



การพัฒนาเว็บไซต์และสื่อมัลติมีเดียเพื่อเผยแพร่ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน
อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
Development of Web Design and Multimedia for the Dissemination
of Community-based Tourism Information of Bang Pa-in District,
Ayutthaya Province

อาจารย์สุมนา บุษบก
ผศ.ปวันนพัสตร์ ศรีทรงเมือง
ผศ.ดร.อาณัติ รัตนธิกุล
อาจารย์วรรษชา พรหมศิลป์

คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ สาขาวิชาระบบสารสนเทศ
ศูนย์พื้นที่อยุธยาห้าตรา
เงินกองทุนส่งเสริมงานวิจัย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2562
มิถุนายน 2563



การพัฒนาเว็บไซต์และสื่อมัลติมีเดียเพื่อเผยแพร่ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน
อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
Development of Web Design and Multimedia for the Dissemination
of Community-based Tourism Information of Bang Pa-in District,
Ayutthaya Province

อาจารย์สุมนา บุษบก

สาขาระบบสารสนเทศและคอมพิวเตอร์ธุรกิจ
คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ

ผศ.ปวันนพัสตร์ ศรีทรงเมือง

สาขาระบบสารสนเทศและคอมพิวเตอร์ธุรกิจ
คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ

ผศ.ดร.อาณัติ รัตนธิกุล

สาขาระบบสารสนเทศและคอมพิวเตอร์ธุรกิจ
คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ

อาจารย์วรรษชา พรหมศิลป์

สาขาการท่องเที่ยวและสาขาวิชาการโรงแรม
คณะศิลปศาสตร์

คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ สาขาวิชาระบบสารสนเทศ

ศูนย์พื้นที่อยุธยาห้าตรา

เงินกองทุนส่งเสริมงานวิจัย ประจำปีการศึกษา พ.ศ. 2562

มิถุนายน 2563

ชื่อเรื่อง	การพัฒนาเว็บไซต์และสื่อมัลติมีเดียเพื่อเผยแพร่ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
ผู้วิจัย	นางสุนนา บุชบก สาขาระบบสารสนเทศและคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจและ เทคโนโลยีสารสนเทศ ผศ.ปวันนพัสตร์ ศรีทรงเมือง สาขาระบบสารสนเทศและคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ ผศ.ดร.อาณัติ รัตนธิรกุล สาขาระบบสารสนเทศและคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะ บริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ นางสาววรรษา พรหมศิลป์ สาขาการท่องเที่ยวและสาขาวิชาการโรงแรม คณะศิลป ศาสตร์
แหล่งเงินทุน	เงินกองทุนส่งเสริมงานวิจัย
พ.ศ.	2552

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาเว็บไซต์และสื่อมัลติมีเดียเพื่อเผยแพร่ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว โดยชุมชน อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อหาคุณภาพและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อเว็บไซต์และสื่อมัลติมีเดียเพื่อเผยแพร่ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาและด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ จำนวน 5 คน นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 50 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้แก่ แบบประเมินคุณภาพเว็บไซต์และสื่อมัลติมีเดียเพื่อเผยแพร่ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว โดยชุมชน อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และแบบประเมินความพึงพอใจเว็บไซต์และสื่อมัลติมีเดียเพื่อเผยแพร่ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว โดยชุมชน อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัย พบว่า คุณภาพเว็บไซต์และสื่อมัลติมีเดียเพื่อเผยแพร่ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านเนื้อหาอยู่ในระดับที่มีคุณภาพมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.02 ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศอยู่ในระดับที่มีคุณภาพมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.11 และนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อพัฒนาเว็บไซต์และสื่อมัลติมีเดียอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.03

คำสำคัญ : เว็บไซต์ มัลติมีเดีย เผยแพร่ แหล่งท่องเที่ยว ชุมชน

Title	Development of Web Design and Multimedia for the Dissemination of Community-based Tourism Information of Bang Pa-in District, Ayutthaya Province
Researcher	Mrs. Sumana Budsabox Department Computing and Information Technology, Faculty of Business Administration and Information Technology, Rajamangala university of Technology Suvarnabhumi Assistant Professor Pavannaphat Srisongmuang Department Computing and Information Technology, Faculty of Business Administration and Information Technology, Rajamangala university of Technology Suvarnabhumi Assistant Professor Dr. Arnut Rattanatirakul Department Computing and Information Technology, Faculty of Business Administration and Information Technology, Rajamangala university of Technology Suvarnabhumi Miss Wanrasa promsin Tourism Program Faculty of Liberal Arts, Rajamangala university of Technology Suvarnabhumi
Source of Fund	Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi
Year	2019

Abstract

The objective of this research is to development of Web Design and Multimedia for the Dissemination of Community-based Tourism Information of Bang Pa-in District, Ayutthaya Province to find the quality and satisfaction of tourists towards Web Design and Multimedia for the Dissemination of Community-based Tourism Information of Bang Pa-in District, Ayutthaya Province. The sample subjects were content experts and information technology 5 people, 50 tourists who travel to Phra Nakhon Si Ayutthaya province. The tools used in this study were Website and Multimedia Quality Assessment Form for disseminating tourist attraction information by communities in Bang Pa-in District Phra Nakhon Si Ayutthaya. And satisfaction assessment forms for websites and multimedia to disseminate tourist attraction information by communities in Bang Pa-in District Phra Nakhon Si Ayutthaya. The statistics used for data analysis are Mean and standard deviation it was found that the efficiency of websites and multimedia to disseminate tourist information by communities Bang Pa-in Phra Nakhon Si Ayutthaya, the content is at a high quality level. With an average of 4.49, standard deviation is 0.02, and information technology at a very high quality level with an average of 4.37, standard deviation is 0.11 and a high level of satisfaction with tourists on website development and multimedia. With an average of 4.49, standard deviation is 0.03.

Keyword: Website Multimedia Dissemination Tourist attraction Community

กิตติกรรมประกาศ

คณะผู้วิจัยขอขอบพระคุณคณะกรรมการธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิที่ให้การสนับสนุนงบประมาณในการจัดงานวิจัยในครั้งนี้ ขอขอบพระคุณคุณนิธิ สืบพงษ์สังข์ กรรมการและเลขานุการสมาคมไทยท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ อีกทั้ง อาจารย์วรราชพรหมศิลป์ ที่เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา และ อาจารย์หทัยรัตน์ บุญเนตร อาจารย์สุวรรณรัมย์ อภัยพงศ์ นายสมักร อยู่ลอง ผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ที่คอยให้คำแนะนำและให้ข้อเสนอแนะในการวิจัยในครั้งนี้ รวมทั้งทีมงานวิจัยทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการดำเนินงานวิจัยเสมอมา จนงานวิจัยนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ขอกราบขอบพระคุณผู้ใหญ่บ้านตำบลสามเรือน นายณัฐพล รื่นถวิล ที่ให้การสนับสนุนและอำนวยความสะดวกในการลงพื้นที่ถ่ายทำวิดีโอ อีกทั้งคอยให้คำแนะนำข้อมูลให้ความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ภายในชุมชน ตลอดระยะเวลาที่มีการถ่ายทำวิดีโอ จนงานวิจัยนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

สุมนา บุซบก
ผศ.ปวันนพัสตร์ ศรีทรงเมือง
ผศ.ดร.อาณัติ รัตนธิกุล
วรราช พรหมศิลป์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ข
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ค
กิตติกรรมประกาศ	ง
สารบัญ	จ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพประกอบ	ซ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	2
1.3 ขอบเขตของการวิจัย	3
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ	3
บทที่ 2 ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	4
2.1 จังหวัดพระนครศรีอยุธยา	4
2.2 หลักการของการพัฒนาท่องเที่ยวโดยชุมชน	5
2.3 หลักการออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์	7
2.4 แนวคิดหรือทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์	9
2.5 ทฤษฎีการประเมินความพึงพอใจ	19
บทที่ 3 วิธีการดำเนินงานวิจัย	22
3.1 ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง	22
3.2 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย	22
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	22
3.4 ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ	23
3.5 วิธีการดำเนินงานวิจัย	25
3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์	26
บทที่ 4 ผลการดำเนินงานวิจัย	27
4.1 ผลการพัฒนาเว็บไซต์และสื่อมัลติมีเดียเพื่อเผยแพร่ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา	27
4.2 ผลการประเมินคุณภาพของเว็บไซต์และสื่อมัลติมีเดียเพื่อเผยแพร่ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว โดยชุมชน อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา	32
4.3 ผลการประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อเว็บไซต์และสื่อมัลติมีเดีย เพื่อเผยแพร่ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา	33
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	34
5.1 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	34
5.2 สรุปผลการวิจัย	34

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
5.3 อภิปรายผล	34
5.4 ข้อเสนอแนะ	35
บรรณานุกรม	36
ภาคผนวก	38
ก. เว็บไซต์และสื่อมัลติมีเดียเพื่อเผยแพร่ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนอำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา	39
ข. การลงพื้นที่ถ่ายทำในสถานที่ต่างๆ	42
ประวัติคณะผู้วิจัย	46

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
4-1 ผลการประเมินคุณภาพเว็บไซต์และสื่อมัลติมีเดียเพื่อเผยแพร่ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว โดยชุมชน อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านเนื้อหา	32
4-2 ผลการประเมินคุณภาพเว็บไซต์และสื่อมัลติมีเดียเพื่อเผยแพร่ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว โดยชุมชน อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ	32
4-3 ผลการประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อเว็บไซต์และสื่อมัลติมีเดีย เพื่อเผยแพร่ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา	33

สารบัญภาพประกอบ

ภาพ	หน้า
3-1 โครงสร้างของเว็บไซต์	24
4-1 ภาพมุมสูงวัดไชยวัฒนาราม	27
4-2 หุ่นขี้ผึ้งบ้านคลองทราย	27
4-3 ตลาดน้ำกรุงศรี	28
4-4 ฟังกิจกรรมชุมชนสามเรือน	28
4-5 One Day Trip ที่สามเรือน	28
4-6 องค์การบริหารส่วนตำบลสามเรือน	29
4-7 กิจกรรมนั่งรถรางท่องเที่ยวภายในชุมชน	29
4-8 กิจกรรมลงพื้นที่ชมเกษตรชุมชน	29
4-9 หน้าหลักของเว็บไซต์	30
4-10 เมนูหลักของเว็บไซต์	30
4-11 ประวัติพระนครศรีอยุธยา	30
4-12 สถานที่ท่องเที่ยว	30
4-13 ที่พักโรงแรม	31
4-14 ร้านอาหาร	31
4-15 กิจกรรมสามเรือน	31
4-16 กิจกรรมวัดทองบ่อ	31
4-17 หน้าแอปพลิเคชัน AyutthayaBot	32

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา

พระนครศรีอยุธยา เป็นจังหวัดหนึ่งในภาคกลางซึ่งเป็นเขตเศรษฐกิจที่สำคัญ โดยมีผลิตภัณฑ์มวลรวมของจังหวัดมีมูลค่าสูงเป็นอันดับ 3 ของประเทศ และมีประวัติศาสตร์ความเป็นมาที่ยาวนาน เคยมีชื่อเสียงในฐานะเป็นแหล่งปลูกข้าวที่สำคัญ จังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นจังหวัดที่ไม่มีอำเภอเมือง มีอำเภอพระนครศรีอยุธยาเป็นศูนย์กลางการบริหารจัดการด้านต่าง ๆ ชาวบ้านโดยทั่วไปนิยมเรียกอีกชื่อหนึ่งว่า "กรุงเก่า" หรือ "เมืองกรุงเก่า" ปัจจุบันจังหวัดพระนครศรีอยุธยาประกอบด้วย 16 อำเภอ ได้แก่ อำเภอพระนครศรีอยุธยา อำเภอบางบาล อำเภอบางปะอิน อำเภอบางปะหัน อำเภอผักไห่ อำเภอภาชี อำเภอลาดบัวหลวง อำเภอมั่นขวัญน้อย อำเภอเสนา อำเภอบางซ้าย อำเภออุทัย อำเภอเมืองมหาราช และอำเภอบ้านแพรก การปกครองส่วนท้องถิ่น มีจำนวนทั้งสิ้น 158 แห่ง แบ่งออกเป็น องค์การบริหารส่วนจังหวัด 1 แห่ง เทศบาลนคร 1 แห่ง เทศบาลเมือง 4 แห่ง เทศบาลตำบล 31 แห่ง และ องค์การบริหารส่วนตำบล 121 แห่ง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งประกอบไปด้วย บ้านลาดชะโด บ้านไทรน้อย บ้านบางซ้าย บ้านพลับ บ้านป้อม คลองตะเคียน คลองจิก ภูเขาทอง บ้านต้นโพธิ์ บ้านเกาะเกิด บ้านอุทัย เกาะเรียน บ้านรางจระเข้

การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community – Based Tourism – CBT) เป็นเครื่องมือสร้างความเข้มแข็งขององค์กรชาวบ้านในการจัดการทรัพยากร ธรรมชาติและวัฒนธรรม โดยกระบวนการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ให้ชุมชนได้มีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางการพัฒนาและได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยว แนวคิดของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน มีองค์ประกอบหลักของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน (สถาบันการท่องเที่ยวโดยชุมชน,2559) อันประกอบด้วย 4 ด้าน คือ

1. ด้านทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม ชุมชนมีฐานทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ มีวิถีการผลิตที่พึ่งพาและใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน ตลอดจนชุมชนมีประเพณี วัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น
2. องค์กรชุมชน ชุมชนมีระบบสังคมที่เข้าใจกัน มีผู้มีความรู้ ทักษะในเรื่องต่างๆ ชุมชนรู้สึกเป็นเจ้าของและเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนา
3. การจัดการ ชุมชนมีกฎ กติกาในการจัดการสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม และการท่องเที่ยว มีการกระจายผลประโยชน์ที่เป็นธรรม มีกองทุนที่เอื้อประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของชุมชน
4. การเรียนรู้ ลักษณะของกิจกรรมการท่องเที่ยวสามารถสร้างการรับรู้ และความเข้าใจในวิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่แตกต่าง มีระบบการจัดการให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ระหว่างชาวบ้านกับผู้มาเยือน ตลอดจนสร้างจิตสำนึกเรื่องการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ทั้งในส่วนของชาวบ้านและผู้มาเยือน

ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต้องอาศัยช่องทางการประชาสัมพันธ์เป็นกลไกสำคัญในการดำเนินงานองค์การบริหารการท่องเที่ยวจำเป็นต้องมีกลยุทธ์การสื่อสารตามเป้าหมายของกิจกรรม อาศัยการ

ประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (Carment,2009) การท่องเที่ยวเปรียบเสมือนสินค้าและบริการชนิดหนึ่ง สำหรับประเทศไทยนั้น มีการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเป็นหน่วยงานหลักที่รับผิดชอบในการวางแผนและดำเนินนโยบาย เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวไทย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจึงได้จัดสรรงบประมาณเพื่อการส่งเสริมการขายและการประชาสัมพันธ์ขึ้น (ชนกพล ชัยรัตน์ศักดา,2556, น.5) กลยุทธ์การนำเสนอสารประชาสัมพันธ์ต่างๆ เป็นกลไกสำคัญที่จะกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาร่วมกิจกรรมท่องเที่ยว เพื่อมุ่งไปสู่เป้าประสงค์หลักของแผนการท่องเที่ยว คือสร้างกระแสให้เกิดการตัดสินใจของการเดินทางท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดทัศนคติเชิงบวกต่อแหล่งท่องเที่ยวและผู้จัดงาน ตลอดจนสร้างกระแสนิยมในการท่องเที่ยว นำไปสู่การสร้างความรักดีของนักท่องเที่ยวทั้งในรูปแบบของการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำและการแนะนำบอกต่อรวมทั้งมุ่งสู่เป้าหมายปลายทางคือการทำให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์จากการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย (อรวิ บุนนาค,2558)

จากความสำเร็จที่ได้กล่าวมาข้างต้นของการประชาสัมพันธ์ว่าเป็นกลไกในการดำเนินงานองค์การการท่องเที่ยวซึ่งเป็นกลยุทธ์การสื่อสารตามเป้าหมายของกิจกรรม โดยการอาศัยการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ผู้วิจัยจึงนำความรู้ความเชี่ยวชาญด้านการพัฒนาเว็บไซต์และสื่อมัลติมีเดียของทีมีวิจัย เพื่อไปพัฒนาชุมชนโดยการพัฒนาเว็บไซต์และสื่อมัลติมีเดียเพื่อเผยแพร่ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ข้างต้นผู้วิจัยได้มีการสอบถามข้อมูลเบื้องต้นจากคุณนิธิ สืบพงษ์สังข์ กรรมการและ เลขานุการสมาคมไทยท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ ได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชนของ อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ว่ายังขาดการประชาสัมพันธ์ ไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบของระบบฐานข้อมูล สื่อวีดิทัศน์ หรือสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ ทำให้ผู้วิจัยสามารถเข้าไปช่วยในส่วนของการพัฒนาเว็บไซต์และออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชน อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อถ่ายทอดความเข้มแข็งของวัฒนธรรมที่เป็นจุดขายที่สร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยวทั้งด้านวิถีชีวิต ประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่โดดเด่น มีเอกลักษณ์ของแต่ละชุมชน ในอำเภอบางปะอิน ผู้ที่สนใจสามารถเข้ามาชมเว็บไซต์ซึ่งเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว โดยเว็บไซต์ยังเก็บรวบรวมข้อมูลสำคัญๆ ของแต่ละชุมชนเป็นองค์ความรู้ที่ถ่ายทอดจากปราชญ์ชาวบ้านเพื่อส่งต่อให้กับลูกหลานได้เรียนรู้ต่อไปในอนาคต

1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

2.1 เพื่อพัฒนาเว็บไซต์และสื่อมัลติมีเดียเพื่อเผยแพร่ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

2.2 เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อเว็บไซต์และสื่อมัลติมีเดียเพื่อเผยแพร่ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

2.3 เพื่อหาคุณภาพของเว็บไซต์และสื่อมัลติมีเดียเพื่อเผยแพร่ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

2.4 เพื่อให้สื่อที่ถูกพัฒนาขึ้นสามารถสร้างแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวการท่องเที่ยวโดยชุมชน อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา อยู่ในระดับแรงจูงใจระดับมาก

1.3 ขอบเขตของโครงการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาข้อมูลเส้นทางการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อเก็บข้อมูลสำหรับการออกแบบสื่อมัลติมีเดียการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยมีขอบเขตการวิจัยดังนี้

1.3.1 ชุมชนที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นชุมชนในเขตอำเภอบางปะอิน ไม่น้อยกว่า 3 ชุมชน โดยในแต่ละชุมชนจะเลือกกิจกรรมเด่นๆ ของแต่ละชุมชนมาเพื่อถ่ายทอดซึ่งมีขอบเขตด้านเนื้อหาและกิจกรรมดังนี้

- 1.3.1.1 การท่องเที่ยวลิ้มรสอาหารพื้นบ้านที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
- 1.3.1.2 การท่องเที่ยววิถีปิ่นโต
- 1.3.1.3 การท่องเที่ยวเกษตรชุมชน
- 1.3.1.4 การท่องเที่ยววัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น
- 1.3.1.5 การท่องเที่ยววิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่แตกต่าง

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.4.1 ชุมชนได้เว็บไซต์และสื่อมัลติมีเดียเพื่อเผยแพร่ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

1.4.2 ได้เผยแพร่ผลงานวิจัยในระดับชาติ

1.4.3 มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเพิ่มมากขึ้น

1.4.4 ได้อนุรักษ์วิถีชีวิต ประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่โดดเด่นและมีเอกลักษณ์ของแต่ละชุมชนโดยการจัดเก็บข้อมูลในรูปแบบของระบบสารสนเทศ ไว้ให้คนรุ่นหลังได้เรียนรู้

1.5 นิยามศัพท์

1.5.1 เว็บไซต์ แหล่งข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งอาจเป็นข้อมูลของหน่วยงานทั้งราชการ เอกชน หรือบุคคล โดยรวมเก็บไว้ในเครื่องแม่ข่ายซึ่งต่อเข้ากับเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

1.5.2 ประชาสัมพันธ์ ติดต่อสื่อสารเพื่อส่งเสริมความเข้าใจอันถูกต้องต่อกัน

1.5.3 มัลติมีเดีย ระบบสื่อสารข้อมูลข่าวสารหลายชนิด

1.5.4 การท่องเที่ยวโดยชุมชน การท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม

บทที่ 2

ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเรื่องนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาเว็บไซต์และสื่อมัลติมีเดียเพื่อเผยแพร่ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อเว็บไซต์และสื่อมัลติมีเดียเพื่อเผยแพร่ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อหาคุณภาพของเว็บไซต์และสื่อมัลติมีเดียเพื่อเผยแพร่ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และเพื่อให้สื่อที่ถูกพัฒนาขึ้นสามารถสร้างแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวการท่องเที่ยวโดยชุมชน อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา อยู่ในระดับแรงจูงใจไม่น้อยกว่า 4.5 ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี หลักการและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยมีเนื้อหาครอบคลุมในด้านต่างๆ ดังนี้

- 2.1 จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
- 2.2 หลักการของการพัฒนาท่องเที่ยวโดยชุมชน
- 2.3 หลักการออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์
- 2.4 แนวคิดหรือทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิตสื่อ
- 2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
- 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

จังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นอดีตราชธานีที่ยาวนานที่สุดถึง 417 ปี เป็นดินแดนที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นทั้งด้านกายภาพ ประวัติศาสตร์และอารยธรรม มีโบราณสถานที่ยัง คงเหลืออยู่เป็นเครื่องบ่งชี้ถึงความรุ่งเรืองในอดีต องค์การศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (United Nation United Nations Educational Scientific and Cultural Organization : UNESCO) ได้รับอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาไว้เป็นมรดกโลกทางวัฒนธรรม เมื่อวันที่ 13 ธันวาคม 2534 เป็นผลให้จังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นเมืองที่มีนักท่องเที่ยว ทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศให้ความสนใจ เข้ามาเยี่ยมชมตลอดทั้งปี

จำนวนผู้มาเยี่ยมชมในปี 2557 เพิ่มขึ้นจากปี 2556 จำนวน 295,977 คน (จาก 6,698,561 คน เป็น 6,994,538 คน) เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.4 ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยว (ไม่พักค้างคืน) ร้อยละ 78 และ เป็นนักท่องเที่ยว (พักค้างคืน) ร้อยละ 22

สถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

1. บริเวณเกาะเมืองและพื้นที่โดยรอบ เขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา ได้แก่พระราชวังหลวงหรือพระราชวังโบราณ พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติเจ้าสามพระยา วัดพระศรีสรรเพชญ์ วิหารพระมงคลบพิตร วัดใหญ่ชัยมงคลวัดไชยวัฒนาราม วัดพนัญเชิงวรวิหาร ป้อมเพชร หมู่บ้านญี่ปุ่น ศูนย์ศึกษาประวัติศาสตร์อยุธยา อนุสรณ์สถาน แห่งความจงรักภักดี (ทุ่งหันตรา) เป็นต้น
2. บริเวณอำเภอบางปะอิน และอำเภอบางไทร เช่น พระราชวังบางปะอิน วัดนิเวศธรรมประวัติ ศูนย์ศิลปาชีพอ่างไทร
3. บริเวณอำเภอนครหลวง อำเภอท่าเรือ เช่น ปราสาทนครหลวง วัดสะตอที่มีพระพุทธรูปปางไสยาสน์ (นอน) ที่ยาวที่สุด และศิลปหัตถกรรมท้องถิ่น เช่น มีดอรัญญิก เป็นต้น

4. สถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ บริหารโดยเอกชน ได้แก่ ปางช้างแลเพนียด พิพิธภัณฑ์ล้านของเล่น ในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา

5. ตลาดน้ำที่ขึ้นชื่อได้แก่ ตลาดน้ำวัดคลองสระบัว ตลาดน้ำวัดท่าการ้อง และตลาดน้ำอโยธยา ในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา

6. การท่องเที่ยวแบบ Night Tour ล่องเรือชมแสงสว่างยามค่ำคืนกับบรรยากาศริมสายน้ำ เจ้าพระยา รอบเกาะเมือง ผ่านสถานที่สำคัญ วัด โบราณสถาน ที่ประดับไฟไว้อย่างงดงาม และชมวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของชาวบ้านริมน้ำ

2.2 หลักการของการพัฒนาท่องเที่ยวโดยชุมชน

2.2.1 ความหมายของการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community - Based Tourism) คือ การท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรมของชุมชน กำหนดทิศทางโดยชุมชน จัดการโดยชุมชน เพื่อชุมชน และชุมชนมีบทบาทเป็นเจ้าของในการจัดการ ดูแล เพื่อให้เกิดการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือน

2.2.2 องค์ประกอบของการท่องเที่ยวโดยชุมชน มี ๗ องค์ประกอบ

2.2.2.1 เมืองคร/กลไก ในการบริหารจัดการท่องเที่ยว

1. เมืองคร/กลไก ที่เกิดจากการรวมตัวของคนในชุมชน เพื่อเป็นแกนนำในการบริหารจัดการท่องเที่ยว

2. การมีส่วนร่วมของสมาชิกและชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยว

2.2.2.2 มีระบบการบริหารจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

1. มีระบบบริหารจัดการท่องเที่ยวของชุมชน และกฎกติกาที่ใช้ในการบริหารการท่องเที่ยว และสามารถเชื่อมโยงกับการพัฒนาด้านอื่นๆ ของชุมชน

2. การเสริมศักยภาพของคนในกลุ่มท่องเที่ยวและชุมชน

3. การปฏิบัติตามกฎระเบียบและรูปแบบที่ใช้สำหรับบริหารจัดการท่องเที่ยวของชุมชน

4. การตลาดและประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างรายได้ทางการท่องเที่ยวให้เกิดขึ้นกับชุมชนอย่างยั่งยืน

2.2.2.3 สนับสนุนการพัฒนาคุณภาพชีวิตและเศรษฐกิจของชุมชน

1. สนับสนุนการพัฒนาชุมชน

2. กระจายรายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยวชุมชนอย่างเป็นธรรมและสร้างโอกาสในการมีรายได้เสริม

2.2.2.4 ส่งเสริมวัฒนธรรมของชุมชน

1. กลุ่มท่องเที่ยวมีข้อมูลและความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมในท้องถิ่น

2. มีการถ่ายทอดวัฒนธรรมจากภายในสู่คนภายนอก

3. มีกฎ กติกา และแนวทางเพื่อเคารพและปกป้องวัฒนธรรมชุมชน

4. กลุ่มท่องเที่ยวมีการส่งเสริม อนุรักษ์ พื้นฟู และสืบทอดวัฒนธรรม

2.2.2.5 มีส่วนในการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมร่วมกับชุมชน

1. กลุ่มท่องเที่ยวมีข้อมูลด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

2. มีการออกแบบกิจกรรมท่องเที่ยวที่คำนึงถึงการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน

3. จัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนและอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพ

4. มีการป้องกัน จัดการ และแก้ไขปัญหาเฉพาะ

2.2.2.6 สร้างการเรียนรู้

1. กิจกรรมการท่องเที่ยวสามารถสร้างการเรียนรู้ ความเข้าใจในวิถีชีวิต และวัฒนธรรมของชุมชน ให้แก่ผู้มาเยือน

2. สร้างจิตสำนึกและองค์ความรู้ในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมทั้งคนในชุมชนและผู้มาเยือน

2.2.2.7 มีการบริการที่ดีและปลอดภัย ทั้งด้านที่พัก ยานพาหนะ นักสื่อความหมายท้องถิ่น เจ้าของบ้าน และการประสานงานที่ดีระหว่างกลุ่มในชุมชนเพื่อให้บริการ

2.2.3 ประโยชน์ที่ชุมชนได้รับจากการท่องเที่ยวโดยชุมชน

2.2.3.1 การท่องเที่ยวโดยชุมชนมีส่วนสนับสนุนการจัดการทรัพยากรธรรมชาติโดยชุมชน ความอยู่รอดของชุมชนขึ้นอยู่กับฐานทรัพยากรธรรมชาติวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชุมชน คนในชุมชนมีความเชื่อมโยงผูกพันกับทรัพยากร ดิน น้ำ ป่า การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นเครื่องมือในการส่งเสริมการจัดการทรัพยากรอย่างยั่งยืน สร้างความภาคภูมิใจให้กับชุมชนในการเผยแพร่ภูมิปัญญาในการจัดการทรัพยากร สร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยวให้ผู้มาเยือนมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ สร้างความร่วมมือของหน่วยงานในการทำงานเป็นพันธมิตรร่วมกับชุมชนในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

2.2.3.2 วิถีชีวิตและวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่บอกถึงอัตลักษณ์ความเป็นชุมชน ความเข้มแข็งของชุมชนจะทำให้ชุมชนสามารถปรับตัวให้อยู่ในสังคมที่ยังคงอนุรักษ์วัฒนธรรมและประเพณีให้สอดคล้องกับยุคสมัย มีการสืบทอดสู่คนรุ่นหลังได้อย่างต่อเนื่อง การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นเครื่องมือในการสร้างความภาคภูมิใจให้กับคนในชุมชนในการนำเสนอ “ของดี” ชุมชนให้คนภายนอกได้รับรู้ ทำให้เกิดการสืบค้นถ่ายทอด และฟื้นฟูวัฒนธรรมจากรุ่นสู่รุ่น ชุมชนมีการบริหารจัดการและร่วมกันกำหนดว่าวิถีชีวิตและวัฒนธรรมอะไรบ้างที่ ชุมชนพร้อมในการนำเสนอและสร้างการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือน ตลอดจนมีแนวทางปฏิบัติตัวสำหรับนักท่องเที่ยว การที่มีนักท่องเที่ยวสนใจแลกเปลี่ยนเรียนรู้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมคนท้องถิ่นเป็นตัวกระตุ้นอีกทางหนึ่งที่ทำให้ชุมชนเกิดความภาคภูมิใจ และมีชีวิตชีวาในการนำเสนอข้อมูล สามารถสร้างการมีส่วนร่วมให้กับนักท่องเที่ยวในกิจกรรมทางวัฒนธรรมของตน ทำให้เยาวชนคนรุ่นหลังเห็นคุณค่าของชุมชนตนเอง

2.2.3.3 การท่องเที่ยวโดยชุมชนมีส่วนสนับสนุนการพัฒนาคน ความภาคภูมิใจในความเป็นท้องถิ่น หรือชาติพันธุ์ ความร่วมมือและความสามัคคีของคนในชุมชน การมีพื้นที่ทางสังคม ได้รับการยอมรับจากคนภายนอก เป็นหัวใจสำคัญของการดำรงไว้ซึ่งความเป็นชุมชน การท่องเที่ยวโดยชุมชนช่วยให้คนในชุมชนได้มีส่วนร่วมและกำหนดบทบาทของชุมชนต่อการท่องเที่ยว มีกระบวนการในการจัดการความรู้ภายในชุมชน สร้างระบบในการบริหารจัดการและแก้ไขปัญหาการท่องเที่ยวภายในชุมชนโดยชุมชนเอง มีการพัฒนาทักษะและเพิ่มเติมความรู้ใหม่ให้กับสมาชิกในชุมชนในการบริหารจัดการท่องเที่ยว ให้คนในชุมชนมีความเชื่อมั่นในการนำเสนอปัญหาและความต้องการกับหน่วยงานภายนอก นำเสนอประสบการณ์และความสำเร็จในการพัฒนากับคนและหน่วยงานที่มาศึกษา ดูงาน นอกจากเป็นการพัฒนา “คนใน” แล้ว ยังให้การศึกษาแก่ “คนนอก” ด้วย

2.2.3.4 การท่องเที่ยวโดยชุมชนมีส่วนสนับสนุนเศรษฐกิจชุมชนและคุณภาพชีวิตคนท้องถิ่น การท่องเที่ยวเป็นการดึงคนจากภายนอกมาเรียนรู้ชุมชน แรงจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวเข้ามาในชุมชน คือ วิถีชีวิตที่แตกต่าง วัฒนธรรมดั้งเดิม และแหล่งท่องเที่ยวที่มีความอุดมสมบูรณ์ จุดดึงดูด คือ วิถีชีวิตที่เรียบง่ายและมีการดำรงชีวิตที่ผูกพันกับธรรมชาติ การท่องเที่ยวโดยชุมชนจึงเป็นรายได้เสริมที่สามารถหารายได้นั้นไปดำรงชีพ โดยที่คนในชุมชนยังคงดำเนินวิถีดั้งเดิมหรือเป็นการสร้างทางเลือกเรื่องรายได้ ให้กับบางครอบครัว ในการสร้างอาชีพเสริมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว สร้างงานให้กับคนในชุมชนการท่องเที่ยวโดยชุมชน จัดสรรรายได้จากการท่องเที่ยวสนับสนุนกิจกรรมการพัฒนาชุมชนและสาธารณประโยชน์

2.3 หลักการออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์

การสร้างเว็บไซต์ นอกเหนือจากการใช้โปรแกรม Photoshop เพื่อออกแบบ สร้างภาพกราฟิกสำหรับตกแต่ง และใช้โปรแกรมสร้างเว็บไซต์อย่าง Dreamweaver เพื่อจัดหน้าเว็บเพจ แต่ความจริงแล้วงานดังกล่าวเป็นเพียงส่วนหนึ่งของกระบวนการพัฒนาเว็บไซต์ทั้งหมดเท่านั้น เพราะหากต้องการเว็บไซต์ที่ตรงกับวัตถุประสงค์และประสบความสำเร็จ ก็จำเป็นต้องมีการเตรียมการที่ดี ทำงานอย่างเป็นขั้นตอน ตลอดจนพิจารณาถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างรอบด้าน เช่นเดียวกับการพัฒนาโครงการประเภทอื่นโดยทั่วไป

การสร้างเว็บไซต์ที่มีคุณภาพมีองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องอยู่มากมาย ซึ่งเราจะต้องหาข้อมูล วิเคราะห์ และตัดสินใจก่อนที่จะถึงขั้นลงมือทำจริง ตัวอย่างเช่น วัตถุประสงค์ของเว็บไซต์คืออะไร ใครเป็นกลุ่มผู้ชมเป้าหมาย ทีมงานมีใครบ้างและแต่ละคนเชี่ยวชาญในเรื่องใด

2.2.1 ขั้นตอนการพัฒนาเว็บไซต์

กระบวนการพัฒนาเว็บไซต์แบ่งออกเป็นขั้นตอนต่าง ๆ ซึ่งตำราแต่ละเล่มมักให้ข้อมูลไม่ตรงกัน ดังนั้นในหนังสือเล่มนี้จึงขอรวบรวมและสรุปออกมาใหม่ เพื่อให้เหมาะสำหรับผู้เริ่มต้นใช้เป็นแนวทางในการสร้างเว็บไซต์ตั้งแต่ขนาดเล็กจนถึงขนาดกลาง

2.2.1.1 กำหนดเป้าหมายและวางแผน (Site Definition and Planning) ในการพัฒนาเว็บไซต์เราควรกำหนดเป้าหมาย และวางแผนไว้ล่วงหน้า เพื่อให้การทำงานในขั้นต่อ ๆ ไปมีแนวทางที่ชัดเจนเรื่องหลัก ๆ ที่เราควรทำในขั้นตอนนี้ประกอบด้วย

1. กำหนดวัตถุประสงค์ของเว็บไซต์ เพื่อให้เห็นภาพที่ชัดเจนว่าเว็บไซต์นี้ต้องการนำเสนอหรือต้องการให้เกิดผลอะไร
2. กำหนดกลุ่มผู้ชมเป้าหมาย เพื่อจะได้รู้ว่าผู้ชมหลักของเราคือใคร และออกแบบเว็บไซต์ให้ตอบสนองความต้องการหรือโดยใจผู้ชมกลุ่มนั้นให้มากที่สุด ไม่ว่าจะเป็นการเลือกเนื้อหา โทนสี กราฟิก เทคโนโลยีที่นำมาสนับสนุน และอื่น ๆ
3. เตรียมแหล่งข้อมูล เนื้อหาหรือข้อมูลคือสาระสำคัญที่แท้จริงของเว็บไซต์ เราต้องรู้ว่าข้อมูลที่จำเป็นต้องใช้จะมาจากแหล่งใดได้บ้าง
4. เตรียมทักษะหรือบุคลากร การสร้างเว็บไซต์ต้องอาศัยทักษะหลาย ๆ ด้าน เช่น ในการเตรียมเนื้อหา ออกแบบกราฟิก เขียนโปรแกรม และการดูแลเว็บไซต์ฟเวอร์ เป็นต้น
5. เตรียมทรัพยากรต่าง ๆ ที่จำเป็น เช่น โปรแกรมสำหรับสร้างเว็บไซต์โปรแกรมสำหรับ สร้างเว็บไซต์โปรแกรมสำหรับสร้างกราฟิก ภาพเคลื่อนไหว และมัลติมีเดีย โปรแกรมยูทิลิตี้อื่น ๆ ที่ต้องใช้ การจดทะเบียนโดเมนเนม ตลอดจนการเตรียมหาผู้ให้บริการรับฝากเว็บไซต์และเลือกแผนบริการที่เหมาะสม

2.2.1.2 วิเคราะห์และจัดโครงสร้างข้อมูล (Analysis and Information Architecture) ขั้นตอนนี้จะเป็นการนำข้อมูลต่าง ๆ ที่รวบรวมได้จากขั้นแรก ไม่ว่าจะเป็นวัตถุประสงค์ของเว็บไซต์ คุณลักษณะ ข้อจำกัดของกลุ่มผู้ชมเป้าหมาย รวมทั้งเนื้อหาหลักของเว็บไซต์ นำมาประเมิน วิเคราะห์ และจัดระบบ เพื่อให้ได้โครงสร้างข้อมูล และข้อกำหนดซึ่งจะใช้เป็นกรอบสำหรับการออกแบบและดำเนินการในขั้นต่อไป ผลที่ได้รับจากขั้นนี้ควรประกอบไปด้วย

1. แผนผังโครงสร้างของเว็บไซต์
2. ระบบนำทางหรือเนวิเกชันซึ่งผู้ชมจะใช้สำหรับเปิดเข้าไปยังส่วนต่าง ๆ ของเว็บไซต์
3. องค์ประกอบต่าง ๆ ที่จะนำมาใช้ในเว็บเพจมีอะไรบ้าง เช่น รูปภาพและภาพกราฟิกเสียง, วิดีโอ, มัลติมีเดีย, แบบฟอร์ม ฯลฯ
4. ข้อกำหนดเกี่ยวกับลักษณะหน้าตาและรูปแบบของเว็บเพจ
5. ข้อกำหนดของโปรแกรมภาษาสคริปต์หรือเว็บแอปพลิเคชัน และฐานข้อมูลที่ใช้ในเว็บไซต์
6. คุณสมบัติของเว็บเซิร์ฟเวอร์ รวมถึงข้อจำกัด และบริการเสริมต่าง ๆ ที่มีให้

2.2.1.3 ออกแบบเว็บเพจและเตรียมข้อมูล (Page Design and Content Editing) เป็นขั้นตอนการออกแบบเค้าโครงหน้าตา และลักษณะด้านกราฟิกของหน้าเว็บเพจ เพื่อให้ผู้ชมเกิดอารมณ์ความรู้สึกต่อเว็บเพจตามที่เรต้องการ ดังนั้นผู้ที่ทำหน้าที่นี้จึงควรมีความสามารถทางด้านศิลปะพอสมควร โปรแกรมที่เหมาะสมจะใช้ในการออกแบบ คือ Adobe Photoshop หรือ Macromedia Fireworks ซึ่งผลที่ได้จะประกอบด้วยไฟล์กราฟิกต่าง ๆ ที่ใช้บนเว็บเพจ เช่น โลโก้, ภาพพื้นหลัง, ปุ่มเมนู, ไอคอนที่เป็นหัวคอลัมน์ และแบนเนอร์โฆษณา การออกแบบเว็บเพจยังรวมถึงการกำหนดสีและรูปแบบของส่วนประกอบต่าง ๆ ที่ไม่ใช่ภาพกราฟิก เช่น ฟอนต์ ขนาด และสีข้อความ, สีพื้นบริเวณที่ว่าง, สีและลวดลายของเส้นกรอบ เป็นต้นในส่วนนี้ของเนื้อหา ขั้นตอนนี้จะเป็นการนำเนื้อหาที่เลือกไว้มาปรับแก้ และตรวจทานความถูกต้อง เพื่อให้พร้อมสำหรับจะนำไปใส่เว็บเพจแต่ละหน้าในขั้นตอนถัดไป

2.2.1.4 ลงมือสร้างและทดสอบ (Construction and Testing) เป็นขั้นตอนที่เว็บเพจจะถูกสร้างขึ้นมาจริงทีละหน้า ๆ โดยอาศัยเค้าโครงและองค์ประกอบกราฟิกตามที่ออกแบบไว้ เนื้อหาต่าง ๆ จะถูกนำมาใส่และจัดรูปแบบ ลิงค์และระบบนำทางถูกสร้าง องค์ประกอบเสริมต่าง ๆ ถูกวางเข้าที่อย่างไก็ตาม เมื่อลงมือสร้างเว็บเพจจริงเราอาจพบว่าสิ่งที่ออกแบบไว้แล้ว บางอย่างไม่เหมาะสม หรือควรได้รับการปรับแต่ง ก็สามารถทำได้โปรแกรมที่ใช้ในขั้นตอนนี้ก็คือโปรแกรมสำหรับสร้างเว็บไซต์เว็บไซต์ที่สร้างขึ้นมามีการทดสอบก่อนที่จะนำออกเผยแพร่ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องความถูกต้องของเนื้อหา การทำงานของลิงค์และระบบนำทาง ตรวจหาความผิดพลาดของโปรแกรมสคริปต์และฐานข้อมูล นอกจากนี้ก็ควรทดสอบโดยใช้สภาพแวดล้อมที่เหมือนกับของกลุ่มผู้ชมเป้าหมาย

2.2.1.5 เผยแพร่และส่งเสริมให้เป็นที่รู้จัก (Publishing and Promotion) โดยทั่วไปการนำเว็บไซต์ขึ้นเผยแพร่บนอินเทอร์เน็ตจะทำได้ด้วยการอัปโหลดไฟล์ทั้งหมด คือ HTML และไฟล์อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ขึ้นไปเก็บบนเว็บเซิร์ฟเวอร์ที่เราเปิดบริการไว้ การอัปโหลดเว็บไซต์ หรือบางครั้งเรียกว่า “พับลิช” (Publish) อาจทำได้ด้วยโปรแกรมสร้างเว็บไซต์เอง ซึ่งมีคุณสมบัติอยู่ในตัวหรืออาจใช้โปรแกรมยูทิลิตี้ประเภท FTP เช่น CuteFTP และ WS_FTP หรือใช้เครื่องมืออื่นบนเว็บเซิร์ฟเวอร์ก็ได้ หลังจากนั้นเว็บไซต์ควรได้รับการทดสอบอีกครั้ง เพื่อตรวจหาปัญหาบางอย่างที่ไม่สามารถทดสอบบนคอมพิวเตอร์ของเราเอง

เช่น ลิงค์ของเว็บเพจกับเว็บไซต์อื่น และการทำงานของโปรแกรมสคริปต์กับฐานข้อมูล ซึ่งอาจทำไม่ได้บนเครื่องของเรา หรือบนเว็บเซิร์ฟเวอร์อาจมีสภาพแวดล้อมที่ต่างออกไป

เว็บไซต์ที่จะประสบความสำเร็จ นอกจากต้องมีเนื้อหาที่ดี มีการวางโครงสร้าง และการออกแบบที่เหมาะสมแล้ว ยังต้องได้รับการโฆษณา และส่งเสริมให้เป็นที่รู้จักในกลุ่มผู้ชมเป้าหมายหรือในวงกว้างออกไปอีกด้วย การส่งเสริมนี้มีกลยุทธ์ที่ทำได้หลายวิธี ซึ่งไม่จำเป็นต้องใช้งบประมาณจำนวนมากเสมอไป โดยสามารถทำได้ตั้งแต่แบบง่าย ๆ คือ การแลกเปลี่ยนลิงค์และแบนเนอร์ ประกาศบนเว็บบอร์ดสาธารณะ การส่งอีเมลล์ เพิ่มข้อมูลในเสิร์ชเอนจิน หรือเว็บไดเรกทอรี เรื่อยไปจนถึงแบบที่ใช้งบประมาณมากขึ้น เช่น การจัดงานเปิดตัวการลงโฆษณาบนเว็บไซต์อื่น ในสิ่งพิมพ์ หรือในวิทยุและโทรทัศน์ เป็นต้น

2.2.1.6 ดูแลและปรับปรุงต่อเนื่อง (Maintenance and Innovation) เว็บไซต์ที่เผยแพร่ ออกไปแล้วเราไม่ควรทิ้งขว้าง แต่ควรดูแลโดยตลอดซึ่งหน้าที่นี้ครอบคลุมหลายเรื่อง ตั้งแต่การตรวจสอบเว็บเซิร์ฟเวอร์ว่าไม่หยุดทำงานบ่อย ๆ ลิงค์ที่เชื่อมโยงไปภายนอกยังคงใช้ได้หรือไม่ คอยตอบอีเมลล์หรือคำถามที่มีผู้ฝากไว้บนเว็บเพจ, ถ้าเป็นเว็บข่าวสารก็ต้องปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัยตลอดเวลา ถ้ามีการใช้ฐานข้อมูลก็ต้องแบ็คอัพข้อมูลอย่างสม่ำเสมอ นอกจากนั้นเราควรตรวจสอบสถิติของการเข้าชมเป็นระยะ ๆ ซึ่งเป็นบริการเสริมที่เว็บเซิร์ฟเวอร์มักมีให้ เช่น จำนวนผู้ชม, สถิติว่าเว็บเพจใดมีผู้ชมมากหรือเป็นที่นิยม, ผู้ชมมีการเปลี่ยนคุณสมบัติ ไปหรือไม่ หรือมาสู่เว็บไซต์ของเราจากทิศทางใดมากที่สุด

หลังจากที่เว็บไซต์ได้รับการเผยแพร่ไประยะหนึ่ง เราควรปรับปรุงเพื่อให้ผู้ชมรู้สึกว่ามี ความเปลี่ยนแปลง มีความสดใหม่ ทันสมัย โดยอาจนำข้อมูลสถิติที่รวบรวมไว้มาพิจารณาประกอบการเปลี่ยนแปลงทำได้ทั้งในส่วนเนื้อหาของเนื้อหา โครงสร้างเว็บไซต์ การออกแบบหน้าตา และการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาเสริม

2.4 แนวคิดหรือทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์

สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ หมายถึง เครื่องมือหรือตัวกลางที่ใช้ในการนำข่าวสารเรื่องราวจากองค์กรหรือหน่วยงานไปสู่ประชาชน

สื่ออาจจำแนกได้หลายประเภทหลายหลักเกณฑ์แต่การกำหนดประเภทของสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ จะต้องคำนึงถึงลักษณะที่เป็นรูปธรรม ลักษณะที่พัฒนาได้ประโยชน์ในปัจจุบันและศักยภาพเพื่ออนาคต

2.4.1 ประเภทสื่อที่ใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์

โดยทั่วไปมีการแบ่งประเภทของสื่อกันไว้หลายประเภท และหลายหลักเกณฑ์ (Criteria) ได้ประมวลสรุปไว้ดังนี้

2.4.1.1 แบ่งตามวิวัฒนาการ ได้แก่

1. สื่อประเพณี (Traditional media)
2. สื่อมวลชน (Mass media)
3. สื่อเฉพาะกิจ (Specialized media)

2.4.1.2 แบ่งตามบทบาทหน้าที่ทางสังคม ได้แก่

1. สื่อข่าวสาร (information media)
2. สื่อการศึกษา (education media)
3. สื่อบันเทิง (entertainment media)

2.4.1.3 แบ่งตามประสาทที่ใช้ในการรับสาร ได้แก่

1. สื่อโสต (audio media)
2. สื่อทัศน์ (visual media)

3. สื่อโสตทัศน์ (audio-visual media)
- 2.4.1.4 แบ่งตามบทบาทหน้าที่ทางเทคนิค (Technical Functions) ได้แก่
 1. สื่อถ่ายทอดสาร (Transmission media)
 2. สื่อบันทึกสาร (Record media)
- 2.4.1.5 แบ่งตามเครื่องนําสารได้แก่
 1. สื่อสิ่งพิมพ์ (Print media)
 2. สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Electronic media)
 3. สื่อบันทึกเสียงหรือภาพ (Film or tape)

สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์สามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ

1. สื่อประชาสัมพันธ์ที่ควบคุมได้ (Controllable Media) ได้แก่
 - สื่อสิ่งพิมพ์ (Print Media)
 - สื่อบุคคล (Personal Media)
 - สื่อโสตทัศน์ (Audio-visual Media)
 - สื่อกิจกรรมต่าง ๆ (Activity Media)
2. สื่อประชาสัมพันธ์ที่ควบคุมไม่ได้ (Uncontrollable Media)
 - สื่อมวลชน (Mass Media)

2.4.2 ความสำคัญของสื่อที่ใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์ คือ

- 2.4.2.1 เพื่อการถ่ายทอดหรือบอกข่าวสารให้แก่ประชาชนได้รับทราบ
- 2.4.2.2 เพื่อให้ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง
- 2.4.2.3 เพื่อเป็นการสร้างความนิยมและภาพพจน์ที่ดีขององค์กร

2.4.3 ลักษณะของสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบสื่อโสตทัศน์ (Audio Visual Media)

2.4.3.1 เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีการใช้ทั้งภาพและเสียง มีลักษณะ คือ ภาพยนตร์ (Films) หรือ วีดีโอ (Video) ภาพยนตร์มีทั้งภาพและเสียงประกอบอื่นๆ เช่น ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหวเป็นชุด ภาพโปร่งแสงทั้งนี้เป็นเทคนิคต่างๆที่จะให้นักประชาสัมพันธ์เลือกใช้ให้เหมาะสมกับงานแต่ละแบบ ภาพยนตร์เป็นสื่อที่ใช้ประชาสัมพันธ์ ทางตา นับว่าเป็นสื่อที่ให้ความประทับใจและทำให้ผู้คนจดจำเรื่องราวเนื้อหาได้นาน เพราะผู้ชมจะได้ดูและได้ฟังคำบรรยายไปพร้อมๆ กัน

ข้อดีของภาพยนตร์

1. มีทั้งแสง สีเสียงและภาพเคลื่อนไหวประกอบดนตรีทำให้ประทับใจแลจดจำ
2. สามารถเร่งเร้าความสนใจของผู้ชมได้ตลอดเวลาที่ภาพยนตร์ฉายอยู่
3. สามารถสอดแทรกความคิดเห็น และเป็นสื่อในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติพฤติกรรมได้ง่าย
4. สามารถเสนอภาพในอดีตที่เราไม่สามารถย้อนกลับไปชมได้อีก
5. ใช้เทคนิคสร้างเหตุการณ์ประกอบแก่การถ่ายทำได้อย่างสมจริงสมจังที่สุด

ข้อจำกัดของภาพยนตร์

1. ค่าใช้จ่ายและระยะเวลาในการถ่ายทำภาพยนตร์สูงมาก
2. ไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มชนเป้าหมายจำนวนมากๆ ได้ ชมได้ในจำนวนจำกัด เพราะผู้ชมอยู่ในห้องฉายภาพยนตร์เท่านั้น
3. มีข้อจำกัดเกี่ยวกับเครื่องอุปกรณ์และห้องฉายภาพยนตร์

2.4.3.2 โทรทัศน์ (Television)

เป็นสื่อที่เจริญรุดหน้ามาก สามารถถ่ายทอดข่าวสารได้ทั้งโดยคำพูด ข้อเขียน และรูปภาพเป็นทั้งภาพสี ขาวดำ และภาพนิ่ง ภาพยนตร์และอื่นๆ ถ่ายทอดข่าวสารได้เร็วมาก และส่งภาพในระยะทางไกลๆ ได้ด้วย รายการโทรทัศน์จะคล้ายกับวิทยุ มีความหลากหลายโทรทัศน์จึงเป็นสื่อที่มีบทบาทและมีผู้นิยมมาก

ข้อดีของโทรทัศน์

1. ดึงดูดความสนใจได้มาก เพราะสามารถทดแทนได้ทั้งหนังสือพิมพ์ วิทยุ และภาพยนตร์
2. ผู้ชมเก็บข่าวสารได้มากเพราะมีทั้งภาพและเสียง
3. ถ่ายทอดข่าวสารได้รวดเร็ว ทำให้ข่าวเป็นที่น่าเชื่อถือ
4. สามารถเสนอรายการบางรายการได้ดีกว่าวิทยุและหนังสือพิมพ์ เช่น รายการสารคดี การสาธิตทางวิชาการต่างๆ

ข้อจำกัดของโทรทัศน์

1. ราคาแพงกว่าสื่อประเภทอื่นๆ
2. เมื่อพลาดรายการก็ไม่สามารถจะชมได้อีก นอกจากบันทึกเป็นวิดีโอเทป
3. เป็นการสื่อสารทางเดียว

2.4.4 วัตถุประสงค์ของการจัดกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์

2.4.4.1 เพื่อให้การศึกษาทางอ้อมในวิชาการสาขาต่างๆ และเหตุการณ์ต่างๆ แก่กลุ่มประชาชนเป้าหมาย

2.4.4.2 เพื่อเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลกิจกรรมของสถาบันต่อกลุ่มประชาชนเป้าหมาย

2.4.4.3 เพื่อกระตุ้นแรงเร้ากลุ่มประชาชนเป้าหมายให้ร่วมมือกับสถาบัน หรือเปลี่ยนแปลงทัศนคติของกลุ่มประชาชนเป้าหมายที่มีต่อสถาบัน ไปในทางที่พึงประสงค์

2.4.4.4 เพื่อสร้างความบันเทิง สนุกสนานความพึงพอใจแก่กลุ่มประชาชนเป้าหมาย

2.4.5 แนววิธีการใช้สื่อเพื่อประชาสัมพันธ์

การย้ำหรือซ้ำบ่อยๆ (Repeating) จะช่วยให้เกิดความน่าสนใจเพิ่มขึ้น คงทนถาวรมากขึ้น เหมือนการตอกย้ำหัวตะปู ยิ่งตีดแน่นแน่นยำ แต่การใช้วิธีการนี้ควรระวังว่า ถ้าย้ำบ่อยๆ และกระทำต่อเนื่องกันนานอาจถึงจุดอิ่มตัวขึ้นได้ ถ้าเมื่อใดถึงจุดอิ่มตัวผลจะลดลงทันที เพราะผู้รับจะเริ่มเบื่อหน่ายให้โอกาสผู้รับมีส่วนร่วม (Participation) เช่น ในรายการโทรทัศน์ที่ให้ผู้ชมเข้าร่วมรายการด้วย จะมีอิทธิพลดึงดูดความสนใจได้ดีกว่าที่ผู้จัดรายการจะให้อะไรอย่างเดียว การให้ผู้รับมีส่วนร่วมนั้นสามารถทำได้ทั้งรายการบันเทิง และรายการที่ให้ความรู้

2.4.6 หลักการพิจารณาเลือกใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์

เนื่องจากสิ่งที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์มีอยู่เป็นจำนวนมากหลายชนิด ดังนั้นผู้ที่ตัดสินใจเลือกสื่ออะไรมาใช้จะต้องพิจารณาให้รอบคอบ ว่าเหมาะสมและช่วยให้บรรลุเป้าหมายหรือไม่ การพิจารณาเลือกสื่อมาใช้นั้นควรคำนึงถึงลักษณะของสื่อที่แตกต่างกัน ดังนี้

2.4.6.1 ด้านเนื้อที่-เวลา (Space-Time) สิ่งพิมพ์ รูปภาพ เป็นสื่อที่คำนึงถึงเฉพาะด้าน “เนื้อที่” การพูดทางโทรศัพท์ วิทยุ คำนึงเฉพาะด้าน “เวลา” ส่วนการติดต่อธรรมดาโทรทัศน์และภาพยนตร์นั้น คำนึงถึง “เนื้อที่-เวลา”

2.4.6.2 การมีส่วนร่วมของประชาชนเป้าหมาย (Audience's participation) หากจะเรียงลำดับสื่อที่ประชาชนเป้าหมายได้มีส่วนร่วมมากที่สุดไปยังน้อยที่สุด สามารถเรียงได้ดังนี้ การสนทนา ระหว่างบุคคล กลุ่มอภิปราย การประชุมที่ไม่เป็นทางการ โทรศัพท์ การประชุมที่เป็นทางการ ภาพยนตร์ เสียงในฟิล์ม โทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง โทรเลข จดหมายโต้ตอบระหว่างบุคคล (ทั้งส่วนตัวและกิจการ) จดหมายติดต่อกันไป (จดหมายราชการหรือที่มีรูปแบบเป็นทางการ) หนังสือพิมพ์ ใบประกาศและ ภาพโฆษณา นิตยสาร หนังสือ

2.4.6.3 ด้านความเร็ว (Speed) สื่อที่มีความเร็วมากที่สุดคือ วิทยุและโทรทัศน์ สื่อออนไลน์ และสื่อที่ช้าที่สุด คือ พกหนังสือ ลักษณะเหล่านี้อาจกล่าวได้ว่า หากเป็นการติดต่อเผยแพร่ข่าวความ เคลื่อนไหว ก็ต้องอาศัยความเร็วสูง แต่หากข่าวสารใดที่ต้องการให้ประชาชนเป้าหมายได้ศึกษาวิเคราะห์ อย่างละเอียดก็ต้องใช้สื่อที่มีความเร็วต่ำ

2.4.6.4 ด้านความคงทน (Permanence) หนังสือจัดได้ว่าเป็นสื่อที่มีความคงทนถาวร มากกว่าสื่อใด ๆ วิทยุและโทรทัศน์จัดเป็นสื่อที่มีความคงทนน้อยที่สุด

สรุปคือการเลือกใช้สื่อแต่ละประเภทนั้น ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายด้าน ทั้งความเหมาะสมของสื่อ กับกิจกรรมหรือโครงการ งบประมาณ กลุ่มเป้าหมาย ซึ่งแต่ละสื่อจะมีเอกลักษณ์เฉพาะเหมาะกับงานอยู่ แล้ว เปรียบเทียบได้จากข้อดี ข้อเสีย ของแต่ละรูปแบบของสื่อ

2.4.7 แนวคิดหรือทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิตสื่อ

การวางแผนการผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ คือ การจัดลำดับขั้นตอนในการผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ให้สำเร็จตามวัตถุประสงค์ นโยบายและเป้าหมายที่กำหนดไว้ก่อนลงมือปฏิบัติการผลิต ทั้งในรูปการกำหนดเนื้อหา ระยะเวลา กำลังผู้ผลิต วัสดุอุปกรณ์การผลิตตลอดถึงงบประมาณในการผลิต ทั้งนี้ เพื่อการผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์นั้นๆ เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และให้ผลผลิตคุ้มค่าการผลิต ทั้งด้านการลงทุนลงแรง และการนำเสนอเผยแพร่

การวางแผนการผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์มีสิ่งที่จะต้องกำหนด เป็นขั้นตอนอันดับแรกของการผลิต สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ที่จะสามารถส่งผลให้การผลิตประสบผลสำเร็จ หรือเกิดความล้มเหลวได้แผนการ ผลิตที่ดีจะต้องสามารถปรับเปลี่ยนได้ตามสถานการณ์และสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนไป

2.4.7.1 การวางแผนการผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์มีสิ่งที่จะต้องกำหนด 5 ประการด้วยกัน คือ

1. กำหนดวัตถุประสงค์ (Objective)

การกำหนดวัตถุประสงค์ในการผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ การ กำหนดหรือระบุความมุ่งหมายที่เด่นชัดไว้ล่วงหน้าว่า

- เมื่อผลิตสื่อนั้นผู้ผลิตจะเกิดความชำนาญในด้านใดด้านหนึ่งเพิ่มขึ้น เช่น การ เขียนบทผลิต ด้านการถ่ายภาพ ด้านการใช้เสียงประกอบ
- เมื่อผลิตสื่อขึ้นแล้วจะนำไปใช้เพื่อใคร อย่างไรและที่ไหน เช่น เพื่อชี้แจงทำ ความเข้าใจ เพื่อการสร้างสรรค์ เพื่อการให้ความรู้และเพื่อแก้ไขข้อขัดแย้งแก่กลุ่มชนของหน่วยงาน ที่อยู่ใน พื้นที่ขอบข่ายของหน่วยงาน
- เมื่อผลิตสื่อขึ้นแล้วจะนำไปใช้บริการที่ห่างแค่ไหน เช่น กำหนดนำสื่อออก เผยแพร่เดือนละครั้ง เดือนละสองครั้ง

- เมื่อกลุ่มชนเป้าหมายของหน่วยงานได้สัมผัสสื่อนั้นก็จะเกิดความเข้าใจ เกิดความสนุกสนาน เกิดความรู้สึกรักแค้น

2.4.7.2 กำหนดกลุ่มชนเป้าหมาย (Target Audience)

การกำหนดเป้าหมายในการผลิตสื่อเพื่อประชาสัมพันธ์ คือ การระบุไว้อย่างชัดเจนว่า ใครคือกลุ่มเป้าหมายที่จะนำสื่อนั้นไปเผยแพร่ กลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่มมีรายละเอียดอะไรบ้าง เช่น ความรู้ ภูมิฐานะ ฐานะทางสังคม และสภาพแวดล้อมทางสังคมต่อไปนี้เป็นคือ ลักษณะบางประการของกลุ่มเป้าหมายที่ควรนำมาพิจารณาในการวางแผนผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ คือ ขนาด อาชีพและการศึกษา อายุ เจตคติ และความเชื่อถือของกลุ่มเป้าหมาย

1. ขนาด หมายถึง จำนวนของกลุ่มเป้าหมายที่จะนำสื่อไปเผยแพร่ว่ามีมากน้อยเพียงใด ทั้งนี้ เพื่อจะสามารถกำหนดขนาดหรือเนื้อหาสาระของสื่อได้ เช่น ถ้ากลุ่มเป้าหมายมีจำนวนน้อย อาจใช้สื่อประเภทภาพทัศน์ หรือแผนภาพ แผนภูมิขนาดเล็กๆ แต่ถ้ากลุ่มเป้าหมายมีจำนวนมาก เช่น นิสิตนักศึกษาทั้งมหาวิทยาลัย อาจใช้วีดิทัศน์ หรือสื่อประสมที่สามารถชมได้หลายคน

2. อาชีพและการศึกษา หมายถึง ความแตกต่างของอาชีพและการศึกษาของกลุ่มเป้าหมายที่จะนำมาวางแผนในการผลิตสื่อ ด้วยการจัดเนื้อเรื่อง ลำดับเรื่อง ตลอดจนความยากง่ายของเรื่องให้สอดคล้องกัน

3. อายุ หมายถึง การนำอายุของกลุ่มเป้าหมายมาวางแผนในการผลิตสื่อ

4. เพศ หมายถึง การวางแผนการผลิตสื่อให้สัมพันธ์กับเพศของกลุ่มเป้าหมาย ความแตกต่างระหว่างเพศมีส่วนก่อให้เกิดอิทธิพลในด้านความรู้สึกนึกคิด ความต้องการทางด้านจิตใจที่จะชอบหรือชัง รักหรือเกลียด เช่น การผลิตสื่อสำหรับเป้าหมายที่เป็นเพศชาย ควรเป็นสื่อที่มีรูปแบบลวดลายสีสันฉูดฉาด เสียงประกอบ (ถ้ามี) จะต้องเข้มแข็งและเด็ดขาด ในขณะที่การผลิตสื่อสำหรับกลุ่มเป้าหมายเพศหญิง จะเป็นในลักษณะอ่อนหวาน ใช้สีสันทันกลมกลืนกัน เสียงประกอบควรนุ่มนวลและสุภาพอ่อนโยน

5. การรับรู้ที่ต่างกัน หมายถึง ความแตกต่างด้านความรู้ ความคุ้นเคย และด้านประสบการณ์ นำมาวางแผนในการสื่อการผลิตสื่อ เช่น เสียงสัญญาณหวูดหรือไซเรน ในกลุ่มสังคมหนึ่งรับรู้ว่าการบอกเวลาปฏิบัติ และเลิกงาน แต่ในกลุ่มสังคมหนึ่งอาจรับรู้ว่าเป็นสัญญาณเตือนภัยหรือให้หลบภัย เป็นต้น

6. เจตคติ หมายถึง ทำการศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับเจตคติของกลุ่มเป้าหมาย นำมาวางแผนการผลิตสื่อให้สอดคล้องกับเจตคติเหล่านั้น เช่น ผลิตสื่อเผยแพร่แก่ผู้มีเจตคติต่อต้านหน่วยงาน จะต้องเป็นสื่อที่สุภาพ มีพร้อมทั้งเหตุผลและหลักฐาน ในขณะที่สื่อสำหรับผู้มีเจตคติที่สนับสนุนหน่วยงานไม่จำเป็นจะต้องมีลักษณะของสื่อเช่นนั้น

7. ความเชื่อ หมายถึง การนำเอาความเชื่อที่ยึดถือของกลุ่มเป้าหมายมาวางแผนการผลิตสื่อ เช่น กลุ่มเป้าหมายที่ยังมีความเชื่อด้านภูตปิศาจหรือด้านศาสนา ก็ไม่ควรผลิตสื่อที่เป็นไปในเชิงดูถูก ลบล้างภูตปิศาจและศาสนานั้น

2.4.7.3 กำหนดหัวข้อเรื่อง (Title)

การกำหนดหัวข้อเรื่องในการผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ การตั้งชื่อเรื่องพร้อมด้วยการกำหนดแนวของเรื่องไว้เมื่อตอนวางแผนการผลิตว่า ควรจะใช้ชื่อเรื่องอะไร และมีแนวของเรื่องอย่างไร งานผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์งานด้านสุขภาพทุกประเภทไม่ว่าจะเป็นสื่อสิ่งพิมพ์หรือสื่อ

โสตทัศน มีความจำเป็นจะต้องกำหนดหัวข้อเรื่องและวางแผนของเรื่องไว้ให้แน่นอนว่าจะเน้นการเผยแพร่ การชี้แจง หรือเน้นการให้ความรู้แก่กลุ่มเป้าหมาย ชื่อหรือหัวข้อเรื่องจะต้องมีลักษณะ

1. สุกภาพ เรียบง่าย หมายถึง ชื่อหัวข้อเรื่องจะต้องเป็นคำพูดที่สุภาพ ไม่ขัดต่อ ศีลธรรมและวัฒนธรรม ไม่เป็นกาลามกอนาจาร
2. เรียบง่าย
3. ใช้คำกะทัดรัด ถูกหลักภาษา ถูกหลักภาษา หมายถึง ชื่อหัวข้อเรื่องจะต้องไม่เป็นคำเินเยื่อยืดยาว ไม่ผิดหลักภาษาและไม่เป็นคาสแลง
4. ให้ความสนใจ หมายถึง ชื่อหัวข้อเรื่องจะต้องเร่งเร้าให้ความสนใจ ชวนติดตาม เนื้อเรื่องมีความหลากหลาย
5. สอดคล้องกับนโยบายของรัฐ หมายถึง ชื่อหัวข้อเรื่องจะต้องไม่ขัดนโยบายของรัฐ ซึ่งรวมถึงไม่ผิดกฎหมายด้วย

2.4.7.4 กำหนดระยะเวลา (Timing)

การกำหนดระยะเวลาในการผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ การหาเวลาและ โอกาสที่เหมาะสมเพื่อทำการผลิตสื่อ หากไม่ได้วางแผนเรื่องเวลาไว้ให้เพียงพอ สื่อต่างๆ ที่ผลิตขึ้นจะเป็นไปตามรูปแบบ “สุกเอาเผากิน” ซึ่งหากเป็นเช่นนี้จะแก้ตัวเมื่อนำสื่อต่างๆ ออกเผยแพร่แล้วไม่ประสบผลสำเร็จ เนื่องจากมีเวลาน้อยหรือเร่งรีบเกินไป ย่อมเป็นเรื่องสุวิสัยที่ผู้รับบริการจะเชื่อถือและให้ความเห็นใจ เวลาและโอกาสที่เหมาะสม ได้แก่ ไม่ขัดกับฤดูกาล มีจังหวะดี สถานการณ์อำนวย

1. จังหวะ หมายถึง มีบางโอกาสเท่านั้นที่เหมาะสมกับการผลิตสื่อ เช่น การถ่ายภาพโรคที่ไม่พบบ่อยในผู้ป่วย ถ่ายภาพช่วงที่มีการระบาดของโรค เป็นต้น
2. สถานการณ์ หมายถึง ระยะเวลาที่กำหนดให้ทำการผลิตสื่อ เช่น ในระหว่างที่เกิดความโศกเศร้าเสียใจเนื่องจากการเจ็บการตาย ไม่เหมาะสมที่จะใช้เป็นการผลิตสื่อให้ดูสนุกสนานรื่นเริงหรือไม่ไปตั้งฉากถ่ายภาพยนตร์ในสนามรบ ขณะที่ทหารกำลังต่อสู้กันอยู่ด้วยระเบิดและรถถัง เหล่านี้เป็นต้น

2.4.7.5 กำหนดงบประมาณ (Budgeting)

การกำหนดงบประมาณการผลิตสื่อ เพื่อการประชาสัมพันธ์เป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นที่จะต้องตั้งไว้ในขั้นตอนวางแผนการผลิตสื่อ สิ่งสำคัญที่ผู้บริหารผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์จะต้องตระหนักในการวางแผนตั้งงบประมาณ เป็นต้นว่า การตั้งงบประมาณจะต้องทำปีละครั้ง ถ้าวางแผนผิดพลาดในกรณีที่ตั้งงบประมาณไว้มากกว่าใช้จริง ก็ไม่กระทบกระเทือนต่อการผลิตสื่อ แต่หากเป็นกรณีที่ตั้งงบประมาณไว้ไม่พอ ก็จะไม่สามารถซื้ออุปกรณ์การผลิตสื่อหรืออุปกรณ์การเผยแพร่สื่อได้ อันจะนำผลเสียหายสู่หน่วยงาน ซึ่งสิ่งที่ผู้บริหารผลิตสื่อเพื่องานประชาสัมพันธ์ควรตระหนักในการตั้งงบประมาณ

สรุปกระบวนการผลิตสื่อนั้นต้องคำนึงปัจจัยหลักๆ อยู่ 5 อย่างด้วยกัน ได้แก่ วัตถุประสงค์ กลุ่มเป้าหมาย หัวข้อเรื่อง ระยะเวลา และงบประมาณ เพียงดูปัจจัยทั้ง 5 นี้เป็นหลักก็จะสามารถเลือกรูปแบบสื่อที่เหมาะสมกับข้อมูลที่ต้องการประชาสัมพันธ์ได้

2.4.8 สื่อมัลติมีเดีย

สื่อมัลติมีเดีย มีผู้ให้ความหมายไว้ดังต่อไปนี้

สื่อมัลติมีเดีย คือ ระบบสื่อสารข้อมูลข่าวสารหลายชนิด โดยผ่านสื่อทางคอมพิวเตอร์ซึ่งประกอบด้วย ข้อความ ฐานข้อมูล ตัวเลข กราฟิก ภาพเสียง และวีดิทัศน์ (Jeffcoate. 1995)

สื่อมัลติมีเดีย คือ การใช้คอมพิวเตอร์สื่อความหมายโดยการผสมผสานสื่อหลายชนิด เช่น ข้อความ กราฟ ภาพศิลป์ (Graphic Art) เสียง ภาพเคลื่อนไหว (Animation) และวีดิทัศน์ เป็นต้น ถ้าผู้ใช้สามารถควบคุมสื่อเหล่านี้ให้แสดงออกมาตามต้องการได้ ระบบนี้จะเรียกว่า มัลติมีเดียปฏิสัมพันธ์ (Interactive Multimedia) (Vaughan. 1993)

สื่อมัลติมีเดีย คือ โปรแกรมซอฟต์แวร์ที่อาศัยคอมพิวเตอร์เป็นสื่อในการนำเสนอโปรแกรมประยุกต์ซึ่งรวมถึงการนำเสนอข้อความสีสรร ภาพกราฟิก (Graphic images) ภาพเคลื่อนไหว (Animation) เสียง (Sound) และภาพยนตร์วีดิทัศน์ (Full motion Video) ส่วนมัลติมีเดียปฏิสัมพันธ์ (Interactive Multimedia) จะเป็นโปรแกรมประยุกต์ที่รับการตอบสนองจากผู้ใช้คีย์บอร์ด (Key board) เมาส์ (Mouse) หรือตัวชี้ (Pointer) (Hall. 1996)

ดังนั้นจึงสามารถสรุปความหมายของสื่อมัลติมีเดียได้ว่า สื่อมัลติมีเดีย คือ การใช้คอมพิวเตอร์ร่วมกับโปรแกรมซอฟต์แวร์ในการสื่อความหมายโดยการผสมผสานสื่อหลายชนิด เช่น ข้อความ กราฟิก (Graphic) ภาพเคลื่อนไหว (Animation) เสียง (Sound) และวีดิทัศน์ (Video) เป็นต้น และถ้าผู้ใช้สามารถที่จะควบคุมสื่อให้นำเสนอออกมาตามต้องการได้จะเรียกว่า สื่อมัลติมีเดียปฏิสัมพันธ์ (Interactive Multimedia) การปฏิสัมพันธ์ของผู้ใช้สามารถจะกระทำได้โดยผ่านทางคีย์บอร์ด (Keyboard) เมาส์ (Mouse) หรือตัวชี้ (Pointer) เป็นต้น การใช้สื่อมัลติมีเดียในลักษณะปฏิสัมพันธ์ก็เพื่อช่วยให้ผู้ใช้สามารถเรียนรู้หรือทำกิจกรรม รวมถึงดูสื่อต่างๆ ด้วยตนเองได้สื่อต่างๆ ที่นำมารวมไว้ในสื่อมัลติมีเดีย เช่น ภาพ เสียง วีดิทัศน์ จะช่วยให้เกิดความหลากหลายในการใช้คอมพิวเตอร์อันเป็นเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ในแนวทางใหม่ที่ทำให้การใช้คอมพิวเตอร์น่าสนใจ และสร้างความสนใจ เพิ่มความสนุกสนานในการเรียนรู้มากยิ่งขึ้น

2.4.8.1 บทบาทของสื่อมัลติมีเดีย

เนื่องจากประสิทธิภาพของสื่อมัลติมีเดีย ที่สามารถนำเสนอเนื้อหาได้ทั้งข้อความ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว เสียง วีดิทัศน์ และอื่นๆ ที่เกิดขึ้นในอนาคต ประจวบเหมาะสมควรระบบติดต่อผู้ใช้ (GUI: Graphics User Interface) ที่ทำให้ผู้ใช้มีความสะดวกในการใช้งาน สร้างสรรค์งาน ทำให้บทบาทของสื่อฯ มีมากขึ้นตามลำดับ มีการนำสื่อมัลติมีเดีย มาประยุกต์ใช้กับงานต่างๆ มากมาย เช่น การเรียนการสอน การถ่ายทอดความรู้ การนำเสนอข้อมูล การประชาสัมพันธ์ เป็นต้น

ปัจจุบันความก้าวหน้าของเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ เอื้อให้หันออกแบบสื่อมัลติมีเดียสามารถประยุกต์สื่อประเภทต่างๆ มาใช้ร่วมกันได้บนระบบคอมพิวเตอร์ ตัวอย่างสื่อเหล่านี้ ได้แก่ เสียง วีดิทัศน์ กราฟิก ภาพนิ่ง และภาพเคลื่อนไหวต่างๆ การนำสื่อเหล่านี้มาใช้ร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ เราเรียกรวมสื่อประเภทนี้ว่า มัลติมีเดีย (Multimedia) การพัฒนาระบบมัลติมีเดียมีความก้าวหน้าเป็นลำดับ จนถึงขั้นที่ผู้ใช้โปรแกรมสามารถโต้ตอบกับระบบคอมพิวเตอร์ในรูปแบบต่างๆ กันได้ เช่น การใช้คีย์บอร์ด การใช้เมาส์ การสัมผัสจอภาพ และการใช้เสียง เทคโนโลยีต่างๆ เหล่านี้ได้พัฒนาขึ้นพร้อมๆ กับการพัฒนาฮาร์ดแวร์ เช่น การพัฒนาอุปกรณ์ที่ใช้อ่านและบันทึกข้อมูล การพัฒนาหน่วยความจำให้มีขนาดเล็กลง แต่มีความจุมากขึ้น และมีสมรรถนะในการเข้าถึงข้อมูลเร็วขึ้น นอกจากนี้ ยังมีการพัฒนาเทคโนโลยี ด้านอุปกรณ์ต่อพ่วงสำคัญๆ เช่น เครื่องกราดภาพ (Scanner) เครื่องบันทึกภาพและเสียงระบบดิจิทัล เครื่องอ่านพิกัด (Digitizer) และอื่นๆ ซึ่งล้วนสนับสนุนการออกแบบโปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่น่าสนใจ และมีประสิทธิภาพเพื่อใช้ในการติดต่อสื่อสารกับผู้ใช้โปรแกรม แนวคิดใหม่ในการออกแบบโปรแกรมคอมพิวเตอร์ เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง บางแนวคิดเกิดขึ้นมานานแล้ว แต่ขัดข้องที่ไม่สามารถนำเสนอด้วยสื่อรูปแบบอื่นที่ไม่ใช่คอมพิวเตอร์ได้ บางแนวคิดเกิดขึ้นมาพร้อมกับการพัฒนาด้านศักยภาพของระบบคอมพิวเตอร์ เทคนิค

วิธีการออกแบบดังกล่าวทำให้เกิดคำศัพท์ที่มีคำนิยาม และความหมายที่หลากหลาย เช่น คำว่า มัลติมีเดีย มัลติมีเดียปฏิสัมพันธ์ (Interactive multimedia) ไฮเปอร์มีเดีย (Hypermedia) และไฮเปอร์เท็กซ์ (Hypertext)

2.4.8.2 องค์ประกอบของมัลติมีเดีย

มัลติมีเดียสามารถจำแนกองค์ประกอบของสื่อต่างๆ ได้เป็น 5 ชนิด ประกอบด้วย

1. ข้อความหรือตัวอักษร (Text) ข้อความ เป็นส่วนที่เกี่ยวกับเนื้อหาของมัลติมีเดีย ใช้แสดงรายละเอียด หรือเนื้อหาของเรื่องที่น่าเสนอซึ่งปัจจุบัน มีหลายรูปแบบ ได้แก่

- ข้อความที่ได้จากการพิมพ์ เป็นข้อความปกติที่พบได้ทั่วไป ได้จากการพิมพ์ด้วย โปรแกรมประมวลผลงาน (Word Processor) เช่น Note Pad, Text Editor, Microsoft Word โดยตัวอักษรแต่ละตัวเก็บในรหัส เช่น ASCII

- ข้อความจากการสแกน เป็นข้อความในลักษณะภาพ หรือ Image ได้จากการนำเอกสารที่พิมพ์ไว้แล้ว(เอกสารต้นฉบับ) มาทำการสแกน ด้วยเครื่องสแกนเนอร์ (Scanner) ซึ่งจะได้ผลออกมาเป็นภาพ(Image) 1 ภาพ ปัจจุบันสามารถแปลงข้อความภาพ เป็นข้อความปกติได้ โดยอาศัยโปรแกรม OCR

- ข้อความอิเล็กทรอนิกส์ เป็นข้อความที่พัฒนาให้อยู่ในรูปของสื่อ ที่ใช้ประมวลผลได้ข้อความไฮเปอร์เท็กซ์ (Hyper Text) เป็นรูปแบบของข้อความ ที่ได้รับความนิยมสูงมาก ในปัจจุบันโดยเฉพาะการเผยแพร่เอกสารในรูปของเอกสารเว็บ เนื่องจากสามารถใช้เทคนิค การลิงก์ หรือเชื่อมข้อความ ไปยังข้อความ หรือจุดอื่นๆ ได้

2. ภาพนิ่ง (Still Image) ภาพนิ่งเป็นภาพที่ไม่มีการเคลื่อนไหว เช่น ภาพถ่าย ภาพวาด และภาพลายเส้น เป็นต้น ภาพนิ่งนับว่ามีบทบาทต่อระบบงานมัลติมีเดียมากกว่าข้อความหรือตัวอักษร ทั้งนี้เนื่องจากภาพจะให้ผลในเชิงการเรียนรู้หรือรับรู้ด้วยการมองเห็นได้ดีกว่า นอกจากนี้ยังสามารถถ่ายทอดความหมายได้ลึกซึ้งมากกว่าข้อความหรือตัวอักษรนั่นเองซึ่งข้อความหรือตัวอักษรจะมีข้อจำกัดทางด้านความแตกต่างของแต่ละภาษา แต่ภาพนั้นสามารถสื่อความหมายได้กับทุกชนชาติ ภาพนิ่งมักจะแสดงอยู่บนสื่อชนิดต่างๆ เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์หรือวารสารวิชาการ เป็นต้น

- ภาพกราฟิก (Graphics) เป็นสื่อในการนำเสนอที่ดี เนื่องจากมีสีสัน มีรูปแบบที่น่าสนใจ สามารถสื่อความหมายได้กว้าง ประกอบด้วย

1) ภาพบิตแมพ (Bitmap) เป็นภาพที่มีการเก็บข้อมูลแบบพิกเซล หรือจุดเล็กๆ ที่แสดงค่าสี ดังนั้นภาพหนึ่งๆ จึงเกิดจากจุดเล็กๆ หลายๆ จุดประกอบกัน (คล้ายๆ กับการปักผ้าโครสติก) ทำให้รูปภาพแต่ละรูป เก็บข้อมูลจำนวนมาก เมื่อจะนำมาใช้ จึงมีเทคนิคการบีบอัดข้อมูลฟอร์แมตของภาพบิตแมพ ที่รู้จักกันดี ได้แก่ .BMP, .PCX, .GIF, .JPG, .TIF

2) ภาพเวกเตอร์ (Vector) เป็นภาพที่สร้างด้วยส่วนประกอบของเส้นลักษณะต่างๆ และคุณสมบัติเกี่ยวกับสีของเส้นนั้นๆ ซึ่งสร้างจากการคำนวณทางคณิตศาสตร์ เช่น ภาพของคน ก็จะถูกสร้างด้วยจุดของเส้นหลายๆ จุด เป็นลักษณะของโครงร่าง (Outline) และสีของคนก็เกิดจากสีของเส้นโครงร่างนั้นๆ กับพื้นที่ผิวภายในนั่นเอง เมื่อมีการแก้ไขภาพ ก็จะเป็นการแก้ไขคุณสมบัติของเส้น ทำให้ภาพไม่สูญเสียความละเอียด เมื่อมีการขยายภาพนั่นเอง ภาพแบบ Vector ที่หลายๆ ท่านคุ้นเคยก็คือภาพ .wmf ซึ่งเป็น clipart ของ Microsoft Office นั่นเอง นอกจากนี้คุณจะสามารถพบภาพฟอร์แมตนี้ได้กับภาพในโปรแกรม Adobe Illustrator หรือ Macromedia Freehand

3) คลิปอาร์ต (Clipart) เป็นรูปแบบของการจัดเก็บภาพ จำนวนมาก ๆ ในลักษณะของตารางภาพ หรือห้องสมุดภาพ หรือคลังภาพ เพื่อให้เรียกใช้ สืบค้น ได้ง่าย สะดวก และรวดเร็ว

HyperPicture มักจะเป็นภาพชนิดพิเศษ ที่พบได้บนสื่อมัลติมีเดีย มีความสามารถเชื่อมโยงไปยังเนื้อหา หรือรายละเอียดอื่นๆ มีการกระทำ เช่น คลิก (Click) หรือเอาเมาส์มาวางไว้เหนือตำแหน่งที่ระบุ (Over) สำหรับการจัดหาภาพ หรือเตรียมภาพ ก็มีหลายวิธี เช่น การสร้างภาพเอง ด้วยโปรแกรมสร้างภาพ เช่น Adobe Photoshop, PhotoImpact, CorelDraw หรือการนำภาพจากอุปกรณ์ เช่น กล้องถ่ายภาพ ดิจิตอล, กล้องวิดีโอดิจิตอล หรือสแกนเนอร์

3. ภาพเคลื่อนไหว (Animation) ภาพเคลื่อนไหว หมายถึง ภาพกราฟิกที่มีการเคลื่อนไหวเพื่อแสดงขั้นตอนหรือปรากฏ การณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง เช่น การเคลื่อนที่ของอะตอม ในโมเลกุล หรือการเคลื่อนที่ของลูกสูบของเครื่องยนต์ เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อสร้างสรรค์จินตนาการให้เกิด แรงจูงใจจากผู้ชม การผลิตภาพเคลื่อนไหวจะต้องใช้โปรแกรมที่มีคุณสมบัติเฉพาะทางซึ่งอาจมีปัญหาเกิดขึ้นอยู่บ้างเกี่ยวกับขนาดของไฟล์ที่ต้องใช้พื้นที่ในการจัดเก็บมากกว่าภาพนิ่งหลายเท่านั่นเอง

4. เสียง (Sound) เสียงเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่สำคัญของมัลติมีเดีย โดยจะถูกจัดเก็บอยู่ในรูปของสัญญาณดิจิตอลซึ่งสามารถเล่นซ้ำกลับไปกลับมาได้ โดยใช้โปรแกรมที่ออกแบบมา โดยเฉพาะสำหรับทำงานด้านเสียงหากในงานมัลติมีเดียมีการใช้เสียงที่เราใจและสอดคล้องกับเนื้อหาในการ นำเสนอ จะช่วยให้ระบบมัลติมีเดียนั้นเกิดความสมบูรณ์แบบมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ ยังช่วยสร้างความ น่าสนใจและน่าติดตามในเรื่องราวต่างๆ ได้เป็นอย่างดี ลักษณะของเสียง ประกอบด้วย

- คลื่นเสียงแบบออดิโอ (Audio) ซึ่งมีฟอร์แมตเป็น .wav, .au การบันทึกจะบันทึกตามลูกคลื่นเสียง โดยมีการแปลงสัญญาณให้เป็นดิจิทัล และใช้เทคโนโลยีการบีบอัดเสียงให้เล็กลง (ซึ่งคุณภาพก็ต่ำลงด้วย)

- เสียง CD เป็นรูปแบบการบันทึก ที่มีคุณภาพสูง ได้แก่ เสียงที่บันทึกลงใน แผ่น CD เพลงต่างๆ MIDI (Musical Instrument Digital Interface) เป็นรูปแบบของเสียงที่แทนเครื่องดนตรีชนิดต่างๆ สามารถเก็บข้อมูล และให้วงจรอิเล็กทรอนิกส์ สร้างเสียงตามตัวโน้ต เสมือนการเล่นของ เครื่องเล่นดนตรีนั้นๆ

- MPEG เป็นมาตรฐานการบีบอัดข้อมูลที่ยอมรับมากในปัจจุบัน โดยชื่อนี้ เป็นชื่อย่อของทีมงานพัฒนา Moving Picture Export Group โดยปัจจุบันมีฟอร์แมตที่นิยมคือ MP3 (MPEG 1 Audio Layer 3) ซึ่งก็คือเทคโนโลยีการบีบอัดข้อมูลเสียงของมาตรฐาน MPEG 1 นั่นเอง เป็นไฟล์ที่นิยมใช้ กับเครือข่ายอินเทอร์เน็ตด้วย

5. วิดีโอ (Video) วิดีโอเป็นองค์ประกอบของมัลติมีเดียที่มีความสำคัญเป็นอย่างมาก เนื่องจากวิดีโอในระบบดิจิตอลสามารถนำเสนอข้อความหรือรูปภาพ (ภาพนิ่งหรือภาพเคลื่อนไหว) ประกอบกับเสียงได้สมบูรณ์มากกว่าองค์ประกอบชนิดอื่นๆ อย่างไรก็ตาม ปัญหาหลักของการใช้วิดีโอในระบบมัลติมีเดียก็คือ การสิ้นเปลืองทรัพยากรของพื้นที่บนหน่วยความจำเป็นจำนวนมาก มีหลายรูปแบบ ได้แก่

- AVI (Audio / Video Interleave) เป็นฟอร์แมตที่พัฒนาโดยบริษัท ไมโครซอฟท์ เรียกว่า Video for Windows มีนามสกุลเป็น .avi ปัจจุบันมีโปรแกรมแสดงผลติดตั้งมาพร้อมกับชุด Microsoft Windows คือ Windows Media Player

- MPEG - Moving Pictures Experts Group รูปแบบของไฟล์ที่มีการบีบอัดไฟล์ เพื่อให้มีขนาดเล็กลง โดยใช้เทคนิคการบีบข้อมูลแบบ Inter Frame หมายถึง การนำความแตกต่างของข้อมูลในแต่ละภาพมาบีบ และเก็บ โดยสามารถบีบข้อมูลได้ถึง 200 : 1 หรือเหลือข้อมูลเพียง 100 kb/sec โดยคุณภาพยังดีอยู่ มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดย MPEG-1 มีนามสกุล คือ .mpg Quick Time เป็นฟอร์แมตที่พัฒนาโดยบริษัท Apple นิยมใช้นำเสนอข้อมูลไฟล์ผ่านอินเทอร์เน็ต มีนามสกุลเป็น .mov

2.4.8.3 ประโยชน์ของมัลติมีเดีย

แนวทางการนำมัลติมีเดียมาประยุกต์ใช้งานกับโปรแกรมคอมพิวเตอร์มีหลายรูปแบบทั้งนี้ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการนำไปใช้งาน โดยสามารถแยกแยะประโยชน์ที่จะได้รับจากการนำมัลติมีเดียมาประยุกต์ใช้งานได้ดังนี้

1. **ง่ายต่อการใช้งาน** โดยส่วนใหญ่เป็นการนำมัลติมีเดียมาประยุกต์ใช้งานร่วมกับโปรแกรมคอมพิวเตอร์เพื่อเพิ่มผลผลิต ดังนั้นผู้พัฒนาจึงจำเป็นต้องมีการจัดทำให้มีรูปลักษณะที่เหมาะสม และง่ายต่อการใช้งานตามแต่กลุ่มเป้าหมายเพื่อประโยชน์ในการเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ตัวอย่างเช่น การใช้งานสื่อมัลติมีเดียโปรแกรมการบัญชี

2. **สัมผัสได้ถึงความรู้สึก** สิ่งสำคัญของการนำมัลติมีเดียมาประยุกต์ใช้งานก็คือ เพื่อให้ผู้ใช้สามารถรับรู้ได้ถึงความรู้สึกจากการสัมผัสกับวัตถุที่ปรากฏอยู่บนจอภาพ ได้แก่ รูปภาพ ไอคอน ปุ่มและตัวอักษร เป็นต้น ทำให้ผู้ใช้สามารถควบคุมและเข้าถึงข้อมูลต่างๆ ได้อย่างทั่วถึงตามความต้องการ ตัวอย่างเช่น ผู้ใช้คลิกที่ปุ่ม Play เพื่อชมวิดีโอและฟังเสียงหรือแม้แต่ผู้ใช้คลิกเลือกที่รูปภาพหรือตัวอักษรเพื่อเข้าถึงข้อมูลที่ต้องการ เป็นต้น

3. **สร้างเสริมประสบการณ์** การออกแบบและพัฒนาโปรแกรมคอมพิวเตอร์ด้านมัลติมีเดีย แม้ว่าจะมีคุณลักษณะที่แตกต่างกันตามแต่ละวิธีการ แต่สิ่งหนึ่งที่ผู้ใช้จะได้รับก็คือ การสั่งสมประสบการณ์จากการใช้สื่อเหล่านี้ในแง่มุมที่แตกต่างกันซึ่งจะทำให้สามารถเข้าถึงวิธีการใช้งานได้อย่างถูกต้องและแม่นยำ ตัวอย่างเช่น ผู้ใช้ได้เคยเรียนรู้วิธีการใช้ปุ่มต่างๆ เพื่อเล่นเกมสบนคอมพิวเตอร์มาก่อน และเมื่อได้มาสัมผัสเกมออนไลน์ใหม่ๆ ก็สามารถเล่นเกมออนไลน์ได้อย่างไม่ติดขัด

4. **เพิ่มขีดความสามารถในการเรียนรู้** สืบเนื่องจากระดับขีดความสามารถของผู้ใช้แต่ละคนมีความแตกต่างกัน ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับระดับความรู้และประสบการณ์ที่ได้รับการสั่งสมมา ดังนั้นการนำสื่อมัลติมีเดียมาประยุกต์ใช้จะช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการเรียนรู้ด้วยตนเอง ตัวอย่างเช่น การเล่นเกมสบนคอมพิวเตอร์ ผู้ใช้สามารถเรียนรู้และพัฒนาทักษะในการเล่นจากระดับที่ง่ายไปยังระดับที่ยากยิ่งขึ้นไป

5. **เข้าใจเนื้อหามากยิ่งขึ้น** ด้วยคุณลักษณะขององค์ประกอบของมัลติมีเดีย ไม่ว่าจะเป็นข้อความหรือตัวอักษร ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว เสียงและวิดีโอ สามารถที่จะสื่อความหมายและเรื่องราวต่างๆ ได้แตกต่างกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับวิธีการนำเสนอ กล่าวคือ หากเลือกใช้ภาพนิ่งหรือภาพเคลื่อนไหว การสื่อความหมายย่อมจะมีประสิทธิภาพมากกว่าการเลือกใช้ข้อความหรือตัวอักษร ในทำนองเดียวกัน หากเลือกใช้วิดีโอ การสื่อความหมายย่อมจะดีกว่าเลือกใช้ภาพนิ่งหรือภาพเคลื่อนไหว ดังนั้น ในการผลิตสื่อ ผู้พัฒนาจำเป็นต้องพิจารณาคุณลักษณะให้เหมาะสมกับเนื้อหาที่จะนำเสนอ ตัวอย่างเช่น การผสมผสานองค์ประกอบของมัลติมีเดียเพื่อบรรยายบทเรียน

6. **คุ้มค่าการลงทุน** การใช้โปรแกรมด้านมัลติมีเดียจะช่วยลดระยะเวลา ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการเดินทาง การจัดหาวิทยากร การจัดหาสถานที่ การบริหารตารางเวลาและการเผยแพร่

ช่องทางเพื่อนำเสนอสื่อ เป็นต้น ทำให้ประหยัดค่าใช้จ่าย ในกรณีที่ได้หักค่าใช้จ่ายที่เป็นต้นทุนไปแล้วก็จะส่งผลให้ได้รับผลตอบแทนความคุ้มค่าในการลงทุนในระยะเวลาที่เหมาะสม

7. **เพิ่มประสิทธิภาพในการเรียนรู้** การสร้างสรรค์ชิ้นงานด้านมัลติมีเดียจำเป็นต้องถ่ายทอดจินตนาการจากสิ่งที่ยากให้เป็นสิ่งที่ย่อยต่อการรับรู้และเข้าใจด้วยกรรมวิธีต่างๆ นอกจากจะช่วยอำนวยความสะดวกในการทำงานแล้ว ผู้ใช้ยังได้รับประโยชน์และเพลิดเพลินในการเรียนรู้อีกด้วย ตัวอย่างเช่น ผู้ใช้(User)ออกแบบและสร้างเว็บเพจ (Web Page) ด้วยโปรแกรมแมคโครมีเดีย ดรีมวีเวอร์ (Macromedia Dreamweaver) หรือผู้ศึกษาศาสตร์เกี่ยวกับประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม

สรุปได้ว่า คำว่า “มัลติมีเดีย” มีความหมายที่ค่อนข้างกว้าง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับมุมมองของผู้ที่สนใจ อย่างไรก็ตามกระแสนิยมด้านมัลติมีเดียมักจะนำคอมพิวเตอร์มาประยุกต์ใช้งานร่วมด้วย เนื่องจากเป็นอุปกรณ์ที่มีขีดความสามารถในการผลิตสื่อได้หลากหลายรูปแบบ รวมทั้งยังสามารถนำเสนอและติดต่อสื่อสารได้อีกด้วย สำหรับในที่นี้คำว่า “มัลติมีเดีย” หมายถึง การนำองค์ประกอบของสื่อชนิดต่างๆ มาผสมผสานเข้าด้วยกัน ซึ่งประกอบด้วย ตัวอักษร(Text) ภาพนิ่ง (Still Image) ภาพเคลื่อนไหว (Animation) เสียง (Sound) และวิดีโอ (Video) โดยผ่านกระบวนการทางระบบคอมพิวเตอร์เพื่อสื่อความหมายกับผู้ใช้อย่างมีประสิทธิภาพ (Interactive Multimedia) และได้บรรลุผลตรงตามวัตถุประสงค์การใช้งาน ในส่วนของแต่ละองค์ประกอบของมัลติมีเดียทั้ง 5 ชนิดจะมีทั้งข้อดี-ข้อเสียที่แตกต่างกันไปตามคุณลักษณะและวิธีการใช้งาน สำหรับประโยชน์ที่จะได้รับจากมัลติมีเดียมีมากมาย นอกจากจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานแล้ว ยังเพิ่มประสิทธิภาพของความคุ้มค่าในการลงทุนอีกด้วย ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับวิธีการนำมาประยุกต์ใช้เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดนั่นเอง

2.5 ทฤษฎีการประเมินความพึงพอใจ

อุทัย พรหมสุดใจ (2545) ได้กล่าวถึง ความพึงพอใจว่า เป็นความรู้สึกรักชอบยินดีเต็มใจ หรือมีเจตคติที่ดีของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ความพอใจจะเกิดเมื่อได้รับตอบสนองความต้องการ ทั้ง ด้านวัตถุและด้านจิตใจ ความพึงพอใจเป็นเรื่องเกี่ยวกับอารมณ์ ความรู้สึก และทัศนคติของบุคคล อันเนื่องมาจากสิ่งเร้าและสิ่งจูงใจ โดยอาจเป็นไปในเชิงประเมินค่า 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 สิ่งที่ควรจะเป็นไปตามความต้องการ ความพึงพอใจเป็นผลของการแสดงออกของทัศนคติของบุคคลอีกรูปแบบหนึ่ง ซึ่งเป็นความรู้สึกเอนเอียงของจิตใจที่มีประสบการณ์ที่มนุษย์เราได้รับอาจจะมากหรือน้อยก็ได้ และเป็นความรู้สึกที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งเป็นไปได้ทั้งทางบวกและทางลบ แต่ก็เมื่อได้สิ่งนั้น สามารถตอบสนองความต้องการ หรือทำให้บรรลุจุดมุ่งหมายได้ ก็จะทำให้เกิดความรู้สึกบวก เป็นความรู้สึกที่พึงพอใจ แต่ในทางตรงกันข้าม ถ้าสิ่งนั้นสร้างความรู้สึกรับผิดหวัง ก็จะทำให้เกิดความรู้สึกทางลบ เป็นความรู้สึกไม่พึงพอใจ

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

Good (1973) ได้กล่าวถึง ความพึงพอใจ หมายถึงสภาพหรือระดับความพึงพอใจที่เป็นผลมาจากความสนใจ และเจตคติของบุคคลที่มีต่องาน

ผู้วิจัยได้กำหนดระดับมาตรฐานของคำตอบที่เป็นระดับความคิดเห็นสำหรับผู้เชี่ยวชาญ 5 ระดับ และกลุ่มเป้าหมายเป็นระดับความพึงพอใจ 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด ให้เป็นน้ำหนักตัวเลข เพื่อประโยชน์ต่อการนำไปใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ โดยประยุกต์การจัดคะแนนแบบมาตรวัดของลิเคิร์ต (Likert Scale) เรียกว่า วิธีการประเมินแบบรวมค่า (Method of Summated Rating) โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน 5 ระดับดังนี้

5	หมายถึง	เห็นด้วย/ความพึงพอใจในระดับมากที่สุด
4	หมายถึง	เห็นด้วย/ความพึงพอใจในระดับมาก
3	หมายถึง	เห็นด้วย/ความพึงพอใจในระดับปานกลาง
2	หมายถึง	เห็นด้วย/ความพึงพอใจในระดับน้อย
1	หมายถึง	เห็นด้วย/ความพึงพอใจในระดับน้อยที่สุด

การแปลผลแบบสอบถาม ด้วย Likert Scale

ค่าเฉลี่ย	4.50 ถึง 5.00	หมายความว่า มีความคิดเห็นด้วย/ความพึงพอใจในระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	3.50 ถึง 4.49	หมายความว่า มีความคิดเห็นด้วย/ความพึงพอใจในระดับมาก
ค่าเฉลี่ย	2.50 ถึง 3.49	หมายความว่า มีความคิดเห็นด้วย/ความพึงพอใจในระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	1.50 ถึง 2.49	หมายความว่า มีความคิดเห็นด้วย/ความพึงพอใจในระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย	1.00 ถึง 1.49	หมายความว่า มีความคิดเห็นด้วย/ความพึงพอใจในระดับน้อยที่สุด

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วิวัฒน์ สมทน และรัฐพล ประดับเวทย์ (2558) ได้ศึกษา การพัฒนาเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ พิพิธภัณฑ์ภูมิปัญญาไทย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ และเพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้เว็บไซต์ประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑ์ภูมิปัญญาไทยมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาและด้านเทคโนโลยีการศึกษา จำนวน 6 คน นิสิต บุคลากรของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ และผู้สนใจที่เข้าชมเว็บไซต์ระหว่างเดือนมกราคม ถึงเดือนมีนาคม 2557 จำนวน 135 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบประเมินคุณภาพเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ พิพิธภัณฑ์ภูมิปัญญาไทย และแบบประเมินความพึงพอใจเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑ์ภูมิปัญญาไทย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า การพัฒนาเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ พิพิธภัณฑ์ภูมิปัญญาไทย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ มีผลการประเมินคุณภาพจากผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา และจากผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีการศึกษายู่ในระดับดีมาก และผู้ที่มีความพึงพอใจต่อเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับมาก

สุวารี ศรีบุญสมรรษพร สีขาว และรวีวรรณ สนั่นวรเกียรติ (2558) ได้ศึกษา การสร้างและพัฒนาสื่อการท่องเที่ยวประเภทเว็บไซต์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ประสงค์เพื่อสร้างและพัฒนาสื่อการท่องเที่ยวประเภทเว็บไซต์และประเมินผลการใช้สื่อของนักท่องเที่ยวด้านความรู้ความตระหนักและความพึงพอใจจากการใช้สื่อ และเปรียบเทียบความพึงพอใจตามปัจจัยส่วนบุคคล กลุ่มตัวอย่างคือนักท่องเที่ยวจำนวน 400 คน นักศึกษาวิทยาลัยอาชีวศึกษาสุโขทัย สาขาวิชาการท่องเที่ยว จำนวน 50 คน เครื่องมือที่ใช้ ได้แก่ แบบประเมินคุณภาพสื่อและแบบประเมินผลการใช้สื่อ ผลการวิจัยพบว่า การสร้างและพัฒนาสื่อรูปแบบ C4DE ประกอบด้วยการใช้หลักการมีจิตสำนึก (conscious mind) ใช้กระบวนการ 4 ขั้นตอนคือ การหาข้อมูล (data) การจัดทำโครงร่าง (drafting) การปฏิบัติการพัฒนาสื่อ (do) และการเผยแพร่ (dissemination) และใช้วิธีการประเมิน (evaluate)

ผลการประเมินการใช้สื่อการท่องเที่ยวประเภทเว็บไซต์นักท่องเที่ยวมีความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุด มีความตระหนักต่อคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก และมีความพึงพอใจต่อสื่อการท่องเที่ยวประเภทเว็บไซต์อยู่ในระดับมาก โดยนักท่องเที่ยวที่มีเพศ ระดับการศึกษา อาชีพ และสัญชาติที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อสื่อการท่องเที่ยวประเภทเว็บไซต์ไม่แตกต่างกัน

หทัยรัตน์ สุนา ปาละรัตน์ และและศิรินันท์ นาพอ (2561) ได้ศึกษา การวิจัยและออกแบบเพื่อสร้างสื่อมัลติมีเดียในการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ตำบลบ่อหิน อำเภอสิเกา จังหวัดตรัง การวิจัยและออกแบบการสร้างสื่อมัลติมีเดียในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ตำบลบ่อหิน อำเภอสิเกา จังหวัดตรัง งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์หลักเป็นวิจัยและการออกแบบสร้างสื่อมัลติมีเดียเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศชุมชนบ้านบ่อหิน อ.สิเกา จ.ตรัง โดยสื่อที่จัดทำขึ้นจะเป็นสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อดึงดูดความสนใจให้ผู้ที่ต้องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวประเภทนี้ในจังหวัดตรัง ช่วยเสริมและสร้างความเข้มแข็งให้กับตำบลบ่อหินให้มีรายได้เพิ่มมากขึ้นจากการท่องเที่ยวและเพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ตำบลบ่อหิน อ.สิเกา จ.ตรัง กลุ่มตัวอย่างเป็นบุคคลทั่วไปที่ทำงานในจังหวัดกรุงเทพมหานคร จำนวน 200 คนเป็นกลุ่มคนในวัยทำงานอีกทั้งจะมีการหาคุณภาพของสื่อในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ตำบลบ่อหิน อ.สิเกา จ.ตรัง โดยมีผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อมัลติมีเดียจำนวน 2 คนเป็นผู้ประเมินคุณภาพ

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ชมมีความพึงพอใจต่อสื่อมัลติมีเดียเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศตำบลบ่อหิน อ.สิเกา จ.ตรัง อยู่ในระดับมากและผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อมัลติมีเดียเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อยู่ในระดับมาก สรุปได้ว่า สื่อมัลติมีเดียที่สร้างขึ้นเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ตำบลบ่อหิน อ.สิเกา จ.ตรัง เป็นสื่อที่มีคุณภาพดีมาก สามารถนำไปใช้เป็นสื่อสำหรับการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

เพ็ญภา จุมพลพงษ์ พันธุ์ศักดิ์ พิงงาม และสุริยา เขมขัญญ (2560) ได้ศึกษา การพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของ จังหวัดลพบุรี การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจ เก็บข้อมูล วิเคราะห์ ออกแบบโครงสร้างและพัฒนาเว็บไซต์ส่งเสริมการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี โดยเก็บข้อมูลและสำรวจแหล่งท่องเที่ยวภาพรวมในอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ประกอบด้วย 24 ตำบล ซึ่งแบ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยว ร้านอาหาร ร้านเครื่องดื่ม โรงแรม/ที่พัก กิจกรรมท่องเที่ยว เทศกาลประเพณีการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก และข้อมูลการเดินทาง โดยนำข้อมูลมากำหนดความต้องการของระบบงาน มีการกำหนดโครงสร้างข้อมูลภายในเว็บไซต์ กำหนดการสืบทอดข้อมูล การสร้างแผนที่เว็บไซต์ และการวางผังหน้าเว็บเพจต่าง ๆ มีระบบบริหารจัดการเว็บไซต์ ซึ่งภายในเว็บไซต์ <https://www.lopburitour.net/> จะมีปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยว (Interactive) มีการออกแบบเนื้อหาที่โดนใจ (Content) การออกแบบเว็บไซต์สามารถแสดงผล ได้อย่างเหมาะสมบนอุปกรณ์ที่แตกต่างกันและใช้ได้กับความละเอียดของจอภาพทุกขนาด (Responsive Web Design) ซึ่งภายในเว็บไซต์จะมีปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวโดยใช้งานง่าย สะดวกรองรับการแสดงผลบนอุปกรณ์ที่แตกต่างกันได้โดยอัตโนมัติ

บทที่ 3

วิธีการดำเนินงาน

การวิจัยครั้งนี้เป็นการพัฒนาเว็บไซต์และสื่อมัลติมีเดียเพื่อเผยแพร่ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนอำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผู้วิจัยมีรายละเอียดขั้นตอนการดำเนินงานดังนี้

- 3.1 ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 ตัวแปรในการวิจัย
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.4 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ
- 3.5 วิธีการดำเนินงานวิจัย
- 3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ผล

3.1 ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในช่วง พ.ศ. 2562 – กรกฎาคม 2562

3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในช่วง พ.ศ. 2562 – กรกฎาคม 2562 จำนวน 50 คน ซึ่งได้จากการสุ่ม

3.2 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

3.2.1 ตัวแปรต้น

เว็บไซต์และสื่อมัลติมีเดียเพื่อเผยแพร่ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

3.2.2 ตัวแปรตาม

3.2.2.1 คุณภาพของเว็บไซต์และสื่อมัลติมีเดียเพื่อเผยแพร่ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนอำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

3.2.2.2 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและบุคคลทั่วไปที่มีต่อเว็บไซต์และสื่อมัลติมีเดียเพื่อเผยแพร่ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ประกอบด้วย

3.3.1 เว็บไซต์และสื่อมัลติมีเดียเพื่อเผยแพร่ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

3.3.2 แบบประเมินคุณภาพเว็บไซต์และสื่อมัลติมีเดียเพื่อเผยแพร่ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนอำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

3.3.3 แบบประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและบุคคลทั่วไปที่มีต่อเว็บไซต์และสื่อมัลติมีเดียเพื่อเผยแพร่ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

3.4 ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

การพัฒนาและหาคุณภาพของเครื่องมือ การพัฒนาเว็บไซต์และสื่อมัลติมีเดียเพื่อเผยแพร่ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว โดยชุมชน อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ขั้นตอนที่ 1 วางแผน (Planning)

วางแผนการพัฒนาพัฒนาเว็บไซต์และสื่อมัลติมีเดียเพื่อเผยแพร่ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว โดยชุมชน อำเภอบางปะอินจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยกำหนดขอบเขตเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาเว็บไซต์ที่มีคุณภาพ ทั้งด้านเนื้อหา การออกแบบ ซอฟต์แวร์ที่ใช้ งบประมาณ และระยะเวลาที่ใช้ในการพัฒนาเว็บไซต์ การออกแบบบทดำเนินเรื่องในการถ่ายทำ วิดีทัศน์ วางแผนการถ่ายทำ เป็นสื่อวีดิทัศน์ ต้องเป็นช่วงระยะเวลาที่ชุมชนมีกิจกรรม

ขั้นตอนที่ 2 ออกแบบข้อมูล (Information Design)

รวบรวมเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในอำเภอบางปะอิน และแหล่งท่องเที่ยวสำคัญๆ ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จากการลงพื้นที่ชุมชน แผนพับ นิตยสาร และอินเทอร์เน็ต เป็นต้น เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาเว็บไซต์และสื่อมัลติมีเดีย รวมถึงสื่อประเภทอื่นๆ เช่น ภาพถ่าย วิดีโอ ภาพเคลื่อนไหว กราฟิก ที่สามารถสื่อความหมายได้ชัดเจน และเป็นประโยชน์ในการนำเสนอ นำเนื้อหาที่ได้มาวิเคราะห์เพื่อจัดแบ่งออกเป็นหมวดหมู่ สร้างเป็นแผนที่เว็บไซต์ (Site Map) และ นำวิดีโอ รูปภาพ ที่ได้ถ่ายทำมาตัดต่อเพื่อใส่ลงในเว็บไซต์

ขั้นที่ 3 ออกแบบหน้าเว็บ (Page Design)

ผู้วิจัยได้นำเนื้อหาที่ได้จัดเตรียมและผ่านการตรวจสอบความถูกต้องจากผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา รวมถึงการเลือกใช้สีที่เหมาะสมกับเว็บไซต์ เพื่อให้ผู้ใช้งานสามารถใช้งานได้ง่ายและสะดวก โดยออกแบบเลย์เอาต์และตำแหน่งเมนู ให้เว็บไซต์ดูมีความน่าสนใจ

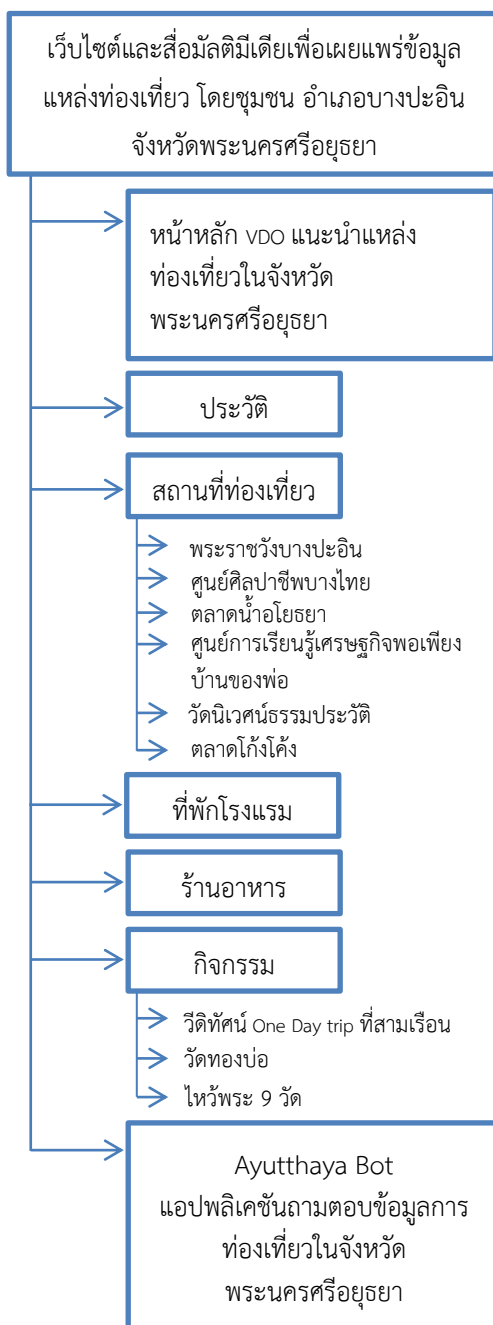
ขั้นที่ 5 เผยแพร่

ทำการเผยแพร่ โดยนำเว็บไซต์และสื่อมัลติมีเดียเพื่อเผยแพร่ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่พัฒนาขึ้น ผ่านการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญจนผ่านเกณฑ์คุณภาพที่กำหนดทำการอัปโหลดขึ้น server เพื่อทำการประชาสัมพันธ์ต่อไป

3.4.1 เครื่องมือที่ใช้ในการพัฒนาเว็บไซต์

- 3.4.1.1 โปรแกรม Visual Studio Code 1.34.0
- 3.4.1.2 ภาษาที่ใช้ html Js css
- 3.4.1.3 โปรแกรม Wondershare Filmora9 Video Editor
- 3.4.1.4 Adobe Photoshop

ผู้วิจัยได้พัฒนาและออกแบบโครงสร้างระบบเว็บไซต์และสื่อมัลติมีเดียเพื่อเผยแพร่ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว โดยชุมชน อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ดังนี้ภาพที่ 3-1



ภาพที่ 3-1 โครงสร้างของเว็บไซต์

3.4.2 ชั้นประเมินผล

การตรวจสอบคุณภาพ ทางด้านเนื้อหาและด้านเทคโนโลยีสารสนเทศจำนวน 5 ท่าน ประกอบด้วย

ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา

1. คุณนิธิ สืบพงษ์สังข์ กรรมการและเลขานุการสมาคมไทยท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ
2. นางสาววรรษา พรหมศิลป์ อาจารย์ประจำสาขาการท่องเที่ยวและสาขาวิชาการโรงแรม

ผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

1. นางสาวหทัยรัตน์ บุญเนตร อาจารย์ประจำสาขาวิชาเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

2. นางสาวศวรรณรัตน์ อภัยพงศ์ อาจารย์ประจำสาขาวิชาเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

3. นายสมักร อยู่ล่อง หัวหน้ากลุ่มงานเทคโนโลยีการศึกษา สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

3.4.2.1 การสร้างแบบประเมินคุณภาพ (พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2540)

1. ศึกษารายละเอียดเกี่ยวกับการสร้างแบบประเมินคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2. พิจารณาคูณลักษณะที่ต้องการประเมินด้านเนื้อหาและด้านสื่อ

3. สร้างแบบประเมิน 2 ชุด คือแบบประเมินสำหรับผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาและด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยใช้แบบประเมินที่มีลักษณะเป็นแบบมาตรฐานส่วนประมาณค่า 5 ระดับคือ 5 4 3 2 1 โดยกำหนดความหมายคะแนนของตัวเลือกในแบบประเมินแต่ละข้อดังนี้

มีคุณภาพดีมาก	ให้คะแนน	5	คะแนน
มีคุณภาพดี	ให้คะแนน	4	คะแนน
มีคุณภาพปานกลาง	ให้คะแนน	3	คะแนน
มีคุณภาพน้อย	ให้คะแนน	2	คะแนน
มีคุณภาพน้อยมาก	ให้คะแนน	1	คะแนน

3.4.2.2 นำผลประเมินจากการประเมินมาพิจารณาค่าเฉลี่ย การกำหนดระดับการประเมินคุณภาพเครื่องมือใช้เกณฑ์ตามที (Likert Scale) ได้กำหนดไว้ ดังนี้

4.50 - 5.00	หมายความว่า	เครื่องมือมีคุณภาพดีมาก
3.50 - 4.49	หมายความว่า	เครื่องมือมีคุณภาพดี
2.50 - 3.49	หมายความว่า	เครื่องมือมีคุณภาพปานกลาง
1.50 - 2.49	หมายความว่า	เครื่องมือมีคุณภาพน้อย
1.00 - 1.49	หมายความว่า	เครื่องมือมีคุณภาพน้อยที่สุด

เกณฑ์ยอมรับคุณภาพคือ 3.51 ขึ้นไป

3.5 วิธีการดำเนินงานวิจัย

วิธีการดำเนินงานวิจัยประกอบไปด้วยแบบแผนการทดลอง ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

3.5.1 นำเว็บไซต์และสื่อมัลติมีเดียเพื่อเผยแพร่ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว โดยชุมชน อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ให้ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาทั้ง 2 ท่านประเมินคุณภาพ เพื่อให้ข้อเสนอแนะและปรับปรุงแก้ไข

3.5.2 นำเว็บไซต์และสื่อมัลติมีเดียเพื่อเผยแพร่ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว โดยชุมชน อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ให้ผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีสารสนเทศทั้ง 3 ท่านทำการประเมินคุณภาพเพื่อให้ข้อเสนอแนะและปรับปรุงแก้ไข

3.5.3 ทำการปรับปรุงแก้ไขเว็บไซต์และสื่อมัลติมีเดียเพื่อเผยแพร่ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว โดยชุมชน อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยาตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 2 ด้าน

3.5.4 นำเว็บไซต์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว โดยชุมชน อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่ผ่านการปรับปรุงแก้ไขเรียบร้อยแล้วให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบอีกครั้งก่อนให้กลุ่มตัวอย่างประเมินความพึงพอใจ

3.5.5 นำเว็บไซต์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว โดยชุมชน อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่ผ่านการปรับปรุงแก้ไขเรียบร้อยแล้วให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ช่วงเดือน พฤษภาคม – กรกฎาคม จำนวน 50 คน ประเมินความพึงพอใจที่มีต่อเว็บไซต์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว โดยชุมชน อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

3.6.1 การวิเคราะห์ผลจากการประเมินคุณภาพ แบบประเมินความพึงพอใจ

3.6.1.1 วิธีการวิเคราะห์ผลโดยการคำนวณหาค่าเฉลี่ยแบบแจกแจงความถี่ ของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญกลุ่มตัวอย่างตามหลักสถิติ โดยสูตรที่ใช้ในการคำนวณ โดย (บุญชม ศรีสะอาด, 2537)

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

เมื่อ $\bar{X}$ แทน ค่าเฉลี่ย

X แทน คะแนนแต่ละจำนวน

n แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

3.6.1.2 วิธีการวิเคราะห์ผลโดยการคำนวณหาส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญและกลุ่มตัวอย่างตามหลักสถิติ

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

เมื่อ S.D. แทน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

$\sum x$ แทน ผลรวมของข้อมูล

x แทน ค่าเฉลี่ยเลขคณิต

n แทน จำนวนข้อมูล

บทที่ 4

ผลการดำเนินงานวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการพัฒนาเว็บไซต์และสื่อมัลติมีเดียเพื่อเผยแพร่ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับดังนี้

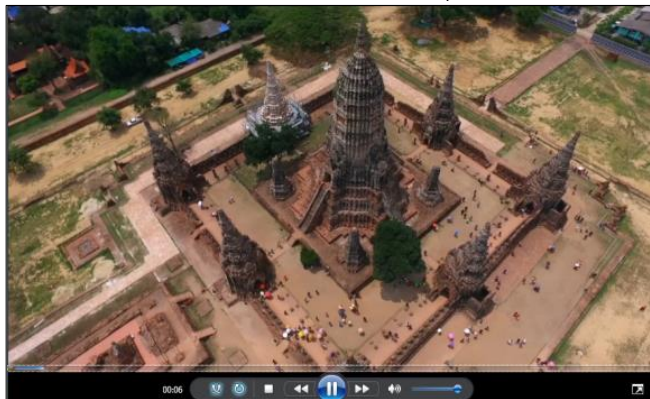
4.1 ผลการพัฒนาเว็บไซต์และสื่อมัลติมีเดียเพื่อเผยแพร่ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

4.2 ผลการประเมินคุณภาพของเว็บไซต์และสื่อมัลติมีเดียเพื่อเผยแพร่ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

4.3 ผลการประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อเว็บไซต์และสื่อมัลติมีเดียเพื่อเผยแพร่ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

4.1 ผลการพัฒนาเว็บไซต์และสื่อมัลติมีเดียเพื่อเผยแพร่ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

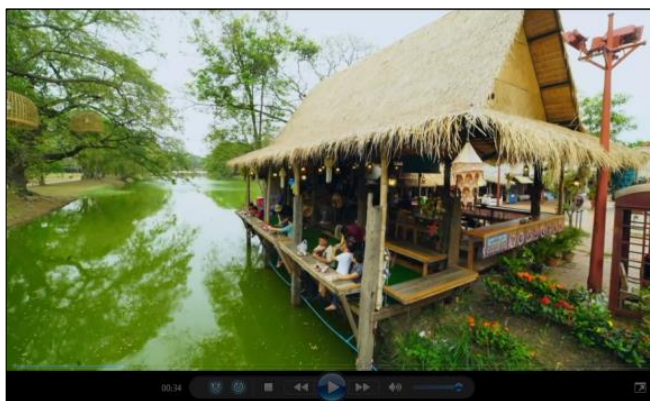
1. วิดีทัศน์ แหล่งท่องเที่ยวสำคัญในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาประกอบด้วย



ภาพที่ 4-1 ภาพมุมสูงวัดไชยวัฒนาราม



ภาพที่ 4-2 ทุ่งบัวแดงบ้านคลองทราย



ภาพที่ 4-3 ตลาดน้ำกรุงศรี



ภาพที่ 4-4 ผังกิจกรรมชุมชนสามเรือน

2. วิดีทัศน์ กิจกรรม One Day Trip ในตำบลสามเรือน



ภาพที่ 4-5 One Day Trip ที่สามเรือน



ภาพที่ 4-6 องค์การบริหารส่วนตำบลสามเรือน



ภาพที่ 4-7 กิจกรรมนั่งรถรางท่องเที่ยวภายในชุมชน



ภาพที่ 4-8 กิจกรรมลงพื้นที่ชมเกษตรชุมชน

3. เว็บไซต์และสื่อมัลติมีเดียเพื่อเผยแพร่ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว โดยชุมชน อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จากวิดิทัศน์ข้างต้นได้ถูกเผยแพร่ไว้ใน Website โดยผู้ที่สนใจสามารถเข้าชมได้ผ่านทาง <http://theprojecttest.com/index.html>



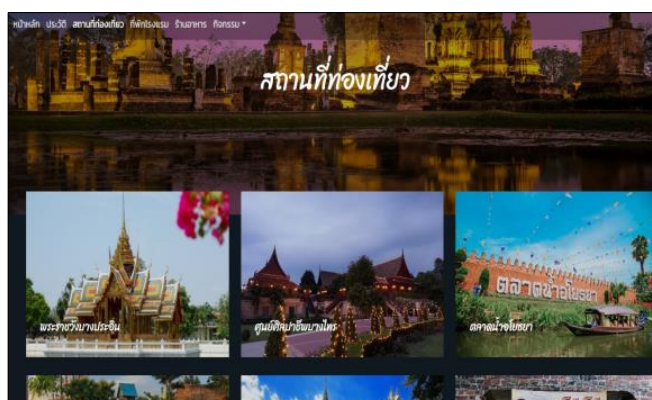
ภาพที่ 4-9 หน้าหลักของเว็บไซต์

หน้าหลัก ประวัติ สถานที่ท่องเที่ยว ที่พักโรงแรม ร้านอาหาร กิจกรรม ▼

ภาพที่ 4-10 เมนูหลักของเว็บไซต์



ภาพที่ 4-11 ประวัติพระนครศรีอยุธยา



ภาพที่ 4-12 สถานที่ท่องเที่ยว

[illegible]

video 00:30 mp4format: H264 AVC, 1920x1080, 30FPS



One Day Trip ที่สามร้อย

ภาพที่ 4 - 16 กิจกรรมวัดทองบ่อ



ภาพที่ 4 – 17 หน้าแอปพลิเคชัน AyutthayaBot

4.2 ผลการประเมินคุณภาพของเว็บไซต์และสื่อมัลติมีเดียเพื่อเผยแพร่ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ตารางที่ 4-1 ผลการประเมินคุณภาพเว็บไซต์และสื่อมัลติมีเดียเพื่อเผยแพร่ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว โดยชุมชน
อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านเนื้อหา (N=2)

หัวข้อประเมิน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับคุณภาพ
เนื้อหาและการดำเนินเรื่อง	4.60	0.39	มากที่สุด
การใช้ภาษา	4.38	0.35	มาก
ค่าเฉลี่ยรวมทุกด้าน	4.49	0.02	มาก

จากตารางที่ 4-1 แสดงผลการประเมินคุณภาพเว็บไซต์และสื่อมัลติมีเดียเพื่อเผยแพร่ข้อมูลแหล่ง
ท่องเที่ยว โดยชุมชน อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านเนื้อหาอยู่ในเกณฑ์ระดับคุณภาพมาก
มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.02

ตารางที่ 4-2 ผลการประเมินคุณภาพเว็บไซต์และสื่อมัลติมีเดียเพื่อเผยแพร่ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว โดยชุมชน
อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (N=3)

หัวข้อประเมิน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับคุณภาพ
1. รูปแบบการนำเสนอ	4.60	0.24	มากที่สุด
2. กราฟิก ตัวอักษร และสี	4.33	0.20	มาก
3. เสียงวิดิทัศน์	4.17	0.41	มาก
ค่าเฉลี่ยรวมทุกด้าน	4.37	0.11	มาก

จากตารางที่ 4-2 แสดงผลการประเมินคุณภาพเว็บไซต์และสื่อมัลติมีเดียเพื่อเผยแพร่ข้อมูลแหล่ง
ท่องเที่ยว โดยชุมชน อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านเนื้อเทคโนโลยีสารสนเทศอยู่ในเกณฑ์
ระดับคุณภาพมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.11

4.3 ผลการประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อเว็บไซต์และสื่อมัลติมีเดียเพื่อเผยแพร่ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ตารางที่ 4-3 ผลการประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา (N=50)

หัวข้อประเมิน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. การนำเสนอมีเนื้อหาที่น่าสนใจ	4.23	4.40	มาก
2. การจัดลำดับห้องชมเข้าใจง่าย	4.40	0.50	มาก
3. การใช้งานสามารถเข้าถึงได้ง่าย	4.47	0.51	มาก
4. การออกแบบหน้าเว็บมีความน่าสนใจ	4.53	0.51	มากที่สุด
5. ภาพประกอบมีความน่าสนใจ	4.63	0.49	มากที่สุด
6. สีพื้นหลังและสีตัวอักษรดูสบายตา	4.53	0.51	มากที่สุด
7. รูปแบบและขนาดตัวอักษรมีความเหมาะสม	4.47	0.51	มาก
8. เสียงวิดิทัศน์มีความชัดเจน	4.40	0.50	มาก
9. วิดิทัศน์ที่สร้างขึ้นสามารถสร้างแรงจูงใจให้ท่านเดินทางกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาอีก	4.47	0.51	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.46	0.03	มาก

จากตารางที่ 4-3 แสดงผลการประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อเว็บไซต์และสื่อมัลติมีเดียเพื่อเผยแพร่ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว โดยชุมชน อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา อยู่ในเกณฑ์ระดับคุณภาพมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.03

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการพัฒนาเว็บไซต์และสื่อมัลติมีเดียเพื่อเผยแพร่ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา สามารถสรุปและข้อเสนอแนะดังนี้

5.1 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

5.1.1 เพื่อพัฒนาเว็บไซต์และสื่อมัลติมีเดียเพื่อเผยแพร่ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

5.1.2 เพื่อหาคุณภาพของเว็บไซต์และสื่อมัลติมีเดียเพื่อเผยแพร่ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

5.1.3 เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อเว็บไซต์และสื่อมัลติมีเดียเพื่อเผยแพร่ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

5.1.4 เพื่อให้สื่อที่ถูกพัฒนาขึ้นสามารถสร้างแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวการท่องเที่ยวโดยชุมชน อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา อยู่ในระดับแรงจูงใจระดับมาก

5.2 สรุปผลการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการพัฒนาเว็บไซต์และสื่อมัลติมีเดียเพื่อเผยแพร่ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว โดยชุมชน อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยาสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

5.2.1 คุณภาพของเว็บไซต์และสื่อมัลติมีเดียเพื่อเผยแพร่ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นเว็บไซต์ที่มีคุณภาพในระดับมาก มีรูปแบบการนำเสนอ กราฟิก ตัวอักษร สี และวิดิทัศน์มีเนื้อหาที่มีความชัดเจน เข้าใจง่าย สามารถสร้างแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวเนื่องจากเว็บไซต์ได้แนะนำสถานที่ท่องเที่ยว และการเดินทางต่างๆ อย่างชัดเจน

5.2.2 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อเว็บไซต์และสื่อมัลติมีเดียเพื่อเผยแพร่ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก กล่าวคือ เว็บไซต์เป็นแหล่งข้อมูลให้นักท่องเที่ยวได้ค้นหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว ค้นหาเส้นทางการเดินทางที่สะดวก รวดเร็วยิ่งขึ้น เว็บไซต์ที่พัฒนาขึ้นมาสามารถสร้างแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เนื่องจากการนำเสนอเนื้อหาที่มีความน่าสนใจ วิดิทัศน์มีความชัดเจนทำให้เข้าใจบริบทการท่องเที่ยวชุมชน นักท่องเที่ยวสามารถพาครอบครัวมาเก็บประสบการณ์และสร้างสุขุมิกกิจกรรมร่วมกันในครอบครัว

5.2.3 เว็บไซต์และสื่อมัลติมีเดียเพื่อเผยแพร่ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว โดยชุมชน อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่พัฒนาขึ้นมาสามารถสร้างแรงจูงใจให้กับนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

5.3 อภิปรายผล

คุณภาพของเว็บไซต์และสื่อมัลติมีเดียเพื่อเผยแพร่ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ผลการประเมินผู้เชี่ยวชาญทางด้านเนื้อหาและด้านเทคโนโลยีสารสนเทศอยู่ในเกณฑ์ระดับคุณภาพมากมีค่าเฉลี่ยรวมทั้งสองด้านเท่ากับ 4.48 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.06 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (หทัยรัตน์ และคณะ, 2561) ได้ทำการวิจัยและออกแบบเพื่อสร้างสื่อมัลติมีเดียใน

การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ตำบลบ่อหิน อำเภอสิเกา จังหวัดตรัง พบว่า คุณภาพของสื่อมัลติมีเดียจากผู้เชี่ยวชาญอยู่ในระดับคุณภาพดี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.54 อีกทั้งสอดคล้องกับ (สุวารีและคณะ, 2558) ได้สร้างและพัฒนาสื่อการท่องเที่ยวประเภทเว็บไซต์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม พบว่า เว็บไซต์ที่พัฒนาคุณภาพเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดสามารถตอบสนองความต้องการใช้บริการด้านการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีเพิ่มมากขึ้น

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อเว็บไซต์และสื่อมัลติมีเดียเพื่อเผยแพร่ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.03 แสดงว่านักท่องเที่ยวสามารถใช้ประโยชน์จากระบบเว็บไซต์และสื่อมัลติมีเดียที่สร้างขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (เพ็ญภา และคณะ, 2560) ได้การพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของ จังหวัดลพบุรี พบว่า เว็บไซต์นำเสนอข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว ร้านอาหาร โรงแรม ที่พักในอำเภอเมืองจังหวัดลพบุรีเผยแพร่ข้อมูลผ่านเว็บไซต์เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ นักท่องเที่ยวได้ตัดสินใจในการมาท่องเที่ยวและค้างแรมในอำเภอเมืองจังหวัดลพบุรี อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ (สุวารีและคณะ, 2558) พบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อสื่อการท่องเที่ยวประเภทเว็บไซต์อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.85 ยังพบอีกว่า (Xiang Zheng and Gretzel Ulrike, 2010) [6] ทำการยืนยันว่านักท่องเที่ยวนิยมค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวผ่านสื่อออนไลน์ และนอกจากนี้เว็บไซต์สามารถเก็บข้อมูลต่างๆ ซึ่งเป็นการอนุรักษ์ การท่องเที่ยวชุมชน ส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน สอดคล้องกับ (ศราวุธ, 2555) จัดทำเว็บไซต์ที่แสดงข้อมูลข่าวสารต่างๆ ของหมู่บ้านแม่กลางหลวงสามารถจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมได้อย่างยั่งยืนและมีประสิทธิภาพ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ

5.4 ข้อเสนอแนะ

4.3.1 เนื่องจากอยุธยาเป็นเมืองท่องเที่ยว ที่มีชาวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก ควรมีการพัฒนาเว็บไซต์ หรือ แอปพลิเคชันที่มีความหลากหลายทางด้านภาษา โดยเฉพาะภาษาอังกฤษ และภาษาจีน

4.3.2 สามารถนำแนวทางในการพัฒนาเว็บไซต์และสื่อมัลติมีเดียเพื่อเผยแพร่ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ไปใช้ในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวชุมชน แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร และท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ให้เป็นที่รู้จักและเป็นการเผยแพร่ข้อมูลให้กับนักท่องเที่ยวได้ทราบและเดินทางมาท่องเที่ยวสร้างรายได้ให้กับชุมชนและเกษตรกรต่อไป

บรรณานุกรม

- กชกร เป้าสุวรรณ, ธนภัทร ปัจฉิม และสุจิตรา ฉายปัญญา. (2550). **ความคาดหวังและความพึงพอใจต่อการมาศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต ศูนย์สุโขทัย**. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- ชนกพล ชัยรัตน์ศักดิ์ดา. (2556). **ประสิทธิภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวในประเทศไทย**. การศึกษาค้นคว้าอิสระหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีปทุม, สาขาการประชาสัมพันธ์.
- บุญชม ศรีสะอาด, 2537, **การพัฒนาการสอน**, สุวีริยาสาสน์, กรุงเทพฯ, หน้า 79-83.
- พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2540. **วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์**. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ : สำนักทดสอบทางการศึกษาและจิตวิทยา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร.
- เพ็ญนภา จุมพลพงษ์ พันธุ์ศักดิ์ พึ่งงาม และสุธิชา เชญชาญ. **การพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของ จังหวัดลพบุรี**. การประชุมวิชาการระดับชาติราชภัฏเพชรบุรีวิจัยศิลปวัฒนธรรม ครั้งที่ 4. มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี; 2560
- วิวัฒน์ สมตน และรัฐพล ประดับเวทย์. (2558). **การพัฒนาเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ พิพิธภัณฑ์ภูมิปัญญาไทย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ**. วารสารสถาบันวัฒนธรรมและศิลปะ. (16)32, 85-92.
- สุวารี ศรีบุญะ มรรษพร สีขาว และรวีวรรณ สนั่นวรเกียรติ. **การสร้างและพัฒนาสื่อการท่องเที่ยวประเภทเว็บไซต์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย**. วารสารวิจัยสหวิทยาการไทย. 2558; 10(3) หน้า 31-37
- สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ. (29 ธันวาคม 2559) CBT **ท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อชุมชน**. สืบค้นจาก: <https://bit.ly/2zPeNcY>, 20 เมษายน 2562
- หทัยรัตน์ บุญเนตร สมณา ปาธรัตน์ และศิรินันทน์ นาพอ. **การวิจัยและออกแบบเพื่อสร้างสื่อมัลติมีเดียในการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ตาบล่อบหิน อาเภอสิเกา จังหวัดตรัง**. วารสารการบริหารการปกครองและนวัตกรรมท้องถิ่น. 2561; 2(1) หน้า 27-40
- ศราวุธ พงษ์รัตน์. (2555). **เทคโนโลยีภูมิสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์: แบบจำลองหมู่บ้านแม่กลางหลวง**. วารสารวิชาการและวิจัย มทร.พระนคร, ฉบับพิเศษ (สาขาศิลปศาสตร์มนุษยศาสตร์และการท่องเที่ยว), 157-164.,
- อรวิ บุญนาค. 2558. **กลยุทธ์การนำเสนอสารประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในวันแห่งความรักของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย**. วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย. ปีที่ 10 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม -ธันวาคม 2558).
- อุทัยพรรณ สุดใจ. (2545). **ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการบริการขององค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย จังหวัดชลบุรี**. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาสังคมวิทยาประยุกต์, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- Applewhite, P. B. (1965). **Organization Behavior** Englewood Cliffs. New York: Prentice Hall.
- Carmen, M.I. (2009). **The importance planning of public relations in tourist organizations' communication**. Management, 12(2), 239-248.
- Good, C. V. (1973). **Dictionary of Education**. (3rd ed). New York: McGraw - Hill book Co.

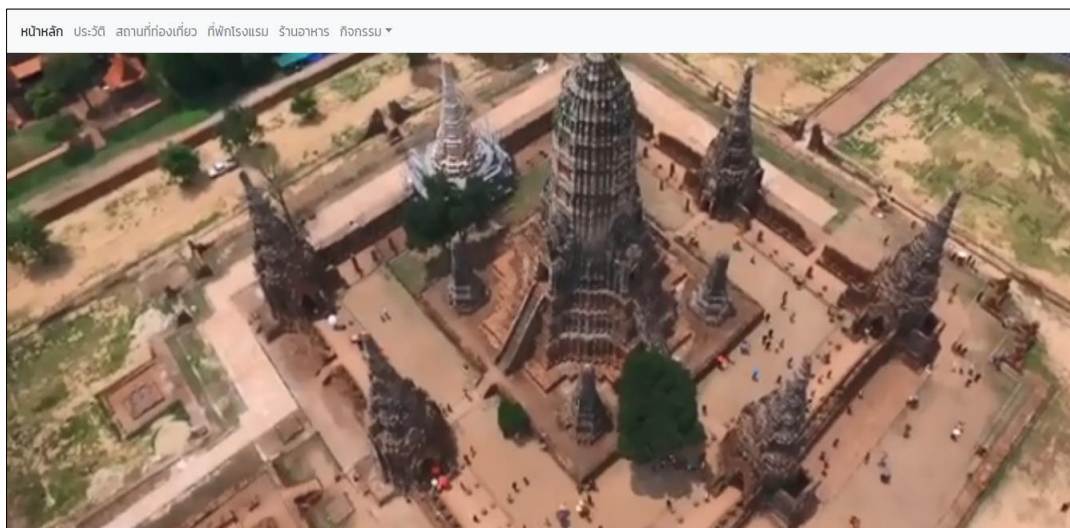
Jeffcoate, 1995, 107, Vaughan, 1998, 99, Hall, 1996, 67, Hofstetter, 2001. The **meaning of multimedia**. สืบค้นจาก: <https://sites.google.com/site/multimediaknow/home>, 18 เมษายน 2563.

Xiang, Zheng and Gretzel, Ulrike. **Role of Social Media in Online Travel Information Search. Tourism Management**. 31. 179-188 doi: 10.1016 / j.tourman.2009.02.016

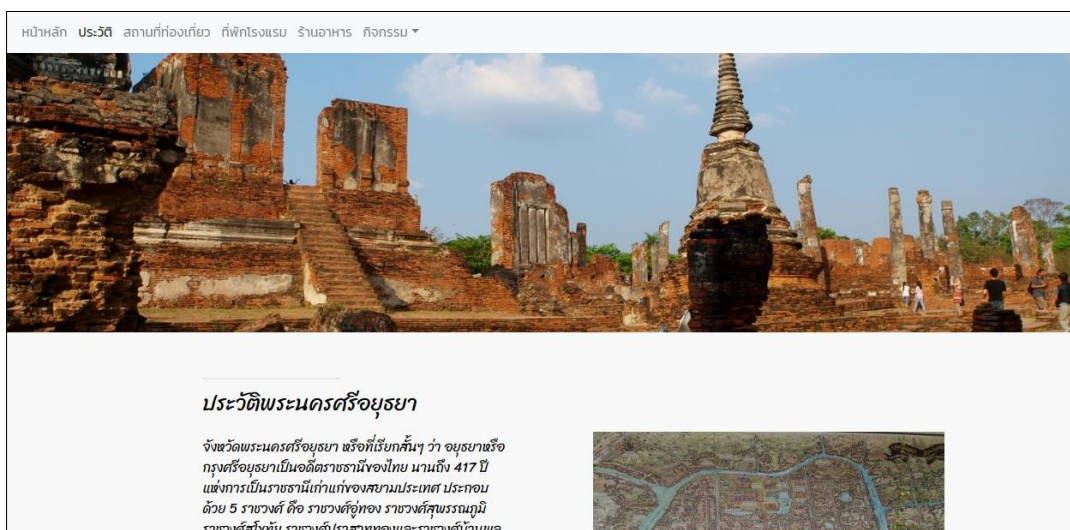
ภาคผนวก ก

เว็บไซต์และสื่อมัลติมีเดียเพื่อเผยแพร่ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน
อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

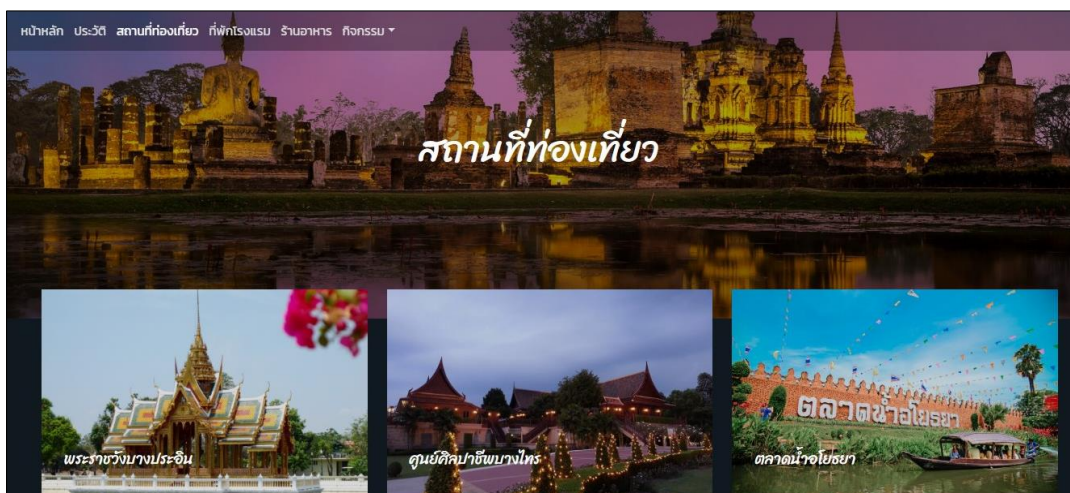
1. หน้าจอหลักของ Website : <http://theprojecttest.com/>



2. ประวัติพระนครศรีอยุธยา



3. สถานที่ท่องเที่ยว



6.2 วัดทองบ่อ

หน้าหลัก ประวัติ สถานที่ท่องเที่ยว ที่พักโรงแรม ร้านอาหาร กิจกรรม

วัดทองบ่อ

วัดทองบ่อกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เมื่อพระครูจารุพัฒน์โกศล หรือพระอาจารย์สุทัศน์ธรรมมุนีเจ้าอาวาสริเริ่มพิธีถือน้ำพิพัฒน์ที่พื้นบ้านวัดทองบ่อและศูนย์ศึกษาชุมชนชาวมอญขึ้นที่ศาลาการเปรียญหลังเก่าอายุ 300 ปีภายในเรือนไม้วัดแสดงพระพุทธรูปศิลปะมอญอันงดงาม พระพุทธรูปชยก อายุถึง 2,000 ปี ภาพวาดกษัตริย์มอญ โดยเฉพาะวาดเด่นคือพระเจ้าราชาธิราช ผู้สร้างอาณาจักรหงสาวดีซึ่งชาวมอญให้ความเคารพสูงสุดในทุกๆ ภาพจะมีเกร็ดประวัติศาสตร์ไทย-มอญทำกันไว้ด้วย วัดทองบ่อยังสืบสานประเพณีอันดีงามของชาวมอญไว้ โดยวันมหาสงกรานต์จะจัดพิธีทำบุญตักบาตรพระสงฆ์แบบมอญเชรียงที่เรียกว่า ตักบาตรน้ำผึ้ง ประเพณีแห่โขนสรงน้ำพระสงฆ์จากรางไม้ไผ่ซึ่งมีที่เดียวในอยุธยา ชาวนานจะแต่งกายแบบชาวมอญ พร้อมมีอาหารพื้นบ้านและข้าวแช่ชาวมอญให้ได้ลิ้มรสชาติอร่อยด้วย



6.3 ไหว้พระ 9 วัด

หน้าหลัก ประวัติ สถานที่ท่องเที่ยว ที่พักโรงแรม ร้านอาหาร กิจกรรม

ไหว้พระ 9 วัด

ไหว้พระ 9 วัด อยุธยา เขาใจนักท่องเที่ยวดำเนินทางไปเสริมบุญเพื่อความเป็นสิริมงคล อีกหนึ่งทริบเที่ยวอยุธยาแบบง่าย ๆ แถมได้รับความประทับใจกลับบ้าน



ภาคผนวก ข

การลงพื้นที่ถ่ายทำในสถานที่ต่างๆ
(ยกตัวอย่างเป็นบางพื้นที่)

1. ชุมชนสามเรือน



2. วัดมหาธาตุ



3. ศูนย์ศิลปชีพบางไทย



ประวัติคณะผู้วิจัย

ชื่อ - นามสกุล (ภาษาไทย) นางสุมนา บุษบก

ชื่อ - นามสกุล (ภาษาอังกฤษ) Mrs. Sumana Budsabok

ตำแหน่งปัจจุบัน อาจารย์

หน่วยงานและสถานที่อยู่ติดต่อได้ สาขาวิชาระบบสารสนเทศและคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ เลขที่ 60 หมู่ 3 ถ.สายเอเชีย ต.หันตรา อ.พระนครศรีอยุธยา จ.พระนครศรีอยุธยา 13000

โทรศัพท์ 035-709092

โทรสาร 035-709083

มือถือ 091-860-0463

ประวัติการศึกษา

ปีที่จบการศึกษา	ระดับปริญญา	อักษรย่อปริญญา	สาขาวิชาเอก	ชื่อสถาบัน	ประเทศ
2547 - 2549	ปริญญาตรี	บธ.บ	ระบบสารสนเทศ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ	ไทย
2551 - 2553	ปริญญาโท	คอม.	ครุศาสตร์เทคโนโลยี	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี	ไทย

สาขาวิชาการที่มีความชำนาญพิเศษ (แตกต่างจากวุฒิการศึกษา) ระบุสาขาวิชาการ

ระบบสารสนเทศทางธุรกิจและ เทคโนโลยีมีลติมีเดีย

ผลงาน บทความวิจัยที่ได้รับการเผยแพร่

สุมนา ปาละรัตน์, ศวรรณรัตน์ อภัยพงศ์และ ศิรินันท์ นาพอ, 2559, การพัฒนาสื่อแอนิเมชัน 2 มิติ เรื่อง ขั้นตอนการเพาะปลูกและแปรรูปยางพารา สำหรับนักศึกษาสาขาพืชศาสตร์, การประชุมวิชาการ งานวิจัย และพัฒนาเชิงประยุกต์ ECTI-CARD 2016, ครั้งที่ 8 , หน้า 113

สุมนา ปาละรัตน์. ททัยรัตน์ บุญเนตร และ อรสา ไชยสองแก้ว. 2560. การพัฒนาแอนิเมชัน 2 มิติ เรื่องหม้อข้าวหม้อแกงลิง เพื่อใช้เป็นสื่อการเรียนรู้. วารสารวิจัย มทร.กรุงเทพ ปีที่ 11 ฉบับที่ 2. หน้า 62-68

ศวรรณรัตน์ อภัยพงศ์, ศิรินันท์ นาพอ, ภูมินทร์ อินทร์แป้น, และ สุมนา ปาละรัตน์, 2559, การจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น หัตถกรรมกะลามะพร้าว ตำบลชัยบุรี จังหวัดพัทลุง, การประชุมวิชาการ งานวิจัย และพัฒนาเชิงประยุกต์ ECTI-CARD 2016, ครั้งที่ 8 , หน้า 409

ศวรรณรัตน์ อภัยพงศ์, สุมนา ปาละรัตน์, ศิรินันท์ นาพอ และภูมินทร์ อินทร์แป้น. การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดตรัง ผ่านแอปพลิเคชันบนระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์. การประชุมวิชาการ งานวิจัยและพัฒนาเชิงประยุกต์ ครั้งที่ 9 (ECTI-CARD 2017). โรงแรมเชียงใหม่ ริเวอร์ เมาท์เทน. เลย. หน้า 225-228.

นายกฤษณะ รัตนพลแสน, นายวิเศษ หมื่นสี, ผศ.ปวันนพัสตร์ ศรีทรงเมือง, นางสาวสุนา ปาณะ
 รัตน์ระบบสารสนเทศเพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชน กรณีศึกษา : ชุมชนบ้านสร้าง
 อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา การประชุมวิชาการระดับชาติวิทยาศาสตร์
 และเทคโนโลยี ครั้งที่ 3

หทัยรัตน์ บุญเนตร, สุนา ปาณะรัตน์ การวิจัยและออกแบบเพื่อสร้างสื่อมัลติมีเดียในการ
 ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ตำบลบ่อหิน อำเภอสีเกา จังหวัดตรัง การ
 ประชุมวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 1

ศิรินันท์ นาพอ,ศวรรณรัศม์ อภัยพงศ์, และ สุนา ปาณะรัตน์ การประชาสัมพันธ์กลุ่มท่องเที่ยว
 เชิงอนุรักษ์เข้าพญาบังสา จังหวัดสตูล ผ่านสื่อออนไลน์ การประชุมวิชาการระดับชาติ
 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ครั้งที่ 10

ผู้ร่วมวิจัยคนที่ 1

ชื่อ - นามสกุล (ภาษาไทย) นางปวันนพัสตร์ ศรีทรงเมือง

ชื่อ - นามสกุล (ภาษาอังกฤษ) Mrs. Pavannaphat Srisongmuang

ตำแหน่งปัจจุบัน ผู้ช่วยศาสตราจารย์

หน่วยงานและสถานที่ติดต่อ สาขาวิชาระบบสารสนเทศและคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ เลขที่ 60 หมู่ 3 ถ.สายเอเชีย ต.หันตรา อ.พระนครศรีอยุธยา จ.พระนครศรีอยุธยา 13000

โทรศัพท์ 035-709092

โทรสาร 035-709083

มือถือ 085-415-5899

ประวัติการศึกษา

ปีจบการศึกษา	ระดับปริญญา	อักษรย่อปริญญา	สาขาวิชาเอก	ชื่อสถาบัน	ประเทศ
2533	ปริญญาตรี	คบ.	คอมพิวเตอร์ศึกษา	วิทยาลัยครูเทพสตรี	ไทย
2548	ปริญญาโท	กศ.ม.	เทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา	มหาวิทยาลัยนเรศวร	ไทย

สาขาวิชาการที่มีความชำนาญพิเศษ (แตกต่างจากวุฒิการศึกษา) ระบุสาขาวิชาการ
ระบบสารสนเทศและการเขียนโปรแกรม

ผลงาน บทความวิจัยที่ได้รับการเผยแพร่

ปวันนพัสตร์ ศรีทรงเมือง และสุจิตา ถนอมวงษ์. 2559. ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักศึกษา
ชั้นปีที่ 1 ที่มีต่อเนื้อหาารายวิชาการพัฒนาโปรแกรมคอมพิวเตอร์ 1 ปีการศึกษา 2557. “การประชุมวิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ ครั้งที่ 1 “วิจัยเพื่อสร้างสรรค์ชุมชนและสังคม”, วันที่ 22 มิถุนายน 2559, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ ศูนย์พระนครศรีอยุธยา หันตรา, พระนครศรีอยุธยา: 815-823.

ผู้ร่วมวิจัยคนที่ 2

ชื่อ - นามสกุล (ภาษาไทย) นายอาณัติ รัตนธิกุล

ชื่อ - นามสกุล (ภาษาอังกฤษ) Mr. Arnut Ruttanatirakul

ตำแหน่งปัจจุบัน ผู้ช่วยศาสตราจารย์

หน่วยงานและสถานที่ติดต่อ สาขาวิชาระบบสารสนเทศและคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ เลขที่ 60 หมู่ 3 ถ.สายเอเชีย ต.หันตรา อ.พระนครศรีอยุธยา จ.พระนครศรีอยุธยา 13000

โทรศัพท์ 035-709092

โทรสาร 035-709083

มือถือ 081-910-6310

ประวัติการศึกษา

ปีจบการศึกษา	ระดับปริญญา	อักษรย่อปริญญา	สาขาวิชาเอก	ชื่อสถาบัน	ประเทศ
2541	ปริญญาตรี	ค.อ.บ.	สาขาเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ	ไทย
2548	ปริญญาโท	วท.ม.	สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศ	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ	ไทย
2557	ปริญญาเอก	ปร.ด.	สาขาเทคโนโลยีเทคนิคศึกษา	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ	ไทย

สาขาวิชาการที่มีความชำนาญพิเศษ (แตกต่างจากวุฒิการศึกษา)ระบุสาขาวิชาการ

ด้านเครือข่ายคอมพิวเตอร์ การพัฒนาเว็บไซต์ big Data ฐานข้อมูล

ผลงาน บทความวิจัยที่ได้รับการเผยแพร่

การพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการความรู้ผ่านเทคโนโลยีการประมวลผลแบบกลุ่มเมฆ, 2557.

วารสารพัฒนาเทคนิคศึกษา ปีที่ 27 ฉบับที่ 92 เดือนตุลาคม - ธันวาคม 2557, หน้า 70

ระบบจัดการรายละเอียดหลักสูตร. 2548. ประชุมทางวิชาการระดับชาติด้านคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ ครั้งที่ 1 - The National Conference on Computing and Information Technology: NCCIT, หน้า 488 - 494)

ผู้ร่วมวิจัย คนที่ 3

ชื่อ - นามสกุล (ภาษาไทย) นางสาววรรษา พรหมศิลป์

ชื่อ - นามสกุล (ภาษาอังกฤษ) Miss Vassa Promsilp

ตำแหน่งปัจจุบัน อาจารย์

หน่วยงานและสถานที่อยู่ที่ติดต่อ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ เลขที่ 60 หมู่ 3 ถ.สาย

เอเชีย ต.หันตรา อ.พระนครศรีอยุธยา จ.พระนครศรีอยุธยา 13000

มือถือ

088-229-7450

ประวัติการศึกษา

ปีจบการศึกษา	ระดับปริญญา	อักษรย่อปริญญา	สาขาวิชาเอก	ชื่อสถาบัน	ประเทศ
2540	ปริญญาตรี	บธ.บ	คอมพิวเตอร์ ธุรกิจ	มหาวิทยาลัยศรี ปทุม	ไทย
2550	ปริญญาโท	ศศ.ม.	การจัดการ โรงแรมและการ ท่องเที่ยว	มหาวิทยาลัย นเรศวร	ไทย

สาขาวิชาการที่มีความชำนาญพิเศษ (แตกต่างจากวุฒิการศึกษา) ระบุสาขาวิชาการ

การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ผลงาน บทความวิจัยที่ได้รับการเผยแพร่

ผลงานวิจัยที่นำไปใช้ประโยชน์ (ต่อสาธารณะ, ชุมชน, กลุ่มเกษตรกร ฯลฯ)

- ปัจจัยด้านการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว กรณีศึกษาตลาดน้ำ อโยธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ทนอดหนุนวิจัยงบประมาณปี 2554 (หัวหน้าโครงการผู้วิจัย)

- แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน ในพื้นที่ตำบลหันตราและตำบลบ้านเกาะ อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา (หัวหน้าโครงการผู้วิจัย)

- แผนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างมีส่วนร่วมของชุมชนสามเรือน อำเภอ บางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

- การศึกษาองค์ความรู้ทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นในพื้นที่ตำบลทับน้ำ อำเภอบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา