

หัวข้อโครงการ	การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวอ่างเก็บน้ำห้วยตลาด
ชื่อผู้จัดทำโครงการ	นางสาวจิรัชญา ฉิมมา นางสาวมนธิกานต์ ดียิ่ง
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์นิธิโรจน์ ศุภกฤษสุวรรณกุล
คณะ	วิทยาการจัดการ
สถาบัน	มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
ปีการศึกษา	2562

บทคัดย่อ

โครงการนี้ได้ทำการศึกษาและพัฒนาเว็บไซต์การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวอ่างเก็บน้ำห้วยตลาดโดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวอ่างเก็บน้ำห้วยตลาด บ้านตลาดควาย ตำบลสะแกชำ อำเภอเมือง จ.บุรีรัมย์ เช่น จุดเช่าจักรยาน จุดถ่ายรูป จุดชมพระอาทิตย์ตกยามเย็น จุดพักผ่อน จุดชมนก จุดบริการห้องน้ำ และอื่นๆ โดยนำเอาเทคโนโลยีเว็บไซต์และระบบฐานข้อมูลมาใช้ในการพัฒนา และได้มีการสำรวจความพึงพอใจ นักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตัวอย่างได้เข้ามาใช้ระบบเว็บไซต์ จำนวน 100 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีจำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 57 รองลงมาคือ เพศชาย มีจำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 43 พบว่า ผู้ใช้มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.50 เมื่อแยกเป็นรายด้าน พบว่า มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมากที่สุดในด้านประโยชน์และการนำไปใช้ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.55 รองลงมาคือ ด้านข้อมูลข่าวสาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 เท่ากันกับ ด้านการออกแบบและ จัดการรูปแบบ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 และ ด้านการบริการที่มีอยู่ในสื่อโซเชียลมีเดีย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46

คำสำคัญ : การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวอ่างเก็บน้ำห้วยตลาด

Project Title	Public relations of tourist attractions, Huai Talat Reservoir
Project Owner Name	Miss.Jiratchaya Chimma Miss.Monthigarn Deeying
Advisors	Mr.Nithirod Supakridsuwannakul
Faculty	of Management Science
Institution	Buriram Rajabhat University

Abstract

This project has conducted a study and developed a website for public relations of tourist attractions in Huai Talad Reservoir with the objective To publicize tourist spots in Huai Talad Reservoir, Talat Khwai Market, Sakae Sum Subdistrict, Mueang District, Buri Ram Province, such as bicycle rental spots, photography spots, evening sunset spots, resting spots, birdwatching points, toilet services, and others by using website technology and Database system used in development. And have a satisfaction survey The tourists The sample group has access to the website system of 100 people, mostly female, 57 people, representing 57%, followed by males with 43 people, accounting for 43%, found that users are satisfied. In the high level, the average value is 4.50 when separating in each aspect Found that the average value is most satisfied with the benefits and uses Mean is equal to 4.55, followed by Information Have an average of 4.51 equal to the design and layout management, with an average of 4.51 and the services available on social media With an average of 4.46

Keyword: Public relations of tourist attractions, Huai Talat Reservoir

กิตติกรรมประกาศ

โครงการคอมพิวเตอร์ธุรกิจนี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความช่วยเหลืออย่างดียิ่งจากอาจารย์ ศชาวุฒิ จันบัวลา ที่กรุณารับเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาเฉพาะกรณีตลอดมา รวมทั้งได้กรุณาเสียสละเวลาตรวจสอบการศึกษาเฉพาะกรณีตลอดมา รวมทั้งได้กรุณาเสียสละเวลาตรวจสอบการศึกษาเฉพาะ กรณีและแก้ไขมาปัญหาการใช้โปรแกรมและแก้ไขตรวจสอบข้อผิดพลาดให้จนสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ผู้ ศึกษาขอกราบ ขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ด้วย

ขอขอบพระคุณอาจารย์ สาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการทุกท่านที่ให้การอบรมสั่งสอนและให้คำแนะนำในการพัฒนาระบบ

สุดท้ายนี้คุณประโยชน์ทั้งหมดที่เกิดจากการท าโครงการในครั้งนี้ ขอมอบความดีและคำชื่นชมแก่ทุกท่านที่ให้ความช่วยเหลือในครั้งนี้ทั้งหมดและหากมีข้อผิดพลาดหรือข้อบกพร่องประการใด ผู้จัดทำใคร่ขอน้อมรับด้วยความเคารพ

สารบัญ

เรื่อง	หน้า
บทคัดย่อ.....	ก
กิตติกรรมประกาศ	ค
สารบัญ.....	ง
สารบัญภาพ	ฉ
สารบัญตาราง.....	ช
บทที่ 1	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ	1
วัตถุประสงค์	1
1.2 ขอบเขตของโครงการ.....	2
1.3 ขั้นตอนและระยะเวลาการดำเนินงาน	2
1.4 เครื่องมือที่ใช้ในการพัฒนา	3
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	4
1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ.....	4
บทที่ 2	5
2.1 ประวัติสถานที่ท่องเที่ยวอ่างเก็บน้ำห้วยตลาด.....	5
2.2 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับสื่อที่ใช้ประชาสัมพันธ์	9
2.3 เทคโนโลยีการพัฒนาเว็บไซต์.....	15
2.4 หลักการหรือทฤษฎีในการออกแบบเว็บไซต์.....	18
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	27
บทที่ 3	30
3.1 ภาพรวมระบบ	30
3.2 การออกแบบการทำงานระบบ	31
3.3 การออกแบบแบบสอบถามความพึงพอใจ	41
บทที่ 4	45
4.1 ผลการทำงานของเว็บไซต์.....	45

สารบัญ(ต่อ)

เรื่อง	หน้า
4.2 ผลการทำงานของแอปพลิเคชัน	52
4.3 การประเมินความพึงพอใจ	57
บทที่ 5	63
5.1 สรุป อภิปรายผล	63
5.2 ข้อเสนอแนะ	64
บรรณานุกรม	65
ภาคผนวก	66
ข้อมูลผู้จัดทำ	75

สารบัญภาพ

เรื่อง	หน้า
ภาพที่ 2.1 อ่างเก็บน้ำห้วยตลาด อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์	6
ภาพที่ 2.2 จุดชมพระอาทิตย์ตกยามเย็น	6
ภาพที่ 2.3 นั่งชมบรรยากาศริมแม่น้ำ	7
ภาพที่ 2.4 สถานที่พักผ่อนของประชาชนที่เดินทางเข้ามาเที่ยว	7
ภาพที่ 2.5 เขตห้ามล่าสัตว์ป่าอ่างเก็บน้ำห้วยตลาด.....	8
ภาพที่ 2.6 มีบริการจักรยานให้เช่า	8
ภาพที่ 2.7 สีโทนร้อน.....	19
ภาพที่ 2.8 สีโทนเย็น	19
ภาพที่ 2.9 สีโทนกลาง	19
ภาพที่ 2.10 โครงสร้างแบบลำดับ	25
ภาพที่ 2.11 โครงสร้างแบบลำดับขั้น	26
ภาพที่ 2.12 โครงสร้างแบบตาราง	26
ภาพที่ 2.13 โครงสร้างแบบใยแมงมุม	27
ภาพที่ 3.1 ภาพรวมระบบ	30
ภาพที่ 3.2 ภาพรวมผังการทำงานของพัฒนาระบบฐานข้อมูล	31
ภาพที่ 3.3 CONTEXT DIAGRAM LEVEL 0	32
ภาพที่ 3.4 DATAFLOW DIAGRAM LEVEL 1	32
ภาพที่ 3.5 DIAGRAM LEVEL 2 PROCESS 1 การเข้าสู่ระบบ	33
ภาพที่ 3.6 DIAGRAM LEVEL 3 PROCESS 2 การจัดการข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว.....	33
ภาพที่ 3.7 DIAGRAM LEVEL 4 PROCESS 3 ค้นหา.....	34
ภาพที่ 3.8 FLOWCHART แสดงการทำงานของ การ LOGIN ใช้งานระบบ.....	34
ภาพที่ 3.9 นักท่องเที่ยวสามารถส่งข้อความสอบถามADMINได้	35
ภาพที่ 3.10 ER-DIAGRAM ของเว็บไซต์.....	35
ภาพที่ 3.11 แสดงหน้าเข้าสู่ระบบ ADMIN.....	38
ภาพที่ 3.12 หลังจาก LOGIN ใช้งานจะปรากฏหน้าต่าง.....	38
ภาพที่ 3.13 หน้าจัดการผู้ใช้งานระบบ.....	39
ภาพที่ 3.14 แสดงหน้าจัดการหมวดหมู่ข่าวสาร.....	39

สารบัญภาพ(ต่อ)

เรื่อง	หน้า
ภาพที่ 3.15 แสดงจัดการข่าวประชาสัมพันธ์	40
ภาพที่ 3.16 หน้าจัดการข้อมูลแบนเนอร์	40
ภาพที่ 3.17 หน้าผู้ใช้	41
ภาพที่ 4.1 เข้าสู่ระบบ	45
ภาพที่ 4.2 หน้าจอโฮมเพจ	46
ภาพที่ 4.3 หน้าจอแสดงที่อยู่.....	46
ภาพที่ 4.4 หน้าจอเกี่ยวกับเรา.....	47
ภาพที่ 4.5 หน้าจอติดต่อเรา.....	47
ภาพที่ 4.6 การเช่าจักรยาน	48
ภาพที่ 4.7 หน้าจอสถานที่ถ่ายรูป.....	48
ภาพที่ 4.8 หน้าจอจุดชมพระอาทิตย์.....	49
ภาพที่ 4.9 หน้าจอสถานที่พักผ่อน.....	49
ภาพที่ 4.10 หน้าจอจุดชมนก	50
ภาพที่ 4.11 หน้าจอห้องสุขา	50
ภาพที่ 4.12 แสดงหน้าจออื่นๆ	51
ภาพที่ 4.13 หน้าจอโฮมเพจ	52
ภาพที่ 4.14 หน้าจอแสดงที่อยู่.....	52
ภาพที่ 4.15 หน้าจอเกี่ยวกับเรา.....	53
ภาพที่ 4.16 แสดงติดต่อเรา.....	53
ภาพที่ 4.17 หน้าจอแสดงจุดเช่าจักรยาน	54
ภาพที่ 4.18 หน้าจอแสดงสถานที่ถ่ายรูป.....	54
ภาพที่ 4.19 หน้าจอแสดงจุดชมพระอาทิตย์ตกยามเย็น.....	55
ภาพที่ 4.20 หน้าจอแสดงสถานที่พักผ่อน.....	55
ภาพที่ 4.21 หน้าจอแสดงจุดชมนก.....	56
ภาพที่ 4.22 หน้าจอแสดงจุดบริการห้องสุขา	56
ภาพที่ 4.23 หน้าจอแสดงจุดอื่นๆ.....	57

สารบัญตาราง

เรื่อง	หน้า
ตารางที่ 1.1 ขั้นตอนและระยะเวลาการดำเนินงาน.....	2
ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	57
ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ.....	58
ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ.....	58
ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจด้านข้อมูลข่าวสาร	59
ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านประโยชน์และการนำไปใช้.....	59
ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านการบริการที่มีอยู่ในสื่อโซเชียลมีเดีย.....	60
ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านการออกแบบและจัดการรูปแบบ	60
ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจภาพรวม	61

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ

อ่างเก็บน้ำห้วยตลาด ตั้งอยู่ที่ บ้านตลาดควาย ตำบลสะแกชำ อำเภอเมือง จ.บุรีรัมย์ จากตัวเมืองบุรีรัมย์ไป 12 กิโลเมตรตามทางหลวงหมายเลข 219 (เส้นทางบุรีรัมย์-ประโคนชัย) เก็บกักน้ำได้ตลอดปี มีศาลาให้ประชาชนได้พักผ่อนหย่อนใจ และยังมีสวนนก ตอนท้ายของอ่างเก็บน้ำห้วยตลาด บริเวณนี้กำหนดเป็นเขตห้ามล่าสัตว์ป่าเมื่อปี 2535 จากการสำรวจพบว่าในแต่ละปีมีนกชนิดต่างๆ มาอาศัยอยู่โดยรอบจำนวนกว่า 100 ชนิด โดยเฉพาะในช่วงฤดูแล้ง ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน-เมษายน จะมีฝูงนกมาอาศัยอยู่มากเป็นพิเศษ บางชนิดใกล้สูญพันธุ์และหาดูได้ยาก เช่น นกเป็ดหงส์ นกเป็ดกา และนกกาบบัว ในบริเวณบ้านของคุณสวัสดิ์ คชเสนีย์ ได้จัดทำเป็นสวนนก และสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ เหมาะมาเที่ยวชมฝูงนกในยามเย็น ทุกวันเวลาประมาณ 17.00-18.00 น. จะมีฝูงนกอย่างสีขาวนับหมื่นตัวบินกลับรังเป็นภาพที่น่าชมมาก มีบริการรถชมรอบบริเวณ และมีจักรยานให้ปั่นฟรี

ในยุคของสังคมข่าวสารเทคโนโลยีสารสนเทศ(Information Technology : IT) นับว่ามีบทบาทสำคัญในชีวิตประจำวันและได้รับการยอมรับว่าเป็นเครื่องมือสำคัญอย่างหนึ่งต่อกระบวนการเรียนรู้ในสถาบันการศึกษาทั้งหน่วยงานในภาครัฐและเอกชนเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นการนำเอาเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และเครือข่ายโทรคมนาคมมาเชื่อมต่อกันสำคัญใช้ในการรับและส่งข้อมูลเกี่ยวกับความรู้โดยผ่านกระบวนการประมวลหรือ จัดทำให้อยู่ในรูปแบบที่มีความหมายและความสะดวกมาใช้ประโยชน์ให้เหมาะสมกับแต่ละองค์กรเห็นได้จากการนำอุปกรณ์คอมพิวเตอร์มาช่วยในการจัดการฐานข้อมูลและเชื่อมต่อเครือข่าย (on-line)

ดังนั้น จากความสำคัญดังกล่าว ผู้วิจัยจึงต้องการช่วยส่งเสริมพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอ่างเก็บน้ำห้วยตลาด เพื่อเพิ่มยอดนักท่องเที่ยวให้มากขึ้นด้วยการทำเว็บไซต์เพื่อเป็นประโยชน์แก่สถานที่แห่งนี้

วัตถุประสงค์

1.1.1 เพื่อพัฒนาเว็บไซต์และส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยว อ่างเก็บน้ำห้วยตลาด ต.สะแกชำ อ.เมือง จ.บุรีรัมย์

1.1.2 เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้เว็บไซต์

1.2 ขอบเขตของโครงการ

1.2.1 ผู้ดูแลระบบ

1.2.1.1 ล็อกอินเข้าสู่ระบบ

1.2.1.2 สามารถเพิ่มข้อมูลของ

- จักรยานให้เช่า
- สถานที่ท่องเที่ยว
- จุดชมพระอาทิตย์
- เมนูห้องน้ำ
- อื่นๆ

1.2.1.3 การแก้ไขของ

- จักรยานให้เช่า
- สถานที่ท่องเที่ยว
- จุดชมพระอาทิตย์
- เมนูห้องน้ำ
- อื่นๆ

1.2.1.4 สามารถติดต่อสอบถามกับผู้ใช้งานทั่วไปแบบ Real time ได้

1.2.2 ผู้ใช้ทั่วไป

1.2.2.1 ผู้ใช้ทั่วไปสามารถเข้าดูข้อมูลของ

- จักรยานให้เช่า
- สถานที่ท่องเที่ยว
- จุดชมพระอาทิตย์

1.2.2.2 ผู้ใช้สามารถติดต่อสอบถามกับผู้ใช้งานทั่วไปแบบ Real time ได้

1.3 ขั้นตอนและระยะเวลาการดำเนินงาน

ตารางที่ 1.1 ขั้นตอนและระยะเวลาการดำเนินงาน

กิจกรรม	เดือน พ.ศ. 2562															
	มิถุนายน				กรกฎาคม				สิงหาคม				กันยายน			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1. นำเสนอหัวข้อ		←	→													

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1.5.1 เพื่อเพิ่มช่องทางในการท่องเที่ยวให้มากขึ้น
- 1.5.2 เพื่อช่วยกระตุ้นให้คนรู้จักแหล่งท่องเที่ยวได้ง่ายขึ้น
- 1.5.3 เพื่อเพิ่มความสะดวกสบายในการค้นหาแหล่งท่องเที่ยว
- 1.5.4 เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว
- 1.5.5 เพื่อสร้างแรงจูงใจให้กับนักท่องเที่ยว

1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

1.6.1 อ่างเก็บน้ำ หมายถึง ทะเลสาบที่มนุษย์สร้างขึ้น เพื่อเก็บน้ำสำหรับการใช้ในหลากหลายจุดประสงค์ อ่างเก็บน้ำถูกสร้างขึ้นจากคอนกรีต ดิน หิน สิ่งที่อยู่รอบๆ แม่น้ำหรือลำธาร เพื่อเป็นเขื่อนที่แข็งแรง เมื่อเขื่อนสร้างเสร็จสมบูรณ์ กระแสน้ำจะเต็มเต็มเขื่อน เขื่อนซึ่งถูกสร้างขึ้นโดยมนุษย์ (มากกว่าเป็นการปรับตัวของอ่างน้ำตามธรรมชาติ) อาจถูกเรียกว่า ที่เก็บน้ำขนาดใหญ่

1.6.2 ประชาสัมพันธ์ หมายถึง การทำงานในการจัดการการสื่อสารระหว่างองค์กรและสาธารณชน ประชาสัมพันธ์นั้นช่วยทำให้องค์กรหรือบุคคล ได้แสดงสู่ผู้ชม ผู้อ่าน โดยใช้เรื่องที่เป็นที่สนใจของสาธารณะและใช้เป็นการรายงานข่าวโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย

1.6.3 เว็บไซต์ (Website) หมายถึง หน้าเว็บเพจที่จัดทำขึ้น เพื่อนำเสนอข้อมูลต่างๆ ผ่านทางคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตโดยจะมีหน้าเว็บเพจหลายๆ หน้า que เชื่อมโยงเข้ากับไฮเปอร์ลิงค์ เพื่อให้สามารถเปิดไปยังหน้าเพจต่างๆ ได้อย่างง่ายดายและถูกจัดเก็บไว้ใน www. (เว็ลด์ไวด์เว็บ) โดยเว็บไซต์ส่วนใหญ่ก็มีทั้งเว็บไซต์ที่เปิดให้เข้าชมได้ฟรี และเว็บไซต์ที่ต้องสมัครสมาชิกและเสียค่าบริการ จึงจะเข้าใช้งานเว็บได้ ซึ่งข้อมูลในเว็บก็จะมีหลากหลายแบบ ขึ้นอยู่กับความต้องการนำเสนอของเจ้าของเว็บไซต์ การเรียกดูเว็บไซต์จะเรียกดูผ่านทางซอฟต์แวร์ ในลักษณะของเบราว์เซอร์ (ปัญญารัสม์, 2553)

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง “การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวอ่างเก็บน้ำห้วยตลาด” ดำเนินการโดย อ.เกษม งามเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ ผู้พัฒนาได้ศึกษาแนวคิดทฤษฎี และวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนด กรอบแนวคิดและทฤษฎีประกอบการศึกษาค้นคว้า

- 2.1 ประวัติสถานที่ท่องเที่ยวอ่างเก็บน้ำห้วยตลาด
- 2.2 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับสื่อที่ใช้ประชาสัมพันธ์
- 2.3 เทคโนโลยีการพัฒนาเว็บไซต์
- 2.4 หลักการหรือทฤษฎีในการออกแบบเว็บไซต์
- 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ประวัติสถานที่ท่องเที่ยวอ่างเก็บน้ำห้วยตลาด

ตั้งอยู่ที่บ้านตลาดควาย ต.สะแกชำ อ.เมืองบุรีรัมย์ จ.บุรีรัมย์ โดยแยกจากทางหลวง สายบุรีรัมย์-ประโคนชัย ที่ กม.12+000 เข้าไปอีก 1.800 กม. ที่ตั้ง ในแผนที่ 1:50,000 ระบุว่า 5638 IV พิกัด 48 PTB 945 – 454 ก่อสร้างเมื่อ พ.ศ. 2496 เสร็จ พ.ศ. 2498 พื้นที่เพาะปลูกทั้งหมด 14,836 ไร่ (มีระบบคันคูน้ำ 10,500 ไร่) กลุ่มเกษตรกร กลุ่มบริหาร 1 กลุ่ม (กลุ่มพื้นฐาน 117 กลุ่ม) สมาชิก 1,402 ราย เป็นแหล่งเพาะพันธุ์สัตว์น้ำจืด เพื่อการอุปโภค บริโภคและเลี้ยงสัตว์ เป็นพื้นที่ชุ่มน้ำอ่างเก็บน้ำห้วยตลาด มีลักษณะภูมิประเทศเป็นที่ลุ่มเกิดจากการยุบตัวของแผ่นดิน รับน้ำจากพื้นที่ข้างเคียง ไหลลงแม่น้ำมูล ในฤดูฝนมีน้ำลึกที่สุดประมาณ 5-7 เมตร ในฤดูแล้งน้ำในอ่างเก็บน้ำลดลง บริเวณที่ลึกที่สุดเพียง 1 เมตร มีหมู่บ้านล้อมรอบ สภาพการใช้ที่ดิน ส่วนใหญ่เป็นที่นา มีสภาพพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นอ่างเก็บน้ำขนาดใหญ่ พื้นที่โดยรวมมีสภาพค่อนข้างราบเรียบมีชนิดต่างๆมาอาศัยอยู่โดยรอบจำนวนกว่า 100 ชนิด โดยเฉพาะในช่วงฤดูแล้งตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน-เมษายนจะมีฝูงนกมาอาศัยอยู่มากเป็นพิเศษ ในพื้นที่ศึกษาได้รวมพื้นที่แหล่งอาศัยของนกอพยพบริเวณทิศตะวันออกเฉียงเหนือ ของสันอ่างเก็บน้ำ การเดินทาง จากตัวเมืองบุรีรัมย์ไป 12 กิโลเมตร ตามทางหลวงหมายเลข 219 (เส้นทางบุรีรัมย์-ประโคนชัย



ภาพที่ 2.1 อ่างเก็บน้ำห้วยตลาด อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์

สถานที่ท่องเที่ยวอ่างเก็บน้ำห้วยตลาด เป็นสถานที่ท่องเที่ยวให้ประชาชนได้พักผ่อนหย่อนใจ นักท่องเที่ยวพาครอบครัวเที่ยวพักผ่อน ชมนกหายากนานาชนิด และปั่นจักรยานชมธรรมชาติที่อ่างเก็บน้ำห้วยตลาด จ.บุรีรัมย์ ในช่วงวันหยุดพักผ่อน หลังพัฒนาปรับปรุงให้เป็นสถานที่พักผ่อน และแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ของจังหวัดบุรีรัมย์



ภาพที่ 2.2 จุดชมพระอาทิตย์ตกยามเย็น



ภาพที่ 2.3 นั่งชมบรรยากาศริมแม่น้ำ

สถานที่ท่องเที่ยวอ่างเก็บน้ำห้วยตลาด เป็นสถานที่ท่องเที่ยวให้ประชาชนได้พักผ่อนหย่อนใจ นักท่องเที่ยวครอบครัวเที่ยวพักผ่อน ชมนกหายากนานาชนิด และปั่นจักรยานชมธรรมชาติที่อ่างเก็บน้ำห้วยตลาด จ.บุรีรัมย์ ในช่วงวันหยุดคึกคัก หลังพัฒนาปรับปรุงให้เป็นสถานที่พักผ่อน และแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ของจังหวัดบุรีรัมย์



ภาพที่ 2.4 สถานที่พักผ่อนของประชาชนที่เดินทางเข้ามาเที่ยว

เขตห้ามล่าสัตว์ป่าอ่างเก็บน้ำห้วยตลาด ได้ปรับปรุงพื้นที่ดังกล่าวให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติแห่งใหม่ของจังหวัดบุรีรัมย์ ทั้งเป็นสถานที่ศึกษาเรียนรู้แก่เด็ก เยาวชนอีกด้วย ซึ่งปัจจุบัน มีนักท่องเที่ยว และผู้ที่สัญจรผ่านแวะพักผ่อน รับประทานอาหาร และชมธรรมชาติกันอย่างต่อเนื่อง



ภาพที่ 2.5 เขตห้ามล่าสัตว์ป่าอ่างเก็บน้ำห้วยตลาด

มีจักรยานเช่าให้นักท่องเที่ยวปั่นชม และศึกษาพันธุ์ไม้หายาก เช่น ต้นแปะ กากพฤษกษ์ และต้นสุพรรณนิการ์ หรือฝ้ายคำ ต้นไม้ประจำจังหวัดบุรีรัมย์ ที่นำมาปลูกในพื้นที่เขตห้ามล่าสัตว์ป่าอ่างเก็บน้ำห้วยตลาด บนเนื้อที่ 37 ไร่ จากพื้นที่ห้วยตลาดทั้งหมดกว่า 4,000 ไร่ ที่เขตห้ามล่าสัตว์ป่าอ่างเก็บน้ำห้วยตลาด



ภาพที่ 2.6 มีบริการจักรยานให้เช่า

2.2 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับสื่อที่ใช้ประชาสัมพันธ์

2.2.1 สื่อ

ความหมาย สื่อ แปลมาจากคำว่า medium หรือ media ซึ่งเป็นภาษาละติน แปลว่า กลาง อยู่ตรงกลาง สิ่งที่อยู่ตรงกลาง แต่เมื่อนำมาใช้ในภาษาอังกฤษก็มีความหมายกว้างออกไป จนรวมถึง วิธี (means) สิ่งแวดล้อมที่ห้อม (environmental element) อาทิ อากาศสำหรับคน น้ำสำหรับปลา เครื่องมือ (instrument) ตัวแทนหรือตัวนำ (agency) วัสดุ (material) เทคนิค (technique) หรือ แม้แต่ person as medium แต่เมื่อวิชาการด้านการสื่อสาร และการสื่อสารมวลชนก้าวหน้ามากขึ้น คำว่า สื่อ (medium หรือ media) ก็ได้รับการวิเคราะห์ศึกษาและตกแต่งพัฒนาจนมีความหมายเป็น ศัพท์เทคนิค (technical term) หรือศัพท์เฉพาะที่มีความสำคัญยิ่ง ทั้งนี้เพราะสื่อกลายเป็น องค์ประกอบที่จะขาดเสียมิได้ในการสื่อสารทุกรูปแบบและทุกประเภท ความหมายเดิมที่จำกัดอยู่ เฉพาะเรื่องของภาษาที่ใช้ในการพูดหรือการสอน (อาทิ ภาษาไทยที่เป็นสื่อการสอนที่ใช้กันมากที่สุด ในสถาบันการศึกษาของไทย) ก็ได้ขยายออกมาครอบคลุมถึงสื่อวัตถุ (อาทิ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อ อิเล็กทรอนิกส์) สื่อบุคคล (อาทิ สื่อภาษา สื่อท่าทาง พ่อสื่อแม่สื่อ สื่อประชาชน หรือ population media) สื่อผสม (อาทิ สื่อมวลชน สื่อการสอน สื่อข้อมูล สื่อโสตทัศน) หรือแม้กระทั่งสาร (อาทิ สื่อวัจนภาษา สื่อ อวัจนภาษา)

สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ หมายถึง เครื่องมือหรือตัวกลางที่ใช้ในการนำข่าวสาร เรื่องราว จากองค์กรหรือหน่วยงานไปสู่ประชาชน สื่ออาจจำแนกได้หลายประเภทหลายหลักเกณฑ์แต่ การกำหนดประเภทของสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ จะต้องคำนึงถึงลักษณะที่เป็นรูปธรรม ลักษณะที่ พัฒนาได้ประโยชน์ในปัจจุบันและศักยภาพเพื่ออนาคต

2.2.2 การประชาสัมพันธ์

คือ การสื่อสารข่าวสารต่างๆหรือการโฆษณาแหล่งที่มา หรือสถานที่ต่างๆเกี่ยวกับแหล่ง ท้องเที่ยว เพื่อให้ผู้ใช้ได้สะดวกมากขึ้น การประชาสัมพันธ์นั้นช่วยทำให้องค์กร บุคคล ประชาชนได้ แสดงสู่ผู้ชม ผู้อ่าน โดยใช้เรื่องที่เป็นที่สนใจของสาธารณะและใช้เป็นการรายงานข่าวโดยไม่เสีย ค่าใช้จ่ายโดยตรง เพื่อสร้างความเข้าใจอันถูกต้องในอันที่จะสร้างความเชื่อถือ ศรัทธา และความ ร่วมมือตลอดจนความสัมพันธ์ที่ดี ซึ่งจะช่วยให้การดำเนินงานนั้นๆ บรรลุเป้าหมาย” สถาบัน สมาคม วิชาชีพ ตลอดจนนักวิชาการด้านการประชาสัมพันธ์ได้ให้ความหมายของคำว่า “การประชาสัมพันธ์” ดังนี้

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2525 : 503) ได้ให้ความหมายว่า “ การ ประชาสัมพันธ์ ” เป็นการติดต่อสื่อสารเพื่อส่งเสริมความเข้าใจอันถูกต้องต่อกันจากความหมาย ดังกล่าวการประชาสัมพันธ์นั้น มีความหมายลักษณะที่ตรงกันหรือใกล้เคียงกัน คือ

2.2.3 การเผยแพร่ ขี้แจงให้ประชาชนทราบ

2.2.3.1 การชักจูงใจให้ประชาชนมีส่วนร่วม และเห็นด้วยกับวัตถุประสงค์ ตลอดจนวิธีการดำเนินงาน

2.2.3.2 การผสมผสานความคิดเห็นของประชาชนที่เกี่ยวข้อง ให้เข้ากับจุดมุ่งหมายและวิธีการดำเนินงาน

จะเห็นได้ว่าความหมายของประชาสัมพันธ์ เป็นการปฏิบัติกิจกรรมต่างๆ ตามแผนการของการสื่อสารที่ได้กำหนดไว้ เพื่อส่งเสริมความเข้าใจอันถูกต้องตรงกันในอันที่จะสร้างความเชื่อถือศรัทธา และความร่วมมือระหว่างสถาบันกับประชาชนกลุ่มเป้าหมาย โดยเป็นการปฏิบัติกิจกรรมที่ต่อเนื่องและหวังผลระยะยาว

2.2.4 ความสำคัญต่อนักท่องเที่ยว

เพื่ออธิบายประวัติข้อมูลของสถานที่ท่องเที่ยว ให้นักท่องเที่ยวได้เข้าใจ คอยตอบข้อคำถามซักถามจากนักท่องเที่ยว เป็นที่ปรึกษาส่วนตัวได้ในทุกเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในครั้งนั้นๆ นักท่องเที่ยวจะได้ประหยัดเวลาไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการศึกษาแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากมีเว็บไซต์ให้ข้อมูลอยู่แล้ว

2.2.5 ความสำคัญต่อภูมิปัญญาท้องถิ่น

ภูมิปัญญาท้องถิ่น เกิดจากการสืบสาน สืบทอดประสบการณ์จากรุ่นถึงรุ่น เป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่สั่งสมกันมาเป็นเวลานาน ถ้าถูกละเลย ขาดการยอมรับ และถูกทำลายลง ก็สูญหายไป ไร้ซึ่งภูมิปัญญาของตนเอง ทำให้คนในท้องถิ่นไม่มีศักดิ์ศรี ขาดความภาคภูมิใจในท้องถิ่นของตน ภูมิปัญญาท้องถิ่นมีความสำคัญ เป็นมรดกที่บรรพบุรุษในอดีตได้สั่งสม สร้างสรรค์ สืบทอดภูมิปัญญามาอย่างต่อเนื่อง สืบสานเรื่องราวอันทรงคุณค่ามากมาย ส่งผลให้คนในชาติเกิดความรัก ความภาคภูมิใจและร่วมแรงร่วมใจสืบสานต่อกันมาและต่อไปในอนาคต ภูมิปัญญาท้องถิ่นจึงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญยิ่ง ดังนั้นภูมิปัญญาท้องถิ่นจึงเป็นสิ่งสำคัญ

2.2.6 ความสำคัญต่อสังคมและวัฒนธรรม

เกิดการพัฒนาศาธารณูปโภค สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ปลุกจิตสำนึกการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวเปิดโลกทัศน์ให้นักท่องเที่ยว ช่วยฟื้นฟู อนุรักษ์วัฒนธรรมสิ่งแวดล้อม สร้างความภูมิใจของศิลปวัฒนธรรม สิ่งแวดล้อมการท่องเที่ยวมีความเกี่ยวข้องกับการเคลื่อนไหวของผู้คนจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง อันเกิดความต้องการของมนุษย์ที่เดินทางเพื่อแสวงหาการพักผ่อนเพื่อ ความบันเทิงหรือเพื่อจุดประสงค์อื่น ๆ ในทางสังคมการท่องเที่ยวจึงมีความเกี่ยวข้องกันดังนี้

2.2.6.1 เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของกลุ่มผู้เป็นเจ้าของบ้าน ซึ่งจะต้องพยายามผสมผสานความสมดุล ระหว่างผลที่ได้ทางเศรษฐกิจที่เกิดจากการท่องเที่ยวเกี่ยวกับต้นทุนทางสังคม ที่เจ้าบ้านจะต้องสูญเสียไป กับการท่องเที่ยว

2.2.6.2 เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของผู้มาเยือนที่พยายามปลดปล่อยตัวเองจากสภาพสังคม และ เศรษฐกิจที่กดดันชีวิตความเป็นอยู่ปัจจุบัน

2.2.6.3 เกี่ยวข้องกับการปะทะสังสรรค์กัน ระหว่างวัฒนธรรมชนชาติ วิถีชีวิต ภาษาระดับของ ฐานะทางสังคมที่แตกต่างระหว่างกันและกัน เป็นต้น

2.2.6.4 เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ทางสังคมระหว่างคนแปลกหน้าสองกลุ่มคือ เจ้าของบ้าน และ ผู้มาเยือน

2.2.7 ความสำคัญการท่องเที่ยวในเศรษฐกิจไทย

เพื่อเน้นมุ่งไปยังเศรษฐกิจไทย และการท่องเที่ยวเป็นตัวขับเคลื่อนเศรษฐกิจที่สำคัญ ในบางปีการเติบโตของการท่องเที่ยว นับเป็นครั้งหนึ่งของอัตราการเติบโตของเศรษฐกิจ การเดินทางท่องเที่ยว จากสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่งก่อให้เกิดเป็น ภาพการเคลื่อนไหวของกลุ่มนักท่องเที่ยว และการเคลื่อนไหวทางเศรษฐกิจ โดยในทุกขั้นตอน หรือในกระบวนการของการเดินทางของแต่ละบุคคลในแต่ละช่วง ย่อมจะต้องมีการใช้จ่ายเกิดขึ้น การใช้จ่ายช่วงก่อนการเดินทาง ซึ่งมีการเตรียมอุปกรณ์สัมภาระในการเดินทางท่องเที่ยว เช่น อาหารแห้ง อุปกรณ์เดินป่า เป็นต้น ค่าตรวจสอบสภาพยานพาหนะก่อนการเดินทาง หรือการใช้จ่ายใน ระหว่างการเดินทาง เป็นค่าพาหนะ ค่าที่พัก ค่าอาหาร หรือแม้กระทั่งค่าใช้จ่ายหลังการเดินทาง ท่องเที่ยวแล้ว เช่น ค่าตรวจสอบสภาพรถยนต์หลังการเดินทางไกล เป็นต้น

2.2.8 ความสำคัญด้านสิ่งแวดล้อมและธรรมชาติ

การท่องเที่ยวต้องพึงทรัพยากรทางธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ในระดับสูงที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบธุรกิจหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ต่างก็ตระหนักถึงความสำคัญของเรื่องดังกล่าว เป็นผลให้ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมได้รับการดูแลรักษา ให้อยู่ในสภาพที่ดี โดยการรณรงค์ให้ประชาชนหันมาให้ความสำคัญต่อการอนุรักษ์สภาพแวดล้อม และธรรมชาติในท้องถิ่นนั้น ๆ ให้น่าอยู่มากขึ้น คุณค่าและความสำคัญการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว ว่ามีประโยชน์และมีคุณค่ามากมายหลายประการดังนี้

2.2.8.1 การประชาสัมพันธ์ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์และสร้างค่านิยมของแหล่งท่องเที่ยวได้ดีขึ้น และสร้างความรู้สึกประทับใจที่บุคคลหลาย ๆ กลุ่ม เผยแพร่ชี้แจงข่าวสารให้ผู้ใช้

2.2.8.2 การประชาสัมพันธ์ช่วยป้องกันรักษาชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว

การประชาสัมพันธ์ช่วยสร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง ทำให้เกิดความร่วมมือ เพราะ การประชาสัมพันธ์เป็นการสร้างความเข้าใจอันดี ด้วยการให้ข่าวสารข้อเท็จจริงและความถูกต้อง มิได้เป็นการจูงใจหรือการโฆษณาชวนเชื่อด้วยกลลวงจา ย่อมทำให้เกิดความร่วมมือร่วมใจกับฝ่ายบริหารขึ้น

2.2.8.3 การประชาสัมพันธ์เป็นการปูพื้นค่านิยม เพื่อทัศนคติที่ดี ประชาสัมพันธ์ที่มีการตรวจสอบทัศนคติ ความคิดเห็น ค่านิยมของกลุ่มเป้าหมาย ยังช่วยให้ฝ่ายการตลาดวางแผนงาน ตั้งแต่การวางแผนประชาสัมพันธ์ ฯลฯ ได้ถูกต้องและมีประสิทธิภาพด้วย

สมาคมการประชาสัมพันธ์ระหว่างประเทศ (International Public Relation Association หรือย่อว่า IPRA) ได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ว่า การประชาสัมพันธ์ คือ ภาระหน้าที่ของฝ่ายบริหารหรือฝ่ายจัดการ (Management Function) ซึ่งต้องอาศัยการวางแผนงานที่ดี และมีการกระทำอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ เพื่อสร้างสรรค์และธำรงรักษาไว้ซึ่งความเข้าใจดี มีความเห็นอกเห็นใจ (Sympathy) และได้รับการสนับสนุนร่วมมือจากกลุ่มประชาชนที่องค์การสถาบันเกี่ยวข้องอยู่ โดยองค์การจะต้องใช้วิธีการวัดประเมินถึงประชาคมติที่ประชาชนมีต่อองค์การ แล้วนำมาใช้ประกอบเป็นแนวทางในการพิจารณากำหนดเป็นแผนงานและนโยบายขององค์การสถาบัน เพื่อให้สอดคล้องกับประชาคมติหรือความต้องการของประชาชน พร้อมทั้งใช้วิธีการเผยแพร่กระจายข่าวสารสู่ประชาชน เพื่อให้เกิดความร่วมมือและบรรลุถึงผลประโยชน์ร่วมกันของทั้งสองฝ่าย คือองค์การ และกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง

สถาบันการประชาสัมพันธ์แห่งสหราชอาณาจักร (The British Institute of Public Relations) ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ว่าการประชาสัมพันธ์ คือการกระทำที่มีการวางแผนอย่างสุขุมรอบคอบและมีความหมายอย่างไม่ลดละเพื่อสร้างสรรค์และธำรงไว้ซึ่งความเข้าใจอันดีร่วมกันระหว่างสถาบันกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง

สมาคมการประชาสัมพันธ์แห่งสหรัฐอเมริกา (The Public Relations Society of America ย่อว่า PRSA) (1970 : 12) ได้ให้คำจำกัดความของการประชาสัมพันธ์ไว้ว่า การประชาสัมพันธ์ เป็นอาชีพที่ให้บริการผลประโยชน์อย่างถูกต้องตามกฎหมายแก่บรรดาลูกค้าและผู้ว่าจ้าง อาชีพการประชาสัมพันธ์จึงมีวัตถุประสงค์พื้นฐานอยู่ที่ความเข้าใจร่วมกันและความร่วมมือกันระหว่างกลุ่มต่าง ๆ และสถาบันสังคม Bernays (1952 : 3) ได้ให้คำจำกัดความว่า การประชาสัมพันธ์มีความหมาย 3 ประการ คือ เป็นการเผยแพร่ชี้แจงข่าวสารให้ประชาชนทราบ . ชักชวนให้ประชาชนมีส่วนร่วมและเห็นพ้องด้วยกับวัตถุประสงค์ และสนับสนุนการดำเนินการของ

สถาบัน ประสานความคิดเห็นของกลุ่มประชากรที่เกี่ยวข้องให้สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายและวิธีดำเนินงานของสถาบัน

Black (1947 :10) ให้คำจำกัดความว่า การประชาสัมพันธ์ คือ ศาสตร์ในอันที่จะหา ลู่ทางให้องค์การสถาบันและประชาชนมีความสัมพันธ์อันดีต่อกัน และบังเกิดความพึงพอใจร่วมกัน Cutlip และ Center (1978 : 8 - 9) ให้คำจำกัดความว่าการประชาสัมพันธ์ คือ การติดต่อสื่อสาร และการสื่อความหมายทางด้านความคิดเห็นจากองค์การสถาบันไปสู่กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งรับฟังความคิดเห็นและประชามติที่ประชาชนมีต่อองค์การสถาบัน ด้วยความพยายามอย่าง จริงใจโดยมุ่งที่จะสร้างผลประโยชน์ร่วมกันและช่วยให้สถาบันสามารถปรับตัวเองให้สอดคล้อง กลมกลืน (Harmonious Adjustment) กับสังคมได้ ฉะนั้น การประชาสัมพันธ์จึงถูกนำมาใช้ใน ลักษณะความหมาย 3 ประการด้วยกัน คือ การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างองค์การสถาบันกับกลุ่ม ประชาชน วิธีการที่องค์การสถาบันใช้เพื่อสร้างความสัมพันธ์ คุณภาพและสถานภาพแห่ง ความสัมพันธ์นั้น ๆ

Newsom และ Scott (1976 : 16) เน้นว่าการประชาสัมพันธ์ เป็นงานที่มีความ สลับซับซ้อน เพราะงานนี้ไม่เพียงแต่จะต้องมีทักษะหลาย ๆ ด้านด้วยกันหากแต่ยังต้องมีพลังแห่ง ความคิด (Brainpower) เพื่อการสร้างสรรค์และแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ให้ลุล่วงไปด้วยดี สิ่งนี้เองที่เป็น งานท้าทายต่อการประชาสัมพันธ์

พลโท นฤดล เดชประดิษฐ์ (2533 : 150) กล่าวถึง การประชาสัมพันธ์กับความมั่นคง ของชาติว่าความมั่นคงของชาติเป็นปัจจัยสำคัญในการที่จะทำให้ชาตินั้น ๆ ดำรงความเป็นเอกราช ความเป็นปึกแผ่นความมีศักดิ์ศรี และเป็นพื้นฐานสำคัญในการพัฒนาให้ประชากรในรัฐนั้นมีความ สมบูรณ์มั่งคั่งยิ่งขึ้นสมดังคำกล่าวที่ว่าประเทศชาติมั่นคงประชาชนมั่งคั่งความมั่งคั่งของชาติเกิดขึ้น ได้เมื่อทุกฝ่ายในชาติทั้งฝ่ายบริหารฝ่ายเอกชน ตลอดจนประชาชนโดยทั่วไป มีความเข้าใจอันดีต่อกัน มีความคิดเห็นตรงกันในทุกเรื่องที่เป็นเกียรติภูมิ ผลประโยชน์ของประเทศชาติและประชาชนฯ แนวทางในการพัฒนาประเทศตลอดทั้งสังคมจิตวิทยาในเรื่องต่าง ๆ และให้ความร่วมมือสนับสนุนเพื่อ สร้างความมั่นคงและมั่งคั่งให้เกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็วงานเหล่านี้ คือ งานในหน้าที่ การประชาสัมพันธ์ ของรัฐนั่นเอง

พรทิพย์ วรกิจโกศาทร (2533 : 44 – 45) ได้สรุปความหมายของการประชาสัมพันธ์ไว้ ว่าหมายถึงการปฏิบัติกิจกรรมต่าง ๆ ตามแผนการของการสื่อสารที่ได้กำหนดไว้เพื่อส่งเสริมความ เข้าใจอันถูกต้องตรงกันในอันที่จะสร้างความเชื่อถือศรัทธาและความร่วมมือระหว่างสถาบันกับ ประชาชน กลุ่มเป้าหมาย โดยการปฏิบัติกิจกรรมที่ต่อเนื่องและหวังผลระยะยาวและพรทิพย์วร กิจโกศาทร (2530 : 2) ยังได้สรุปคุณลักษณะที่สำคัญของการประชาสัมพันธ์ไว้ดังนี้ 1. เป็นการ ทำงานที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างสถาบันและประชาชนให้เกิดขึ้น เป็นการ

ทำงานที่มีการวางแผนสุขุมรอบคอบและมีการติดตามผลแผนการที่ได้กำหนดไว้ เป็นการทำงานในรูปแบบของการสื่อสาร ซึ่งเป็นทั้งการสื่อสารสองทางและเป็นการสื่อสารที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อการโน้มน้าวใจ เป็นการทำงานที่ต้องการมีอิทธิพลต่อความคิดเห็น หรือทัศนคติของประชาชน กลุ่มเป้าหมายเป็นการทำงานที่ต่อเนื่องไม่ใช่ทำเพียงครั้งหรือสองครั้ง หรือทำเพียงชั่วระยะเวลาหนึ่งเท่านั้น

ระเด่น ทักษณา (2531 : 51) ให้คำจำกัดความว่าการประชาสัมพันธ์ คือ การกระทำหรือกิจกรรมขององค์กรที่ทำต่อเนื่องและอย่างมีแผน โดยมีประชาคมติเป็นแนวบรรทัดฐาน เพื่อให้ประชาชนกลุ่มเป้าหมายเกิดความนิยมชมชอบเลื่อมใสศรัทธา ความเข้าใจความไว้วางใจต่อองค์กร

เสรี วงษ์มณฑา (2528 :50) ให้ทัศนะว่า การประชาสัมพันธ์เป็นความพยายามที่มีการวางแผนในการที่จะมีอิทธิพลเหนือความคิดจิตใจของสาธารณชนที่เกี่ยวข้อง โดยการกระทำสิ่งที่ดีมีคุณค่ากับสังคมเพื่อให้สาธารณชนเหล่านั้น มีทัศนคติที่ดีต่อหน่วยงานองค์การ บริษัท ห้างร้าน หรือสมาคม ตลอดจนมีภาพพจน์ที่ดีเกี่ยวกับหน่วยงานต่างๆเหล่านั้นเพื่อให้หน่วยงานได้รับการสนับสนุนและความร่วมมือที่ดีจากสาธารณชนที่เกี่ยวข้องในระยะยาวต่อเนื่องกันไปเรื่อย ๆ

วิรัช ลภีรัตนกุล (2526 : 2) ได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ว่าการประชาสัมพันธ์ คือ การเสริมสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจอันดี (Good Relationship) ระหว่างองค์การสถาบันกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง เพื่อหวังผลในการร่วมมือและสนับสนุนจากประชาชน

สะอาด ตันสุภผล (2522 : 3) ให้คำจำกัดความว่าการประชาสัมพันธ์ คือ วิธีการของสถาบันอันมีแผนการและการกระทำที่ต่อเนื่องกัน ในอันที่จะสร้างหรือยังให้เกิดความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มประชาชน เพื่อให้สถาบันและกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องมีความรู้ ความเข้าใจ และให้ความสนับสนุนร่วมมือกันและกัน อันจะเป็นประโยชน์ให้สถาบันนั้นๆ ดำเนินงานไปได้ผลดีสมความมุ่งหมาย โดยมีประชาคมติเป็นแนวบรรทัดฐานสำคัญด้วย

สุพิน ปัญญามาก (2516 : 27 – 28) อธิบายว่า การประชาสัมพันธ์ คือ ความพยายามที่มีแผนที่จะมีอิทธิพลต่อความคิดและทัศนคติของประชาชน เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างประชาชนกับหน่วยงาน โดยยึดหลักสำคัญอยู่ 2 ประการคือ การประชาสัมพันธ์นั้น ต้องกระทำอย่างต่อเนื่องและหยุดไม่ได้ ต้องพยายามโดยไม่มีที่สิ้นสุด เพราะตัวแปรที่สำคัญ คือ ความรู้สึกนึกคิด และความคิดเห็นของประชาชน ซึ่งเรียกว่าประชาคมติ (Public Opinion) เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา จึงจำเป็นจะต้องศึกษาความคิดเห็นที่สนับสนุนหน่วยงานตลอดเวลาไป การประชาสัมพันธ์นั้นต้องกระทำอย่างมีแผน มีระบบ เป็นขั้นตอน มีการศึกษารวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มประชาชนของหน่วยงานให้มากที่สุด การทำงานต้องมีเอกภาพและสอดคล้องกันทุกขั้นตอนนิยามของ “ การประชาสัมพันธ์ของรัฐบาล ”

วิรัช ลภีรัตนกุล (2536 :390) ให้คำจำกัดความว่า การประชาสัมพันธ์ของรัฐบาลหมายรวมถึงการประชาสัมพันธ์ของหน่วยราชการซึ่งอาจจะเป็นกระทรวง ทบวง กรม และหน่วยราชการใน

ภูมิภาค ซึ่งการดำเนินงานดังกล่าว จะใช้วิธีการกระจายข่าวสาร เผยแพร่ชี้แจงเกี่ยวกับนโยบายการดำเนินงาน ผลงานต่าง ๆ ตลอดจนโดยวิธีอื่นใดที่จะช่วยเสริมสร้างความเข้าใจอันดี และชื่อเสียงเกียรติคุณของหน่วยราชการนั้นไปสู่ประชาชน เพื่อให้ได้รับความร่วมมือร่วมใจและความนิยมจากประชาชนกลุ่มต่าง ๆ ในการสร้างสรรค์ผลสำเร็จแก่งานของหน่วยราชการนั้น และของประเทศชาติ โดยส่วนรวม การที่รัฐบาลจะต้องดำเนินการประชาสัมพันธ์กับประชาชน ก็ด้วยเหตุผลสำคัญและจำเป็นยิ่ง 2 ประการ คือ รัฐบาลในระบบประชาธิปไตยมีหน้าที่ที่จะต้องรายงานเรื่องราวต่าง ๆ ให้ประชาชนทราบ การบริหารประเทศที่มีประสิทธิภาพ รัฐบาลย่อมต้องอาศัยความร่วมมือร่วมใจจากประชาชน

การประชาสัมพันธ์ของรัฐบาล เพื่อสร้างความเข้าใจและเรียกร้องความร่วมมือร่วมใจจากประชาชนนี้ เป็นสิ่งจำเป็นที่ขาดเสียมิได้สำหรับรัฐบาลในประเทศประชาธิปไตย เพราะรัฐบาลจะดำรงอยู่ได้ก็ด้วยความเห็นชอบ ยินยอมและสนับสนุนจากประชาชน นอกจากนี้การประชาสัมพันธ์ของรัฐบาล หากได้ดำเนินไปในกรอบและแนวทางที่ถูกต้อง มีประสิทธิภาพแล้ว ก็มีส่วนช่วยให้เกิดความมั่นคงของชาติได้อีกประการหนึ่งด้วย

สรุป การประชาสัมพันธ์ เป็นการติดต่อสื่อสารเพื่อส่งเสริมความเข้าใจอันถูกต้องต่อกัน นอกจากนั้น การประชาสัมพันธ์ยังหมายถึงการดำเนินงานเพื่อสร้างสรรค์ความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มเป้าหมาย ชี้แจงให้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ การประชาสัมพันธ์เป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการบริหารงานต่างๆ ให้ได้รับความสำเร็จสมบูรณ์ การประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมืออันทรงคุณค่า อำนาจคุณประโยชน์ การประชาสัมพันธ์ เป็นวิถีทางที่จะบรรลุผลในการสร้างสรรค์ความสัมพันธ์อันดี

2.2.9 ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวมีดังนี้

- 1) ด้านการดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่
- 2) ด้านการเสนอแนวทางการจัดการท่องเที่ยว
- 3) ด้านการสำรวจทรัพยากรท่องเที่ยว
- 4) ด้านสอบถามผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยว
- 5) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างรวดเร็วและ สะดวก

2.3 เทคโนโลยีการพัฒนาเว็บไซต์

2.3.1 ซอต์ฟแวร์

WordPress คือ โปรแกรมสำเร็จรูปที่มีไว้เพื่อสร้างและจัดการเนื้อหาบนอินเทอร์เน็ต (Contents Management System หรือ CMS) กล่าวคือ แทนที่เราจะดาวน์โหลดโปรแกรมมาทำการสร้างและออกแบบเว็บไซต์บนเครื่องคอมพิวเตอร์ของเราอย่างเช่น Macromedia Dreamwaver, Microsoft Fontpage (มีใครทันรีเปล่า) เป็นต้น แต่ CMS นั้นถูกสร้างมาเพื่อใช้งานบนอินเทอร์เน็ต

โดยตรง หมายความว่าเมื่อคุณจะใช้งานโปรแกรมนี้ คุณก็สามารถใช้ได้ทันทีผ่านอินเทอร์เน็ต เพียงแค่คุณล็อกอินเข้าสู่ระบบจัดการของ CMS นั้นๆ บางคนอาจจะคุ้นหูกับ cms เจ้าอื่น เช่น Joomla, simple machines, open cart, magento เป็นต้น

XAMPP คือโปรแกรมสำหรับจำลองเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลของเรา ให้ทำงานในลักษณะของ Webserver นั่นคือเครื่องคอมพิวเตอร์ของเราจะเป็นทั้งเครื่องแม่ และเครื่องลูกในเครื่องเดียวกัน ทำให้ไม่ต้องเชื่อมต่อกับ Internet คุณก็สามารถทดสอบเว็บไซต์ที่คุณสร้างขึ้น ได้ทุกที่ทุกเวลา ปัจจุบันได้รับความนิยมจากผู้ใช้งาน CMS ในการสร้างเว็บไซต์ XAMPP ประกอบด้วย Apache, PHP, MySQL, PHP MyAdmin, Perl ซึ่งเป็น โปรแกรมพื้นฐานที่รองรับการทำงาน CMS ซึ่งเป็นชุดโปรแกรม สำหรับออกแบบเว็บไซต์ที่ได้รับความนิยม ในปัจจุบัน ไฟล์สำหรับติดตั้ง xampp นั้นอาจมีขนาดใหญ่สักหน่อย เนื่องจาก มีชุดควบคุมการทำงานที่ช่วยให้การปรับแต่งส่วนต่าง ๆ ง่ายขึ้น XAMPP นั้นรองรับระบบปฏิบัติการหลายตัว เช่น Windows, Linux, Apple ทำงานได้ทั้งบนระบบปฏิบัติการแบบ 32 bit และ 64 bit สิ่งที่น่าสนใจกว่าโปรแกรมอื่นคือมีตัวช่วยติดตั้ง CMS ที่เรียกว่า BitNami ซึ่งช่วยให้คุณติดตั้ง CMS รุ่นใหม่ ๆ ที่ได้รับความนิยมอีกด้วย

Word คือเนื้อที่ที่คอมพิวเตอร์จัดไว้สำหรับเก็บข้อมูล ไม่น้อยกว่า 1 ตัวอักษรตามรหัสแอสกี หรือไม่น้อยกว่า 8 บิต ขึ้นอยู่กับสถาปัตยกรรมคอมพิวเตอร์ ในปัจจุบัน คอมพิวเตอร์ที่เข้ากันได้กับสถาปัตยกรรมของไอพีเอ็ม (คอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลทั่วไป) 1 เวิร์ดจะมีขนาด 16 บิต (2 ไบต์) เวิร์ดมีประโยชน์ในการช่วยการประมวลผลของซีพียู โดยใช้เป็นขนาดชุดคำสั่งของการนำเข้าสู่ซีพียู (fetch) และการอ้างอิงตำแหน่งในหน่วยความจำ

Ionic คือ เครื่องมือในการสร้าง HTML , CSS และ JavaScript เพื่อใช้ในการสร้าง Mobile Application ซึ่งสามารถใช้งานได้ค่อนข้างง่าย Ionic Framework เป็นเครื่องมือสร้างแอปมือถือที่สามารถสร้างที่เดียว สามารถใช้งานได้บนระบบปฏิบัติการ iOS, Android และ Windows ซึ่งก็จะใช้งานร่วมกับ Framework ตัวอื่น ๆ ได้ คือ Angular และ Apache Cordova ในตอนสุดท้ายเพื่อให้ทั้งแอปที่เขียนมาใช้ได้กับทุกระบบปฏิบัติการนั่นเอง

Node JS คือ Cross Platform Runtime Environment สำหรับฝั่ง Server และเป็น Open Source ซึ่งเขียนด้วยภาษา JavaScript สรุปรวมๆ NodeJS ก็คือ Platform ตัวหนึ่งที่เขียนด้วย JavaScript สำหรับเป็น Web Server นั่นเอง

Android Studio คือ เครื่องมือพัฒนา IDE (ไอ ดี อี) หรือ Integrated Development Environment (อินทิเกรต ดีเวลลอปเม้นท์ (เอนไวรอนเม้นท์) ที่ถูกสร้างขึ้นมาเพื่อการพัฒนาแอนดรอยด์แอปพลิเคชัน บนพื้นฐานของแนวคิด IntelliJ IDEA (อินเทล ไอ เจ ไอดีอีเอ) คล้าย ๆ กับการทำงานของ Eclipse (อีคิปส์) และ Android ADT Plugin (แอนดรอยด์ เอดีที ปลั๊กอิน) และเป็น IDE Tools (ไอ ดี เอ็ม ทูล) ล่าสุดจาก Google (กูเกิ้ล) ไว้พัฒนาโปรแกรม Android (แอนดรอยด์)

JDK คือ Java Development Kit หรือ JDK คือชุดของเครื่องมือ (tools) ที่ใช้ในการพัฒนาโปรแกรม JAVA ของบริษัทซันไมโครซิสเต็มส์ ซึ่งใครก็ตามที่ต้องการจะพัฒนาโปรแกรมโดยใช้ภาษา Java อย่างเช่น Java compiler, Java debugger, Java doc และ Java interpreter หรือ Java VM จะต้องลง JDK นี้ ไม่งั้นจะไม่สามารถ compile และ run java ได้ เวอร์ชันปัจจุบันของ JDK คือเวอร์ชัน 7 ประกอบไปด้วยโปรแกรมต่างๆ อาทิเช่น โปรแกรมคอมไพเลอร์ (javac.exe) , โปรแกรมอินเตอร์พรีเตอร์ (java.exe) ,โปรแกรมดีบักเกอร์ แต่จะไม่มีโปรแกรมอิดิเตอร์

2.3.2 ภาษา

PHP คือ ภาษาคอมพิวเตอร์จำพวก scripting language ภาษาจำพวกนี้คำสั่งต่างๆจะเก็บอยู่ในไฟล์ที่เรียกว่า script และเวลาใช้งานต้องอาศัยตัวแปรชุดคำสั่ง ตัวอย่างของภาษาสคริปต์ เช่น JavaScript , Perl เป็นต้น ลักษณะของ PHP ที่แตกต่างจากภาษาสคริปต์แบบอื่นๆ คือ PHP ได้รับการพัฒนาและออกแบบมาเพื่อใช้งานในการสร้างเอกสารแบบ HTML โดยสามารถสอดแทรกหรือแก้ไขเนื้อหาได้โดยอัตโนมัติ ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่า PHP เป็นภาษาที่เรียกว่า server-side หรือ HTML-embedded scripting language นั่นคือในทุกๆ ครั้งก่อนที่เครื่องคอมพิวเตอร์ซึ่งให้บริการเป็น Web server จะส่งหน้าเว็บเพจที่เขียนด้วย PHP ให้เรา มันจะทำการประมวลผลตามคำสั่งที่มีอยู่ให้เสร็จเสียก่อน แล้วจึงค่อยส่งผลลัพธ์ที่ได้ให้เรา ผลลัพธ์ที่ได้นั้นก็คือเว็บเพจที่เราเห็นนั่นเอง ถือได้ว่า PHP เป็นเครื่องมือที่สำคัญชนิดหนึ่งที่ช่วยให้เราสามารถสร้าง Dynamic Web pages (เว็บเพจที่มีการโต้ตอบกับผู้ใช้) ได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีลูกเล่นมากขึ้น

CSS ภาษาที่ใช้สำหรับตกแต่งเอกสาร HTML/XHTML ให้มีหน้าตา สีสัน ระยะเวลา พื่นหลัง เส้นขอบและอื่นๆ ตามที่ต้องการ CSS ย่อมาจาก Cascading Style Sheets มีลักษณะเป็นภาษาที่มีรูปแบบในการเขียน Syntax แบบเฉพาะและได้ถูกกำหนดมาตรฐานโดย W3C เป็นภาษาหนึ่งในการตกแต่งเว็บไซต์ ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย

HTML ย่อมาจากคำว่า Hypertext Markup Language พัฒนามาจากภาษา SGML (Standard Generalized Markup Language) โดย นาย Tim Berners Lee เป็นภาษามาตรฐานที่ใช้พัฒนาเอกสารในรูปแบบของเว็บเพจบนระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตการเรียกใช้เอกสารเหล่านี้ทำได้ โดยการใช้โปรแกรมเว็บเบราว์เซอร์ (Web Browser) เช่น Mosaic Opera, escape navigator, Internet Explorer ฯลฯ เรียกดูแฟ้มที่สร้างด้วยภาษา HTML ข้อดีของ HTMLคือสามารถใช้ได้กับเครื่องคอมพิวเตอร์และระบบปฏิบัติการได้หลากหลายชนิดแฟ้มข้อมูลที่เขียนด้วยภาษา HTML นั้นจะมีการนำคำสั่ง HTMLที่เรียกว่า แท็ก (Tag) มา กำหนดลักษณะและรูปแบบของเอกสารที่แสดงบนจอภาพ แท็ก (Tag)ประกอบด้วย เครื่องหมายน้อยกว่า (<) ตามด้วยชื่อแท็ก ปิดท้ายด้วยเครื่องหมายมากกว่า (>) เช่น<HTML>, <HEAD>, <BODY> ชื่อแท็กนั้นอาจจะเป็นตัวเล็กหรือตัวใหญ่ก็ได้ เป็นภาษาสคริปต์แบบหนึ่งที่เรียกว่า Server Side Script ประมวลผลฝั่งเซิร์ฟเวอร์แล้วส่งผลลัพธ์ไปฝั่ง

โคลเอนต์ผ่านเว็บเบราว์เซอร์เช่นเดียวกับ ASP (ActiveServerPages) ปัจจุบันได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในการนำมาช่วยพัฒนาเว็บที่เรียกว่า Web Development หรือ Web Programming เนื่องจากมีจุดเด่นหลายประการ รูปแบบของภาษา PHP เค้าโครงมาจากภาษา C,Perl ที่นำมาปรับปรุงทำให้มีประสิทธิภาพสูงและทำงานได้เร็วขึ้นใน ปัจจุบันมีโปรแกรมเมอร์ใช้งานมากกว่า 1 ล้านคน ถึงแม้จะเป็นที่รู้จักกันและนามาใช้งานได้ไม่นานนัก แต่ PHP กลับได้รับความนิยมในการใช้เป็นเครื่องมือเพื่อพัฒนาเว็บเพจ

2.3.2.1 Json คือ รูปแบบของข้อมูลที่ใช้สำหรับแลกเปลี่ยนข้อมูลที่มีขนาดเล็ก ซึ่งคนสามารถทำความเข้าใจได้ง่าย และสามารถถูกสร้างและอ่านโดยเครื่องได้ง่าย มันถูกกำหนดภายใต้ ภาษา JavaScript(Javascript Programming Language, Standard ECMA-262 3rd Edition – December 1999.) JSON เป็นรูปแบบข้อมูลตัวอักษรที่มีความเป็นอิสระอย่างสมบูรณ์ แต่จะมีหลักการการเขียนที่คุ้นเคยกับนักเขียนโปรแกรมภาษาต่างๆ ได้ ไม่ว่าจะเป็น ภาษา C, C++, C#, Java, Javascript, Perl, Python และอื่นๆ คุณสมบัติเหล่านี้ทำให้ JSON เป็นภาษาแลกเปลี่ยนข้อมูลที่มีสมบูรณ์แบบ

2.3.2.2 jQuery คือ JavaScript Library ซึ่งถูกออกแบบมาเพื่อให้การเขียน JavaScript นั้นง่ายขึ้น เนื่องจากการใช้ JavaScript เพื่อประยุกต์กับงานเว็บ (Client-side JavaScript) นั้นสที่ยุ่งยาก อาทิเช่น ความไม่เข้ากันของเว็บเบราว์เซอร์แต่ละค่าย, DOM ,API เป็นต้น jQuery จึงถือกำเนิดมาโดยเตรียมฟังก์ชันและออบเจกต์ต่างๆที่จำเป็นไว้ให้ในรูปของ Library ดังนั้นโค้ดที่เราเคยต้องเขียนด้วย JavaScript หลายๆบรรทัดก็อาจเขียนได้สั้นลงเหลือเพียงแค่บรรทัดเดียวเท่านั้น

2.4 หลักการหรือทฤษฎีในการออกแบบเว็บไซต์

2.4.1 หลักการออกแบบเว็บไซต์

เว็บไซต์เป็นสื่อที่ได้รับความนิยมอย่างมากบนอินเทอร์เน็ต ซึ่งเว็บไซต์เป็นสื่อที่อยู่ในความควบคุมของผู้ใช้โดยสมบูรณ์ กล่าวคือ ผู้ใช้สามารถตัดสินใจเลือกได้ว่าจะดูเว็บไซต์ใดและจะไม่เลือกดูเว็บไซต์ใด ได้ตามต้องการ จึงทำให้ผู้ใช้ไม่มีความอดทนต่ออุปสรรคและปัญหาที่เกิดจากการออกแบบเว็บไซต์ผิดพลาดถ้าผู้ใช้เห็นว่าเว็บที่กำลังดูอยู่นั้นไม่มีประโยชน์ต่อตัวเขา หรือไม่เข้าใจว่าเว็บไซต์นี้จะใช้งานอย่างไร เขาก็สามารถที่จะเปลี่ยนไปดูเว็บไซต์อื่นๆ ได้อย่างรวดเร็ว เนื่องจากในปัจจุบันมีเว็บไซต์อยู่มากมาย และยังมีเว็บไซต์ที่เกิดขึ้นใหม่ ๆ ทุกวัน ผู้ใช้จึงมีทางเลือกมากขึ้น และสามารถเปรียบเทียบคุณภาพของเว็บไซต์ต่าง ๆ ได้เองเว็บไซต์ที่ได้รับการออกแบบอย่างสวยงาม มีการใช้งานที่สะดวก ย่อมได้รับความนิยมจากผู้ใช้ มากกว่าเว็บไซต์ที่ดูสับสนวุ่นวาย มีข้อมูลมากมายแต่หาอะไรไม่เจอ นอกจากนี้ยังใช้เวลาในการแสดงผลแต่ละหน้านานเกินไป ซึ่งปัญหาเหล่านี้ล้วนเป็นผลมาจากการออกแบบเว็บไซต์ไม่ดีทั้งสิ้น

ดังนั้น การออกแบบเว็บไซต์จึงเป็นกระบวนการสำคัญในการสร้างเว็บไซต์ ให้ประทับใจ ผู้ใช้ ทำให้เขาอยากกลับมาเข้ามาเว็บไซต์เดิมอีกในอนาคต ซึ่งนอกจากต้องพัฒนาเว็บไซต์ที่ดีมีประโยชน์ แล้ว ยังต้องคำนึงถึงการแข่งขันกับเว็บไซต์อื่น ๆ อีกด้วย

2.4.2 การใช้สีในการออกแบบเว็บไซต์

การเลือกใช้สีในการออกแบบเว็บไซต์มีความสำคัญเป็นอย่างมาก เพราะสีสามารถ กำหนดอารมณ์ ความรู้สึกและกระตุ้นการรับรู้ทางด้านจิตใจของมนุษย์ได้ดี ดังนั้นสีที่ใช้จึงต้องมีความ สอดคล้องกับเนื้อหาและจุดประสงค์ของเว็บ ว่าต้องการให้ผู้เข้าชมรู้สึกอย่างไรต่อเนื้อหาที่ได้อ่าน โดย รูปแบบของสีที่สายตาของมนุษย์สามารถมองเห็นได้ก็แบ่งออกเป็น 3 กลุ่มดังต่อไปนี้



ภาพที่ 2.7 สีโทนร้อน

2.4.2.1 สีโทนร้อน (Warm Colors) เป็นกลุ่มสีที่แสดงถึงความสุข ความอบอุ่น ความปลอดภัย ความอบอุ่น และดึงดูดใจ สีกลุ่มนี้เป็นกลุ่มสีที่ช่วยให้หายจากความเฉื่อยชา มีชีวิตชีวามากยิ่งขึ้น



ภาพที่ 2.8 สีโทนเย็น

2.4.2.2 สีโทนเย็น (Cool Colors) แสดงถึงความที่ดูสุภาพ อ่อนโยน เรียบร้อย เป็นกลุ่ม สีที่มีคนชอบมากที่สุด สามารถโน้มน้าวในระยะไกลได้



ภาพที่ 2.9 สีโทนกลาง

2.4.2.3 สีโทนกลาง (Neutral Colors) สีที่เป็นกลาง ประกอบด้วย สีดำ สีขาว สีเทา และสีน้ำตาล กลุ่มสีเหล่านี้คือ สีกลางที่สามารถนำไปผสมกับสีอื่น ๆ เพื่อให้เกิดสีกลางขึ้นมา

สิ่งที่สำคัญต่อผู้ออกแบบเว็บคือการเลือกใช้สีสำหรับเว็บ นอกจากจะมีผลต่อการแสดงออกของเว็บแล้วยังเป็นการสร้างความรู้สึกที่ดีต่อผู้ใช้บริการ ดังนั้นจะเห็นว่าสีแต่ละสีสามารถสื่อความหมายของเว็บได้อย่างชัดเจน ความแตกต่าง ความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นย่อมส่งผลให้เว็บมีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น ชุดสีแต่ละชุดมีความสำคัญต่อเว็บ ถ้าเลือกใช้สีไม่ตรงกับวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายอาจจะทำให้เว็บไม่น่าสนใจ ผู้ใช้บริการจะไม่กลับมาใช้บริการอีกภายหลัง ฉะนั้น การเลือกใช้สีอย่างเหมาะสมเพื่อสื่อความหมายของเว็บต้องเลือกใช้สีที่มีความกลมกลืนกัน

2.4.3 องค์ประกอบในการออกแบบเว็บไซต์

2.4.3.1 การออกแบบเว็บไซต์เพื่อให้มีประสิทธิภาพ และสามารถดึงดูดความสนใจของผู้คนได้ดี จะต้องมียุทธศาสตร์ประกอบของเว็บไซต์อย่างครบถ้วน ซึ่งได้แก่

2.4.3.2 ความเรียบง่าย เข้าใจง่าย การออกแบบเว็บไซต์ที่ดี จะต้องเน้นที่ความเรียบง่ายเป็นหลัก โดยเลือกนำเสนอเฉพาะสิ่งที่ต้องการนำเสนอจริงๆ ในรูปแบบที่หลากหลาย โดยอาจจะเป็น สี สัน กราฟิก ภาพเคลื่อนไหวหรือตัวอักษร ที่สำคัญจะต้องมีการนำเสนอที่ไม่ดูรกหน้าเว็บจนเกินไป เพื่อไม่ให้เกิดความรู้สึกรกสายตา หรือสร้างความเบื่อหน่าย นำราคามาให้กับผู้เข้าชมเว็บไซต์ มีตัวอย่างเว็บไซต์ที่มีการออกแบบโดยเน้นความเรียบง่ายได้ดีคือ Apple, Nokia และ Microsoft เป็นต้น

2.4.3.3 ความสม่ำเสมอไม่สับสน ควรออกแบบเว็บไซต์ด้วยความสม่ำเสมอ คือจะต้องมีรูปแบบ กราฟิก โทนนีและการตกแต่งต่างๆ ให้แต่ละหน้าบนเว็บไซต์มีความคล้ายคลึงกัน และเป็นแนวเดียวกันไปตลอดทั้งเว็บไซต์ ดังตัวอย่างเว็บไซต์ต่างๆ ไปที่จะสังเกตเห็นได้ว่าทุกหน้าของเว็บไซต์นั้น จะเน้นการตกแต่งในรูปแบบเดียวกันทั้งหมด ต่างก็แค่การนำเสนอของแต่ละหน้าเท่านั้น

2.4.3.4 สร้างความโดดเด่น เป็นเอกลักษณ์ การออกแบบเว็บไซต์เพื่อให้สามารถสื่อถึงจุดประสงค์ในการนำเสนอเว็บได้ดี จะต้องมีการสร้างความเป็นเอกลักษณ์และจุดเด่นให้กับเว็บไซต์ เพื่อให้สามารถสะท้อนถึงลักษณะขององค์กรได้มากที่สุด โดยการสร้างเอกลักษณ์ดังกล่าวนี้ อาจใช้ชุดสี รูปภาพ ตัวอักษรหรือกราฟิก นอกจากนี้ก็ต้องขึ้นอยู่กับว่า เป็นเว็บไซต์แบบทางการหรือไม่ เพื่อจะได้ออกแบบได้อย่างเหมาะสมที่สุด

2.4.3.5 เนื้อหาต้องดีครบถ้วน เนื้อหาเป็นสิ่งสำคัญที่สุดของการสร้างเว็บไซต์ เพราะสิ่งที่ทำให้ผู้คนเกิดความสนใจและหมั่นติดตามเว็บไซต์เหล่านั้นอยู่เสมอ ก็คือเนื้อหาที่มีความสมบูรณ์และน่าสนใจ นอกจากนี้จะต้องมีการปรับปรุง พัฒนาเนื้อหาบนเว็บให้มีความทันสมัยอยู่เสมอ รวมถึงข้อมูลต้องมีความถูกต้องที่สุด

2.4.3.5 ระบบเนวิเกชัน ใช้งานง่าย ระบบเนวิเกชัน เป็นเสมือนป้ายบอกทางเพื่อให้ผู้ใช้งานไม่เกิดความสับสนในขณะที่ใช้งานเว็บไซต์ ซึ่งการออกแบบเนวิเกชันก็จะต้องเน้นที่ความเรียบง่าย ใช้

งานสะดวก และมีความเข้าใจได้ง่าย ที่สำคัญจะต้องมีตำแหน่งการวางที่สม่ำเสมอเพื่อให้ดูเป็นแนวทางเดียวกัน ทำให้ผู้ใช้งานหรือผู้ชมรู้สึกประทับใจ และจดจำเว็บไซต์ได้ง่ายขึ้น ส่วนใครที่มีการนำกราฟิกมาใช้ในระบบเนวิเกชัน ก็จะต้องเลือกกราฟิกที่สามารถสื่อความหมายได้ดีเช่นกัน

2.4.3.6 คุณภาพของเว็บไซต์ เว็บไซต์ที่ดีจะต้องมีคุณภาพ ทั้งสิ่งที่ปรากฏให้เห็นบนเว็บไซต์ ไม่ว่าจะเป็นกราฟิก ชนิดตัวอักษร รูปภาพหรือสีสันทที่ใช้ เนื้อหาที่นำมาแสดงผล ซึ่งหากเว็บไซต์มีคุณภาพก็จะสร้างความน่าเชื่อถือ และเป็นจุดเด่นที่ทำให้ผู้คนส่วนใหญ่เกิดความสนใจได้ดี เพราะฉะนั้นห้ามละเลยในส่วนของคุณภาพเด็ดขาด

2.4.3.7 ความสะดวกในการใช้งาน เว็บไซต์ควรให้ความสะดวกสบายแก่ผู้ใช้งานได้ดี คือจะต้องมีการแสดงผลได้ในทุกระบบปฏิบัติการ ไม่ว่าจะเป็นเว็บเบราว์เซอร์คอมพิวเตอร์ โน้ตบุ๊กหรือ โอบโนโทรศัพท์มือถือ ที่สำคัญจะต้องมีความละเอียดของการแสดงผลและสามารถใช้งานได้โดยไม่มีปัญหาด้วย

2.4.3.8 ความคงที่ของการออกแบบ การออกแบบเว็บไซต์ควรจะมี ความคงที่ในการออกแบบ ด้วยการสร้างเว็บไซต์ด้วยแบบแผนเดียวกัน และมีการเรียบเรียงเนื้อหาอย่างรอบคอบ ทำให้เว็บมีความน่าเชื่อถือ และดูมีคุณภาพ ช่วยสร้างความประทับใจให้กับผู้ใช้งานได้เป็นอย่างดี

2.4.3.9 ความคงที่ของการทำงาน ระบบการทำงานบนเว็บไซต์จะต้องมีความคงที่ และสามารถใช้งานได้ดี ซึ่งนอกจากการออกแบบระบบการทำงานให้มีความทันสมัยและสร้างสรรค์แล้ว ก็จะต้องหมั่นตรวจสอบอยู่เสมอ เพราะหากระบบการใช้งานมีความผิดปกติก็จะได้แก้ปัญหาได้ทัน นอกจากนี้ อาจมีการอัปเดตดีไซน์ให้ทันสมัยขึ้นบ่อยๆ เพื่อให้ผู้ใช้งานรู้สึกสนุกไปกับการใช้งานเว็บไซต์

2.4.4 การออกแบบโครงสร้างของเว็บไซต์

โครงสร้างเว็บไซต์ ก็คือการจัดลำดับของเนื้อหาบนเว็บไซต์ออกเป็นแผนผังที่เข้าใจง่าย ว่าต้องการให้เว็บไซต์มีเนื้อหาอะไรบ้าง มีเว็บไซต์อยู่ตรงไหน หน้าไหนบ้างที่จะนำมาเชื่อมโยงถึงกัน หรือกล่าวง่าย ๆ ก็คือเหมือนการวางโครงเรื่องก่อนจะเขียนเนื้อหาให้ออกมาอย่างสมบูรณ์แบบนั่นเอง ดังนั้นการออกแบบโครงสร้างเว็บไซต์จึงมีความสำคัญมาก ซึ่งก็สามารถทำได้หลากหลายรูปแบบด้วยกัน แต่มีแนวคิดหลักๆ ที่ได้รับความนิยมมากที่สุดอยู่ 2 รูปแบบ คือ

2.4.4.1 จัดโครงสร้างตามกลุ่มเนื้อหา (Content-based Structure)

2.4.4.2 จัดโครงสร้างตามกลุ่มผู้ชม (User-based Structure)

2.4.5 การออกแบบเว็บไซต์ต้องคำนึงถึงอะไรบ้าง

การออกแบบเว็บไซต์ที่ดีจะต้องคำนึงถึงหลายๆ อย่างด้วยกัน โดยมี 9 ข้อหลักๆ ที่ควรคำนึงถึงดังนี้

2.4.5.1 ความเรียบง่าย เว็บไซต์ที่ดีควรมีรูปแบบที่เรียบง่ายและไม่ซับซ้อน เพื่อให้ผู้ชมสามารถใช้งานเว็บไซต์ได้อย่างสะดวกมากขึ้น โดยเฉพาะพวกกราฟฟิกทั้งหลาย จะต้องไม่ใช่ตัวอักษรที่เคลื่อนไหวอยู่ตลอดเวลา และไม่มีสีสันที่ดูแสบตาจนเกินไป

2.4.5.2 ความสม่ำเสมอ คือการเลือกใช้รูปแบบ กราฟฟิก โทนสี และการตกแต่งหรือการแสดงผลต่างๆ ในเว็บไซต์ให้เป็นรูปแบบเดียวกันหรือคล้ายคลึงกันตลอดทั้งเว็บ

2.4.5.3 ความเป็นเอกลักษณ์ เว็บไซต์ควรมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ที่สามารถบ่งบอกได้ถึงความเป็นบริษัท องค์กรหรือแบรนด์ต่างๆ ตัวอย่างเช่น เว็บไซต์ของ 1 Belief จะมีสีฟ้า ที่เป็นเอกลักษณ์ของบริษัทอยู่บนเว็บ

2.4.5.4 เนื้อหา โดยเนื้อหาที่นำมาลงในเว็บ ควรเป็นเนื้อหาที่มีความเกี่ยวข้องกับเว็บ หรืออาจเป็นเนื้อหาที่ได้สาระ มีประโยชน์ สามารถดึงดูดความสนใจของผู้คนได้ดี และที่สำคัญจะต้องมีความถูกต้อง สมบูรณ์และมีความทันสมัย

2.4.5.5 ระบบเนวิเกชัน ควรออกแบบให้สามารถใช้งานได้ง่ายและสะดวก สื่อความหมายต่างๆ และอธิบายได้อย่างชัดเจน รวมถึงต้องมีรูปแบบ และลำดับรายการที่มีความสม่ำเสมอ

2.4.5.6 ลักษณะเด่น ส่วนนี้จะถือเป็นหน้าตาของเว็บไซต์เพื่อใช้ในการดึงดูดลูกค้า อาจออกแบบลักษณะเด่นของเว็บให้ตรงกับความชอบส่วนใหญ่ของกลุ่มเป้าหมาย หรือจะออกแบบให้สัมพันธ์ประเภทของเว็บ และคุณภาพขององค์ประกอบต่างๆ บนเว็บ

2.4.5.7 การใช้งานที่ไม่จำกัด การทำเว็บไซต์ให้รองรับการเข้าใช้งานจากหลายระบบ ไม่ว่าจะเป็นการเข้าใช้งานจากเครื่อง PC สมาร์ทโฟน หรือการใช้เบราว์เซอร์ต่างๆ ในการเข้าใช้งาน

2.4.5.8 คุณภาพในการออกแบบ จำเป็นต้องทำเว็บไซต์ให้มีคุณภาพมากที่สุด ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของการเรียบเรียงเนื้อหาอย่างรอบคอบ การตรวจสอบความถูกต้องและการทำให้เว็บไซต์มีความน่าเชื่อถือ

2.4.5.9 การเชื่อมโยงไปยังลิงค์ต่างๆ ซึ่งจะต้องเชื่อมโยงไปยังหน้าเว็บที่มีอยู่จริง และมีเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกัน และควรหมั่นตรวจสอบอยู่เสมอ ว่าระบบการเชื่อมโยงยังคงทำงานได้ตามปกติ และมีความถูกต้อง แม่นยำ อยู่หรือไม่

2.4.6 ส่วนประกอบสำคัญของหน้าเว็บไซต์ ที่ต้องมี บนหน้าเว็บไซต์ จะมีส่วนประกอบสำคัญที่จำเป็นต้องมีอยู่ 3 ส่วน ได้แก่

2.4.7 ส่วนหัวของหน้า (Header) อยู่ตอนบนสุดของหน้าและเป็นส่วนที่สำคัญที่สุด โดยจะต้องทำให้สามารถดึงดูดผู้ชมให้รู้สึกอยากติดตามเนื้อหาในเว็บไซต์ต่อไป ซึ่งส่วนใหญ่ก็มักจะมีการใส่ภาพกราฟฟิกให้ดูสวยงาม สิ่งสำคัญหลักๆ เลย ก็คือ โลโก้ ชื่อเว็บไซต์และเมนูหลักที่สามารถลิงค์ไปยังเนื้อหาในเว็บไซต์ต่างๆ ได้

2.4.7.1 ส่วนของเนื้อหา (Body) อยู่บริเวณตอนกลางของหน้าเว็บ โดยจะแสดงข้อมูลเกี่ยวกับเนื้อหาบนเว็บแบบคร่าวๆ ซึ่งก็จะมีข้อความ กราฟฟิก ตารางข้อมูลหรือวิดีโอประกอบอยู่ และหากมีเมนูแบบเฉพาะกลุ่มก็จะถูกจัดไว้ในหน้านี้เช่นกัน และที่สำคัญเนื้อหาในส่วนนี้ควรจะมี ความกระชับ เข้าใจง่าย มีการใช้รูปแบบตัวอักษรแบบเรียบง่ายและเป็นระเบียบ

2.4.7.2 ส่วนท้ายของหน้า (Footer) อยู่ล่างสุดของหน้าเว็บ ซึ่งจะมีหรือไม่มีก็ได้ ส่วนนี้จะแสดงถึงข้อมูลต่างๆเพิ่มเติมเข้าไป เช่น ข้อความที่แสดงถึงการเป็นลิขสิทธิ์ ข้อมูลเจ้าของเว็บไซต์ วิธีการติดต่อและคำแนะนำต่างๆ เกี่ยวกับการใช้งานเว็บไซต์อย่างถูกต้อง เป็นต้น

2.4.8 ประโยชน์ของสีในรูปแบบต่างๆ

2.4.8.1 ช่วยชักนำให้ผู้อ่านเกิดความสนใจในเนื้อหาบางจุด บางตำแหน่งบนหน้าเว็บ และทำให้ผู้อ่านรู้สึกอยากติดตามเนื้อหาในบริเวณที่เราใช้สีกำหนดไว้มากขึ้น โดยจะต้องเลือกใช้สี อย่างเป็นรอบคอบ และเป็นสีที่สามารถเน้นความโดดเด่นของเนื้อหาในส่วนนั้นได้ดี ซึ่งส่วนใหญ่จะนิยมใช้สีเพื่อชักนำในส่วนของคุณสมบัติใหม่ๆ โปรโมชันพิเศษ หรือเนื้อหาในส่วนที่ไม่ค่อยได้รับความสนใจ เป็นต้น

2.4.8.2 ช่วยในการเชื่อมโยงข้อมูลที่มีความสัมพันธ์แบบไม่เด่นชัดเข้าด้วยกัน เพื่อไม่ให้ผู้อ่านมองข้ามข้อมูลบางส่วนไป เพราะการใช้สีในลักษณะนี้จะทำให้ผู้อ่านรู้สึกว่ามีเนื้อหาบริเวณที่มีสีเดียวกัน น่าจะมีความสำคัญเท่าๆ กัน

2.4.8.3 ช่วยในการแบ่งเนื้อหาบริเวณต่างๆ ออกจากกัน เพื่อให้เข้าใจมากขึ้นว่าเนื้อหาส่วนไหน อยู่ในส่วนไหน ใช้เพื่อเชื่อมโยงเนื้อหาที่มีสีเหมือนกันเข้าด้วยกัน เป็นการแบ่งแยกเนื้อหาที่มีสีต่างกัน ออกจากกันอย่างชัดเจน

2.4.8.4 ช่วยดึงดูดความสนใจของผู้ชมได้ดี ทำให้ผู้ชมรู้สึกสนใจและอยากติดตามเนื้อหาบนเว็บไซต์มากขึ้น และทำให้พวกเขาอยากกลับมาใช้งานเว็บไซต์อีกหลายๆ ครั้ง แต่ในขณะเดียวกัน หากใช้สีไม่เหมาะสม ก็จะทำให้ผู้ชมขาดความสนใจและอยากไปชมเว็บอื่นมากกว่า

2.4.8.5 ช่วยกระตุ้นความรู้สึกการตอบสนองจากผู้ชม เพราะคนแต่ละคนจะมีความรู้สึกสัมพันธ์กับสีบางสีมากเป็นพิเศษ หากสีที่ใช้มีความสัมพันธ์กับพวกเขา พวกเขาจะให้ความสนใจเว็บมากขึ้น

2.4.8.6 ช่วยในการจัดระเบียบให้กับข้อความต่างๆ ทำให้ข้อความ เนื้อหา ดูเป็นสัดส่วนมากขึ้นนอกจากสิ่งๆช่วยในการออกแบบได้ดีแล้ว ก็ยังสามารถส่งเสริมเอกลักษณ์ขององค์กรหรือหน่วยงานต่างๆ ได้ ด้วยการนำสีประจำองค์กรมาใช้เป็นสีหลักของเว็บไซต์ อย่างไรก็ตามการออกแบบเกี่ยวกับสีไม่ใช่เรื่องง่าย จึงควรทำคดีวิเคราะห์การออกแบบให้รอบคอบที่สุด

2.4.9 Responsive Web Design

Responsive เป็นวิธีการออกแบบเว็บไซต์เพื่อให้รองรับกับขนาดของหน้าจออุปกรณ์ทุกชนิด ไม่ว่าจะเป็นคอมพิวเตอร์ โน้ตบุ๊ก สมาร์ทโฟนและแท็บเล็ต เนื่องจากอุปกรณ์เหล่านี้ล้วนมีขนาดหน้าจอที่ต่างกัน จึงจำเป็นต้องออกแบบเว็บให้ใช้งานได้กับทุกขนาดหน้าจอในครั้งเดียว

Responsive Web Design เป็นการพัฒนาเว็บไซต์ที่กำลังได้รับความนิยมมากในปัจจุบัน มีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ User สามารถใช้งานได้ง่ายที่สุด และช่วยประหยัดเวลา ค่าใช้จ่ายในการพัฒนาเว็บไซต์ได้ดี เพราะการพัฒนาเว็บไซต์ในรูปแบบนี้ จะใช้ Source Code เพียงชุดเดียว แต่สามารถปรับการแสดงผลให้เหมาะกับอุปกรณ์ต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ สำหรับเทคนิคที่ใช้ในการทำ Responsive Web Design นั้น ก็คือ JavaScript และ CSS3 ซึ่งทำให้สามารถเข้าใช้งานเว็บไซต์ได้ง่ายขึ้น และไม่ต้องคำนึงถึงขนาดหน้าจอหรือชนิดของอุปกรณ์ที่ใช้ในการเข้าเว็บ

2.4.9.1 ประโยชน์จากการทำเว็บไซต์ Responsive Web Design

- 1) สามารถติด Index Google ได้ทั้งบน desktop และ mobile ในหน้าเดียว นั่นก็เพราะเป็นรูปแบบเว็บไซต์ที่ได้รับการรับรองจาก Google
- 2) รองรับได้ทุกอุปกรณ์เพียงแค่เซตเดียว ไม่ต้องทำหลายหน้า และไม่ทำให้หนักเซิร์ฟเวอร์จนเกินไป
- 3) ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายในการทำ ส่งผลให้การพัฒนาเว็บไซต์เป็นไปอย่างรวดเร็วยิ่งขึ้น
- 4) ดูแลและจัดการเว็บไซต์ได้อย่างรวดเร็วและไม่ยุ่งยาก
- 5) ไม่ต้องเสียเวลากับการ Redirect เพื่อไปหาหน้าที่เป็น Mobile
- 6) สามารถทำ SEO ผ่าน Mobile ได้อย่างง่าย เพราะ Googlebot-mobile ส่วนใหญ่ จะให้ความสนใจกับเว็บที่รองรับอุปกรณ์ Mobile โดยตรง
- 7) การค้นหาผ่าน Mobile สามารถทำได้ง่ายขึ้นกว่าเดิม

2.4.9.2 ข้อเสียของ Responsive Web Design

ถึงแม้ว่า Responsive Web Design จะมีประโยชน์และสามารถใช้งานได้ง่ายบนทุกอุปกรณ์ แต่ก็ยังคงมีข้อเสียอยู่บ้าง ก็คืออาจทำให้เกิดปัญหาในการใช้งานได้ เช่น การที่ข้อมูลบางอย่างที่ไม่จำเป็นถูกโหลดเข้ามา ทั้งที่ปกติควรจะซ่อนไว้ หรือในเรื่องของ Image Resizing ที่

จำเป็นต้องโหลดรูปเดียวกับรูปที่ใช้แสดงบน Desktop จึงทำให้เกิดการเสียเวลาโดยที่ไม่จำเป็น โดยปัญหาเหล่านี้ก็มักจะเกิดขึ้นได้บ่อยๆ

2.4.9.3 ข้อจำกัดของการทำ Responsive Web Design

นอกจากข้อเสียดังกล่าวแล้ว การทำ Responsive Web Design ก็มีข้อจำกัดเช่นกัน นั่นคือ เว็บไซต์ที่ทำขึ้นมาห้ามเป็น Flash เต็มขาด!! เพราะอุปกรณ์บางอย่างไม่รองรับการใช้งานแบบ Flash อย่างเช่น iPhone และ iPad ซึ่งจะทำให้เกิดการติดขัดในการใช้งานได้ มีข้อจำกัดในการออกแบบเว็บไซต์พอสมควร เพราะเว็บไซต์ในรูปแบบนี้จะสามารถออกแบบให้เป็นลักษณะกล่องหรือ Block ได้เท่านั้น หากต้องการออกแบบให้ดูแปลกออกไปจะไม่สามารถทำได้ หรือทำได้ยากและมีความซับซ้อนมาก มีความยุ่งยากในการแก้ไขสูง ดังนั้นจึงต้องวางแผนให้ดีและคิดให้รอบคอบก่อนออกแบบ จะได้ไม่ต้องย้อนกลับมาแก้ไขภายหลัง การเขียนโปรแกรมขึ้นมาจะต้องใช้ระบบ HTML 5 เท่านั้น เมื่อเขียนเว็บไซต์ขึ้นมาแล้ว จะต้องทดสอบให้ดีว่าสามารถใช้ได้ทุกอุปกรณ์หรือไม่ ถ้าไม่ได้จะต้องมีการแก้ไข การออกแบบเว็บในรูปแบบ Responsive Web Design มีข้อจำกัดพอสมควร แต่เนื่องจากเทคโนโลยีในทุกวันนี้มีการพัฒนาขึ้นใหม่ทุกวัน จึงต้องออกแบบเว็บไซต์ให้รองรับการใช้งานที่ทันสมัยอยู่เสมอ และให้สามารถใช้งานได้เหมาะสมมากที่สุด

2.4.10 ออกแบบเว็บไซต์ให้ดูน่าเชื่อถือ

การสร้างเว็บไซต์ โดยเฉพาะเว็บสำหรับขายของออนไลน์ สิ่งสำคัญที่สุดก็คือการออกแบบเว็บไซต์ให้มีความน่าเชื่อถือโดยหลักในการออกแบบเว็บไซต์เพื่อให้ดูน่าเชื่อถือและประสบความสำเร็จได้ในที่สุด ก็จะต้องประกอบไปด้วยสิ่งเหล่านี้ (รวมภูอน, 2562)

2.4.11 โครงสร้างเว็บไซต์

การออกแบบโครงสร้างของเว็บไซต์ สามารถทำได้หลากหลายแบบ ซึ่งก็ขึ้นอยู่กับความชอบและความถนัดของแต่ละบุคคล นอกจากนี้ยังขึ้นอยู่กับกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการนำเสนอ เพราะจะต้องออกแบบให้เหมาะกับการใช้งานของกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด โดยโครงสร้างของเว็บไซต์ส่วนใหญ่ก็จะประกอบไปด้วย 4 รูปแบบดังนี้

2.4.11.1 โครงสร้างแบบลำดับ



ภาพที่ 2.10 โครงสร้างแบบลำดับ

โครงสร้างเว็บไซต์แบบเรียงลำดับ จะเป็นโครงสร้างแบบธรรมดาที่นิยมใช้งานกันมากที่สุด เนื่องจากมีความง่ายต่อการจัดระบบข้อมูล และสามารถนำเสนอเรื่องราวตามลำดับได้เป็นอย่างดี

ดี เหมาะกับเว็บไซต์ที่มีขนาดเล็ก มีเนื้อหาที่ไม่ซับซ้อน ส่วนใหญ่ก็จะเป็นพวกเว็บไซต์ที่ให้ความรู้ หรือเว็บไซต์องค์กรขนาดย่อม โดยลักษณะการลิงค์เนื้อหา ก็จะลิงค์ไปที่ละหน้า มีทิศทางการเข้าสู่เนื้อหาต่างๆ ในแบบเส้นตรง ใช้ปุ่มเดินหน้า-ถอยหลังในการกำหนดทิศทาง จึงทำให้การใช้งานเป็นไปอย่างง่าย แต่โครงสร้างเว็บไซต์แบบเรียงลำดับก็มีข้อเสีย คือจะทำให้ผู้ใช้งานต้องเสียเวลาในการเข้าสู่เนื้อหาเพราะไม่สามารถกำหนดทิศทางการเข้าสู่เนื้อหาด้วยตัวเองได้

2.4.11.2 โครงสร้างแบบลำดับขั้น



ภาพที่ 2.11 โครงสร้างแบบลำดับขั้น

โครงสร้างแบบลำดับขั้น นิยมใช้กับเว็บที่มีความซับซ้อนของข้อมูล เพื่อให้สามารถเข้าถึงข้อมูลต่างๆ ได้ง่ายขึ้น โดยจะมีการแบ่งเนื้อหาออกเป็นส่วนๆ และมีการนำเสนอรายละเอียดย่อยๆ ที่ลดหลั่นกันมา ทำให้สามารถทำความเข้าใจกับโครงสร้างเนื้อหาได้ง่ายขึ้น โดยจะมีโฮมเพจเป็นจุดเริ่มต้น และจุดร่วมจุดเดียวที่จะนำไปสู่การเชื่อมโยงเนื้อหาเป็นลำดับจากบนลงล่าง

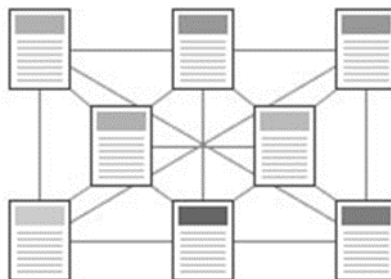
2.4.11.3 โครงสร้างแบบตาราง



ภาพที่ 2.12 โครงสร้างแบบตาราง

โครงสร้างแบบตาราง เป็นโครงสร้างการออกแบบเว็บไซต์ที่มีความซับซ้อน แต่ก็มีควมยืดหยุ่นในระดับหนึ่ง เพื่อให้ผู้ใช้งานสามารถเข้าสู่เนื้อหาต่างๆ ได้ง่ายขึ้น การออกแบบในลักษณะนี้จะมีการเชื่อมโยงเนื้อหาในแต่ละส่วนซึ่งกันและกัน ทำให้ผู้ใช้งานสามารถเปลี่ยนทิศทาง หรือกำหนดทิศทางในการเข้าสู่เนื้อหาด้วยตัวเองได้ จึงไม่ทำให้เสียเวลา แถมยังทำให้เว็บไซต์มีความทันสมัยขึ้น

2.4.11.4 โครงสร้างแบบใยแมงมุม



ภาพที่ 2.13 โครงสร้างแบบใยแมงมุม

แบบใยแมงมุม เป็นโครงสร้างที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก เพราะมีความยืดหยุ่นมากที่สุด โดยทุกหน้าเว็บจะมีการเชื่อมโยงถึงกันหมด ทำให้สามารถเข้าถึงหน้าเว็บไซต์ต่างๆ ที่ต้องการได้อย่างง่าย และมีความอิสระมากขึ้น นอกจากนี้ก็สามารถเชื่อมโยงไปสู่เว็บไซต์ภายนอกได้ดี

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ณัฐณิน ชินะกาญจน์ (2558) ศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการจัดทำ แผนการประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ขององค์กรรัฐวิสาหกิจในประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า องค์กรรัฐวิสาหกิจไทยในปัจจุบันนี้ (พ.ศ. 2550) ได้มีการวางแผนกลยุทธ์องค์กรด้วยกันทั้งสิ้น มีฝ่ายวางแผนเป็นหน่วยงานหลัก ในการทา หน้าที่รับผิดชอบการวางแผนกลยุทธ์องค์กร และเปิดโอกาสให้ทุกฝ่ายในองค์กรได้เข้าไปมีส่วนร่วมตัดสินใจในการวางแผน ปฏิบัติการต่อต้านความเปลี่ยนแปลงจากผู้ปฏิบัติงานใน แต่ละองค์กรมีความแตกต่างกันไป แต่องค์กรส่วนใหญ่ไม่เกิดปฏิกิริยา ประสิทธิภาพการทำงาน ของผู้ปฏิบัติงานเพิ่มมากขึ้นเมื่อมีการปฏิบัติตามแผนงานที่ก าหนดไว้ ทุกองค์กรมีขั้นตอนการจัดท า แผนกลยุทธ์องค์กรที่คล้ายคลึงกัน แผนการประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ขององค์กร มีทั้งที่เป็นแผนประชาสัมพันธ์ที่แยกออกมาเป็นอิสระ และที่เป็นส่วนหนึ่งของแผนกลยุทธ์องค์กร การดำเนินงานของแผนอาจเป็นได้ทั้งที่จัดท าไปพร้อมกับแผนกลยุทธ์องค์กรหรือดำเนินการจัดทำภายหลัง ทุกองค์กรที่ศึกษาพบว่า มีความพยายามจัดทำ แผนการประชาสัมพันธ์ให้สอดคล้องกับแผนกลยุทธ์องค์กร ความรับผิดชอบด้านการวางแผนอาจแตกต่างกันออกไปในแต่ละองค์กร แต่ทุกองค์กรมีฝ่ายประชาสัมพันธ์เป็นผู้รับผิดชอบหลักองค์กร ส่วนใหญ่ได้รับปฏิกิริยาต่อต้านความเปลี่ยนแปลงจากผู้ปฏิบัติงาน แต่มีระดับความรุนแรงไม่เท่ากัน และวิธีการแก้ไขปัญหาแตกต่างกันออกไป เช่น เน้นความต่อเนื่องของแผนกับแผนในอดีต การจัดท าแผนการป้องกันไว้ล่วงหน้า การปลูกฝัง จนกลายเป็นวัฒนธรรมองค์กร และการเพิ่มระดับการประชาสัมพันธ์ภายใน

ณัฐจรรย์ อัจฉริยะกุลพร (2559) ได้ศึกษา “กลยุทธ์การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์” ผลการวิจัยพบว่า การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์มีกระบวนการประชาสัมพันธ์ 4 ขั้นตอน คือ 1) การวิจัย-การรับฟัง 2) การวางแผน-การตัดสินใจ 3) การสื่อสาร 4) การประเมินผลสื่อและกิจกรรมที่มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ใช้ในการประชาสัมพันธ์นั้น สามารถแบ่งเป็นประเภทใหญ่ๆได้ 2 ประเภท คือ 1) สื่อประชาสัมพันธ์ควบคุมได้ ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์สื่ออิเล็กทรอนิกส์ สื่อโสตทัศนอุปกรณ์ สื่อกิจกรรม 2) สื่อนักประชาสัมพันธ์ควบคุมไม่ได้ ได้แก่ สื่อมวลชน และสื่อบุคคล ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์มี 4 ปัญหาหลัก คือ ปัญหาด้านงบประมาณ โครงสร้างการบริหารงาน ด้านบุคลากร และด้านวัสดุอุปกรณ์

เยาวภา บัวเวช (2559) ศึกษาแบบการบริหารงานประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏ ผลการศึกษาพบว่า รูปแบบการบริหารงานประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏ ประกอบด้วย 4 ปัจจัยที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 05 ได้แก่ (1) ด้านผู้บริหาร ประกอบด้วย นโยบาย วัตถุประสงค์ ภาวะผู้นำ แรงจูงใจ การสร้างบรรยากาศการสื่อสารในองค์กร (2) ด้านระบบ การบริหารองค์การ ประกอบด้วย การวางแผน การจัดองค์การ การจัดบุคลากรเข้าทำงาน ค่าตอบแทน การประสานงาน และงบประมาณ (3) ด้านบุคลากร ประกอบด้วย คุณลักษณะของ บุคลากร การฝึกอบรมและพัฒนา และความผูกพัน (4) ประเภทของสื่อ ประกอบด้วย สื่อบุคคล สื่อมวลชน สื่อกิจกรรมพิเศษ สื่อเทคโนโลยี และสื่อเบ็ดเตล็ดภายในมหาวิทยาลัย มีความสัมพันธ์ กับรูปแบบการบริหารงานประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏ ในขณะที่ระบบการบริการ องค์การไม่มีอิทธิพลต่อประเภทของสื่อต่าง ๆ

จอย ทองกล่อมสี (2558) ศึกษาเกี่ยวกับกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ การรับรู้ข่าวสาร และภาพลักษณ์ของคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ผลการศึกษาพบว่า (1) การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ใช้กลยุทธ์เชิงรับเป็นหลัก และกลยุทธ์เชิงรุกเป็นรอง โดยกำหนดกลยุทธ์รองรับ 3 กลยุทธ์หลักคือ กลยุทธ์การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ กลยุทธ์การนำเสนอสารประชาสัมพันธ์ และ กลยุทธ์การประสานความร่วมมือ (2) ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ คือ ปัญหาด้านโครงสร้างองค์กร ปัญหาด้านการจัดระบบภายในหน่วยงาน ปัญหาด้านข้อมูล และ ปัญหาด้านนโยบายการจัดทำ แผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์

สุวิสาข์ เหล่าเกิด (2560) ศึกษาเกี่ยวกับการนำเสนอรูปแบบการประชาสัมพันธ์เชิงรุกสำหรับงานประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยศิลปากร ผลการศึกษาพบว่า รูปแบบการประชาสัมพันธ์เชิงรุกสำหรับงานประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยศิลปากร ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นที่ 1 การศึกษาปัญหาและสภาพการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยศิลปากร ขั้นที่ 2 การพัฒนาบุคลากรงานประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยศิลปากร เป็นการฝึกอบรมและศึกษาดูงาน ขั้นที่ 3 การวิเคราะห์ผลที่

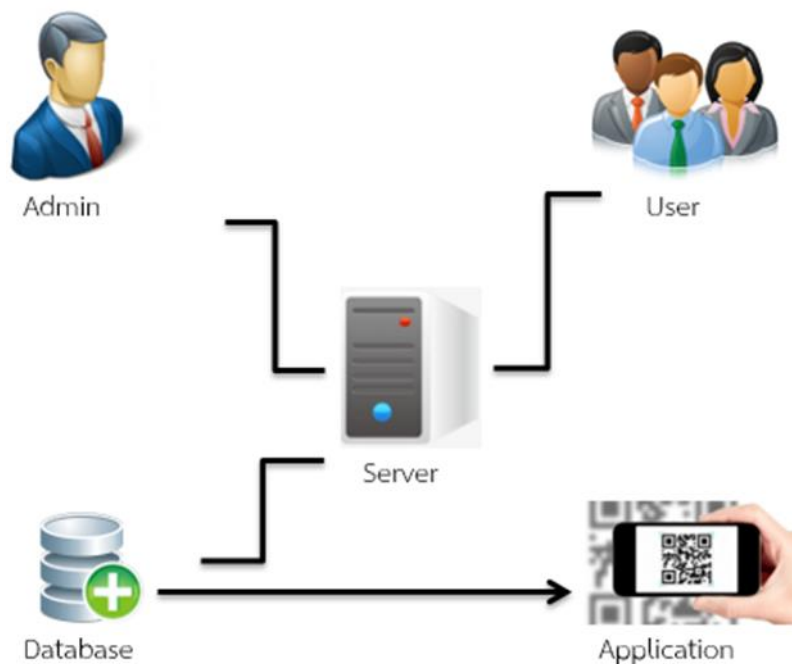
ได้จากการวิจัยและการศึกษาดูงานเพื่อจัดทำ แผนงานและเขียนโครงการเพื่อ การพัฒนาเครือข่าย การประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยศิลปากร ชั้นที่ 4 การจัดโครงการประชุม เชิงปฏิบัติการเพื่อการพัฒนาเครือข่ายการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยศิลปากร และชั้นที่ 5 การ ประเมินการประชาสัมพันธ์ ซึ่งผลการประเมินรับรองรูปแบบการประชาสัมพันธ์เชิงรุกโดย ผู้ทรงคุณวุฒิ พบว่า รูปแบบที่พัฒนาขึ้นมีความเหมาะสมในระดับมาก

บทที่ 3 วิธีดำเนินโครงการ

เว็บไซต์การพัฒนาฐานข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวอ่างเก็บน้ำห้วยตลาดเพื่อการประชาสัมพันธ์ โดยเว็บไซต์นี้จัดทำขึ้นมาเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ใช้ โดยการออกแบบและพัฒนาระบบมีการออกแบบระบบการทำงานของเว็บไซต์ที่มีการใช้งานที่สะดวก รวดเร็ว แก่ผู้ใช้งาน ในเว็บไซต์ประกอบด้วยขั้นตอนต่างๆ ดังนี้

- 3.1 การออกแบบการทำงานของเว็บไซต์
- 3.2 การออกแบบส่วนต่างๆ ของเว็บไซต์
- 3.3 การออกแบบระบบฐานข้อมูลของเว็บไซต์

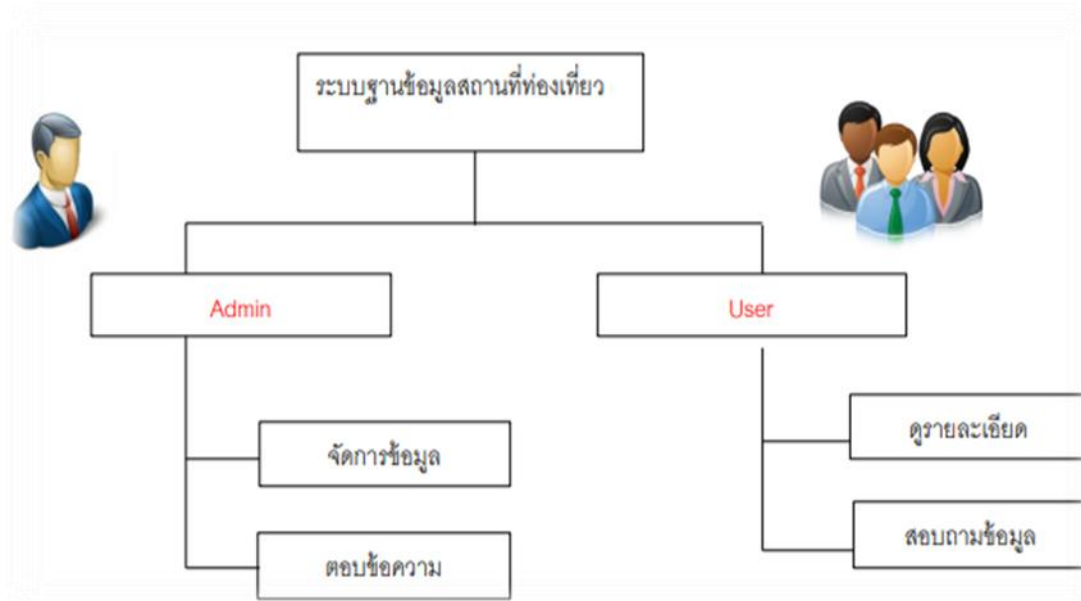
3.1 ภาพรวมระบบ



ภาพที่ 3.1 ภาพรวมระบบ

จากภาพที่ 3.1 คือ ภาพรวมของการพัฒนาฐานข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวอ่างเก็บน้ำห้วยตลาดเพื่อการประชาสัมพันธ์ จะทำการจัดการของข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวห้วยตลาดและผู้ใช้ ผู้ใช้สามารถดูรายละเอียดได้และสามารถส่งข้อความสอบถามเพิ่มเติมได้ ข้อมูลที่ได้จะถูกส่งไปยังฐานข้อมูล เพื่อที่Adminจะได้ตอบคำถาม และสแกนคิวอาร์โค้ดดูสถานที่ได้

ภาพรวมผังการทำงานของระบบฐานข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวอ่างเก็บน้ำห้วยตลาด



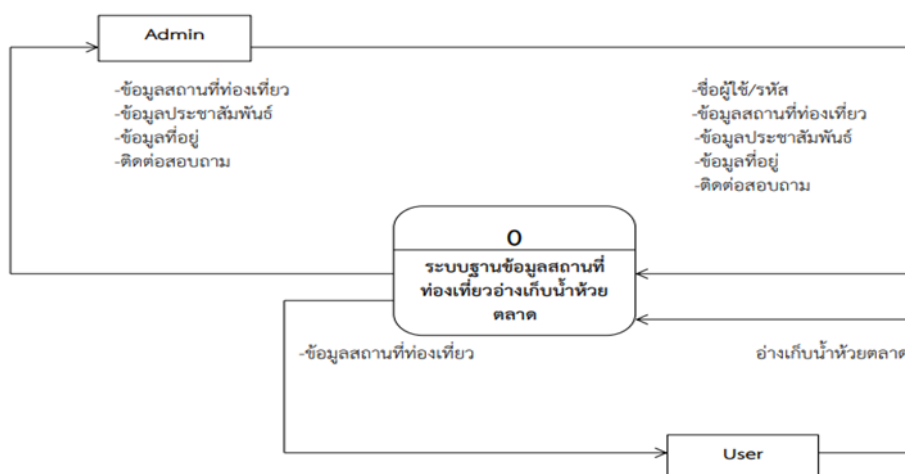
ภาพที่ 3.2 ภาพรวมผังการทำงานของระบบฐานข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวอ่างเก็บน้ำห้วยตลาด

จากภาพที่ 3.2 เป็นภาพรวมการทำงานของระบบฐานข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวอ่างเก็บน้ำห้วยตลาด โดยแบ่งผู้ใช้ออกเป็น 2 ส่วน คือแอดมินและผู้ใช้ ในส่วนของแอดมินทำหน้าที่ในการจัดการข้อมูลตอบข้อความ และในส่วนของผู้ใช้สามารถดูรายละเอียดและสอบถามเพิ่มเติม

3.2 การออกแบบการทำงานระบบ

3.2.1 การออกแบบขั้นตอนการทำงานของระบบ

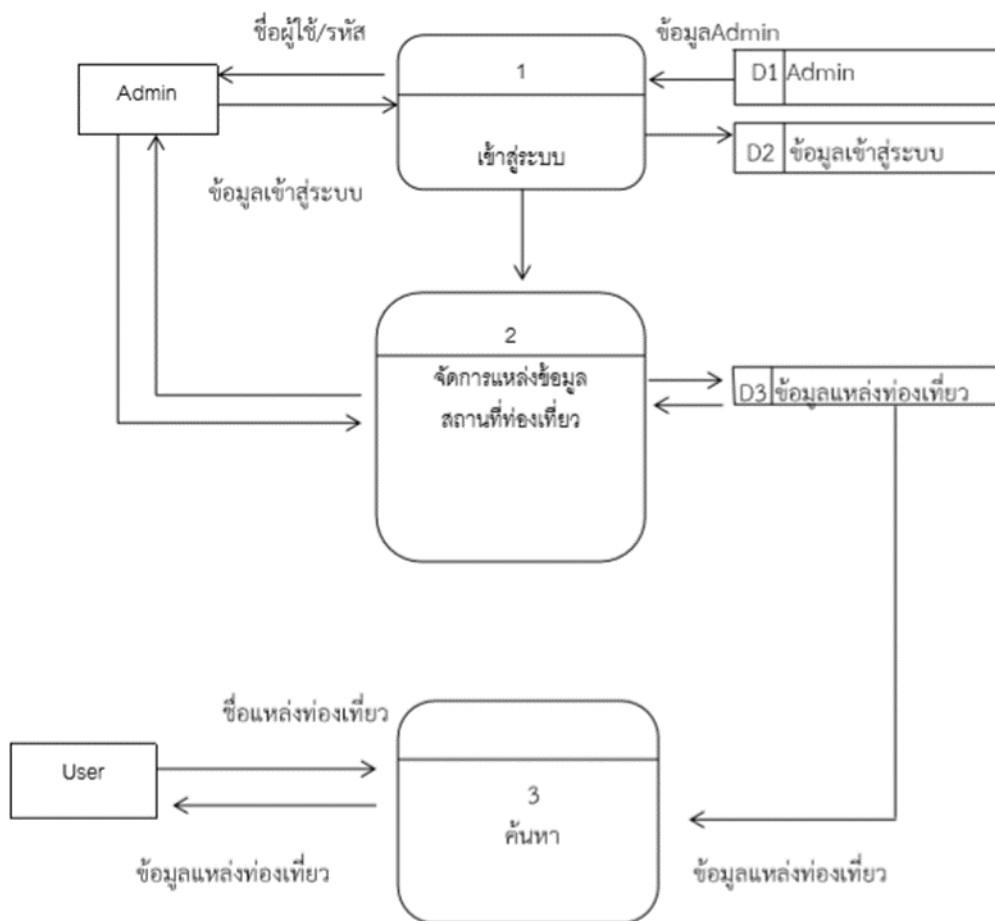
Context diagram ของเว็บไซต์ระบบฐานข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวอ่างเก็บน้ำห้วยตลาด



ภาพที่ 3.3 Context diagram Level 0 ของเว็บไซต์ระบบฐานข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวอ่างเก็บน้ำห้วยตลาด

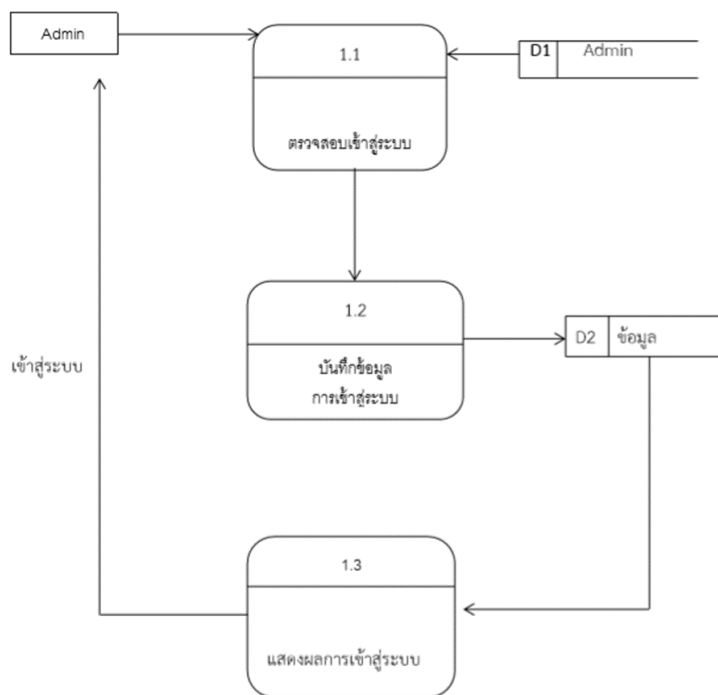
จากภาพที่ 3.3 เป็นการไหลของกระแสข้อมูลในระดับที่ 0 ของระบบฐานข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวอ่างเก็บน้ำห้วยตลาด ข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว ข้อมูลประชาสัมพันธ์ ติดต่อสอบถาม ซึ่งมีการทำงานระหว่างข้อมูลที่ผู้ใช้งานส่งข้อความไปserver และserverได้ส่งความไปที่ฐานข้อมูล และมีการส่งข้อมูลกลับมายังผู้ใช้งาน

ระบบ Data flow level 1



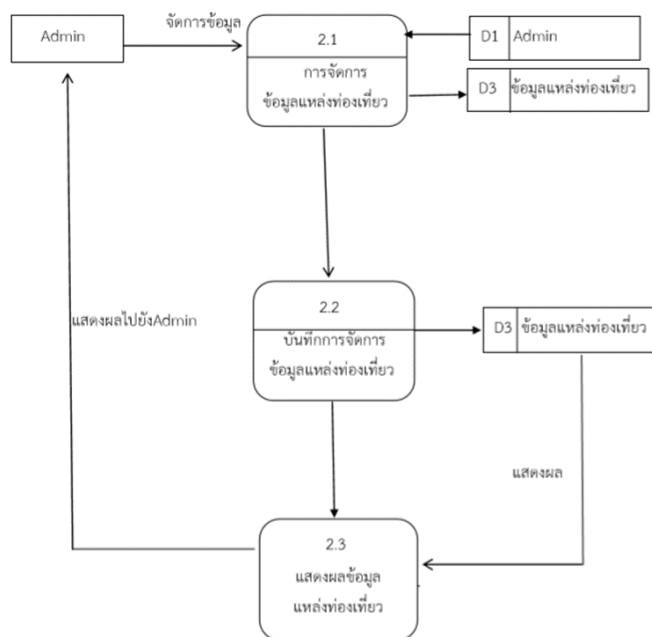
ภาพที่ 3.4 Dataflow Diagram level 1 ฐานข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวอ่างเก็บน้ำห้วยตลาด
Dataflow Diagram Level 2 Process 1 เข้าสู่ระบบ

Dataflow Diagram Level 2 Process 1 เข้าสู่ระบบ



ภาพที่ 3.5 Diagram Level 2 Process 1 การเข้าสู่ระบบ

Dataflow Diagram Level 3 Process 2 การจัดการข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว



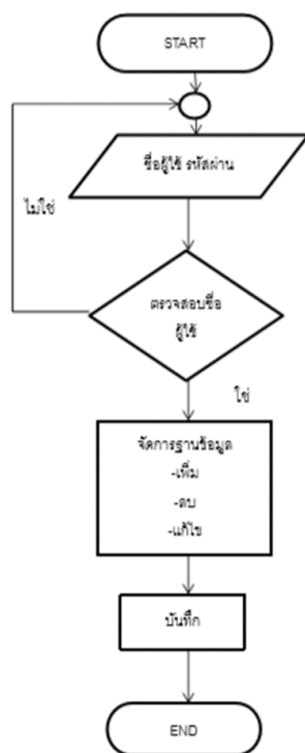
ภาพที่ 3.6 Diagram Level 3 Process 2 การจัดการข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว

Dataflow Diagram Level 4 Process 3 ค้นหา



ภาพที่ 3.7 Diagram Level 4 Process 3 ค้นหา

Flowchart แสดงการทำงานของการทำงานของการ Login เข้าใช้งานระบบของAdminในการจัดการฐานข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวอ่างเก็บน้ำห้วยตลาด

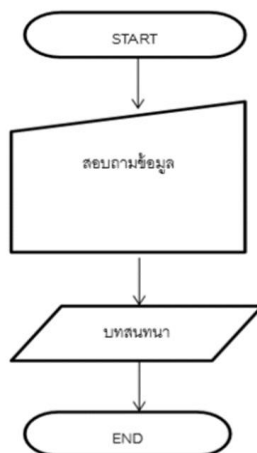


ภาพที่ 3.8 Flowchart แสดงการทำงานของการทำงานของการ Login เข้าใช้งานระบบ

จากภาพที่ 3.14 ผู้ใช้ระบบกรอกข้อมูลผู้ใช้ระบบและทำการตรวจสอบว่าใช่ผู้ใช้ระบบหรือไม่

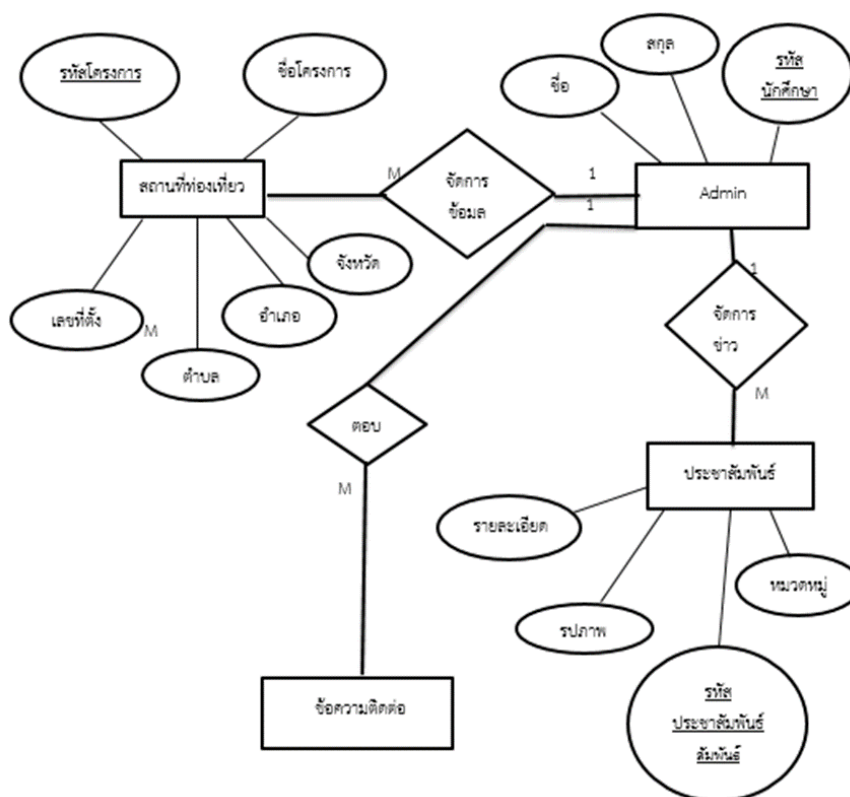
- ถ้าใช่สามารถเข้าสู่ระบบได้ – ถ้าไม่ใช่ให้กลับไปกรอกข้อมูลผู้ใช้ระบบใหม่ เข้าสู่ระบบการทำงาน จบขั้นตอนการ Login เข้าใช้งานระบบของAdmin

Flowchart แสดงการทำงานของUser Inboxสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม



ภาพที่ 3.9 นักท่องเที่ยวสามารถส่งข้อความสอบถามAdminได้ จบขั้นตอนการInboxสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม

3.2.2 การออกแบบระบบฐานข้อมูลของระบบER-Diagram ของเว็บไซต์ส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยว อ่างเก็บน้ำห้วยตลาด ต.สะแกชำ อ.เมือง จ.บุรีรัมย์



ภาพที่ 3.10 ER-Diagram ของเว็บไซต์และส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยว อ่างเก็บน้ำห้วยตลาด ต.สะแกชำ อ.เมือง จ.บุรีรัมย์

จากภาพที่ 3.10 แสดงให้เห็นถึงการเชื่อมโยงโครงสร้างฐานข้อมูล ระบบโครงการ สถานที่ และประชาสัมพันธ์ ซึ่งข้อมูลถูกเชื่อมโยงพร้อมสำหรับการเชื่อมข้อมูลเพื่อการเรียกดูข้อมูลต่างๆที่เป็นระบบ

ตาราง 1 ตารางข้อมูลAdmin

ลำดับที่	ชื่อฟิลด์	ชนิดข้อมูล	คำอธิบาย	PK	PR	อ้างอิงตาราง
1	std_id	Int(11)	รหัสนักศึกษา			
2	name_User	Varchar(20)	ชื่อผู้ใช้			
3	pass_word	Varchar(20)	รหัสผ่าน			
4	std_name	Varchar(50)	ชื่อ			
5	std_lname	Varchar(30)	นามสกุล			

จากตารางที่ 1 เก็บข้อมูลAdmin มีรหัสนักศึกษา ชื่อ แสดงเป็นตารางรายการเพื่อสามารถสามารถเรียกดู แก้ไขและลบข้อมูลนักศึกษาที่ทำการบันทึกไปแล้วได้

ตาราง 2 ตารางข้อมูลรูปภาพแบนเนอร์ (Banner)

ลำดับที่	ชื่อฟิลด์	ชนิดข้อมูล	คำอธิบาย	PK	PR	อ้างอิงตาราง
1	ban_id	Int(10)	รหัสรูปภาพแบนเนอร์			
2	ban_name	Varchar(100)	ชื่อรูปภาพ			
3	ban_img	Varchar(250)	รูปภาพ			
4	ban_status	Tinyint(1)	สถานการณ์ใช้งาน			
5	ban_url	text	url			
6	date	datetime	วันที่			

จากตารางที่ 2 เก็บข้อมูลรูปภาพแบนเนอร์รหัสรูปภาพแบนเนอร์ ชื่อรูปภาพ รูปภาพ url แสดงเป็นตารางรายการเพื่อสามารถเรียกดู แก้ไขและลบข้อมูลรูปภาพแบนเนอร์ที่ได้ทำการบันทึกไปแล้วได้

ตาราง 3 ตารางข้อมูลข่าวสาร (News)

ลำดับที่	ชื่อฟิลด์	ชนิดข้อมูล	คำอธิบาย	PK	PR	อ้างอิง ตาราง
1	news_id	Int(11)	รหัสข่าวสาร			
2	news_name	Varchar(250)	ชื่อ			
3	news_shotdetail	text	รายละเอียดย่อ			
4	news_detail	longtext	รายละเอียดเต็ม			
5	news_img	Varchar(250)	รูปภาพ			
6	date	datetime	วันที่			
7	news_status	Tinyint(1)	สถานะการใช้ งาน			
8	news_category	Int(11)	หมวดหมู่			

จากตารางที่ 3 เก็บข้อมูลข่าวสาร รหัสข่าวสาร ชื่อ รายละเอียด รูปภาพ หมวดหมู่ แสดงเป็นตารางรายการเพื่อสามารถเรียกดูแก้ไขและลบข้อมูลข่าวสารที่ได้ทำการบันทึกไปแล้วได้

ตาราง 4 ตารางข้อมูลหมวดหมู่ (Newscattagory)

ลำดับที่	ชื่อฟิลด์	ชนิดข้อมูล	คำอธิบาย	PK	PR	อ้างอิง ตาราง
1	ncat_id	Int(11)	รหัสหมวดหมู่			
2	ncat_name	Varchar(250)	ชื่อ			
3	ncat_status	text	สถานะการใช้งาน			
4	date	datetime	วันที่			

จากตารางที่ 4 เก็บข้อมูลหมวดหมู่ รหัสหมวดหมู่ ชื่อ แสดงเป็นตารางรายการเพื่อสามารถเรียกดู แก้ไขและลบข้อมูลข่าวสารที่ได้ทำการบันทึกไปแล้วได้

3.2.3 ออกแบบส่วนติดต่อผู้ใช้งาน

3.2.3.1 หน้าAdmin

ภาพที่ 3.11 แสดงหน้าเข้าสู่ระบบ Admin

3.2.3.2 หน้าAdmin

<p>เมนูหลัก</p> <ul style="list-style-type: none"> -จัดการข้อมูลจุดชมพระอาทิตย์ -จัดการข้อมูลเช่าจักรยาน -จัดการข้อมูลสถานที่ตั้ง -จัดการข้อมูลประชาสัมพันธ์ -ติดต่อเรา 	
---	--

ภาพที่ 3.12 หลังจาก login เข้าใช้จะปรากฏหน้าต่าง

3.2.3.3 หน้าจัดการผู้ใช้งานระบบ

จัดการผู้ใช้งานระบบ

เพิ่มข้อมูล

ชื่อผู้ใช้	ชื่อ	นามสกุล	ที่อยู่	อีเมล	เบอร์โทร	เวลา	สถานะ	แก้ไข	ลบ
								แก้ไข	ลบ

บันทึก ยกเลิก

ภาพที่ 3.13 หน้าจัดการผู้ใช้งานระบบ

3.2.3.4 หน้าจัดการหมวดหมู่ข่าวสาร

จัดการหมวดหมู่ข่าวสาร

เพิ่มข้อมูล

ชื่อข่าวสาร	สถานะ	วันที่เวลา	แก้ไข	ลบ
			แก้ไข	ลบ

บันทึก ยกเลิก

ภาพที่ 3.14 แสดงหน้าจัดการหมวดหมู่ข่าวสาร

3.2.3.5 หน้าจัดการข่าวประชาสัมพันธ์

จัดการข่าวประชาสัมพันธ์

เพิ่มข้อมูล

ชื่อ	รูปภาพ	วันที่เพิ่มข้อมูล	หมวดหมู่	สถานะการแสดงผล	แก้ไข	ลบ

บันทึก ยกเลิก

ภาพที่ 3.15 แสดงจัดการข่าวประชาสัมพันธ์

3.2.3.6 หน้าจัดการข้อมูลแบนเนอร์

จัดการข้อมูลแบนเนอร์

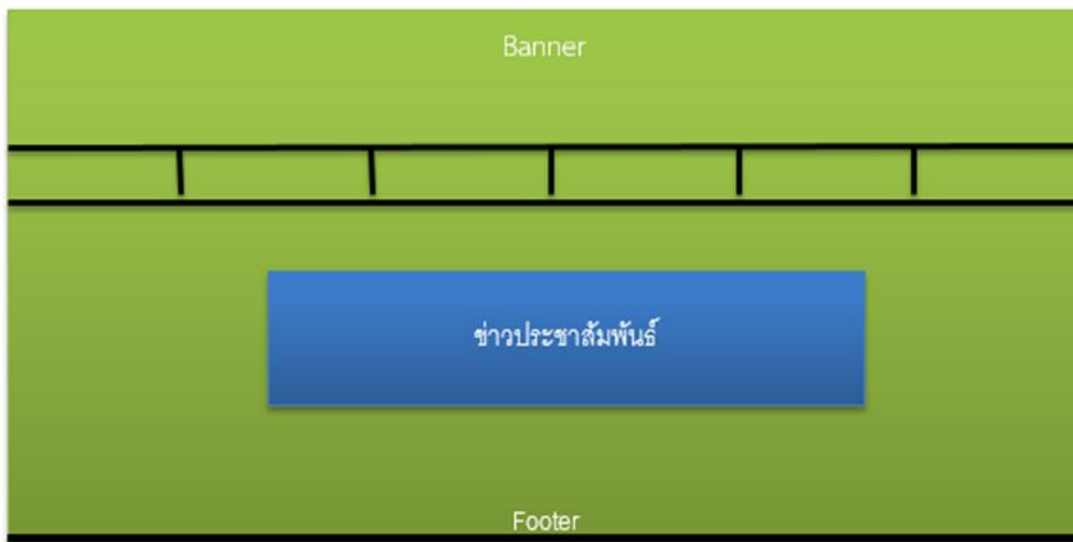
เพิ่มข้อมูล

ชื่อรูปภาพ	รูปภาพ	ลิงค์รูป	เวลา	สถานะการแสดงผล	แก้ไข/ลบ

บันทึก ยกเลิก

ภาพที่ 3.16 หน้าจัดการข้อมูลแบนเนอร์

3.2.4 หน้าผู้ใช้



ภาพที่ 3.17 หน้าผู้ใช้

3.3 การออกแบบแบบสอบถามความพึงพอใจ

การศึกษาความพึงพอใจของผู้สนใจเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์อ่างเก็บน้ำห้วยตลาด ตำบลสะแกhá อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ ในการใช้บริการด้านการดูแลข้อมูลข่าวสาร แบบสอบถามความพึงพอใจที่มีเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์อ่างเก็บน้ำห้วยตลาด ตำบลสะแกhá อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ แบ่งออกเป็น 3 ส่วนได้แก่

3.3.1 กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าในครั้งนี้ คือผู้ที่เข้ามาใช้สื่อสังคมออนไลน์ การบริหารจัดการการขายสินค้ารองเท้ามี 2 โดยมีจำนวนกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 100 คน

3.3.2 สูตรการวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติ สำหรับวิเคราะห์คุณภาพเว็บไซต์สำหรับผู้เชี่ยวชาญหาค่าเฉลี่ยเลขคณิต จากสูตร

สูตรการหาค่าร้อยละ(Percentage Definition)

$$P = \frac{Fx100}{n}$$

เมื่อ P แทน ร้อยละ

F แทน จำนวนที่ต้องการการแปลค่าให้เป็นร้อยละ

N แทน จำนวนทั้งหมด

สูตรการหาค่าเฉลี่ย

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

เมื่อ \bar{X} แทน ค่าเฉลี่ย (Sample Mean)

$\sum x$ แทน ผลรวมทั้งหมดของจำนวน คุณ ค่าระดับความพึงพอใจตามช่อง
n แทน ผลรวมทั้งหมดซึ่งมีค่าเท่ากับจำนวนทั้งหมดทั้งหมด

สูตรการหาค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน(Standard Deviation :S.D.)

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

S.D. = ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

N = จำนวนข้อมูล

X = ค่ากึ่งกลางชั้น

\bar{X} = ค่าเฉลี่ยเลขคณิต

\int = ความถี่

$\sum \int x^2$ = ผลบวกของค่ากึ่งกลางชั้นยกกำลังสองแบบสอบถามความพึงพอใจ

3.3.3 แบบสอบถามความพึงพอใจ

ตอนที่1 เป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) เพื่อสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา

ตอนที่2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในด้านต่างๆวัตถุประสงค์ความพึงพอใจ ซึ่งแบบสอบถามมีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับโดยมีคำถาม 4 ข้อมีความหมายดังนี้

5 หมายถึง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

4 หมายถึง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

3 หมายถึง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

2 หมายถึง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย

1 หมายถึง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเป็นแบบสอบถามปลายเปิด

แบบสอบถาม

ความพึงพอใจของผู้ที่เข้ามาชมเว็บไซต์สื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวอ่างเก็บน้ำห้วยตลาด

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง หน้าข้อความ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

ชาย หญิง

2. อายุ

ต่ำกว่า 20 ปี 20-30 ปี 31-40 ปี 41-50 ปี 51 ปีขึ้นไป

3. อาชีพ

นักเรียน-นักศึกษา ข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ บริษัทเอกชน รับจ้างทั่วไป

อื่นๆ

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความพึงพอใจของท่านเพียงระดับเดียว

ตอนที่ 2 แบบทดสอบระดับความพึงพอใจของผู้ที่เข้ามาชมสื่อประชาสัมพันธ์

รายการประเมิน	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ด้านข้อมูลข่าวสาร					
1.1) ความน่าสนใจของข้อมูลข่าวสารต่างๆ					
1.2) ความครบถ้วนของข้อมูล					
1.3) ความสะดวกในการค้นหาข้อมูลข่าวสารต่างๆ					
2. ด้านประโยชน์และการนำไปใช้					
2.1) ข้อมูลและข่าวสารสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้					
2.2) เป็นความรู้และนำไปใช้อ้างอิงได้					

2.3) เป็นแหล่งข้อมูลที่ตรงกับความต้องการของผู้ใช้งาน					
2.4) เป็นสื่อในการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์					
3.ด้านการบริการที่มีอยู่ในสื่อโซเชียลมีเดีย					
3.1) ได้รับข้อมูลชี้แนะถูกต้องจากการสนทนาผ่านช่องทางสนทนา					
3.2) สามารถเรียกร้องและแสดงความคิดเห็น					
3.3) บริการอีเมลส่วนบุคคล					
4.ด้านการออกแบบและจัดการรูปแบบ					
4.1) สีสีนในการออกแบบเว็บไซต์มีความเหมาะสม					
4.2) ภาพประกอบเหมาะสมชัดเจน					
4.3) ขนาดตัวอักษร และรูปแบบตัวอักษร มีความสวยงามและอ่านได้ง่าย					
4.4) เนื้อหากระชับ สั้นและทันสมัย					

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ และความคิดเห็น

.....

.....

.....

.....

บทที่ 4

ผลการดำเนินงาน

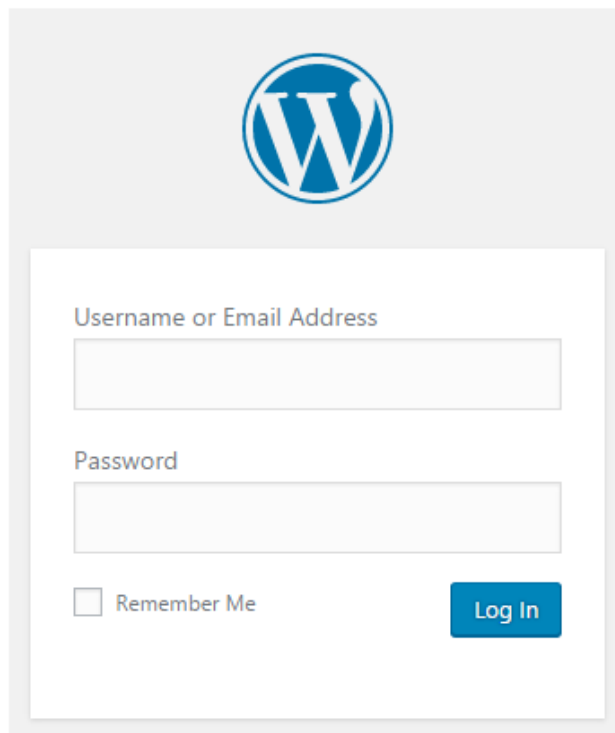
ผลการพัฒนาเว็บสถานที่ท่องเที่ยวอ่างเก็บน้ำห้วยตลาด แบ่งออกเป็น 3 ส่วนคือ ส่วนเว็บไซต์ ส่วนแอปพลิเคชัน และ แบบประเมิน

4.1 ผลการทำงานของเว็บไซต์

4.1.1 ส่วนหน้าทำงานของ Admin

4.1.1.1 หน้าเข้าสู่ระบบ

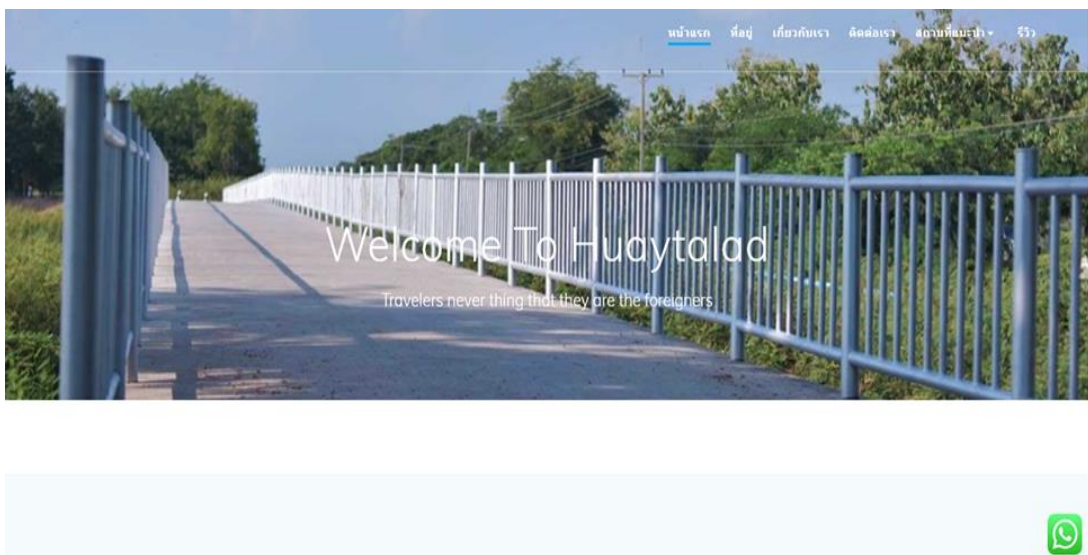
การ Login เข้าสู่ระบบ Admin เข้าหน้า Login เมื่อเข้าแล้วหน้า Login จะเป็นแบบรูปด้านล่าง กรอก Username และ Password ของ Admin แล้วกดปุ่ม Login เพื่อเข้าสู่หน้า Admin เมื่อ Login แล้วจะเข้าสู่หน้า Admin ดังภาพที่ 4.1



ภาพที่ 4.1 เข้าสู่ระบบ

4.1.1.2 หน้าจอโฮมเพจ

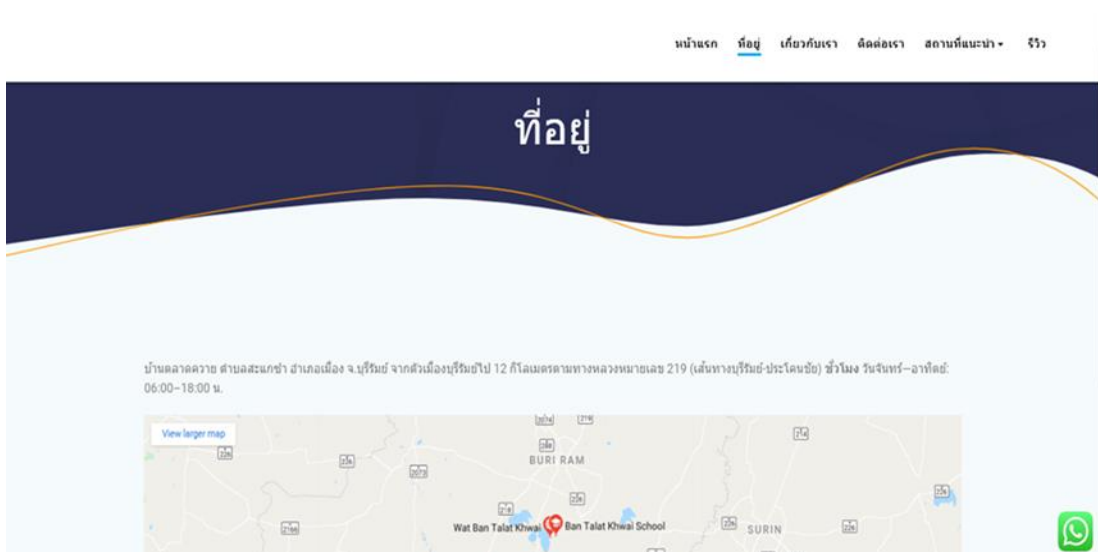
ซึ่งในหน้านี้ใช้จัดการ หน้าแรก ที่อยู่ เกี่ยวกับเรา ติดต่อเรา สถานที่แนะนำต่างๆ จะขึ้นรูปหน้าโฮมเพจที่เราตั้งขึ้นมา สีสันตามที่เราได้ตกแต่งไว้ ดังภาพที่ 4.2



ภาพที่ 4.2 หน้าจอโฮมเพจ

4.1.1.3 หน้าจอแสดงที่อยู่

เป็นส่วนแสดงที่อยู่ รายละเอียดต่างๆ แสดงตำแหน่งที่ตั้ง บอกตำแหน่งการเดินทางไปยังสถานที่ของแหล่งท่องเที่ยวอ่างเก็บน้ำห้วยตลาด ดังภาพที่ 4.3



ภาพที่ 4.3 หน้าจอแสดงที่อยู่

4.1.1.4 หน้าจอเกี่ยวกับเรา

เป็นส่วนหน้าแสดงรายละเอียดต่างๆเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวอ่างเก็บน้ำห้วยตลาด
 ดังภาพที่ 4.4



ภาพที่ 4.4 หน้าจอเกี่ยวกับเรา

4.1.1.5 หน้าจอแสดงติดต่อเรา

เป็นส่วนของแสดงข้อมูลในการติดต่อสอบถามผู้ดูแลระบบมีการโต้ตอบกันไปมา ดัง
 ภาพที่ 4.5



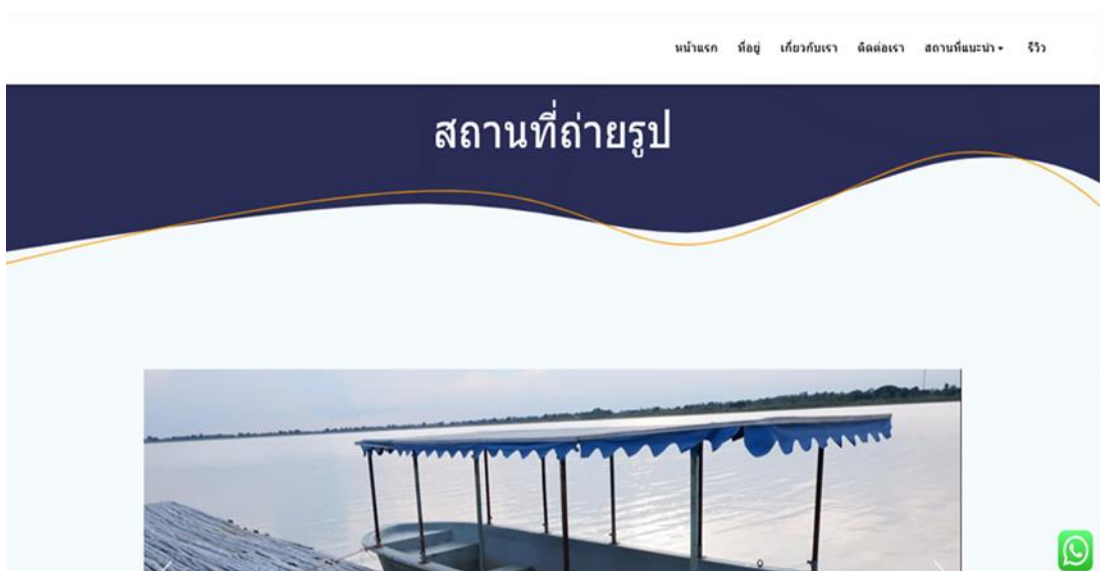
ภาพที่ 4.5 หน้าจอติดต่อเรา

4.1.1.6 หน้าจอสถานที่แนะนำ

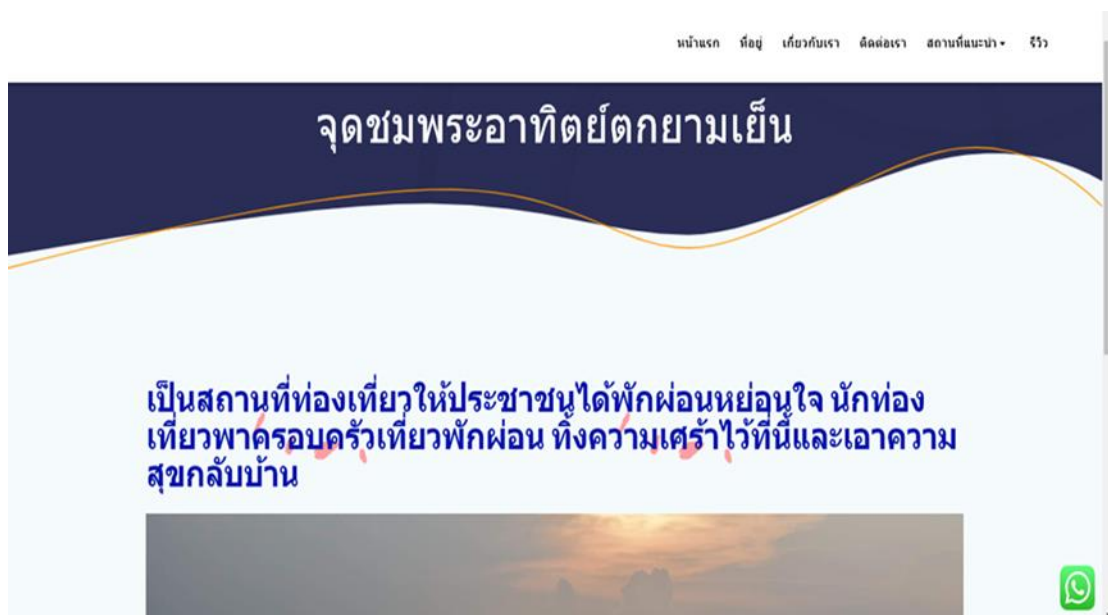
เป็นส่วนแสดงสถานที่แนะนำแต่ละจุด เช่น จุดเช่าจักรยาน จุดถ่ายรูป จุดชมพระอาทิตย์ตกยามเย็น จุดพักผ่อน จุดชมนก จุดบริการห้องน้ำ และอื่นๆ ซึ่งแต่ละจุดจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวในเขตอ่างเก็บน้ำในห้วยตลาดทั้งหมด ดังภาพที่ 4.6 - 4.12



ภาพที่ 4.6 การเช่าจักรยาน



ภาพที่ 4.7 หน้าจอสถานที่ถ่ายรูป



ภาพที่ 4.8 หน้าจอจุดชมพระอาทิตย์



ภาพที่ 4.9 หน้าจอสถานที่พักผ่อน



ภาพที่ 4.10 หน้าจอจุดชมนก



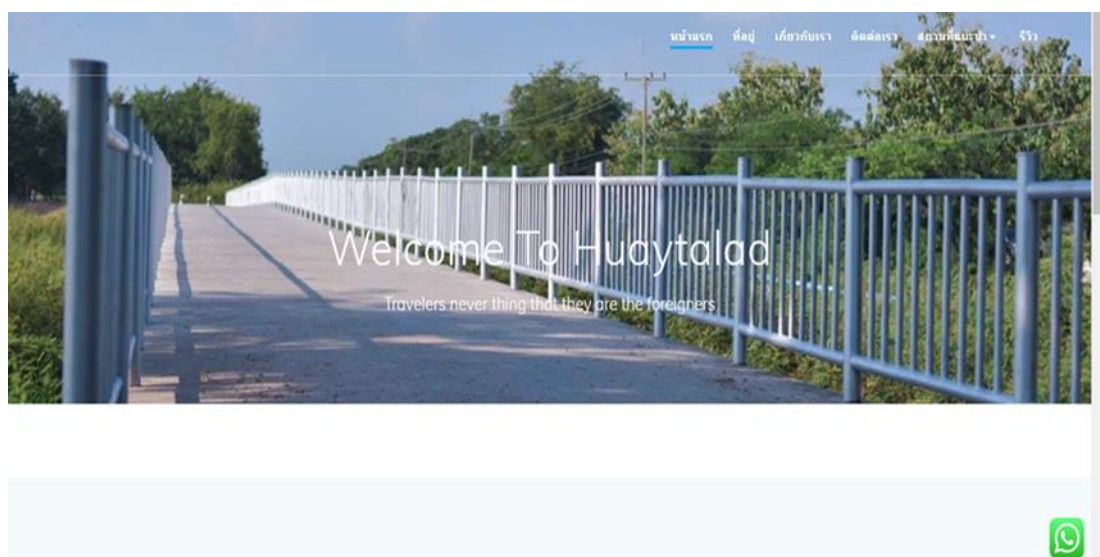
ภาพที่ 4.11 หน้าจอห้องสุขา



ภาพที่ 4.12 แสดงหน้าจออื่นๆ

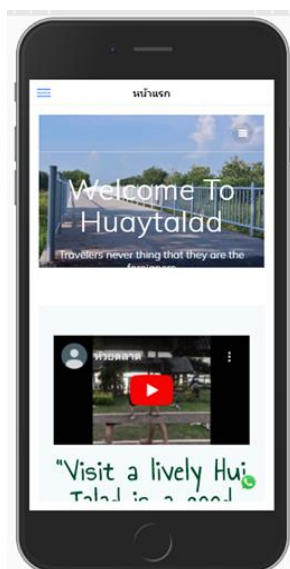
4.1.2 ส่วนหน้าทำงานของผู้ใช้

4.1.2.1 หน้าของผู้ใช้ สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างๆเข้าชมเว็บไซต์เกี่ยวสถานที่ท่องเที่ยวอ่างเก็บน้ำห้วยตลาด



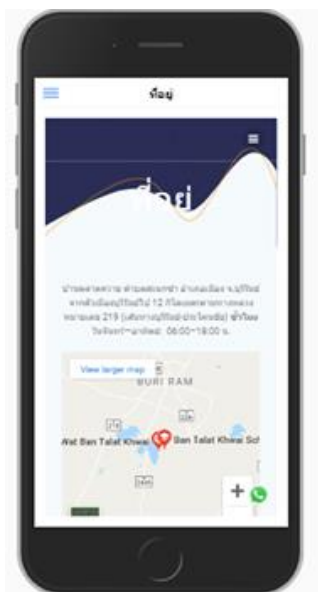
4.2 ผลการทำงานของแอปพลิเคชัน

4.2.1 แอปพลิเคชันหน้าแรก แสดงหน้าจอเกี่ยวกับเมนูต่างๆ เช่น เมนูหน้าแรก เมนูที่อยู่
เมนูเกี่ยวกับเรา เมนูติดต่อเรา เมนูสถานที่แนะนำ และเมนูรีวิว เป็นต้น ดังภาพที่ 4.13



ภาพที่ 4.13 หน้าจอโฮมเพจ

4.2.2 แอปพลิเคชันหน้าจอแสดงที่อยู่ เป็นส่วนแสดงที่อยู่ รายละเอียดต่างๆ แสดง
ตำแหน่งที่ตั้ง บอกตำแหน่งการเดินทางไปยังสถานที่ของแหล่งท่องเที่ยวอ่างเก็บน้ำห้วยตลาด ดังภาพ
ที่ 4.14



ภาพที่ 4.14 หน้าจอแสดงที่อยู่

4.2.3 แอปพลิเคชันหน้าจอเกี่ยวกับเรา การแสดงรายละเอียดที่อยู่ของสถานที่ท่องเที่ยวอ่างเก็บน้ำห้วยตลาด ดังภาพที่ 4.15



ภาพที่ 4.15 หน้าจอเกี่ยวกับเรา

4.2.4 แอปพลิเคชันหน้าจอแสดงติดต่อเรา เป็นส่วนของการแสดงข้อมูลในการติดต่อสอบถามผู้ดูแลระบบที่มีการโต้ตอบกันไปมา ดังภาพที่ 4.16



ภาพที่ 4.16 แสดงติดต่อเรา

4.2.5 หน้าจอสถานที่แนะนำ

เป็นส่วนแสดงสถานที่แนะนำแต่ละจุด เช่น จุดเช่าจักรยาน จุดถ่ายรูป จุดชมพระอาทิตย์ตกยามเย็น จุดพักผ่อน จุดชมนก จุดบริการห้องน้ำ และอื่นๆ ซึ่งแต่ละจุดจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวในเขตอ่างเก็บน้ำในห้วยตลาดทั้งหมด ดังภาพที่ 4.17 – ภาพที่ 4.23



ภาพที่ 4.17 หน้าจอแสดงจุดเช่าจักรยาน



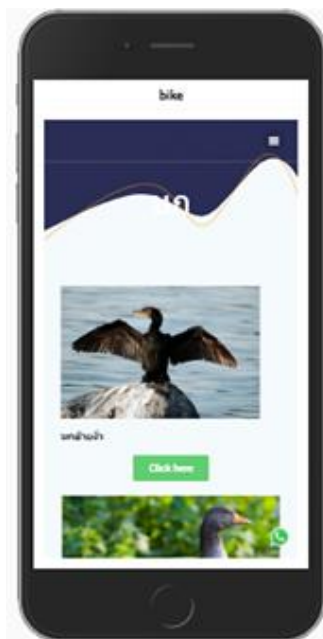
ภาพที่ 4.18 หน้าจอแสดงสถานที่ถ่ายรูป



ภาพที่ 4.19 หน้าจอแสดงจุดชมพระอาทิตย์ตกยามเย็น



ภาพที่ 4.20 หน้าจอแสดงสถานที่พักผ่อน



ภาพที่ 4.21 หน้าจอแสดงจุดชมนก



ภาพที่ 4.22 หน้าจอแสดงจุดบริการห้องสุขา



ภาพที่ 4.23 หน้าจอแสดงจุดอื่นๆ

4.3 การประเมินความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวอ่างเก็บน้ำห้วยตลาด

จากการศึกษาเรื่องสื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวอ่างเก็บน้ำห้วยตลาด ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวม ข้อมูลด้วยแบบสอบถามความพึงพอใจ จำนวน 100 ฉบับ และทำการแปลผลโดยใช้โปรแกรม SPSS ได้ข้อมูล ดังนี้

4.3.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ชาย	43.0	43.0
หญิง	57.0	57.0
รวม	100.0	100.0

จากตาราง 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนทั้งสิ้น 100 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีจำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 57 รองลงมาคือ เพศชาย มีจำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 43

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	27.0	27.0
20 - 30 ปี	58.0	85.0
31 - 40 ปี	15.0	15.0
41 - 50 ปี	-	-
51 ปีขึ้นไป	-	-
รวม	100	100.0

จากตาราง 4.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนทั้งสิ้น 100 คน คิดเป็นร้อยละ 100 ส่วนใหญ่มีอายุ ระหว่าง 20-30 ปี มีจำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 85.0 รองลงมา คือ อายุต่ำกว่า 20 ปี มีจำนวน 27.0 คน คิดเป็นร้อยละ 27.0 และ 31-40 ปี มีจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 15

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ

การศึกษาระดับสูงสุด	จำนวน(คน)	ร้อยละ
นักเรียน นักศึกษา	42.0	42.0
ข้าราชการ	21.0	21.0
รัฐวิสาหกิจ	11.0	11.0
บริษัทเอกชน	13.0	13.0
รับจ้างทั่วไป	6.0	6.0
อื่นๆ	7.0	7.0
รวม	100.0	100.0

จากตาราง 4.3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนทั้งสิ้น 100 คน คิดเป็นร้อยละ 100 ส่วนใหญ่เป็น นักเรียน นักศึกษา มีจำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 42.0 รองลงมา ข้าราชการ มีจำนวน 21.0 คน คิดเป็นร้อยละ 21.0 บริษัทเอกชน มีจำนวน 13.0 คน คิดเป็นร้อยละ 13.0 รัฐวิสาหกิจ มี

จำนวน 11.0 คน คิดเป็นร้อยละ 74.0 อื่นๆ มีจำนวน 7.0 คน คิดเป็นร้อยละ 100.0 และ รับจ้างทั่วไป มีจำนวน 6.0 คน คิดเป็นร้อยละ 93.0

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจด้านข้อมูลข่าวสาร

รายการความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความพึงพอใจการแปลผล
1.1 ความน่าสนใจของข้อมูลข่าวสารต่างๆ	4.55	0.59	มากที่สุด
1.2 ความครบถ้วนของข้อมูล	4.44	0.61	มาก
1.3 ความสะดวกในการค้นหาข้อมูลข่าวสารต่างๆ	4.57	0.62	ปานกลาง
รวม	4.51	0.50	มาก

จากตาราง 4.4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจด้านข้อมูลข่าวสารโดยภาพรวมอยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 เมื่อแยกเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมากที่สุด คือ ความสะดวก ในการค้นหาข้อมูลข่าวสารต่างๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.57 รองลง คือ ความน่าสนใจของข้อมูลข่าวสารต่างๆ มี ค่าเฉลี่ยเท่ากับที่ 4.55 และน้อยที่สุด คือ ความครบถ้วนของข้อมูล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจด้านประโยชน์และการนำไปใช้

รายการความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความพึงพอใจ
2.1 ข้อมูลและข่าวสารสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้	4.53	0.54	มากที่สุด
2.2 เป็นความรู้และนำไปใช้อ้างอิงได้	4.58	0.57	มาก
2.3 เป็นแหล่งข้อมูลที่ตรงกับความต้องการของผู้ใช้งาน	4.56	0.59	ปานกลาง
2.4 เป็นสื่อในการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์	4.54	0.61	น้อย
รวม	4.55	0.54	มาก

จากตาราง 4.5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจด้านประโยชน์และการนำไปใช้ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.55 เมื่อแยกเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมากที่สุด คือ เป็นความรู้และนำไปใช้อ้างอิงได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.58 รองลง คือ เป็นแหล่งข้อมูลที่ตรงกับความต้องการ ของผู้ใช้งาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับที่ 4.56 เป็นสื่อในการเผยแพร่ข่าวสารประชาสัมพันธ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.54 และ น้อยที่สุด คือ ข้อมูลและข่าวสารสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจด้านการบริการที่มีอยู่ในสื่อโซเชียลมีเดีย

รายการความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความพึงพอใจ
3.1 ได้รับข้อมูลชี้แนะถูกต้องจากการสนทนาผ่านช่องทางสนทนา	4.42	0.65	มากที่สุด
3.2 สามารถเรียกร้องและแสดงความคิดเห็น	4.49	0.59	มาก
3.3 บริการอีเมลส่วนบุคคล	4.46	0.66	ปานกลาง
รวม	4.46	0.58	มาก

จากตาราง 4.6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจด้านการบริการที่มีอยู่ในสื่อโซเชียลมีเดีย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.6 เมื่อแยกเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ มากที่สุด คือ สามารถเรียกร้องและแสดงความคิดเห็น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 รองลง คือ บริการอีเมลส่วนบุคคล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับที่ 4.46 และน้อยที่สุด คือ ได้รับข้อมูลชี้แนะถูกต้องจากการสนทนาผ่านช่องทางสนทนา มี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจด้านการออกแบบและจัดการรูปแบบ

รายการความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความพึงพอใจ
4.1 สีสันในการออกแบบเว็บไซต์มีความเหมาะสม	4.45	0.66	มากที่สุด

4.2 ภาพประกอบเหมาะสมชัดเจน	4.49	0.59	มาก
4.3 ขนาดตัวอักษร และรูปแบบตัวอักษรมีความสวยงามและอ่านได้ง่าย	4.55	0.58	ปานกลาง
4.4 เนื้อหากระชับสั้นและทันสมัย	4.54	0.59	น้อย
รวม	4.51	0.54	มาก

จากตาราง 4.7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจด้านการออกแบบและจัดการรูปแบบโดย ภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 เมื่อแยกเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมากที่สุด คือ ขนาดตัวอักษร และรูปแบบตัวอักษรมีความ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.55 รองลง คือ เนื้อหากระชับสั้นและ ทันสมัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับที่ 4.54 ภาพประกอบเหมาะสมชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 และน้อยที่สุด คือ 1 สีสีในการออกแบบเว็บไซต์มีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจภาพรวม

รายละเอียด	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลผล
ด้านข้อมูลข่าวสาร	4.51	0.50	มาก
ด้านประโยชน์และการนำไปใช้	4.55	0.54	มาก
ด้านการบริการที่มีอยู่ในสื่อโซเชียลมีเดีย	4.46	0.58	มาก
ด้านการออกแบบและจัดการรูปแบบ	4.51	0.54	มาก
เฉลี่ยรวม	4.50	0.46	มาก

จากตารางที่ 4.8 พบว่า โดยภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.50 เมื่อแยกเป็นรายด้าน พบว่า มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมากที่สุดในด้านประโยชน์และการนำไปใช้ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.55 รองลงมาคือ ด้านข้อมูลข่าวสาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 เท่ากัน

กับ ด้านการออกแบบและ จัดการรูปแบบ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 และ ด้านการบริการที่มีอยู่ในสื่อ
โซเชียลมีเดีย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุป อภิปรายผล

การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวอ่างเก็บน้ำห้วยตลาด เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ให้นักท่องเที่ยวทราบถึงการเคลื่อนไหวของแหล่งท่องเที่ยวอ่างเก็บน้ำห้วยตลาดเป็นสื่อที่กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวสนใจแหล่งท่องเที่ยว และเป็นการสร้างความสะดวกสบาย ความรวดเร็ว ความทันสมัย และเพิ่ม ประสิทธิภาพกับกับสถานที่ท่องเที่ยวอ่างเก็บน้ำห้วยตลาด และพัฒนาตามวัตถุประสงค์ 2 ข้อคือ

วัตถุประสงค์ที่ 1 พัฒนาเว็บไซต์และเพื่อประเมินความพึงพอใจสื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวอ่างเก็บน้ำห้วยตลาด โดยการสร้างเว็บไซต์ระบบกิจกรรมครั้งนี้ได้พัฒนาขึ้นมาจากโปรแกรมใช้ภาษา PHP และ HTML ในการควบคุมระบบ, โปรแกรม PHP MyAdmin ใช้ในการบริหารจัดการฐานข้อมูล Mysql แทนการเคียคคำสั่งเป็นส่วนต่อประสานที่สร้างโดยภาษา PHP ซึ่งใช้จัดการฐานข้อมูล MySQL ผ่านเว็บเบราว์เซอร์ โดยสามารถที่จะทำการสร้างฐานข้อมูลใหม่ได้,ส่วน โปรแกรม xampp ใช้งานจริงบน Server ระหว่างพัฒนาโปรแกรมเพื่อไว้ทดสอบ สคริปหรือเว็บไซต์ในเครื่องของเรา โดยที่ไม่ต้องเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตและไม่ต้องมีค่าใช้จ่ายใดๆ ,ส่วนโปรแกรมAdobe PhotoshopCs6 ในการสร้างภาพพื้นหลังของหน้าเว็บไซต์ ที่ใช้สำหรับตกแต่งภาพถ่ายและภาพกราฟิก ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ไม่ว่าจะเป็นงานด้านสิ่งพิมพ์ นิตยสาร และงานด้านมัลติมีเดียสามารถที่จะทำการแก้ไขภาพ ตกแต่งภาพ ซ้อนภาพในรูปแบบต่างๆ ได้อย่างง่ายดาย และสิ่งที่ขาดไม่ได้ก็คือ การใส่ข้อความประกอบลงในภาพ

เนื้อหาบนเว็บไซต์มีดังนี้ หน้าแรก ที่อยู่ เกี่ยวกับเรา สถานที่แนะนำต่างๆ เป็นต้น การออกแบบและพัฒนาได้ออกแบบตามมาตรฐานการทำเว็บไซต์ โดยเน้นเนื้อหาข้อมูลเกี่ยวกับหลักการพัฒนาเว็บไซต์ ซึ่งได้มาจากเอกสารงานวิจัย ตำรา และบุคคลที่มีความรู้ และข้อมูลเว็บไซต์ได้มาจากอินเทอร์เน็ต

วัตถุประสงค์ที่ 2 ผลการประเมินความพึงพอใจของเว็บไซต์เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้เข้ามาชมเว็บไซต์ เครื่องมือที่ใช้ในการประเมิน คือ แบบประเมินความพึงพอใจของเว็บไซต์แบ่งเป็นประเด็น ดังนี้ด้านการออกแบบระบบ ด้านเสถียรภาพระบบ ด้านประโยชน์ของระบบต่อการปฏิบัติงาน การกำหนดคะแนนของระดับความพึงพอใจของแบบสอบถามเป็นแบบมาตรฐานส่วน

ประมาณค่า (Rating scale) ตามรูปแบบของ Likert's scale ซึ่งจะมีให้เลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว แบ่งเป็น 5 ระดับ ซึ่ง ผลการวิเคราะห์และสรุปผลการพัฒนาเว็บไซต์ ดังนี้

ข้อมูลทั่วไปสรุปได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนทั้งสิ้น 100 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีจำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 57 รองลงมาคือ เพศชาย มีจำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 43 พบว่าผู้ที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.50 เมื่อแยกเป็นรายด้าน พบว่า มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมากที่สุดในด้านประโยชน์และการนำไปใช้ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.55 รองลงมาคือ ด้านข้อมูลข่าวสาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 เท่ากันกับ ด้านการออกแบบและ จัดการรูปแบบ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 และ ด้านการบริการที่มีอยู่ในสื่อโซเชียลมีเดีย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46

5.2 ข้อเสนอแนะ

5.2.1 สำหรับผู้ที่สนใจที่จะพัฒนาโปรแกรม ควบคู่กับการนำเสนอ และการออกแบบหน้าเว็บเพจให้องค์ประกอบของเนื้อหาแต่ละส่วนน่าสนใจมากกว่านี้

5.2.2 ควบคู่กับภาษาอื่นๆ นอกเหนือจากโปรแกรมที่ใช้อยู่แล้ว เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการ ควบคุมและการนำเสนอของระบบ

บรรณานุกรม

- มัจฉิตมา การเขียน. (2559). **อ่างเก็บน้ำห้วยตลาด**. จังหวัดบุรีรัมย์ รายงานการวิจัย สาขาวิชาการท่องเที่ยว,คณะวิทยาการจัดการ : มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
- ณัฐณลิน ชินะกาญจน์. (2558). **แผนการประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์**. วิทยานิพนธ์เดมหาบัณฑิต : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.ภาคนิพนธ์บัณฑิต
- ณัฐจรรย์ อัจฉริยะกุลพรน. (2559). **กลยุทธ์การดำเนินงานประชาสัมพันธ์**. พิมพ์ครั้งที่ 12. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- เยาวภา บัวเวช. (2559). **รูปแบบการบริหารงานประชาสัมพันธ์**. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรรามามหาบัณฑิต : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- รุ่งรัตน์รายนรี ชัยสำเร็จ. (2558). **การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์**. กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือมทิตลจุฬาลงกรณ์ : มหาวิทยาลัย.
- นภาพรณ อัจฉริยะกุล, สุมณ อยู่สิน, วิจิตร ภัคศิริตัน, จารุลินทร์ มุสิกะพงษ์, และสุรินทร์ แปลงพร มีประสพโชค. (2556). **การท่องเที่ยว**. ภูเก็ต : มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต.
- วิโรจน์ ชัยมูล และ สุพรรณษา ยวนทอง. (2552). **ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ**. กรุงเทพฯ : โปรวิชั่น.
- อรุณรัตน์ ชินวรรณ. (2556). **สื่อประชาสัมพันธ์**. กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พงษ์ระพี เตชพาหพงษ์. (2539). **อินเทอร์เน็ต**. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- เสริมวิทย์ สุภเมธี. (2531). **การบริหารแหล่งท่องเที่ยว**. กรุงเทพมหานคร: วิทยาลัยบ้านสมเด็จเจ้าพระยา.
- ชม ภูมิภาค. (2536). **หลักการประชาสัมพันธ์**. กรุงเทพมหานคร : โอเดียนสโตร์.
- สุวิมล แม้นจริงและเกยูร ไยบัวกลิน. (2550). **หลักการสร้างเว็บ**. Marketing promotion.กรุงเทพฯ ทริปเพิ้ล เอ็ดดูเคชั่น.
- ศุภลักษณ์ อัครางกูร. (2549). **การใช้สีในการออกแบบเว็บไซต์**. Tourist Behavior. พิมพ์ครั้งที่ 3. ขอนแก่น : โรงพิมพ์คลังนานาวิทยา.
- พีชนี เขยจรรยา, เมตตา กฤตวิทย์และถิรนนท์ อนวัชศิริวงศ์. (2530). **แนวคิดหลักทฤษฎีเว็บไซต์**. กรุงเทพมหานคร : เจริญผล.

ภาคผนวก

แบบสอบถาม

ความพึงพอใจของผู้ที่เข้ามาชมเว็บไซต์สื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวอ่างเก็บน้ำ
ห้วยตลาด

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง หน้าข้อความ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

4. เพศ

ชาย หญิง

5. อายุ

ต่ำกว่า 20 ปี 20-30 ปี 31-40 ปี 41-50 ปี 51 ปีขึ้นไป

6. อาชีพ

นักเรียน-นักศึกษา ข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ บริษัทเอกชน รับจ้างทั่วไป

อื่นๆ

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความพึงพอใจของท่านเพียงระดับเดียว

ตอนที่ 2 แบบทดสอบระดับความพึงพอใจของผู้ที่เข้ามาชมสื่อประชาสัมพันธ์

รายการประเมิน	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ด้านข้อมูลข่าวสาร					
1.1) ความน่าสนใจของข้อมูลข่าวสาร ต่างๆ					
1.2) ความครบถ้วนของข้อมูล					
1.3) ความสะดวกในการค้นหาข้อมูล ข่าวสารต่างๆ					
2. ด้านประโยชน์และการนำไปใช้					
2.1) ข้อมูลและข่าวสารสามารถ นำไปใช้ประโยชน์ได้					
2.2) เป็นความรู้และนำไปใช้อ้างอิงได้					
2.3) เป็นแหล่งข้อมูลที่ตรงกับความ ต้องการของผู้ใช้งาน					

2.4) เป็นสื่อในการเผยแพร่ข่าว ประชาสัมพันธ์					
3.ด้านการบริการที่มีอยู่ในสื่อโซเชียล มีเดีย					
3.1) ได้รับข้อมูลชี้แนะถูกต้องจากการ สนทนาผ่านช่องทางสนทนา					
3.2) สามารถเรียกร้องและแสดง ความคิดเห็น					
3.3) บริการอีเมลส่วนบุคคล					
4.ด้านการออกแบบและจัดการ รูปแบบ					
4.1) สีสีนในการออกแบบเว็บไซต์มี ความเหมาะสม					
4.2) ภาพประกอบเหมาะสมชัดเจน					
4.3) ขนาดตัวอักษร และรูปแบบ ตัวอักษร มีความสวยงามและอ่านได้ ง่าย					
4.4) เนื้อหากระชับ สั้นและทันสมัย					

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ และความคิดเห็น

.....

.....

.....

.....

ภาคผนวก ก

คู่มือการใช้งานโปรแกรม

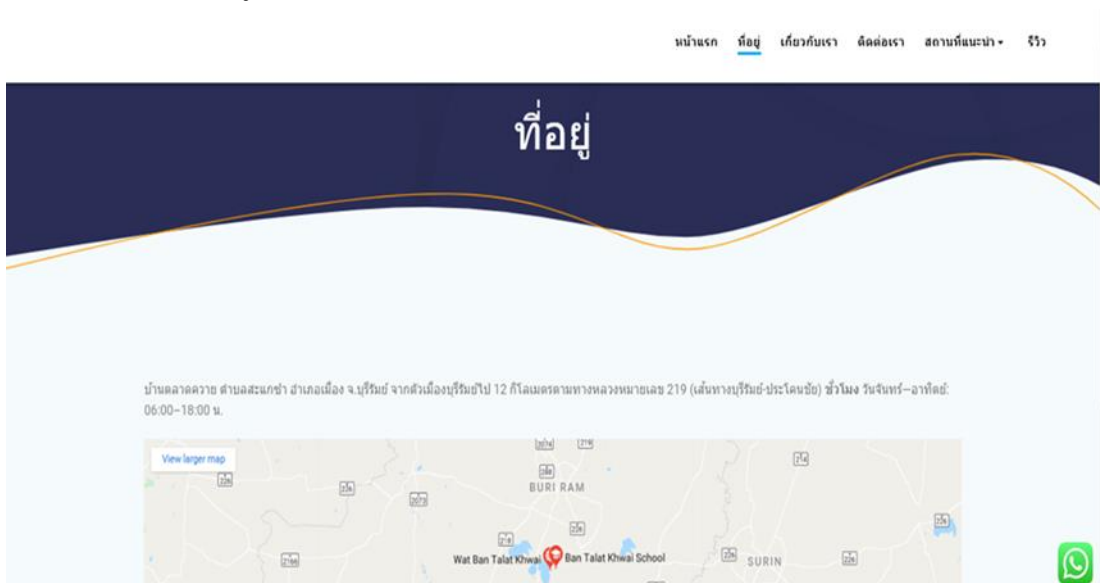
1. หน้าจัดการระบบโปรแกรม

หน้าหลักของเว็บไซต์



ภาพที่ ก-1 หน้าหลักของเว็บไซต์

2. หน้าที่อยู่



ภาพที่ ก-2 ตัวอย่างหน้าจอที่อยู่

3. หน้าเกี่ยวกับเรา



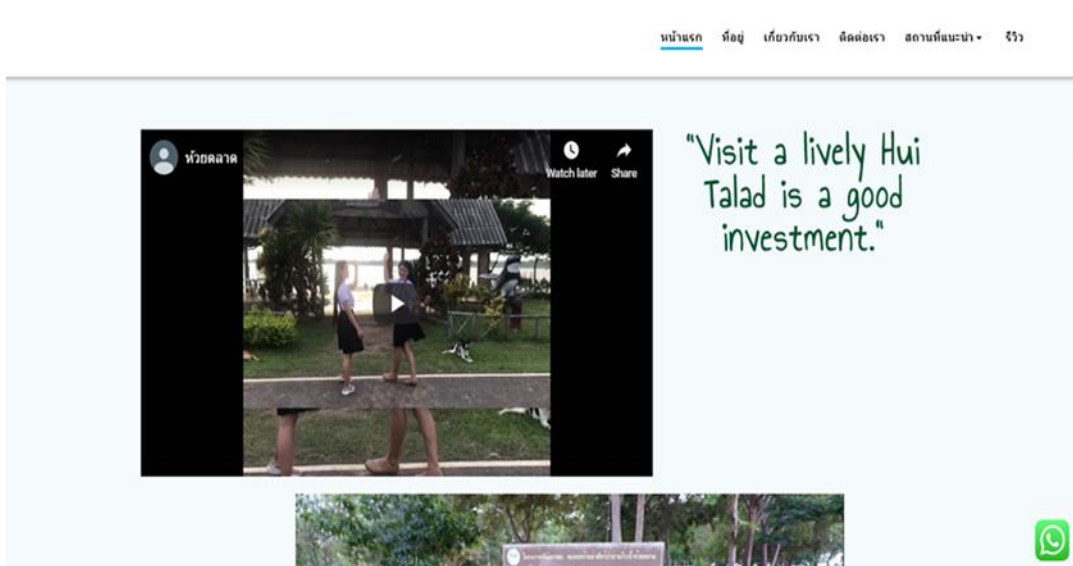
ภาพที่ ก-3 ตัวอย่างหน้าจอเกี่ยวกับเรา

4. หน้าติดต่อเรา



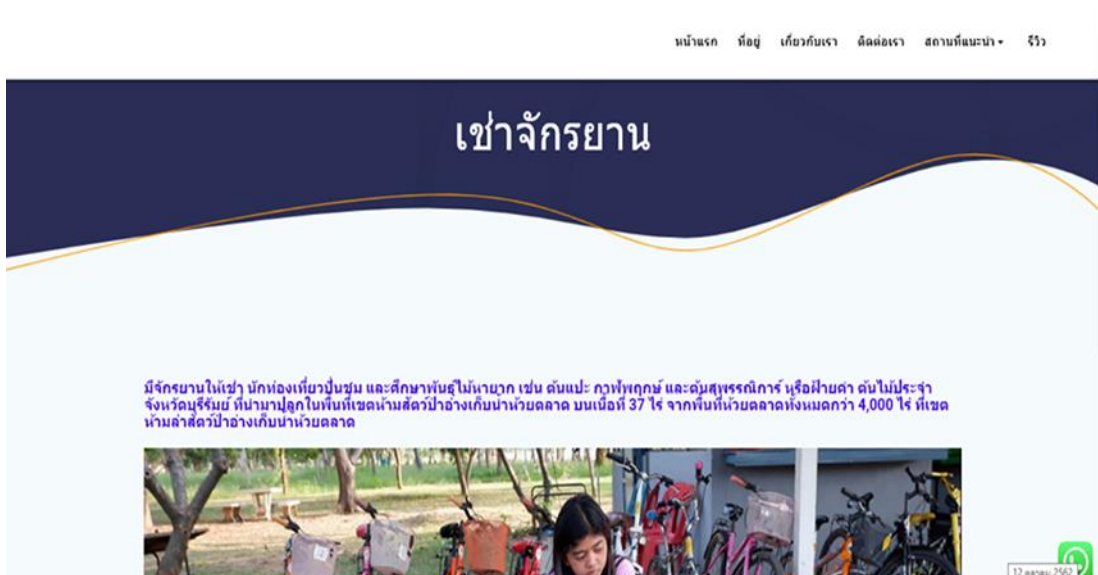
ภาพที่ ก-4 ตัวอย่างหน้าจอติดต่อเรา

5. หน้าแสดงวิดีโอแนะนำ



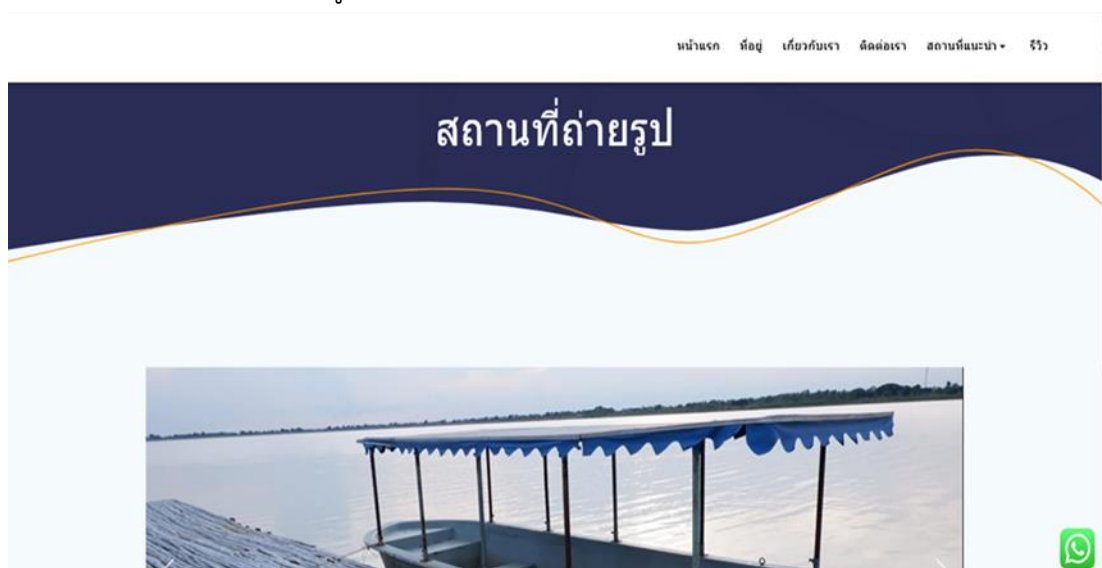
ภาพที่ ก-5 ตัวอย่างหน้าจอวิดีโอ

6. หน้าเช่าจักรยาน



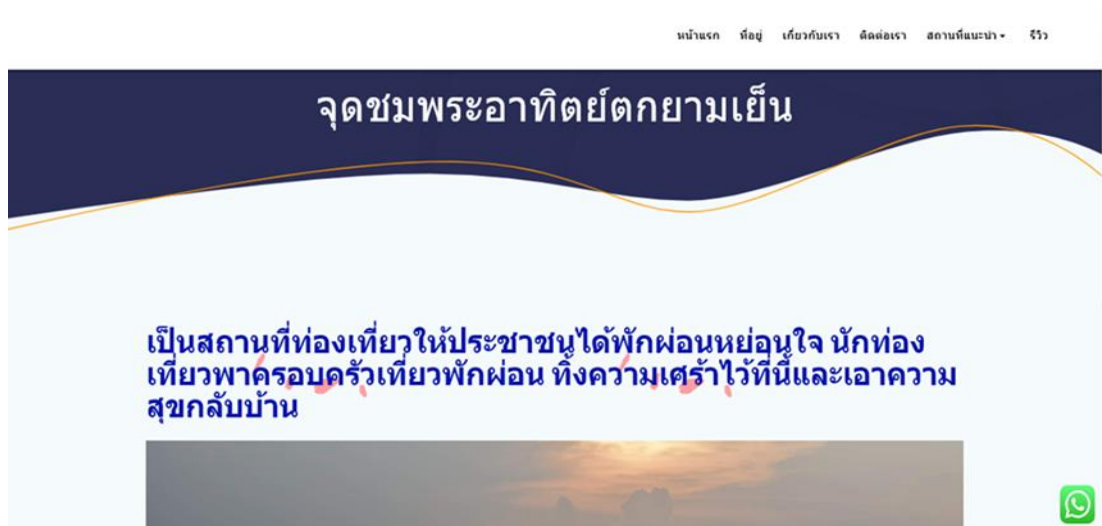
ภาพที่ ก-6 ตัวอย่างหน้าเช่าจักรยาน

7. หน้าสถานที่ถ่ายรูป



ภาพที่ ก-7 ตัวอย่างหน้าสถานที่ถ่ายรูป

8. หน้าจุดชมพระอาทิตย์ตกยามเย็น



ภาพที่ ก-8 ตัวอย่างหน้าจุดชมพระอาทิตย์ตกยามเย็น

9. หน้าสถานที่พักผ่อน



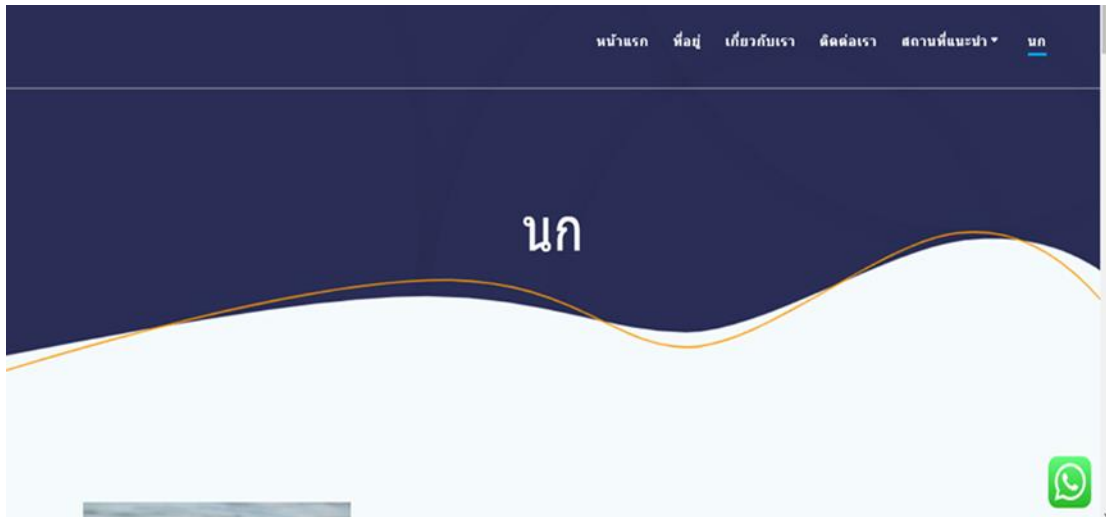
ภาพที่ ก-9 ตัวอย่างหน้าจุดชมพระอาทิตย์ตกยามเย็น

10. หน้าห้องน้ำ



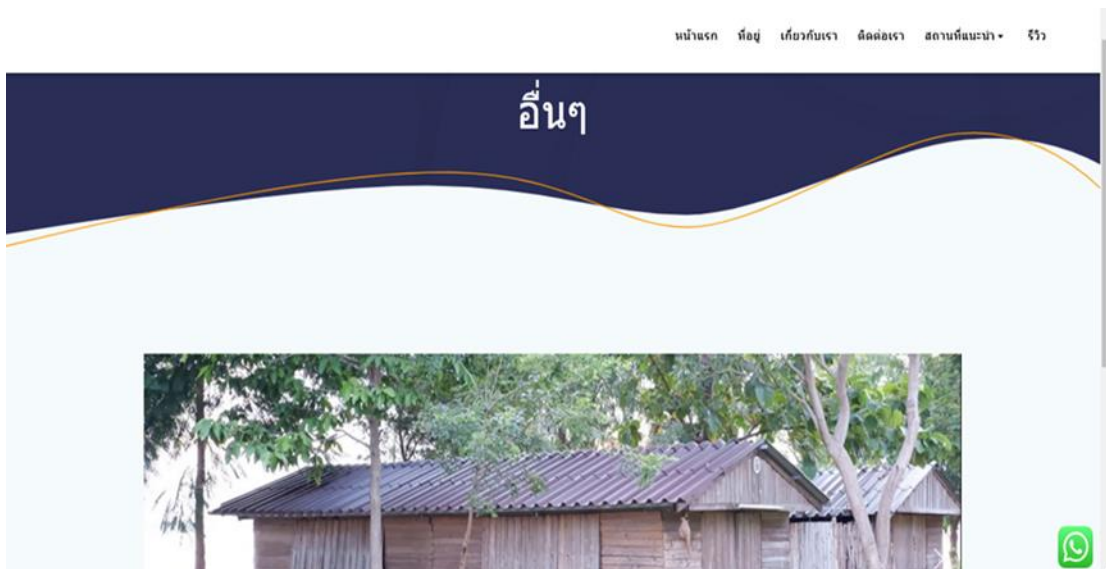
ภาพที่ ก-10 ตัวอย่างหน้าห้องสุขา

11. หน้าจุดแสดงนกต่างๆ



ภาพที่ ก-11

12. หน้าอื่นๆ



ภาพที่ ก-12 ตัวอย่างหน้าอื่นๆ

ภาคผนวก ข
ข้อมูลผู้จัดทำ



ชื่อ นางสาวจิรัชญา ฉิมมา
19 สิงหาคม 2539 อายุ 23 ปี
54 ม.4 ต.เขาคอก อ.ประโคนชัย จ.บุรีรัมย์ 31140



ชื่อ นางสาว มนธิกานต์ ดียิ่ง
8 สิงหาคม 2540 อายุ 22 ปี
16 หมู่ 10 ต.ห้วยสำราญ อ.กระสัง จ.บุรีรัมย์ 31160

