

การพัฒนาเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว
พระอารามหลวงในจังหวัดนนทบุรี
Development of Website for Public Relations Tourism
in the Royal Temples in Nonthaburi Province

สมรศรี คำตรง

อาจารย์ประจำหลักสูตรอุตสาหกรรมท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์

E-mail: sakham@rpu.ac.th

พฤกษ์ภูมิ ธีรานูตร

อาจารย์ประจำหลักสูตรเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์

E-mail: prdhee@rpu.ac.th

Samornsri Khamtrong

Lecturer, Tourism Industry Department, Rajapruk University

Prukboom Dheeranoot

Lecturer, Digital Technology for Business Department, Rajapruk University

รับเข้า : 16 เมษายน 2568 แก้ไข : 5 มิถุนายน 2568 ตอบรับ : 12 มิถุนายน 2568

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาเว็บไซต์เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวพระอารามหลวงในจังหวัดนนทบุรี และเพื่อประเมินเว็บไซต์ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวพระอารามหลวงในจังหวัดนนทบุรี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาและด้านการออกแบบเว็บไซต์ จำนวน 6 คน ผู้ใช้งานเว็บไซต์การท่องเที่ยวพระอารามหลวงในจังหวัดนนทบุรี จำนวน 62 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบประเมินคุณภาพเนื้อหา แบบประเมินคุณภาพการออกแบบเว็บไซต์ และแบบสอบถามความพึงพอใจเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวพระอารามหลวงในจังหวัดนนทบุรี สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย พบว่า เว็บไซต์เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวพระอารามหลวงในจังหวัดนนทบุรี มีผลการประเมินในด้านคุณภาพเนื้อหาอยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.96 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.08 ผลประเมินคุณภาพการออกแบบเว็บไซต์อยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.65 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.42 และผลประเมินความพึงพอใจจากผู้ใช้เว็บไซต์อยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.65 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.52

คำสำคัญ : เว็บไซต์ ประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวพระอารามหลวง

Abstract

The objective of this research article was to develop a website for public relations for the royal temples in Nonthaburi Province and to evaluate the developed website. The sample consisted of 6 content and web design experts, as well as 62 users who completed an online satisfaction survey. The tools used in this study were content and web design quality assessment forms, and satisfaction assessment forms for the website. The statistics used for data analysis were mean and standard deviation.

The research results found that the website for public relations about royal temples in Nonthaburi Province was rated at a high quality level for content, with an average score of 4.96 and a standard deviation of 0.08; for web design, with an average score of 4.65 and a standard deviation of 0.42; and for user satisfaction, with an average score of 4.65 and a standard deviation of 0.52.

Keywords: Website, Public Relation, The Royal Temple Tourism

บทนำ

ประเทศไทยมีความเจริญรุ่งเรืองในด้านพุทธศาสนามาแต่โบราณ พระมหากษัตริย์ทรงเป็นเอกอัครศาสนูปถัมภกทรงสร้าง บูรณปฏิสังขรณ์ตลอดจนอุปถัมภ์พระอารามสำคัญทั่วราชอาณาจักร และยกฐานะเป็นพระอารามหลวง (กรมศิลปากร, 2563) วัดที่สมควรได้รับยกฐานะเป็นพระอารามหลวงจะต้องเป็นวัดที่มีเสนาสนะ ถาวรวัตถุหรือมีปูชนียวัตถุที่เป็นโบราณสถานหรือโบราณวัตถุ หรือศิลปะวัตถุ เป็นวัดที่มีการปกครองเป็นระเบียบเรียบร้อย มีการศึกษา และการเผยแผ่พระพุทธศาสนาที่เป็นหลักฐาน เป็นวัดที่มีการพัฒนาและมีกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณชน มีพระสงฆ์จำพรรษาตั้งแต่ 20 รูปขึ้นไปติดต่อกันเป็นเวลา 5 ปี เป็นวัดสำคัญของท้องถิ่นหรือเป็นสถานที่ประกอบพิธีทางศาสนาของทางราชการเป็นประจำ หรือเป็นวัดสำคัญทางประวัติศาสตร์และต้องมีอายุ 50 ปีขึ้นไป ปัจจุบันประเทศไทยมีพระอารามหลวงจำนวน 323 วัด (สำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ, 2568) ซึ่งในกิจกรรมการท่องเที่ยววัดสามารถแยกเป็นประเภทการแสวงบุญ คือ การไปทำบุญ นมัสการพระธาตุ พระพุทธรูป ขอพรขอส่วนบุญกุศล นมัสการพระสงฆ์องค์สำคัญ ส่วนอีกประเภทหนึ่งคือเพื่อชื่นชมความงามของงานศิลปกรรมของวัด (ศักดิ์ชัย สายสิงห์, 2564)

กิจกรรมการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก เนื่องจากการท่องเที่ยวทางศาสนาถูกนำมาเป็นสิ่งจูงใจสำคัญของรูปแบบประสบการณ์การท่องเที่ยวทางศาสนาหรือนำมาจัดทำเป็นผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ทั้งนี้ยังช่วยกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาสร้างสิ่ง

อำนวยความสะดวกต่าง ๆ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยว (ณัฐกิตติ์ ต้นสมรส, 2560) พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยจะขึ้นอยู่กับภาวะเศรษฐกิจเป็นปัจจัยหลักที่มีอิทธิพลต่อความถี่และระยะทางในการเดินทางท่องเที่ยว ขณะที่จุดหมายปลายทางมักจะขึ้นอยู่กับกระแสสังคมในแต่ละช่วงเวลา โดยสื่อออนไลน์และ social network มีอิทธิพลสูงต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวและเป็นช่องทางหลักสำหรับใช้ค้นหาข้อมูลประกอบการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2562) ปัจจุบันนักท่องเที่ยวนำเทคโนโลยีมาใช้ตลอดช่วงประสบการณ์การท่องเที่ยว เปลี่ยนจากการค้นหาข้อมูลในรูปแบบเอกสารและการแบ่งปันข้อมูลโดยตรงจากการพูดคุยกับผู้ที่มีประสบการณ์ ผู้การค้นหาข้อมูลและแบ่งปันประสบการณ์ผ่านเทคโนโลยี ดังนั้นภาครัฐจึงควรให้ความสำคัญกับการยกระดับประสบการณ์เชิงดิจิทัลของนักท่องเที่ยว (เปรม ถาวรประภาสวัสดิ์, 2561)

จากการศึกษาของพระมหาสุทิตย์ อาภากรโ และ พระมหาเสรีชน นริสโร (2556) เกี่ยวกับการพัฒนารูปแบบและกระบวนการจัดการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาในประเทศไทย มีข้อเสนอแนะว่า วัดและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรร่วมมือกันในการจัดรูปแบบการถ่ายทอดความรู้ที่สร้างความประทับใจและให้แง่คิดเชิงหลักธรรมทางพระพุทธศาสนา โดยใช้เทคโนโลยีต่าง ๆ เข้ามาช่วย เนื่องจากพบว่ามียกท่องเที่ยวสนใจมาท่องเที่ยววัดโดยการศึกษาข้อมูลโดยเฉพาะสื่ออินเทอร์เน็ตซึ่งมีแนวโน้มที่จะได้รับความสนใจอย่างมาก ดังนั้น จึงควรมีการจัดเตรียมข้อมูลที่สำคัญรวมถึงการนำเสนอกิจกรรมต่าง ๆ และข้อมูลเกี่ยวกับระเบียบปฏิบัติต่อวัดและโบราณสถานโบราณวัตถุที่ตั้งอยู่ภายในวัดด้วยเทคโนโลยีสมัยใหม่ ซึ่งจังหวัดนันทบุรีมีพระอารามหลวง 6 แห่ง และเป็นวัดที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักเป็นอย่างดี แต่ยังขาดแหล่งรวบรวมข้อมูลที่สำคัญและจำเป็นต่อการท่องเที่ยวในพื้นที่วัดทั้ง 6 แห่ง นอกจากนี้ยังมีผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยประจำปี 2564 พบว่ามีการใช้งานอินเทอร์เน็ตจำนวนชั่วโมงเฉลี่ยต่อวัน 10 ชั่วโมง 35 นาที และใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อค้นหาข้อมูลออนไลน์เป็นจำนวนร้อยละ 60.10 สะท้อนให้เห็นว่ามีพฤติกรรมของคนไทยมีการใช้งานอินเทอร์เน็ตจนเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวัน (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2565) จึงนำไปสู่ปัญหาที่มีความจำเป็นในการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวและสอดคล้องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในปัจจุบัน ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นถึงความสำคัญในการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวพระอารามหลวงในจังหวัดนันทบุรี เพื่อเป็นการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัลให้เป็นเครื่องมือสื่อสารกับนักท่องเที่ยวที่ต้องการค้นหาข้อมูลและใช้ในการวางแผนการท่องเที่ยว การผสมผสานเทคโนโลยีดิจิทัลกับข้อมูลการท่องเที่ยวจะช่วยกระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น และสามารถนำไปใช้ประโยชน์เพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อพัฒนาเว็บไซต์เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวพระอารามหลวงในจังหวัดนันทบุรี

2. เพื่อประเมินเว็บไซต์ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวพระอารามหลวงในจังหวัดนนทบุรี

วิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร ได้แก่ แบ่งเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญในการพัฒนาเว็บไซต์และเนื้อหา และกลุ่มผู้ใช้งานเว็บไซต์การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวพระอารามหลวงในจังหวัดนนทบุรี หลังจากเว็บไซต์เปิดให้บริการและผ่านการประชาสัมพันธ์เป็นระยะเวลา 60 วัน

2. กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) โดยกำหนดให้ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาและด้านการออกแบบเว็บไซต์ มีประสบการณ์ในด้านที่เกี่ยวข้องมาอย่างน้อย 5 ปี จำนวน 6 คน ส่วนกลุ่มผู้ใช้งานเว็บไซต์การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวพระอารามหลวงในจังหวัดนนทบุรี เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) จำนวน 62 คน

1. เว็บไซต์เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวพระอารามหลวงในจังหวัดนนทบุรี โดยมีขั้นตอนการสร้างเว็บไซต์ (สุมนา บุชบก และคณะ, 2563) ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 วางแผน (Planning) กำหนดแผนงานการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์พระอารามหลวงในจังหวัดนนทบุรี โดยกำหนดขอบเขตเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อให้มีคุณภาพทั้งในด้านเนื้อหา การเก็บข้อมูล การออกแบบ โปรแกรมที่ใช้ งบประมาณ และระยะเวลาในการพัฒนาเว็บไซต์

ขั้นตอนที่ 2 ออกแบบข้อมูล (Information Design) การรวบรวมเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวพระอารามหลวงในจังหวัดนนทบุรี จากการลงพื้นที่วัดทั้ง 6 แห่ง เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาเว็บไซต์ รวมถึงสื่อประเภทอื่นที่สามารถสื่อความหมายได้ชัดเจน นำเนื้อหาที่ได้มาวิเคราะห์เพื่อจัดแบ่งเป็นหมวดหมู่ ได้แก่ ข้อมูลทั่วไป สิ่งอำนวยความสะดวก กิจกรรมสำคัญ บริการของวัด ประวัติความเป็นมา และสิ่งสำคัญ เพื่อสร้างเป็นแผนผังเว็บไซต์ (Site Map)

ขั้นตอนที่ 3 ออกแบบหน้าเว็บ (Page Design) นำเนื้อหาที่ได้จัดเตรียมและผ่านการตรวจสอบความถูกต้องจากผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา มาเรียบเรียง ปรับแต่งรวมถึงการเลือกใช้สีและภาพให้เหมาะสมกับเว็บไซต์โดยใช้โปรแกรม WordPress เพื่อให้ผู้ใช้งานสามารถใช้งานได้ง่ายและสะดวก (User Friendly) โดยออกแบบตำแหน่งเมนู การจัดวางให้เว็บไซต์มีความน่าสนใจ

ขั้นตอนที่ 4 พัฒนาเว็บไซต์และประเมินผล (Web Authoring and Evaluating) พัฒนาเว็บไซต์ตามหลักการออกแบบเว็บไซต์ นำเว็บไซต์ที่สร้างเสร็จเรียบร้อยแล้วให้ที่ปรึกษางานวิจัยตรวจสอบความถูกต้องทั้งเนื้อหาและองค์ประกอบต่าง ๆ ภายในเว็บไซต์ว่าสามารถใช้งานได้สมบูรณ์หรือไม่ รวมทั้งการทดสอบใช้เว็บไซต์ในสภาพที่แตกต่างกัน ทำการปรับปรุงแก้ไขจุดบกพร่องตามคำแนะนำของที่ปรึกษางานวิจัย หลังจากนั้นนำเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวพระอารามหลวงในจังหวัดนนทบุรี

ที่ได้ทำการปรับปรุงแก้ไขแล้ว ให้ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา จำนวน 3 ท่าน และผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเว็บไซต์ จำนวน 3 ท่าน ประเมินคุณภาพและทำการปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ จนผ่านเกณฑ์คุณภาพที่กำหนดคือ 3.51 ขึ้นไป

ขั้นตอนที่ 5 เผยแพร่ โดยนำเว็บไซต์เผยแพร่ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวพระอารามหลวงในจังหวัดนนทบุรี ที่พัฒนาขึ้นและผ่านการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญจนผ่านเกณฑ์คุณภาพที่กำหนดทำการอัปโหลดขึ้น Server เพื่อทำการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ต่อไปเป็นเวลา 60 วัน หลังจากนั้นรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามความพึงพอใจแบบออนไลน์มาทำการวิเคราะห์ผลโดยวิธีทางสถิติเพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้งานเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวพระอารามหลวงในจังหวัดนนทบุรีต่อไป

2. แบบประเมินคุณภาพเว็บไซต์โดยผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาและด้านการออกแบบเว็บไซต์ โดยทำการศึกษารายละเอียดการสร้างแบบประเมินและพิจารณาคูณลักษณะที่ต้องการประเมินในด้านเนื้อหา มีหัวข้อเนื้อหา ความถูกต้อง ภาพประกอบ และด้านการออกแบบเว็บไซต์มีหัวข้อเนื้อหา ภาพประกอบ ตัวอักษร การออกแบบและโปรแกรม

3. แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้ใช้งานเว็บไซต์เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวพระอารามหลวงในจังหวัดนนทบุรี มีหัวข้อเนื้อหา ภาพประกอบ ตัวอักษร การออกแบบและโปรแกรม และการประชาสัมพันธ์

ก่อนนำแบบประเมินและแบบสอบถามไปทำการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยได้ให้ที่ปรึกษางานวิจัยตรวจสอบและปรับปรุงแก้ไข หลังจากปรับปรุงเบื้องต้นแล้วจึงส่งให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ตรวจสอบค่าความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย (Index of Item-Objective Congruence: IOC) ซึ่งจากการตรวจสอบรายข้อมีค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.67-1.00 โดยได้ค่า IOC เท่ากับ 0.97 เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด หลังจากนั้นนำแบบสอบถามมาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) โดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) พิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ที่จะแสดงถึงระดับความคงที่ของคำถาม ซึ่งค่าที่ใกล้เคียง 1 มากแสดงว่ามีค่าความเชื่อมั่นสูง โดยเกณฑ์ที่น่าเชื่อถือและยอมรับได้คือค่ามากกว่า 0.7 (Hair et al., 2010) ซึ่งแบบสอบถามในงานวิจัยนี้มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.98 อยู่ในเกณฑ์ยอมรับได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลเกี่ยวกับพระอารามหลวงที่จะนำเสนอเนื้อหาในเว็บไซต์ ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ ได้แก่ เอกสารวิชาการ เอกสารงานวิจัย วิทยานิพนธ์ วารสาร เว็บไซต์ และเอกสารอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

2. การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบประเมินคุณภาพเว็บไซต์ ผู้วิจัยนำแบบประเมินให้ผู้เชี่ยวชาญทั้งด้านเนื้อหาและด้านการออกแบบเว็บไซต์ จำนวน 6 คน ทำการประเมินและนำผลการประเมินมาปรับปรุงเว็บไซต์ก่อนนำไปใช้งานจริง

3. การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามความพึงพอใจ ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ใช้งานหลังจากที่เว็บไซต์เปิดให้บริการและผ่านการประชาสัมพันธ์เป็นระยะเวลา 60 วัน ตั้งแต่วันที่ 15 สิงหาคม 2567 ถึง 15 ตุลาคม 2567 และทำแบบสอบถามความพึงพอใจรูปแบบออนไลน์บนเว็บไซต์โดยใช้ Google Forms เพื่อให้สะดวกในการตอบแบบสอบถาม เมื่อครบกำหนดเวลาได้แบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ จำนวน 62 ชุด

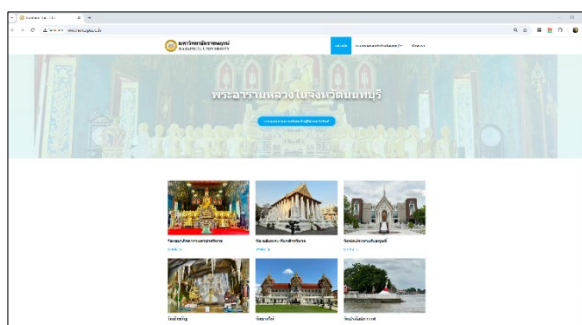
การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์แบบประเมินคุณภาพเว็บไซต์ วิเคราะห์ผลจากแบบประเมินโดยการคำนวณหาค่าเฉลี่ย ค่าความถี่ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

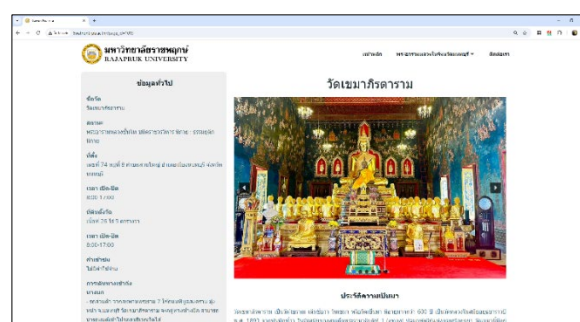
2 การวิเคราะห์แบบสอบถามความพึงพอใจในการใช้งานเว็บไซต์ของผู้ใช้งาน โดยการคำนวณหาค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ผลการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวพระอารามหลวงในจังหวัดนนทบุรี พบว่า เว็บไซต์ประกอบด้วยข้อมูลทั่วไปของวัด สิ่งอำนวยความสะดวก กิจกรรมสำคัญ บริการของวัด ประวัติความเป็นมา และสิ่งสำคัญภายในวัดพร้อมภาพประกอบ ตัวอย่างดังภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 1 แสดงหน้าหลักของเว็บไซต์



ภาพที่ 2 แสดงตัวอย่างข้อมูลพระอารามหลวง

ผลการประเมินคุณภาพของเว็บไซต์จากผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา 3 ท่าน และผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเว็บไซต์ 3 ท่าน รวมเป็น 6 ท่าน โดยสรุปผลการประเมินคุณภาพที่วิเคราะห์หาค่าสถิติพื้นฐานได้ดังนี้

ตารางที่ 1 ผลการประเมินคุณภาพของเว็บไซต์โดยผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา

รายการประเมินคุณภาพ	$\bar{X}$	SD	ระดับคุณภาพ
1. ด้านเนื้อหา	5.00	0.00	ดีมาก
เนื้อหามีความถูกต้อง น่าเชื่อถือ	5.00	0.00	ดีมาก
เนื้อหามีความน่าสนใจในการนำเสนอ	5.00	0.00	ดีมาก
การเรียบเรียงเนื้อหามีความต่อเนื่องและเข้าใจง่าย	5.00	0.00	ดีมาก
ปริมาณเนื้อหามีความครบถ้วน เหมาะสม	5.00	0.00	ดีมาก
มีการจัดหมวดหมู่ให้ง่ายต่อการค้นหา	5.00	0.00	ดีมาก
เนื้อหาเป็นประโยชน์ต่อนักท่องเที่ยว	5.00	0.00	ดีมาก
2. ด้านความถูกต้อง	5.00	0.00	ดีมาก
ความถูกต้องของข้อความตามหลักภาษาและไวยากรณ์	5.00	0.00	ดีมาก
ความถูกต้องของการจัดลำดับเนื้อหา	5.00	0.00	ดีมาก
ความสอดคล้องระหว่างเนื้อหากับหัวข้อ	5.00	0.00	ดีมาก
การนำเสนอเรื่องราวของสถานที่ท่องเที่ยว	5.00	0.00	ดีมาก
3. ด้านภาพประกอบ	4.87	0.23	ดีมาก
ภาพประกอบสามารถสื่อความหมายได้	5.00	0.00	ดีมาก
การจัดวางภาพประกอบมีความเหมาะสม	5.00	0.00	ดีมาก
ภาพประกอบมีความน่าสนใจชวนให้ติดตาม	5.00	0.00	ดีมาก
ภาพประกอบเหมาะสมสอดคล้องกับเนื้อหา	4.67	0.58	ดีมาก
ขนาดของภาพประกอบมีความเหมาะสม	4.67	0.58	ดีมาก
รวม	4.96	0.08	ดีมาก

จากตารางที่ 1 ผลการประเมินคุณภาพเว็บไซต์โดยผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา จำนวน 3 ท่าน พบว่า คุณภาพเว็บไซต์ด้านเนื้อหาคุณภาพอยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.96 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.08 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านของประเมิน พบว่า ด้านเนื้อหา ภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.00 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.00 ด้านความถูกต้อง ภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.00 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.00 และด้านภาพประกอบ ภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.87 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.23

ตารางที่ 2 ผลการประเมินคุณภาพเว็บไซต์โดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเว็บไซต์

รายการประเมินคุณภาพ	$\bar{X}$	SD	ระดับ คุณภาพ
1. ด้านเนื้อหา	4.61	0.35	ดีมาก
ความน่าสนใจในการเสนอเนื้อหา	5.00	0.00	ดีมาก
การจัดเนื้อหาสอดคล้องกับหัวข้อ	5.00	0.00	ดีมาก
ความเหมาะสมของเนื้อหากับภาพประกอบ	4.67	0.58	ดีมาก
การเรียบเรียงเนื้อหามีความต่อเนื่องและเข้าใจง่าย	4.33	0.58	ดี
ปริมาณเนื้อหาที่มีความเหมาะสม	4.33	0.58	ดี
ความสมบูรณ์ของเนื้อหา	4.33	0.58	ดี
2. ด้านภาพประกอบ	4.60	0.53	ดีมาก
ความเหมาะสมของกราฟิกและภาพเคลื่อนไหว	4.67	0.58	ดีมาก
ลักษณะของสีและความน่าสนใจของภาพประกอบ	4.67	0.58	ดีมาก
สีพื้นหลังของเว็บ	4.67	0.58	ดีมาก
ความสมดุลของภาพกับขนาดหน้าจอ	4.67	0.58	ดีมาก
ระยะเวลาในการปรากฏของภาพประกอบ	4.33	0.58	ดี
3. ด้านตัวอักษร	4.80	0.35	ดีมาก
รูปแบบของตัวอักษรที่ใช้	5.00	0.00	ดีมาก
ขนาดของตัวอักษรที่ใช้	5.00	0.00	ดีมาก
การใช้สีของตัวอักษร	4.67	0.58	ดีมาก
ความเด่นชัดของหัวข้อหรือส่วนสำคัญ	4.67	0.58	ดีมาก
ความหนาแน่นของข้อความ	4.67	0.58	ดีมาก
4. ด้านการออกแบบและโปรแกรม	4.60	0.53	ดีมาก
การออกแบบมีความน่าสนใจชวนให้ติดตาม	4.67	0.58	ดีมาก
ความเหมาะสมของการออกแบบการเชื่อมโยง	4.67	0.58	ดีมาก
ความสมบูรณ์ของการเชื่อมโยงภาพและตัวอักษร	4.67	0.58	ดีมาก
การเข้าถึงข้อมูลมีความสะดวก	4.67	0.58	ดีมาก
ปฏิสัมพันธ์ที่มีต่อผู้ใช้งาน	4.33	0.58	ดี
รวม	4.65	0.42	ดีมาก

จากตารางที่ 4.2 ผลการประเมินคุณภาพเว็บไซต์โดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเว็บไซต์ จำนวน 3 ท่าน พบว่า คุณภาพเว็บไซต์ด้านการออกแบบเว็บไซต์มีคุณภาพอยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.65 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.42 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านของประเมิน พบว่า ด้านเนื้อหา ภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.61 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.35 ด้านภาพประกอบ ภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.53 ด้านตัวอักษร ภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.80 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.35 และด้านการออกแบบและโปรแกรม ภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.53

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ผลการประเมินเว็บไซต์ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวพระอารามหลวงในจังหวัดนนทบุรี พบว่า ผู้ใช้งานเว็บไซต์หลังจากเผยแพร่ประชาสัมพันธ์เว็บไซต์เป็นเวลา 60 วัน โดยมีผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 62 คน ได้ผลการประเมินความพึงพอใจดังนี้

ตารางที่ 3 ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานเว็บไซต์

รายการประเมินความพึงพอใจ	$\bar{X}$	SD	ระดับความพึงพอใจ
1. ด้านเนื้อหา	4.63	0.54	ดีมาก
การเรียบเรียงเนื้อหามีความต่อเนื่องและเข้าใจง่าย	4.69	0.56	ดีมาก
ความสมบูรณ์ของเนื้อหา	4.66	0.60	ดีมาก
ความเหมาะสมของเนื้อหาเกี่ยวกับภาพประกอบ	4.64	0.60	ดีมาก
การจัดเนื้อหาสอดคล้องกับหัวข้อ	4.61	0.61	ดีมาก
ความน่าสนใจในการเสนอเนื้อหา	4.58	0.62	ดีมาก
ปริมาณเนื้อหาที่มีความเหมาะสม	4.58	0.62	ดีมาก
2. ด้านภาพประกอบ	4.67	0.53	ดีมาก
ลักษณะของสีและความน่าสนใจของภาพประกอบ	4.73	0.55	ดีมาก
ความสมดุลของภาพกับขนาดหน้าจอ	4.71	0.58	ดีมาก
ความเหมาะสมของกราฟิกและภาพเคลื่อนไหว	4.66	0.60	ดีมาก
สีพื้นหลังของเว็บ	4.65	0.60	ดีมาก
ระยะเวลาในการปรากฏของภาพประกอบ	4.61	0.64	ดีมาก
3. ด้านตัวอักษร	4.65	0.57	ดีมาก
รูปแบบของตัวอักษรที่ใช้	4.69	0.59	ดีมาก
ความเด่นชัดของหัวข้อหรือส่วนสำคัญ	4.66	0.63	ดีมาก
ขนาดของตัวอักษรที่ใช้	4.63	0.63	ดีมาก

รายการประเมินความพึงพอใจ	$\bar{X}$	SD	ระดับความพึงพอใจ
การใช้สีของตัวอักษร	4.63	0.66	ดีมาก
ความหนาแน่นของข้อความ	4.61	0.64	ดีมาก
4. ด้านการออกแบบและโปรแกรม	4.65	0.53	ดีมาก
การเข้าถึงเว็บไซต์มีความสะดวก	4.74	0.57	ดีมาก
เมนูของเว็บไซต์ใช้งานง่าย	4.68	0.57	ดีมาก
ความเหมาะสมของการออกแบบการเชื่อมโยง	4.65	0.60	ดีมาก
การออกแบบมีความน่าสนใจชวนให้ติดตาม	4.61	0.61	ดีมาก
ความสมบูรณ์ของการเชื่อมโยงภาพและตัวอักษร	4.58	0.62	ดีมาก
5. ด้านการประชาสัมพันธ์	4.68	0.52	ดีมาก
หัวข้อการท่องเที่ยวมีความน่าสนใจชวนติดตาม	4.73	0.58	ดีมาก
เนื้อหาภายในเว็บไซต์สามารถเป็นแหล่งความรู้และนำไปใช้ประโยชน์ได้	4.69	0.59	ดีมาก
การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวผ่านเว็บไซต์เป็นทางเลือกในการรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวได้	4.69	0.56	ดีมาก
เว็บไซต์ช่วยกระตุ้นแรงจูงใจให้เกิดความสนใจในการท่องเที่ยว	4.66	0.60	ดีมาก
รายละเอียดของสิ่งอำนวยความสะดวกครบถ้วน	4.66	0.60	ดีมาก
ภาพประกอบและเนื้อหามีส่วนในการตัดสินใจท่องเที่ยว	4.63	0.61	ดีมาก
รวม	4.65	0.52	ดีมาก

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ใช้งานเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวพระอารามหลวงจังหวัดนนทบุรีมีความพึงพอใจในการใช้งานเว็บไซต์ในภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.65 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.52 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านของประเมิน พบว่า ด้านเนื้อหา ภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.63 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.54 ด้านภาพประกอบ ภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.53 ด้านตัวอักษร ภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.65 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.57 ด้านการออกแบบและโปรแกรม ภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.65 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.53 ด้านการประชาสัมพันธ์ ภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.68 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.52

อภิปรายผล

การพัฒนาเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวพระอารามหลวงในจังหวัดนนทบุรี มีผลการประเมินคุณภาพเว็บไซต์จากผู้เชี่ยวชาญในด้านเนื้อหาและด้านการออกแบบและโปรแกรมอยู่ในระดับดีมาก อีกทั้งผลการประเมินความพึงพอใจจากผู้ใช้งานเว็บไซต์มีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก ทั้งนี้ผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลการวิจัยในด้านต่าง ๆ ดังนี้

ด้านเนื้อหา พบว่า ผู้ใช้งานเว็บไซต์มีความพึงพอใจอยู่ในระดับดีมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะเว็บไซต์ที่ระบุข้อมูลพระอารามหลวงในจังหวัดนนทบุรียังมีน้อยทำให้เว็บไซต์ที่จัดทำขึ้นช่วยทำให้การหาข้อมูลในการเดินทางท่องเที่ยวมีความง่ายขึ้น สอดคล้องกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2562) ที่ระบุว่าสื่อออนไลน์มีอิทธิพลสูงต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวโดยถือเป็นช่องทางหลักในการค้นหาข้อมูลประกอบการเดินทาง นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของ สุมณา บุชบก และคณะ (2563) ที่พบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อเว็บไซต์และสื่อมัลติมีเดียเพื่อเผยแพร่ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา อยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับ ศิริรินทร์ รอมาลี (2562) ที่พบว่าความพึงพอใจที่มีต่อการใช้งานเว็บไซต์การท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุตามแนวทางที่ทุกคนเข้าถึงได้และหลักการออกแบบเพื่อทุกคนด้านเนื้อหาข้อมูลมีผลประเมินอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด ทั้งนี้ยังสอดคล้องกับการวิจัยของ ณิชรา ศรีพลอยรุ่ง และปาริชาติ สถาปิตานนท์ (2560) ที่พบว่าข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อกลุ่มดิจิทัลเนทีฟไทยส่วนใหญ่ คือ ข้อมูลประเภทสถานที่ท่องเที่ยว ที่กิน แผนที่และวิธีการเดินทาง ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าข้อมูลดังกล่าวเป็นข้อมูลพื้นฐานที่มีความจำเป็นต่อการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั่วไปเช่นกัน

ด้านภาพประกอบ พบว่า ผู้ใช้งานเว็บไซต์มีความพึงพอใจอยู่ในระดับดีมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะภาพประกอบที่ชัดเจนจะช่วยให้ทำให้เห็นภาพก่อนตัดสินใจท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ไพฑูรย์ มะณู (2559) ที่ระบุว่าภาพประกอบนับเป็นองค์ประกอบหนึ่งของสื่อดิจิทัลที่สามารถถ่ายทอดความหมายได้ลึกซึ้งมากกว่าข้อความไม่มีข้อจำกัดทางภาษา นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของ นวลรัตน์ วัฒนา และคณะ (2560) ที่พบว่าผู้เข้าใช้เว็บไซต์ต้นแบบแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหารพื้นบ้านในจังหวัดนราธิวาสมีความพึงพอใจด้านตัวภาพในระดับมากที่สุด และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ชาญณรงค์ แก้วกระจ่าง (2555) ที่พบว่า ผู้ใช้งานเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่มีความพึงพอใจในด้านภาพประกอบอยู่ในระดับดี ทั้งนี้ยังสอดคล้องกับการวิจัยของ ณิชรา ศรีพลอยรุ่ง และปาริชาติ สถาปิตานนท์ (2560) ที่พบว่ารูปแบบเนื้อหาที่ใช้ในสื่อดิจิทัลด้านการท่องเที่ยวโดยเฉพาะการใช้ภาพนิ่งในเนื้อหาเป็นสิ่งที่กระตุ้น ดึงดูดใจ และมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจด้านการท่องเที่ยว ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าสื่อดิจิทัลมีบทบาทในการเข้าถึงข้อมูลด้านการท่องเที่ยว

ด้านตัวอักษร พบว่า ผู้ใช้งานเว็บไซต์มีความพึงพอใจอยู่ในระดับดีมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการเลือกใช้รูปแบบตัวอักษรที่อ่านง่าย มองเห็นชัดเจน ช่วยทำให้เว็บไซต์น่าค้นหามากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับ

ผลการวิจัยของ นวรัตน์ วัฒนา และคณะ (2560) ที่พบว่าผู้เข้าใช้เว็บไซต์ต้นแบบแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหารพื้นบ้านในจังหวัดนราธิวาสมีความพึงพอใจด้านตัวอักษรในระดับมากที่สุด และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ชาญณรงค์ แก้วกระจ่าง (2555) ที่พบว่า ผู้ใช้งานเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่มีความพึงพอใจในด้านตัวอักษรอยู่ในระดับดี

ด้านการออกแบบและโปรแกรม พบว่า ผู้ใช้งานเว็บไซต์มีความพึงพอใจอยู่ในระดับดีมาก ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะการออกแบบที่เข้าใจง่ายทำให้ใช้งานเว็บไซต์ได้สะดวกขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ธัชกร วงษ์คำชัย (2558) ที่ระบุว่าการออกแบบเว็บไซต์ที่ดีควรออกแบบให้เหมาะสมกับเป้าหมายและลักษณะของเว็บไซต์โดยคำนึงถึงความสะดวกของผู้ใช้งานเป็นหลัก นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของ สหกันต์ ลาสิงห์ และคณะ (2560) ที่พบว่าความพึงพอใจของผู้ใช้เว็บไซต์เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดราชบุรีมีความพึงพอใจด้านการออกแบบอยู่ในระดับมากและสอดคล้องกับงานวิจัยของ มินทร์ตรา ฉัตรแก้ว และคณะ (2564) ที่พบว่าผู้ใช้งานเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาวัดของอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน มีความพึงพอใจในการออกแบบอยู่ในระดับปานกลาง

ด้านการประชาสัมพันธ์ พบว่า ผู้ใช้งานเว็บไซต์มีความพึงพอใจอยู่ในระดับดีมาก ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะการประชาสัมพันธ์พระอารามหลวงในด้านการท่องเที่ยวในปัจจุบันยังมีน้อย ส่งผลให้เว็บไซต์ที่จัดทำขึ้นตอบสนองความต้องการในการค้นหาข้อมูลได้เป็นอย่างดี สอดคล้องกับผลการวิจัยของ กันต ภูณ แก้วสง่า และคณะ (2563) ที่พบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ซึ่งตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว เช่น ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว ข้อมูลกิจกรรมการท่องเที่ยว และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ญาณกร เขตศิริสุข (2564) ที่พบว่าผู้ใช้สื่อเรื่องเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ประเพณีท้องถิ่นจังหวัดร้อยเอ็ดมีความพึงพอใจต่อการใช้อีบุ๊กประชาสัมพันธ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งเป็นการเพิ่มช่องทางประชาสัมพันธ์แก่นักท่องเที่ยวให้รู้จักประเพณีท้องถิ่นจังหวัดร้อยเอ็ดมากยิ่งขึ้นและสร้างโอกาสเพิ่มช่องทางสร้างรายได้ให้กับจังหวัดได้ ทั้งนี้ยังสอดคล้องกับการวิจัยของ นิศรา ศรีพลอยรุ่ง และปาริชาติ สถาปิตานนท์ (2560) ที่พบว่ากลุ่มดิจิทัลเนทีฟไทยมีความพึงพอใจต่อการมีปฏิสัมพันธ์ในโลกออนไลน์เพื่อนำเอาข้อมูลข่าวสารในสื่อดิจิทัลมาใช้ในการจัดการการท่องเที่ยวของตนเอง ระบุว่าสื่อดิจิทัลมีประโยชน์ช่วยให้เดินทางท่องเที่ยวเป็นเรื่องที่ง่ายขึ้น

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยมาใช้

1. หน่วยงานด้านการท่องเที่ยวสามารถนำเว็บไซต์ไปใช้ในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวพระอารามหลวงในจังหวัดนันทบุรีเพื่อให้นักท่องเที่ยวมีช่องทางในการค้นหาข้อมูลประกอบการตัดสินใจเดินทางมาเยี่ยมชม

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรพัฒนาการออกแบบในรูปแบบโมบายเว็บไซต์และโมบายแอปพลิเคชัน เพื่อให้เข้ากับอุปกรณ์การใช้งานในการค้นหาข้อมูลของผู้ใช้งานในปัจจุบัน
2. ควรพัฒนาให้เนื้อหาในเว็บไซต์เป็นภาษาต่างประเทศอื่นที่สอดคล้องกับกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายของแต่ละแห่ง

บรรณานุกรม

- กรมศิลปากร กระทรวงวัฒนธรรม. (2563). *ตำนานพระอารามหลวง* (พิมพ์ครั้งที่ 9). บริษัท อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน).
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2562). *แผนปฏิบัติการของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ประจำปีงบประมาณ 2562*. <https://www.tat.or.th/th/about-tat/operation-report#>
- กันตภณ แก้วสง่า และคณะ. (2563). การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ผ่านเว็บไซต์เครือข่ายสังคม. *วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย*, 15(2), 14-28.
- ชาญณรงค์ แก้วกระจ่าง. (2555). *การพัฒนาเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่*. [สารนิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ญาณกร เขตศิริสุข. (2564). *การพัฒนาเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ประเพณีท้องถิ่นจังหวัดร้อยเอ็ด*. *วารสารบัณฑิตแสงโคกคำ*, 6(1), 16-28.
- ณัฐกิตติ์ ต้นสมรส. (2560). *การพัฒนารูปแบบการจัดการวัดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวทางพุทธศาสนา*. [วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรดุษฎีบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นิศรา ศรีพลอยรุ่ง และปาริชาติ สถาปิตานนท์. (2560). การใช้สื่อดิจิทัลด้านการท่องเที่ยวของกลุ่มดิจิทัลเนทีฟไทย. *วารสารนิเทศศาสตร์*. 35(3), 1-19.
- ธัชกร วงษ์คำชัย. (2558). *ออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์ (ทฤษฎีและปฏิบัติ พร้อมกรณีศึกษา)*. สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นวลรัตน์ วัฒนา และคณะ. (2560). การพัฒนาเว็บไซต์ต้นแบบแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหารพื้นบ้านในจังหวัดนราธิวาส. *วารสารวิชาการเทคโนโลยีพลังงานและสิ่งแวดล้อม*. 4(1), 35-50.
- เปรม ถาวรประภาสวัสดิ์. (2561). *การท่องเที่ยวไทยในยุคดิจิทัล*. https://www.parliament.go.th/ewtadmin/ewt/parliament_parcy/ewt_dl_link.php?nid=51776&filename=index
- พระมหาสุทิตย์ อาภากร และ พระมหาเสรีชน นริสโร. (2556). *การพัฒนารูปแบบและกระบวนการจัดการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาในประเทศไทย*. สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม.
- ไพฑูรย์ มะณู. (2559). *สื่อดิจิทัล (Digital Media)*. <http://paitoon.esdc.go.th/sux-dicithal>.

- มินทร์ตรา ฉัตรแก้ว และคณะ. (2564). การพัฒนาเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
กรณีศึกษาวัดของอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน. วารสารวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัย
ราชภัฏศรีสะเกษ. 1(1), 39-47.
- ศักดิ์ชัย สายสิงห์ (2564). วัดกับการท่องเที่ยว: พุทธบูชาและพุทธพาณิชย์. https://www.khonchai4-0.net/content_detail.php?id=299
- ศิริพันธ์ รอมาลี. (2562). การพัฒนาเว็บไซต์การท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุตามแนวทางที่ทุกคนเข้าถึงได้
(WCAG) และหลักการออกแบบเพื่อทุกคน (Universal Design). [วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร
มหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- สุนา บุชบก และคณะ. (2563). การพัฒนาเว็บไซต์และสื่อมัลติมีเดียเพื่อเผยแพร่ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว
โดยชุมชน อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยี
สารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ.
- สทนต์ ลาสิงห์ และคณะ. (2560). การผลิตเว็บไซต์เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยววัดจังหวัดราชบุรี.
<https://research.rmutt.ac.th/2018/04/23/>
- สำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ. (2568). ข้อมูลวัดและพระทั่วประเทศ. [https://onab.go.th/th/
page/item/index/id/1](https://onab.go.th/th/page/item/index/id/1)
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2565). การสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย.
<https://www.etda.or.th/th/>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J. & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis*.
(7th ed.) Pearson.