

การประยุกต์ใช้งานเว็บบล็อกเพื่อส่งเสริมการตลาดอิเล็กทรอนิกส์การท่องเที่ยว กรณีศึกษา ธุรกิจท่องเที่ยวขนาดเล็กในจังหวัดเชียงใหม่

THE USAGE OF WEB BLOG APPLICATION APPLIED FOR TOURISM'S E-MARKET PLACE CASE STUDY: SMALL TOURISM AGENTS IN CHIANGMAI

ไพศาล กาญจนวงศ์¹, อรจนา จันทรประยูร²

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะพัฒนาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยแม่โจ้

² อาจารย์ คณะพัฒนาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยแม่โจ้

¹ Paisarn Kanchanwong (Ph.D.), ² Onjana Chantraprayoon

¹ Assistant Professor, School of Tourism Development, Maejo University.

² Lecturer, School of Tourism Development, Maejo University.

บทคัดย่อ

การตลาดยุคใหม่ใช้การประชาสัมพันธ์ และการโฆษณา เพื่อเป็นเครื่องมือสื่อสารที่มีบทบาทเป็นอย่างมากต่อการดำเนินงานธุรกิจในปัจจุบัน ผู้ประกอบการธุรกิจจะต้องใช้ความรวดเร็วในการติดต่อสื่อสารเพื่อนำสินค้าและบริการสู่นักท่องเที่ยว แต่ธุรกิจขนาดเล็กมักประสบปัญหาในทุกๆ ด้านมากกว่าธุรกิจขนาดใหญ่ เช่น ขาดบุคลากรที่มีความรู้ ขาดงบประมาณในการประชาสัมพันธ์ ขาดที่ปรึกษาทางด้านการทำธุรกิจ วัตถุประสงค์ของงานวิจัยครั้งนี้ คือ การประยุกต์ใช้งานเว็บบล็อกเพื่อการส่งเสริมการตลาดอิเล็กทรอนิกส์การท่องเที่ยวของธุรกิจขนาดเล็กในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นงานวิจัยและพัฒนาแบ่งออกเป็น 8 ขั้นตอน สรุปผลการศึกษาวิจัยได้ดังนี้ 1) ศึกษาการใช้ประโยชน์จาก 5 เว็บบล็อก ได้แก่ blogger.com gotoknow.org wordpress.com bloggang.com และ exteen.com ใน 4 ประเด็นใหญ่ ได้แก่ การใช้งานง่าย การมีเครื่องมือที่เหมาะสม การแสดงผลและการจัดการบล็อก พบว่า Wordpress.com มีความเหมาะสมที่สุดด้วยคะแนนรวมสูงสุด 18.5 คะแนน จาก 20 คะแนน 2) ศึกษารูปแบบการใช้งานของเว็บไซต์ท่องเที่ยวจำนวน 10 เว็บไซต์ เพื่อศึกษารูปแบบการนำเสนอข้อมูล พบข้อมูลที่จำเป็น 9 ด้าน ได้แก่ ข้อมูลบริษัท ข้อมูลสินค้า สิ่งอำนวยความสะดวก ข้อเสนอพิเศษ ที่อยู่หรือสถานที่ติดต่อ คลังรูปภาพ การติดต่อ ข้อเสนอแนะหรือวิจารณ์ และข้อมูลการท่องเที่ยวอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง และรูปแบบการแสดงผลของเว็บไซต์ดอทคอม 3) ศึกษาข้อมูลธุรกิจของธุรกิจท่องเที่ยวขนาดเล็กจำนวน 2 แห่ง คือ ธุรกิจท่องเที่ยว และธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม เพื่อได้ข้อมูลพื้นฐานของธุรกิจท่องเที่ยวขนาดเล็ก 4) ศึกษาฟังก์ชันการทำงานของ Wordpress.com เพื่อนำมาพัฒนาเป็นรูปแบบเว็บไซต์ของธุรกิจท่องเที่ยวเพื่อการประชาสัมพันธ์ธุรกิจ 5) สร้างต้นแบบเว็บไซต์ที่เหมาะสมจากเว็บบล็อกจากรูปแบบเว็บไซต์ดอทคอมและรูปแบบการนำเสนอข้อมูล 6) ทดสอบการใช้งานและพัฒนาคู่มือการใช้งาน 7) อบรมผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวขนาดเล็ก จำนวน 9 ธุรกิจ 8) ติดตามและประเมินผลความพึงพอใจของเว็บไซต์ต้นแบบ ได้แก่ bluespubchiangmai.wordpress.com และ gracetravelchiangmai.wordpress.com จากนักท่องเที่ยวและบุคคลทั่วไป พบว่า ร้อยละของผู้ให้ข้อมูลที่มีความพึงพอใจในระดับมากเกือบทุกรายการโดยเรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ ระดับความพึงพอใจโดยรวม ร้อยละ 49.4 เว็บไซต์มีความสวยงามน่าสนใจ ร้อยละ 49.4 การจัดรูปแบบเว็บไซต์มีความเหมาะสม ร้อยละ 48.1 เว็บไซต์ใช้งานง่าย ร้อยละ 48.1 และเว็บไซต์สามารถใช้เป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์หน่วยงานได้ ร้อยละ 35.5 ยกเว้นการเชื่อมโยงหน้าต่างๆ ในเว็บไซต์มีความเหมาะสมที่อยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 49.4

คำสำคัญ : การใช้งานเว็บบล็อก การตลาดท่องเที่ยว ธุรกิจท่องเที่ยวขนาดเล็ก ไอซีทีเพื่อการท่องเที่ยว

Abstract

The new age of marketing nowadays, using public relation and advertising as a communications tool that have a big role towards the current business operations. Entrepreneurs will require rapid communication to bring products and services to the tourists. But most of small businesses often face problems in every part more than those big businesses, such as, lack of workers that have the right knowledge, lack of funding for PR, lack of business consultant. The purposes of this research were to adapt the use of application of a blog on the web to promote e-tourism market of small businesses in Chiang Mai. The design of the research is on Research and Develop style. The study divided into 8 steps. The result of this research can be summarized as 1) study the benefits from 5 web blogs such as, blogger.com, gotoknow.org, wordpress.com, bloggng.com, and exteen.com. With the 4 mains idea which were; easily to use, having the decent tools, the result displaying and blogs managing. The result shown that Wordpress.com. web blog is the best suitable with the highest overall score of 18.5 points from 20 points. 2) to study the use of the 10 tourism site to study the patterns of presentation. The research found required nine aspects, including product information, company information, facilities or special offers, location or contact area, gallery, connection, suggestion or criticism and other related tourism and website dot com's display result. 3) to study the data of the 2 business of small tourism businesses which were tourism business and food and drink business to collecting data of small business of tourism. 4) to study functionality of the Wordpress.com to develop a form of tourism business to business publications. 5) Prototyping a right site from the web blog from the dot-com format and style of presentation, 6) to test the usability and to develop the user's manual. 7) to train of tourism operators, for 9 small businesses, 8) monitoring and evaluation, including the satisfaction of the sire model such as, bluespubchiangmai.wordpress.com and gracetravelchiangmai.wordpress.com. of the tourists and guests found that the percentage of respondents who were satisfied with the high level nearly every list are arranged from the most to the least, the overall satisfaction level was at 49.4 percent. The web sites are attractive 49.4 percent, the website format is appropriate, 48.1 percent, the website is easy to use 48.1 percent, and intuitive web site can be used as a public relations for workplace was 35.5 percent. The exemption linked pages, the site is appropriate in moderate at 49.4 percent.

Keywords : Web blog usage, tourism marketing, small tourism business, ICT for tourism

บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกลายเป็นยุทธศาสตร์ที่รัฐบาลให้ความสำคัญทั้งนี้เพราะประเทศไทยมีรายได้จากการเดินทางท่องเที่ยวเป็นจํานวนมหาศาลในแต่ละปีและมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ (กรมการท่องเที่ยว, 2555) ประเทศไทยจึงได้ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวและ

กำหนดแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาท่องเที่ยวในรอบ 5 ปี ข้างหน้าตั้งแต่ พ.ศ. 2555–2559 เพื่อผลักดันอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ด้านการพัฒนาการบริหารจัดการเป็นหนึ่งในยุทธศาสตร์ที่ได้กำหนดกลยุทธ์พัฒนาระบบสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว โดยส่งเสริมให้ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวจัดทำเว็บไซต์เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์

แหล่งท่องเที่ยวเป็นภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ และการพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารการพัฒนาการท่องเที่ยว ทั้งนี้เพราะสารสนเทศและเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามามีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในระบบการท่องเที่ยวไม่เพียงแต่ในกระบวนการจัดการระหว่างผู้ประกอบการท่องเที่ยวกับนักท่องเที่ยว หรือผู้ประกอบการกับบริษัทตัวแทน ที่จะต้องใช้ความรวดเร็วในการติดต่อสื่อสารและสารสนเทศเพื่อดำเนินธุรกิจ แต่ยังใช้กับแหล่งท่องเที่ยวและผู้ประกอบการธุรกิจ เพื่อเสนอขายโปรแกรมท่องเที่ยว และนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวอีกด้วย ในขณะเดียวกันนักท่องเที่ยวก็สืบค้นหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว และประเมินงบประมาณหรือค่าใช้จ่ายทั้งหมดก่อนตัดสินใจท่องเที่ยว ขึ้นอยู่กับข้อมูลที่เชื่อถือได้จากการนำเสนอของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว การตลาดยุคใหม่ใช้การประชาสัมพันธ์และการโฆษณา เป็นเครื่องมือสื่อสารที่มีบทบาทเป็นอย่างมากต่อการดำเนินงานธุรกิจในปัจจุบัน ทั้งนี้เนื่องจากการประชาสัมพันธ์ และการโฆษณาทำหน้าที่เป็นผู้ช่วยในการจำหน่ายสินค้าและบริการ โดยการสื่อสารตราสินค้าผ่านสื่อต่างๆ ไปยังผู้บริโภค เช่น การใช้โทรทัศน์ วิทยุ แผ่นพับ ใบปลิว นิตยสาร หนังสือพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ป้ายโฆษณา เป็นต้น (กมล ชัยวัฒน์, 2551) ทำให้สินค้าเป็นที่รู้จักและมีผู้ทดลองใช้สินค้าและบริการ เสรี วงษ์มณฑา (2540 : 5) ได้ให้ความสำคัญในการโฆษณาสินค้าว่าการโฆษณาสามารถทำให้สินค้าจำหน่ายได้มากขึ้น ทั้งนี้เพราะเชื่อในแนวคิดของการสื่อสาร คือ ที่มาแห่งอำนาจ (Communication is power) และการนำเสนอให้เป็นที่ยอมรับจะเป็นกุญแจสู่ความสำเร็จ (Visibility is a key to success) และภาพร โหมทิ และณัฏฐ์ กุลิสร (2552) ได้กล่าวถึงปัจจัยด้านเนื้อหาเท่านั้นที่สามารถพยากรณ์พฤติกรรมอ่านเว็บไซต์โฆษณาของผู้ใช้ระบบเครือข่ายสังคมอินเทอร์เน็ต เนื่องจากเนื้อหาเป็นจุดสนใจแรกในการเลือกรื่องที่ผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตและผู้อ่านบล็อกโฆษณามีความสนใจและมีความต้องการอยู่แล้ว การโฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ตสามารถทำได้หลายรูปแบบด้วยกัน เช่น การใช้แบนเนอร์เพื่อโฆษณา การเป็นผู้สนับสนุนการใช้โฆษณาแบบ pop-ups และ pop-unders โฆษณาระหว่างรอข้อมูล เทคโนโลยี push, link, paid searches, behavior targeting, contextual ads และ rich media

(กมล ชัยวัฒน์, 2551; ภิเชก ชัยนิรันดร์, 2553, อรภัค สุวรรณภักดี, 2553)

ไพศาล กาญจนวงศ์ (2553: 50) ได้ศึกษารูปแบบการใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์เพื่อการท่องเที่ยวของภาคธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่พบว่า ภาคธุรกิจในจังหวัดเชียงใหม่มีเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์เพียงร้อยละ 54.7 และธุรกิจต้องการมีเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์ หากแต่ธุรกิจขนาดเล็กประสบปัญหาในทุกๆ ด้านมากกว่าธุรกิจขนาดใหญ่ เช่น ขาดบุคลากรที่มีความรู้ ขาดงบประมาณในการประชาสัมพันธ์ ขาดที่ปรึกษาทางด้านการทำธุรกิจ โดยมีข้อเสนอแนะจากภาคธุรกิจขนาดเล็ก คือ อยากได้ผู้เชี่ยวชาญมาให้ความแนะนำกับธุรกิจขนาดเล็ก อยากให้ภาครัฐบริการเครื่องมือช่วยเหลือเว็บไซต์กลางสำหรับการทำประชาสัมพันธ์และติดต่อจัดฝึกอบรม จัดอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงบริการโดยคิดราคาถูก เป็นต้น

การวิจัยเรื่อง การประยุกต์ใช้งานเว็บบล็อกเพื่อการส่งเสริมการตลาดอิเล็กทรอนิกส์การท่องเที่ยว กรณีศึกษาธุรกิจท่องเที่ยวขนาดเล็กในจังหวัดเชียงใหม่ จึงเป็นการศึกษาประสิทธิภาพของเว็บบล็อกที่เหมาะสมเพื่อนำมาประยุกต์ใช้เป็นเว็บไซต์สำหรับการประชาสัมพันธ์ของธุรกิจขนาดเล็ก เพื่อช่วยแก้ปัญหาของภาคธุรกิจขนาดเล็ก และสร้างรูปแบบการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ให้กับภาคธุรกิจท่องเที่ยวขนาดเล็ก เกิดเป็นการท่องเที่ยวอิเล็กทรอนิกส์ (e-tourism) ต้นทุนต่ำ ส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อสนองต่อยุทธศาสตร์ของกรมการท่องเที่ยวในที่สุด

วัตถุประสงค์

เพื่อพัฒนารูปแบบการใช้ประโยชน์จากการใช้เว็บบล็อกเพื่อการประชาสัมพันธ์ธุรกิจการท่องเที่ยวของภาคธุรกิจขนาดเล็ก

วิธีดำเนินการวิจัยและผลงานวิจัย

การวิจัยเรื่อง การประยุกต์ใช้งานเว็บบล็อกเพื่อการส่งเสริมการตลาดอิเล็กทรอนิกส์การท่องเที่ยว กรณีศึกษาธุรกิจท่องเที่ยวขนาดเล็กในจังหวัดเชียงใหม่เป็นงานวิจัยประเภทวิจัยและพัฒนา (Research and Development) โดยมีวัตถุประสงค์ย่อยเพื่อ 1) ศึกษาการใช้ประโยชน์

จากการใช้เว็บบล็อกมาประยุกต์ใช้ในส่งเสริมการตลาด ธุรกิจการท่องเที่ยวของภาคธุรกิจท่องเที่ยว 2) เพื่อพัฒนารูปแบบการใช้ประโยชน์จากการใช้เว็บบล็อกเพื่อการประชาสัมพันธ์ธุรกิจการท่องเที่ยวของภาคธุรกิจขนาดเล็ก และ 3) เพื่อนำรูปแบบการใช้เว็บบล็อกเพื่อการประชาสัมพันธ์ไปใช้จริงกับธุรกิจการท่องเที่ยวของภาคธุรกิจขนาดเล็กและประเมิณผล ผู้วิจัยใช้กรอบแนวการศึกษาวิจัยตามการออกแบบเว็บไซต์ของธวัชชัย ศรีสุเทพ (2544 : 29-48) ได้อธิบายกระบวนการพัฒนาเว็บไซต์ 13 ขั้นตอน โดยผู้วิจัยได้ปรับกระบวนการพัฒนาและประยุกต์ใช้แบ่งออกเป็นหลัก 8 ขั้นตอนย่อย ดังนี้

1. ศึกษาการใช้ประโยชน์จากเว็บบล็อกที่บริการฟรีในอินเทอร์เน็ตที่เอื้อต่อการประยุกต์ใช้ ในการประชาสัมพันธ์ธุรกิจการท่องเที่ยวของภาคธุรกิจ เป็นการ ศึกษาการใช้ประโยชน์จากเว็บบล็อกจากข้อมูลสถิติ ได้แก่ เอกสารสิ่งพิมพ์และเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดแนวทางในการใช้ประโยชน์ และพิจารณาคัดเลือกเว็บบล็อกจาก

ผู้นิยมใช้และการแนะนำเว็บบล็อกแล้วนำมาจัดทำโครงสร้างเนื้อหาของเครื่องมือเพื่อศึกษาเปรียบเทียบข้อดี ข้อเสีย การประยุกต์ใช้ และวิธีการใช้งานจากการทดลองใช้เว็บไซต์จำนวน 5 เว็บบล็อก ได้แก่ Blogger.com gotoknow.org wordpress.com bloggng.com และ exteen.com เพื่อคัดเลือกเว็บบล็อกที่เหมาะสมเครื่องมือที่ใช้การศึกษาในขั้นตอนนี้ คือ แบบตรวจสอบรายการ (Checklist) ตารางเปรียบเทียบในประเด็น 4 ประเด็นใหญ่ (14 ข้อย่อย) ได้แก่ การใช้งานง่าย (user friendly) การมีเครื่องมือที่เหมาะสม (tools) การแสดงผล (display) และการจัดการบล็อก (blogmanagement) พบว่า Wordpress.com มีค่าคะแนนรวมสูงสุด 18.5 คะแนน รองลงมา คือ Exteen.com 15.2 คะแนน Blogger.com 14.3 คะแนน Bloggang.com 13.0 คะแนน และได้คะแนนน้อยที่สุด คือ Gotoknow.org เท่ากับ 11.8 คะแนน อาจสรุปได้ว่า เว็บบล็อกที่เหมาะสมในการนำมาประยุกต์ใช้ในการทำเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์จากการศึกษา คือ Wordpress.com

ตารางที่ 1 ตารางเปรียบเทียบประสิทธิภาพการใช้งานของเว็บบล็อก

การใช้ประโยชน์จากเว็บบล็อก	ชื่อเว็บบล็อก					
	Blogger.com	Gotoknow.org	Wordpress.com	Bloggang.com	Exteen.com	
1. การใช้งานง่าย (User friendly)	3.3	3.0	4.0	3.0	4.0	
1.1 ชื่อเว็บไซต์ (Name of website)	4.0	3.0	4.0	4.0	4.0	
1.2 ง่ายต่อการใช้และการจัดการ (Easy to use and manage)	3.0	2.0	4.0	2.0	4.0	
1.3 ง่ายในการเข้าถึง (Access ability)	3.0	4.0	4.0	3.0	4.0	
2. เครื่องมือการทำงานพื้นฐาน (Tools)	3.0	3.2	4.5	4.0	3.7	
2.1 เครื่องมือสำหรับการทำงานเมนู (Widgets)	3.0	3.0	4.0	4.0	4.0	
2.2 เครื่องมือสำหรับการจัดการเนื้อหา (Page and Posts)	2.0	4.0	5.0	5.0	4.0	
2.3 เครื่องมือสนับสนุนอื่น (Poll & Form)	2.0	3.0	4.0	3.0	3.0	
2.4 เครื่องมือเชื่อมโยงกับระบบอื่น (Links to other system)	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	
2.5 เครื่องมือการรายงาน (Stats system)	5.0	3.0	5.0	5.0	4.0	
2.6 เครื่องมือระบบสำรอง (Backup system)	2.0	2.0	5.0	3.0	3.0	
3. ส่วนการแสดงผล (Display)	4.0	2.7	5.0	3.0	4.0	
3.1 รูปแบบเว็บไซต์ (Themes)	4.0	2.0	5.0	3.0	5.0	
3.2 ประสิทธิภาพการเข้าเยี่ยมชมของผู้ใช้เว็บไซต์ (Clear & Clean)	5.0	3.0	5.0	3.0	4.0	
3.3 การตั้งค่าการแสดงผล (Display Setup)	3.0	3.0	5.0	3.0	3.0	

ตารางที่ 1 ตารางเปรียบเทียบประสิทธิภาพการใช้งานของเว็บบล็อก (ต่อ)

การใช้ประโยชน์จากเว็บบล็อก	ชื่อเว็บบล็อก					
	Blogger. com	Godknow. org	Wordpress. com	Bloggang. com	Exteen. com	
4. การจัดการเว็บบล็อก (Blog management)	4.0	3.0	5.0	3.0	3.5	
4.1 สมรรถนะโดยรวมของเว็บบล็อก (Performance)	5.0	3.0	5.0	4.0	4.0	
4.2 ความเป็นส่วนตัว (Privacy)	3.0	3.0	5.0	2.0	3.0	
รวมคะแนน	14.3	11.8	18.5	13.0	15.2	

2. ศึกษาารูปแบบการใช้งานของเว็บไซต์ท่องเที่ยว
ทั่วไปที่จัดเว็บไซต์แบบดอทคอม โดยเลือกตัวอย่างเว็บไซต์
 จากเว็บไซต์ที่เป็นธุรกิจท่องเที่ยวที่จดทะเบียนเว็บไซต์
 แบบดอทคอม(dot com)จำนวน 10 เว็บไซต์โดยแยกออกเป็น
 5 กลุ่ม กลุ่มละ 2 เว็บไซต์ ประกอบด้วย

- 1) กลุ่มธุรกิจท่องเที่ยว ได้แก่
<http://www.journeycnx.com> และ
<http://www.oceansmile.com/>
- 2) กลุ่มโรงแรมและที่พัก ได้แก่
<http://www.thedomechiangmai.com/>
 และ <http://www.fernpardise.com/>
- 3) กลุ่มร้านอาหาร ได้แก่
<http://tohngtueng.com> และ
<http://www.kruakungwan.com/>
- 4) กลุ่มขนส่ง ได้แก่
<http://www.transport.co.th/>
<http://www.thaiairways.co.th/>
- 5) กลุ่มร้านขายของที่ระลึก ได้แก่
<http://www.bangkokgift.net/>และ
<http://www.coopthailand.com/>

เพื่อศึกษาารูปแบบเว็บไซต์เพื่อกำหนดเป็นแนวทาง
 ในการออกแบบเว็บไซต์จากเว็บบล็อกที่เลือกไว้ และพัฒนา
 รูปแบบการนำเสนอข้อมูล เพื่อเป็นกรอบในการกำหนดเนื้อหา
 ของเว็บไซต์ในการนำเสนอข้อมูลธุรกิจผ่านเว็บไซต์พบว่า
 ในหน้าการแสดงผล (page) สามารถแบ่งหน้าต่างการทำงาน
 ออกเป็น 5 ส่วน ได้แก่

1) ส่วนหัว (Header) เป็นพื้นที่ที่ใช้แสดงโลโก้ของ
 บริษัทอยู่ในรูปของภาพกราฟิกของบริษัท หรือรูปภาพที่แสดง
 สัญลักษณ์ของบริษัท เช่น ภาพถ่ายบริเวณด้านหน้า ภาพถ่าย
 มุมสูง เป็นต้น

2) ส่วนเมนูส่วนหัว (Header menu) แสดงข้อมูลหลัก
 ขององค์กรที่ส่วนใหญ่จะเป็นข้อมูลที่คงที่ ข้อมูลกลุ่มนี้โดยมาก
 มักจะเป็นข้อมูลที่มีความสำคัญ และต้องการให้ผู้เข้าชม
 เว็บไซต์ได้เข้าไปดูรายละเอียด เช่น ข้อมูลบริษัท (company
 profile) ข้อมูลสิ่งอำนวยความสะดวก (facilities) เป็นต้น
 โดยทำงานในรูปของเมนูทำงานที่เรียกว่า Hyperlink เพื่อ
 เปิดรายละเอียดเมื่อผู้คลิกเมาส์เพื่อเลือกทำงาน

3) ส่วนเมนูด้านข้าง (Side bar menu) ส่วนนี้จะ
 แสดงเมนูการทำงานของข้อมูลในเว็บไซต์ที่คล้ายกับเมนู
 ส่วนหัวแต่จะมีข้อมูลที่มากกว่า ได้แก่ ข้อมูลที่มีความเคลื่อนไหว
 เช่น ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ ข้อเสนอพิเศษ (Special
 Offers) เป็นต้น

4) ส่วนการแสดงผลหลัก (Display information) ส่วนนี้
 จะมีพื้นที่มากที่สุดที่สุดในหน้าเพราะจะใช้แสดงรายละเอียด
 ของเนื้อหาซึ่งประกอบด้วยข้อความ (texts) ภาพกราฟิก
 (graphic pictures) รูปภาพ (pictures) สื่อผสมหรือภาพ
 เคลื่อนไหว (multimedia) และส่วนเชื่อมโยง (hyperlink)
 ที่ผู้ใช้งานสามารถเลือกเพื่อเปิดหน้าที่ต้องการ)

5) ส่วนท้าย (Footer) เป็นส่วนที่แสดงที่อยู่ ขององค์กร
 โทรศัพท์และโทรสาร อีเมลเพื่อใช้ในการติดต่อ

ส่วนหัว	
เมนูทำงานส่วนหัว	
เมนูทำงาน ด้านข้าง	ส่วนการแสดงผลหลัก
ส่วนท้าย	

ภาพที่ 1 รูปแบบการแสดงผลของเว็บไซต์

ทั้งนี้ รูปแบบการนำเสนอข้อมูลประกอบด้วยสารสนเทศที่จำเป็น 9 กลุ่ม (categories) ได้แก่ สารสนเทศบริษัท (Company Profile) สารสนเทศสินค้า (Products & Services) สารสนเทศสิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities) สารสนเทศข้อพิเศษหรือการลดราคา (Offers & Promotion) สารสนเทศที่อยู่หรือสถานที่ติดต่อ (Address) สารสนเทศคลังรูปภาพ (Picture Gallery) สารสนเทศการติดต่อ (Contact Us) สารสนเทศข้อเสนอแนะหรือวิจารณ์ (Feed Back) และสารสนเทศการท่องเที่ยวอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง (TravelInformation) ด้วยมีโครงสร้างการทำงาน คือ หน้าแรกของการแสดงผลที่เรียกว่า โฮมเพจ (home page) ส่วนใหญ่จะเป็นสารสนเทศบริษัท (company profile) และสารเทศกลุ่มอื่นๆ จะแสดงในหน้าถัดไปที่เรียกว่า เว็บเพจ (web pages) อาจอยู่ในรูปของรายการข้อมูล (item list) ในแต่ละหน้าถูกเชื่อมโยงด้วย hyperlink

3. ศึกษาข้อมูลของธุรกิจท่องเที่ยวขนาดเล็ก โดยคัดเลือกธุรกิจท่องเที่ยวขนาดเล็ก จำนวน 2 แห่ง ที่ต้องการไม่มีเว็บไซต์เป็นของตนเอง เพื่อศึกษาความต้องการนำเสนอข้อมูลขององค์กรโดยการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างตามกรอบที่ได้กำหนดไว้แล้ว รวมทั้งจัดทำร่างข้อมูลธุรกิจเพื่อใช้เป็นข้อมูลหลักในการสร้างเว็บไซต์ของธุรกิจต่อไป

4. ศึกษาฟังก์ชันการใช้งานเว็บบล็อกที่ได้เลือกไว้แล้วจากขั้นตอนที่ 1 โดยศึกษาการทำงานของฟังก์ชันต่างๆ ใน wordpress.com เพื่อนำมาพัฒนาการจัดรูปแบบเว็บไซต์ของธุรกิจท่องเที่ยว โดยนำเอารูปแบบของเว็บไซต์ท่องเที่ยวเนื้อหาเว็บไซต์ท่องเที่ยว และข้อมูลพื้นฐานของธุรกิจท่องเที่ยวขนาดเล็ก มาพัฒนาเป็นรูปแบบของเว็บบล็อกที่เหมาะสม

สำหรับการจัดทำเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์ธุรกิจท่องเที่ยวขนาดเล็ก การทำงานของฟังก์ชันแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มใหญ่ คือ

1. กลุ่ม Dashboard ประกอบด้วยการทำงานที่สำคัญ คือ เมนู Home คือ การแสดงรายงานสถานะทุกเรื่องของเว็บไซต์นี้ให้ผู้ใช้ได้ทราบว่าเป็นอย่างไร และเมนู My Blogs คือ การแสดงรายชื่อบล็อกหรือเว็บไซต์ของผู้ใช้ทั้งหมดออกมาเพื่อให้ผู้ใช้เลือกจัดการกับบล็อกตามต้องการ

2. กลุ่มการจัดการเนื้อหา ประกอบด้วยฟังก์ชันที่สำคัญ 6 ฟังก์ชัน ได้แก่

1) Posts คือ การจัดการเรื่องต่างๆ ที่ใส่เข้าไปในเว็บไซต์

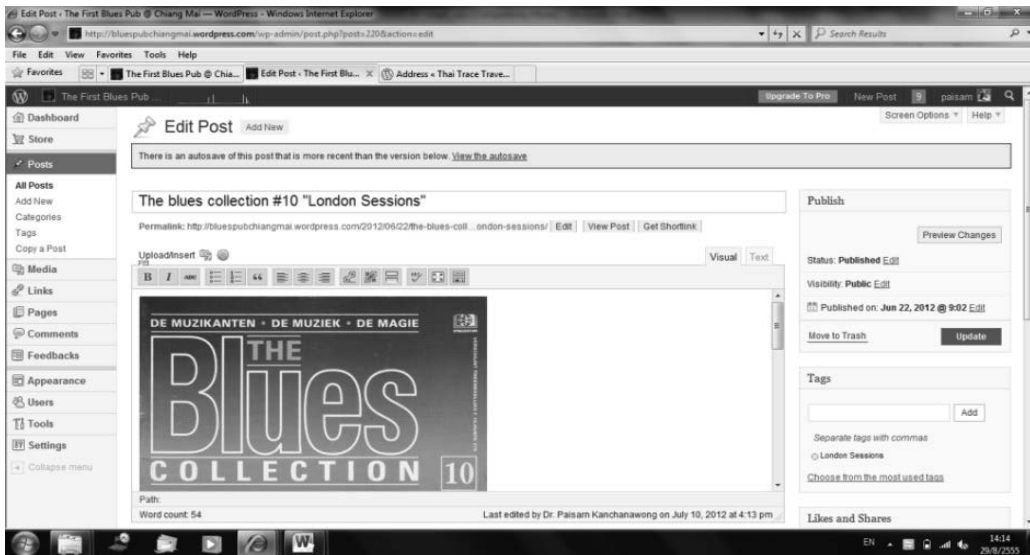
2) Media คือ การจัดการสื่อหรือไฟล์ต่างๆ ที่ผู้ต้องการใส่เพิ่มเติมเข้าไปในเรื่องที่ได้นับที่ไว้ทั้งที่ใส่ไว้ในฐานข้อมูลก่อนเรียกที่เก็บว่า Library แล้วหากต้องการใช้ก็สามารถเลือกจาก Library หรืออาจจะใส่ในขณะบันทึกเรื่องในแบบบันทึกก็ได้

3) Links คือ การเพิ่มรายการเชื่อมโยงจากเว็บไซต์อื่นเพื่อนำมาใช้ในเมนูทำงานภายหลัง

4) Pages คือ การสร้างหน้าหรือ web page ให้กับเว็บไซต์เพิ่มเติมตามความต้องการของผู้ใช้

5) Comments คือ รายการ comments จากการที่เว็บไซต์ได้เปิดสาธารณะแล้วมีผู้อ่านเขียนคำติชม ข้อเสนอแนะทั้งหมดจะอยู่ในฐานข้อมูลที่ผู้ใช้งานสามารถเลือกดึงขึ้นมาเพื่อจัดการได้ตามความต้องการ

6) Polls คือ การสร้างแบบสอบถามเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการประเมินเว็บไซต์ของผู้ใช้งานมีหลากหลายแบบให้เลือกใช้ตามความต้องการของผู้ใช้แต่ละคน



ภาพที่ 2 ตัวอย่างการใช้ฟังก์ชันการทำงานของ Post

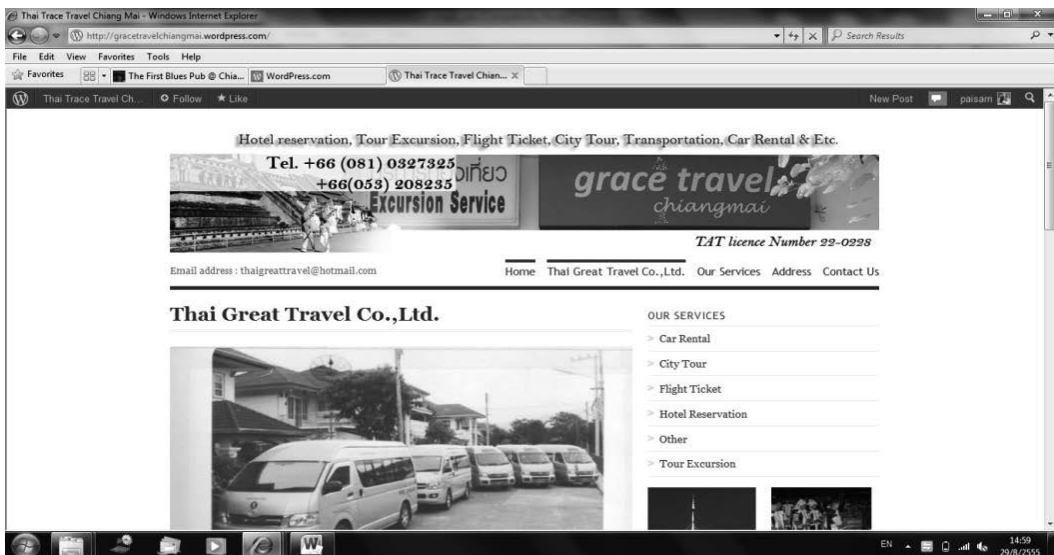
3. กลุ่มของการจัดการเว็บไซต์ ประกอบด้วยฟังก์ชันที่สำคัญ 3 ฟังก์ชัน คือ

1) **Appearance** คือ เมนูสำหรับการ Themes การทำงาน เครื่องมือช่วยเหลือต่างๆ พื้นหลัง รูปหลักของเว็บไซต์ เป็นต้น

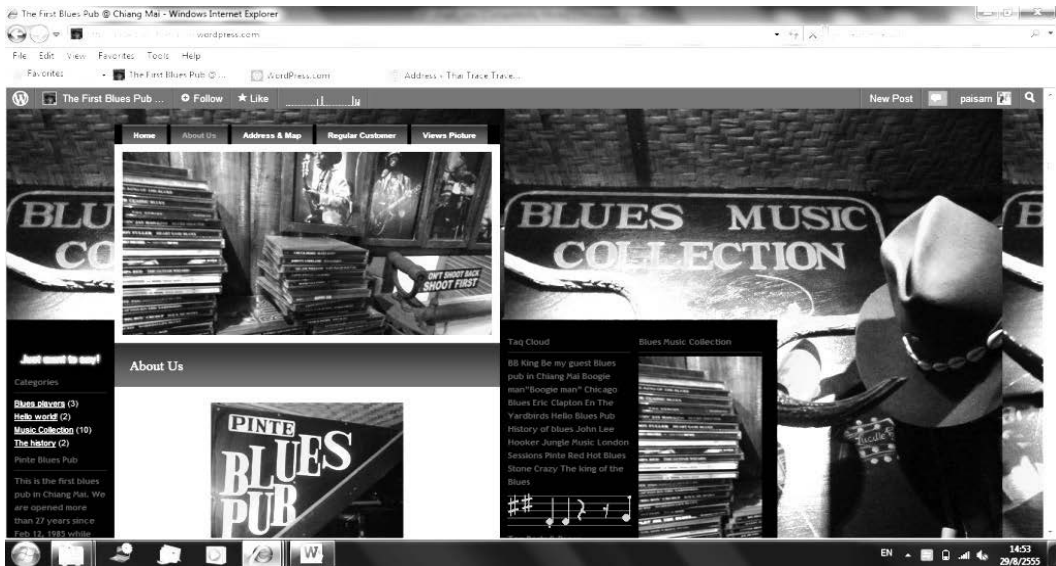
2) **Users** คือ เมนูสำหรับการสร้างผู้ใช้งานร่วมเพื่อช่วยเหลือในการบันทึกข้อมูล (ถ้าต้องการ) ซึ่งจะแบ่งออกเป็น 4 ระดับ คือ Administrator, Editor, Author และ Contributor

3) **Settings** คือ เมนูการทำงานสำหรับการตั้งค่าต่างๆ ภายในของเว็บไซต์ เช่น การตั้งค่าสำหรับการเขียน การอ่าน ข้อมูลส่วนตัว เป็นต้น

4. **สร้างต้นแบบเว็บไซต์ที่เหมาะสมจากเว็บบล็อก**
นำข้อมูลเนื้อหาธุรกิจขนาดเล็กนำร่องจำนวน 2 ธุรกิจที่ได้สร้างแล้วมาทดลองพัฒนาเว็บไซต์ ตามรูปแบบเว็บไซต์และรูปแบบการนำเสนอข้อมูล



ภาพที่ 3 ตัวอย่างต้นแบบเว็บไซต์ธุรกิจท่องเที่ยวขนาดเล็ก gracetravelchiangmai.wordpress.com



ภาพที่ 4 ตัวอย่างต้นแบบเว็บไซต์ธุรกิจท่องเที่ยวขนาดเล็ก bluespubchiangmai.wordpress.com

5. ทดสอบและพัฒนาฝีมือ ทดสอบความถูกต้องของข้อมูลและการทำงานของการทำงานของการเชื่อมโยงต่างๆ และพัฒนาฝีมือการใช้งานเรื่อง “คู่มือการใช้งานเว็บไซต์ WordPress.com เพื่อประยุกต์ใช้ในการประชาสัมพันธ์ธุรกิจท่องเที่ยว” เพื่อใช้ในการอบรม ประกอบด้วย 7 บท ดังนี้ บทที่ 1 รู้จักเว็บไซต์ wordpress.com และการใช้งานเบื้องต้น บทที่ 2 การเตรียมข้อมูลสำหรับการทำเว็บไซต์ บทที่ 3 การสมัครเพื่อขอใช้งาน Wordpress.com บทที่ 4 การตั้งค่าต่างๆ เมื่อเริ่มใช้งาน บทที่ 5 การจัดการภาพลักษณ์ของเว็บไซต์ บทที่ 6 การจัดการเนื้อหาเว็บไซต์มีความเคลื่อนไหว และบทที่ 7 การจัดการส่วนอื่นๆ

6. อบรมผู้ประกอบการขนาดเล็ก ผู้วิจัยคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างจากภาคธุรกิจท่องเที่ยวขนาดเล็กในจังหวัดเชียงใหม่แบบเจาะจง โดยมีเกณฑ์ คือ เป็นธุรกิจท่องเที่ยวขนาดเล็กที่ยังไม่มีการใช้เว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์จำนวน 9 แห่ง เพื่อเข้ารับการฝึกอบรมการใช้งาน ตามรูปแบบการทำงานที่ได้พัฒนาขึ้นมา จากผลการอบรมได้ข้อเสนอแนะจากผู้ประกอบการอบรม คือ โครงการนี้เป็นโครงการที่ดีเพื่อช่วยเหลือภาคธุรกิจขนาดเล็กเป็นโครงการที่มีประโยชน์มากสามารถนำไปใช้ได้จริง แต่ควรประชาสัมพันธ์และส่งเสริมโดยตรงให้กับผู้ประกอบการ แต่ละคนและให้มีการตอบรับเพราะเนื้อหาที่มีความน่าสนใจมาก สามารถทำได้ด้วยตนเอง และไม่มีค่าใช้จ่ายผู้ประกอบการสามารถปรับปรุงข้อมูลได้ตลอดเวลาตาม

ความต้องการไม่ต้องเสียเวลาอธิบายให้กับผู้รับจ้างทำเว็บไซต์ อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการแนะนำว่าควรจัดโครงการแบบนี้อีกเพื่อให้บริการกับธุรกิจท่องเที่ยวทั่วไป แต่ควรให้มีค่าการลงทะเบียน ในราคาที่เหมาะสมเพื่อเป็นการรับประกันว่าผู้ประกอบการที่เข้าร่วมมีความสนใจในเรื่องนี้จริง และต้องเข้ารับการอบรม

7. ทดลองใช้ในสภาพจริงและติดตามประเมินผล

ภายหลังจากการฝึกอบรมและให้ผู้ประกอบการปรับปรุงข้อมูลเนื้อหาในเว็บไซต์ระยะเวลา 1 เดือน ผู้วิจัยจึงติดตามประเมินผลความพึงพอใจของผู้ใช้งานจากนักท่องเที่ยว เจ้าหน้าที่ของรัฐ นักศึกษา พนักงานบริษัทต่อการใช้งาน จำนวน 79 คน โดยใช้เทคนิคการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-Probability) แบบบังเอิญ การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการเปิดเว็บไซต์ให้ดูจาก tablet และให้ผู้ให้ข้อมูลตอบแบบสอบถามความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ จากการศึกษาพบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ (ร้อยละ 59.5%) เป็นเพศหญิง ผู้ให้ข้อมูลร้อยละ 75.9 มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี รองลงมา คือ ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 12.7 และระดับสูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 11.4 ตามลำดับ ผู้ให้ข้อมูลร้อยละ 34.2 เป็นนักท่องเที่ยว รองลงมาร้อยละ 32.9 เป็นนักศึกษา/นักเรียน ส่วนความถี่ในการใช้เว็บไซต์เพื่อการสืบค้นข้อมูลพบว่าร้อยละ 48.1 ใช้บ่อย รองลงมาคือ ร้อยละ 36.7 ใช้ทุกวัน สำหรับอายุของผู้ให้ข้อมูลพบว่า

มีอายุเฉลี่ย 30.01 ปี (S.D.= 9.363) อายุน้อยที่สุด คือ 18 ปี มากที่สุด คือ 65 ปี

สำหรับข้อมูลความพึงพอใจของผู้ให้ข้อมูลต่อเว็บไซต์ ต้นแบบพบว่า ร้อยละของผู้ให้ข้อมูลที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากเกือบทุกรายการ โดยเรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ ระดับความพึงพอใจโดยรวม ร้อยละ 49.4 เว็บไซต์มีความสวยงามน่าสนใจ ร้อยละ 49.4 การจัดรูปแบบเว็บไซต์มีความเหมาะสม ร้อยละ 48.1 เว็บไซต์ใช้งานง่าย ร้อยละ 48.1 ขนาดตัวอักษรมีความเหมาะสม ร้อยละ 45.6 รูปแบบตัวอักษรมีความสวยงาม ร้อยละ 44.3 และเว็บไซต์สามารถใช้เป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์หน่วยงานได้ ร้อยละ 35.5 ยกเว้นรายการที่ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ มีระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่การเชื่อมโยงหน้าต่างๆ ในเว็บไซต์มีความเหมาะสม ร้อยละ 49.4 อาจเป็นเพราะเนื้อหาในเว็บไซต์ ยังครอบคลุมกับความต้องการของผู้ให้ข้อมูล ซึ่งสอดคล้องกับข้อเสนอแนะของผู้ให้ข้อมูลที่ควรบรรจุเนื้อหาให้ครอบคลุมกับความต้องการมากขึ้น และชื่อเว็บไซต์สามารถจดจำได้ง่าย ร้อยละ 46.8 อาจเป็นเพราะการกำหนดชื่อธุรกิจมีความยาวเกินไปเพื่อให้ครอบคลุมกับธุรกิจซึ่งในเว็บไซต์ ต้นแบบ ได้แก่ bluespubchiangmai.wordpress.com และ gracetravelchiangmai.wordpress.com การจัดรูปแบบเว็บไซต์มีความเหมาะสม ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ ร้อยละ 48.1 มีความพึงพอใจในระดับมาก

ส่วนปัญหาและข้อเสนอแนะพบว่า บางครั้งยากต่อการหาข้อมูลที่ต้องการเพราะหาไม่เจอ อย่างไรก็ตาม เว็บไซต์มีความน่าสนใจมาก ใช้งานง่าย มีความเหมาะสม แต่รูปภาพต้องการให้เป็นปัจจุบันมากกว่านี้

สรุปผลและอภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาพบว่า ในการพัฒนาเว็บไซต์โดยใช้เว็บล็อกนั้น ผู้ใช้งานสามารถเรียนรู้และเข้าใจการทำงานของเว็บล็อกได้ง่ายกว่าหากผู้ประกอบการได้ทดลองทำและมีความรู้พื้นฐานการใช้อีเมล อย่างไรก็ตามสิ่งที่ยากกว่าสำหรับผู้ประกอบการในการพัฒนาเว็บไซต์ มี 3 ประการ คือ

1. การจัดทำโครงสร้างเนื้อหาสำหรับเว็บไซต์ ทั้งนี้เพราะเนื้อหาของเว็บไซต์เป็นสิ่งที่น่าสนใจของนักท่องเที่ยวมากกว่าความสวยงาม นักท่องเที่ยวต้องการได้ข้อมูลที่ทันสมัย

ครบถ้วน และตรงกับความต้องการ การวางแผนโครงสร้างข้อมูลที่ที่ดีจะทำให้นักท่องเที่ยวหาข้อมูลได้ถูกต้องและใช้ระยะเวลา น้อย แต่จากการศึกษาพบว่าผู้ประกอบการบางรายยังไม่สามารถพัฒนาเว็บไซต์ตามกำหนดเวลาเนื่องจากปัญหาในการกำหนดโครงสร้างของเนื้อหา ผู้ประกอบยังไม่สามารถจัดกลุ่มของเนื้อหาเพื่อบันทึกลงในเว็บไซต์ได้ดีพอ

2. ความยากในการจัดภาพให้มีขนาดตามความเหมาะสม ทั้งนี้เพราะการจัดภาพในเว็บไซต์เป็นบูรณาการองค์ความรู้หลายสาขา ได้แก่ เทคนิคการถ่ายภาพ การใช้คอมพิวเตอร์ซอฟต์แวร์เพื่อนำภาพจากกล้องหรือสแกนเนอร์มาเก็บลงในเครื่องเพื่อปรับปรุงด้วยโปรแกรมกราฟิกให้ได้ขนาดตามต้องการแล้วจึงอัปโหลดภาพขึ้นไปในเว็บไซต์ ซึ่งการทำงานจะมีขั้นตอนทางเทคนิคหลายขั้นตอนทำให้เกิดความยุ่งยากสำหรับผู้ประกอบการที่ยังไม่คุ้นเคยกับการทำงานในลักษณะนี้

3. ผู้ประกอบการไม่มีเวลาที่แน่นอน โดยเฉพาะผู้ประกอบการขนาดเล็ก ทั้งนี้เพราะผู้ประกอบการจะต้องรับผิดชอบในทุกๆ เรื่องของธุรกิจที่รับผิดชอบทำให้ถึงแม้จะมีการนัดหมายไว้ล่วงหน้าอย่างแน่นอนแต่บางครั้งก็มีเหตุที่ไม่สามารถเข้าร่วมได้ตามที่ได้นัดหมายไว้ อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการสามารถหาตัวแทนหรือผู้ที่เกี่ยวข้องใกล้ชิด เช่น ลูก หรือญาติสนิท เข้าร่วมร่วมเรียนรู้ได้

แนวทางในการจัดฝึกอบรมหลักสูตร ในหลักสูตร “การประยุกต์ใช้ wordpress.com เพื่อทำเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ธุรกิจท่องเที่ยวสำหรับผู้ประกอบการขนาดเล็ก” ในการให้บริการวิชาการตามข้อเสนอแนะของธุรกิจขนาดเล็ก ควรประกอบด้วยหัวข้อ ดังนี้

1. เตรียมความพร้อมด้านเนื้อหาธุรกิจก่อนการอบรม วัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้เข้ารับการอบรมโดยเฉพาะเจ้าของธุรกิจที่เข้ารับการอบรมได้เตรียมเนื้อหา การจัดโครงสร้างของเนื้อหา ภาพที่จำเป็นเพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมก่อนเข้าอบรม โดยบรรจุช่วงแรกของการอบรมซึ่งอาจจะทำในลักษณะของการทำ “Workshop” ก่อนลงมือปฏิบัติจริง

2. หัวข้อ “การทำภาพโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป” วัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้เข้ารับการอบรมสามารถทำภาพที่ได้มาจากกล้อง หรือเครื่องสแกนเนอร์ หรือภาพจากแหล่งต่างๆ ได้อย่างเหมาะสมกับเว็บไซต์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปอย่างง่าย

เช่น Microsoft office 2010, ACDsee เป็นต้น โดยอาจสอดแทรกเทคนิคการทำกราฟิกให้สวยงามเพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมก่อนเริ่มการอบรม

3. หัวข้อ “การประยุกต์ใช้เว็บบล็อก wordpress.com เพื่อสร้างเว็บไซต์” วัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้เข้ารับการอบรมได้เรียนรู้เทคนิคและฝึกปฏิบัติจริง โดยนำข้อมูลจากที่ได้ทำ workshop และเทคนิคการทำภาพมาใช้ ซึ่งจะ

ทำให้เมื่อเสร็จสิ้นการอบรม ผู้เข้ารับการอบรมจะได้เว็บไซต์ที่เสร็จพร้อมใช้งาน หรืออาจต้องนำไปปรับปรุงในภายหลังอีกเล็กน้อย

สำหรับระยะเวลาในการอบรมจากผลการประเมินพบว่า มีระยเวลาน้อยเกินไป ดังนั้น ในการทำหลักสูตรระยะสั้นควรจัดให้มีระยะเวลาในการอบรมประมาณ 3 วัน ดังโปรแกรม ดังนี้

ตารางที่ 2 โปรแกรมการฝึกอบรมหลักสูตรระยะสั้น “การประยุกต์ใช้ wordpress.com เพื่อทำเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ธุรกิจท่องเที่ยวสำหรับผู้ประกอบการขนาดเล็ก”

วัน/เวลา	หัวข้อการอบรม	วิธีการอบรม
วันที่ 1		
08.30 – 09.00 น.	ลงทะเบียน	
09.00 - 10.30 น.	การเตรียมความพร้อมด้านเนื้อหาธุรกิจก่อนการอบรม และกำหนดชื่อเว็บไซต์ของธุรกิจ	Workshop
10.30 - 10.45 น.	รับประทานอาหารว่าง	
10.45 - 12.00 น.	การเตรียมความพร้อมด้านเนื้อหาธุรกิจก่อนการอบรม (ต่อ)	Workshop
12.00 - 13.00 น.	รับประทานอาหาร	
13.00 - 14.30 น.	การทำภาพโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป	ฝึกปฏิบัติในห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์
14.45 - 16.30 น.	การประยุกต์ใช้เว็บบล็อก wordpress.com เพื่อสร้างเว็บไซต์ - รู้จักเว็บไซต์ และเว็บบล็อกชื่อ wordpress.com และการใช้งานเบื้องต้น - การตั้งค่าต่างๆ เมื่อเริ่มใช้งาน	ฝึกปฏิบัติในห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์
วันที่ 2		
09.00 - 10.30 น.	การประยุกต์ใช้เว็บบล็อก wordpress.com เพื่อสร้างเว็บไซต์ (ต่อ) - การเลือกใช้แบบเว็บไซต์ (Themes)	ฝึกปฏิบัติในห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์
10.30 - 12.00 น.	การประยุกต์ใช้เว็บบล็อก wordpress.com เพื่อสร้างเว็บไซต์ (ต่อ) - การตกแต่งภาพลักษณ์โดยวิดเจ็ต (Widgets)	ฝึกปฏิบัติในห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์
12.00 - 13.00 น.	รับประทานอาหาร	
13.00 - 14.30 น.	การประยุกต์ใช้เว็บบล็อก wordpress.com เพื่อสร้างเว็บไซต์ (ต่อ) - การตกแต่งภาพลักษณ์โดยวิดเจ็ต (Widgets)	ฝึกปฏิบัติในห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์
14.45 - 16.30 น.	การประยุกต์ใช้เว็บบล็อก wordpress.com เพื่อสร้างเว็บไซต์ (ต่อ) - การตกแต่งภาพลักษณ์โดยเฮดเดอร์ (Header) และพื้นหลัง (Background)	ฝึกปฏิบัติในห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์

ตารางที่ 2 โปรแกรมการฝึกอบรมหลักสูตรระยะสั้น “การประยุกต์ใช้ wordpress.com เพื่อทำเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ธุรกิจท่องเที่ยวสำหรับผู้ประกอบการขนาดเล็ก” (ต่อ)

วัน/เวลา	หัวข้อการอบรม	วิธีการอบรม
วันที่ 3		
09.00 - 10.30 น.	การประยุกต์ใช้เว็บบล็อก wordpress.com เพื่อสร้างเว็บไซต์ (ต่อ) - การจัดการเนื้อหาเว็บไซต์มีความเคลื่อนไหวโดยการจัดการเพจ (Pages)	ฝึกปฏิบัติในห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์
10.30 - 12.00 น.	การประยุกต์ใช้เว็บบล็อก wordpress.com เพื่อสร้างเว็บไซต์ (ต่อ) - การจัดการเนื้อหาเว็บไซต์มีความเคลื่อนไหวโดยการจัดการเพจ (Pages)	ฝึกปฏิบัติในห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์
12.00 - 13.00	พักรับประทานอาหาร	
13.00 - 14.30	การประยุกต์ใช้เว็บบล็อก wordpress.com เพื่อสร้างเว็บไซต์ (ต่อ) - การจัดการเนื้อหาเว็บไซต์มีความเคลื่อนไหวโดยการจัดการโพสต์ (Posts)	ฝึกปฏิบัติในห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์
14.45-16.00 น.	การประยุกต์ใช้เว็บบล็อก wordpress.com เพื่อสร้างเว็บไซต์ (ต่อ) - การจัดการเนื้อหาเว็บไซต์มีความเคลื่อนไหวโดยการจัดการโพสต์ (Posts)	ฝึกปฏิบัติในห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์
16.30-17.00 น.	มอบประกาศนียบัตรกับผู้เข้ารับการฝึกอบรม และปิดการฝึกอบรม	

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยพบว่า ธุรกิจท่องเที่ยวขนาดเล็กหลายแห่งมีความต้องการทำเว็บไซต์ของตนเอง ถึงแม้จะมีธุรกิจท่องเที่ยวบางแห่งมีเว็บไซต์เป็นของตนเองและมีความสามารถในการจ้างพัฒนาจากภายนอกที่เป็นเว็บไซต์ประเภททอคอมก็ตาม แต่ก็พบว่าสิ่งที่เป็นปัญหายุ่งยากของผู้ประกอบการธุรกิจ คือ การปรับปรุงเว็บไซต์ให้มีความทันสมัยตลอดเวลาตามความต้องการ ทั้งนี้เพราะในการปรับปรุงข้อมูลแต่ละครั้งจะมีขั้นตอนยุ่งยากหลายขั้นตอนทำให้เสียเวลาไม่ทันกับความต้องการผู้ประกอบการพอสรุปขั้นตอนได้ ดังนี้ 1) ผู้ประกอบการจัดทำรายละเอียดความต้องการการปรับปรุงส่งให้กับผู้ว่าจ้าง 2) ผู้ว่าจ้างรับรายละเอียดเพื่อออกแบบและปรับปรุงข้อมูลอาจจะส่งฉบับร่างการปรับปรุงให้กับผู้ประกอบการหรือปรับปรุงทันทีในเว็บไซต์ 3) ผู้ประกอบการตรวจสอบหากไม่ตรงกับความต้องการให้กลับไปปรับปรุงใหม่ ซึ่งในขั้นตอนนี้อาจจะใช้เวลาเนื่องจากผู้ประกอบการอาจไม่มีเวลาตรวจสอบ หรือตรวจสอบแล้วแต่ต้องแก้ไข เป็นต้น

จากเหตุผลดังกล่าวคณะกรรมการท่องเที่ยวควรจัดการจัดฝึกอบรมระยะสั้นให้กับผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวขนาดเล็ก หรือธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้องในหลักสูตร “การประยุกต์ใช้ wordpress.com เพื่อทำเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ธุรกิจท่องเที่ยวสำหรับผู้ประกอบการขนาดเล็ก” จะทำให้คณะกรรมการท่องเที่ยวได้บรรลุเป้าหมายตามพันธกิจของสถาบันอุดมศึกษาอย่างน้อย 2 ประการ คือ การให้บริการวิชาการกับสังคมที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับสาขาวิชาการพัฒนาการท่องเที่ยว และงานวิจัย โดยสามารถนำเอาองค์ความรู้ที่ได้พัฒนาขึ้นมาไปใช้ประโยชน์จริงในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเป็นส่วนสำคัญต่อการท่องเที่ยวของประเทศไทย แต่สิ่งที่สำคัญ คือ คณะกรรมการท่องเที่ยวได้รับการยอมรับจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เป็นภาคธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จึงเป็นการสร้างชื่อเสียงและรายได้ให้กับคณะกรรมการท่องเที่ยวได้อีกทางหนึ่ง

นอกจากนี้ จากการศึกษาวิจัยพบว่า ธุรกิจท่องเที่ยวขนาดเล็กในจังหวัดเชียงใหม่ในช่วงเดือนพฤษภาคมถึง

กันยายน หรือประมาณ 5 เดือน มีกิจกรรมน้อยเนื่องจาก
เชียงใหม่เป็นช่วงที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวในจังหวัด
น้อยลงเมื่อเทียบตลอดทั้งปี จึงควรปรับวิกฤตเป็นโอกาส
โดยจัดอบรมในช่วงเวลาดังกล่าว

2. ควรศึกษาหัวข้อที่นักท่องเที่ยวสนใจมากที่สุด
ในการเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อนำไป
กำหนดโครงสร้างของเว็บไซต์ของผู้ประกอบการธุรกิจ
ท่องเที่ยวต่อไป

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวจากการใช้สื่อ
ออนไลน์ทุกรูปแบบตั้งแต่ก่อนเริ่มเดินทาง ระหว่างเดินทาง
และเสร็จสิ้นการเดินทาง ในการเลือกเดินทางมาท่องเที่ยว
ในจังหวัดเชียงใหม่เปรียบเทียบกับระหว่าง นักท่องเที่ยว
ชาวไทย นักท่องเที่ยวในประเทศกลุ่มอาเซียน และนักท่องเที่ยว
ต่างชาติที่ไม่ใช่ในนักท่องเที่ยวในประเทศกลุ่มอาเซียน

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณคณะกรรมการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัย
แม่โจ้ ที่ได้จัดสรรเงินทุน จำนวน 31,000 บาท จากเงินรายได้
คณะกรรมการท่องเที่ยวประจำปี 2557

เอกสารอ้างอิง

- กมล ชัยวัฒน์. (2551). การโฆษณาและส่งเสริมการตลาด. กรุงเทพฯ : แมคกรอ-ฮิล.
กรมการท่องเที่ยว. (2555). แผนยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยว. ค้นเมื่อ สิงหาคม 1, 2555,
จาก <http://www.tourism.go.th/tourism/th/home/detail.php?id=2415>.
ภาพร โฉมทิ และณัฏฐ์ กุลิสร. (2552). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมและความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์บล็อกโฆษณา
ของผู้ใช้ระบบเครือข่ายสังคมบนอินเทอร์เน็ต. วารสารวิจัย มข. (บศ.) 9(3), 78-86.
ธวัชชัย ศรีสุเทพ. (2544). คัมภีร์ Web Design: คู่มือออกแบบเว็บไซต์ฉบับมืออาชีพ. กรุงเทพฯ: โปรวิชั่น.
ไพศาล กาญจนวงศ์. (2553). รูปแบบการใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์เพื่อการท่องเที่ยวของภาคธุรกิจท่องเที่ยวใน
จังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่ : คณะพัฒนาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
ภิเชก ชัยนิรันดร์. (2553). การตลาดแนวใหม่ผ่าน social media. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.
เสรี วงษ์มณฑา. (2540). การโฆษณาและการส่งเสริมการขาย. กรุงเทพฯ : อีระฟิล์ม และไซเท็กซ์.
อรภัค สุวรรณภักดี. (2553). ทำตลาดบน facebook ฉบับประยุกต์ใช้แอปพลิเคชัน. กรุงเทพฯ : ดรีมแอนด์แพชชั่น.