

การเพิ่มประสิทธิภาพเว็บไซต์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ที่ส่งผลต่อการจัดอันดับของเครื่องมือค้นหา

Website Optimization of Cultural Tourism Prachuap Khiri Khan Province for Google Search Engine Ranking

อชฌาพร กว้างสวาสดี¹, อังคณา จัตตามาศ^{2*} และ จักรพันธ์ พรหมยัง³

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อพัฒนาเว็บไซต์ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ที่ส่งผลต่อการจัดอันดับของเครื่องมือค้นหา 2) เพื่อประเมินประสิทธิภาพเว็บไซต์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และ 3) เพื่อประเมินการจัดอันดับของเครื่องมือค้นหา โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ 1) เว็บไซต์รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 2) โปรแกรมติดตามสถิติเว็บไซต์ และ 3) เครื่องมือค้นหา

ผลการวิจัยพบว่า 1) เว็บไซต์ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (culturestravel.com) นำเสนอด้วยเทคนิคความจริงเสริม ในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอำเภอหัวหินและอำเภอบางสะพาน จำนวน 15 สถานที่ 2) ผลการวัดประสิทธิภาพเว็บไซต์ จากโปรแกรมติดตามสถิติ Google analytics มีผู้เข้าชมทั้งหมด 1,008 คน จำนวนหน้าที่มีการเปิด 12,092 ครั้ง ระยะเวลาการอ่าน 03:18 นาที อัตราตีกลับ 0.98% และ 3) ผลจากการประเมินการจัดอันดับของเว็บไซต์จากเครื่องมือค้นหา โดยการทดสอบคีย์เวิร์ดที่เกี่ยวข้องกับสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ใน อำเภอหัวหิน และ อำเภอบางสะพาน จำนวน 10 คำ ปรากฏว่าเว็บไซต์ (culturestravel.com) แสดงผลในเครื่องมือค้นหา ในหน้า 1 คิดเป็นร้อยละ 70 และแสดงผล

^{1,2,3} สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศทางธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

¹Email : Achaporn.kwa@rmut.ac.th,

²Email : Aungkana.jat@rmutr.ac.th,

* Corresponding author, e-mail: Aungkana.jat@rmutr.ac.th

ในหน้า 3 คิดเป็นร้อยละ 30 จากผลวิจัยดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า การเพิ่มประสิทธิภาพเว็บไซต์ท่องเที่ยว จังหวัดวัฒนธรรมจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ที่ส่งผลต่อการจัดอันดับของเครื่องมือค้นหาทำให้มีผู้เข้าชมมากขึ้น อีกทั้งเนื้อหาในเว็บไซต์มีความน่าสนใจ และมีการโต้ตอบการใช้งานโดยนำเทคโนโลยีความจริงเสริม จึงทำให้เว็บไซต์มีประสิทธิภาพมากขึ้น

คำสำคัญ: การเพิ่มประสิทธิภาพเว็บไซต์ การท่องเที่ยวจังหวัดวัฒนธรรม จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ การจัดอันดับของเครื่องมือค้นหา

Abstract

The purposes of this study were: 1) to the development website cultural tourism of PrachuapKhiri Khan province for Google search engines ranking, 2) to measure the performance of the cultural tourism website, 3) to evaluate the ranking of Google search engine ordinarily, The instruments used were 1) Website cultural tourism, 2) Google analytics program for tracking website, 3) Google search engine.

The results revealed that: 1) Website cultural tourism of PrachuapKhiriKhan province (culturestravel.com). The website presented using augmented reality techniques of cultural tourism

HuaHin and Pranburi district number of 15 places. 2) The resulting measure of website performance from Google analytic program tracking of the website visitor. One thousand eight people for The visitors all, 12,092 times for the number of pages viewed, 03:18 min for the duration of reading time conversely, notwithstanding 0.98% for bounce rate nevertheless, 3) The results of the evaluation of the ranking of a website from the Google search engine. Testing of keyword about the cultural attractions in HuaHin and Pranburi district of 10 words. Then the website (culturestravel.com) shows on Google search engine results page 1 for 70% for page 1 consequently shows the effect on Google search engine results page 3 for 30%. Accordingly, the results that website optimization of cultural tourism PrachuapKhiriKhan province for Google search engine ranking, increase the number of website viewers. Moreover, The website also has quality content, and the website has interactive with users using augmented reality techniques. Therefore, the website is the most effective.

Keyword: Website Optimization, Cultural tourism, PrachuapKhiriKhan province, Search engine Optimization

1. ที่มาและความสำคัญ

จังหวัดประจวบคีรีขันธ์เป็นจังหวัดหนึ่งที่มีความหลากหลาย ทั้งด้านความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ ด้านเศรษฐกิจ ด้านการปกครอง วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในท้องถิ่นที่มีกลุ่มที่ยังคงดำรงวิถีชีวิตแบบเกษตรกรรม มีการทำการเกษตรซึ่งเป็นอาชีพหลักของชาวบ้าน [1] มีสถานที่ที่อยู่มากมายหลายประเภท ส่วนมากจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในอำเภอหัวหินและอำเภอปราณบุรีมีสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมากมายเช่น วัดห้วยมงคล,วัดเขาตะเกียบ,วัดเขากะโหลก เป็นต้น ซึ่งสถานที่เหล่านี้เป็นที่ท่องเที่ยวเกี่ยวกับวัฒนธรรมทั้งหมด

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนั้น เป็นการศึกษาหาความรู้ในพื้นที่หรือบริเวณที่มีคุณลักษณะที่สำคัญทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม มีการบอกเล่าเรื่องราวในการพัฒนาทางสังคมและมนุษย์ผ่านทางประวัติศาสตร์ อันเป็นผลเกี่ยวเนื่องกับวัฒนธรรม องค์ความรู้ และการให้คุณค่าของสังคม สามารถสะท้อนให้เห็นถึงสภาพชีวิตความเป็นอยู่ของคนในแต่ละยุคสมัยได้เป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็นสภาพทางเศรษฐกิจ สังคม หรือขนบธรรมเนียมประเพณี [2] ซึ่งจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ไม่ค่อยมีเว็บไซต์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมากนักทำให้การสืบค้นข้อมูลนั้นเจอได้ค่อนข้างยาก

การจัดอันดับของเครื่องมือค้นหา เป็นการแสดงผลการค้นหาข้อมูลของเครื่องมือค้นหาตามคำสำคัญ (Keyword) ที่ผู้สืบค้น สามารถสืบค้นข้อมูลที่ต้องการผ่านอินเทอร์เน็ตได้ โดยกรอกข้อมูลที่ต้องการค้นหา หรือคำสำคัญ (Keyword) เพื่อหาข้อมูลจากเว็บไซต์ต่าง ๆ โดยผู้พัฒนาเว็บไซต์จะต้องทำความเข้าใจการทำงานอัลกอริทึมของเครื่องมือค้นหา เพื่อให้เว็บไซต์ที่พัฒนาอยู่ในอันดับต้นๆ ของผลการค้นหาในแต่ละครั้ง จึงทำให้ผู้สืบค้นข้อมูล เลือกเว็บไซต์ที่ตอบสนองความต้องการได้อย่างรวดเร็ว [3] ดังนั้นคณะผู้วิจัยได้ นำกระบวนการเพิ่มประสิทธิภาพเครื่องมือค้นหา (Search Engine Optimization : SEO) มาประยุกต์ใช้เพื่อเพิ่มจำนวนผู้เข้าชมเว็บไซต์ โดยเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาเว็บไซต์ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ที่ส่งผลต่อการจัดอันดับของเครื่องมือค้นหาทุกเก็ล ทำให้เว็บไซต์ถูกค้นพบได้ในอันดับต้นๆ ของเครื่องมือค้นหา โดยทำการนำเสนอด้วยเทคนิคความจริงเสริม เพื่อให้เนื้อหาในการนำเสนอมีความน่าสนใจ และเป็นช่องทางการประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในอำเภอหัวหินและอำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ให้เป็นที่รู้จักของบุคคลทั่วไปเพิ่มมากขึ้น

2. วัตถุประสงค์

2.1 เพื่อพัฒนาเว็บไซต์ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ที่ส่งผลต่อการจัดอันดับของเครื่องมือค้นหาทุกเก็ล

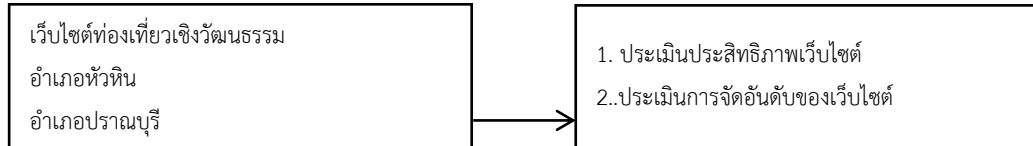
2.2 เพื่อประเมินประสิทธิภาพเว็บไซต์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

2.3 เพื่อประเมินการจัดอันดับของเว็บไซต์ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

3. ขอบเขตงานวิจัย

3.1 กรอบแนวคิดงานวิจัย

ในการศึกษางานวิจัยเรื่องการเพิ่มประสิทธิภาพเว็บไซต์ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ที่ส่งผลต่อการจัดอันดับของเครื่องมือค้นหา โดยใช้เทคนิคการนำเสนอแบบความจริงเสริม มีกรอบแนวคิดของโครงการ ดังนี้



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดงานวิจัย

จากรูปที่ 1 กรอบแนวคิดงานวิจัยครั้งนี้จัดทำขึ้นเพื่อการเพิ่มประสิทธิภาพเว็บไซต์ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ที่ส่งผลต่อการจัดอันดับของเครื่องมือค้นหา โดยจัดทำรูปแบบการนำเสนอ ดังนี้

1) เว็บไซต์มีการนำเสนอเนื้อหาข้อมูล ดังนี้ (1). ข้อมูลประวัติความเป็นมาของวัด (2). บรรยากาศในวัด (3). เส้นทางการเดินทาง (4). จุดเด่นของวัด เป็นต้น และนำเสนอในรูปแบบวิดีโอ โดยใช้เทคนิคความจริงเสริม (Augmented Reality) เป็นการสร้างประสบการณ์ที่แปลกใหม่ให้ผู้เข้าชม ถือเป็นอีกทางเลือกหนึ่งในคอน์นใหม่ที่ชอบและสนใจเทคโนโลยี ผ่านเว็บไซต์ (culturestravel.com)

2) ประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ เพื่อการเข้าถึงผู้เข้าชมเว็บไซต์และประสิทธิภาพสูงสุดของการสื่อสารกับผู้เข้าชมเว็บไซต์ โดยผ่านสื่อ Facebook, YouTube และ Twitter

3) ประเมินการจัดอันดับของเว็บไซต์จากเครื่องมือค้นหา โดยการทดสอบคำสำคัญ (Keyword) ที่เกี่ยวข้องกับสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในอำเภอหัวหินและอำเภอปราณบุรี

4. ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

4.1 การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การศึกษาประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมผ่านการเดินทางท่องเที่ยว เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นการพัฒนาด้านภูมิปัญญา สร้างสรรค์ เคารพต่อสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม ศักดิ์ศรีและวิถีชีวิต ผู้คนหรือสามารถกล่าวได้อีกนัยหนึ่งว่า การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม คือ การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ผู้อื่นและย้อนกลับมามองตนเอง อย่างเข้าใจความเกี่ยวพันของสิ่งต่าง ๆ ในโลกที่มีความเกี่ยวโยงพึ่งพา ไม่สามารถแยกออกจากกันได้ [4]

4.2 ความจริงเสริม (Augmented Reality: AR) เป็นเทคโนโลยีสมัยปี 2010 ซึ่งเป็นเทคโนโลยีที่ผสมผสานเอาโลกแห่งความเป็นจริง (Real) เข้ากับโลกเสมือน (Virtual) โดยผ่านทางอุปกรณ์ กล้องมือถือคอมพิวเตอร์รวมกับการใช้ โปรแกรมต่าง ๆ ซึ่งจะทำให้ภาพที่เห็นในจอภาพจะเป็นวัตถุต่าง ๆ เช่น คน สัตว์ สิ่งของ สัตว์ประหลาด ยานอวกาศ [5]

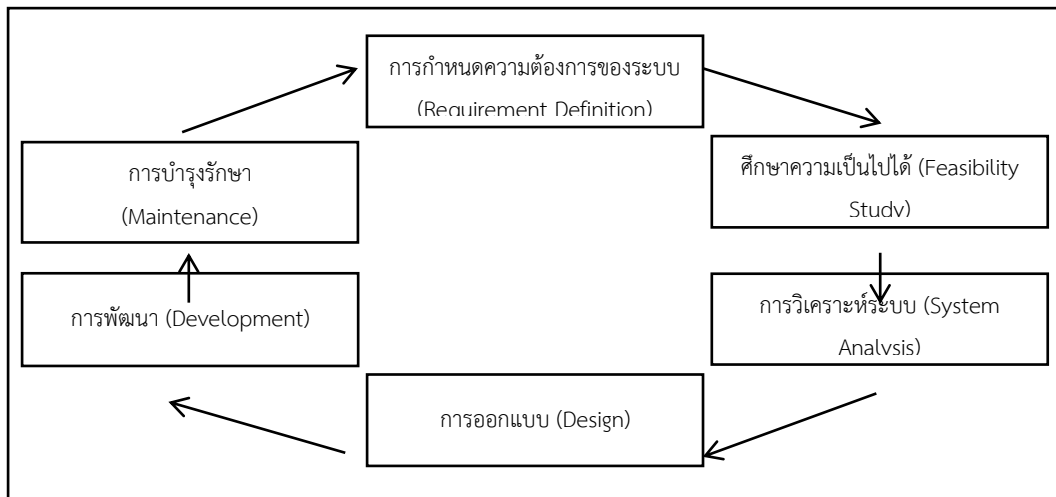
4.3 แอปพลิเคชันออรัสมา (Aurasma) เป็นแอปพลิเคชันสำหรับการสร้างสื่อในโลกแห่งความจริงเสริม (Augmented Reality: AR) ซึ่งเหมาะสำหรับการพัฒนาสื่อที่ใช้กับอุปกรณ์ประเภท คอมพิวเตอร์พกพาต่างๆ ที่ใช้ระบบปฏิบัติการไอโอเอส และแอนดรอย คุณสมบัติพิเศษของ ออรัสมาจะเป็นตัวกลางสำหรับการเชื่อมโยงโลกของความจริง และโลกของความจริงเสมือนเข้าด้วยกัน โดยแสดงผลออกมาในรูปแบบสื่อปฏิสัมพันธ์ที่มองเห็น ควบคุมและสัมผัสได้ผ่านทางหน้าจอ ทั้งที่เป็นภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว เสียง [6]

4.3 การเพิ่มประสิทธิภาพเครื่องมือค้นหา (Search Engine Optimization : SEO) เป็นการปรับปรุงเว็บไซต์ด้วยเทคนิคต่าง ๆ เพื่อให้ติดอันดับต้น ๆ ในการแสดงผลการสืบค้นโดยเครื่องมือค้นหา (Search Engine) การทำ SEO นั้น ประกอบไปด้วย การปรับปรุงเพิ่มคำสำคัญ (Keyword) ในหน้าเว็บ การปรับแต่งเว็บไซต์โครงสร้าง HTML กล่าวโดยสรุปได้ว่า SEO นั้นก็เหมือนการทำให้เว็บไซต์ปรากฏในเครื่องมือค้นหา และจำเป็นต้องทำความเข้าใจการทำงานอัลกอริทึมข้อมูลของเครื่องมือค้นหาแต่ละประเภท เพื่อช่วยให้เว็บที่ตอบสนองความต้องการ และความสนใจของผู้ทำการค้นหาผ่านทางเครื่องมือค้นหา [7]

4.4 โปรแกรมค้นหา (Search engine) โปรแกรมสำหรับค้นหาข้อมูลสารสนเทศจากฐานข้อมูล ที่การรวบรวมเว็บเพจต่าง ๆ ทั่วโลกเพื่อนำมาจัดทำเป็นฐานข้อมูล แล้วดำเนินการพัฒนาโปรแกรมค้นหาข้อมูลหรือเครื่องมือค้นหา เพื่อให้บริการสำหรับผู้ใช้งานผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดยจัดทำเป็นเว็บเพจที่อยู่ในรูปของฟอร์มให้ผู้สืบค้นกรอกคำสำคัญ วลี หรือประโยคที่ต้องการค้น จากนั้นโปรแกรมค้นหาจะทำการสืบค้นจากฐานข้อมูลที่ได้จัดเก็บเว็บเพจไว้ก่อนแล้ว เมื่อพบข้อมูลที่ตรงกับความต้องการก็จะนำรายการที่พบมาแสดงแก่ผู้สืบค้น พร้อมทำรายการเชื่อมโยงไปยังแหล่งที่จัดเก็บเว็บไซต์นั้น ๆ เช่น Google, Bing, Yahoo, Ask.com เป็นต้น [8]

5. วิธีดำเนินการวิจัย

การพัฒนาเว็บไซต์ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ที่ส่งผลต่อการจัดอันดับของเครื่องมือค้นหา มีวิธีการดำเนินงานตามวงจรการพัฒนาแบบ (System Development Life Cycle : SDLC) โดยมีขั้นตอนดังนี้



รูปที่ 2 แสดงแผนผังวงจรการพัฒนาระบบ (System Development Life Cycle : SDLC)

จากรูปที่ 2 วงจรการพัฒนาระบบ เป็นกิจกรรมในกระบวนการพัฒนาระบบสารสนเทศ ประกอบด้วยกิจกรรม 6 กิจกรรม โดยจะเริ่มปฏิบัติกิจกรรมที่ 1 จนถึงที่สุดกิจกรรม ก็จะปฏิบัติกิจกรรมที่ 2 เรียงลำดับกันไปจนถึงกิจกรรมที่ 6 มีรายละเอียดดังนี้

5.1 การกำหนดความต้องการของระบบ (Requirement Definition)

- 1) สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมยังไม่เป็นที่รู้จักแก่บุคคลภายนอกมากนัก ผู้คนส่วนใหญ่ที่รู้จักเป็นคนในพื้นที่
- 2) สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ในปัจจุบันมีความน่าสนใจไม่มากนัก

5.2 ศึกษาความเป็นไปได้ (Feasibility Study)

การวิจัยครั้งนี้คณะผู้จัดทำได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ เพื่อนำความรู้ที่ได้มาทำการประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติงาน ศึกษาความเป็นไปได้นานาเทคโนโลยีความจริงเสริม (Augmented Reality) โดยคณะผู้วิจัย ได้ศึกษาโปรแกรมออรัสมา (Aurasma) เป็นแอปพลิเคชันสำหรับการสร้างสื่อในโลกแห่งความจริงเสริม ร่วมกับวิดีโอบรรยากาศของสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ เพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้งานเว็บไซต์มากขึ้น

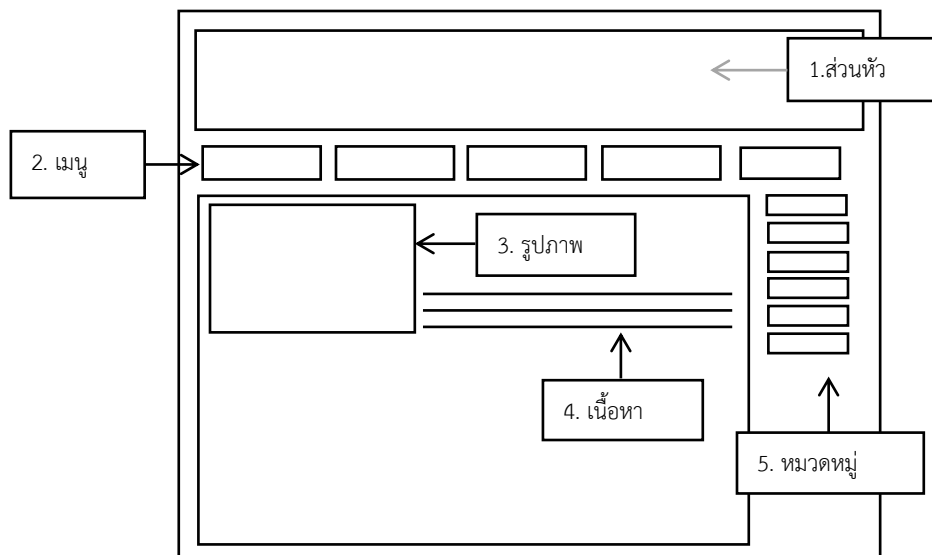
5.3 การวิเคราะห์ระบบ (System Analysis)

- 1) กำหนดรูปแบบเนื้อหาสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอำเภอหัวหินและอำเภอบางบัว จำนวน 15 สถานที่ โดยเว็บไซต์จะมีการนำเสนอเนื้อหาข้อมูล เช่น 1. ข้อมูลประวัติความเป็นมาของวัด 2. บรรยากาศในวัด 3. เส้นทางเดินทาง 4. จุดเด่นของวัด เป็นต้น

2) กำหนดรูปแบบการนำเสนอเว็บไซต์ในรูปแบบวิดีโอ จากนั้นสร้างสื่อเทคโนโลยีความจริงเสริมด้วยโปรแกรม Aurasma

5.4 การออกแบบ (Design)

คณะผู้วิจัยทำการออกแบบโดยการนำเสนอแบบวิดีโอด้วยแอปพลิเคชัน iMovie จากนั้นสร้างสื่อเทคโนโลยีความจริงเสริม ด้วยโปรแกรม Aurasma ที่จะแสดงรูปภาพ วิดีโอ หรือวัตถุ 3 มิติ ผ่านฮาร์ดแวร์และอุปกรณ์เคลื่อนที่ ที่ยอมรับแต่จะมีข้อจำกัดของไฟล์ที่อัปโหลด โดยออกแบบเว็บไซต์เพื่อใช้เป็นสื่อในการเผยแพร่ข้อมูลในรูปแบบดังนี้



รูปที่ 3 แผนผังเว็บไซต์

จากรูปที่ 3 แสดงแผนผังภาพรวมของเว็บไซต์ ออกแบบพัฒนาเว็บไซต์ขึ้นมาโดยใช้ชื่อเว็บไซต์ (culturestravel.com) เพื่อใช้เป็นสื่อกลางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในอำเภอหัวหินและอำเภอบางพลี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ซึ่งในส่วนของผู้ดูแลเว็บไซต์ จะสามารถเพิ่ม ลบ แก้ไข ได้ทุกส่วนที่อยู่ภายในเว็บไซต์และในส่วนของผู้ใช้งานจะสามารถอ่านข้อมูล ที่เผยแพร่ในเว็บไซต์ได้ และมีปฏิสัมพันธ์กับเว็บไซต์โดยใช้แอปพลิเคชันออรัสมา สำหรับดูบรรยากาศสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ได้ ทำให้สร้างความน่าสนใจกับเว็บไซต์มากขึ้น

5.5 การพัฒนา (Development)

ทำการพัฒนาเว็บไซต์โดยใช้โปรแกรมเวิร์ดเพรส (WordPress) ในการสร้างเว็บไซต์ โดยนำข้อมูลของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในอำเภอหัวหินและอำเภอบราณบุรี โดยใช้ชื่อเว็บไซต์ (culturestravel.com) แล้วดำเนินการในโปรแกรม WordPress โดยมีการตั้งค่าข้อมูลของแต่ละโพสต์มีดังนี้

1) กำหนดชื่อเรื่องที่จะทำการเผยแพร่ และนำเนื้อหาของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในอำเภอหัวหินและอำเภอบราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์มาทำการกำหนดหัวเรื่องในแต่ละเนื้อหา 3 ส่วนคือ Heading1 (H1), Heading2 (H2) และ Heading3 (H3) เพื่อให้เว็บไซต์มีคุณภาพด้านเนื้อหา ทำให้เครื่องมือค้นหาเข้ามาเก็บข้อมูล หรือ อินเด็กซ์ (Index) ข้อมูลในเว็บไซต์ได้เร็วขึ้น

2) สร้างอัลบั้มรูปภาพที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหา เพื่ออัปโหลดรูปภาพเป็นหมวดหมู่ และจัดทำคำสำคัญ (Keywords) เกี่ยวกับรูปภาพในตำแหน่ง (ALT Attribute Image)

3) ใส่รูปภาพบาร์โค้ดสำหรับแสดกนเพื่อติดตามและเข้าชมวิดีโอที่ใช้เทคนิคความจริงเสริม AR

4) กำหนดหมวดหมู่ที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหา และกำหนดป้ายกำกับ หรือ Tags ของคำสำคัญ (Keyword)

5) กำหนดหัวเรื่อง (Title) ของเนื้อหา และกำหนดคำอธิบายของเนื้อหา

6) ใส่รูปภาพที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหา และจะต้องเป็นรูปภาพที่สามารถใช้แสดกนเพื่อรับชมวิดีโอที่ใช้เทคนิคความจริงเสริม

7) การประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ ผ่านทางโซเชียลมีเดีย เช่น เฟสบุคแฟนเพจ (Facebook Fan page), ยูทูบ (YouTube), ทวิตเตอร์ (Twitter) โดยแต่ละช่องทางการประชาสัมพันธ์ จะสร้างลิงค์ ไปยังเว็บไซต์ culturestravel.com ที่ใช้ในการเผยแพร่ข้อมูล

5.6 การบำรุงรักษา (Maintenance)

การบำรุงรักษาจะเกิดขึ้นตลอดเวลาในการดำเนินงาน ได้แก่ ปรับปรุงอัปเดตข้อมูล เนื้อหาต่าง ๆ อยู่เสมอ ปรับรูปภาพ เพื่อให้มีความเหมาะสมกับเว็บไซต์ และ วิดีโอ เพื่อใช้ปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้งานเว็บไซต์ ผ่านโปรแกรม Aurasma ให้มีความกระชับ เข้าใจง่าย และ มีความคมชัดในการรับชม

6. ผลและวิจารณ์

6.1 ผลการพัฒนาเว็บไซต์ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ที่ส่งผลต่อการจัดอันดับของเครื่องมือค้นหา

เป็นการนำเสนอข้อมูลในเว็บไซต์แบบมีเนื้อหาเป็นข้อความ และวิดีโอสำหรับนำเสนอบรรยากาศในสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ โดยนำเทคนิคความจริงเสริม และมีการแบ่งหมวดหมู่อย่างชัดเจน เช่น การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอำเภอหัวหิน และอำเภอบราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำนวนทั้งหมด 15 สถานที่ ซึ่งเนื้อหาแบบข้อความ มีการนำเสนอข้อมูลประวัติความเป็นมา บรรยากาศในวัด เส้นทางเดินทาง และจุดเด่นของวัด เป็นต้น ดังรูปที่ 4



รูปที่ 4 หน้าเว็บไซต์ทองเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

จากรูปที่ 4 พัฒนาเว็บไซต์เพื่อนำเสนอข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในอำเภอหัวหินและอำเภอบางแพ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีการออกแบบเนื้อหาที่น่าสนใจ นำเสนอข้อมูลตรงกับความต้องการของผู้ใช้ ซึ่งเป็นหัวใจของการสร้างเนื้อหา จะต้องมัลประโยชน์กับผู้อ่านอย่างจริงจัง และชัดเจน สอดคล้องกับงานวิจัยของ วศิน อู่ยเต็กเค่ง [9] สามารถแสดงผลได้อย่างเหมาะสมบนอุปกรณ์ที่แตกต่างกัน ซึ่งทำให้เว็บไซต์เป็นมิตรกับอุปกรณ์เคลื่อนที่ และใช้ได้กับความละเอียดทุกขนาดของจอภาพ ซึ่งปัจจุบันผู้ใช้งานนิยมใช้โทรศัพท์มือถือในการสืบค้นข้อมูลมากขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ เพ็ญภา จุมพลพงษ์ และคณะ [10] อีกทั้งภายในเว็บไซต์มีเทคนิคความจูงใจเสริม เข้ามาเพื่อโต้ตอบกับผู้ใช้งานเว็บไซต์ โดยการใช้โทรศัพท์มือถือ หรือสมาร์ตโฟน เป็นอุปกรณ์ในการใช้งาน และดาวน์โหลดแอปพลิเคชัน สำหรับส่องภาพจะแสดงผลวิดีโอขึ้นบนอุปกรณ์สมาร์ตโฟน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนิต เหลืองดี และสุกมา อ่วมเจริญ [11] การนำเสนอเนื้อหาในรูปแบบวิดีโอ นั้น เป็นประโยชน์ต่อผู้ชม ส่งผลด้านอารมณ์ และสร้างแรงจูงใจให้เกิดความต้องการที่อยากไปเยี่ยมชมสถานที่ดังกล่าวที่นำเสนอผ่านวิดีโอ อีกทั้งปัจจุบันมีผู้นิยมเข้าชมเนื้อหาประเภทวิดีโอมากขึ้น โดยผ่านช่องทาง YouTube สอดคล้องกับงานวิจัยของ เกียรติคุณ เยาวรัตน์ [12]

6.2 ผลการประเมินประสิทธิภาพเว็บไซต์ทองเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

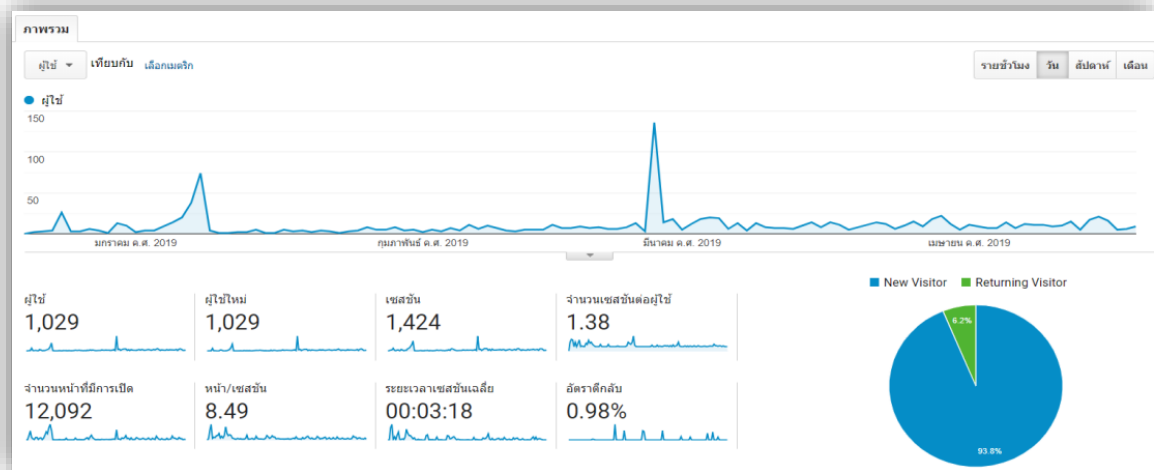
คณะผู้วิจัยได้ทำการประเมินประสิทธิภาพของเว็บไซต์ culturestravel.com ในด้านดังต่อไปนี้

6.2.1 ประเมินประสิทธิภาพการใช้งานจริงโดยใช้โปรแกรมติดตามสถิติเว็บไซต์ Google Analytics

6.2.2 การวัดดัชนี (Google Index) การค้นหาเว็บไซต์ โดยใช้เครื่องมือค้นหาหลัก

6.2.1 ผลการประเมินประสิทธิภาพเว็บไซต์จากการเข้าชมเว็บไซต์จริง โดยใช้โปรแกรมติดตามสถิติเว็บไซต์กูเกิ้ลอานาไลติก (Google Analytics) ซึ่งเป็นโปรแกรมที่สามารถเก็บข้อมูลของเว็บไซต์ เช่น ผู้เข้า

เว็บไซต์ เซสชัน จำนวนเซสชันต่อผู้ใช้ จำนวนหน้าที่มีการเปิด หน้าต่อเซสชัน ระยะเวลาเซสชันเฉลี่ย อัตราตีกลับ ซึ่งข้อมูลดังกล่าวเป็นการใช้งานจริงของผู้เข้าชมเว็บไซต์ culturestravel.com ผ่านอินเทอร์เน็ต ซึ่งคณะผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลระหว่างวันที่ 20 ธันวาคม 2561 ถึง 19 เมษายน 2562 เป็นระยะเวลา 4 เดือน ซึ่งได้รับผลการดำเนินงาน ดังรูปที่ 5

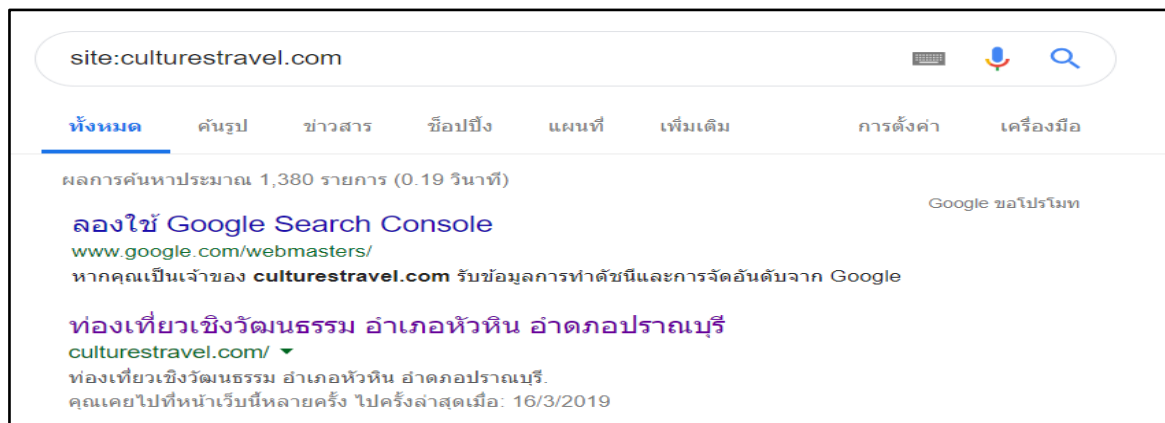


รูปที่ 5 แสดงผลประสิทธิภาพการใช้งานเว็บไซต์ culturestravel.com จาก Google Analytics

จากรูปที่ 5 เป็นการประเมินประสิทธิภาพการใช้งานเว็บไซต์ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (culturestravel.com) จากโปรแกรม Google Analytics ซึ่งมีผลดังต่อไปนี้ มีอัตราตีกลับที่มีร้อยละ 0.98 ซึ่งหมายถึงมีผู้เข้าใช้งานเว็บไซต์เปิดเข้ามาพบหน้าแรกของเว็บไซต์แล้วออกจากเว็บไซต์ทันทีคิดเป็นร้อยละ 0.98 แปลผลได้ว่า มีคนเข้าชมเว็บไซต์จำนวน 100 คน แล้วเปิดเข้ามาในเว็บไซต์ (culturestravel.com) หน้าแรกแล้วคลิกปิดเลย จาก 100 คน ปิดออกจากเว็บไปเพียงแค่ประมาณ 1 คนเท่านั้น จากข้อมูลดังกล่าวแสดงว่าเว็บไซต์ (culturestravel.com) มีเนื้อหาที่น่าสนใจ ตรงกับความต้องของผู้ใช้ จึงมีคนออกจากเว็บไซต์จำนวนน้อย บ่งบอกได้ว่าผู้ใช้ที่เข้าชมเว็บไซต์ทั้งหมด 1,029 คน เปิดเข้าชมเว็บไซต์หน้าแรกแล้วออกเลยจำนวนประมาณ 10 คนเท่านั้น อยู่ต่อในหน้าเว็บประมาณ 1,019 คน และมีการเปิดอ่านเนื้อหาเพิ่มเติมในหน้าอื่น เนื่องจากจำนวนครั้งในการเข้าชมเท่ากับ 1,424 ครั้ง จำนวนหน้าที่มีการเปิดในภาพรวมเท่ากับ 12,092 หน้า ซึ่งผู้ใช้ที่เข้ามามีความสนใจในเนื้อหาของเว็บไซต์ หรือเข้ามาแล้วเจอข้อมูลที่ต้องการค้นหา การเปิดหน้าเว็บในแต่ละครั้งมีการเปิดอ่านเนื้อหา จำนวน 8.49 หน้าต่อเซสชัน และมีระยะเวลาเมื่อเข้ามาอยู่ในเว็บไซต์ หรือเข้ามาอ่านเนื้อหาจนถึง 3:18 นาที ผู้เข้าชมใหม่และผู้ที่เคยกลับมาอีก คือข้อมูลที่บ่งบอกจำนวนของผู้เข้าชมใหม่ หรือผู้เข้าชมที่เคยเข้ามาแล้วกลับมายังเว็บไซต์อีก ในช่วงระยะเวลาหนึ่งๆ สำหรับเว็บไซต์นั้น ๆ สอดคล้องกับงานวิจัยของ อรปรียา คำแพง และคณะ [13]

6.2.2 ผลการวัดดัชนีการค้นหาเว็บไซต์ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยใช้เครื่องมือค้นหาของกูเกิ้ล

คณะผู้วิจัยได้วัดดัชนีจากเครื่องมือค้นหากูเกิ้ล (Google Index) หมายถึง เครื่องมือค้นหากูเกิ้ลส่งโรบอท (Robot) หรือหุ่นยนต์มายังเว็บไซต์ เพื่อทำการเก็บข้อมูลของเว็บไซต์นั้น ๆ แล้วนำข้อมูลนั้นไปเก็บไว้ในฐานข้อมูลของเครื่องมือค้นหานี้ สำหรับให้ผู้ใช้งานสืบค้นหาข้อมูลต่อไป หากเว็บไซต์ได้มีการ Index จากเครื่องมือค้นหา ก็จะเสียโอกาสในการแสดงผลในหน้าค้นหาในแต่ละครั้งของผู้ใช้งานผ่านเว็บ Browser ดังกล่าว โดยปกติแล้ว กูเกิ้ลจะทำการ Index อัตโนมัติ และจะมีจำนวน Index ของแต่ละเว็บไซต์ มากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับองค์ประกอบหลายอย่าง เช่น เนื้อหาของเว็บไซต์มีคุณภาพหรือไม่ เป็นต้น งานวิจัยนี้ คณะผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลของวันที่ 19 เมษายน 2562 ซึ่งได้รับผลการดำเนินงาน ดังรูปที่ 6



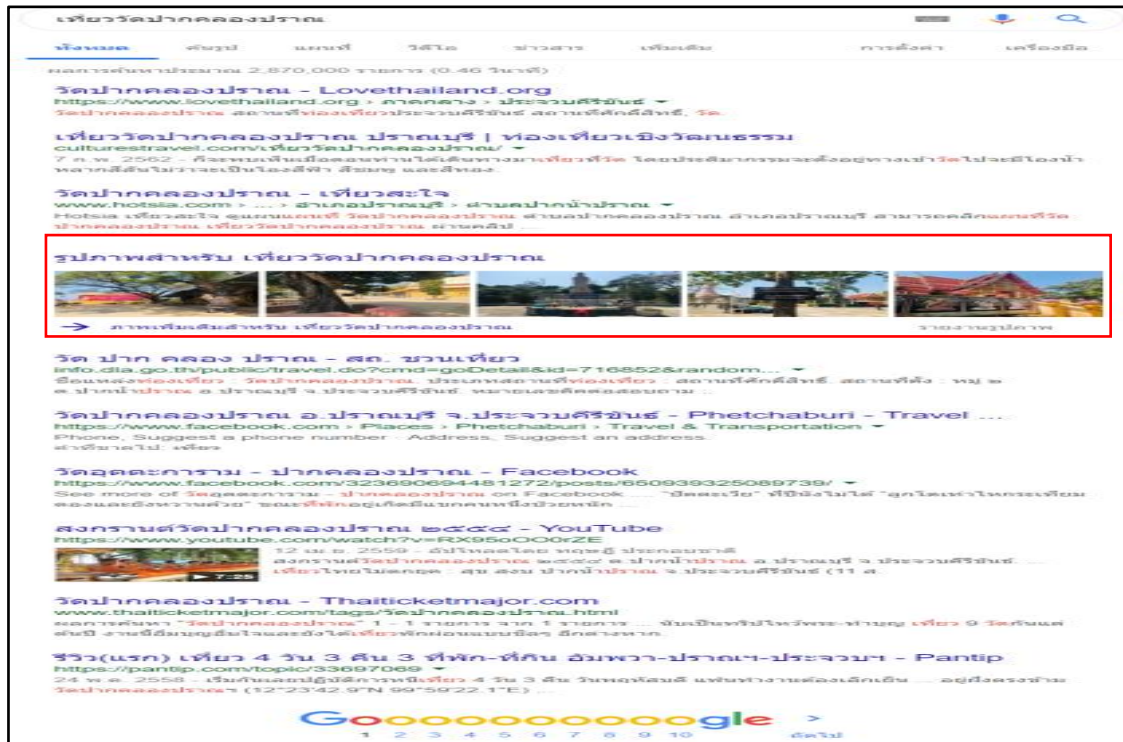
รูปที่ 6 แสดงผลการวัดดัชนีการค้นหาเว็บไซต์ culturestravel.com โดยใช้เครื่องมือค้นหาของกูเกิ้ล

จากรูปที่ 6 แสดงผลการวัดดัชนีการค้นหาของเว็บไซต์ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยใช้เครื่องมือค้นหาของกูเกิ้ล ซึ่งการที่จะทำให้มีผลดัชนีการค้นหาในกูเกิ้ลเป็นจำนวนมากนั้น เว็บไซต์ culturestravel.com มีการเขียนเนื้อหาในเว็บไซต์ที่มีคุณภาพ มีความน่าสนใจ อย่างต่อเนื่อง และสม่ำเสมอ จึงทำให้มีดัชนีผลการค้นหาที่มากขึ้น และมีผลดัชนีการค้นหาในกูเกิ้ลทั้งหมด 1,380 รายการ ซึ่งส่งผลว่ามีผู้ใช้ที่ค้นหาข้อมูลในกูเกิ้ลตรงกับเนื้อหาในเว็บไซต์ จึงทำให้มีโอกาสในการสร้าง ทราฟฟิก (Traffic) และสร้างโอกาสในการเข้าถึงเว็บไซต์ที่พัฒนาขึ้น ทำให้มีผู้เข้าชมเพิ่มขึ้น สอดคล้องกับผลการวิจัยของ อชฌาพร กว้างสวัสดิ์ และคณะ [7]

6.3 ผลการประเมินการจัดอันดับของเว็บไซต์ culturestravel.com ของเครื่องมือค้นหากูเกิ้ลด้วยคำสำคัญ (Keywords) ที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาในเว็บไซต์

คณะผู้วิจัยได้ทำการทดสอบสืบค้นข้อมูล ด้วยคำสำคัญ (Keyword) เกี่ยวกับเนื้อหาในเว็บไซต์ ซึ่งคำดังกล่าวต้องมีเนื้อหาอยู่ในเว็บไซต์ culturestravel.com ซึ่งได้ดำเนินการทดสอบทั้ง 10 คำ โดยเก็บข้อมูลของวันที่ 19 เมษายน 2562 โดยมีวิธีการ คือ ทำการกรอกคำสำคัญ (Keyword) ลงในช่องการค้นหาของ

กูเกิ้ล เช่น ทำการกรอกคำสำคัญว่า “เที่ยววัดปากคลองปราม” แล้วเครื่องมือค้นหากูเกิ้ลจะทำการแสดงผลการค้นหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับ คำสำคัญดังกล่าว โดยเว็บไซต์ culturestravel.com สามารถแสดงผลในหน้า 1 อันดับที่ 2 การค้นหาของกูเกิ้ล ซึ่งปกติแล้วเครื่องมือค้นหาจะทำการแสดงผลการค้นหา 1 หน้า มีทั้งหมด 10 อันดับที่ 7



รูปที่ 7 ประเมินการอันดับของเว็บไซต์ด้วยคำสำคัญ (Keyword) ในเครื่องมือค้นหาของกูเกิ้ล

จากรูปที่ 7 แสดงผลการจัดอันดับเว็บไซต์ culturestravel.com ค้นหาด้วยคำสำคัญ (Keyword) ที่เกี่ยวกับเนื้อหาในเว็บไซต์ โดยทำการสืบค้นในเครื่องมือค้นหาของกูเกิ้ล ดังตัวอย่างโดยใช้คำสำคัญ (Keyword) คำว่า “เที่ยววัดปากคลองปราม” ซึ่งมีผลการค้นหาประมาณ 2,870,000 รายการ หมายถึง เครื่องมือค้นหากูเกิ้ล จัดเก็บข้อมูลไว้ในฐานข้อมูลเกี่ยวกับ คำว่า “เที่ยววัดปากคลองปราม” อยู่ทั้งหมด ประมาณ 2,870,000 รายการ แสดงว่ามีข้อมูลดังกล่าวจำนวนมาก ทำให้โอกาสที่เว็บไซต์ culturestravel.com จะติดอันดับหน้าแรกจากการค้นหาของเครื่องมือค้นหาจะน้อยมาก ถ้าหากเว็บไซต์ นั้นไม่มีคุณภาพจริง ดังนั้น เว็บไซต์ culturestravel.com ติดอันดับในหน้าแรกของกูเกิ้ล และอยู่ลำดับที่ 2 นั้น บ่งบอกถึงเว็บไซต์มีประสิทธิภาพ เนื่องจากสร้างโอกาสในการเข้าถึงเว็บ จากผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตได้อย่าง รวดเร็ว เพราะส่วนมากนิยมคลิกเว็บไซต์ที่แสดงผลการค้นหาหน้าแรกมากที่สุด โดยในงานวิจัยนี้ ได้ทำการ ทดสอบคำสำคัญทั้งหมด 10 คำ และทำให้เว็บไซต์ culturestravel.com ติดอันดับดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงผลการจัดอันดับคำสำคัญ (Keywords) ด้วยเครื่องมือค้นหาของกูเกิ้ล

คีย์เวิร์ด	ผลการค้นหา	เว็บไซต์ culturestravel.com แสดงผลใน เครื่องมือค้นหากูเกิ้ล ติดหน้า/อันดับ
1. ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอหัวหิน	141,000	3/6
2. ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอปราณบุรี	43,700	3/4
3. ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอำเภอหัวหิน อำเภอปราณบุรี	34,600	3/1
4. เที่ยววัดเขาสนามชัย	8,130,000	1/5
5. เที่ยววัดเขาทะลุโลก	251,000	1/6
6. เที่ยวชมวัดหนองแก	18,800,000	1/3
7. เที่ยววัดเก่าเขาน้อย ปราณบุรี	277,000	1/5
8. ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวัดถ้ำเขาเต่า	127,000	1/5
9. ทำบุญลอดท้องช้างวัดห้วยมงคล	310,000	1/1
10. เที่ยววัดปากคลองปราณ	3,110,000	1/2
รวมจำนวนคำสำคัญที่ติด หน้า 1		7 คำ
รวมจำนวนคำสำคัญที่ติด หน้า 3		3 คำ

จากตารางที่ 1 แสดงผลการจัดอันดับคำสำคัญ (Keywords) ด้วยเครื่องมือค้นหาของกูเกิ้ล ที่ทำให้เว็บไซต์ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ติดอันดับในเครื่องมือค้นหาของกูเกิ้ล จำนวน 10 คำ จะเห็นได้ว่า เว็บไซต์ culturestravel.com จะแสดงผลในเครื่องมือค้นหากูเกิ้ล ในหน้า 1 จำนวน 7 คำ จาก 10 คำ คิดเป็นร้อยละ 70 และแสดงผลในหน้า 3 จำนวน 3 คำ จาก 10 คิดเป็นร้อยละ 30 จึงแสดงได้ว่า เว็บไซต์ culturestravel.com คุณภาพมากด้านเนื้อหา สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐภัทร รักษัตานนท์ชัย และอานนท์ ทับเที่ยง [14] การปรับแต่งเว็บไซต์ภายในตามหลัก SEO On-page เพื่อให้เครื่องมือค้นหาของกูเกิ้ล เข้ามาจัดเก็บ Index ของเว็บไซต์ อีกทั้งการเขียนเนื้อหาในเว็บต้องมีคำสำคัญ ด้วย เนื่องจากเป็นปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลต่ออันดับของกูเกิ้ล และสอดคล้องกับงานวิจัยของ อัมมาพร กว้างสวัสดิ์ และ คณะ [7] ได้ทำการพัฒนาเว็บไซต์ติดอันดับบนเครื่องมือค้นหาและสร้างโอกาสให้เว็บไซต์มีผู้เข้าชมมากขึ้น

7. สรุปผล

งานวิจัยนี้ เป็นการเพิ่มประสิทธิภาพเว็บไซต์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ที่ส่งผลต่อการจัดอันดับของเครื่องมือค้นหากูเกิ้ล นั้น โดยสรุป ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดอันดับเว็บไซต์ ให้กับเว็บไซต์นั้น ได้แก่ เนื้อหาในเว็บไซต์ จำเป็นต้องเป็นเนื้อหาที่สดใหม่อยู่เสมอ ไม่ควรคัดลอกเนื้อหาจากเว็บไซต์อื่น

เนื่องจากเครื่องมือค้นหาได้ทำการจัดเก็บ Index ไปแล้ว อีกทั้งในการเขียนเนื้อหาในเว็บไซต์จำเป็นต้องมีคำสำคัญ (Keywords) เพื่อให้เครื่องมือค้นหาได้จัดเก็บฐานข้อมูลเว็บไซต์ เป็นหมวดหมู่ ไว้รอสำหรับแสดงผลตามคำสำคัญ (Keywords) ของผู้สืบค้นผ่านเครื่องมือค้นหา แล้วทำให้เว็บไซต์แสดงผลในอันดับต้นๆ ของเครื่องมือค้นหานั้น ๆ ทำให้มีโอกาสเพิ่มจำนวนผู้เข้าชมเว็บไซต์ (Traffic) มากขึ้น เนื่องจากผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตนิยมสืบค้นข้อมูลโดยใช้เครื่องมือค้นหาเป็นส่วนมาก และเมื่อเครื่องมือค้นหาแสดงผลการค้นหาตามคำสำคัญนั้น ๆ ทำให้ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตคลิกข้อมูลที่แสดงหน้าแรกมากกว่าหน้าอื่น ๆ ดังนั้นหากผู้พัฒนาเว็บไซต์ที่มีคุณภาพทำให้เครื่องมือค้นหาจัดอันดับต้นๆ ในผลการค้นหาแต่ละคำสำคัญ (Keywords) จึงเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพให้เว็บไซต์นั้นดีกว่า เว็บไซต์ที่ไม่ได้แสดงผลตามคำสำคัญในแต่ละครั้ง ซึ่งผลจากการพัฒนาเว็บไซต์ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ที่มีการนำเสนอด้วยเทคนิคความจริงเสริมเข้ามาได้ตอบกับผู้ใช้งานเว็บไซต์ สามารถใช้งานได้จริง และเป็นแหล่งให้ข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในอำเภอหัวหินและอำเภอบางสะพานบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ แก่นักท่องเที่ยว ได้เป็นอย่างดี โดยมีเนื้อหาและรูปภาพประกอบ มีข้อมูลประวัติความเป็นมา เส้นทางเดินทาง และจุดเด่นของแต่ละวัด เป็นต้น ซึ่งทำให้มีผู้เข้าชมเว็บไซต์ culturestravel.com เป็นจำนวนมาก จากการเก็บข้อมูลสถิติของเว็บไซต์ และผลการจัดอันดับของกูเกิ้ลด้วยคำสำคัญที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาในเว็บไซต์ culturestravel.com ทำให้เว็บไซต์ดังกล่าวติดอันดับในเครื่องมือค้นหาของกูเกิ้ล โดยทำการทดสอบใช้คำสำคัญ จำนวน 10 คำ สืบค้นข้อมูลผ่านเครื่องมือค้นหากูเกิ้ล ทำให้เว็บไซต์แสดงผลในหน้า 1 คิดเป็นร้อยละ 70 และ หน้า 3 คิดเป็นร้อยละ 30 ซึ่งในภาพรวมแล้วส่งผลเว็บไซต์มีผู้เข้าชมเพิ่มมากขึ้นและทำให้สร้างโอกาสทางธุรกิจมากขึ้นด้วยเช่นกัน

8. เอกสารอ้างอิง

- [1] สิริมา แพนนิล และปราโมทย์ ประจวบปัจฉิม. (2557). การปรับตัวของเกษตรกรจากปัญหาการปลูกมะพร้าวในเขตอำเภอทับสะแกจังหวัดประจวบคีรีขันธ์. วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์. ปีที่ 40 ฉบับที่ 1.
- [2] กิจจา เตชะศิริชนะกุล. (2549). การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแถบกลุ่มแม่น้ำโขงกรณีศึกษา วัดศรีอุบลรัตนาราม อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี. วิทยานิพนธ์ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี.
- [3] อรรถพล ยุตตะกรณ์. (2549). Search Engine Optimization ปรับแต่งเว็บไซต์ให้ดังสุดๆ. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : ครัวดีปรีซ์ อินเทอร์เน็ตซันแนล.
- [4] ชาญวิทย์ เกษตรศิริ. (2540). วิธีไทยการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : โครงการวิถี วรรณ.
- [5] จันทกานต์ สถาพรวงษา และสกันธ์ ม่วงสุน. (2556). การออกแบบและพัฒนาหนังสือเรียนที่ใช้เทคโนโลยีออกเมนต์เตดเรียลริตี้ในการนำเสนอภาพประกอบแบบสามมิติ. สาขาวิชาเทคโนโลยีการ

โทรทัศน์และวิทยุกระจายเสียง คณะอุตสาหกรรมและเทคโนโลยี. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตวังไกลกังวล ประจวบคีรีขันธ์.

- [6] ไพฑูรย์ ศรีฟ้า. (2556). การผลิตสื่อการเรียนการสอนยุคใหม่สไตส์AURASMA. นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต. ภาควิชาเทคโนโลยีการศึกษา. คณะศึกษาศาสตร์. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- [7] อัมมาพร กว้างสวัสดิ์, วีระชัย คอนจ่อหอ, ปรัชญนันท์ นิลสุข และ ปานจิตต์ หลงประดิษฐ์.(2560).การพัฒนาเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อการจัดอันดับด้วยเทคนิคการตลาดของเครื่องมือค้นหา. วารสารวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. ปีที่ 36 ฉบับที่ 3 พฤษภาคม – มิถุนายน 2560 หน้าที่ 291-301.
- [8] วิเศษศักดิ์ โคตรอาษา, เดชนันต์ บุญพัน, กฤษณา บุตรपालะ, ขวัญใจ ดิจจริง, และเสรี ห่วยเจริญ. (2542). เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการเรียนรู้. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: เอ็ดดูเคชั่น.
- [9] วศิน อยู่เติกเค่ง. (2558). การศึกษากลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดออนไลน์ ของธุรกิจภาพยนตร์ออนไลน์รูปแบบสตรีมมิ่งในประเทศไทย. นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารการตลาดดิจิทัล. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- [10] เพ็ญญา จุมพลพงษ์, พันธศักดิ์ พึ่งงาม และสุธิชา เชนูชาญ. (2560). การพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของ จังหวัดลพบุรี. การประชุมวิชาการระดับชาติราชภัฏเพชรบุรี วิจัยศิลปวัฒนธรรม ครั้งที่ 4. มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี.
- [11] ธนิต เหลืองดี และสุกมา อ่วมเจริญ. (2560). ระบบนำชมแบบเสมือนจริงเพื่อการเรียนรู้และท่องเที่ยวพระราชวังมฤคทายวัน อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี. การประชุมวิชาการระดับชาติราชภัฏเพชรบุรี วิจัยศิลปวัฒนธรรม ครั้งที่ 4. มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี.
- [12] เกียรติคุณ เขียวรัตน์. (2560). กลยุทธ์การสร้างคลิปวิดีโอในสื่อสังคมออนไลน์เพื่อแรงจูงใจในการออกกำลังกายด้วยการวิ่ง กรณีศึกษา เฟซบุ๊กแฟนเพจ “Runner’s Journeys”. นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารการตลาดดิจิทัล. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- [13] อรปรียา คำแพง, วันเฉลิม พูนใจสม และหม่อมกษิา ดันตีสันติสม. (2560). การศึกษาพฤติกรรมการใช้งานของผู้เข้าชมเว็บไซต์มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชรโดยใช้ Google Analytics. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 4. สถาบันวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร
- [14] ณัฐภัทร รักขัตตานนท์ชัย และอานนท์ ทับเที่ยง. (2560). ปัจจัยด้านเว็บไซต์ที่มีผลต่อการจัดอันดับของยูทิลิตี้การศึกษาเว็บไซต์ข้อปึงไทย. บัณฑิตวิทยาลัยการจัดการนวัตกรรม. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.