

The 7th ASEAN SEAN

FEU's 7th ASEAN Art & Cultural Exposition and International Performing Art Festival



การประเพณีวิชาการระดับชาติราชภัฏเพชรบุรีวิจัยศิลปวัฒนธรรม ครั้งที่ 4

“ขกระตัมภูมิปัญญา สร้างมูลค่าสู่สังคม”

วันอาทิตย์ที่ 3 ธันวาคม พ.ศ. 2560
ณ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

การประเพณีวิชาการระดับชาติราชภัฏเพชรบุรีวิจัยศิลปวัฒนธรรม ครั้งที่ 4

“ขกระตัมภูมิปัญญา สร้างมูลค่าสู่สังคม”





การบริหารงานกิจการนักเรียนที่ส่งผลต่อคุณลักษณะนักเรียนตามค่านิยม ๑๒ ประการของ สถานศึกษาในจังหวัดเพชรบุรี สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต ๑๐ กรวรรณ ลาพิมพ์ และกาญจนา บุญส่ง.....	๒๘๖
กลยุทธ์การขับเคลื่อนการพัฒนาคุณธรรมของนักเรียนโรงเรียนบ้านหนองปิ่นแตก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเพชรบุรี เขต ๒ สุภาพร สะอาดนัก และกาญจนา บุญส่ง.....	๒๙๓
การประเมินโครงการบ่มเพาะคุณลักษณะอันพึงประสงค์ของนักเรียน โรงเรียนบ้านบักดอ ปีการศึกษา ๒๕๕๖ สุธรรม สุบรรณาจ.....	๒๙๙
รายงานการสร้างเสริมพัฒนาวิถีชีวิตประชาธิปไตยของนักเรียนโรงเรียนบ้านบักดอ อำเภอปราสาท จังหวัดสุรินทร์ สุธรรม สุบรรณาจ.....	๓๐๗
การศึกษาการบริหารจัดการศึกษาของสถานศึกษาต้นแบบอาเซียนศึกษาระดับ ประถมศึกษา จังหวัดเพชรบุรี จุฑามาศ เหลืองอร่าม, ปัญญา ทองนิล และกาญจนา บุญส่ง.....	๓๑๓
รูปแบบการตลาดเชิงกิจกรรมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ครีมกันแดด DD cream QB ของผู้บริโภคในนครหลวงเวียงจันทน์ สาธารณรัฐประชาธิปไตย ประชาชนลาว ฐิรกานต์ บุญคงมา และสุภาศิณี สุศิระ.....	๓๒๒
แนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพการขนถ่ายสินค้าผ่านแดน กรณีศึกษาแม่น้ำเมย ช่วงแม่สอด-เมียวดีด่านศุลกากรแม่สอด อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก สมชัย สุวรรณ.....	๓๒๗
ความพึงพอใจของนักกีฬาอาวุโสต่อการเล่นฟุตบอล ปัญญา สังขวดี.....	๓๓๑
การพัฒนารูปแบบบายศรีสู่เชิงพานิชย์ ศิริพงศ์ กันตะบุตร, บุชา หินเระ และธัญญพร มาบบ.....	๓๓๗
การพัฒนากองทุนสวัสดิการรักษายาบาลที่ประชาชนมีส่วนร่วมตามแนวปรัชญา เศรษฐกิจพอเพียงในจังหวัดเพชรบุรี บัณฑิตพงษ์ ศรีอานวย, ศราวุธ ราชมนี, ศิริวิมล พราหมณี และวีระ ศิลปะรัตนภรณ์.....	๓๔๑
การเพิ่มความสามารถด้านมิติสัมพันธ์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายด้วย โปรแกรมคอมพิวเตอร์ฝึกการเคลื่อนไหวของตาแบบติดตามวัตถุ บัณฑิตพงษ์ ศรีอานวย, ศราวุธ ราชมนี, คมพล พันธุ์ยาง และอาทิตย์ยา เพิ่มสุข.....	๓๔๘
การพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของ จังหวัดลพบุรี เพ็ญภา จุมพลพงษ์, พันธุ์ศักดิ์ พึ่งงาม และสุธิชา เขญชาญ.....	๓๕๔
การเพิ่มช่องทางประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวในรูปแบบอินโฟกราฟิกและสื่อ มัลติมีเดียผ่านเว็บไซต์ กรณีศึกษา ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี วิมลวรรณ วงศ์ศิริ และชลลดา ม่วงธัญ.....	๓๖๐



การเพิ่มช่องทางประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวในรูปแบบอินโฟกราฟิกและสื่อมัลติมีเดีย
ผ่านเว็บไซต์ กรณีศึกษา ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบูรณ์

The Increasing Channel Public Relations in Tourism based on Infographics and Multimedia
on Web Site A Case Study of Mueang, Mueang District, Phetchabun Province

วิมลวรรณ วงศ์ศิริ* และชลลดา ม่วงธัญญ์

สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

อีเมล wimonwan.won@pcru.ac.th* chonlada.mua@pcru.ac.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้ได้นำเสนอการเพิ่มช่องทางประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวในรูปแบบอินโฟกราฟิกและสื่อมัลติมีเดียผ่านเว็บไซต์ โดยมีวัตถุประสงค์ในการพัฒนา เพื่อเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวในรูปแบบอินโฟกราฟิกและสื่อมัลติมีเดียผ่านเว็บไซต์ กรณีศึกษา ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบูรณ์ ซึ่งการสื่อสารผ่านตัวอักษรและวาทะเป็นกระบวนการที่มีความซับซ้อน การนำเสนอข้อมูลในรูปแบบกราฟิกทำให้ง่ายต่อความเข้าใจข้อมูลโดยสรุป ซึ่งอินโฟกราฟิกและสื่อมัลติมีเดียสามารถสื่อสารข้อความได้อย่างรวดเร็ว ลดความซับซ้อนของการนำเสนอข้อมูลจำนวนมาก จึงได้นำอินโฟกราฟิกและสื่อมัลติมีเดียมาประยุกต์ใช้ในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบูรณ์ และนำเสนอในรูปแบบเว็บแอปพลิเคชัน ซึ่งการประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์เป็นช่องทางหนึ่งที่ผู้ใช้สามารถเข้าถึงได้ง่ายและสะดวก จากการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบ โดยการสร้างแบบสอบถามการประเมินความพึงพอใจและเก็บรวบรวมข้อมูลจำนวน ๓ ด้าน ผลการวิจัยพบว่าด้านที่มีระดับความพึงพอใจมากที่สุดคือ ด้านการใช้งาน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๔.๑๘ ซึ่งผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ว่าผู้ใช้งานเว็บไซต์มีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก

คำสำคัญ: ท่องเที่ยว อินโฟกราฟิก มัลติมีเดีย

Abstract

This research has been presented at the increase channel public relations in tourism based on infographics and multimedia on web site. The propose of develop for increase channel public relations in tourism based on infographics and multimedia on web site a case study of mueang, mueang district, phetchabun province. The communicate by character and speech is a complicated process, a representation of information in a graphic format designed to make the data easily understandable at a glance. infographics and multimedia is quickly communicate a message, to simplify the presentation of large amounts of data. Apply infographics and multimedia technology for public relations of tourism in phetchabun province and presented by web application, the public relations on web site are one of the easy and convenient access channel. By the satisfaction surveys of users by constructing a questionnaire for satisfaction evaluation and collecting data three aspects. The result of this research showed the users satisfaction highest level are the usability aspects, The average was 4.18. The results are consistent with the research hypothesis, website users are satisfied with the overall level of satisfaction at a high level.

Keywords: Tourism, Infographics, Multimedia

๑. ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย

การสื่อสารผ่านตัวอักษร อาจถือได้ว่าเป็นการสื่อสารพื้นฐานที่รองลงมาจาก การสื่อสารด้วยวาจา ทั้งสองด้านต้องอาศัยวิธีการในการอธิบายข้อความหรือบทความ เพื่อให้ผู้รับสารเข้าใจในสิ่งที่ผู้ส่งสารต้องการสื่อสารให้ได้ใจความสำคัญมากที่สุด อีกทั้งเพราะการตีความของผู้รับสารแต่ละคนไม่เหมือนกัน จึงอาจมีบางส่วนที่ผิดไปจากความหมายที่ผู้ส่งสารต้องการ จึงอาจทำให้เห็นได้ว่าผู้ส่งสารต้องใช้กลยุทธ์และวิธีการที่หลากหลาย เพื่อให้ผู้รับสารเข้าใจในจุดประสงค์ของผู้ส่งสารมากขึ้น

ภาพ คือ เครื่องมือสื่อสารข้อมูลที่ชัดเจน และช่วยเติมเต็มการสื่อสารที่คำพูดอธิบายได้ไม่ครบถ้วน ซึ่งจากการอ่านบทความที่มีความยาวหลายหน้า กราฟ หรือข้อมูลจำนวนมาก ต้องผ่านการใช้เวลาทำความเข้าใจ เพราะตัวหนังสือส่งผลถึง



การประชุมวิชาการระดับชาติราชภัฏเพชรบุรีวิจัยศิลปวัฒนธรรม ครั้งที่ ๔
วันอาทิตย์ ที่ ๓ ธันวาคม ๒๕๖๐ ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

การไม่สนใจในข้อมูลเหล่านั้น และการดูข้อมูลที่หลากหลายแบบผ่านๆ ของผู้รับสาร ก็มีผลเช่นกัน ถ้าผู้ส่งสารใช้ภาพเข้ามาเป็นตัวช่วยหนึ่ง ก็จะทำให้ปะติดปะต่อเนื้อหาได้ชัดเจนขึ้นอีกทางหนึ่ง ซึ่งในรูปแบบที่หลากหลายของการสื่อสารด้วยภาพ สิ่งที่ได้โดดเด่นมากในฐานะเครื่องมือสื่อสารข้อมูลคือ “อินโฟกราฟิก (infographic)”

อินโฟกราฟิก (infographic) แสดงให้เห็นถึงข้อมูลที่เป็นแนวทางของสถิติ กราฟ แผนที่ และภาพ (Alberto Cairo, ๒๐๑๒) ซึ่งเป็นการแปลงข้อมูลให้เป็นภาพ เพื่อให้เข้าใจได้ง่ายและสื่อสารกับผู้คนด้วยสิ่งที่จับต้องได้ ไม่ใช่การสรุป ข้อมูลทั้งหมดมานำเสนอในภาพหนึ่งภาพ แต่จะมีทั้งการนำเสนอข้อมูลโดยรวม และการนำเสนอข้อมูลรายละเอียดเชิงลึก หรือเรียกอีกชื่อหนึ่งว่าการทำแผนที่ข้อมูลนั่นเอง และอีกหนึ่งเครื่องมือในการสื่อสารแบบปฏิสัมพันธ์ นั่นคือ มัลติมีเดีย ซึ่งเป็นสื่อหลายมิติที่มีการผสมผสานของสื่อชนิดต่างๆ เช่น ข้อความ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว เสียง และวิดีโอ เพื่อการสื่อความหมายกับผู้ใช้อย่างมีประสิทธิภาพ และบรรลุตามวัตถุประสงค์การใช้งาน โดยทั้งสองเครื่องมือสามารถนำมาใช้งานร่วมกันเพื่อการสื่อสารที่สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น และจากการศึกษางานวิจัยของ Brittany Ann Kos และ Elizabeth Sims (๒๐๑๔) ซึ่งได้ทดสอบการวิจัยกับนักเรียนเกรด ๘ เป็นระยะเวลา ๕ สัปดาห์ ซึ่งนักเรียนต้องมีการวิจัยเพิ่มเติมในเชิงลึก จากนั้นใช้อินโฟกราฟิกในการรายงานบทความ ๕ ย่อหน้า ซึ่งแบ่งออกเป็น ๔ วัน โดยแบ่งเป็น การแนะนำข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับอินโฟกราฟิก งานวิจัย การออกแบบการสอน การสร้างอินโฟกราฟิก และการนำเสนอ นักเรียนเข้าห้องปฏิบัติการสำหรับอินโฟกราฟิกเป็นประจำทุกวัน จากการทดสอบ พบว่า การนำเสนอในรูปแบบอินโฟกราฟิกมีความเหมาะสมมากกว่าการนำเสนอในรูปแบบบทความในส่วนที่เกี่ยวข้องกับความคิดสร้างสรรค์และการดึงดูดความสนใจ อุปสรรคที่พบคือข้อจำกัดทางด้านซอฟต์แวร์ การเรียนรู้เทคโนโลยี และการเปลี่ยนแปลงความคาดหวังของนักเรียนสำหรับเครื่องมือในการรายงาน ผลการวิจัยพบว่า งานวิจัยนี้ประสบความสำเร็จ เนื่องจากมีผลตอบรับในเชิงบวก

จังหวัดเพชรบุรีเป็นจังหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญอยู่เป็นจำนวนมาก และด้วยศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของเพชรบุรี ทำให้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ให้ความสนใจและสนับสนุนการท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรีมาโดยตลอด ประกอบกับยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดเพชรบุรี ๔ ปี (๒๕๕๘ - ๒๕๖๑) ในประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๒ การส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยว กลยุทธ์ที่ ๔ การส่งเสริมการประชาสัมพันธ์และการตลาดเชิงรุก จึงทำให้เกิดการกระตุ้นการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ อย่างต่อเนื่อง ซึ่งสื่อประชาสัมพันธ์ที่นักท่องเที่ยวใช้ในการสืบค้นและอ้างอิงข้อมูลก็คือเว็บไซต์

ผู้วิจัยจึงมีแนวคิดในการทำวิจัยในหัวข้อเรื่อง “การเพิ่มช่องทาง ประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวในรูปแบบอินโฟกราฟิกและสื่อมัลติมีเดียผ่านเว็บไซต์ และสื่อมัลติมีเดียผ่านเว็บไซต์ กรณีศึกษา ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี” ขึ้น เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถใช้เป็นข้อมูลอีกช่องทางหนึ่งในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวตามความต้องการ และความสนใจจากการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวในรูปแบบอินโฟกราฟิกและสื่อมัลติมีเดียผ่านเว็บไซต์

๒. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

๒.๑ เพื่อเพิ่มช่องทางประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวในรูปแบบอินโฟกราฟิกและสื่อมัลติมีเดียผ่านเว็บไซต์

๒.๒ เพื่อพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวในรูปแบบอินโฟกราฟิกและสื่อมัลติมีเดียผ่านเว็บไซต์

๓. ขอบเขตของการวิจัย

๓.๑ ขอบเขตด้านพื้นที่

ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี

๓.๒ ขอบเขตด้านเนื้อหา

๓.๒.๑. ข้อมูลแหล่งวัฒนธรรม

๓.๒.๒. ข้อมูลแหล่งธรรมชาติ

๓.๒.๓. ข้อมูลแหล่งที่พัก

๓.๒.๔. ข้อมูลแหล่งร้านอาหารและบันเทิง

๓.๒.๕. ข้อมูลแหล่งร้านค้าและบริการ



๔. วิธีดำเนินการวิจัย

กิจกรรมที่ ๑ ศึกษาและรวบรวมข้อมูล

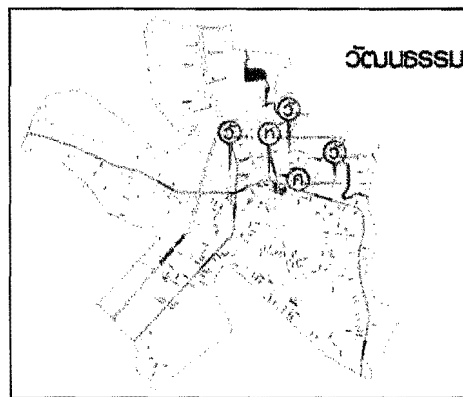
ศึกษาและรวบรวมเนื้อหา ด้านสถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบุรี จาก สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเพชรบุรี การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และลงพื้นที่เพื่อจัดเก็บข้อมูลจากสถานที่จริง เพื่อนำมาจัดการองค์ประกอบของสื่ออินโฟกราฟิกให้เป็นหมวดหมู่

กิจกรรมที่ ๒ วิเคราะห์และออกแบบสื่อ

วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากกิจกรรมที่ ๑ เพื่อนำมาออกแบบรูปแบบการนำเสนอ องค์ประกอบของสื่อ โดยแบ่งสถานที่ท่องเที่ยวออกเป็น ๕ หมวดหมู่ คือ (๑) วัฒนธรรม (๒) ธรรมชาติ (๓) ที่พัก (๔) ร้านอาหารและบันเทิง (๕) ร้านค้าและบริการ

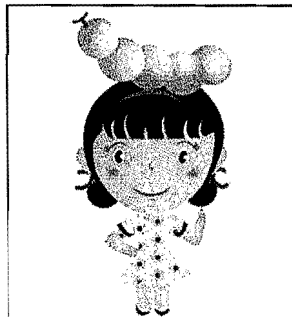
กิจกรรมที่ ๓ พัฒนากาอินโฟกราฟิกและสื่อมัลติมีเดียผ่านเว็บไซต์

ทำการสร้างภาพแผนที่ด้วยโปรแกรมกราฟิก พร้อมทั้งระบุพิกัดตำแหน่งสถานที่ท่องเที่ยว แบ่งสถานที่เป็นหมวดหมู่ตามที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลในกิจกรรมที่ ๒ และสร้างแผนที่ในรูปแบบอินโฟกราฟิก ดังภาพที่ ๑



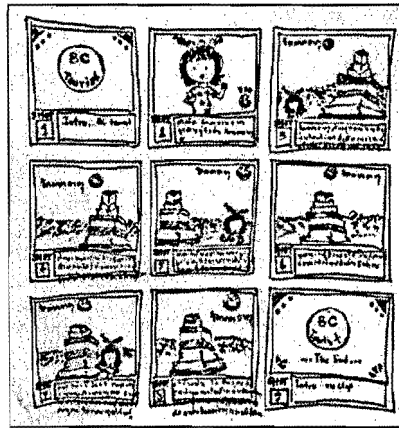
ภาพที่ ๑ ภาพแผนที่และตำแหน่งสถานที่ท่องเที่ยวตามหมวดหมู่

จากนั้นทำการออกแบบและสร้างตัวละครสำหรับการนำเสนอและเล่าเรื่องราวของสถานที่ท่องเที่ยว โดยได้นำจุดเด่นของจังหวัดเพชรบุรีมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบ ดังภาพที่ ๒



ภาพที่ ๒ ภาพตัวละครที่ใช้สำหรับการนำเสนอ

ร่างเค้าโครงการนำเสนอโดยการเขียน Story board เพื่อเป็นการกำหนดลักษณะ เนื้อหา รวมถึงระยะเวลาให้เหมาะสมกับการนำเสนอ ดังภาพที่ ๓



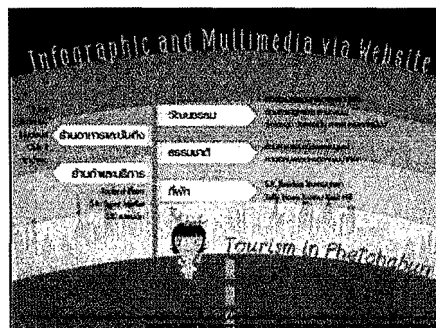
ภาพที่ ๓ ตัวอย่าง Story board การนำเสนอสถานที่ท่องเที่ยว

สร้างสื่อมัลติมีเดียเพื่อนำเสนอสถานที่ท่องเที่ยว โดยการนำภาพถ่าย ภาพกราฟิก ข้อความ และเสียง มาประยุกต์ใช้ให้มีความน่าสนใจและสามารถเข้าใจได้จริง ดังภาพที่ ๔



ภาพที่ ๔ ตัวอย่างสื่อมัลติมีเดียการนำเสนอสถานที่ท่องเที่ยว

นำภาพแผนที่และสื่อมัลติมีเดียมาพัฒนาและนำเสนอในรูปแบบเว็บไซต์ โดยหน้าหลักของเว็บไซต์จะนำเสนอในรูปแบบภาพอินโฟกราฟิก ที่แสดงข้อมูลภาพรวมสถานที่ท่องเที่ยวตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบูรณ์ โดยแบ่งออกเป็นหมวดหมู่เพื่อให้ง่ายต่อความเข้าใจของผู้ใช้งานเว็บไซต์ ดังภาพที่ ๕

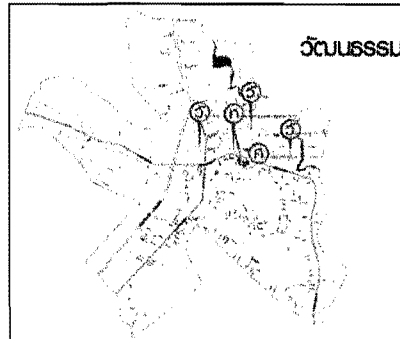


ภาพที่ ๕ หน้าหลักของเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในรูปแบบอินโฟกราฟิกและสื่อมัลติมีเดีย



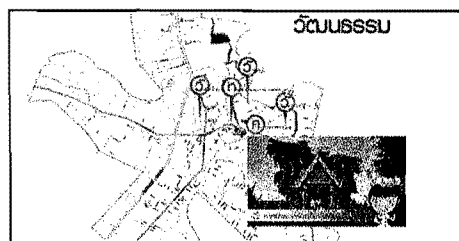
การประชุมวิชาการระดับชาติราชภัฏเพชรบุรีวิจัยศิลปวัฒนธรรม ครั้งที่ ๔
วันอาทิตย์ ที่ ๓ ธันวาคม ๒๕๖๐ ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

เมื่อระบุหมวดหมู่ที่สนใจ เว็บไซต์จะทำการเชื่อมโยงไปยังภาพแผนที่ที่มีการระบุตำแหน่งสถานที่ในหมวดหมู่นั้น
ดังภาพที่ ๖



ภาพที่ ๖ ภาพแผนที่ที่มีการระบุตำแหน่งสถานที่ในหมวดหมู่นั้น

เมื่อระบุสถานที่ที่สนใจ เว็บไซต์จะแสดงสื่อมัลติมีเดียที่นำเสนอข้อมูลและเรื่องราวถึงสถานที่ท่องเที่ยวขึ้น



ภาพที่ ๗ แสดงสื่อมัลติมีเดียที่นำเสนอข้อมูลเมื่อระบุสถานที่

กิจกรรมที่ ๔ ทดสอบความพึงพอใจ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยจากการสอบถามเกี่ยวกับภาพอินโฟกราฟิกและสื่อมัลติมีเดียผ่านเว็บไซต์ คือ แบบสอบถาม
โดยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล จากการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบไม่เฉพาะเจาะจง โดยแบ่งออกเป็น ๓ ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ ๑ แบบสอบถามด้านเนื้อหา

ส่วนที่ ๒ แบบสอบถามด้านการใช้งาน

ส่วนที่ ๓ แบบสอบถามการออกแบบ

๕. สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

จากการประเมินความพึงพอใจทั้งหมด ๓ ด้าน จากผู้ใช้งานเว็บไซต์จำนวน ๑๐๐ คน ผู้เชี่ยวชาญ ๕ คน พบว่า ด้านที่มี
ระดับความพึงพอใจมากที่สุดคือ ด้านการใช้งาน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๔.๑๘ รองลงมาคือ ด้านการออกแบบ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๔.๐๒ และ
ด้านเนื้อหา ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๔.๐๐ ตามลำดับ ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า การประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวในรูปแบบอินโฟกราฟิก
และสื่อมัลติมีเดียผ่านเว็บไซต์ กรณีศึกษา ตำบลโนเมือง อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบูรณ์ มีความสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัย
ที่ระบุไว้ว่า ผู้ใช้งานเว็บไซต์มีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก

๖. ข้อเสนอแนะและการนำไปใช้ประโยชน์

ผู้ใช้งานได้ให้ข้อเสนอแนะ คือ ควรเพิ่มหมวดหมู่ของสถานที่ท่องเที่ยวให้มากขึ้น และพัฒนาให้ครอบคลุมพื้นที่ภายใน
จังหวัดเพิ่มมากขึ้น



๗. กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี ที่ได้อนุมัติทุนอุดหนุนการวิจัยและให้โอกาสในการทำวิจัยครั้งนี้ และขอขอบคุณทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องที่ได้กรุณาให้ความช่วยเหลือ สนับสนุน และให้กำลังใจมาโดยตลอด

๘. เอกสารอ้างอิง

แอนนา พายุพัด. (๒๕๕๘). มัลติมีเดียเพื่อการนำเสนอ. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.

โอภาส เอี่ยมสิริวงศ์. (๒๕๕๕). การวิเคราะห์และออกแบบระบบ (ฉบับปรับปรุงเพิ่มเติม). กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดยูเคชั่น.

Alberto Cairo. ๒๐๑๒. The Functional Art: An introduction to information graphics and visualization.

Introduction Infographics and Visualization. New Riders.

Jun Sakurada. (๒๕๕๘). Basic infographic. แปลโดย ณิชนน หิรัญพุกษ์. นนทบุรี : โอดีซี.

Kos, B. A., Sims, E. ๒๐๑๔. Infographics: The New & - Paragraph Essay. In ๒๐๑๔ Rocky Mountain Celebration of Women in Computing. Laramie, WY, USA.