกระทบจากโควิด-19 ทำให้ธุรกิจร้านอาหารต้องเผชิญกับความท้าทายใหม่ พฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนไป จากการเน้นรับประทานอาหารนอกบ้าน กลายเป็นการสั่งซื้อกลับบ้านมากขึ้น หรือหันไปใช้บริการเดลิเวอรี่เพื่อความสะดวกและปลอดภัย เมื่อสถานการณ์คลี่คลาย ธุรกิจร้านอาหารเริ่มฟื้นตัว ผู้บริโภคกลับมาทำกิจกรรมนอกบ้านได้ตามปกติ โดยเฉพาะในกลุ่มที่ต้องการเปลี่ยนบรรยากาศ คลายความเครียด และใช้เวลาในวันหยุดร่วมกับครอบครัวหรือเพื่อน ซึ่งการเปลี่ยนแปลงของสังคมส่งผลให้พฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป เช่น การใช้ชีวิตที่เร่งรีบ ทำให้มีเวลาทำอาหารที่บ้านลดลง ส่งผลให้ธุรกิจร้านอาหารมีการขยายตัว และมีร้านอาหารหลากหลายให้เลือกตามความชอบของผู้บริโภค และการเพิ่มช่องทางการเข้าถึงผู้บริโภคผ่านออนไลน์ได้เข้ามา มีบทบาทสำคัญ ผู้บริโภคจึงนิยมใช้ช่องทางออนไลน์ในการค้นหาร้านอาหาร ดูการรีวิว และการตัดสินใจเลือกรับประทานอาหารนอกบ้าน การปรับตัวให้ทันกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป จึงเป็นสิ่งสำคัญกับร้านอาหาร

ร้านข้าวต้มโอเค ตั้งอยู่ที่อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบูรณ์ มีเมนูอาหารหลากหลาย เช่น อาหารประเภททอด ต้ม อบ นึ่ง ผัด ยำ และขนมหวาน รวมถึงบริการจัดเลี้ยงและบริการอินเทอร์เน็ตไร้สาย โดยมีช่องทางการประชาสัมพันธ์ และติดต่อให้บริการลูกค้าผ่านเพจเฟซบุ๊ก (Facebook Fanpage) ซึ่งมีข้อจำกัดด้านการจัดการข้อมูลเมนู โปรโมชั่น และการนำเสนอภาพลักษณ์ของทางร้าน ส่งผลให้การขยายฐานลูกค้าถูกจำกัด อีกทั้งข้อมูลเมนูอาหารยังเป็นรูปแบบกระดาษ หากมีการแก้ไขเมนูพนักงานเกิดการสับสนได้ ไม่มีภาพประกอบที่ชัดเจน และไม่มีการเน้นเมนูแนะนำหรือเมนูยอดนิยมนที่สามารถดึงดูดลูกค้าใหม่ได้ นอกจากนี้ ระบบบริหารจัดการลูกค้า และการจองห้องอาหารยังต้องดำเนินการผ่านโทรศัพท์หรือข้อความ ทำให้เกิดความล่าช้าและความผิดพลาดในการจัดการ อีกทั้งยังไม่มีระบบสมาชิก เช่น ระบบสะสมแต้ม หรือโปรโมชั่นเฉพาะสมาชิก ทำให้ไม่สามารถกระตุ้นให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำได้ เพื่อให้ร้านอาหารประสบความสำเร็จในยุคที่มีการแข่งขันสูง การมีรสชาติอร่อยเพียงอย่างเดียวอาจไม่เพียงพอ แต่ต้องอาศัยกลยุทธ์ทางการตลาดเข้ามาช่วยให้ร้านโดดเด่น และอยู่ในใจลูกค้า (แองก้า แวงค็อก, 2568) ในขณะที่ยูนิลีเวอร์ ฟู้ด โซลูชันส์ (ม.ป.ป.) กล่าวว่า การบริหารร้านอาหารให้ประสบความสำเร็จ จำเป็นต้องอาศัยเทคโนโลยี และเครื่องมือที่ช่วยลดต้นทุนประหยัดเวลา และเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน อย่างไรก็ตามทางร้านยังขาดช่องทางการประชาสัมพันธ์

บนเว็บไซต์ ทำให้การเข้าถึงลูกค้ากลุ่มใหม่เป็นไปได้เป็นอย่างดี ด้วยเหตุนี้ศักยภาพการแข่งขันของร้านจึงลดลง ในสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป ผู้การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการค้นหาข้อมูล และตัดสินใจเลือกรับประทานอาหารมากขึ้น การปรับตัวโดยใช้เว็บไซต์จึงมีความสำคัญต่อธุรกิจร้านอาหาร ในปัจจุบันที่ให้ข้อมูลครบถ้วน มีการใช้ภาพและวิดีโอคอนเทนต์ที่น่าสนใจ และการสร้างปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า ผ่านโปรโมชันต่าง ๆ สามารถเพิ่มโอกาสในการดึงดูดลูกค้าใหม่และรักษาลูกค้าเดิมได้ (วงใน มีเดีย, 2565) การจัดการความรู้และนำเทคโนโลยีมาใช้ให้เกิดประโยชน์จึงเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการยกระดับบริการร้านอาหารได้

ในยุคที่เทคโนโลยีสารสนเทศและอินเทอร์เน็ตมีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ เว็บไซต์ได้กลายเป็น เครื่องมือหลักในการประชาสัมพันธ์ และขยายโอกาสทางธุรกิจสำหรับร้านอาหาร (1001click, 2565) เว็บไซต์ ไม่เพียงช่วยให้ร้านสามารถนำเสนอข้อมูลสำคัญเกี่ยวกับเมนูอาหาร โปรโมชัน และบริการต่าง ๆ ได้ แต่ยังช่วย สร้างภาพลักษณ์ที่น่าเชื่อถือ และเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าใหม่ได้ (อัลทิเมท ดิจิทัล เซอร์วิส, 2562) ซึ่งเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ร้านข้าวต้มโอเคได้รับการออกแบบเพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงข้อมูลได้สะดวก เช่น เมนูหน้าหลัก เมนูอาหาร การจองห้องอาหาร ความคิดเห็นจากลูกค้า ข้อมูลเกี่ยวกับร้าน และนำเสนอภาพ และบรรยากาศของร้าน และโปรโมชันเพื่อสร้างแรงจูงใจในการเข้ามาใช้บริการ โดยเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ร้าน ข้าวต้มโอเค ถือเป็นเครื่องมือที่ช่วยในการประชาสัมพันธ์ร้านอาหารจะช่วยให้ร้านขยายฐานลูกค้า สร้าง ภาพลักษณ์ที่น่าเชื่อถือในการดำเนินธุรกิจ และจะช่วยอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าและผู้ดูแลร้าน ดังนั้น จากปัญหาดังกล่าวผู้วิจัยจึงนำเทคโนโลยี และคอมพิวเตอร์เข้ามาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาเว็บไซต์ ประชาสัมพันธ์สำหรับร้านข้าวต้มโอเค จังหวัดเพชรบูรณ์ โดยการเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ข้อมูลให้กับ ลูกค้าเพื่อเพิ่มโอกาสทางธุรกิจ และตอบสนองต่อพฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่ การศึกษาในครั้งนี้นอกจากจะช่วย ให้ร้านสามารถปรับตัวได้ตามพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปในยุคดิจิทัล ยังเป็นการส่งเสริมเศรษฐกิจ ในระดับท้องถิ่น ผ่านการเพิ่มโอกาส และทำให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจในการให้บริการ

1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1) เพื่อพัฒนาเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ร้านอาหาร กรณีศึกษาร้านข้าวต้มโอเค จังหวัดเพชรบูรณ์
- 2) เพื่อศึกษาคุณภาพของเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ร้านอาหาร กรณีศึกษาร้านข้าวต้มโอเค จังหวัดเพชรบูรณ์
- 3) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้ที่มีต่อเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ร้านอาหาร กรณีศึกษาร้านข้าวต้มโอเค จังหวัดเพชรบูรณ์

2. การทบทวนวรรณกรรม

2.1 แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1) การพัฒนาเว็บไซต์

1.1) เว็บไซต์

เว็บไซต์เป็นสิ่งสำคัญที่มีบทบาทในด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ เนื่องจากสามารถเผยแพร่ ข้อมูลและข่าวสารได้อย่างไร้ข้อจำกัด ทั้งในเรื่องของเวลา และระยะทาง โดยสามารถเข้าถึงได้ตลอด เวลาจาก ทุกมุมโลก เว็บไซต์จึงเป็นช่องทางการสื่อสารที่มีประโยชน์สำหรับการเผยแพร่ข้อมูล การตลาด และสร้าง ภาพลักษณ์องค์กรให้เป็นที่ยอมรับ นอกจากนี้ ยังช่วยเพิ่มโอกาสในการขายสินค้าและบริการในรูปแบบร้านค้า ออนไลน์ เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายทั่วโลกได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีต้นทุนต่ำกว่า แต่ใช้งานได้ยาวนาน พร้อมทั้งอัปเดต ข้อมูลได้ง่ายและสะดวกในยุคดิจิทัล (Seolnwza, 2019) ซึ่ง Rank Social Digital (2024) ได้กล่าวว่า เว็บไซต์มีความสำคัญต่อธุรกิจในยุคปัจจุบัน เนื่องจากการพัฒนาเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตที่มีความเสถียรสูง ทำให้ผู้คนหันมา ใช้สื่อออนไลน์อย่างแพร่หลาย ทั้งในด้านการสื่อสาร การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร การตลาด และความบันเทิง

ซึ่งช่วยตอบสนองความต้องการและสร้างมูลค่าให้กับธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในขณะที่ GRASP ASIA (ม.ป.ป.) ได้กล่าวถึง เว็บไซต์เป็นเครื่องมือการตลาดที่ทรงพลัง ซึ่งช่วยเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน และปรับปรุงภาพลักษณ์ของแบรนด์ หากได้รับการดูแลอย่างดีจะช่วยเพิ่มโอกาสในการขาย และยอดขายจากกลุ่มเป้าหมาย โดยเว็บไซต์มีประโยชน์หลายด้าน เช่น ปรับปรุงการโฆษณา ลดต้นทุนสิ่งพิมพ์ ขยายตลาด เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายใหม่ เพิ่มประสิทธิภาพการค้นหา (SEO) สร้างการสื่อสารหลายช่องทาง และปรับปรุงบริการได้อย่างรวดเร็วและง่ายดาย ส่งผลให้ธุรกิจสามารถใช้เว็บไซต์เป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน และเพิ่มประสิทธิภาพในทุกมิติของการตลาด และในขณะที่กิตติ ภัคตีวัฒนะกุล (2541) กล่าวว่า การออกแบบซอฟต์แวร์สำหรับอุตสาหกรรมต้องให้ความสำคัญกับ “คุณภาพ” โดยกำหนดเกณฑ์เพื่อประเมินและปรับปรุงคุณภาพ ดังนี้

(1) การทำงานของโปรแกรม (Functionality) ประเมินจากคุณสมบัติของโปรแกรม ความสามารถหน้าที่ทั่วไป และความปลอดภัยเมื่อทำงานร่วมระบบ

(2) ความสามารถในการใช้งาน (Usability) วัดจากความง่ายในการใช้งาน และการเรียนรู้ผ่านประสบการณ์ผู้ใช้

(3) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) พิจารณาจากความถี่และความรุนแรงของข้อผิดพลาด ความถูกต้องของผลลัพธ์ ความสามารถกู้คืนระบบ และการคาดการณ์ผลลัพธ์

(4) ประสิทธิภาพ (Performance) วัดจากความเร็วการประมวลผล การตอบสนอง ทรัพยากรที่ใช้ และปริมาณงานที่สามารถทำได้

(5) การสนับสนุนการใช้งาน (Supportability) และการบำรุงรักษา (Maintainability) เน้นความยืดหยุ่นในการเพิ่มหรือเปลี่ยนแปลงฟังก์ชัน ความสามารถในการทำงานข้ามระบบ การทดสอบ และการจัดการสภาพแวดล้อมของระบบ การออกแบบซอฟต์แวร์ที่มีคุณภาพต้องตอบโจทย์ทั้งด้านการใช้งาน ความน่าเชื่อถือ และประสิทธิภาพ พร้อมรองรับการพัฒนาในอนาคต

1.2) การวิเคราะห์และออกแบบระบบ

การพัฒนากระบวนการโดยใช้รูปแบบ SDLC (System Development Life Cycle) เป็นวงจรแสดงถึงกิจกรรมที่เป็นลำดับขั้นตอนในการพัฒนาระบบ (โอภาส เอี่ยมสิริวงศ์, 2560) ซึ่งประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่ การวางแผนโครงการ (Project Planning) การวิเคราะห์ (Analysis) ออกแบบ (Design) การนำไปใช้ (Implementation) การบำรุงรักษา (Maintenance)

1.3) การออกแบบระบบฐานข้อมูล

เครื่องมือในการออกแบบข้อมูลในระดับแนวคิด (Conceptual Data Modeling) โดยแสดงถึงรายละเอียดและความสัมพันธ์ของข้อมูลต่าง ๆ ในระบบ (ลาภลอย วานิชชังกูร, 2552) ในขณะที่ระบบฐานข้อมูลเป็นการจัดเก็บและรวบรวมข้อมูลที่มีความสัมพันธ์กันไว้ด้วยกัน โดยใช้ระบบคอมพิวเตอร์ ซึ่งมีการแยกความเป็นอิสระ ระหว่างโปรแกรมและข้อมูล (Program-Data Independence) โดยโครงสร้างของข้อมูลจะถูกแยกออกจากโปรแกรมประยุกต์ และจัดเก็บในส่วนที่เรียกว่า ฐานข้อมูล (สมจิตร อัจฉินทร์ และงามนิจ อัจฉินทร์, 2550)

1.4) ซอฟต์แวร์และภาษาที่ใช้ในการพัฒนา

โปรแกรม Visual Studio Code เป็นโปรแกรมแก้ไขโค้ดจากไมโครซอฟท์ ที่พัฒนาขึ้นในรูปแบบโอเพนซอร์ส ทำให้สามารถใช้งานได้ฟรี และตอบสนองการทำงานในระดับมืออาชีพ เหมาะสำหรับนักพัฒนาที่ต้องการเครื่องมือที่รองรับการทำงานข้ามแพลตฟอร์ม โดยใช้งานได้ทั้งบน Windows, macOS และ Linux โปรแกรมนี้รองรับภาษาโปรแกรมที่หลากหลาย เช่น JavaScript, TypeScript และ Node.js อีกทั้งยังสามารถเชื่อมต่อกับ Git ได้อย่างสะดวก พร้อมด้วยส่วนขยายมากมายที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ เช่น การรองรับภาษา

โปรแกรมเพิ่มเติม (C++, C#, Java, Python, PHP, Go) Themes Debugger และ Commands และคำสั่งต่าง ๆ คุณสมบัติเหล่านี้ทำให้ Visual Studio Code กลายเป็นทางเลือกที่ทรงพลังสำหรับนักพัฒนา (Mindphp, 2560)

2) การประชาสัมพันธ์

ในยุคดิจิทัล เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมีบทบาทสำคัญในการดำเนินชีวิตและกระบวนการประชาสัมพันธ์ ทำให้ข้อมูล ข่าวสาร และวัฒนธรรมจากทั่วโลกแพร่กระจายได้อย่างไร้พรมแดน องค์กรและหน่วยงานจึงต้องดำเนินงานประชาสัมพันธ์อย่างมีจริยธรรม เพื่อป้องกันปัญหาจากการสื่อสารที่ผิดพลาด (วิจิตร อวาทกุล, อ้างถึงใน จิตลดา คณีกุล, 2561) ซึ่งสิทธิโชค วิรุณราช (2559) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์เป็นการใช้เครื่องมือสื่อสารเพื่อสร้างความเชื่อมั่นในองค์กร และกระตุ้นการมีส่วนร่วมของกลุ่มเป้าหมาย โดยต้องเลือกเครื่องมือให้เหมาะสมกับแต่ละกลุ่ม การประชาสัมพันธ์เป็นกระบวนการสื่อสารที่ช่วยสร้างความเข้าใจ และความสัมพันธ์ที่ีระหว่างองค์กรกับประชาชน โดยดำเนินการอย่างเป็นระบบ และต่อเนื่อง เพื่อส่งเสริมการยอมรับและความร่วมมือ ทั้งนี้การกำหนดผู้รับผิดชอบ ระยะเวลา และช่องทางการสื่อสารที่เหมาะสมเป็นสิ่งจำเป็น โดยสื่อที่ใช้สามารถแบ่งออกเป็น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อบุคคล สื่ออิเล็กทรอนิกส์ สื่อกิจกรรม พิเศษ สื่อนิทรรศการ และสื่อมวลชน (Cutlip et al., 2006) ซึ่งมีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินงานประชาสัมพันธ์อย่างมีประสิทธิภาพ ในขณะที่กฤษณพงศ์ เลิศบำรุงชัย (2564) ได้นำเสนอแนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ดิจิทัล กล่าวถึงการเปลี่ยนแปลงของสื่อและบทบาทของนักประชาสัมพันธ์ในยุคดิจิทัล โดยเน้นการใช้เว็บไซต์ แพลตฟอร์มสื่อออนไลน์ การตลาดผ่านคอนเทนต์ รวมถึงการนำเทคโนโลยี AI AR และ VR มาประยุกต์ใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการประชาสัมพันธ์ และส่งเสริมธุรกิจให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

3) อุตสาหกรรมธุรกิจอาหาร

ร้านอาหารเป็นแนวคิดที่สำคัญในการสร้างและดำเนินธุรกิจร้านอาหารให้ประสบความสำเร็จ โดยมีองค์ประกอบหลายด้านที่ต้องสอดคล้องกัน เช่น ประเภทอาหาร รูปแบบการบริการ บรรยากาศร้าน กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ทำเลที่ตั้ง และค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อหัว การพัฒนาแนวคิดร้านอาหารที่ดีต้องอาศัยการศึกษาข้อมูลอย่างรอบคอบและทันสมัย เพื่อเพิ่มโอกาสในการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จมากยิ่งขึ้น (วิชัย เจริญธรรมานนท์, 2555) ขณะที่นิภาวรรณ สุนทรโอวาท (2555) สามารถแบ่งประเภทร้านอาหารได้ 3 ลักษณะ คือ 1) แบ่งตามลักษณะการให้บริการ ได้แก่ อาหารประเภทชุด อาหารประเภทบุฟเฟต์ อาหารประเภทสุกี้ และอาหารประเภทปิ้งย่าง 2) แบ่งตามขนาดของร้าน ได้แก่ ร้านขนาดเล็ก (พื้นที่ขายน้อยกว่า 100 ตร.ม.) และร้านขนาดใหญ่ (พื้นที่ขายมากกว่า 100 ตร.ม.) และ 3) แบ่งตามบรรยากาศของร้าน ได้แก่ ร้านบรรยากาศหรูมาก และร้านที่มีบรรยากาศหรูน้อย โดยพิจารณาจากการใช้แสงและบรรยากาศภายในร้าน ลักษณะการตกแต่งร้าน ทั้งนี้การแบ่งประเภทของร้านอาหารมีความสำคัญต่อการวางแผนธุรกิจ การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย และการสร้างความแตกต่างให้กับร้านอาหาร ซึ่งชลวรินทร์ แป้นสุวรรณ (2561) กล่าวว่า คุณภาพของอาหารประกอบด้วย ความปลอดภัยในการบริโภค ความน่าสนใจของอาหาร รวมถึงรสชาติ การจัดแต่ง และสีสันทที่สวยงาม อีกทั้งมาตรฐานของกระบวนการผลิตที่มีประสิทธิภาพและถูกสุขอนามัย และยุวดี มีพรปัญญาทวีโชค (2553) กล่าวว่า คุณภาพการบริการ หมายถึง ประสิทธิภาพทั้งหมดที่ลูกค้าใช้ในการประเมินการบริการ มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการทำความเข้าใจความต้องการ ความชอบ และสิ่งที่ลูกค้าพึงพอใจ นอกจากนี้ การสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ลูกค้ายังเป็นสิ่งสำคัญ โดยผู้ให้บริการต้องแสดงให้เห็นถึงทักษะ ความรู้ ความสามารถในการให้บริการ ตลอดจนการตอบสนองความต้องการของลูกค้าด้วยความสุภาพ มีมารยาท และกิริยาท่าทางที่ดี เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกไว้วางใจ และมั่นใจว่าจะได้รับการบริการที่ดีที่สุด

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ณิชนันท์ จงใจสิทธิ์ และวัชรินทร์ ดีสุทธิ (2564) ได้พัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOP อำเภอผาขาว จังหวัดเลย โดยมีวัตถุประสงค์ในการออกแบบเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOP และศึกษา

ความพึงพอใจของผู้ใช้งานเว็บไซต์ พบว่า เว็บไซต์ได้รับการยอมรับจากกลุ่มผู้ใช้งานอยู่ในระดับมาก เนื่องจากสามารถนำข้อมูลต่าง ๆ เข้าสู่หน้าเว็บไซต์ และเผยแพร่สู่สาธารณะเพื่อให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางมากยิ่งขึ้น

กุลชลี จงเจริญ และคณะ (2564) ได้มีการพัฒนาเว็บไซต์สาขาวิชาศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความต้องการจำเป็นในการพัฒนาเว็บไซต์ การพัฒนาเว็บไซต์ และศึกษาความพึงพอใจต่อเว็บไซต์สาขาวิชาศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช พบว่า ความต้องการจำเป็นและความพึงพอใจของผู้ใช้เว็บไซต์อยู่ในระดับมากในทุกด้าน โดยเน้นด้านเนื้อหา การเชื่อมโยงข้อมูล และการออกแบบที่เหมาะสม พร้อมทั้งการพัฒนาเว็บไซต์ด้วยโปรแกรม WordPress การประเมินคุณภาพเว็บไซต์ต้นแบบจากผู้เชี่ยวชาญอยู่ในระดับมากที่สุดในทุกด้าน

Nguyen (2023) ได้พัฒนาเว็บไซต์สำหรับร้านอาหาร Miyabi Sushi ในประเทศฟินแลนด์ ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่ออธิบายกระบวนการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อตอบสนองความต้องการของธุรกิจ โดยการออกแบบและสร้างส่วนหน้าของเว็บไซต์ที่ตอบสนองต่อการใช้งานบนอุปกรณ์ต่าง ๆ เพื่อให้ลูกค้าสามารถดูข้อมูลร้านและสั่งอาหารออนไลน์ได้ พบว่า เว็บไซต์ที่ใช้งานได้จริง สำหรับธุรกิจร้านอาหารขนาดเล็กหรือขนาดกลาง

จากการทบทวนวรรณกรรม ผู้วิจัยได้แนวทางในการพัฒนาระบบโดยใช้ Visual Studio Code และกระบวนการวิเคราะห์และออกแบบระบบในรูปแบบ SDLC ซึ่งเป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาเว็บไซต์ ประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพ เพื่อตอบสนองความต้องการของร้านอาหารในการเผยแพร่ข้อมูลผ่านเว็บไซต์ การประชาสัมพันธ์ดังกล่าวช่วยให้ผู้บริโภคเข้าถึงข้อมูลของร้านได้ตลอดเวลา เพิ่มความสะดวกสบายในการใช้งาน และสร้างความน่าเชื่อถือให้กับร้านข้าวต้มโอเคอย่างมีประสิทธิภาพ

3. ระเบียบวิธีวิจัย

ในการดำเนินการวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงพัฒนา ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บความต้องการจากผู้ใช้งานเพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการวิเคราะห์และออกแบบ รวมทั้งศึกษาความเป็นไปได้ จากนั้นจึงทำการพัฒนาเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์สำหรับร้านข้าวต้มโอเค จังหวัดเพชรบูรณ์ ผู้วิจัยมีวิธีการดำเนินงาน ดังต่อไปนี้

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1) ประชากร ได้แก่ เจ้าของร้าน 1 คน พนักงาน 4 คน และบุคคลทั่วไปที่อาศัยอยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบูรณ์ จำนวน 210,828 คน (สำนักงานจังหวัดเพชรบูรณ์, 2568)

2) กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เจ้าของร้าน 1 คน พนักงาน 4 คน และบุคคลทั่วไปที่อาศัยอยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบูรณ์ที่มาใช้บริการร้านข้าวต้มโอเค จำนวน 100 คน โดยใช้การสุ่มแบบเจาะจง

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

- 1) เว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ร้านอาหาร กรณีศึกษาร้านข้าวต้มโอเค จังหวัดเพชรบูรณ์
- 2) แบบประเมินคุณภาพของเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ร้านอาหาร กรณีศึกษาร้านข้าวต้มโอเค จังหวัดเพชรบูรณ์
- 3) แบบประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ที่มีต่อเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ร้านอาหาร กรณีศึกษาร้านข้าวต้มโอเค จังหวัดเพชรบูรณ์

3.3 ขั้นตอนการดำเนินงาน

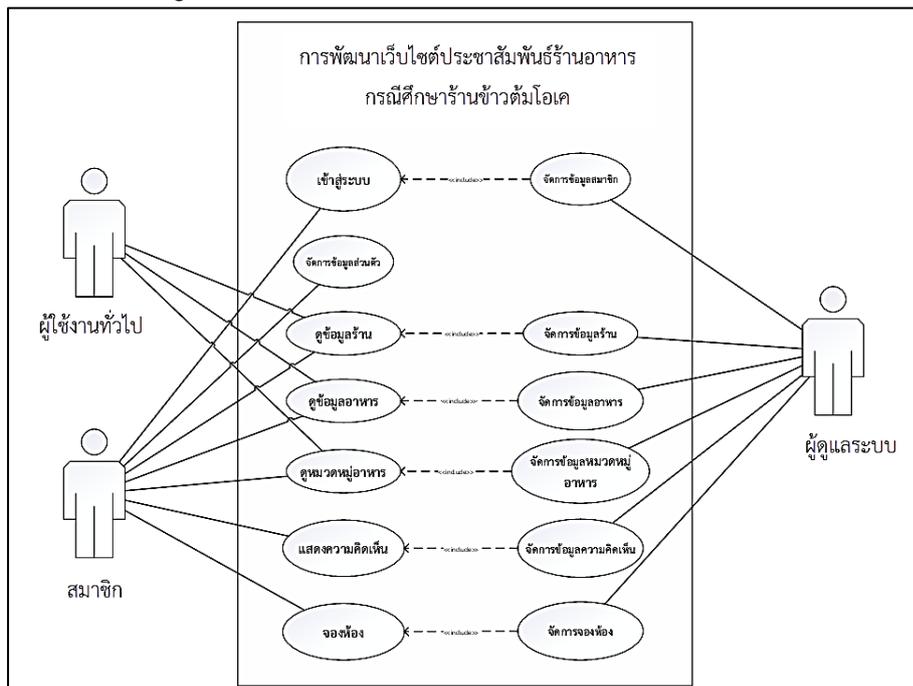
ในการพัฒนาเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ร้านอาหาร กรณีศึกษาร้านข้าวต้มโอเค จังหวัดเพชรบูรณ์ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามหลักกระบวนการวงจรชีวิตการพัฒนา (Software Development Life Cycle: SDLC) (โอภาส เอี่ยมสิริวงศ์, 2560) โดยมีขั้นตอนการพัฒนา 5 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การวางแผนโครงการ (Project Planning) ผู้วิจัยศึกษาปัญหาการดำเนินงานปัจจุบันของร้านข้าวต้มโอเค เพื่อกำหนดปัญหา ศึกษาและวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการพัฒนาเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์เพื่อนำมาใช้ในการดำเนินงานของร้านข้าวต้มโอเค ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการเขียนแผนการดำเนินงานเพื่อกำหนดระยะเวลาของการพัฒนาเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ร้านอาหาร กรณีศึกษาร้านข้าวต้มโอเค จังหวัดเพชรบูรณ์ เพื่อให้ระบบที่พัฒนาขึ้นสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งาน

ขั้นตอนที่ 2 การวิเคราะห์ (Analysis) ผู้วิจัยได้รวบรวมความต้องการต่าง ๆ ด้วยวิธีการสัมภาษณ์เจ้าของร้านเกี่ยวกับการปฏิบัติงานของการทำงานในปัจจุบันของร้าน เพื่อให้ทราบถึงกระบวนการทำงานและปัญหาที่เกิดขึ้น จากนั้นผู้วิจัยนำความต้องการต่าง ๆ ที่รวบรวมมาสรุปเป็นข้อกำหนด เช่น ข้อมูลสินค้า ข้อมูลหมวดหมู่สินค้า ข้อมูลเกี่ยวกับร้าน ข้อมูลความคิดเห็น ข้อมูลการจองห้องอาหาร และข้อมูลของสมาชิก และออกแบบจำลองแผนภาพ (Use Case Diagram) ดังภาพที่ 1 Use Case Diagram การพัฒนาเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ร้านข้าวต้มโอเค เกี่ยวข้องกับผู้ดูแลระบบ ผู้ใช้งานทั่วไปและสมาชิก โดยลูกค้าจะแบ่งเป็นผู้ใช้งานทั่วไปและสมาชิก หากลูกค้าที่เป็นผู้ใช้งานทั่วไปทำการเรียกดูข้อมูลบนเว็บไซต์ ถ้าต้องการเป็นสมาชิกจะสามารถแสดงความคิดเห็น การจองห้องอาหารและแก้ไขข้อมูลสมาชิก ระบบจะทำการรับข้อมูล และส่งข้อมูลทั้งหมดของลูกค้าที่เป็นสมาชิกไปให้ผู้ดูแลระบบ สามารถจัดการสมาชิกและข้อมูลต่าง ๆ ของร้าน แบบจำลองกระบวนการทำงาน (Sequence Diagram) ดังภาพที่ 2 Sequence Diagram เป็นการแสดงการทำงานของสารสนเทศในระบบ โดยลูกค้าแบ่งเป็นบุคคลทั่วไปและสมาชิก ลูกค้าที่เป็นบุคคลทั่วไปทำการเรียกดูข้อมูลบนเว็บไซต์ หากต้องการเป็นสมาชิกต้องทำการสมัครเป็นสมาชิก จึงจะสามารถแสดงความคิดเห็น และแก้ไขข้อมูลสมาชิก ผู้ดูแลระบบจะทำการจัดการข้อมูลให้เป็นปัจจุบันได้ทำการบันทึกข้อมูลไปยังฐานข้อมูล คือ การจัดการข้อมูลสินค้า ข้อมูลหมวดหมู่สินค้า ข้อมูลของร้าน ข้อมูลแสดงความคิดเห็น ข้อมูลการจองห้องอาหารและข้อมูลสมาชิกและแบบจำลองข้อมูล (Entity Relationship Diagram: ERD) ดังภาพที่ 3 แสดงให้เห็นความสัมพันธ์ของข้อมูลในฐานข้อมูลร้านข้าวต้มโอเค โดยฐานข้อมูลประกอบด้วยข้อมูลต่าง ๆ คือ ข้อมูลสมาชิก ข้อมูลความคิดเห็น ข้อมูลอาหาร ข้อมูลประเภทอาหาร และข้อมูลการจองห้อง

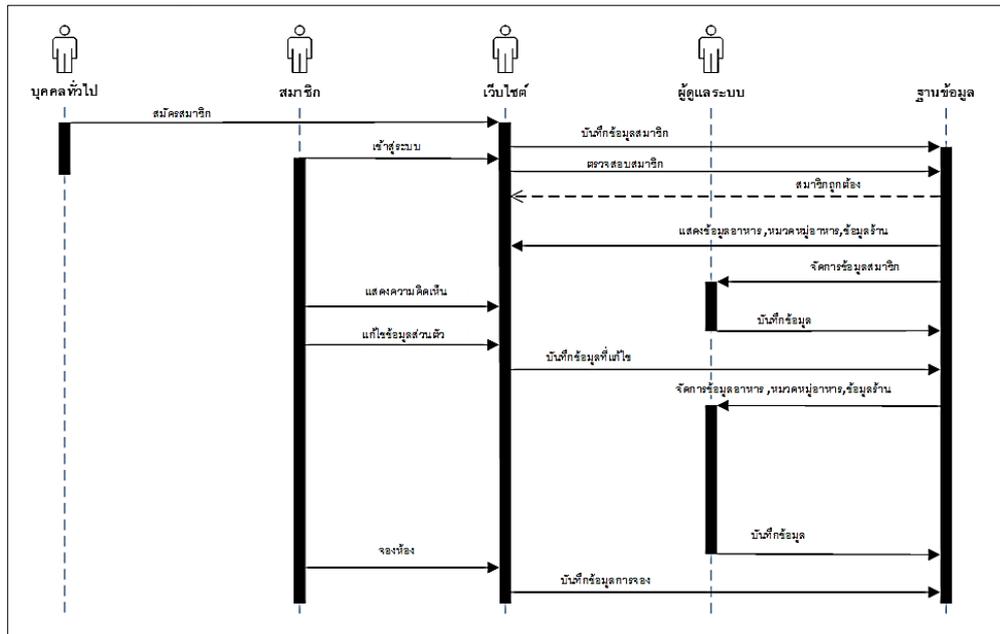
ภาพที่ 1

Use Case Diagram



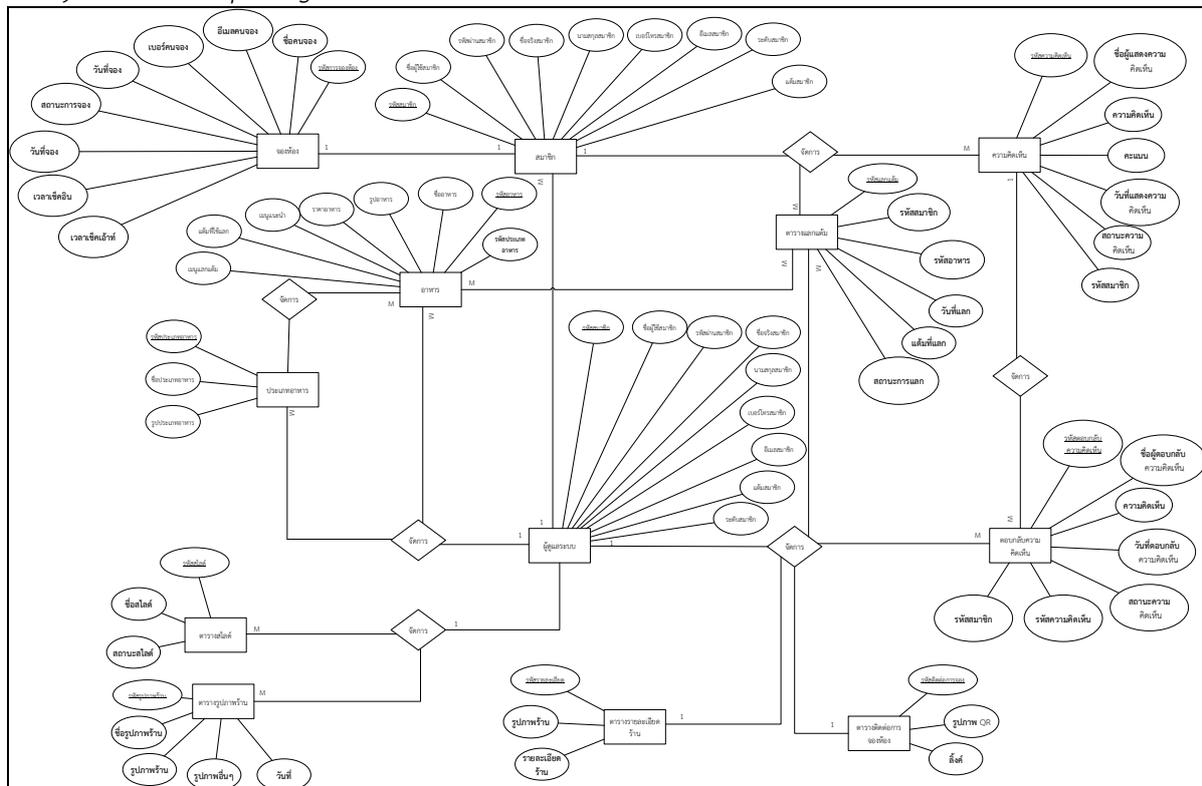
ภาพที่ 2

Sequence Diagram



ภาพที่ 3

Entity Relationship Diagram

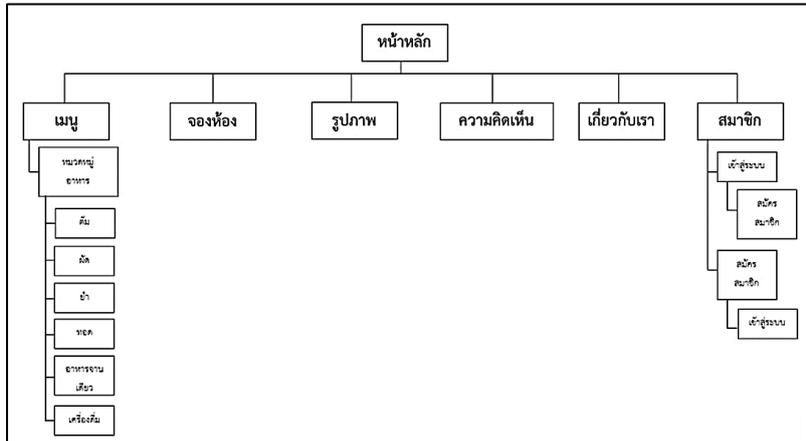


ขั้นตอนที่ 3 การออกแบบระบบ (Design) ผู้วิจัยนำแบบจำลองเชิงตรรกะที่ถูกสร้างขึ้นในขั้นตอนของการวิเคราะห์มาสร้างเป็นแบบจำลองเชิงกายภาพเพื่อนำไปสู่ระบบงานที่สามารถนำไปใช้งานได้จริง โดยผู้วิจัย

ออกแบบฐานข้อมูล ออกแบบสถาปัตยกรรมของระบบ ออกแบบผลลัพธ์ (Output) และส่วนติดต่อผู้ใช้ (User Interface) รวมถึงการออกแบบหน้าเว็บไซต์ สำหรับซอฟต์แวร์ที่ใช้ในการพัฒนา ได้แก่ โปรแกรม Visual Studio Code 2020 โดยใช้ภาษา PHP และใช้ MySQL ในการจัดเก็บข้อมูล ดังภาพที่ 4

ภาพที่ 4

โครงสร้างเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ร้านข้าวต้มโอเค



ขั้นตอนที่ 4 การนำไปใช้ (Implementation) ผู้วิจัยทำการทดสอบเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ร้านข้าวต้มโอเคที่พัฒนาขึ้น โดยให้ผู้ใช้งานได้ใช้งานเว็บไซต์จริง เพื่อให้เจ้าของร้าน พนักงานทดลองใช้งานเพื่อให้เกิดความมั่นใจว่าระบบตรงตามความต้องการของผู้ใช้ตามข้อกำหนดต่าง ๆ ที่ออกแบบไว้ ทั้งนี้ผู้วิจัยทำการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ที่มีต่อเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ร้านอาหาร

ขั้นตอนที่ 5 การบำรุงรักษา (Maintenance) ในระยะของการบำรุงรักษา ผู้วิจัยมีแนวทางในการเพิ่มเติมคุณสมบัติใหม่ ๆ ให้กับเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ร้านข้าวต้มโอเค เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน โดยคุณสมบัติใหม่ ๆ เหล่านี้อาจมาจากความต้องการของเจ้าของร้านหรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับระบบ

3.4 สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล

1) ข้อมูลที่ได้จากแบบประเมินเกี่ยวเพศและสถานของผู้ใช้งาน การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติการแจกแจงความถี่ (Frequency) ในรูปของค่าร้อยละ

2) ข้อมูลที่ได้จากแบบประเมินที่เป็นมาตราส่วนประมาณค่า การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติการหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

3) แบบประเมินที่ใช้เป็นแบบมาตรฐานในลักษณะมาตรวัดประมาณค่า (Rating Scale) กำหนดเกณฑ์การให้คะแนนการประมาณค่า 5 ระดับ ซึ่งกำหนดตามแนวทางของลิเคิร์ต (Likert Scale) ตามเอกสารของธานินทร์ ศิลป์จารุ (2551) ผู้ตอบแบบสอบถามจะให้คะแนนตามระดับความพึงพอใจของผู้ใช้งานที่มีต่อเว็บไซต์ร้านอาหารที่พัฒนาขึ้น โดยใช้คะแนนการแปลผลข้อมูลมีความหมาย (ไพฑูรย์ โพธิ์สาร, 2547) ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00	คือ ความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.51 – 4.50	คือ ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก
ค่าเฉลี่ย 2.51 – 3.50	คือ ความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.51 – 2.50	คือ ความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.50	คือ ความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อยที่สุด

4. ผลการวิจัย

4.1 ผลการพัฒนาเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ร้านอาหาร กรณีศึกษาข้าวต้มโอเค จังหวัดเพชรบูรณ์

ได้แบ่งผู้ใช้งานออกเป็น 3 ส่วน คือ 1) ส่วนของสมาชิก 2) ส่วนของผู้ดูแลระบบ และ 3) ส่วนของผู้ใช้งานทั่วไป โดยแสดงผลหน้าแรกของเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ร้านอาหาร ซึ่งแสดงข้อมูลหน้าหลักประกอบด้วย ข้อมูลเมนู จองห้องอาหาร รูปภาพ เกี่ยวกับเรา และเข้าสู่ระบบ แสดงดังภาพที่ 5-9

ส่วนของสมาชิกเป็นหน้าจอกการเข้าสู่ระบบการใช้งานหน้าล็อกอิน หากผู้ใช้งานทั่วไปต้องการสมัครสมาชิก ดังภาพที่ 10 ผู้ใช้งานเป็นสมาชิกสามารถใช้งานโดยการกรอกชื่อและรหัสผ่านให้ถูกต้อง ถ้าหากกรอก Username หรือ Password ไม่ถูกต้อง จะไม่สามารถเข้าใช้งานระบบได้ ภาพที่ 9 หน้าจอเมนูหลักเข้าสู่ระบบจากภาพที่ 11 เมื่อผู้ใช้งานกรอก Username และ Password ถูกต้อง จะเข้าสู่หน้าจอหลักของเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ร้านข้าวต้มโอเค แสดงชื่อสมาชิกส่วนหน้าจอหลัก ประกอบด้วย ข้อมูลหลัก ข้อมูลจองห้อง ข้อมูลรูปภาพ ข้อมูลความคิดเห็นและเกี่ยวกับร้าน ผู้ใช้งานประเภทสมาชิกสามารถแสดงความคิดเห็น การจองห้องอาหาร แก้ไขข้อมูลส่วนตัว และผู้ใช้งานทั่วไปสามารถเรียกดูข้อมูลเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ร้านข้าวต้มโอเคได้อย่างเดียว

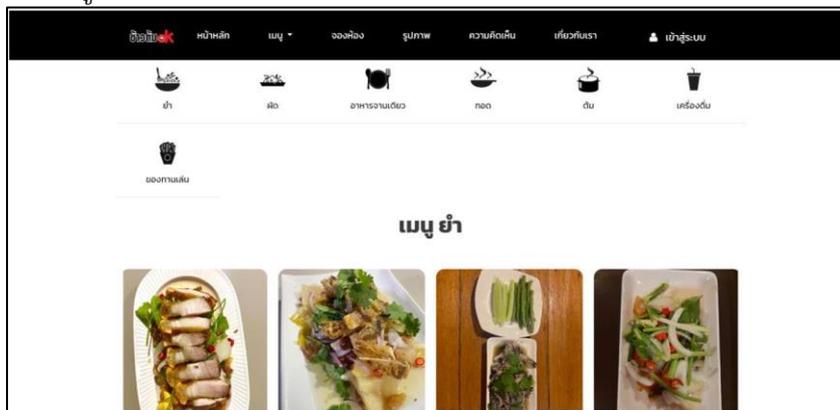
ภาพที่ 5

หน้าหลักเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์



ภาพที่ 6

หน้าเมนู



ภาพที่ 7

หน้าจอห้องอาหาร



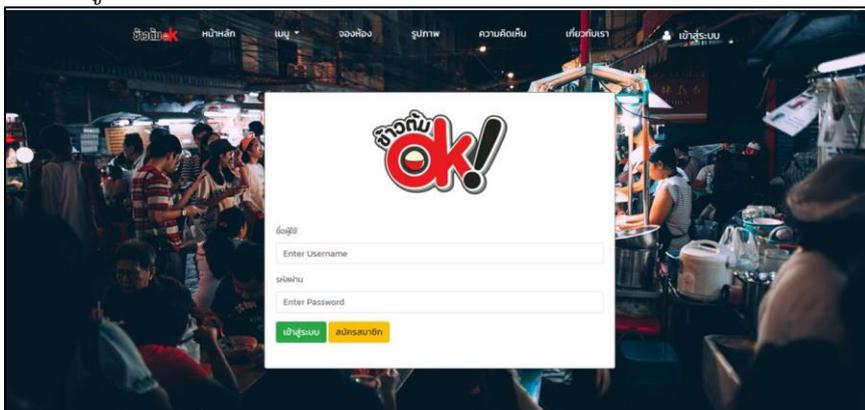
ภาพที่ 8

หน้าเมนูเกี่ยวกับเรา

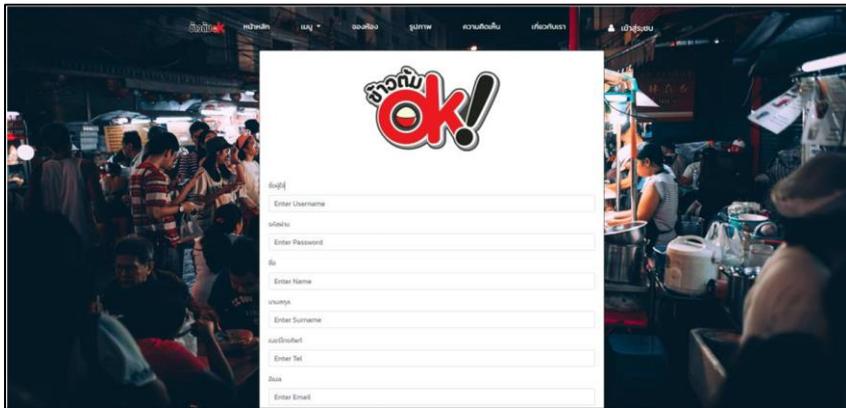


ภาพที่ 9

หน้าเข้าสู่ระบบ



ภาพที่ 10
หน้าสมัครสมาชิก



ภาพที่ 11
หน้าหลักเว็บไซต์ของสมาชิก



ส่วนของผู้ดูแลระบบสามารถจัดการข้อมูลต่าง ๆ เมื่อผู้ใช้งานกรอก Username และ Password ถูกต้อง จะเข้าสู่หน้าจอหลักของเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ร้านช่าวติมโอเค แสดงชื่อแอดมินส่วนหน้าจอหลัก ประกอบด้วย ข้อมูลหน้าหลัก ข้อมูลอาหาร ข้อมูลจองห้อง ข้อมูลรูปภาพ ข้อมูลความคิดเห็น ข้อมูลเกี่ยวกับร้าน และข้อมูลสมาชิก สามารถเพิ่ม ลบ แก้ไขข้อมูล และบันทึกข้อมูล ดังภาพที่ 12-13

ภาพที่ 12
หน้าจัดการข้อมูลอาหาร

ลำดับที่	ชื่ออาหาร	ประเภท	ราคา	สถานะ	สถานะ	รูปถ่าย	ตัวเลือก
1	ข้าวหมูกรอบ	ยำ	150.00	พร้อม	ไม่มี	0	
2	ข้าวหมูสับ	ยำ	100.00	พร้อม	ไม่มี	0	
3	ข้าวหมูทอด	ยำ	100.00	พร้อม	ไม่มี	0	
4	ข้าวหมูดาว	ยำ	100.00	พร้อม	ไม่มี	0	

ภาพที่ 13

หน้าจัดการข้อมูลจองห้องอาหาร

ลำดับที่	ชื่อ-นามสกุล	อีเมล	เบอร์โทรศัพท์	รายละเอียดการจอง	สถานะการจอง	วัน - เวลา	ตัวเลือก
1	ณัฐพร ขุนทางธรรณ	st6411021910106@pcru.ac.th	0936182279		จองแล้ว	วันที่ 20 July 2024 เวลาเช็คอิน 19:00 เวลาเช็คเอาท์ 04:00	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
2	ณัฐพร ขุนทางธรรณ	st6411021910106@pcru.ac.th	0936182279		รอรับเงิน	วันที่ 27 July 2024 เวลาเช็คอิน 18:00 เวลาเช็คเอาท์ 19:00	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
3	ณัฐพร ขุนทางธรรณ	st6411021910106@pcru.ac.th	0936182279		รอรับเงิน	วันที่ 27 July 2024 เวลาเช็คอิน 20:00 เวลาเช็คเอาท์ 03:00	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
4	ณัฐพร ขุนทางธรรณ	st6411021910106@pcru.ac.th	0936182279		รอรับเงิน	วันที่ 26 July 2024 เวลาเช็คอิน 17:00 เวลาเช็คเอาท์ 18:00	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
5	ณัฐพร ขุนทางธรรณ	st6411021910106@pcru.ac.th	0936182279		รอรับเงิน	วันที่ 26 July 2024 เวลาเช็คอิน 19:00 เวลาเช็คเอาท์ 20:00	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
6	ณัฐพร ขุนทางธรรณ	st6411021910106@pcru.ac.th	0936182279		รอรับเงิน	วันที่ 26 July 2024 เวลาเช็คอิน 21:00	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>

4.2 ผลการประเมินคุณภาพของเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ร้านอาหาร กรณีศึกษาร้านข้าวต้มโอเค จังหวัดเพชรบูรณ์

ตารางที่ 1

ผลการประเมินคุณภาพของเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ร้านอาหาร

รายการประเมิน	\bar{x}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1) ด้านความสามารถในการทำงานของระบบ	4.53	0.52	มากที่สุด
2) ด้านฟังก์ชันการทำงานของระบบ	4.67	0.49	มากที่สุด
3) ด้านการใช้งานระบบ	4.87	0.35	มากที่สุด
4) ด้านความปลอดภัยของระบบ	4.80	0.41	มากที่สุด
รวม	4.72	0.45	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 แสดงผลการประเมินคุณภาพของเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ร้านอาหาร โดยผู้เชี่ยวชาญพบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}=4.72$, S.D.=0.45) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านการใช้งานระบบโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}=4.87$, S.D.=0.35) ด้านความปลอดภัยของระบบโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}=4.80$, S.D.=0.41) ด้านฟังก์ชันการทำงานของระบบโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}=4.67$, S.D.=0.49) และด้านความสามารถในการทำงานของระบบโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}=4.53$, S.D.=0.52)

4.3 ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ที่มีต่อเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ร้านอาหาร กรณีศึกษาร้านข้าวต้มโอเค จังหวัดเพชรบูรณ์

ตารางที่ 2

ผลความพึงพอใจของผู้ใช้ที่มีต่อเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ร้านอาหาร

รายการประเมิน	\bar{x}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ด้านความสามารถในการทำงานของระบบ	4.72	0.52	มากที่สุด
1.1 ความสามารถของระบบในการจัดการข้อมูล	4.71	0.52	มากที่สุด
1.2 ความสามารถของระบบในการนำเสนอข้อมูล	4.72	0.51	มากที่สุด
1.3 การจัดวางส่วนต่าง ๆ บนหน้าจอดีความเหมาะสม	4.72	0.55	มากที่สุด
1.4 ความถูกต้องในการเชื่อมโยงหน้าเว็บ	4.75	0.48	มากที่สุด
1.5 ระบบตรงตามความต้องการของผู้ใช้งาน	4.69	0.53	มากที่สุด
2. ด้านฟังก์ชันการทำงานของระบบ	4.77	0.48	มากที่สุด
2.1 ความถูกต้องของการทำงานระบบ	4.77	0.51	มากที่สุด
2.2 ความถูกต้องของระบบในการจัดประเภทของข้อมูลสินค้า	4.78	0.46	มากที่สุด
2.3 การสมัครสมาชิกเข้าใช้งานตรงตามความของผู้ใช้	4.76	0.47	มากที่สุด
2.4 ความถูกต้องของการลงชื่อเข้าใช้งาน	4.75	0.48	มากที่สุด
2.5 ความถูกต้องของการเพิ่มลบ แก้ไข ข้อมูลความคิดเห็น	4.78	0.50	มากที่สุด
3. ด้านการใช้งานระบบ	4.75	0.47	มากที่สุด
3.1 การเข้าถึงข้อมูลต่าง ๆ ในระบบมีความสะดวก	4.72	0.51	มากที่สุด
3.2 ระบบง่ายต่อการใช้งาน	4.70	0.50	มากที่สุด
3.3 ข้อความที่แสดงบนจอภาพมีขนาดและสีตัวอักษรที่ชัดเจน	4.76	0.45	มากที่สุด
3.4 ขนาดของภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหวที่แสดงบนหน้าจอดีความเหมาะสม	4.78	0.46	มากที่สุด
3.5 ความสวยงามในการออกแบบหน้าจอ	4.79	0.43	มากที่สุด
4. ด้านความปลอดภัยของระบบ	4.78	0.45	มากที่สุด
4.1 ความปลอดภัยของการเข้าถึงข้อมูล	4.75	0.46	มากที่สุด
4.2 การกำหนดสิทธิ์ในการเข้าใช้งานในระบบ	4.81	0.42	มากที่สุด
4.3 การควบคุมการใช้งานตามสิทธิ์ผู้ใช้อย่างถูกต้อง	4.76	0.47	มากที่สุด
4.4 มีการแจ้งเตือน ข้อผิดพลาดต่าง ๆ ระหว่างใช้งาน	4.78	0.46	มากที่สุด
4.5 การตรวจสอบสิทธิ์ก่อนใช้งานของผู้ใช้ระบบในระดับต่าง ๆ	4.80	0.43	มากที่สุด
รวม	4.75	0.48	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 แสดงผลการศึกษาความพึงพอใจ พบว่า กลุ่มผู้ใช้งาน มีความพึงพอใจที่มีต่อประสิทธิภาพการใช้งานเว็บไซต์โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{x} =4.75, S.D.=0.48) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านความปลอดภัยของระบบโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{x} =4.78, S.D.=0.45) ด้านฟังก์ชันการทำงานของระบบโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{x} =4.77, S.D.=0.48) ด้านการใช้งานระบบโดยภาพ

รวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.75$, S.D.=0.47) และด้านความสามารถในการทำงานของระบบโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.72$, S.D.=0.52)

5. สรุปผลและอภิปรายผล

5.1 สรุปผล

การนำเสนอผลการวิจัยแบ่งตามวัตถุประสงค์ ดังนี้ 1) พัฒนาเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ร้านอาหาร วิทยาลัยการศึกษาร้านข้าวต้มโอเค จังหวัดเพชรบูรณ์ ในการศึกษาผู้วิจัยใช้หลักการออกแบบและพัฒนาระบบซึ่งประยุกต์โดยใช้กระบวนการของวงจรการพัฒนาแบบ (System Development Life Cycle: SDLC) ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน คือ การวางแผนระบบ การวิเคราะห์ระบบ การออกแบบระบบ การพัฒนาทดสอบระบบ และการนำระบบไปใช้ จากผลการวิเคราะห์และออกแบบให้ระบบกำหนดผู้ใช้งานออกเป็น 3 ส่วน คือ 1) สมาชิกสามารถจัดการแก้ไขข้อมูลส่วนตัว เรียกดูข้อมูลสินค้า จองห้องพักอาหาร และแสดงความคิดเห็น 2) ผู้ใช้งานเว็บไซต์ทั่วไปสามารถเรียกดูข้อมูล และ 3) ผู้ดูแลระบบสามารถจัดการข้อมูลหลักของเว็บไซต์ เนื่องจากสิทธิ์ของผู้ดูแลระบบสามารถดำเนินการได้ทั้งหมดสามารถจัดการข้อมูลผู้ใช้งาน จัดการหน้าเมนู จัดการข้อมูลรูปภาพ จัดการข้อมูลจองห้อง จัดการข้อมูลความคิดเห็นและจัดการข้อมูลเกี่ยวกับเรเวนเว็บไซต์ เป็นต้น ซึ่งการจัดการข้อมูลสามารถจัดการได้ 4 แบบ คือ การเพิ่มข้อมูล (Insert) การลบข้อมูล (Delete) การแก้ไขข้อมูล (Update) และการเรียกดูข้อมูล (Select) เป็นการจัดการข้อมูลโดยเชื่อมโยงกับฐานข้อมูล 2) ผลการประเมินคุณภาพของเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ร้านอาหาร วิทยาลัยการศึกษาร้านข้าวต้มโอเค จังหวัดเพชรบูรณ์ พบว่า ประเมินคุณภาพของเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ร้านอาหารโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และ 3) ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ที่มีต่อเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ร้านอาหาร วิทยาลัยการศึกษาร้านข้าวต้มโอเค จังหวัดเพชรบูรณ์ พบว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้ที่มีต่อเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ร้านอาหารโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด

5.2 อภิปรายผล

1) การพัฒนาเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ร้านอาหารวิทยาลัยการศึกษาร้านข้าวต้มโอเค จังหวัดเพชรบูรณ์ มีกระบวนการพัฒนาเว็บไซต์ 5 ขั้นตอน ประกอบด้วย การวางแผนระบบ การวิเคราะห์ระบบ การออกแบบระบบ การพัฒนาทดสอบระบบ และการนำระบบไปใช้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของโอภาส เอี่ยมสิริวงศ์ (2560) ส่วนผู้ดูแลระบบและสมาชิกได้รับการออกแบบและพัฒนาให้มีมาตรการด้านความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว โดยมีการควบคุมการเข้าถึงเพื่อปกป้องความลับและความถูกต้องของข้อมูล กระบวนการหลักประกอบด้วย 2 ขั้นตอน ได้แก่ การยืนยันตัวตนของผู้ที่เข้าถึงข้อมูล และการตรวจสอบสิทธิ์การใช้งาน พร้อมทั้งอนุญาตให้ปฏิบัติตามสิทธิ์ที่ได้รับผ่านกระบวนการลงชื่อเข้าใช้งาน และลงชื่อออกจากระบบ สอดคล้องกับจตุชัย แพงจันทร์ (2553) ทั้งนี้งานวิจัยของฟ้า วิไลขำ และคณะ (2567) มีการพัฒนาเว็บแอปพลิเคชันเพื่อประชาสัมพันธ์เส้นทางท่องเที่ยวชุมชน จังหวัดสุโขทัย ได้พัฒนาเว็บแอปพลิเคชันตามขั้นตอนของกระบวนการพัฒนาระบบ (SDLC) โดยเริ่มต้นจากการระบุความต้องการของผู้ใช้งาน รวบรวมข้อมูล จากนั้นนำข้อมูลมาวิเคราะห์ ออกแบบระบบ และดำเนินการพัฒนาเว็บแอปพลิเคชันอย่างเป็นระบบ ในขณะที่ณิชนันท์ จงใจสิทธิ์ และวัชรินทร์ ดิสุทธิ (2564) ได้พัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOP อำเภอผาขาว จังหวัดเลย มีวัตถุประสงค์ในการออกแบบเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOP เนื่องจากสามารถนำข้อมูลต่าง ๆ เข้าสู่หน้าเว็บไซต์ และเผยแพร่สู่สาธารณะเพื่อให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางมากยิ่งขึ้น ซึ่งกุลชลี จงเจริญและคณะ (2564) ได้มีการพัฒนาเว็บไซต์สาขาวิชาศึกษาศาสตร์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความต้องการจำเป็นในการพัฒนาเว็บไซต์ โดยเน้นด้านเนื้อหา การเชื่อมโยงข้อมูล และการออกแบบที่เหมาะสม เป็นกระบวนการจัดการข้อมูลที่ครอบคลุมตั้งแต่การนำเข้าข้อมูล การค้นหา

การปรับปรุง และการลบข้อมูล รวมถึงการประมวลผลระบบ การครอบคลุมทุกส่วนของระบบงาน และการป้องกันความผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้น

2) ผลการประเมินคุณภาพของเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ร้านอาหาร กรณีศึกษาร้านข้าวต้มโอเค จังหวัดเพชรบูรณ์ โดยผู้เชี่ยวชาญในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีด้านการใช้งานระบบ ด้านความปลอดภัยของระบบ ด้านฟังก์ชันการทำงานของระบบ และด้านความสามารถในการทำงานของระบบ สามารถนำเว็บไซต์ไปใช้ในการประชาสัมพันธ์ที่นำเสนอข้อมูลของร้านอาหาร สอดคล้องกับแนวคิดของกิตติ ภัคดีวัฒนกุล (2541) การออกแบบเว็บไซต์ที่มีคุณภาพ ควรคำนึงถึงการทำงานของระบบทั้ง 4 ด้าน ในขณะที่งานวิจัยของ ชัชวาล ชันติคเสนชาติ และพรภรณ์ สมษา (2563) ได้มีการพัฒนาระบบสารสนเทศผู้ใช้บริการศูนย์บริการทางการแพทย์แผนไทยและแพทย์ทางเลือก ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี พบว่าระบบที่พัฒนาขึ้นได้มีการประเมินด้านความสามารถการทำงานตามความต้องการผู้ใช้ ด้านการประเมินด้านหน้าที่ของโปรแกรม ด้านการใช้งานของโปรแกรม และการประเมินด้านความปลอดภัย อยู่ในระดับดีมาก

3) ผลการประเมินความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพการใช้งานเว็บไซต์ร้านข้าวต้มโอเค โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ผู้ใช้งานสามารถเรียกดูการแสดงผลหน้าแรกของเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ร้านอาหาร สามารถเพิ่ม ลบ แก้ไขข้อมูลสินค้า ข้อมูลหมวดหมู่สินค้า ข้อมูลเกี่ยวกับร้าน ข้อมูลความคิดเห็น ข้อมูลการจองห้องอาหาร และข้อมูลของสมาชิก ที่มีการกำหนดสถานะของผู้ใช้งาน เว็บไซต์ที่มีรูปแบบการเข้าถึงที่สะดวก ใช้งานง่าย และผู้ใช้งานให้ความสำคัญในด้านความปลอดภัย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของจตุชัย แพงจันทร์ (2553) มีการยืนยันตัวตนของผู้ที่เข้าถึงข้อมูล การตรวจสอบสิทธิ์การใช้งาน พร้อมทั้งได้รับผ่านกระบวนการลงชื่อเข้าใช้งาน และลงชื่อออกจากระบบ มีความปลอดภัยการใช้งาน สามารถช่วยแก้ไขปัญหาการดำเนินงานของระบบเดิมที่เป็นอยู่ ทำให้การดำเนินงานของร้านมีความสะดวก เป็นการให้บริการผ่านระบบออนไลน์ที่สอดคล้องกับรูปแบบการทำงานในยุคดิจิทัลปัจจุบัน ในขณะที่งานวิจัยของมินดา สะและรัต และคณะ (2567) ได้พัฒนาระบบจัดการวัตถุดิบสำหรับร้านเบเกอรี่ พบว่า ผู้ใช้งานสามารถเพิ่ม ลบ แก้ไข ข้อมูล จัดการข้อมูลวัตถุดิบ ข้อมูลผู้ใช้ ข้อมูลสินค้า เรียกดูรายการวัตถุดิบ และการเข้าใช้ระบบ อยู่ในระดับมากที่สุด

5.3 ข้อเสนอแนะ

1) ด้านความสามารถในการทำงานของระบบเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้งาน ควรพัฒนาระบบโดยการเพิ่มฟังก์ชันการค้นหาข้อมูลเมนูอาหารให้สามารถสะดวกต่อผู้ใช้งานได้

2) ควรเพิ่มหมวดหมู่อาหารหรือรายการเมนูให้หลากหลายยิ่งขึ้น เพื่อความหลากหลายในการให้บริการของลูกค้า และยกระดับการให้บริการ

6. เอกสารอ้างอิง

กฤษณพงศ์ เลิศบำรุงชัย. (2564, 12 พฤษภาคม). *การประชาสัมพันธ์ดิจิทัล*. <https://touchpoint.in.th/digital-public-relations/>

กิตติ ภัคดีวัฒนกุล. (2541). *สร้าง Web Page แบบมืออาชีพด้วย HTML*. ดวงกลมสมัย.

กุลชลี จงเจริญ, สกฤษฎ์พงษ์ ลิ้มปิยะเสียร, ทวีวัฒน์ วัฒนกุลเจริญ, วัฒนา มัคคสมัน, จริลลักษณ์ รัตนพันธ์, และ ศศิธร บัวทอง. (2564). การพัฒนาเว็บไซต์สาขาวิชาศึกษาศาสตร์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. *วารสารศึกษาศาสตร์ มสธ.*, 14(2), 46-58.

จตุชัย แพงจันทร์. (2553). *Master in Security 2nd Edition*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). โอดีซี.

จิตลดา คณีกุล. (2561). *กลยุทธ์การสื่อสารภาพลักษณ์องค์กรในยุคประเทศไทย 4.0 กรณีศึกษา*

กรมวิทยาศาสตร์บริการ. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ไม้ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

- ชลวรินทร์ แป้นสุวรรณ. (2561). ลักษณะทางกายภาพ ความไว้วางใจ คุณภาพการให้บริการ คุณค่าที่รับรู้ และความพึงพอใจ ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำและการบอกต่อของลูกค้าที่รับประทานอาหารบุฟเฟต์โรงแรมระดับ 4 ดาวขึ้นไป ในกรุงเทพมหานคร. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ชัชวาล ชันติคเชนชาติ และพรภรณ์ย์ สมขา. (2563). การพัฒนาระบบสารสนเทศผู้ใช้บริการศูนย์บริการทางการแพทย์แผนไทยและแพทย์ทางเลือกภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด*, 14(2), 153-164.
- ณิชนันท์ ใจใจสิทธิ์ และวัชรินทร์ ดีสุทธิ. (2564). การพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOP อำเภอผาขาว จังหวัดเลย. *วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย*, 16(57), 100-109.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2551). *การวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS*. (พิมพ์ครั้งที่ 9). บิสซิเนสอาร์แอนด์ดี.
- นิภาวรรณ สุนทรโอวาท. (2555). *ปัจจัยการออกแบบสภาพแวดล้อมของร้านอาหาร และระดับของร้านอาหารกรณีศึกษา: ร้านอาหารญี่ปุ่น*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ไพฑูริย์ โพธิสาร. (2547). มาตรการของลิเคอร์ท. *สารานุกรมศึกษาศาสตร์ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ*, 37(2547), 17-20.
- ฟ้า วิไลขำ, สุทธิญา ปานทอง, ดุจรวี กรรมถัน, และนางพะงา สุขโอสถ. (2567). การพัฒนาเว็บแอปพลิเคชันเพื่อประชาสัมพันธ์เส้นทางท่องเที่ยวชุมชน จังหวัดสุโขทัย. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 43(3), 433-444.
- มินดา สะและราด, สหสวรรษ บุตรตะโคตร, สุดา เขียวมนตรี, อรยา ปรีชาพานิช, และนิชากรณ์ พันธุ์คง. (2567). การพัฒนาระบบจัดการวัตถุดิบสำหรับร้านเบเกอรี่. *วารสารวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ*, 4(2), 8-94.
- ยุวดี มีพรปัญญาทวีโชค. (2553). *การเปรียบเทียบระดับคุณภาพการบริการของร้านกาแฟพรีเมียม แพรนไชส์ของต่างประเทศกับแพรนไชส์ของไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ยูนิลีเวอร์ ฟู้ด โซลูชันส์. (ม.ป.ป.). *10 กลยุทธ์วิธีการจัดการร้านอาหารเพื่อเพิ่มกำไรให้ร้านคุณ*. <https://shorturl.asia/jLZyK>.
- ลาภลอย วานิชอังกฤษ. (2552). *เรียนรู้ด้วยตนเอง Database/Query/T-SQL/Stored Procedure*. ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- วงไฉ มีเดียม. (2565, 26 พฤษภาคม). *7 วิธีทำการตลาดผ่าน Social Media สำหรับธุรกิจร้านอาหาร*. <https://foodstory.co/2022/05/26/7-social-media-marketing-tips-for-restaurants/>
- วิชัย เจริญธรรมานนท์. (2555). *แบบฝึกปฏิบัติชุดวิชาการจัดการห้องพักและการจัดการอาหารและเครื่องดื่ม (Room Division and Food and Beverage Management)*. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2565, 7 พฤศจิกายน). *รายได้ร้านอาหาร ปี 65-66 โต แม้ต้นทุนและการรักษากำไรยังท้าทาย*. <https://shorturl.asia/6tuUj>.
- สมจิตร อาจอินทร์ และงามนิจ อาจอินทร์. (2550). *หลักการวิเคราะห์และออกแบบระบบฐานข้อมูล*. ขอนแก่นการพิมพ์.
- สำนักงานจังหวัดเพชรบูรณ์. (2568). *แผนพัฒนาจังหวัดเพชรบูรณ์ 5 ปี (พ.ศ. 2566- 2570) รอบทบทวนประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2568*. <https://shorturl.asia/WqfvF>.

- สิทธิโชค วิรุณราช. (2559). *ประสิทธิภาพของเครื่องมือประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยบูรพา*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจ]. มหาวิทยาลัยบูรพา
- อัลทิเมท ดิจิทัล เซอร์วิส. (2562, 20 มีนาคม). *บทบาทหน้าที่ ประโยชน์ และความสำคัญของเว็บไซต์*.
<https://www.uds.co.th/article/2019/03/20/web-site/>
- แองก้า แบนด์ค็อก. (2568, 30 มกราคม). *6 กลยุทธ์การตลาดร้านอาหารที่เห็นผลจริงในปี 2025*.
<https://anga.co.th/marketing/restaurant-marketing/>
- โอกาส เอี่ยมสิริวงศ์. (2560). *การวิเคราะห์และออกแบบระบบ (ฉบับปรับปรุงเพิ่มเติม)*. ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- 1001click. (2565, 19 สิงหาคม). *เว็บไซต์ร้านอาหาร จุดขายสำคัญ สำหรับคนทำธุรกิจร้านอาหารยุคใหม่*.
<https://www.1001click.com/blog/restaurant-website-design>
- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2006). *Effective Public Relations* (9th ed.). Prentice-Hall.
- GRASP ASIA. (ม.ป.ป.). *ข้อดีของการมีเว็บไซต์สำหรับธุรกิจขนาดเล็ก*. <https://shorturl.asia/ulU2L>.
- Mindphp. (2560, 27 ตุลาคม). *รู้จักกับ Visual Studio Code (วิซวล สตูดิโอ โค้ด)*. <https://shorturl.asia/Nrqmx>.
- Nguyen, S. (2023). *The Development of A Responsive Website for Miyabi Sushi Restaurant*. [Unpublished Bachelor dissertation]. Centria University of Applied Sciences.
- Rank Social Digital. (2024, 14 พฤษภาคม). *เว็บไซต์มีความสำคัญอย่างไรกับธุรกิจอย่างไร?*.
<https://shorturl.asia/W7Osw>.
- Seolnwza. (2019, 31 ตุลาคม). *ใจความสำคัญของการทำเว็บไซต์และการมีเว็บไซต์*. <https://shorturl.asia/kqTfH>.