

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่องการผลิตเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงนิวเคลียร์ จังหวัดลำปาง ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยดังต่อไปนี้

1. หลักการและทฤษฎีคุณลักษณะของสื่อใหม่
2. หลักการและทฤษฎีอินเทอร์เน็ตและการประชาสัมพันธ์/สร้างภาพลักษณ์
3. หลักการท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวเชิงนิวเคลียร์
4. หลักการออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์
5. แนวคิดหรือทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิตสื่อ
6. ข้อมูลจังหวัดและแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดลำปาง
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

หลักการและทฤษฎีคุณลักษณะของสื่อใหม่

สื่อใหม่ (New Media) หรือสื่อดิจิทัลสมัยใหม่ (New Digital Media/NDM) เข้ามามีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการสื่อสารยุคปัจจุบัน แต่ความหมายและคำจำกัดความของคำว่าสื่อใหม่ยังคงคุณลักษณะ เช่น การพัฒนาด้านเทคโนโลยีการสื่อสารมวลชนส่งผลให้รูปแบบสื่อใหม่เป็นสิ่งที่มีความเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว สามารถเข้าถึงผู้คนได้ทุกที่ทุกเวลา และมีความสามารถในการสื่อสารที่หลากหลาย ทันสมัย ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งานได้ดี

นับจากการสื่อสารระหว่างบุคคล สู่การสื่อสารผ่านสื่อใหม่แต่ละสื่อ ไม่ว่าจะเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ ภาพพนตร์ วิทยุ และโทรศัพท์ พัฒนาการด้านเทคโนโลยีสื่อใหม่ ทำให้สื่อใหม่เป็นแพลตฟอร์มที่มีความหลากหลาย สามารถนำเสนอข้อมูลและข่าวสารได้ในรูปแบบที่หลากหลาย ทันสมัย และตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งานได้ดี ทำให้สื่อใหม่เป็นสิ่งที่มีความสำคัญในชีวิตประจำวัน ทั้งในด้านสังคม เศรษฐกิจ และวัฒนธรรม ที่มีผลกระทบต่อสังคมและประเทศชาติ

ดังนั้นเราคงปฏิเสธไม่ได้ว่าขณะนี้เรากำลังอยู่ในช่วงของการเปลี่ยนแปลงที่จะมีการหลอมรวมสื่อทางด้านโทรศัพท์มือถือ รวมถึงวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรศัพท์ สื่อสิ่งพิมพ์ทุกชนิดที่ต้องผันตัวเองเข้าสู่ระบบดิจิทัล ในยุคที่สื่อใหม่ (New Media) กลายเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตคนทั่วไปจนแทบจะจินตนาการไม่ได้ว่าชีวิตที่ขาดภัยเงียบ วิกิ-พีเดีย ยูทูป เฟซบุ๊ก และอีเมลนั้นเป็นเช่นไร

และสื่อใหม่ (New Media) ซึ่งเป็นทั้งสังคมเทคโนโลยี เป็นสื่อบันพืนที่สาธารณะ หรือเป็นพืนที่ส่วนตัว เป็นเทคโนโลยีการสื่อสารที่กำลังผสมผสานกันอย่างรวดเร็วเพื่อก้าวไปสู่การเป็นสื่อใหม่ ในยุคดิจิตอลอย่างเต็มรูปแบบ เช่น การฟังเพลงในรูปแบบเดิมจากแผ่นซีดีเปลี่ยนมาอยู่ในรูปแบบของไฟล์เสียงที่ถูกบีบอัดให้มีขนาดเล็กแต่คุณภาพเสียงคงเดิม ที่ผู้ฟังสามารถเปิดฟังผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์หรือโทรศัพท์มือถือได้ การผลิตหนังสือพิมพ์ และนิตยสารถูกสร้างรูปแบบขึ้นใหม่ ในระบบคอมพิวเตอร์ นอกจากนี้ยังพบว่าจำนวนประชากรที่อ่านหนังสือพิมพ์ และนิตยสารผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น สื่อสิ่งพิมพ์หลายเป็นส่วนหนึ่งของสื่อสื่อใหม่ เช่นเดียวกับสื่อวิทยุ สื่อโทรทัศน์ และวิธีการระบบดิจิตัล ที่กลายเป็นส่วนหนึ่งของทุกครอบครัว

การหลอมรวมกันทางเทคโนโลยีได้เกิดขึ้นในด้านการปฏิบัติ องค์การที่มีระบบเครือข่ายที่มีศักยภาพสูง ได้นำระบบเครือข่ายต่าง ๆ ต่อรวมเข้ากับระบบสายโทรศัพท์ ระบบเอกสาร อิเล็กทรอนิกส์ ระบบข้อมูลในคอมพิวเตอร์ และการถ่ายทอดภาพทางวิวีดิโอ คำตามหนึ่งซึ่งกำลังเป็นที่ถูกเลี้ยงกันมากขึ้นเรื่อย ๆ คำตามที่ว่าเราควรกำกับดูแลสื่อใหม่ในยุคการหลอมรวมเทคโนโลยีอย่างไร เพื่อให้มันเป็นประโยชน์ต่อสังคมที่เรารอยากเห็น

ปัจจุบันสื่อสารมวลชนมีการหลอมรวมของสื่อ (Media Convergence) หลายประเภท ทั้งสื่อค้านเทคโนโลยีสารสนเทศ โทรศัพท์ โทรคมนาคม และสื่อบอรดแคลสติ้ง ดังนั้นการจัดแยกประเภทของสื่อจึงดูสับสนมากขึ้น การกำกับดูแลตรวจสอบของหน่วยงานต่าง ๆ ก็มีความยุ่งยากขึ้นตามไปด้วย โดยเฉพาะการกำกับดูแล การใช้สื่อนั้นแยกออกจากกัน ได้ยากว่าเป็นชนิดใดจะใช้กฎหมาย หรือใช้พระราชบัญญัติฉบับใดกำกับดูแล ขณะที่กฎหมายที่ยังมีช่องโหว่จำนวนมากที่ใช้ได้เพียงการกำกับดูแล เนพะสื่อบางสื่อเท่านั้น เมื่อมีการตอบสนองด้วยสื่อใหม่ (New Media) มาขึ้น ทำให้การเดินทางของสื่อกระแสหลักมีรายได้ลดน้อยลง โดยเฉพาะหันไปใช้บริการสื่อใหม่ (New Media) ปัจจุบันคือการโฆษณาไม่มีการกลั่นกรองเพราะน้ำเสอนอได้โดยง่าย มีการทำธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ต การคมนาคมที่มีการเชื่อมต่อและระบบดิจิตัล ตลอดจนทางด้านสื่อสาร โดยใช้ช่องว่างที่ไม่มีกฎหมายใดออกมารองรับการเกิดสื่อใหม่ และพระราชบัญญัติฉบับเดิม ๆ ก็ไม่สามารถดูแลได้อย่างทั่วถึง

คุณลักษณะของสื่อใหม่

- 1. การบูรณาการ (Integration)** สื่อใหม่มีคุณลักษณะเชิงโครงสร้างที่เป็นการบูรณาการระหว่างโทรศัพท์ (Telecommunication) การสื่อสารข้อมูล (Data Communications) และการสื่อสารมวลชน (Mass Communications) เข้ามาอยู่ในสื่อเดียวกัน ซึ่งเราเรียกว่าเป็นกระบวนการหลอมรวมสื่อ (Convergence) การสื่อสารแต่ละประเภทสามารถทำงานที่ส่งข้อมูลได้หลากหลายประเภทมากขึ้น ไม่จำกัดว่าการสื่อสารโทรศัพท์ โทรคมนาคม ด้วยสัญญาณโทรศัพท์ การสื่อสารข้อมูล

ต้องผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์ หรือการสื่อสารมวลชนต้องมาจากวิทยุกระจายเสียง หรือโทรทัศน์เพียงอย่างเดียว เพราะปัจจุบันนี้เราใช้โทรศัพท์รับสัญญาณโทรทัศน์ได้ ใช้อินเทอร์เน็ตแทนโทรศัพท์ได้

2. การมีปฏิสัมพันธ์ (Interactivity) การมีปฏิสัมพันธ์เป็นคุณลักษณะทางโครงสร้างประการที่สองของสื่อใหม่ การปฏิวัติต้านการสื่อสารในปัจจุบัน นับว่าเป็นจุดกำเนิดของสื่อปฏิสัมพันธ์ (Interactive Media) ซึ่งการมีปฏิสัมพันธ์นั้นก็มีความหมายอย่างกว้าง ๆ ว่า “การกระทำและการโต้ตอบอย่างต่อเนื่องกัน” อย่างไรก็ตาม (Van Dijk & De Vos อ้างถึงใน แพรงค์ศักดิ์ ศรีทานันท์, 2554) มีการกำหนดระดับของการมีปฏิสัมพันธ์ไว้สี่ระดับเพื่อใช้อธิบายสื่อใหม่ไว้ดังนี้

ระดับที่ 1: ระดับพื้นฐานของการมีปฏิสัมพันธ์ คือความเป็นไปได้ในการสร้างการสื่อสารสองทางหรือหลายทาง สิ่งนี้คือมิติต้านระยะทาง (Space Dimension) เช่น การดาวน์โหลดข้อมูลหรือปฏิสัมพันธ์ด้านอุปทานของเว็บไซต์ โปรแกรมคอมพิวเตอร์และโทรทัศน์แบบมีปฏิสัมพันธ์นั้นจะมีมากกว่าปฏิสัมพันธ์ด้านการอัพโหลดข้อมูลของผู้ใช้

ระดับที่ 2: การมีปฏิสัมพันธ์ในระดับที่สองคือความพร้อมกัน (Synchronicity) คือ มิติต้านเวลา (Time Dimension) เป็นที่ทราบกันดีว่าหากการกระทำและการโต้ตอบกันดำเนินการไปอย่างต่อเนื่องโดยไม่ถูกขัดจังหวะจะเป็นการเพิ่มคุณภาพของการมีปฏิสัมพันธ์ได้ อย่างไรก็ตามสื่อปฏิสัมพันธ์บางอย่าง เช่น อิเล็กทรอนิกส์เมล์ ไม่ต้องอาศัยความพร้อมกันในการมีปฏิสัมพันธ์เนื่องจากผู้รับและผู้ส่งสามารถสื่อสารกันได้ตามเวลา และสถานที่ที่ตั้งสะดวก

ระดับที่ 3: การมีปฏิสัมพันธ์ในระดับที่สามคือการควบคุมโดยผู้มีปฏิสัมพันธ์ คือ มิติต้านพฤติกรรม (Behavioral Dimension) เป็นความสามารถของผู้ส่งและผู้รับ ที่สามารถปรับเปลี่ยนบทบาทกันได้ทุกขณะ ปฏิสัมพันธ์ด้านการควบคุมนี้นับว่าเป็นมิติที่มีความสำคัญมากที่สุดในการนิยามปฏิสัมพันธ์ของการศึกษาสื่อและการสื่อสาร

ระดับที่ 4: การมีปฏิสัมพันธ์ในระดับที่สี่ เป็นระดับที่สูงสุดคือการกระทำและการโต้ตอบของผู้เกี่ยวข้องด้วยความเข้าใจในความหมายและบริบท คือ มิติต้านจิตใจ (Mental Dimension) ซึ่งเป็นเงื่อนไขที่สำคัญสำหรับการมีปฏิสัมพันธ์แบบเต็มรูปแบบ ตัวอย่างเช่น การสนทนาแบบตัวต่อตัวและการสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ (แพรงค์ศักดิ์ ศรีทานันท์, 2554)

สรุปแล้ว เว็บไซต์ก็เป็นสื่อใหม่ชนิดหนึ่ง ที่มีโครงสร้างที่เป็นการบูรณาการระหว่างโทรคมนาคมการสื่อสารข้อมูล และการสื่อสารมวลชนเข้ามาอยู่ในสื่อเดียวกัน มีการเก็บข้อมูลเนื้อหา ภาพ ภาพเคลื่อนไหวซึ่งสามารถกระจาด้วยผู้รับสารได้ โดยการทำการแก้ไขเพิ่มเติมเพียงครั้งเดียว

หลักการและทฤษฎีอินเทอร์เน็ตและการประชาสัมพันธ์/สร้างภาพลักษณ์

ประเทศไทยเริ่มเชื่อมโยงเข้าสู่ระบบอินเทอร์เน็ตตั้งแต่ปี พ.ศ. 2530 โดยมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ได้เชื่อมโยง เพื่อส่งอีเมลก่อนิกส์เมลกับประเทศอื่นๆ เลย ซึ่งทำให้มีระบบอีเมลก่อนิกส์เมล เชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ตเป็นครั้งแรก ต่อมาในวันที่ 27 กรกฎาคม พ.ศ. 2535 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้เช่าสายวางจ่ายเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ตเป็นครั้งแรก ในช่วงระยะเวลาเดียวกันนี้ กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี โดยศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ ก็ได้มีโครงการที่จะเชื่อมโยงเครือข่ายคอมพิวเตอร์ระหว่างมหาวิทยาลัยขึ้น เครือข่ายคอมพิวเตอร์ระหว่างมหาวิทยาลัยในประเทศไทย ได้พัฒนาเก้าห้าบีน เป็นลำดับ จนทำให้มีสถาบันออนไลน์กับ อินเทอร์เน็ตเป็นก้ามๆ แรก ได้แก่ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ สถาบัน เทคโนโลยีแห่งเอเชียมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ และศูนย์เทคโนโลยี อิเล็กทรอนิกส์ และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ

การพัฒนาเครือข่ายจึงเป็นไปตามกระแส การเชื่อมโยงเข้าสู่ระบบสากล มาตรฐานการ เชื่อมโยงเป็นแบบไฟเบอร์ออฟฟิเบอร์ (Fiber Optic) ตามมาตรฐานนี้ มีการกำหนดหมายเลขแอดเดรส ให้แก่ เครือข่าย และเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยมีการสร้างเป็นลำดับชั้น เพื่อให้การเชื่อมโยงเครือข่ายเป็น ระบบชั้นเรียกว่า ไอพีแอดเดรส (IP address)

ไอพีแอดเดรสทุกตัว จะต้องได้รับการลงทะเบียน เพื่อจะได้มีหมายเลขไม่ซ้ำกันทั่วโลก การ กำหนดแอดเดรสจะเป็นการกำหนดหมายเลขให้แก่เครือข่าย ผู้ใช้เครือข่ายอยู่ในเครือข่ายที่ เชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต จะเป็นสมาชิกของอินเทอร์เน็ต โดยปริยาย เพราะเครื่องคอมพิวเตอร์ สามารถเชื่อมโยงกับเครื่องอื่น ๆ ได้ทั่วโลก ผู้ใช้งานที่บ้าน สามารถใช้คอมพิวเตอร์จากบ้านต่อต่อ ไม่เดิมมาที่เครื่องหลัก หลังจากนั้นก็จะเชื่อมโยงเข้าสู่เครือข่ายต่าง ๆ นิสิตนักศึกษา ซึ่งอยู่ที่บ้านจะ สามารถติดต่อกับอาจารย์ผู้สอนในมหาวิทยาลัย หรือติดต่อกับผู้ติดต่ออื่น ๆ ได้ ทั้งในมหาวิทยาลัย และต่างมหาวิทยาลัย หรือในต่างประเทศ

อินเทอร์เน็ตจึงเป็นเครือข่ายคอมพิวเตอร์ มีอัตราการขยายตัวอย่างรวดเร็ว จนคาดกันว่าใน อนาคต เครือข่ายอินเทอร์เน็ตจะเชื่อมโยงคนทั่วโลกเข้าด้วยกัน (โครงการสารานุกรมไทยสำหรับ เยาวชน)

จิตกฤษ พัฒนาศิริ, (2541) เสนอทฤษฎีเครือข่ายไบมัมมุน (World wide Web หรือ W3 หรือ WWW) เรียกสั้น ๆ ว่า เว็บ (Web) เป็นรูปแบบหนึ่งของระบบ การเชื่อมโยงเครือข่ายข่าวสาร ใช้ในการค้นหาข้อมูลข่าวสารบนอินเทอร์เน็ต มีการเชื่อมโยงข้อมูลจากแหล่งข้อมูลหนึ่งไปยังอีก แหล่งข้อมูลที่อยู่ห่างไกล เพื่อให้มีความง่ายต่อการใช้งานมากที่สุด WWW จะแสดงผล ในรูปแบบ ของเอกสารที่เรียกว่า ไฮเปอร์เทกซ์ (Hypertext) ซึ่งเป็นฐานข้อมูลชนิดหนึ่ง ทำหน้าที่รวม

ข่าวสาร ข้อมูลที่อยู่ในระบบราชการ ไปในที่ต่าง ๆ ทั่วโลก ทำให้สามารถนำมาใช้งานได้ เสมือนอยู่ ในที่เดียวกัน คล้ายกับเส้นใยแมงมุม ที่ลักษณ์ของเส้นสาย เชื่อมโยงแหล่งข้อมูลกันไปมา

การให้บริการของอินเทอร์เน็ต แบบ WWW เป็นระบบงาน ที่ทรงพลังมากในยุคปัจจุบัน ทำให้ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เป็นที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลายทั่วโลกอย่างแท้จริง เนื่องจากสามารถให้บริการข้อมูลได้ทั้งในแบบข้อความ เสียง ภาพนิ่ง และภาพเคลื่อนไหว ทำให้ข้อมูลที่นำมาแสดง มีความน่าสนใจขึ้น การค้นหาข้อมูลแบบ WWW จะมีการเชื่อมโยงข้อมูล ตามเส้นทาง ที่กำหนดไว้ เรียกว่า LINKS

การเข้าไปใช้งานใน อินเทอร์เน็ตแบบ WWW ทำให้มีความรู้สึก เสมือนได้เดินทางห่องห้องที่ยว ไปยังที่ต่าง ๆ อาจเรียกเดินแคนที่มองผ่านหน้าจอคอมพิวเตอร์เข้าไป ว่า "ไซเบอร์สเปซ" (Cyberspace)

อภิชัช พุกสวัสดิ์ และ กุลทิพย์ ศาสตรารัฐ (2556) ได้ศึกษาเรื่อง การประชาสัมพันธ์ภายใต้ กระแสสื่อสังคมออนไลน์ พนักงานสำนักปลัดฯ ที่นักประชาสัมพันธ์ไม่สามารถวางแผนการใช้สื่ออย่างมีประสิทธิภาพ กล่าวคือ ความรู้เรื่องเทคโนโลยีการสื่อสาร นักประชาสัมพันธ์ ต้องคำนึงอยู่เสมอว่า การสร้างความรู้ความเข้าใจ และสร้างความสัมพันธ์ที่ดี เป็นเป้าหมายหลักของการประชาสัมพันธ์ และเทคโนโลยีการสื่อสารเป็นเครื่องมือสำคัญอย่างยิ่งสำหรับอาชีพ ประชาสัมพันธ์ การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพสูงสุดจำเป็นต้องมีความรู้ความเข้าใจในวิธีการ และ ให้วางต่อการเลือกใช้สื่อ ได้อย่างมีประสิทธิภาพเพื่อต้องศึกษาและตามให้ทัน เทคโนโลยีที่ถูกพัฒนาขึ้น (James อ้างถึงใน อภิชัช พุกสวัสดิ์ และกุลทิพย์ศาสตรารัฐ, 2556) เพื่อ เครื่องพร้อมในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ทั้งในปัจจุบัน และอนาคต

นักประชาสัมพันธ์ในฐานะนักสื่อสารองค์กรควรปรับเปลี่ยนการทำงานประชาสัมพันธ์ ภายใต้ กระแสสื่อสังคมออนไลน์ทั้งในเรื่องการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ การสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์เนื้อหา การประชาสัมพันธ์และรูปแบบการใช้สื่อสังคมออนไลน์ เพื่อการประชาสัมพันธ์การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในปัจจุบันและอนาคต

นับตั้งแต่กำเนิดเว็บไซต์ การประชาสัมพันธ์เริ่มแปลงร่างไปใช้รูปใหม่ ๆ ซึ่งเรียกว่า PR 1.0 ยังคงอยู่บนพื้นฐานของเครื่องมือประชาสัมพันธ์แบบดั้งเดิม โดยเพิ่มทรัพยากรที่มีอยู่บนเว็บเสริมเข้าไป เช่น e-newsletter/viral marketing/Webcasts !! และ Webinars เพื่อที่จะใช้ประโยชน์จากความเร็วของอินเทอร์เน็ต รวมทั้งความยืดหยุ่น และการปรับตัวตามกิจกรรมเป้าหมาย ต่อมาเมื่อเข้าสู่ ยุค PR 2.0 คือ การต่อยอดจากการฐานของการนำทรัพยากรบนเว็บมาใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์โดยรวมกับเทคโนโลยีสื่อใหม่ PR 2.0 คือ วิธีการที่ดีที่สุดในการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกัน เทคโนโลยีการสื่อสารที่เหมาะสมกับแต่ละกลุ่ม ทำให้นักประชาสัมพันธ์มีความสามารถ

ที่จะใช้สื่อสังคมออนไลน์ยุคใหม่ เช่น blog, wiki, เว็บประเภท social networking, เทคโนโลยีที่เรียกว่า Really Simple Syndication (RSS) การถ่ายทอดผ่านอินเทอร์เน็ต (streaming video) หรือการถ่ายทอดรายการจาก Podcast เพื่อใช้เป็นวิธีในการเข้าถึงผู้บริโภคที่นักประชาสัมพันธ์ซึ่งไม่เคยใช้งานก่อน โดยไม่ต้องพึ่งสื่อกระแสหลัก เช่น หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์วิทยุกระจายเสียง และสื่อสิ่งพิมพ์เหมือนในอดีต ข้อมูล ข่าวสารเกี่ยวกับองค์กร หรือข่าวประชาสัมพันธ์จะสะท้อนภาพดุจเดิม การถ่ายทอดและซื้อขายขององค์กร ข้อมูล ข่าวสารเกี่ยวกับองค์กร หรือข่าวประชาสัมพันธ์จะต้องเชื่อถือได้ ไม่เน้นการโฆษณาชวนเชื่อ เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายต้องการมีส่วนร่วมกับองค์กรมากขึ้น เน้นการสื่อสารสองทางเพื่อรับฟังความคิดเห็นต่าง ๆ

หลักการประชาสัมพันธ์และสร้างภาพลักษณ์

การประชาสัมพันธ์และสร้างภาพลักษณ์ โดยอภิษัช พุกสวัสดิ์ (2556) สรุปความหมายของการประชาสัมพันธ์และสร้างภาพลักษณ์ไว้ว่า คือ การสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจอันดีระหว่างองค์กร หน่วยงาน สถาบันกับกลุ่มประชาชนเป้าหมายเพื่อหวังผลในความร่วมมือ และสนับสนุนจากประชาชนกลุ่มเป้าหมายและสาธารณะ รวมทั้งมีส่วนร่วมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์กร หน่วยงาน สถาบัน ทำให้ประชาชนกลุ่มเป้าหมายและสาธารณะเกิดความนิยม เลื่อมใสศรัทธาต่อองค์กร หน่วยงาน สถาบัน

หลักในการเลือกสื่อประชาสัมพันธ์ โดยรัชนีกร ทรัพย์ชื่นสุข (2556) ให้เกณฑ์ในการเลือกสื่อเพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ว่า “การประชาสัมพันธ์” (Public Relations) หรือที่คนทั่วไปนิยมเรียกว่า PR มีบทบาทสำคัญในการสร้างความรับรู้เนื่องจากสิ่งที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์มีอยู่สามภาษา คือด้วยกัน ฉะนั้นผู้ที่จะตัดสินใจเลือกสื่อจะต้องพิจารณาให้รอบคอบเสียก่อนว่ามีความเหมาะสม และช่วยให้บรรลุเป้าหมายหรือไม่ การพิจารณาเลือกสื่อมาใช้นั้นควรจะคำนึงถึงลักษณะของสื่อที่แตกต่างกัน ดังนี้

- 1. ด้านเนื้อที่-เวลา (Space-Time)** สิ่งพิมพ์ รูปภาพ เป็นสื่อที่คำนึงถึงเฉพาะด้าน “เนื้อที่” การพูดทางโทรศัพท์ วิทยุ คำนึงเฉพาะด้าน “เวลา” ส่วนการติดต่อธุรกิจ โทรศัพท์ และภาพขั้นตอน คำนึงถึง “เนื้อที่-เวลา”

- 2. การมีส่วนร่วมของประชาชนเป้าหมาย (Audience's participation)** หากจะเรียกลำดับสื่อที่ประชาชนเป้าหมายได้มีส่วนร่วมมากที่สุด ไปข้างหน้าที่สุด สามารถเรียงได้ดังนี้ การสนทนาระหว่างบุคคล กลุ่มอภิปราย การประชุมที่ไม่เป็นทางการ โทรศัพท์ การประชุมที่เป็นทางการ ภาพขั้นตอนที่สื่อในฟิล์ม โทรศัพท์ วิทยุกระจายเสียง โทรเลข จดหมายโดยตรงระหว่างบุคคล (ทั้งส่วนตัวและกิจกรรมการ) จดหมายติดต่อทั่วไป (จดหมายราชการหรือที่มีรูปแบบเป็นทางการ) หนังสือพิมพ์ ในประกาศและภาพโฆษณา นิตยสาร หนังสือ

3. ด้านความเร็ว (Speed) สื่อที่มีความเร็วนากที่สุดคือ วิทยุและโทรศัพท์ สื่อที่ช้าที่สุด คือ สื่อหนังสือ ลักษณะเหล่านี้อาจกล่าวได้ว่า หากเป็นการติดต่อเผยแพร่ข่าวความเคลื่อนไหว ก็ต้องอาศัยความเร็วสูง แต่หากข่าวสารใดที่ต้องการให้ประชาชนเป้าหมายได้ศึกษาวิเคราะห์อย่างละเอียดก็ต้องใช้สื่อที่มีความเร็วต่ำ

4. ด้านความคงทน (Permanence) หนังสือจัดได้ว่าเป็นสื่อที่มีความคงทนมากกว่าสื่อชนิดอื่น วิทยุและโทรศัพท์จะเป็นสื่อที่มีความคงทนน้อยที่สุด (รัชนีกร ทรัพย์ชื่นสุข, 2556)

แนวทางการวางแผนประชาสัมพันธ์

การวางแผนควรทำอย่างเป็นระบบ นั่นคือ มีการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล รวมทั้งการประยุกต์ใช้ข้อมูลอย่างสร้างสรรค์เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ การวางแผนมี 2 แนวทาง ซึ่งเน้นการตอบคำถามต่าง ๆ เพื่อนำไปสู่การสร้างแผนงานให้ประสบความสำเร็จ (Wilcox and Cameron 2014 อ้างถึงใน ณัฐธิดา วิจิตรามรี, 2559 : 89) ดังนี้

1. การบริหารงานโดยวัตถุประสงค์ (Management by Objective – MBO) การใช้ MBO ในการวางแผนทำให้มั่นใจได้เกี่ยวกับ “การสร้างสารที่มีความเกี่ยวข้องและการกำหนดเกณฑ์ในการวัดผลการประชาสัมพันธ์” ประเด็นพื้นฐานในการพิจารณาเพื่อนำไปสู่การวางแผนเชิงกลยุทธ์มีดังนี้

1.1 วัตถุประสงค์ของลูกค้าหรือนายจ้าง อะไรคือจุดประสงค์การสื่อสาร และการสื่อสารนั้นจะช่วยให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กรอย่างไร

1.2 ผู้รับสารหรือสาระของคน ใครที่ควรได้รับสารประชาสัมพันธ์ และผู้รับสารกลุ่มนี้ ช่วยให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กรได้อย่างไร ลักษณะทางประชากรของ ผู้รับสารเป็นอย่างไร และข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรจะนำมาใช้ในการวางแผน โครงสร้างสาร ได้อย่างไร เช่น กลุ่มผู้รับสารหลักของโครงการรณรงค์เพื่อกระตุ้นให้เกิดการใช้รถร่วมกันหากเดินทางไปสถานที่เดียวกัน (Carpooling) ประกอบด้วยผู้ที่ขับรถไปทำงานประจำ ไม่ใช่กลุ่มประชาชนทั่วไป

1.3 วัตถุประสงค์ของผู้รับสาร ผู้รับสารต้องการรู้อะไร และจะปรับสารตามความสนใจของผู้รับสาร ได้อย่างไร เช่น ผู้บริโภครู้สึกสนใจว่าคอมพิวเตอร์ใหม่จะเพิ่มความสามารถในการผลิตได้อย่างไรมากกว่าจะต้องการรู้ว่าคอมพิวเตอร์มีระบบการทำงานอย่างไร

1.4 สื่อหรือช่องทางการสื่อสาร ช่องทางใดที่เหมาะสมในการเข้าถึงผู้รับสาร และช่องทางที่หลากหลายนั้น (สื่อข่าวสาร แผ่นพับ กิจกรรมพิเศษ และจดหมายทางตรง) จะส่งเสริมประสิทธิภาพของสาร ได้อย่างไร โดยนำเสนอข้อมูลนี้อาจต้องรับการทำให้ผู้บริโภครับรู้สึกสนใจค่าใหม่ แต่ข่าวแจกอาจจะดีมากกว่าในการถ่ายทอดข่าวสารที่น่าเชื่อถือเกี่ยวกับสินค้าไปยังผู้บริโภค

1.5 วัตถุประสงค์ของสื่อ สื่อในฐานะเป็นผู้กั้นกรองข่าวสาร (Gatekeeper) ต้องการแง่บุนช่วงแบบใด และทำไม่สื่อจึงสนใจในข้อมูลนั้น หนังสือพิมพ์ชุมชนจะสนใจเรื่องราวในแง่บุนช่วงที่องค์กรสถานีโทรทัศน์ให้ความสนใจกับเรื่องที่มีภาพที่ดี

1.6 แหล่งสารและคำตาม แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ และทุติยภูมิใดที่ต้องใช้เพื่อเป็นข้อเท็จจริงพื้นฐานในการสร้างสาร ควรสันนิษัยน์ผู้เชี่ยวชาญคนใด ควรจะทำวิจัยปฐมภูมิ หรือการวิจัยทุติยภูมิ เช่น คำพูดเกี่ยวกับเทคโนโลยีใหม่ที่อ้างมาจากวิศวกร โครงการดีกว่าการอ้างจากองค์กรของประธานฝ่ายการตลาด ในขณะที่การสำรวจที่มีสถิติตัวเลขนำเสนอด้วยให้สื่อสนใจเสนอข่าวสารได้

1.7 กลยุทธ์การสื่อสาร ปัจจัยด้านลิ้งแวดล้อมใดที่มีผลต่อการเผยแพร่ และการยอมรับสาร กลุ่มประชาชนเป้าหมายต่อต้าน หรือเห็นด้วยกับสาร กิจกรรมหรือข้อมูลอื่นใดที่กลับถ่าง หรือสนับสนุนสาร เช่น การรณรงค์การประทัยดันน้ำจะถูกปรับรูปแบบใหม่ความสำคัญมากขึ้นถ้าเป็นช่วงเวลาที่มีปัญหาความแห้งแล้ง

1.8 ล้วนสำคัญของสาร การสื่อสารมีผลกระทบโดยต่อผู้รับสาร นักประชาสัมพันธ์ออกแบบสารขึ้น เพียงเพื่อให้ข้อมูล หรือเพื่อเปลี่ยนทัศนคติหรือพฤติกรรม การบอกผู้รับสารเกี่ยวกับอันตรายของโลกร้อนมีความแตกต่างจากการบอกผู้รับสารว่าขาดสามารถทำอะไรได้บ้าง เกี่ยวกับปัญหาโลกร้อน

1.9 การใช้อวัจนภาษาเพื่อสนับสนุนการสื่อสาร รูปภาพ ภาพถ่าย ภาพนิทรรศ์ จะช่วยให้สารที่เป็นข้อความชัดเจนหรือเห็นภาพ ได้มากขึ้น ได้อย่างไร ภาพแห่ง หรือแผนภูมิวงกลมง่ายต่อการทำความเข้าใจมากกว่าตารางและตัวเลข

2. แบบจำลองการวางแผนเชิงกลยุทธ์ (Strategic Planning Model) การวางแผนเชิงกลยุทธ์ ประกอบด้วยคำตามต่างๆ ที่จะช่วยให้วิเคราะห์สถานการณ์ได้ชัดเจน ซึ่งเป็นสิ่งที่จำเป็นต่อการวางแผนให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์โดยรวมขององค์กร แผนงานประชาสัมพันธ์จำเป็นต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ และพึงระลึกเสมอว่า “นักประชาสัมพันธ์ไม่ใช่แค่อยู่ในธุรกิจ การเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์เท่านั้น แต่นักประชาสัมพันธ์อยู่ในธุรกิจการแก้ไขปัญหาทางธุรกิจ ผ่านการสื่อสาร”

2.1 ข้อเท็จจริง

- 1) ข้อเท็จจริง แนวโน้มอุตสาหกรรมเป็นอย่างไร
- 2) ลินค้า/บริการ คุณลักษณะสำคัญของลินค้าบริการ
- 3) ข้อมูลด้านการแข่งขัน คู่แข่งขันคือใคร อะไรคือจุดแข็ง
- 4) ข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้า ใครใช้ลินค้า เพราะอะไร

2.2 เป้าหมาย

- 1) วัตถุประสงค์ทางธุรกิจ วัตถุประสงค์ทางธุรกิจขององค์กรคืออะไร มีกรอบเวลาอย่างไร
- 2) บทบาทของการประชาสัมพันธ์ การประชาสัมพันธ์สอดคล้องกับส่วนประสมทางการตลาดอย่างไร
- 3) แหล่งของธุรกิจใหม่ ส่วนใดที่จะสร้างการเติบโตได้

2.3 ผู้รับสาร

- 1) ผู้รับสารเป้าหมาย ผู้รับสารเป้าหมายคือใคร
- 2) ความคิดและความเชื่อของผู้รับสาร ผู้รับสารรู้สึกอย่างไรเกี่ยวกับสินค้า บริการ หรือประเด็น
- 3) ความคิดและความเชื่อที่นักประชาสัมพันธ์ต้องการสร้าง เรายังต้องการให้ผู้รับข้อมูล ข่าวสารรู้สึกอย่างไร

2.4 สารหรือข้อความหลักประเด็นสำคัญ สารหรือข้อความหลักใดที่ต้องถ่ายทอดเพื่อเปลี่ยน หรือตอกย้ำความคิดเห็น

แนวทางในการวางแผนข้างต้นนี้นำไปสู่ขั้นตอนการเขียนแผนงานประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ ซึ่งประกอบด้วยหดยองค์ประกอบที่สำคัญ (ณัฐร์ชุดา วิจารามรี, 2559)

เดิศพร ภาระสกุล (2559) กล่าวถึงว่า มีการให้คำจำกัดความคำว่าภาพลักษณ์จากนักวิชาการ หลายคน คำจำกัดความบางอันก็มีความที่เข้าข้อนักความรับรู้ (Perception) และทัศนคติ (Attitude) คำว่าภาพลักษณ์มีแนวคิดที่ใกล้เคียงกับการรับรู้และทัศนคติอยู่บ้าง แต่ภาพลักษณ์ก็ไม่เหมือนกับ การรับรู้และทัศนคติเสียที่เดียวและยังมีความแตกต่างกัน กล่าวคือ ภาพลักษณ์เป็นผลรวมของการ รับรู้หลาย ๆ อย่างซึ่งถูกกำหนดโดยทัศนคติต่าง ๆ จนส่งผลให้เกิดเป็นภาพลักษณ์ทางด้านบวก หรือด้านลบ

นอกจากนี้ พรหพย์ พิมลสินธุ์ (อ้างถึงใน จริญพร หาญพยัคฆ์, 2554) จำแนกประเภทของ ภาพลักษณ์ ว่าเป็นการคำนึงถึงภาพลักษณ์ที่ต้องรับรู้ เรียนรู้ การรู้สึก และการกระทำในทุกสิ่งที่ໄດ້ เข้าไปสัมผัสเห็น ทั้งที่เข้าไปเกี่ยวข้องทั้งโดยตรง และโดยอ้อม เป็นทางเลือกหนึ่งที่ทำให้ ภาพลักษณ์มีพลังขับเคลื่อนสิ่งที่มีคุณค่าของตนเองหรือองค์กร օอกมาให้ประจักษ์ต่อสาธารณะ นอกจากนี้ ประเภทของภาพลักษณ์ ยังประกอบไปด้วย

1. ภาพลักษณ์ซ้อน (Multiple Image) เป็นภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นจากการใหม่ของสังคมตาม สภาพแวดล้อม เศรษฐกิจ ความรู้ ความเชื่อ การศึกษาพื้นฐาน จากที่มาที่แตกต่างกัน เช่นเดียวกับ การที่มีความแตกต่างทางด้านสังคม และมีประสบการณ์ของแต่ละบุคคลแตกต่างกันไป ทั้งนี้อาจ มองในเรื่องเดียว แต่จะแตกต่างกันในเรื่องของมนุษย์ และทัศนคติที่แตกต่างกันได้

2. ภาพลักษณ์ปัจจุบัน (Current Image) เป็นภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นจริง ณ ปัจจุบันทั้งที่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติ โดยการปรุงแต่ง โดยการเจตนาสร้างให้เกิดขึ้นหน้าที่ที่ต้องกระทำคือ การรู้จักค้นหาภาพลักษณ์ในปัจจุบันเพื่อที่จะปรับปรุงแก้ไขภาพลักษณ์ที่มีแต่เดิมหรือภาพลักษณ์ที่ไม่ถูกต้องให้เหมาะสม และสำรวจ ตรวจสอบ ทบทวน เปรียบเทียบภาพลักษณ์ที่มีอยู่เดิมกับภาพลักษณ์ปัจจุบัน ให้สอดรับกับความเป็นจริงในปัจจุบัน และคงภาพลักษณ์เดิมที่ดีอยู่แล้วให้คงอยู่ต่อไป ด้วยการสร้างภาพลักษณ์ที่ต้องการให้เกิดขึ้นมา

3. ภาพลักษณ์ที่ปรารถนา (Wish Image) เป็นภาพลักษณ์ที่ตอบสนองต่อความต้องการของบุคคลโดยนำภาพลักษณ์ที่ได้ทำการวิเคราะห์ เปรียบเทียบ และปรับปรุงแก้ไขให้เป็นไปตามแนวทางที่พึงประสงค์ มีความปรารถนาที่ต้องการให้มีหลักการทำงานที่อยู่บนพื้นฐานคุณภาพชั้นเยี่ยมเสมือนการกำหนดเป้าหมายให้กับตนเอง องค์กร โดยตระหนัก และคำนึงถึงข้อเท็จจริง และความจริงในการสร้างความรู้ความเข้าใจของผู้อื่น ได้คือ การรู้จักประมาณตน และปัจจัยแวดล้อมให้เหมาะสมกับการใช้ประโยชน์ได้จริงและเกิดสัมฤทธิ์ของงาน

4. ภาพลักษณ์สินค้าหรือบริการ (Product/Service Image) เป็นภาพลักษณ์ในตัวสินค้า และบริการ ก็ล้วนแล้วแต่มีภาพลักษณ์ในตัวเอง ไม่ต่างกับบุคคลหรือองค์กร เพียงแต่มีลักษณะภาพลักษณ์ที่สัมผัสได้ จับต้องได้ และเป็นรูปธรรมมากกว่า จนเป็นเอกลักษณ์ขององค์กรนั้นๆ ผลิตสินค้าบริการใดที่นำเสนอต่อสาธารณะ และสามารถเป็นส่วนหนึ่งของภาพลักษณ์องค์กร ได้ เช่นกัน

5. ภาพลักษณ์ตราสินค้า (Brand Image) เป็นภาพลักษณ์ล้วนหนึ่งที่นำเสนอควบคู่ไปกับภาพลักษณ์ของสินค้า บริการ โดยเฉพาะ การสร้างเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ ให้ได้ใจจำว่าสีนี้ เครื่องหมายการค้านี้ การสื่อสารด้วยลักษณะหรือลักษณะนี้ เป็นของสินค้า บริการประเภทใด การออกแบบสัญลักษณ์ที่แตกต่างกัน แม้ว่าจะเป็นสินค้าชนิดเดียวกันก็ตาม หรือแม้กระทั่งการนำเสนอรูปแบบของตนของกันว่ามีวิธีชีวิต การใช้ชีวิตอย่างไร มีเอกลักษณ์อย่างไร ที่แสดงให้เห็นว่าเหมาะสมหรือตรงกับกลุ่มเป้าหมาย

6. ภาพลักษณ์องค์กร (Corporate Image) เป็นภาพลักษณ์ขององค์กรหนึ่ง ๆ ที่ดูภาพรวม หรือภาพรวมขององค์กร และได้รวมเอาภาพลักษณ์ต่าง ๆ ข้างต้นเข้ามาไว้ในภาพลักษณ์องค์กร ไม่ว่าจะเป็นสินค้า บริการ ตราสินค้า ความแตกต่างหลากหลาย ที่มาของบุคลากรพนักงาน การบริหาร จัดการ เป้าหมายขององค์กร เป็นต้น เพื่อให้เห็นถึงภาพลักษณ์เฉพาะองค์กรหนึ่ง ๆ ออกมา

จากที่กล่าวข้างต้นสรุปได้ว่า อินเทอร์เน็ตเป็นการสื่อสารที่นิยมใช้กันทั่วโลก สามารถให้บริการข้อมูลได้ทั้งในแบบข้อความ เสียง ภาพนิ่ง และภาพเคลื่อนไหว ทำให้ข้อมูลที่นำมาแสดง มีความน่าสนใจขึ้น ในปัจจุบันองค์กรต่าง ๆ ได้ใช้อินเทอร์เน็ตในการประชาสัมพันธ์

และสร้างภาพลักษณ์ โดยผ่านช่องทางเช่น เฟซบุ๊ค เว็บไซต์ บล็อก ฯลฯ เพื่อทำให้งานประชาสัมพันธ์มีประสิทธิภาพสูงสุด ในการสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจระหว่างผู้ให้บริการ และผู้ใช้งาน รวมถึงช่วยสื่อสารให้ความรู้ ความเข้าใจที่ดีต่อองค์กร การส่งเสริมประชาสัมพันธ์ที่ครอบคลุมทั่วถึง โดยมีต้นทุนที่ต่ำ และส่งเสริมภาพลักษณ์อันดีงามของผู้ส่งสาร ไปยังผู้รับสารได้ครั้งละจำนวนมาก

หลักการท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ประเทศไทยมีรากฐานของการท่องเที่ยวระดับประเทศ ซึ่งนักวิชาการบางท่านกล่าวไว้ว่า “การเริ่มรากฐานการท่องเที่ยวคุณใหม่เกิดขึ้นหลังนโยบายเปิดประเทศ ภายใต้การลงนามสนธิสัญญาเบาาร์ริ่ง เมื่อปี พ.ศ. 2398 เป็นต้นมา”

สมัยโบราณการคมนาคมไม่สะดวก ไม่มีถนน ไม่มีทางรถไฟ ไม่มีรถยนต์ และไม่มีเครื่องบิน การเดินทางปกติ้องเดินด้วยเท้าหรือใช้สัตว์เป็นพาหนะ เช่น วัวหรือควายเที่ยมแกวียน หรือนั่งบนหลังช้าง (อุดม เซย์กิวงค์และคณะ, 2554)

ทิพวรรณ พุ่มนัน (2552) ให้ความหมายการท่องเที่ยวไว้ว่า คือ การเดินทางไปเยือนสถานที่ตามเงื่อนไขที่กำหนด ไว้เป็นสากล 3 ประการคือ

1. เป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว
2. เป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ
3. เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดก็ตามที่นิ่งไว้เพื่อประกอบอาชีพ

การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางจากถิ่นที่อยู่อาศัยปกติ หรือถิ่นที่พำนักการ ไปยังที่อื่นด้วยความสมัครใจ และเป็นการเดินทางชั่วคราว โดยใช้เวลาพำนักระยะสถานที่นั้น ๆ ระยะเวลาหนึ่งตามวัตถุประสงค์ต่าง ๆ ที่นิ่งไว้เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้

วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ หรือความมุ่งหมายในการเดินทางของนักท่องเที่ยวอาจแบ่งได้ดังนี้

1. เพื่อการพักผ่อน (Relaxation) เป็นความมุ่งหมายในการเดินทางเพื่อการพักผ่อน หรือผ่อนคลายจากการกิจทั้งปวง ทั้งด้านการงานและการอื่น ๆ ในช่วงเวลาหนึ่ง พร้อมพื้นฟู ความสดชื่น สมบูรณ์ของร่างกายและจิตใจ เพื่อที่จะกลับมาปฏิบัติภารกิจต่อไป
2. เพื่อการนันทนาการ (Recreation) เป็นความมุ่งหมายในการเดินทางเพื่อนันทนาการ แสดงความรื่นรมย์สนุกสนาน โดยจุดหมายปลายทางอาจเป็นสถานที่ธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม หรือแหล่งบันเทิงต่าง ๆ ซึ่งประเทศไทยท่องเที่ยวทั้งหลายต่างพยายามเสนอแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรม และรูปแบบการท่องเที่ยวที่หลากหลายเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวประเภทนี้

3. เพื่อสุขภาพ (Health) เป็นความมุ่งหมายในการเดินทางเพื่อพื้นฟูหรือบำรุงสุขภาพที่อาจเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่เอื้อให้สุขภาพดีขึ้นแข็งแรง หรืออาจไปยังแหล่งที่ให้บริการพื้นฟู คุ้มครองสุขภาพโดยตรง ซึ่งปัจจุบันมีธุรกิจที่ให้บริการด้านสุขภาพ และมีจำนวนนักท่องเที่ยวที่มีจุดมุ่งหมายการเดินทางเพื่อสุขภาพเพิ่มมากขึ้น

4. เพื่อกีฬา (Sport) เป็นความมุ่งหมายในการเดินทางเพื่อกีฬา อาจเพื่อชิงการแข่งขันกีฬา อาทิเช่น พุตบอดโลก เอเชียนเกมส์ โอลิมปิกเกมส์ ที่สามารถดึงดูดผู้สนใจด้านกีฬาให้เดินทางมาชมจำนวนมาก หรืออาจเดินทางไปเล่นกีฬาบางชนิดที่จำเป็นต้องใช้สถานที่เฉพาะ หรือพิเศษซึ่งถ้าประเทศใดมีสถานที่เหมาะสมสำหรับการเล่นกีฬาแต่ละประเภท จะสามารถดึงดูดให้นักเดินทางเพื่อจุดมุ่งหมายนั้นเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวในประเทศ อาทิเช่น ประเทศไทยมีสนามกอล์ฟที่สวยงามและได้มาตรฐานหลายแห่ง สามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวประเภท Golf Tour นำรายได้เข้าสู่ประเทศจำนวนมาก

การเดินทางเพื่อการพักผ่อน การนันทนาการ สุขภาพและการกีฬา ล้วนเป็นความมุ่งหมายเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจเป็นการเปลี่ยนแปลงชีวิตประจำวันที่ซ้ำซากจำเจ ไปพบเจอ กับสิ่งใหม่ๆ ที่ไม่ซ้ำกัน ระยะเวลาหนึ่ง ซึ่งคาดหวังว่าจะทำให้ได้รับความรื่นรมย์ โดยอาจเป็นการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ (Recreation Tour) การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ (Health Tour) หรือการท่องเที่ยวเพื่อกีฬา (Sport Tour)

5. เพื่อยื่นเยี่ยมญาติมิตร (Visiting) เป็นความมุ่งหมายในการเดินทางเพื่อยื่นเยือนครอบครัว หรือมิตรสหายที่อยู่ห่างไกล แสดงถึงความรักความผูกพันที่มีต่อกัน ประเทศในแถบเอเชีย ยังคงยึดมั่นและเคร่งครัดในวัฒนธรรมประเพณีดั้งเดิม จะมีการเดินทางเพื่อจุดมุ่งหมายในการเยี่ยมเยือนญาติมิตรมากกว่าจุดมุ่งหมายอื่น ๆ โดยเฉพาะในช่วงเวลาของเทศกาลประเภทนี้

6. เพื่อศาสนา (Religion) เป็นความมุ่งหมายในการเดินทางเพื่อปฏิบัติศาสนกิจ หรือเพื่อนมัสการสถานที่สำคัญและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ทางศาสนา ตามความเชื่อถือและศรัทธา เช่น พุทธศาสนาจะเดินทางไปปฏิบัติธรรม ท่องกรุ๊น ท่องผ้าป่า ณ วัดต่างๆ หรือชานมุสลิมที่ว่าโลกต่างหากเดินทางไปประกอบพิธีข้าว ที่เมืองแมกกะ ประเทศชาวดูอาระเบีย เป็นต้น

7. เพื่อธุรกิจ (Business) เป็นความมุ่งหมายในการเดินทางเพื่อติดต่อธุรกิจเป็นหลัก แต่มีโอกาสได้ท่องเที่ยวด้วย ในประเทศที่มีความเจริญด้านเศรษฐกิจจะมีรายได้จากนักท่องเที่ยวประเภทนี้มาก เพราะจะมีการเดินทางเข้ามาอย่างสม่ำเสมอ มีไกด์เป็นช่วงเวลาหรือฉุกเฉินเมื่อนักท่องเที่ยวประเภทอื่น ๆ

8. เพื่อการประชุมสัมมนา (Convention and Conference) เป็นความมุ่งหมายในการเดินทางเพื่อเข้าร่วมประชุมสัมมนา และมีการท่องเที่ยวประกอบด้วย การท่องเที่ยวรูปแบบนี้ จะรวมถึงการ

ท่องเที่ยวเพื่อชิงงานแสดงสินค้าหรือนิทรรศการต่าง ๆ ที่เรียกว่า Exhibition Tour มีการจัดให้ นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่ม MICE (Meeting, Incentive, Convention and Exhibition) ถือเป็นนักท่องเที่ยวคุณภาพ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางมาร่วมประชุมนานาชาติ ซึ่งมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนสูงกว่านักท่องเที่ยวระหว่างประเทศทั่วไปประมาณ 2 เท่า

การเดินทางเพื่อยืมเยือนญาติมิตร เพื่อศาสนา เพื่อธุรกิจ และเพื่อการประชุมสัมมนา ล้วนเป็น การเดินทางที่มีความนุ่งหมายต่าง ๆ เป็นหลัก แต่ในการเดินทางเหล่านี้ ได้จัดแบ่งเวลาสำหรับการ ท่องเที่ยวและนันหนนาการ ไว้ด้วย ถือเป็นการท่องเที่ยวตามวัตถุประสงค์ต่าง ๆ ซึ่งอาจจะเป็นไปตาม วัฒนธรรม ความเชื่อทางศาสนา ธุรกิจ หรือการประชุมสัมมนา (กิพวรรณ พุ่มณี, 2552)

ความสำคัญของการท่องเที่ยว

1. **ด้านเศรษฐกิจ** การเดินทางท่องเที่ยว จากสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่งก่อให้เกิดเป็น ภาคการค้าล่องไหוואะงกลุ่มนักท่องเที่ยว และการค้าล่องไหוואะงทางเศรษฐกิจ โดยในทุกขั้นตอน หรือ ในกระบวนการของการเดินทางของแต่ละบุคคลในแต่ละช่วง ย่อมจะต้องมีการใช้จ่ายเกิดขึ้น การ ใช้จ่ายช่วงก่อนการเดินทาง ซึ่งมีการเตรียมอุปกรณ์สัมภาระในการเดินทางท่องเที่ยว เช่น อาหารแห้ง อุปกรณ์เดินป่า เป็นต้น ค่าตรวจสอบภายนอกก่อนการเดินทาง หรือการใช้จ่ายใน ระหว่างการเดินทาง เป็นค่าพาหนะ ค่าที่พัก ค่าอาหาร หรือแม้กระทั่งค่าใช้จ่ายหลังการเดินทาง ท่องเที่ยวแล้ว เช่น ค่าตรวจสอบภัยเดินทาง ใกล้เป็นต้น

2. **ด้านสังคมและด้านวัฒนธรรม** การท่องเที่ยวมีความเกี่ยวข้องกับการค้าล่องไหוואะงผู้คน จากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง อันเกิดความต้องการของมนุษย์ที่เดินทางเพื่อแสวงหาการพักผ่อนเพื่อ ความบันเทิงหรือเพื่อชุดประมงค์ก่อน ๆ ในทางสังคมการท่องเที่ยวจึงมีความเกี่ยวข้องกันดังนี้

2.1 เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของกลุ่มผู้เป็นเจ้าบ้าน ซึ่งจะต้องพยายามผ่อนความสมดุล ระหว่างผลที่ได้ทางเศรษฐกิจที่เกิดจากการท่องเที่ยวกับต้นทุนทางสังคม ที่เจ้าบ้านจะต้องสูญเสียไป กับการท่องเที่ยว

2.2 เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของผู้มาเยือนที่พยายามปลดปล่อยตัวเองจากสภาพสังคม และ เศรษฐกิจที่กดดันชีวิตความเป็นอยู่ปัจจุบัน

2.3 เกี่ยวข้องกับการพบปะสังสรรค์กัน ระหว่างวัฒนธรรมชนชาติ วิถีชีวิต ภัยชาติ ระดับของ ฐานะทางสังคมที่แตกต่างระหว่างกันและกัน เป็นต้น

2.4 เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ทางสังคมระหว่างคนแปลกหน้าสองกลุ่มคือ เจ้าของบ้าน และ ผู้มาเยือน

3. **ด้านสิ่งแวดล้อมและธรรมชาติ** การท่องเที่ยวต้องพึงระวังการทางธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ในระดับสูงที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบธุรกิจหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ต่าง

ก็ตระหนักรถึงความสำคัญของเรื่องดังกล่าว เป็นผลให้ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมได้รับการดูแลรักษา ให้อยู่ในสภาพที่ดี โดยการรณรงค์ให้ประชาชนหันมาให้ความสำคัญต่อการอนุรักษ์สภาพแวดล้อม และธรรมชาติในท้องถิ่นนั้น ๆ ให้น่าอยู่มากขึ้น (อุดม เหยกิวงศ์และคณะ, 2554)

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) นำมาใช้อย่างเป็นทางการ ประมาณ พ.ศ. 2541 ช่วงนั้นถือว่าเป็นคำที่เกิดใหม่ในวงการท่องเที่ยว คือ การท่องเที่ยวที่มีวัฒนธรรมเชิงลึก เน้นสภาพแวดล้อมซึ่งเกี่ยวข้องกับท้องถิ่นาด้วยวิถีชีวิตต่าง ๆ มนุษย์ พืช สัตว์ ในรูปแบบดั้งเดิมที่มีธรรมชาติเป็นแกน

องค์การสิ่งแวดล้อมแห่งสหประชาชาติ และสมาคมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้ความหมายไว้ว่า เป็นการท่องเที่ยวที่จะต้องไม่รบกวนลักษณะปกติทางธรรมชาติ มุ่งหวังในด้านการศึกษา ความพึงพอใจทัศนียภาพ พืชพรรณ ไม้ และสัตว์ตามธรรมชาติ รวมทั้งมีความเข้าใจในวัฒนธรรมอย่างดี

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หมายถึง การท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบในแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวเนื่องกับระบบนิเวศ สิ่งแวดล้อม และการท่องเที่ยว โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้อง ภายใต้การจัดการอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อเป็นการมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกที่ดีต่อการรักษาระบบธรรมชาติอย่างยั่งยืน

ลักษณะสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

1. เป็นรูปแบบในการท่องเที่ยว ที่มีการควบคุมจำนวนของนักท่องเที่ยวให้มีความสมดุลกับความสามารถที่จะกระทำการรองรับนักท่องเที่ยวของแต่ละพื้นที่
2. เป็นรูปแบบของการท่องเที่ยว ที่มีจุดสนใจหลักอยู่ที่สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ และหรือวัฒนธรรมที่ยังคงความดั้งเดิมและบริสุทธิ์ ห่างไกลความเจริญแบบสังคมเมือง
3. เป็นรูปแบบของการท่องเที่ยว ที่มุ่งเน้นให้คนท้องถิ่นาด้วยวิถีชีวิตต่าง ๆ ได้มีส่วนร่วมในกิจกรรม และได้รับผลตอบแทนทางเศรษฐกิจให้มากที่สุด
4. เป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อมธรรมชาติ และสัตว์ป่า

การกำหนดแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

องค์ประกอบสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มุ่งเน้นการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบ มุ่งให้ความรู้และเพิ่มประสบการณ์ให้แก่นักท่องเที่ยว ให้มีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติเป็นหลัก ซึ่งหลักเกณฑ์การกำหนดแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะประกอบด้วยข้อกำหนด

ต่าง ๆ ตามเกณฑ์ที่กองอนุรักษ์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และสมาคมไทย การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และพัฒนาภัยกำหนด ดังนี้

1. มีการจัดการพื้นที่ร่วมกับประชาชนในท้องถิ่น องค์กร ภาครัฐบาล องค์กรเอกชน องค์กรพัฒนาเอกชน องค์การบริหารท้องถิ่น (เทศบาล และอบต.)
2. มีความพร้อมในด้านของการบริหารจัดการ มีศูนย์ศึกษาธรรมชาติ และภายในศูนย์มีบริการอำนวยความสะดวก เช่น ห้องน้ำ ห้องน้ำสำหรับผู้พิการ ห้องสุขา การจัดการในลักษณะเข้าของบ้านที่ดี และมีความปลอดภัย
3. มีมัคคุเทศก์ท้องถิ่นที่รอบรู้ถูกต้อง และจริงจัง
4. หากแหล่งท่องเที่ยวนี้ที่พักแรม จะต้องเป็นที่พักแรมที่อยู่ในระดับที่มีการรักษาสิ่งแวดล้อมที่ถูกสุขลักษณะ
5. เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีระบบนิเวศสมบูรณ์
6. มีแพนท์ และคู่มือนำที่ยวประกอบป้ายสื่อความหมายเพื่อให้ความรู้ต่อนักท่องเที่ยว
7. มีการจัดทำเส้นทางศึกษาธรรมชาติ ทึ่งเส้นทางไปและกลับในเส้นทางเดิม โดยที่เส้นทางเป็นแบบทางรอบหรือวงกลม ระยะทางตั้งแต่ 1 กิโลเมตรเป็นต้นไป
8. มีป้ายสื่อความหมายบนเส้นทางศึกษาธรรมชาติไว้เป็นระยะ ๆ เพื่อให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว
9. มีแผนพัฒนาพื้นที่มีนโยบายต่อการรักษาสภาพแวดล้อมและภูมิปัญญาท้องถิ่นชัดเจน เช่น การจัดการขยะ การจัดการน้ำเสีย การจัดการป้องกันมลพิษต่าง ๆ
10. มีแผนพัฒนาบุคลากร ตลอดจนการบริการขั้นสูงระดับมาตรฐานสากล
11. มีการกำหนดขีดความสามารถรถ เพื่อการรองรับของพื้นที่จำนวนนักท่องเที่ยวต่อครั้งต่อวัน และปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด

องค์ประกอบหลักของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีองค์ประกอบหลักที่สำคัญของการท่องเที่ยวเกี่ยวข้องกันเป็นพื้นฐานกัน 4 ด้าน ดังนี้

1. องค์ประกอบด้านพื้นที่ พื้นที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว และเกี่ยวเนื่องกับธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น รวมถึงแหล่งวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวเนื่องกับระบบนิเวศในพื้นที่นั้น ท่องเที่ยวที่มีพื้นฐานอยู่กับธรรมชาติ
2. องค์ประกอบด้านกิจกรรมและกระบวนการ เป็นการท่องเที่ยวที่มีกระบวนการเรียนรู้ โดยศึกษาเกี่ยวกับสภาพแวดล้อม และระบบบินิเวศของแหล่งท่องเที่ยวนั้น เป็นการเพิ่มพูนความรู้ เพิ่มประสบการณ์ ความประทับใจ เพื่อปลูกจิตสำนึกที่ดีและถูกต้องต่อนักท่องเที่ยว ประชาชนปลูกจิตสำนึกที่ดีและ

ถูกต้องค่อนข้างท่องเที่ยว ประชาชนที่อยู่ในห้องถ่ายนี้และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง จึงเป็นการท่องเที่ยวสิ่งแวดล้อมศึกษา

3. องค์ประกอบด้านการจัดการ เป็นการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบ ไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม มีการจัดการที่ยั่งยืนครอบคลุมถึงการอนุรักษ์ทรัพยากร สิ่งแวดล้อม ป้องกันและกำจัดเศษพิษ อิกทั้งควบคุมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีขอบเขตและชั้นเชิงให้เกิดเป็นการท่องเที่ยวที่รับผิดชอบ โดยไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม

4. องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วม การท่องเที่ยวที่ดำเนินถึงการมีส่วนร่วมของชุมชนและประชาชนท้องถิ่นร่วมคิดวางแผน ปฏิบัติตาม ได้รับประโยชน์ ติดตามตรวจสอบร่วมบำรุงรักษา ทรัพยากร อันจะก่อให้เกิดผลกระทบประโยชน์ในห้องถิ่น เช่น การกระจายรายได้ การยกระดับคุณภาพชีวิตและการได้รับผลตอบแทน เพื่อกลับมาบำรุงรักษาและพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ เป็นการร่วมมือจากระดับล่าง ไปจนถึงการปักธงส่วนห้องถิ่น รวมไปถึงผู้เกี่ยวข้อง จึงเป็นการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของชุมชน

จากแนวคิดข้างต้นนี้ สรุปได้ว่าการท่องเที่ยวนี้มีความสำคัญต่อชุมชนในด้านของเศรษฐกิจ ทำให้ชุมชนมีรายได้จากการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ต้องมีองค์ประกอบที่เกี่ยวเนื่องกับธรรมชาติ วัฒนธรรมอันเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นของที่นี่ ๆ โดยมีธรรมชาติเป็นพื้นฐานสำคัญ ไม่รบกวนธรรมชาติหรือทำลายสภาพแวดล้อม วัฒนธรรมท้องถิ่น ต้องมีเข้าใจวัฒนธรรมท้องถิ่น มีจิตสำนึกรักษาสิ่งแวดล้อมและท้องถิ่น มีการบริหารจัดการที่ดี รวมไปถึงชุมชนและคนในท้องที่ต้องมีส่วนร่วมด้วย เพื่อก่อให้เกิดผลกระทบประโยชน์แก่ห้องถิ่นนี้ ๆ

หลักการออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์

ด้วยความก้าวหน้าของเทคโนโลยีทำให้อุปกรณ์สื่อสารพัฒนาเป็นอย่างมาก โทรศัพท์มือถือ ที่การใช้งานหลักเป็นเพียงการโทรศัพท์ ออก ได้เพิ่มรูปแบบการใช้งานใหม่ โดยใช้ระบบปฏิบัติการของโทรศัพท์มือถือร่วมกับเครื่องข่ายอินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ในปัจจุบันจึงต้องรองรับการใช้งานอุปกรณ์สื่อสารในรูปแบบใหม่ เพื่อประสิทธิภาพการเข้าถึงข้อมูล ศึกษาค้นคว้าได้อย่างไม่ติดเที่ยน การออกแบบเว็บไซต์ที่ได้รับความนิยมและถือว่ามีประสิทธิภาพอย่างมากในปัจจุบันคือ Responsive Web Design หรือที่เรารู้จักกันว่า การออกแบบเว็บไซต์ให้ใช้ได้กับทุกอุปกรณ์ สามารถแสดงผลบนอุปกรณ์ต่าง ๆ เช่น โนนิเตอร์คอมพิวเตอร์ สมาร์ตโฟน แท็บเล็ต รุ่นต่าง ๆ โดยคำนึงถึงความสะดวกให้มากที่สุด มีความพิเศษเพียงในการแสดงผลน้อยที่สุด

เมคเว็บอีซี่ (2559 : <http://www.makewebeeasy.com>) ได้กล่าวว่า จุดประสงค์ของ Responsive Web Design เพื่อ “ทำให้ User ใช้งานได้ง่ายที่สุด” โดย Responsive Web Design นี้ มีข้อดีคือ จะใช้ source code ตัวเดียว ทำให้ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย แต่จะสามารถปรับการแสดงผลให้

หมายเหตุกับอุปกรณ์ต่างๆ จากข้อมูล ณ มกราคม 2559 มีจำนวนผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตผ่านอุปกรณ์ การสื่อสารต่างมีมากถึง 38 ล้านคนจากจำนวนประชากร 68 ล้านคน และผู้ดูดหูเบื้องต้นซึ่งการ์ดมากถึง 82 ล้านบอร์ ประเทศไทยใช้อินเทอร์เน็ตมากเป็นอันดับที่ 4 ของโลก

เทคโนโลยีเว็บ 2.0 (Web 2.0 Technologies)

เว็บ 2.0 เป็นเทคโนโลยีเว็บที่เน้นการติดต่อสื่อสารแบบ 2 ทาง และการแลกเปลี่ยนแบ่งปันความรู้ ความบันเทิงระหว่างบุคคลภายในองค์กรและกลุ่มบุคคลต่างๆ ซึ่งการติดต่อระหว่างกันในลักษณะเช่นนี้ในปัจจุบันเรียกว่า สังคมเดนมอน (Virtual Communities) หรือ ชุมชนออนไลน์ (Communities Networking) ถือได้ว่าเป็นสังคมรูปแบบหนึ่งบนอินเทอร์เน็ต ตัวอย่างเว็บที่ใช้เทคโนโลยีเว็บ 2.0 อาทิ Youtube, Delicious, MySpace, Facebook, Second Life, Library Thing, Ning, Flickr, Twitter, WorldCat.org ซึ่งยังหมายรวมถึงเทคโนโลยีต่างๆ ที่มีในเว็บเพจ (ดิจิตชัช เมตตาภิการนท์, อรรถน์ บัณฑิตย์, 2552 ; Ghani, 2009; Peltier-Davis, 2009 ถ้ามองในดิจิตชัช เมตตาภิการนท์, 2558) ได้แก่

1. Blog หรือ WeBlog คือการสร้างและจัดเก็บวารสารส่วนตัว (Personal Journal) ลงบนเว็บไซต์ ซึ่งเนื้อหาใน Blog นั้นจะครอบคลุมทุกเรื่องเรื่องราวส่วนตัว หรือเรื่องเฉพาะค้าน โดยเนื้อหาดังกล่าวผู้ใช้สามารถเข้าไปเพิ่มเติม แก้ไข ปรับปรุงตลอดจนลบออกได้จากทั้งเจ้าของ Blog เองหรือจากผู้อ่านซึ่งภายใน Blog นั้นนอกจากจะประกอบด้วยเนื้อหาแล้ว ยังประกอบไปด้วย รูปภาพ การเชื่อมโยงข้อมูลไปยังเว็บไซต์อื่น (Hyperlink) หรือการบันทึกเสียง และไฟล์วิดีโอทั้งนี้ Blog จึงเป็นเครื่องมือที่สำคัญโดยเฉพาะให้สำหรับแลกเปลี่ยนหรือแบ่งปันความรู้ระหว่างเพื่อนร่วมงานในห้องสมุด หรือบุคคลที่สนใจในเรื่องเดียวกัน

2. Wiki ซึ่งเป็นเว็บพื้นฐานที่มีลักษณะการเชื่อมโยงภายในหน้าเว็บซึ่งหน้าเว็บดังกล่าวจะประกอบด้วย ข้อมูลความรู้หลากหลายเชิงคุณภาพ โดยอนุญาตให้ผู้ใช้เข้าไปแก้ไข เพิ่มเติมในบางส่วนและสามารถสร้างเนื้อหาในบทความ หรือนำบทความที่ลบก็กลับคืนสภาพกลับมา (Restore) ตลอดจนเพิ่มการเชื่อมโยง (Link) ซึ่งประกอบด้วยการเชื่อมโยงไปยังเนื้อหาที่เกี่ยวข้อง หรือใกล้เคียงกัน และการเชื่อมโยงซึ่งผู้แต่งหรือผู้เขียน โดย Wiki

3. Youtube คือ เว็บไซต์ที่ผู้ใช้งานสามารถเข้าไปแบ่งปันข่าวสาร ความรู้ต่างๆ ในรูปแบบของวิดีโอทัศน์ โดยการ โอนข้อมูลจากเครื่องแม่เครื่องข่ายผ่านทางระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดยห้องสมุดสามารถอัปโหลดไฟล์แนะนำห้องสมุดหรือกิจกรรมต่างๆ ของห้องสมุดขึ้นบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้

4. Tags หรือ ป้ายชื่อ ที่มีลักษณะเนื้อหาที่เขียนด้วยคำสั้น ๆ จากผู้ใช้เว็บซึ่งเป็นคำที่ผู้ใช้คิดขึ้นเอง เพื่อใช้แทนเนื้อหาของภาพหรือเรื่องราวนั้น ๆ โดยประโยชน์ที่เกิดจากการใส่ Tags คือผู้ใช้

สามารถค้นหาเนื้อหาหรือภาพที่เกี่ยวข้องกับคำที่ผู้ใช้กำหนดขึ้นได้จากเนื้อหัวหรือภาพที่คนอื่นนำมาโพสต์ได้ ตัวอย่างการใช้ Tags ใน การบริการบนเว็บ เช่น เว็บไซต์ Youtube และ Yahoo's MyWeb

5. RSS (Really Simple Syndication) คือ โปรแกรมสำหรับการรับสารสนเทศที่ทันสมัยซึ่งอยู่บนเว็บต่าง ๆ ได้ตลอดเวลา โดยรูปแบบของการนำเสนอเป็นผู้ใช้สามารถเลือกได้ว่าจะให้ส่งสารสนเทศเป็นแบบเนื้อหาเต็มรูปหรือแบบวิดีโอ ก็ได้ พร้อมทั้งจัดเรียงหน้าเอกสารให้ผู้ใช้สามารถเลือกอ่านตามหัวข้อที่ต้องการ ได้ บริการดังกล่าวจะทำให้ผู้ใช้ไม่ต้องเข้าเว็บไซต์ไปอ่านข่าวในแต่ละวัน แต่สารสนเทศต่าง ๆ จะถูกประมวลผลและส่งมายังเครื่องคอมพิวเตอร์ของผู้ใช้โดยอัตโนมัติทุกวันหรือทุกเวลาที่มีสารสนเทศใหม่ ๆ เกิดขึ้น ตัวอย่างเว็บที่ให้บริการโดยใช้ RSS เช่น หนังสือพิมพ์ออนไลน์ The New York Times, CNN หรือ BBC News หรือเว็บไซต์ที่ให้บริการเชิงพาณิชย์ เช่น WebMD, ESPN, Orbitz, People, Salon, Yahoo! และ eBay

6. Podcasts คือ บริการบนเวลต์ไวนรูปแบบของการเผยแพร่สารสนเทศและความรู้ในรูปแบบสื่อผสมซึ่งได้แก่ โปรแกรมที่สามารถ Podcast ได้ เช่น iTunes หรือ iPodder ซึ่งสามารถเลือกรายการที่สนใจแล้วโหลดมาใช้งานได้ทันที ดังนั้n Podcasts จึงเป็นแหล่งเผยแพร่ แลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างห้องสมุดจากทุกมุมโลก ตัวอย่าง เช่น ความรู้ในเรื่องของ กារพยาบาล ดนตรี กีฬา การเมือง เศรษฐกิจ และสังคม

7. Instant Messaging (IM) หรือระบบส่งข้อความแบบทันที เป็นระบบที่ใช้แลกเปลี่ยนข้อความ สารสนเทศหรือความรู้แบบสั้น ๆ ระหว่างบุคคล 2 คนหรือเป็นกลุ่มที่อยู่ในเครือข่ายเดียวกัน ลักษณะนี้พิมพ์ได้จากการสนทนาออนไลน์ (Chat) ผ่านอินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ของ MSN Messenger, AOL Instant Messenger, Yahoo! Messenger, Google Talk, NET Messenger Service, Jabber และ ICQ ระบบส่งข้อความแบบทันที จึงเป็นอีกหนึ่งเครื่องมือที่ใช้แลกเปลี่ยนข้อมูลสารสนเทศระหว่างห้องสมุด ได้เป็นอย่างดี

8. Facebook เป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่มุ่งเน้นการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลด้วยการสร้างและแบ่งปันเนื้อหา ตลอดจนการมีส่วนร่วมในกิจกรรมและโปรแกรมเสริมต่าง ๆ สำหรับการใช้ประโยชน์จาก facebook ในห้องสมุดนั้นมีหลากหลายลักษณะ (เกิดศักดิ์ไม่เท่าทาง อ้างถึงใน ค ชิตชัย เมตตาภิกานนท์, 2558 : 181)

แนวคิดหรือทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิตสื่อ

รัชนีกร ทรัพย์ชื่นสุข (2556) สรุปว่า การวางแผนการผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ คือ การจัดกำลังขั้นตอนในการผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ให้สำเร็จตามวัตถุประสงค์ นโยบายและเป้าหมายที่กำหนดไว้ก่อนลงมือปฏิบัติการผลิต ทั้งในรูปการกำหนดเนื้อหา ระยะเวลา กำลังผู้ผลิต วัสดุอุปกรณ์การผลิตตลอดถึงงบประมาณในการผลิต ทั้งนี้ เพื่อการผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์



ให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และให้ผลผลิตคุ้มค่าการผลิตทั้งด้านการลงทุนลงแรง และการนำเพยแพร่

การวางแผนการผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์มีสิ่งที่ต้องกำหนด เป็นขั้นตอนอันดับแรกของ การผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ที่จะสามารถส่งผลให้การผลิตประสบผลสำเร็จ หรือเกิดความ สัมฤทธิ์ไม่ได้แผนการผลิตที่ดีจะต้องสามารถปรับเปลี่ยนได้ตามสถานการณ์และสภาพแวดล้อมที่ เปลี่ยนไป

หลักการออกแบบเว็บไซต์

ในการออกแบบเว็บไซต์ จะต้องนำข้อมูลต่าง ๆ ที่รวมรวมไว้ ไม่ว่าจะเป็นวัตถุประสงค์ของ เว็บไซต์ กลุ่มผู้ชมเป้าหมาย ตลอดจนเนื้อหาทั้งหมด แนวความคิด จัดรูปแบบ ฯลฯ ที่ต้องคำนึงถึง จัดวางโครงสร้างและกำหนดรูปแบบของเว็บไซต์จะนำเสนอสู่ผู้ชม การออกแบบเว็บไซต์มี องค์ประกอบ 2 ส่วน คือ

1. การออกแบบโครงสร้างเว็บไซต์ (Site Structure Design) โครงสร้างเว็บไซต์ เป็นแผนผัง ของการดำเนินการที่ต้องคำนึงถึงเนื้อหาที่ต้องนำเสนอ ทั้งหมด ซึ่งจะทำให้รู้ว่าทั้งเว็บไซต์ประกอบไป ด้วยเนื้อหาอะไรบ้าง และมีเว็บเพจหน้าไหนที่เกี่ยวข้อง เชื่อมโยงถึงกัน ดังนั้นการออกแบบ โครงสร้างเว็บไซต์จึงเป็นเรื่องสำคัญ เปรียบเสมือนกับการเขียนแบบอาคารก่อนที่จะลงมือสร้าง เพราะจะทำให้มองเห็นหน้าตาของเว็บไซต์เป็นรูปธรรมมากขึ้น สามารถออกแบบระบบ เนวิกชั่น ได้เหมาะสม และมีแนวทางการทำงานที่ชัดเจนสำหรับขั้นตอนต่อไป นอกจากนี้โครงสร้างเว็บไซต์ ที่ดีช่วยให้ผู้ชมไม่สับสนและค้นหาข้อมูลที่ต้องการ ได้อย่างรวดเร็ว

วิธีจัดโครงสร้างเว็บไซต์สามารถทำได้หลายแบบ แต่แนวคิดหลักๆ ที่นิยมใช้กันมีอยู่ 2 แบบ คือ (ในทางปฏิบัติอาจมีการใช้หลายแนวคิดผสมผสานกันก็ได้)

1.1 จัดตามกลุ่มเนื้อหา (content-based structure)

1.2 จัดตามกลุ่มผู้ชม (user-based structure)

รูปแบบของโครงสร้างเว็บไซต์ สามารถกว้างรูปแบบโครงสร้างเว็บไซต์ได้หลายแบบตามความ เหมาะสม เช่น

1. แบบเรียงลำดับ (Sequence) หมายความว่าเว็บไซต์ที่มีจำนวนเว็บเพจไม่น่า ก หรือเว็บไซต์ที่ มีการนำเสนอข้อมูลแบบที่จะขั้นตอน

2. แบบระดับชั้น (Hierarchy) หมายความว่าเว็บไซต์ที่มีจำนวนเว็บเพจมากขึ้น เป็นรูปแบบที่ พับได้ทั่วไป

3. แบบผสม (Combination) หมายความว่าเว็บไซต์ที่ซับซ้อน เป็นการนำข้อดี ของรูปแบบทั้ง สองข้างด้วยกัน

2. การออกแบบระบบเนวิกชัน (Site Navigation Design)

เป้าหมายของ ระบบนำทาง หรือ เนวิกชัน คือช่วยให้ผู้ชมเข้าถึงข้อมูลที่ต้องการได้อย่างรวดเร็วและไม่หลงทาง ดังนั้นองค์ประกอบของระบบนำทางจึงมี 2 ส่วนด้วยกันคือ

2.1 เครื่องนำทาง (Navigation Controls) คือเครื่องมือสاحรับให้ผู้ชมเปิดไปยังเว็บภายในเว็บไซต์ โดยแยกได้เป็นสองประเภท คือ

1) เมนูหลัก เป็นเมนูสاحรับเปิดไปยังหัวข้อเนื้อหาหลักของเว็บไซต์ มักอยู่ในรูปของกลุ่มลิงก์ที่เป็นข้อความหรือภาพกราฟิก และรวมมีปราภกอยู่บนเว็บเพจทุกหน้า

2) เมนูเฉพาะกลุ่ม เป็นเมนูที่เชื่อมโยงเว็บเพจปัจจุบันกับเว็บเพจอื่นภายในกลุ่มย่อยที่มีเนื้อหาเกี่ยวนี้อยู่ท่านนี้ มักอยู่ในรูปของกลุ่มลิงก์ข้อความหรือภาพกราฟิกเช่นกัน

3) เครื่องมือเสริม สำหรับช่วยเตรียมการทำงานของเมนูนี้ได้หลากหลายรูปแบบ เช่น ช่องค้นหาข้อมูล (search box) เมนูแบบครีอปดาวน์ (drop-down menu) อิมเมจแมพ (image map) แผนผังเว็บไซต์ (Site map)

2.2 เครื่องบอกตำแหน่ง (Location Indicator) เป็นสิ่งที่ใช้แสดงว่าขณะนี้ผู้ชมกำลังอยู่ที่ตำแหน่งใดในเว็บไซต์ เครื่องบอกตำแหน่งมีได้หลายรูปแบบ เช่น ข้อความหรือภาพกราฟิกที่แสดงชื่อเว็บเพจ หรือข้อความบ่งชี้ทำงานองนั้นและบ่อยครั้งที่เครื่องบอกตำแหน่งจะกรุ่นไว้กับตัวเมนูโดยแสดงด้วยสีหรือรูปแบบที่แตกต่างไปจากปุ่มเมนูอื่น ๆ

ลักษณะระบบเนวิกชันที่ดี

1. อยู่ในตำแหน่งที่เห็นได้ชัดและเข้าถึงง่าย เช่น ส่วนบนหรือด้านซ้ายของเว็บเพจ
2. เข้าใจง่ายหรือมีข้อความกำกับชัดเจน ผู้ชมใช้ได้ทันทีโดยไม่ต้องเสียเวลาศึกษา
3. มีความสม่ำเสมอ และเป็นระบบ ไม่ชวนให้ลับสนหรือกลับไปกลับมา
4. มีการตอบสนองเมื่อใช้งาน เช่น เปลี่ยนสีเมื่อผู้ชมเข้ามาสู่หรือคลิก
5. มีจำนวนรายการพอเหมาะสม ไม่มากเกินไป
6. มีหลายทางเลือกให้ใช้ เช่น เมนูกราฟิก, เมนูข้อความ, ช่องค้นหาข้อมูล (search box), เมนูแบบครีอปดาวน์ (drop-down menu), แผนผังเว็บไซต์ (site map)
7. มีลิงก์ให้คลิกกลับไปยังโฆษณาได้เสมอ เพื่อให้ผู้ชมกลับไปเริ่มต้นใหม่ได้ในกรณีที่หลงทางไม่รู้ว่าตัวเองอยู่ที่ตำแหน่งใด

การออกแบบเว็บเพจ (Page Design)

วิธีที่สะดวกที่สุดในการออกแบบเว็บเพจ ก็คือใช้โปรแกรมสร้างภาพกราฟิก เช่น Photoshop หรือ Fireworks วางแผนของหน้าและสร้างองค์ประกอบต่างๆขึ้นมาให้ครบสมบูรณ์ในภาพเดียวไม่ว่าจะเป็นโลโก้ ชื่อเว็บไซต์ ปุ่มเมนู ปุ่มไอคอน ถนนสีภาพเคลื่อนไหว และอื่น ๆ เนื่องจาก

โปรแกรมเหล่านี้มีเครื่องมือพร้อมสำหรับงานดังกล่าว อีกทั้งในขั้นสุดท้ายสามารถจะบันทึกองค์ประกอบทั้งหมดแยกเป็นไฟล์กราฟิกอย่างพร้อมกับไฟล์ HTML เพื่อนำไปใช้เป็นต้นแบบในโปรแกรมสร้างเว็บเพจได้ทันที

ส่วนประกอบของหน้าเว็บเพจ

1. ส่วนหัว (Page Header) อยู่ตอนบนสุดของหน้า เป็นบริเวณที่สำคัญที่สุด เนื่องจากผู้ใช้งานมองเห็นก่อนบริเวณอื่น ส่วนใหญ่นิยมใช้วางโลโก้ ชื่อเว็บไซต์ ป้ายโฆษณา ลิงก์สำหรับการคิดต่อ หรือลิงก์ที่สำคัญ และระบบนำทาง



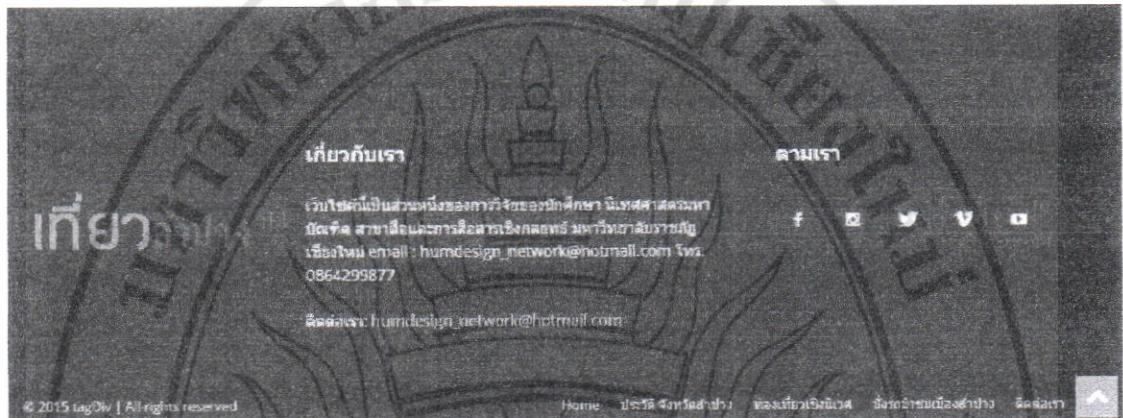
ภาพที่ 2.1 ภาพส่วนหัวของเว็บเพจ (Page Header)

2. ส่วนของเนื้อหา (Page Body) อยู่ตอนกลางหน้า ใช้แสดงเนื้อหาของเว็บเพจนั้นซึ่งอาจประกอบไปด้วยข้อความ กາພກຮາຟຶກ ຕາຮາງຂ້ອນລຸ ແລະ ອື່ນ ຈຸບຄັ້ງເມຸນຫລັກຫຼູມພາກລຸ່ມ ຈາກນາອຸ່ນສ່ວນນີ້ໄດ້ ໂດຍນັກຈະວາງໄວ້ດ້ານຊ້າຍນີ້ສຸດເນື່ອງຈາກຜູ້ໃຈຈະນອງເຫັນໄດ້ຈ່າຍກວ່າ



ກາພົໍ່ 2.2 ກາພສ່ວນຂອງນີ້ອໍາຫາ (Page Body)

3. ส่วนท้าย (Page Footer) อยู่ด้านล่างสุดของหน้า ส่วนใหญ่จะนิยมใช้วางระบบนำทางแบบที่เป็นลิงค์ข้อความง่าย ๆ นอกจากนี้ก็อาจจะมีเช่นเดียวกับ ข้อความแสดงคงลิขสิทธิ์และอีเมลยอดคลิกของผู้ดูแลเว็บไซต์



ภาพที่ 2.3 ภาพส่วนท้าย (Page Footer)

4. แถบข้าง (Side Bar) ในปัจจุบันนิยมออกแบบด้านข้างของหน้าเว็บเพจให้น่าสนใจเพื่อใช้วางป้ายโฆษณา หรือลิงค์แนะนำเกี่ยวกับการบริการของเว็บไซต์ เป็นต้น

แนวคิดในการออกแบบเว็บเพจ

1. ศึกษาจากเว็บไซต์อื่น ๆ โดยสามารถศึกษาจากเว็บไซต์ต่าง ๆ ที่มีอยู่แล้ว และนำรูปแบบที่เหมาะสมมาประยุกต์ไว้ (ไม่ใช่การลอกแบบ) ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องแนวคิดการออกแบบ การใช้สี ข้อความ กราฟิก การจัดองค์ประกอบศิลป์ และเทคนิคที่ใช้สร้างเว็บเพจ

2. ประยุกต์รูปแบบจากสิ่งพิมพ์ สิ่งพิมพ์ เช่น นิตยสาร แผ่นพับ โปรดัชชัน ไปสแตชั่น และหนังสือบางเล่ม มีรูปแบบที่สวยงามซึ่งนำมาใช้เป็นแนวทางการออกแบบเว็บเพจได้

ในด้านของข้อความและกราฟิก เว็บเพจที่มีข้อความมาก ๆ อาจทำให้ผู้ชมรู้สึกกลัว และเมื่อเฝ้ารออย่างอ่อนโยนหายใจ ในการตรวจสอบข้อมูลนี้แล้วรูปภาพอย่างเดียวผู้ชมก็อาจสับสน เพราะบางที่ดูรูปแล้วไม่เข้าใจว่าต้องการนำเสนออะไร ดังนั้นควรออกแบบเว็บเพจในแนวทางกลาง ๆ ไม่มีองค์ประกอบอย่างใดอย่างหนึ่งมากหรือน้อยจนเกินไป แต่ต้องให้เหมาะสมกับเนื้อหาและกลุ่มผู้ชม

เว็บเพจที่จัดแบบเรียบง่ายแต่คุณจะสร้างความน่าสนใจและน่าเชื่อถือกับผู้ชม นอกจากรูปแบบการวางตำแหน่งของเนื้อหาต่าง ๆ อย่างมีระเบียบเป็นสัดส่วน ก็ทำให้ผู้ชมหากข้อมูลที่ต้องการได้อย่างรวดเร็ว

การให้ความสำคัญกับส่วนบนของเว็บเพจ

ส่วนสำคัญที่สำคัญของเว็บเพจ คือ ด้านบนสุดของหน้า ซึ่งผู้ชมจะสัมผัสได้ทันเมื่อเปิดเข้ามาที่หน้านั้น เว็บเพจส่วนใหญ่นิยมจัดวางองค์ประกอบดังนี้

1. โลโก้และชื่อของเว็บไซต์
2. ระบบนำทาง, ลิงก์ที่สำคัญ และเครื่องมือเสริมสำหรับค้นหาข้อมูลภายในเว็บไซต์
3. ป้ายโฆษณา หรือข้อความที่สำคัญ

สร้างระดับความสำคัญของเนื้อหา

การสร้างระดับความสำคัญขององค์ประกอบต่าง ๆ บนเว็บเพจ จะช่วยให้ผู้ชมมองเห็นว่าส่วนไหนสำคัญมากหรือน้อย ได้อย่างรวดเร็ว ตัวอย่างเช่น ข้อความขนาดใหญ่แสดงว่าสำคัญกว่าข้อความขนาดเล็ก เป็นต้น ลักษณะขององค์ประกอบต่าง ๆ ที่ต้องคำนึงถึงมีดังนี้

1. ตำแหน่งและลำดับขององค์ประกอบบนเว็บเพจ

2. สี และขนาดขององค์ประกอบ

3. การใช้ภาพเคลื่อนไหว หรือข้อความที่เคลื่อนไหวได้ ซึ่งจะดึงดูดสายตามากกว่าองค์ประกอบทั่วไป

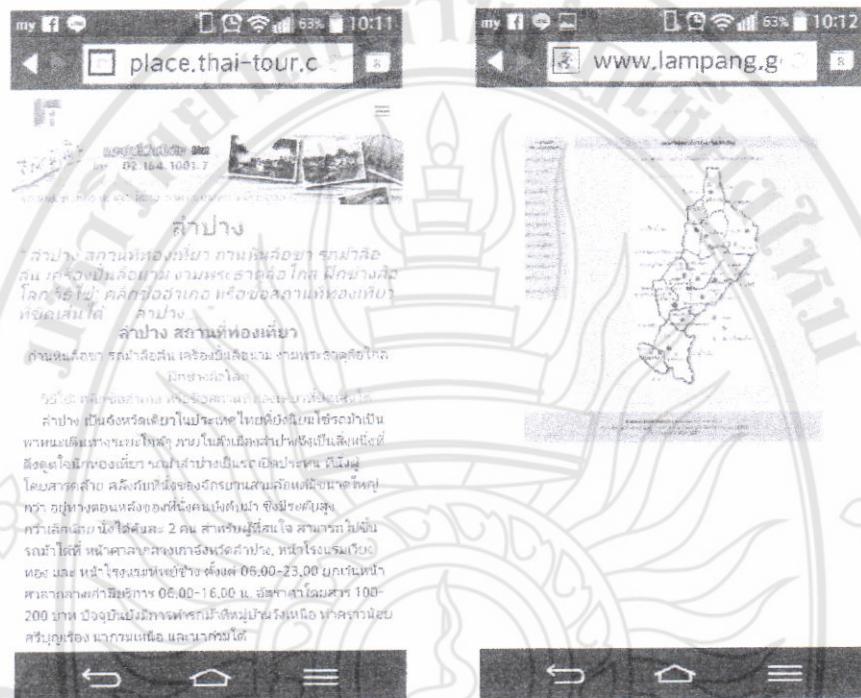
ใช้กราฟิกให้พอดี

การใช้กราฟิกบนเว็บเพจจะให้ผลทั้ง 2 ด้าน คือด้านหนึ่งช่วยให้เว็บเพจสวยงามและน่าสนใจ แต่อีกด้านหนึ่งถ้าใช้กราฟิกมากเกินไปอาจทำให้ดูรกตาก และเว็บเพจโหลดได้ช้าผู้ชมต้องเสียเวลา รอนาน ดังนั้นจึงควรจำกัดปริมาณของภาพกราฟิกที่นำมาใช้ให้เหมาะสม

ออกแบบขนาดของเว็บเพจให้พอดีกับหน้าจอ

การออกแบบเว็บเพจที่ดีนั้น ต้องคำนึงถึงกลุ่มผู้ชมเป้าหมายต่างๆ ให้พอดีกับหน้าจอ ไม่ว่าจะเป็นภาพที่มีความละเอียด (resolution) ที่พิกเซล และกำหนดว่าจะให้เว็บเพจของคุณแสดงผลได้ดีบนจอมือถือ คอมพิวเตอร์ แท็บเล็ต หรือโน้ตบุ๊ก 2 ระดับ คือ

1. ขนาด 1024×768 พิกเซล
2. ขนาด 280×800 หรือ 1280×1024 พิกเซล
3. ขนาด 1280×800 หรือ 1280×1024 พิกเซล



ภาพที่ 2.4 ผลของเว็บไซต์ที่รับอุปกรณ์สื่อสาร และไม่รับอุปกรณ์สื่อสาร

หากออกแบบเว็บเพจสำหรับจอ 1024×768 พิกเซล ผู้ชมที่ใช้ความละเอียดเท่ากันนี้สามารถมองเห็นหน้าจอได้พอดีเต็มจอภาพ แต่ถ้าผู้ชมใช้ความละเอียด 1280×1024 ขนาดของเว็บเพจจะคงอยู่เดิม ไม่ขยายให้เต็มจอ

ในทางกลับกัน ถ้าออกแบบเว็บเพจสำหรับจอ 1280×1024 พิกเซล ผู้ชมที่ใช้ความละเอียดเท่านี้ จะชุมไม่ได้พอดีเต็มจอภาพ แต่สำหรับผู้ชมที่ใช้ความละเอียด 1024×768 หน้าเว็บเพจนี้จะตื้นๆ โดยปรเดินคำัญที่สุดอยู่ที่ความกว้างของเว็บเพจ ซึ่งไม่ควรออกแบบให้กว้างเกินจากภาพของผู้ชม เพราะจะทำให้ต้องเลื่อนหน้าจอในแนวนอนเพื่อดูเนื้อหาที่ต่อไป ซึ่งไม่สะดวก ส่วนทางความสูงนั้นไม่เป็นปัญหานัก แต่ถ้าคราวใดเนื้อหาที่สำคัญสามารถมองเห็นได้ทันทีโดยผู้ชมไม่ต้องเลื่อนขึ้นลง

เนื่องจากปัจจุบันยังมีผู้คนจำนวนหนึ่งที่ใช้ขอความละเอียดเพียง 800×600 พิกเซล ตั้งนั้นจึงมี หลายเว็บไซต์ที่ออกแบบเว็บเพจกร้างไม่เกิน 800 พิกเซลเท่านั้น (ความกว้างที่ใช้ได้จริง หรือ ประมาณ 780 พิกเซล)

เลือกใช้สื่อย่างเหมาะสม

การออกแบบเว็บเพจให้สวยงามนั้น ส่วนหนึ่งจะขึ้นอยู่กับการเลือกใช้ชุดสีที่สมก調กลืนกัน เช่น สีของพื้นเว็บเพจ, ลิ้งค์ความ และสีขององค์ประกอบอื่น ๆ เช่น ภาพฟิก ปุ่มเมนู ลิงก์ และการใช้สีนั้นยังบ่งบอกถูกต้องของเว็บไซต์ด้วยว่าเนื้อหาอุปมาในแนวไหนเทคนิคการจัดโครงสร้างหน้าเว็บเพจ

จัดหน้าเว็บเพจด้วยตาราง

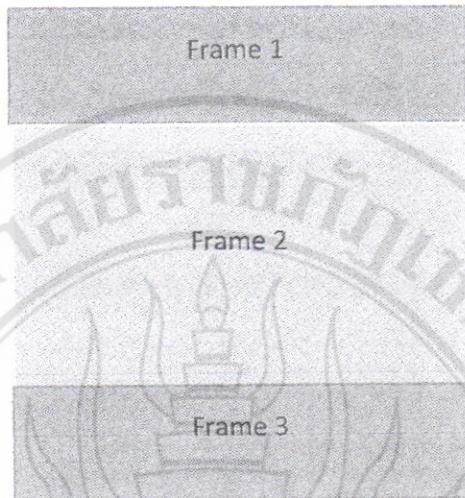
ตาราง (table) เป็นเครื่องมือหลักที่นักออกแบบเว็บทั่วไปนิยมนำมาใช้ช่วยจัดตำแหน่งในการวางเนื้อหาลงบนส่วนต่างๆ ของเว็บเพจ เพราะสามารถจัดการได้ง่าย ซึ่งจะพบได้ในพื้นที่เว็บเพจ ส่วนใหญ่

จัดหน้าเว็บเพจด้วย AP Element

AP Element (เดิมเรียกว่า “ເລຍອ່ົ້”) เป็นเครื่องมือที่ช่วยให้ออกแบบโครงสร้างของเว็บเพจ ได้อย่างอิสระ โดยจะจัดวางเนื้อหาต่างๆ ลงตรงส่วนใดของหน้าก็ได้ตามต้องการ ไม่มีข้อจำกัดว่า ต้องวางเป็นແຕວແລະ คลอด้มນໍາທີ່ມີຄວາມຕ່າງໆ นอกจากนี้ยังสามารถใช้กราฟิกเพิ่มเติม ได้อีกด้วย ใน Dreamweaver สามารถเปลี่ยน AP Element ไปเป็นตารางหรือกลับกันก็ได้

จัดหน้าเว็บเพจด้วยเฟรม

เฟรม (frame) คือการแบ่งพื้นที่บนวินโดว์ของบราวเซอร์ออกเป็นส่วน ๆ เพื่อแสดงเนื้อหาจากน้ำหลายเว็บเพจพร้อมกัน โดยมีเว็บเพจหลัก (frameset) เป็นตัวควบคุมการแบ่งพื้นที่ และกำหนดว่าเว็บเพจใดจะถูกแสดงในเฟรมย่อยใด



ภาพที่ 2.5 การจัดหน้าเว็บด้วยฟรม

จัดหน้าเว็บเพจด้วย CSS Layout

เป็นเทคนิคที่กำลังได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นเนื่องจากมีความยืดหยุ่นสูง แม้ว่าการเริ่มต้นจะมีขั้นตอนที่ยุ่งยากกว่า !! แต่ Dreamweaver ก็ได้เตรียมรูปแบบโครงการสร้างสำหรับรูปที่นิยมกันทั่วไปให้มาแล้ว ซึ่งคุณสามารถนำมารับแต่งเพิ่มเติมได้

ขั้นตอนการพัฒนาเว็บไซต์

กระบวนการพัฒนาเว็บไซต์แบ่งออกเป็นขั้นตอนต่าง ๆ ซึ่งมีอยู่หลายแนวคิด หนังสือเด่นนี้จึงขอรวบรวมและสรุปมาเฉพาะประเด็นสำคัญ ๆ เพื่อให้เหมาะสมสำหรับผู้เริ่มต้นที่จะใช้เป็นแนวทางในการสร้างเว็บไซต์ตั้งแต่แนวคิดจนถึงขนาดกลาง

1. กำหนดเป้าหมายและวางแผน (Site Definition and Planning) ในการพัฒนาเว็บไซต์ควรกำหนดเป้าหมายและวางแผนไว้ล่วงหน้า เพื่อให้การทำงานในขั้นตอนต่อๆ ไปมีแนวทางที่ชัดเจน

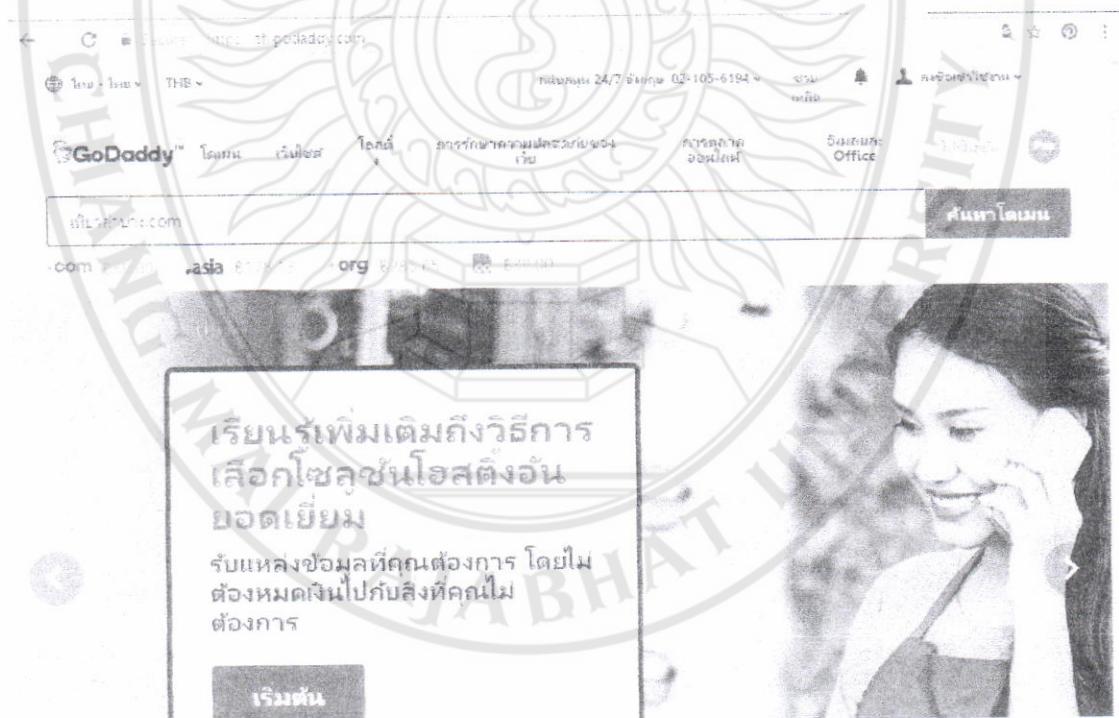
1.1 กำหนดวัตถุประสงค์ของเว็บไซต์ เพื่อให้เห็นภาพที่ชัดเจนว่าเว็บไซต์นี้ต้องการนำเสนอ หรือต้องการให้เกิดผลอะไร เช่น เป็นเว็บไซต์สำหรับให้ข้อมูลหรือขายสินค้า ซึ่งวัตถุประสงค์นี้ จะเป็นตัวกำหนดรายละเอียดอื่นๆ ที่จะตามมา เช่น โครงสร้างของเว็บไซต์ รวมทั้งลักษณะหน้าตาและสีสันของเว็บเพจ ในกรณีที่เป็นเว็บไซต์ของบริษัทหรือองค์กร วัตถุประสงค์นี้ก็จะต้องวางแผนให้สอดคล้องกับภารกิจขององค์กรด้วย

1.2 กำหนดคอกลุ่มผู้ชมเป้าหมาย เพื่อจะได้ทราบถึงผู้ใช้งานหลัก และออกแบบเว็บไซต์ให้ตอบสนองความต้องการหรือโคนใจผู้ชมกลุ่มนั้นให้มากที่สุด ไม่ว่าจะเป็นการเลือกเนื้อหา โทนสี กราฟิก เทคโนโลยีที่นำมาสนับสนุน และอื่น ๆ

1.3 เตรียมแหล่งข้อมูล เนื้อหาหรือข้อมูลคือสาระสำคัญที่แท้จริงของเว็บไซต์ ว่าข้อมูลที่จำเป็นต้องใช้จะมาจากแหล่งใดได้บ้าง เช่น ถ้าเป็นเว็บของบริษัท ใครที่จะเป็นผู้ให้ข้อมูล หรือถ้าเป็นเว็บข่าวสาร ข่าวนั้นจะมาจากแหล่งใด มีลิขสิทธิ์หรือไม่

1.4 เตรียมทักษะหรือบุคลากร การสร้างเว็บต้องอาศัยทักษะหลาย ๆ ด้าน เช่น ในการเตรียมเนื้อหา ออกแบบกราฟิก เขียนโปรแกรม และการดูแลเว็บเซิร์ฟเวอร์ เป็นต้น ซึ่งถ้าเป็นเว็บไซต์ขนาดใหญ่อาจจะต้องใช้บุคลากรเป็นจำนวนมาก แต่สำหรับเว็บไซต์เล็ก ๆ ที่ต้องดูแลเพียงคนเดียว ผู้สร้างจะต้องศึกษาหาความรู้ในเรื่องนั้น ๆ เพื่อเตรียมพร้อมเอาไว้

1.5 เตรียมทรัพยากรต่าง ๆ ที่จำเป็น เช่น โปรแกรมสำหรับสร้างเว็บไซต์ โปรแกรมสำหรับสร้างกราฟิก กาแฟคัลตี้อนไลน์ และมัลติมีเดีย โปรแกรมยูทิลิตี้ โปรแกรมสร้างฐานข้อมูล และอื่น ๆ ที่ต้องใช้ การจดทะเบียนโดเมนเนม ตลอดจนการเตรียมมาสู่ให้บริการรับฝากเว็บไซต์ (web hosting) และเดือดแผนบริการที่เหมาะสม



ภาพที่ 2.6 ॥สคงการจดโดเมนเนม

2. วิเคราะห์และจัดโครงสร้างข้อมูล (Analysis and Information Architecture) ขั้นตอนนี้จะเป็นการนำข้อมูลต่าง ๆ ที่รวบรวมได้จากขั้นแรก ไม่ว่าจะเป็นวัตถุประสงค์ของเว็บไซต์ คุณลักษณะ และข้อจำกัดของกลุ่มผู้ชมเป้าหมาย รวมทั้งเนื้อหาหลักของเว็บไซต์ นำมาประเมิน วิเคราะห์ และจัดระบบเพื่อให้ได้โครงสร้างข้อมูลและข้อกำหนด ซึ่งจะใช้เป็นกรอบสำหรับการออกแบบและดำเนินการในขั้นต่อ ๆ ไป ยกตัวอย่างจากขั้นตอนนี้ควรประกอบไปด้วย

2.1 แผนผังโครงสร้างของเว็บไซต์ (site structure), สารบัญ (table of content), ลำดับการนำเสนอ (Storyboard) หรือผังงาน (flowchart)

2.2 ระบบนำทางหรือเนวิเกชัน (navigation) ซึ่งผู้ชมจะใช้สำหรับเปิดเข้าไปยังส่วนต่าง ๆ ของเว็บไซต์ ตัวอย่างเช่น โครงสร้างและรูปแบบของเมนู

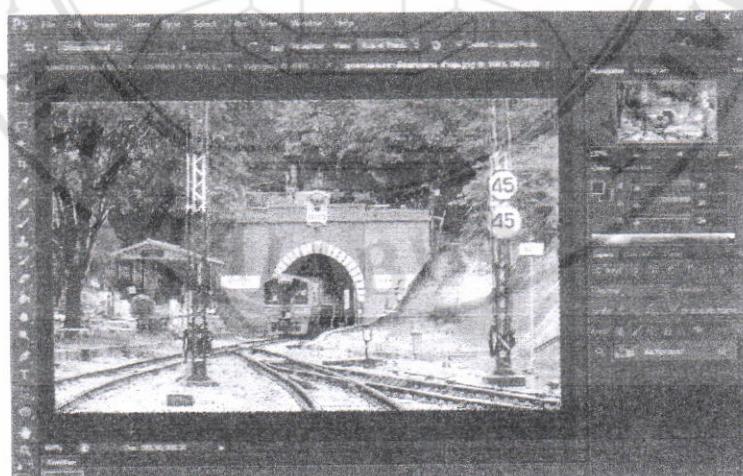
2.3 องค์ประกอบที่จะนำมาใช้บนเว็บเพจนิยะไรบ้ำง เช่น ภาพกราฟิก เสียง วิดีโอ นักพากย์เดี่ยว แบบฟอร์ม ๆ กๆ อะไรบ้ำงที่บรรยายเรื่องราวของผู้ใช้งานสนับสนุน หรือต้องอาศัยโปรแกรมเสริม

2.4 ข้อกำหนดเกี่ยวกับลักษณะหน้าตาและรูปแบบของเว็บเพจ

2.5 ข้อกำหนดของโปรแกรมภาษาสคริปต์หรือแอพพลิเคชัน แกะฐานข้อมูลที่ใช้ในเว็บไซต์

2.6 คุณสมบัติของเว็บเซิร์ฟเวอร์ รวมถึงข้อกำหนดและบริการเสริมต่าง ๆ ที่มีให้

3. ออกแบบเว็บเพจและเตรียมข้อมูล (Page Design and Content Editing) เป็นขั้นตอนของการออกแบบเค้าโครง หน้าตา และลักษณะทางด้านกราฟิกของหน้าเว็บเพจเพื่อให้ผู้ชมเกิดอารมณ์ความรับรู้ต่อเว็บเพจตามที่ต้องการ ดังนั้นผู้ที่ทำหน้าที่นี้จึงควรมีความสามารถทางด้านศิลปะโปรแกรมที่เหมาะสมจะใช้ในการออกแบบคือ Adobe Photoshop หรือ Adobe Fireworks สำหรับผลลัพธ์ที่ได้จะประกอบด้วยไฟล์กราฟิกต่าง ๆ ที่ใช้บนเว็บเพจ เช่น โลโก้ ภาพพื้นหลัง ปุ่มเมนู ไอคอนที่เป็นหัวคลิ๊ก และป้ายโฆษณา



ภาพที่ 2.7 การปรับแต่งภาพกราฟิกด้วยโปรแกรม Adobe Photoshop



ภาพที่ 2.8 ก้าวไปในร่องสร้างเว็บไซต์ด้วยโปรแกรม Wordpress

การออกแบบเว็บเพจยังรวมไปถึงการกำหนดสีลักษณะรูปแบบของตัวหนอนต่าง ๆ ที่ไม่ใช่ภาพกราฟิก เช่น ฟอนต์ขนาด และสีข้อความ ตีพิมพ์บริเวณที่ว่าง สีและគัดลายของเส้นกรอบเป็นต้น นอกจากนั้นองค์ประกอบเบสิคอื่นๆ ของเว็บเพจก็ต้องถูกเครื่ม ไว้ด้วย เช่น ก้าวเคลื่อน ไฟล์ Flash และโปรแกรม JavaScript ที่ใช้ได้ตอบกับผู้ชุมชนหรือลิ้นซอฟเฟิล์ด์ ในส่วนของเนื้อหา ขั้นตอนนี้จะเป็นการนำเอาเนื้อหาที่เลือกไว้มาปรับแก้ และตรวจสอบ ความถูกต้อง เพื่อให้พร้อมสำหรับจะนำไปใส่เว็บเพจแต่ละหน้าในขั้นตอนก้าวไป

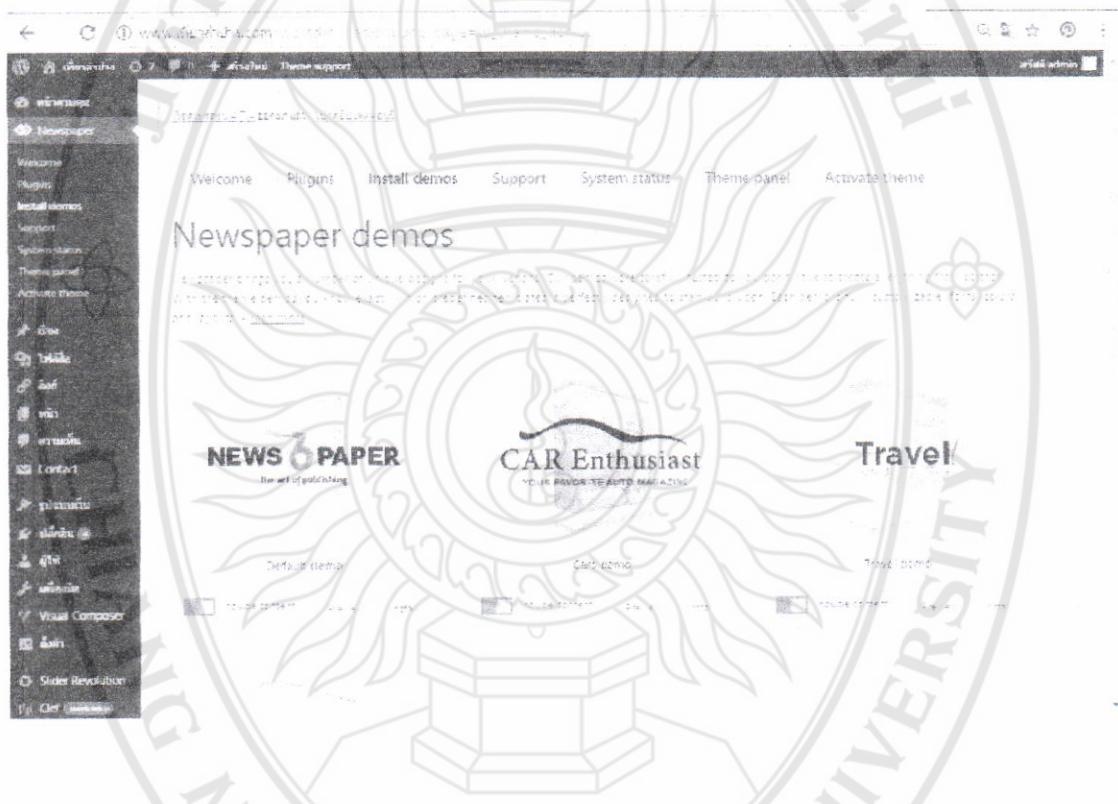
4. ลงมือสร้างและทดสอบ (Construction and Testing) เป็นขั้นตอนสร้างเว็บเพจขึ้นมาจริง โดยอาศัยเดาโครงสร้างและองค์ประกอบกราฟิกตามที่ออกแบบไว้ เนื้อหาต่าง ๆ จะถูกนำมาใส่ และจัดรูปแบบลิงก์ ระบบนำทางถูกสร้างและองค์ประกอบเสริมต่าง ๆ ถูกวางแผนเข้าไป

อย่างไรก็ตามเมื่อลงมือสร้างเว็บเจริญ อาจพบว่าลิงก์ที่ออกแบบไว้แล้วบางอย่าง ไม่เหมาะสม หรือควรได้รับการปรับแต่งกีสามารถทำได้ โปรแกรมที่ใช้ในขั้นตอนนี้ก็คือโปรแกรมสำหรับสร้างเว็บไซต์ เช่น Wordpress

ภาพที่ 2.9 ภาพการเข้าใช้งานหลังเว็บไซต์ ก่อนการติดตั้งโปรแกรม Wordpress

เว็บไซต์ที่สร้างขึ้นมาควรได้รับการทดสอบก่อนที่จะออกเผยแพร่ ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องความถูกต้องของเนื้อหา การทำงานของลิงก์และระบบนำทาง ตรวจสอบความคิดพลาดของโปรแกรม ลักษณะและฐานข้อมูล นอกจากนี้ควรทดสอบโดยใช้สภาพแวดล้อมที่เหมือนกับของกลุ่มผู้ชม เป้าหมาย เช่น เวอร์ชันของ brower ความละเอียดของจอภาพ และความเร็วที่เชื่อมต่อ กับอินเทอร์เน็ต เพื่อต้องรู้ว่าผู้ชมเป้าหมายสามารถชมเว็บไซต์ได้อย่างสมบูรณ์และมีประสิทธิภาพหรือไม่

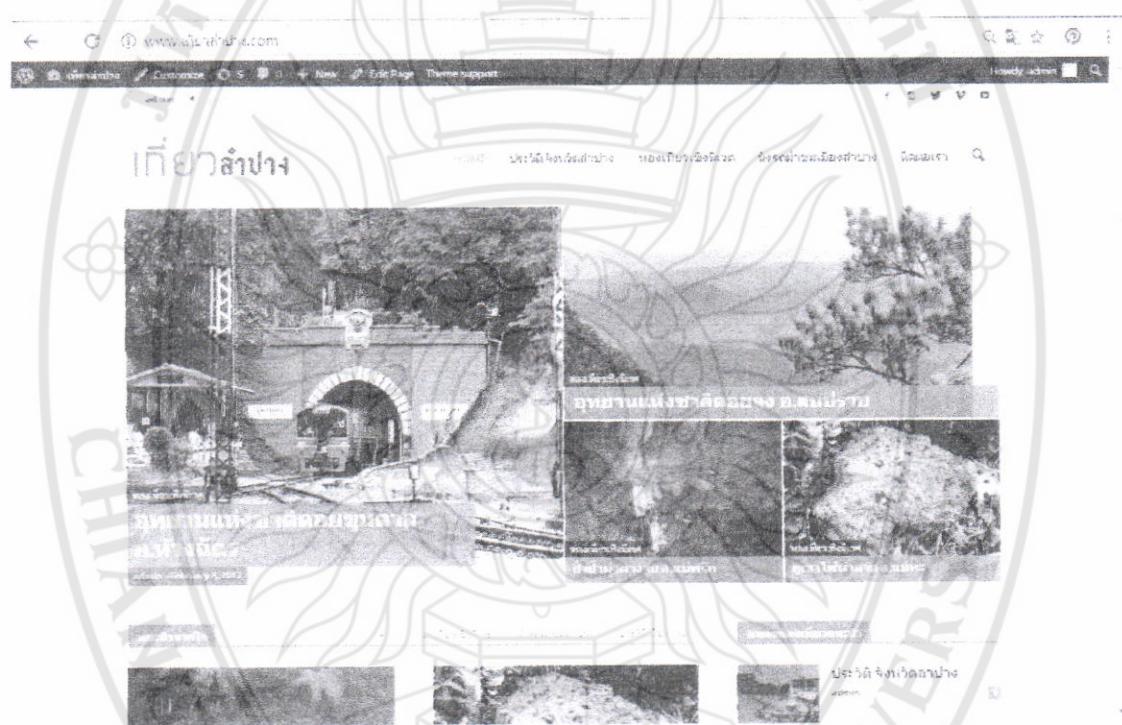
5. เผยแพร่และส่งเสริมให้เป็นที่รู้จัก (Publishing and Promotion) โดยทั่วไปการนำเว็บไซต์ขึ้นเผยแพร่บนอินเทอร์เน็ต จะทำด้วยการอัพโหลดไฟล์ทั้งหมด คือ HTML และไฟล์อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งไปเก็บบนเว็บเซิร์ฟเวอร์ที่ได้เปิดบริการไว้ การอัพโหลดเว็บไซต์หรือบางครั้งเรียกว่า การ “พับบลิช” (publish) อาจทำด้วยโปรแกรมสร้างเว็บไซต์เอง ซึ่งมีคุณสมบัตินี้อยู่ในตัว หรืออาจใช้โปรแกรมยุทธิ์ที่ติดต่อประเภท FTP เช่น FileZilla, CuteFTP หรือใช้เครื่องมืออื่นบนเว็บเซิร์ฟเวอร์ที่ได้ในการวิจัยครั้งนี้ เนื่องจากผู้วิจัยได้ใช้โปรแกรม Wordpress เพื่อจัดทำเว็บไซต์ จึงทำการเผยแพร่โดย Install Wordpress .ขั้นตอนเว็บไซต์แทนการ “พับบลิช”



ภาพที่ 2.10 ก้าวการ Install Wordpress

หลังจากนั้นเว็บไซต์ควรได้รับการทดสอบอีกครั้ง เพื่อตรวจหาปัญหามากมายที่ไม่สามารถทดสอบบนคอมพิวเตอร์ของผู้ผลิตเดียว เช่น การลิงก์ของเว็บเพจกับเว็บไซต์อื่น และการทำงานของโปรแกรมscrripท์กับฐานข้อมูล ซึ่งทำไม่ได้บนเครื่องของผู้ผลิตเดียว หรือบนเว็บเซิร์ฟเวอร์อาจมีสภาพแวดล้อมที่ต่างจากเครื่องที่ใช้ผลิตเดียว

เว็บไซต์ที่จะประสบความสำเร็จ นอกจากต้องมีเนื้อหาที่ดี มีการวางแผนสร้าง และการออกแบบที่เหมาะสมแก่ ขั้นตอน ได้รับการ โฆษณาและส่งเสริมให้เป็นที่รู้จักในกลุ่มผู้ชมเป็นอย่างมาก หรือในวงกว้างออกไปอีกด้วย การส่งเสริมนี้มีกลยุทธ์ที่ทำได้หลายวิธี ซึ่งไม่จำเป็นต้องใช้เงินประมาณจำนวนมากเสมอไป โดยสามารถทำได้ดังแบบง่าย ๆ คือการแผลงเปลี่ยนลิงก์และป้ายโฆษณา ประกาศบนเว็บของรัฐราชการ การส่งอีเมล์แนะนำตัว การเพิ่มข้อมูลใน เสิร์ชเอนจิน หรือเว็บไซต์อื่น บนลิงก์พิมพ์ หรือตามวิทยุและโทรทัศน์ เป็นต้น



ภาพที่ 2.11 ภาพเว็บไซต์ที่เสริมสมบูรณ์แล้ว

6. ดูแลและพัฒนา (Maintenance and Innovation) เว็บไซต์ที่เผยแพร่ออกไปแล้วไม่ควรทิ้งไว้ แต่ควรดูแลโดยตลอด ซึ่งหน้าที่นี้ครอบคลุมหลายเรื่อง ตั้งแต่การตรวจสอบเว็บเชิร์ฟเวอร์ว่าไม่หยุดทำงานบ่อย ๆ ลิงก์ที่เชื่อมโยงไปกันนอกยังคงใช้ได้ (เนื่องจากเว็บไซต์นั้นอาจปิดไป) คอมพิวเตอร์อีเมล์หรือคำานที่มีผู้ฝากไว้บน เว็บเพจ ถ้าเป็นเว็บข่าวสารก็ต้องปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัย ตลอดเวลา ถ้ามีการใช้ฐานข้อมูลก็ต้องแบ็คอัพข้อมูลอย่างสม่ำเสมอ

นอกจากนั้นควรตรวจสอบสิทธิของการเข้าชมเป็นระยะ ๆ ซึ่งเป็นบริการเสริมที่เว็บไซต์ฟรีไว้สำหรับผู้ใช้งาน จำนวนผู้ชม เว็บเพจใดมีผู้ชมมากหรือเป็นที่นิยม ผู้ชมมีการเปลี่ยนคุณสมบัติ (เช่น ความละเอียดของภาพและรูปแบบของบรรยาย) ไปหรือไม่ หรือมาสู่เว็บไซต์ของคุณจากพิเศษทางใดมากที่สุด เช่น จากเว็บไซต์อื่นที่ลิงก์มาหา หรือมาจากเสิร์ชเอนจินใด เป็นต้น

หลังจากที่เว็บไซต์ได้รับการเผยแพร่ไประยะหนึ่ง ควรปรับปรุงเพื่อให้ผู้ชมรู้สึกว่ามีความเปลี่ยนแปลง มีความสดใหม่ทันสมัย โดยอาจนำข้อมูลสิทธิที่รวบรวมไว้มาพิจารณาประกอบด้วย การเปลี่ยนแปลงทำได้ทั้งในส่วนของเนื้อหา โครงสร้างเว็บไซต์ การออกแบบหน้าตา และการนำเทคโนโลยีเข้ามาเสริม

7. ทีมงานพัฒนาเว็บไซต์ การพัฒนาเว็บไซต์สามารถทำเพียงคนเดียวหรือทำเป็นทีมก็ได้ ขึ้นอยู่กับความจำเป็นที่แตกต่างกัน กล่าวคือเป็นเว็บไซต์ขนาดใหญ่หรือเล็กหรือเว็บไซต์ที่ส่วนตัวสำหรับประเภทของบุคลากรที่ต้องใช้ก็จะขึ้นอยู่กับเนื้อหา ข้อมูล และเทคโนโลยีที่ต้องการจะนำเสนอ โดยในองค์กรขนาดใหญ่หรือบริษัทที่รับพัฒนาเว็บไซต์ อาจต้องมีการแบ่งแยกหน้าที่อย่างชัดเจนว่าใครทำอะไร ซึ่งแต่ละคนจะมีความชำนาญเฉพาะเรื่องไป โดยทั่วไปแล้วทีมงานพัฒนาเว็บไซต์จะประกอบด้วยบุคลากรต่าง ๆ ดังนี้

7.1 Web Master คือผู้รับผิดชอบและดูแลเว็บไซต์ในการรวมหรืออาจจะมีหน้าที่ออกแบบ และพัฒนาเว็บไซต์ทั้งหมดโดยที่ได้ดังนั้นจึงต้องเป็นผู้ที่มีความรู้เรื่องต่าง ๆ อย่างกว้างขวาง

7.2 Web Designer เป็นผู้ออกแบบลักษณะหน้าตาทั้งหมดของเว็บไซต์ไม่ว่าจะเป็นการวางแผนโครงร่างของหน้าเว็บเพจ การเลือกสี การออกแบบภาพกราฟิกที่เป็นส่วนประกอบต่าง ๆ ดังนั้นจะต้องเป็นผู้ที่มีความรู้ทางศิลปะและการนำเสนอประยุกต์ใช้อย่างเหมาะสม

7.3 Web Programmer เป็นนักเขียนโปรแกรมซึ่งสามารถพัฒนาโปรแกรมด้วยภาษาที่ใช้บนเว็บไซต์ เช่น JavaScript, VBScript, ASP.NET และ PHP บุคลากรด้านนี้กำลังมีความสำคัญใช้จัดการระบบฐานข้อมูล หรือเพิ่มลูกเล่นบนเว็บเพจให้น่าสนใจ

7.4 Content Writer/Editor คือนักเขียนและบรรณาธิการที่คุ้มครองเนื้อหาของเว็บไซต์ เป็นผู้รับผิดชอบในการจัดเตรียมเนื้อหา ตรวจสอบความถูกต้องและปรับปรุงเมื่อมีการเปลี่ยนแปลง

8. การศึกษาความต้องการของผู้ชมเว็บไซต์ วัดถูกระยะที่หลักอย่างหนึ่งของการสร้างเว็บไซต์ ก็คือให้มีผู้มาชม ใช้บริการ และอยู่ในเว็บไซต์ให้นานที่สุด ดังนั้นจึงจำเป็นต้องใส่เนื้อหา และองค์ประกอบที่น่าสนใจหลาย ๆ อย่างเพื่อดึงดูด ซึ่งต้องศึกษาและเข้าใจถึงธรรมชาติของสิ่งที่ผู้ชมส่วนใหญ่คาดหวังว่าจะได้รับจากการเข้ามาในเว็บไซต์ ว่ามีอะไรบ้าง ความต้องการของผู้ชมโดยทั่วไปสามารถแบ่งเป็นหัวข้อหลัก ๆ ได้ดังนี้

8.1 ข้อมูล (Content) หรือเนื้อหาหลักที่นำเสนอในเว็บไซต์ ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลเกี่ยวกับหน่วยงาน รายละเอียดของสินค้า/บริการ และการบริการหลังการขาย

8.2 ข่าวสารความเคลื่อนไหว (News) เกี่ยวกับสินค้า/บริการ กิจกรรมต่าง ๆ ของเว็บไซต์ หรือของหน่วยงาน เช่น การเปิดตัวสินค้าใหม่ สิทธิประโยชน์ โปรแกรมชั้นสินค้า/บริการ เป็นต้น

8.3 ของฟรี (Free Service) คนส่วนใหญ่ชอบของฟรี ดังนั้นเว็บไซต์ที่แจกของฟรี ให้บริการฟรีต่าง ๆ จึงมีผู้ใช้บริการจำนวนมาก เช่น อีเมล์ พื้นที่เก็บข้อมูล โปรแกรม เกมส์ หรือเพลงสำหรับดาวน์โหลด เป็นต้น

8.4 การมีปฏิสัมพันธ์ (Interactive) เช่น ให้มีการถาม/ตอบปัญหา ร่วมแสดงความคิดเห็น หรือโหวตในหัวข้อต่าง ๆ เว็บไซต์อาจจะมีเว็บบอร์ดไว้ให้ผู้ชมแสดงความคิดเห็นหรือตั้งกระทู้ได้ หรืออย่างน้อยก็ทำการโต้ตอบด้วยอีเมล์ ยิ่งถ้าเป็นเว็บไซต์ที่ทำธุรกิจออนไลน์ เมื่อผู้ชมสั่งซื้อสินค้า แหล่งกำเนิดเงิน จะต้องตอบกลับโดยเร็วเพื่อให้ลูกค้ามั่นใจว่าธุรกิจนั้นดำเนินไปด้วยความเรียบร้อย

8.5 ความบันเทิง (Entertainment) คนส่วนใหญ่ชอบบริโภคข้อมูลที่สร้างความสนุกสนาน และความบันเทิงในรูปแบบต่าง ๆ ตามลักษณะของกลุ่มผู้ชมนั้น ซึ่งอาจจะอยู่ในรูปแบบของบทความตลกขำขัน ข่าวชูบุญของดารา นักเรื่อง การแข่งขันชิงรางวัล ดูดวง เล่นเกมส์ ฟังเพลง ดาวน์โหลดภาพหน้าจอ/เสียงรียกเข้าสานหรับมือถือและดูภาพบนตัวต่อตัวอย่าง เป็นต้น

9. เนื้อหาที่มีในเว็บไซต์ การศึกษาตัวอย่างจากเว็บไซต์อื่น ๆ และโดยเฉพาะที่เป็นประเภทเดียวกัน จะช่วยให้มองเห็นว่าในเว็บไซต์ของกรมมีเนื้อหาอะไรบ้าง อย่างไรก็ตามเรื่องนี้ไม่ได้มีการกำหนดไว้เป็นมาตรฐานตายตัว แต่เป็นอยู่กับสิ่งที่จะนำเสนอและจุดเด่นที่ต้องการให้มี ซึ่งจะทำให้รายละเอียดปลีกย่อยของแต่ละเว็บไซต์แตกต่างกันออกไป พอกสรุปได้ว่าข้อมูลพื้นฐานที่กรมมีในเว็บไซต์ประกอบด้วย

9.1 ข้อมูลเกี่ยวกับบริษัท องค์กร หรือผู้จัดทำ (About Us) คือข้อมูลเกี่ยวกับเจ้าของเว็บไซต์ เพื่อบอกให้ผู้ชมรู้ว่าคุณเป็นใครมาจากไหน และต้องการนำเสนออะไร เช่น วัตถุประสงค์ของเว็บไซต์ ประวัติและความเป็นมา

9.2 รายละเอียดของผลิตภัณฑ์หรือบริการ (Product/Service Information) คือข้อมูลหลักที่ต้องการนำเสนอ ซึ่งหากเป็นเว็บไซต์ทางธุรกิจผู้ชมจำเป็นต้องได้รู้รายละเอียดของผลิตภัณฑ์ หรือบริการ รวมทั้งอาจมีการเปรียบเทียบราคาเพื่อเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจซื้อแต่หากเป็นเว็บไซต์ที่ให้ความรู้ ส่วนนี้ก็อาจจะประกอบด้วยบทความ ภาพกราฟิก มัลติมีเดียและลิงก์ไปยังเว็บไซต์อื่นที่ให้ข้อมูลเพิ่มเติม

9.3 ข่าวสาร (News/Press Release) อาจจะเป็นข่าวสารที่ต้องการส่งถึงบุคคลทั่วไป หรือ สมาชิกเพื่อให้รับรู้ความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับบริษัทหรือเว็บไซต์ เช่น การเปิดตัวสินค้าและบริการใหม่ โปรแกรมชั้น หรือกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น

9.4 คำถามหรือคำตอบ (Frequently Asked Question) คำถามหรือคำตอบ มีความจำเป็น เพราะผู้ใช้งานบางส่วนอาจไม่เข้าใจข้อมูลหรือมีปัญหาต้องการสอบถามการติดต่อทางอีเมลหรือ ช่องทางอื่น แม้ว่าจะทำได้แต่ก็เสียเวลา ดังนั้นควรคาดการณ์หรือรวบรวมคำถามที่เคยตอบไปแล้ว ใส่ไว้ในเว็บเพจ ซึ่งผู้ชมที่สังสัยจะสามารถเปิดดูได้ทันที นอกจากนี้ก็อาจจะมีเว็บบอร์ดสำหรับให้ผู้ดูแลเว็บไซต์回答 รวมทั้งอาจเปิดให้ผู้ดูแลเว็บไซต์回答 รวมทั้งอาจเปิดให้ผู้ชมด้วยกัน ทั่วโลก ก็ได้ FAQ บางครั้งก็อยู่ในรูปของ Help หรือข้อมูลช่วยเหลือ

9.5 ข้อมูลในการติดต่อ (Contact Information) เพื่อให้ผู้ชมที่เกิดข้อสงสัยหรือต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม สามารถติดต่อได้ โดยระบุอีเมล์และเดสท์ ที่อยู่บริษัท/หน่วยงาน เบอร์โทรศัพท์และแฟกซ์ไว้ในเว็บไซต์ด้วย รวมทั้งอาจจะมีแผนที่สำหรับลูกค้าที่ต้องการติดต่อด้วยตัวเอง

ข้อมูลจังหวัดลำปาง

จังหวัดลำปาง เป็นจังหวัดที่มีความกว้างแก้วไม่น้อยกว่า 1,300 ปี มีชื่อเรียกงานกันหลายชื่อ ซึ่ง ปรากฏหลักฐานตามตำนานต่าง ๆ รวม 11 ชื่อ ได้แก่ กุกกฎุนคร ลัมภกันปะนคร ศรีนราชาภิเษก เวียงคอกวัว เวียงคิน เขลาลงค์นนคร นครลำปางคำเขลาลง อาลัมภังค์ เมืองลพบุรี และเมืองนครลำปาง จากการที่เรียกงานกันว่า “กุกกฎุนคร” แปลว่าเมืองไก่ ดังนั้น ตราประจำจังหวัดลำปาง คือ “ไก่ขาว” จังหวัดลำปาง สร้างเมื่อ พ.ศ.1223 จากหนังสือพงศาวดาร โภนกกล่าวว่า “สุพรหมญาณี” สร้างเมืองเพื่อให้เจ้าอนันตศิลป์ อรสองหนาจากเทว ทรงคุ้นเมืองหริภุญชัย (ลำพูน) ให้ชื่อเมืองว่า “นครเขลาลง” ต่อมาเปลี่ยนเป็น “นครอัมภังค์” และเปลี่ยนชื่อเป็น “นครลำปาง” ในภายหลัง

ในสมัยโภนกเชียงแสน นครลำปางเคยปกครองอย่างไร้อำนาจของขอม เคยเป็นเมืองประทศราช ของพม่าและเมืองเชียงใหม่ ในสมัยพระเจ้ากรุงธนบุรี “เจ้าทิพย์ช้าง” สามารถขับไล่พากพม่าออก จากเมืองลำปาง ได้สำเร็จ จึงได้รับการสถาปนาเป็น “พระยาสุวีชัยสังคม” ขึ้นรองนคร ลำปาง ในปี พ.ศ.2279

ในปี พ.ศ.2307 “เจ้าแก้วฟ้า” พระโอรสของ เจ้าทิพย์ช้าง ได้ขึ้นครองนครลำปาง และตั้งเป็นต้น ตระกูล ณ ลำปาง ณ ลำพูน รวมทั้ง ณ เชียงใหม่ ในเวลาต่อมาและมี “เจ้าบุญวาทย์วงศ์มนิค” เป็นผู้ ครองนครลำปางองค์สุดท้าย

จังหวัดลำปาง ได้ประกาศจัดตั้งเป็นจังหวัด ในปี พ.ศ.2435 (สมัยรัชกาลที่ 5) โดยขึ้นอยู่กับ มนตรีตุลาภิบาลพมัยหนั่ง (พ.ศ.2443) ต่อมาแยกเป็นมนตรีตุลาภิบาลหารายภูมิ ในปี พ.ศ.2458 ซึ่งในเวลา

ต่อมาได้มีประกาศยกเลิกมณฑลทั่วราชอาณาจักร สำปางซึ่งมีฐานะเป็น “จังหวัดสำปาง” ตามพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการอาณาจักรสยาม พ.ศ.2476

คำขวัญ จังหวัดสำปาง คือ “ถ่านหินดีชา รถม้าดีอัน เครื่องปั้นดีอนาม งามพระราศดีอีก ฝึกช้างใช้ดีอีก”

ที่ดึ้งและอาณาเขตจังหวัดสำปาง ตั้งอยู่ภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย ห่างจากกรุงเทพฯ ตามทางหลวงแผ่นดินสายพหลโยธิน ประมาณ 602 กิโลเมตร ตามทางรถไฟประมาณ 625 กิโลเมตร มีเนื้อที่ประมาณ 12,533.961 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 7,833,726 ไร่ มีพื้นที่ใหญ่เป็นอันดับ 5 ของภาคเหนือ รองจากเชียงใหม่ ตาก แม่ฮ่องสอน และเพชรบูรณ์ มีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดข้างเคียงถึง 7 จังหวัด ดังนี้

ทิศเหนือ ติดต่อกับ จังหวัดเชียงใหม่ เชียงรายและพะเยา

ทิศใต้ ติดต่อกับ จังหวัดตาก

ทิศตะวันออก ติดต่อกับ จังหวัดแพร่ และสุโขทัย

ทิศตะวันตก ติดต่อกับ จังหวัดลำพูน

สภาพภูมิประเทศ จังหวัดสำปางอยู่สูงจากระดับน้ำทะเล 268.80 เมตร พื้นที่มีลักษณะเป็นรูปไขว้ ภูมิประเทศโดยทั่วไปเป็นที่ราบสูง มีภูเขาสูงอยู่ทั่วไป ทอตตัวยาวตามแนวทิศเหนือไปทางทิศใต้ของจังหวัด และในบริเวณตอนกลางของจังหวัดบางส่วนมีที่ราบคุ่มริมฝั่งแม่น้ำ และตามลักษณะทางกายภาพทางด้านธรรมชาติมี

จังหวัดสำปางมีพื้นที่เป็นที่ราบลุ่มรอบด้วยภูเขา มีลักษณะเป็นแอ่งแผ่นดินที่ยาวและกว้างที่สุดในภาคเหนือ เรียกว่า “อ่างสำปาง” ลักษณะภูมิประเทศแบ่งออกเป็น 3 ลักษณะ ได้แก่

บริเวณตอนบนของจังหวัด เป็นที่ราบสูง ภูเขา และเป็นป่าค่อนข้างทึบ อุดมสมบูรณ์ด้วยไม้มีค่า ได้แก่ พื้นที่อำเภอเมืองปาน แจ้ห่ม วังเหนือ และขาว

บริเวณตอนกลางของจังหวัด เป็นที่ราบและที่ราบคุ่มริมฝั่งแม่น้ำ ซึ่งเป็นแหล่งเกษตรกรรมที่สำคัญของจังหวัด ได้แก่ พื้นที่อำเภอห้างฉัตร เมืองสำปาง กาฬา แม่ทะ และสนป่าวน

บริเวณตอนใต้ของจังหวัด เป็นป่าไผ่วัง บางส่วนเป็นทุ่งหญ้า ได้แก่ พื้นที่อำเภอเดิน แม่พริก บางส่วนของอำเภอเดรินงาน และแม่ทะ

สภาพภูมิอากาศ จากลักษณะพื้นที่ของจังหวัดที่เป็นแอ่งคล้ายก้นกระระ ซึ่งทำให้อากาศร้อนอบอ้าวเกือบทตลอดปี ฤดูร้อนร้อนจัดและหน้าวั่นจัดในฤดูหนาว ลักษณะภูมิอากาศแบ่งออกได้เป็น 3 ฤดู คือ

ฤดูร้อน เริ่มประมาณเดือน มีนาคม จนถึงกลางเดือน พฤษภาคม อากาศจะร้อนอบอ้าว ช่วงที่มีอากาศร้อนที่สุด คือ เดือนเมษายน

ทุกฟน เริ่มประมาณกลางเดือน พฤษภาคม

ทุกหน้า เริ่มประมาณเดือน พฤศจิกายน จนถึงเดือน

ประชาราชปี พ.ศ. 2554 จังหวัดลำปางมีประชากร จำนวน 757,534 คน เป็นชาย 373,104 คน หญิง 384,430 คน อำเภอที่มีประชากรมากที่สุด ได้แก่ อำเภอเมืองลำปาง รองลงไป ได้แก่ อำเภอ เกาะคา เกิน และแม่ทะ

ทรัพยากรธรรมชาติ จังหวัดลำปาง มีทรัพยากรธรรมชาติที่หลากหลาย ทั้งทรัพยากรป่าไม้ คละทรัพยากร แร่ธาตุ ทรัพยากรป่าไม้ จังหวัดลำปางมีเนื้อที่ป่าไม้แยกเป็นป่าสงวนแห่งชาติ จำนวน 33 ป่า อุทยานแห่งชาติ 6 แห่ง อุทยานแห่งชาติ (เตรียมการ) 1 แห่ง และเขตวัฒนาพันธุ์สัตว์ป่า 1 แห่ง

ทรัพยากรแร่ธาตุ มีหลายชนิดล้วนเป็นวัตถุดิบที่สำคัญ ในทางอุตสาหกรรมทั้งสิ้น ประกอบด้วยถ่านหินลิกไนต์ ดินขาว หินอ่อน หินแกรนิต บล็อกเคลือบ ผลิตภัณฑ์ พลวงและวุลไฟร์ม (กลุ่ม งานข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานจังหวัดลำปาง : 2554)

แหล่งท่องเที่ยว จังหวัดลำปาง

จังหวัดลำปาง นั้นมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ วัฒนธรรมและประเพณีมากมาย ทั้งในตัว อำเภอเมืองและอำเภออื่น ๆ ผู้วิจัยจึงได้เลือกสถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศดังนี้

อุทยานแห่งชาติถ้ำพาไทย อำเภอจ้าง มีเนื้อที่ประมาณ 758,750 ไร่ ลักษณะเป็นภูเขา สลับซับซ้อนปักคลุ่มด้วยพื้นป่าสงวนแห่งชาติ 9 แห่ง ในอำเภอต่าง ๆ ที่ดูสูงสุดอยู่ที่ดอยแม่ขวัญชื่อมี ความสูงจากระดับน้ำทะเลปานกลางประมาณ 1,253 เมตร พื้นที่อุทยานแห่งชาตินี้ยังเป็นทางน้ำไหล ลงทางด้านตะวันตก ให้คลองสู่แม่น้ำยมที่ทางตอนเหนือของอำเภอสองจังหวัดแพร่

อุทยานแห่งชาติถ้ำพาไทยเป็นถ้ำขนาดใหญ่ มีบันได 283 ขั้น ก่อเข้าถ้ำมีอุณหภูมิเฉลี่ย ประมาณ 26 องศาเซลเซียสอากาศเย็นที่สุดอยู่ในเดือนกรกฎาคม จะตกหนักในเดือนพฤษภาคม ถึงตุลาคม พบนกจำนวนมากกว่า 50 ชนิด เช่น นกปีกลายสก็อต นกเขากาเขียว นกเข้าเปลือกธรรมชาต นกเข้าเปลือก ทางเข้มทางภาคเหนือ เที่ยวน้ำ ฯลฯ มีแมลงหลากหลายชนิด เช่น ผีเสื้อกลางวัน ตัวหนอนด้วย ดาว ตัวดิน เป็นต้น แหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจในอุทยานฯ ถ้ำพาไทยสันนิษฐานว่าถูกคนพบโดย พรานป่าถ้ำสัตว์ หรือจากการสำรวจเส้นทางหลวงแผ่นดินภายในถ้ำเป็นโถงขนาดใหญ่ที่เกิดจาก ภูเขาหินปูนอย่างกว่าเก้าล้านปียาวลึกล้ำถึงเจ้าพระยา ไปประมาณ 1,150 เมตร

ตลอดเส้นทางอุทยานฯ ได้ติดตั้งไฟให้สว่างเพื่อสะดวกสำหรับเดินชมทิวทัศน์ที่มีอยู่ มากมายในถ้ำ และมีพระพุทธรูปองค์ใหญ่ภายในถ้ำ พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 7 เคย เสด็จประพาสเมื่อ พ.ศ. 2469 ดังปรากฏหลักฐานพระปรมาภิไธย ภายในถ้ำค้างคาวจำนวนมาก ได้ อาศัยอยู่บริเวณใกล้เคียงมีถ้ำโจรและถ้ำเลื่อยที่มีประวัติเก่าแก่สามารถเดินถึงได้จากถ้ำพาไทย

หล่มสูญเจียว อำเภอจ่าว เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติอยู่ในเขตอุทยานแห่งชาติถ้ำพาไท พื้นที่หมู่ที่ 6 ตำบลบ้านอ่อน อ่าก่องจ่าว จังหวัดลำปาง มีลักษณะเป็นแหล่งน้ำขนาดใหญ่ เนื่องที่รัว 1-2 ไร่ มีความลึกมากจนมองเห็นเป็นสีเขียวมรกตสวยงาม ความลึกนั้นไม่สามารถประมาณได้ สันนิษฐานว่าแต่งแห่งนี้เกิดจากการยุบตัวของเปลือกโลกในสมัยดึกดำบรรพ์ หรืออาจเกิดจากการขุนตัวของหินปูนซึ่งเคยเป็นแพดานถ้ำมา ก่อนแล้วจะลงได้น้ำ เรียกว่าหลุมขุน (Sink Hole) ต่อมาก็จึงกลายเป็นแหล่งรับน้ำและน้ำปานาหาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก

วัดเฉลิมพระเกียรติพระจอมเกล้าราชนຸสռณ์ อ่าก่องแข็งห่ม หรือชื่อเดิมเรียกว่า “วัดพระพุทธบาทปูพัดแดง” ซึ่งตั้งอยู่ที่ อ่าก่องแข็งห่ม จังหวัดลำปาง สิ่งที่โดดเด่นของวัดนี้นั้นทำให้มีชื่อเสียงโด่งดัง คือ ภาพอันงดงามของเจดีย์เล็ก ๆ สีขาวสร้างขึ้นบนภูเขาสูงเสียดฟ้า ล้อมรอบไปด้วยทิวเขาสูง ซึ่งสร้างจากแรงศรัทธาของมนุษย์ เป็นภาพที่ดึงดูดให้ครุฑายคนอย่างเดินทางไป วัดเฉลิมพระเกียรติฯ ตั้งอยู่บนภูเขาใหญ่ใน อ่าก่องแข็งห่ม จังหวัดลำปาง อยู่ในพื้นที่ของเขตห้ามล่าสัตว์ป่าดอยพระบาท บนยอดเขาแห่งนี้มีรอยพระพุทธบาทประดิษฐานอยู่เป็นที่การพนมของชาว อ่าก่องแข็งห่ม มาอย่างยาวนาน แต่เมื่อก่อนนี้นั้นไม่มีการดำเนินขึ้นสู่ดอยดังนั้นพุทธศาสนิกชนผู้ศรัทธาจึงต้องเดินเท้าผ่านป่าทึบและหน้าผาสูงขึ้นไปสักการบูชาอยู่พระพุทธบาทแห่งนี้ ต่อมาห่วงพ่อไพบูลย์สุนัขโถ (พระเทพวิสุทธิญาณ) เจ้าอาวาสวัดดอนนาโลยกพิพาราม จังหวัดพะเยา ได้เดินทางมาสักการะรอยพระพุทธบาทโดยการเดินเท้า

พลังครัวเรือนของท่านเป็นที่มาของการสร้างวัดขึ้น ประกอบกับในโครงการที่พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่ 4) พระราชสมภพครบ 200 ปี เมื่อวันที่ 18 ต.ค. 2547 ทางคณะกรรมการจัดตั้งวัดเฉลิมพระเกียรติฯ ได้ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้สถาปนาวัดขึ้น จึงได้สร้าง “วัดเฉลิมพระเกียรติพระจอมเกล้า ราชานุสรณ์” ที่ตำบลวิเชตนคร อ่าก่องแข็งห่ม จังหวัดลำปางขึ้นอยู่ด้านหลังโบสถ์

อุทยานแห่งชาติแม่ระ อำเภอเงิน ประกาศจัดตั้งเมื่อวันที่ 18 พฤศจิกายน พ.ศ.2543 เป็นต้นกำเนิดของน้ำตกแม่ระมีพื้นที่ 368,125 ไร่ หรือ 589 ตารางกิโลเมตร ครอบคลุมพื้นที่ตำบลต่าง ๆ ใน อ่าก่องเงิน อ่าก่องแม่พริก จังหวัดลำปาง อ่าก่องสามเงา อ่าก่องบ้านหาก จังหวัดตาก ภูมิประเทศเป็นเทือกเขาสูงติดต่อกัน โดยมีดอยตาจีเป็นยอดเขา สูงสุด มี ความสูงประมาณ 1,027 เมตร จากระดับน้ำทะเล สภาพป่าแตกต่างกันไปตามระดับ ความสูงของพื้นที่เป็นป่าเบญจพรรณ ป่าเต็งรัง ป่าสนเข้าและดิบแล้ง ลักษณะสัมผaanของเทือกเขานอกจากอุทยานจะเป็นที่ร่วนเป็นแนวไปตามสันเขามีต้นไม้ขนาดใหญ่และพืชสนุน ไพร อุดมสมบูรณ์ รวมทั้งกล้วยไม้และดอกไม้นานาชนิดที่นี่ยังมีความหลากหลายทางกายภาพทั้งชนิดของดิน และสภาพป่าทำให้พืชและสัตว์ต่าง ๆ อาศัยอยู่หลายชนิดแต่ที่น่าสนใจ คือถึงก่อเป็นที่ปัจจุบันจะพบเห็นได้ยาก แต่ยังพบเห็นได้ในอุทยานแห่งชาติ

แม้ว่า ในระหว่างเดือนสิงหาคม ถึง พฤศจิกายน จะเป็นช่วงที่ป่า gamma มากที่สุด เดิม ไปด้วยเส้นของ ดอกไม้ป่า ยอดเขา จะมีหมอกปกคลุม น้ำตกและลำห้วยจะมีน้ำไหลแรงนักท่องเที่ยวโนยมาผักผ่อน ในช่วงเดือนนี้ที่ มีพักและลิ้งอำนวยความสะดวก บริการบ้านพักและสถานที่ทางเดินที่ไว้บริการ สำหรับนักท่องเที่ยว

ภูเขาไฟพาลาด อำเภอแม่ทะ ดำเนินเป็นจังหวัดที่มีภูเขาไฟ นักท่องเที่ยวสามารถเดินเที่ยวชม ได้โดยใช้เส้นทาง สายลำปาง-แม่เมะ เมื่อถึงตำบลพาลาดจะพบถนนแยกขวาซึ่งจะมีป้ายบอกทาง ไปยังภูเขาไฟ บริเวณปล่องภูเขาไฟที่ดับแล้วจะเป็นเนินเขาที่มีป่าไม้ปกคลุมอยู่ทั่วไปจึงทำให้มอง ปล่อง ไม่เห็นชัดเจนนัก นอกจากจะสังเกตจากทางอากาศโดยเครื่องบิน หรือ衛星 จึงจะ เห็นชัด หลักฐานที่แสดงว่าบริเวณนี้เป็นภูเขาไฟ ก้อนหินลาวา หินทำครก ดินขาว และก้อนหินที่ พบร้าไว้ในบริเวณนี้ เป็นหินชนิดเดียวกับที่สามารถพบได้ในเขตที่มีภูเขาไฟ แหล่งอื่น ๆ

ถ้ำน้ำผ่าผาจาม อำเภอแม่พริก ตั้งอยู่ที่ หมู่ที่ 2 ตำบลพระบาทวังหลวง อำเภอแม่พริก จังหวัด ลำปาง เป็นถ้ำธรรมชาติที่กว้างขวาง มีความยาว 302 เมตร อากาศปoclod โปร่งถ่ายเทดี มีจุดชม ธรรมชาติ และหินงอก หินย้อย รูปร่างแปลกสวยงามที่สุดแห่งหนึ่ง

ระยะทางห่างจากถนนสายอชี่ย 2 ถนน 4 เลน ประมาณ 100 เมตร ขณะนี้ได้รับการปรับปรุง ทางเข้าเป็นถนนคอนกรีตทางขึ้นเยี่ยมชมภายในถ้ำ มีบันไดปูนหอดยาวถึงปากถ้ำ บรรยากาศภายใน ตัวถ้ำสวยงามตามธรรมชาติ อากาศเย็นสบาย โดยจะมีวัดอุ่นริเวณทางขึ้น มีไฟฉายให้บริการ และ มีหินงอกสีขาวรูปคล้ายเจ้าแม่กวนอิม ที่นักท่องเที่ยวสามารถขอ ใบปล้องโชคดี

น้ำตกแม่ตั้ง อำเภอแม่พริก ตั้งอยู่ที่ หมู่ที่ 3 บ้านแม่ตั้ง ตำบลพระบาทวังหลวง อำเภอแม่พริก จังหวัดลำปาง เป็นน้ำตกที่เกิดจากการทับกมของใจไนกัลยาเป็นชั้นหินเด็ก ๆ และมีน้ำไหลตลอด ทั้งปี ชั้นชาวบ้านยังใช้ประโยชน์จากน้ำตกดังกล่าวในการดำรงชีวิตประจำวัน

น้ำตกวังแก้ว อำเภอวังเหนือ เป็นแหล่งท่องเที่ยวหนึ่งในอุทยานแห่งชาติดอยหลวงซึ่งได้รับ การประกาศให้เป็นอุทยานแห่งชาติ เมื่อวันที่ 16 เม.ย. พ.ศ. 2533 ครอบคลุมพื้นที่บางส่วนของ จังหวัดพะเยา เชียงรายและลำปาง รวมเนื้อที่ประมาณ 1,170 ตารางกิโลเมตร สภาพภูมิประเทศเป็น เขารูปสูงทอดตัวแนวเหนือ-ใต้ ดอยหลวง เป็นยอดเขาที่สูงที่สุด

น้ำตกวังแก้ว เป็นน้ำตกที่สวยงามที่สุดของจังหวัดลำปาง มีชั้นน้ำตกประมาณ 110 ชั้น แต่เป็น ชั้น ใหญ่ 7-8 ชั้น น้ำตกใหญ่อยู่ต่อคดีปี เมื่อชั้น ไปถึงชั้นบนสุดของน้ำตกจะพบหนูบ้านชาวเขาเผ่า เย้า ที่บ้านป่าคลองและบ้านส้านซึ่งมีทางขึ้นค่อนข้างชัน ที่น้ำตกวังแก้วขังมีเส้นทางเดินศึกษา ธรรมชาติระยะสั้น 1.4 กิโลเมตร นอกจากนี้บริเวณใกล้เคียงยังมีน้ำตกวังทองซึ่งมีลักษณะคล้าย น้ำตกวังแก้ว

ดอยหนองอก อำเภอวังเหนือ ตั้งอยู่ตำบลคลังทอง อำเภอวังเหนือ ถือเป็นรุดกทางธรรมชาติร่วมกันระหว่าง จังหวัดลำปาง และจังหวัดพะเยา นั่นคือภูเขาที่สูงใหญ่และมีแนวทอدواกันระหว่าง 3 จังหวัด นั่นคือ เชียงราย พะเยา และ ลำปาง ที่มีชื่อว่าภูเขานี้ปืนน้ำ โดยมีส่วนหนึ่งของภูเขานี้ซึ่งมีชื่อว่าดอยหนองอก ซึ่งถือเป็นยอดสูงสุดบนสันดอนหางวาก หากเดินทางมาถนนพะเยา-อำเภอวังเหนือเป็นประจำก็จะคุ้นเคยกับดอยนี้เป็นอย่างดี เพราะมีลักษณะนูนขึ้นมาคล้ายโหนกวัวมองเห็นได้ชัดเจนแต่ไกล

บนยอดดอยหนองอกจะพบกับพระธาตุเพื่อสักการะเพื่อความเป็นสิริมงคล เมื่อขึ้นถึงยอดดอยแล้วจะหายเหนื่อยเพราะสามารถดูทิวทัศน์ได้ถึง 360 องศา ไม่ว่าจะมองมาทิศตะวันตก ชุมชนอาชิชัย์ตัดดินพร้อมกับชุมอำเภอวังเหนือ อำเภอเล็ก ๆ ที่อยู่ใต้ภูเขاهิแห่งนี้ หรือจะมองไปทางทิศตะวันออกดูพระอาทิตย์ขึ้นพร้อมกับดูบรรยายกาศทางฝั่งพะเยาดูตัวเมืองพะเยาและกัววันพะเยา สามารถดูได้ถึง 2 จังหวัดในครั้งเดียวกัน

อุทยานแห่งชาติดอยจง อำเภอสนปราบ มียอดดอยของเป็นดอยที่สูงสุด เป็นที่รับกวางซึ่งมีป่าสนเขียวขี้นกระชาญเป็นกลุ่ม ๆ และมีหน้าผาเป็นจุดชนบททิวทัศน์อูฐลายแห่ง สามารถชมทิวทัศน์ได้ทั้งยามดวงอาทิตย์ขึ้นจากขอบฟ้าในยามเช้าและลับขอบฟ้าในยามเย็น นอกจากนี้บนยอดดอยยังพบกล้วยไม้จำนวนมาก โดยเฉพาะพืชานุ่มซึ่งมีสีคงตามแปลงกว่าพืชานุ่มในพื้นที่อื่น โดยจะออกดอกในช่วงเดือนตุลาคม-มกราคม จากสันเขามองลงไปเห็นห้องนากว้างใหญ่ของอำเภอสนปราบ และอำเภอเกาะคา ทางขึ้นกับทางลงเป็นคนละเส้นทางกัน ทางลงจะผ่านสันป่าเกียะซึ่งมีต้นสนสองใบและสนสามใบขึ้นอยู่หนาแน่น กว่าบริเวณอื่นแห่งใดที่จะดีกว่า

จากที่ทำการอุทยานแห่งชาติมีเส้นทางเดินป่าในสูตรดอยของระยะทางประมาณ 7 กิโลเมตร สภาพทางค่อนข้างชัน ใช้เวลาเดินขึ้นราวกว่า 5 ชั่วโมง ผู้สนใจต้องติดต่อเจ้าหน้าที่ช่วยนำทาง

ถูนย์อนุรักษ์ช้างไทยและสวนป่าทุ่งเกวียน อำเภอห้างฉัตร ตั้งอยู่ที่บ้านทุ่งเกวียน ต.เวียงตลาด อุบลฯ ในความดูแลของฝ่ายอุตสาหกรรมป่าไม้ภาคเหนือองค์การอุตสาหกรรมป่าไม้แต่เดิมเป็นศูนย์ฝึกถูกช้างซึ่งเป็นแห่งแรกและแห่งเดียวในโลก โดยเริ่มดำเนินการมาตั้งแต่ พ.ศ. 2512 เป็นสถานที่เลี้ยงและฝึกถูกช้างเพื่อให้เชื่อฟังคำสั่งและมีความชำนาญในการทำไม้ ซึ่งในอดีตการทำไม้ในห้องถังภาคเหนือ จำนวนมากเป็นไม้สักซึ่งเป็นทรัพย์สินทั่วไปวันเป็นไม้ที่มีคุณภาพดีงามและทนทาน มีค่าสูง เป็นสินค้าส่งออกที่ทำรายได้เป็นอันดับหนึ่งของประเทศไทย

สวนป่าทุ่งเกวียน อำเภอห้างฉัตร เป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจของชาวลำปาง มีป่าสนเมืองหนาวและพันธุ์ไม้นานาชนิด ที่ไม่ดกโกรไม่ไว้ที่มีสีสันสวยงามอีกทั้งไม่มีพากะบองเพชร และป่าล้มคลองจนพืชสมุนไพร ต่าง ๆ นักท่องเที่ยวสามารถแคมป์ที่นี่ได้ช่วงที่สายที่สุด แนะนำแก่การพักแรมเดือนพฤษภาคม ซึ่งเป็นช่วงที่ดอกบัวตองกำลังบาน เนื่องจากจังหวัดลำปาง

มีพื้นที่เป็นแอ่งกระทะ จึงมีอากาศที่ร้อนกว่าแม่อื่องตอน ทำให้ดอกบัวทองที่ลำปางจึงบานเร็ว กว่าที่ดอยแม่อุคปะนาน 15 วัน

อุทยานแห่งชาติดอยบุนตาล อำเภอห้างฉัตร เป็นเทือกเขาทึ่นเบตเดนระหว่างจังหวัดลำพูนที่ อำเภอแม่ทาและจังหวัดลำปางที่อำเภอห้างฉัตรและอยู่ใกล้กับทางส้านทางคมนาคมทางรถไฟ ระหว่าง ลำปาง-ลำพูนประกาศเป็นอุทยานแห่งชาติ เมื่อวันที่ 5 มีนาคม พ.ศ. 2518

อุทยานแห่งชาติแจ้ซ้อน อำเภอเมืองปาน เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นิยมมากในจังหวัดลำปาง มี พื้นที่รับผิดชอบทั้งหมด 480,000 ไร่ 786 ตารางกิโลเมตร ครอบคลุม 4 อำเภอ คือ อำเภอเมืองปาน อำเภอเมือง อำเภอแจ้ห่ม อำเภอวังเหนือ จังหวัดลำปาง ในอุทยานเป็นชารน้ำร้อนน้ำแร่ธรรมชาติ ชารน้ำตกที่เย็น ไหลบรรจบกัน มีส้านทางศึกษาธรรมชาติและเดินลัดดาด เช่น น้ำตกแจ้ซ้อน จุดชม วิวธรรมชาติ และเทศบาล "ดอกเตี้ย" (ดอกซองโโคสีขาว) ที่บ้านสะพรั่งในฤดูหนาว ตลอดจนมีห้อง อาบน้ำแร่ร่วมกับห้องพัก ไว้บริการให้กับนักท่องเที่ยวด้วย

อุทยานแห่งชาติแจ้ซ้อนได้รับรางวัล “อุทยานแห่งชาติดีเด่นประจำปี พ.ศ. 2543” ตามที่กรม ป่าไม้ได้จัดงานวันสถาปนากรมป่าไม้ครบรอบ 104 ปี เมื่อวันที่ 18 กันยายน พ.ศ. 2543 โดยได้จัด ประกวดอุทยานแห่งชาติดีเด่นด้านการท่องเที่ยวประจำปี พ.ศ. 2543 และได้ประกาศเป็นอุทยาน แห่งชาติ ลำดับที่ 58 ของประเทศไทย เมื่อวันที่ 28 กรกฎาคม พ.ศ. 2531

แหล่งท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติแจ้ซ้อน

- น้ำตกแจ้ซ้อน เป็นน้ำตกที่เกิดจากลำน้ำแม่momที่ไหลผ่านภูมิประเทศที่มีความสูงต่าง ระดับกัน ตกลงมาเป็นชั้น ๆ ในแต่ละชั้นจะมีถ่องน้ำรองรับและมีความสวยงามแตกต่างกันออกไป มีส้านทางรถยนต์และทางเดินเท้าเข้าถึงระยะทางประมาณ 1 กิโลเมตร จากที่ทำการอุทยานแห่งชาติ แจ้ซ้อน มีทั้งหมด 6 ชั้น

- ส้านทางเดินศึกษาธรรมชาติ เพื่อช่วยให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสรธรรมชาติอย่างใกล้ชิด ตลอดจนให้เข้าถึงการดำรงชีวิตของพืชและสัตว์ต่าง ๆ ที่อาศัยอยู่ร่วมกันในป่าใหญ่ ทางอุทยาน แห่งชาติแจ้ซ้อนได้จัดทำส้านทางเดินศึกษาธรรมชาติถึง 3 ส้านทางแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ เช่น

บ่อน้ำพุร้อน เป็นแหล่งน้ำพุร้อนที่สภาพการการเกิดทางธรณีวิทยาที่น่าสนใจ ครอบคลุมพื้นที่ ประมาณ 3 ไร่ มีบ่อน้ำพุร้อน จำนวน 9 บ่อ ภายในพื้นที่มีโขดหินน้อยใหญ่กระჯัดกระจายอยู่ทั่วไป อุณหภูมิโดยเฉลี่ยของน้ำพุร้อนประมาณ 73 องศาเซลเซียส นักท่องเที่ยวนิยมนำไปใช้ และไปนั่ง กระแทมฯ เช่น สำหรับไปไก่แห่นาน ประมาณ 17 นาที ไปเดงจะแข็งมีรสาติมันอร่อย ไปขาวจะ เหลวคล้ายไข่ต่ำ

ห้องอาบน้ำแร่ อุทยานแห่งชาติแจ้ซ้อนได้จัดสร้างห้องอาบน้ำแร่ไว้คอยบริการ นักท่องเที่ยว โดยมีการจัดการโครงสร้างทางสถาปัตยกรรมและภูมิทัศน์ที่สวยงามกลมกลืนกับธรรมชาติ มี 3

ลักษณะ คือ ห้องอาบน้ำแร่แบบแซล์วันตัว จำนวน 41 ห้อง ห้องแชร์รวม 1 ห้อง และสระน้ำแร่กลางแจ้ง 3 บ่อ ไว้บริการนักท่องเที่ยวทุกวัน อุณหภูมิของน้ำแร่ที่ใช้อาบประมาณ 39-42 องศา เชลเซียส โดยน้ำแร่ที่ใช้จะอ่อนจะต่อห้องมาจากการบ่อพักน้ำแร่ลานน้ำพุร้อนซึ่งสามารถปลดปล่อย การอาบน้ำแร่เป็นการบำบัดความเมื่อยล้าของร่างกาย ทำให้รู้สึกสดชื่น ช่วยให้หลับได้เร็วและยังช่วยรักษาโรคผิวหนังบางชนิดได้ เช่น กลาก เกลือก ผื่นคัน เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีนวดแผนโบราณไว้บริการสำหรับนักท่องเที่ยวที่สนใจอีกด้วย

สถานศักดิ์สิทธิ์ หมู่บ้านป่าเหมือง บ้านป่าเหมืองตั้งอยู่บนภูเขาสูงมีทรัพยากรธรรมชาติที่สมบูรณ์ มีอากาศหนาวเย็นตลอดปี ทำให้มีต้นชาชูกชุม ชาวบ้านแห่งชื่อนี้ไปอยู่อาศัยเป็นการถาวรและตั้งชื่อหมู่บ้านว่า "ป่าเหมือง" ตำบลเจี้ยน อำเภอเมืองปาน จังหวัดลำปาง จะมีสถานศักดิ์สิทธิ์ (ดอกซงโโคสีขาว) เดือนกุมภาพันธ์ของทุกปี หรือเรียกว่า "กิ่วฟิน" ซึ่งบ้านป่าเหมืองอยู่ในเขตวนอุทยานน้ำแร่ แห่งชื่อนี้ ห่างประมาณ 7 กิโลเมตร เส้นทางไปยังหมู่บ้านเป็นถนน柏油มีต้นดอกเสี้ยวป่า ออกตามธรรมชาติจำนวนมาก ซึ่งเป็นแหล่งเดียวในจังหวัดลำปาง ขณะนี้ได้ผลิตดอกบานสะพรั่งอย่างสวยงาม ปกติจะผลิตดอกในช่วงเดือน มกราคมถึงกุมภาพันธ์ของทุกปี จึงมีเทศกาลดอกเสี้ยวบานขึ้น ช่วงเดือนกุมภาพันธ์ และเส้นทางดังกล่าวสามารถเดินทางไปยัง อำเภอแม่เมาں จังหวัดเชียงใหม่ได้โดยด้วย

ถ้ำพางาม อยู่บริเวณหน่วยพิทักษ์อุทยานแห่งชาติเจี้ยน ที่ จช.2 (พางาม) ห่างจากที่ว่าการอำเภอวังเหนือประมาณ 8 กิโลเมตร มีถ้ำที่สามารถเข้าไปศึกษาและท่องเที่ยวได้จำนวนหลายถ้ำ เช่น ถ้ำพางาม(ถ้ำหนานบัด) ถ้ำน้ำ ถ้ำหม้อ ถ้ำหลวง ถ้ำถูกไฟ เป็นต้น หน่วยพิทักษ์อุทยานแห่งชาติเจี้ยน ที่ จช.2 อยู่ห่างจากที่ทำการอุทยานฯ ประมาณ 60 กิโลเมตร

บุญธรรมวิวัฒนา อยู่ระหว่างอุทยานแห่งชาติเจี้ยน กับอุทยานแห่งชาติแม่แตะ ไคร้ จังหวัดเชียงใหม่ เป็นบุญธรรมวิชาทธิ์ขึ้น และพระอาทิตย์ตกที่มีความงดงามตระการตา (สำนักงานจังหวัดลำปาง, 2551)

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ชาญณรงค์ แก้วกระจาง (2555) ได้ศึกษาเพื่อพัฒนาเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว จังหวัดยะลา ให้มีคุณภาพอยู่ในเกณฑ์ดีขึ้นไป และเพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้เข้าชมเว็บไซต์ ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดยะลา กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 6 ท่าน และผู้เข้าชมเว็บไซต์ที่ทำแบบสอบถามความพึงพอใจออนไลน์จำนวน 40 คน โดยสถิติที่ใช้สนับสนุนวิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า เว็บไซต์ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดยะลา มี

คุณภาพจากการประเมินของผู้เชี่ยวชาญ และด้านสื่อ โดยรวมอยู่ในระดับดี สำหรับการประเมินความพึงพอใจอยู่ในระดับดี

รัตนทิพย์ รัตนชัย (2553) ได้ศึกษาและสร้างเว็บไซต์โดยใช้กระบวนการพัฒนาระบบแบบพลวัต เป็นการพัฒนารูปแบบการทำงานของเว็บไซต์ให้มีลักษณะอำนวยความสะดวกให้กับผู้ใช้งานซึ่งเป็นผู้ดูแลข้อมูลของวัดให้สามารถบันทึกและปรับปรุงเนื้อหาข้อมูลตามปฏิทินกิจกรรม ด้วยตนเอง ได้ต่อต่อเวลาสำหรับการนำเสนอข้อมูลที่ถูกต้องตรงความต้องการ โดยใช้สื่อ อินเทอร์เน็ตในการให้ความรู้เกี่ยวกับความเป็นมา สถานที่สำคัญ ความจำเป็นในการใช้สอยของชาวรัตถุ รวมถึงข้อมูลเบื้องต้นในการทำกิจของสงฆ์ ตลอดจนประเพณีที่ดีงามในแต่ละวัด ไทยของท้องถิ่นหรือชนชั้น เพื่อประชาสัมพันธ์ให้ผู้สนใจสามารถค้นหาข้อมูลเพื่อศึกษาสถานที่ท่องเที่ยว นั้น ๆ ได้ ผลการทำงานของเว็บไซต์นี้ สามารถใช้งานได้ตรงตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการ

วิวัฒน์ สมตอน (2557) ได้ศึกษาเพื่อพัฒนาเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑ์ภูมิปัญญาไทย และเพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้เว็บไซต์ประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑ์ภูมิปัญญาไทย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาและด้านเทคโนโลยีการศึกษา จำนวน 6 คน นิสิต บุคลากรของมหาวิทยาลัยศรีนครินทร์วิโรฒ และผู้สนใจที่เข้าชมเว็บไซต์ระหว่างเดือนมกราคม ถึงเดือนมีนาคม 2557 จำนวน 135 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบประเมินคุณภาพเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑ์ภูมิปัญญาไทยและแบบประเมินความพึงพอใจ เว็บไซต์ประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑ์ภูมิปัญญาไทย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย พบว่า การพัฒนาเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ พิพิธภัณฑ์ภูมิปัญญาไทย มหาวิทยาลัยศรีนครินทร์วิโรฒ มีผลการประเมินคุณภาพจากผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาและจากผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีการศึกษาอยู่ในระดับดีมาก และผู้ใช้มีความพึงพอใจต่อเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับดีมาก