



รายงานการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนนทบุรี

ผ่านเพจเฟซบุ๊กของสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนนทบุรี

**Public Relations for Tourist Attractions in Nonthaburi Province through
the Facebook page of the Nonthaburi Provincial Tourism and Sports Office**

โดย

นางสาวนภสร เพิ่มพูล 6204400015

นางสาวณัจฉ์ชัชญา โสสุวรรณ 6204400036

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของรายวิชา 119-413 การศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงาน

ภาควิชาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการ

คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม

ภาคการศึกษาที่ 2 ปีการศึกษา 2565

- หัวข้อโครงการ : การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนนทบุรี ผ่านเพจเฟซบุ๊ก
ของสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนนทบุรี
Public Relations for Tourist Attractions in Nonthaburi Province through the
Facebook page of the Nonthaburi Provincial Tourism and Sports Office
- รายชื่อคณะผู้จัดทำ : นางสาวนภสร เพิ่มพูน 6204400015
นางสาวณัจฉิชา ใสสุวรรณ 6204400036
- ภาควิชา : อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการ
- อาจารย์ที่ปรึกษา : ดร.กฤต จุระกะนิคย์

อนุมัติให้โครงการนี้เป็นส่วนหนึ่งของการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ภาควิชาอุตสาหกรรม
การท่องเที่ยวและการบริการ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม ภาคการศึกษาที่ 2 ปีการศึกษา
2565

คณะกรรมการสอบโครงการ

Kaipa J.

.....อาจารย์ที่ปรึกษา
(ดร.กฤต จุระกะนิคย์)

Jirint

.....พนักงานที่ปรึกษา
(คุณศัทภมณี เริ่มกิจการ)

Dr. Joms

.....กรรมการกลาง
(อาจารย์ป๋วยงมา เปมะ โยธิน)

Dr. Maruj

.....ผู้ช่วยอธิการบดีและผู้อำนวยการสำนักสหกิจศึกษา
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มารุจ ลิมประวัฒน์นะ)

ชื่อโครงการ	: การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนนทบุรี ผ่านเพจเฟซบุ๊กของสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนนทบุรี
หน่วยกิต	: 5
คณะผู้จัดทำ	: นางสาวนภสร เพิ่มพูล นางสาวณัจฉัตรชญา โล่สุวรรณ
อาจารย์ที่ปรึกษา	: ดร.กฤต จูระกะนิศย์
ระดับการศึกษา	: ปริญญาตรี
สาขาวิชา	: อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการ
คณะ	: ศิลปศาสตร์
ภาคการศึกษาปีการศึกษา	: 2/2565

บทคัดย่อ

สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนนทบุรี เป็นหน่วยงานที่ทำหน้าที่ส่งเสริมและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น รวมทั้งทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรม ประเพณีและข่าวสารต่างๆ ในจังหวัดนนทบุรี ให้เป็นที่รู้จักแก่บุคคลทั่วไปทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ผ่านทางเพจเฟซบุ๊ก ซึ่งเป็นสื่อสังคมที่นิยมอย่างแพร่หลายทั้งในประเทศและต่างประเทศ อีกทั้งยังเป็นที่รู้จักของคนทุกวัย การใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์เป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้ข้อมูลที่น่าสนใจนั้นได้รับความสนใจมากยิ่งขึ้น คณะผู้จัดทำจึงจัดทำโครงการเรื่อง "การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนนทบุรี ผ่านเพจเฟซบุ๊กของสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนนทบุรี" โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อรวบรวมแหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัดนนทบุรี รวมทั้งประเพณีที่จัดขึ้นในเดือนต่างๆ เผยแพร่ให้เป็นที่รู้จักแก่บุคคลทั่วไป โดยนำเสนอในรูปแบบอินโฟกราฟิกส์และคลิปวิดีโอผ่านเพจเฟซบุ๊กของสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนนทบุรี จากการสำรวจความพึงพอใจต่ออินโฟกราฟิกส์และวิดีโอของการประชาสัมพันธ์ของพนักงานสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนนทบุรี จำนวน 10 คน พบว่าในส่วนของอินโฟกราฟิกส์ซึ่งนำเสนอในเดือนต่างๆ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.27 และในส่วนของคลิปวิดีโอที่น่าสนใจนั้น ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.78

คำสำคัญ: การประชาสัมพันธ์, แหล่งท่องเที่ยว, สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนนทบุรี

Project Title : Public Relations for Tourist Attractions in Nonthaburi Province through the Facebook page of the Nonthaburi Provincial Tourism and Sports Office

Credits : 5

By : Miss Napasorn Permpool
Miss Nutchatchaya Losuwan

Advisor : Krip Jurakanit Ph. D.

Degree : Bachelor of Arts

Major : Tourism and Hospitality Industry

Faculty : Liberal Arts

Semester/Academic year : 2/2022

Abstract

Nonthaburi Provincial Tourism and Sports Office is an agency responsible for promoting and developing tourist attractions to be more efficient, including the duty to publicize tourist attractions, activities, traditions and various news in Nonthaburi Province to be more known to the general public. Using media for public relations is an important factor that will receive more attention. The students created this project with the objective of collecting tourist attractions within Nonthaburi Province. Including traditions held in different months and make it known in the form of infographics and video clips via Facebook page. Data obtained from a survey of satisfaction for the infographics and videos, 10 employees of the Nonthaburi Provincial Tourism and Sports Office found concerning the infographics that present traditions in different months, respondents were Overall satisfaction was at a high level, with an average of 4.27. For the tour video clips, respondents were overall satisfied at a high level with an average of 3.78.

Keywords: public relations, tourist attractions, Nonthaburi Provincial Tourism and Sports Office

Krip
Co-op Advisor

Approved by
.....

กิตติกรรมประกาศ (Acknowledgement)

การที่คณะผู้จัดทำได้มาปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ในตำแหน่งนักศึกษาฝึกงาน กลุ่มงานส่งเสริมและพัฒนาด้านการท่องเที่ยว ณ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนนทบุรี ตั้งแต่วันที่ 16 มกราคม 2566 ถึงวันที่ 12 พฤษภาคม 2566 ได้สำเร็จลุล่วงตามวัตถุประสงค์ด้วยดี ส่งผลให้คณะผู้จัดทำได้รับความรู้ ประสบการณ์การทำงานต่างๆ และความเข้าใจในชีวิตการทำงานจริงที่ประโยชน์ต่อการเรียนและสามารถนำความรู้ประสบการณ์ที่ได้ไปใช้ในการประกอบอาชีพในอนาคต เข้ามาปฏิบัติสหกิจศึกษา ธุรณาเสียสละเวลาอบรม สอนงานและช่วยเหลือด้านต่างๆ ตลอดระยะเวลาในการปฏิบัติสหกิจศึกษาในครั้งนี้ จึงขอขอบพระคุณอย่างสูงมา ณ ที่นี้ จากการสนับสนุนหลายฝ่าย ดังนี้

1. คุณสลักมณี เริ่มคิดการ นักวิเคราะห์นโยบายและแผนปฏิบัติการ
2. อาจารย์ปัญญา เปมะโยธิน กรรมการกลาง
3. ดร.กฤป จุระกะนิตย์ อาจารย์ที่ปรึกษาสหกิจศึกษา

และบุคคลที่ไม่ได้กล่าวนามทุกท่านที่ได้ให้คำแนะนำในการจัดทำรายงานสหกิจศึกษานับนี้จนเสร็จสมบูรณ์

คณะผู้จัดทำหวังเป็นอย่างยิ่งว่ารายงานฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนนทบุรี และผู้สนใจไปปฏิบัติสหกิจศึกษาของสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนนทบุรี เพื่อเป็นแนวทางเบื้องต้นในการทำความเข้าใจและพัฒนาโครงการต่อไป รวมทั้งในการค้นคว้าของผู้สนใจทั่วไปด้วย หากรายงานฉบับนี้มีข้อผิดพลาดประการใด คณะผู้จัดทำก็ขออภัยมา ณ ที่นี้

คณะผู้จัดทำ
นางสาวนภสร เพิ่มพูล
นางสาวฉัตรชัยญา โสสุวรรณ
7 ตุลาคม 2566

สารบัญ

	หน้า
จดหมายนำส่งรายงาน	ก
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
Abstract	ง
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ	1
1.3 ขอบเขตของโครงการ	2
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	2
บทที่ 2 รายละเอียดการปฏิบัติงาน	
2.1 ชื่อและที่ตั้งสถานประกอบการ	3
2.2 ลักษณะการประกอบการผลิตภัณฑ์ การให้บริการหลักขององค์กร	5
2.3 รูปแบบจัดการองค์กร	6
2.4 ชื่อนักศึกษาฝึกงาน ตำแหน่งและลักษณะงานที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย	7
2.5 ชื่อและตำแหน่งงานของพนักงานที่ปรึกษา	8
2.6 ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน	8
2.7 ระยะเวลาที่ปฏิบัติงานสหกิจ	9
2.8 อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้ปฏิบัติงาน	9
บทที่ 3 การทบทวนเอกสาร/วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	
3.1 การประชาสัมพันธ์	10
3.2 ประวัติความเป็นมาของจังหวัดนนทบุรี	27
3.3 ประวัติความเป็นมาของการท่องเที่ยว	36
3.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	38

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการปฏิบัติงาน	
4.1 ช่องทางการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนนทบุรี	39
4.2 ขั้นตอนการศึกษาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว	40
4.3 ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว	42
4.4 ขั้นตอนการประชาสัมพันธ์	50
4.5 ขั้นตอนการทำอินโฟกราฟิกส์และคลิปวิดีโอ	51
4.6 สรุปผลการประเมินความพึงพอใจต่ออินโฟกราฟิกส์และคลิปวิดีโอของการประชาสัมพันธ์	88
บทที่ 5 สรุปผลและข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการจัดทำโครงการ	91
5.2 ข้อเสนอแนะการจัดทำโครงการ	92
บรรณานุกรม	
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก ภาพการปฏิบัติงาน	
ภาคผนวก ข ตัวอย่างแบบสอบถาม	
ภาคผนวก ค บทสัมภาษณ์พนักงานที่ปรึกษา	
ภาคผนวก ง บทความวิชาการ	
ภาคผนวก จ โปสเตอร์	
ประวัติคณะผู้จัดทำ	

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 2.1 : ตารางแสดงระยะเวลาในดำเนินงาน	8
ตารางที่ 4.1 : แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ	88
ตารางที่ 4.2 : แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ	89
ตารางที่ 4.3 : แสดงค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ออินโฟกราฟิกส์ของการประชาสัมพันธ์	89
ตารางที่ 4.4 : แสดงค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อคลิปวิดีโอของการประชาสัมพันธ์	90



สารบัญรูปภาพ

	หน้า
ภาพที่ 2.1 : โลโก้ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนนทบุรี	3
ภาพที่ 2.2 : แผนที่ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนนทบุรี	5
ภาพที่ 2.3 : แผงผังบุคลากร สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนนทบุรี	6
ภาพที่ 2.4 : นักศึกษาสหกิจศึกษา	7
ภาพที่ 2.5 : พนักงานที่ปรึกษา	8
ภาพที่ 3.1 : Identity Network	23
ภาพที่ 3.2 : Creative Network	24
ภาพที่ 3.3 : Passion Network	24
ภาพที่ 3.4 : Collaboration Network	25
ภาพที่ 3.5 : Virtual Reality	25
ภาพที่ 3.6 : Professional Network	26
ภาพที่ 3.7 : ตราสัญลักษณ์จังหวัดนนทบุรี	27
ภาพที่ 3.8 : วัดปรมัยยิกาวาส	29
ภาพที่ 3.9 : เครื่องปั้นดินเผา	29
ภาพที่ 3.10 : ตลาดน้ำวัดตะเคียน	30
ภาพที่ 3.11 : ทำนํ้านนทบุรี	31
ภาพที่ 3.12 : วัดเฉลิมพระเกียรติวรวิหาร	32
ภาพที่ 3.13 : วัดบรมราชากาญจนานิกะกอนุสรณ์ (วัดเล่งเน่ยยี่ 2)	33
ภาพที่ 3.14 : ศาลากลางจังหวัดนนทบุรี (หลังเก่า)	34
ภาพที่ 3.15 : พิพิธภัณฑ์จังหวัดนนทบุรี	35
ภาพที่ 4.1 : หน้าเพจเฟซบุ๊ก สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนนทบุรี	41
ภาพที่ 4.2 : ศาลหลักเมืองจังหวัดนนทบุรี	43
ภาพที่ 4.3 : อุทยานมกุฏมรณสราญ	43
ภาพที่ 4.4 : พิพิธภัณฑ์วัดบางอ้อยช้าง	44
ภาพที่ 4.5 : วัดสักใหญ่	45
ภาพที่ 4.6 : วัดนครอินทร์	46
ภาพที่ 4.7 : ตลาดน้ำไทรน้อย	47
ภาพที่ 4.8 : วัดบรมราชากาญจนานิกะกอนุสรณ์ (วัดเล่งเน่ยยี่ 2)	48
ภาพที่ 4.9 : วัดปรมัยยิกาวาส	49

สารบัญรูปภาพ (ต่อ)

	หน้า
ภาพที่ 4.10 : ปฏิทินท่องเที่ยวประจำเดือนมีนาคม 2566	51
ภาพที่ 4.11 : บรรพชาสามเณรภาคฤดูร้อน ณ ทำนํ้านนทบุรีและวัดแคนอก	52
ภาพที่ 4.12 : งานวัฒนธรรมสองฝั่งเจ้าพระยามหาเจษฎาบดินทร์ ณ อุทยานเฉลิมกาญจนาภิเษก	52
ภาพที่ 4.13 : หัวข้อฟอนต์ Wansika	53
ภาพที่ 4.14 : เนื้อหาฟอนต์ Wansika	53
ภาพที่ 4.15 : พื้นหลังท่องเที่ยวประจำเดือนมีนาคม 2566	54
ภาพที่ 4.16 : ปฏิทินท่องเที่ยวประจำเดือนเมษายน 2566	55
ภาพที่ 4.17 : งานตัดบัตรข้าวสารอาหารแห้ง	55
ภาพที่ 4.18 : งานวัฒนธรรมสองฝั่งเจ้าพระยามหาเจษฎาบดินทร์	56
ภาพที่ 4.19 : ประเพณีทำบุญห่มพระประธานในพระอุโบสถ	56
ภาพที่ 4.20 : ประเพณีสงกรานต์วันครอบครัวและวันผู้สูงอายุ	57
ภาพที่ 4.21 : ประเพณีสงกรานต์ไทย-มอญ	57
ภาพที่ 4.22 : ประเพณีแห่น้ำหวานไทย-มอญ	58
ภาพที่ 4.23 : หัวข้อฟอนต์ Was Lanthom NP	58
ภาพที่ 4.24 : เนื้อหาฟอนต์ Jella	59
ภาพที่ 4.25 : พื้นหลังท่องเที่ยวประจำเดือนเมษายน 2566	60
ภาพที่ 4.26 : ปฏิทินท่องเที่ยวประจำเดือนพฤษภาคม 2566	60
ภาพที่ 4.27 : ประเพณีแห่ดอกไม้ศาลพ่อตาขุน	61
ภาพที่ 4.28 : เปิดบ้านสวนทุเรียน	61
ภาพที่ 4.29 : กิจกรรมเช้คอินทุกอำเภอ ชวนเธอที่ยวนนท์	62
ภาพที่ 4.30 : หัวข้อฟอนต์ Was Lanthom NP	62
ภาพที่ 4.31 : เนื้อหาฟอนต์ Pattaya	63
ภาพที่ 4.32 : พื้นหลังท่องเที่ยวประจำเดือนพฤษภาคม 2566	64

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้มีนโยบายส่งเสริมการเดินทางของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้วยแนวคิด "โมเมนต์ที่ใช้ สร้างได้ไม่ต้องรอ" โดยการสร้างประสบการณ์เพื่อส่งเสริมการเดินทางแบบ "365 วัน มหัศจรรย์เมืองไทย เที่ยวได้ทุกวัน" หวังผลักดันให้การท่องเที่ยวช่วยรักษาเสถียรภาพเศรษฐกิจของประเทศไทยให้ฟื้นตัวขึ้นเป็นการปฏิบัติการเชิงรุกเพื่อผลักดันให้คนไทยหันมาท่องเที่ยวในประเทศมากยิ่งขึ้นส่งผลให้ประเทศมีระบบเศรษฐกิจที่ดีขึ้นก่อให้เกิด "การสร้างงาน สร้างรายได้ในท้องถิ่น"

จังหวัดนนทบุรีเป็นหนึ่งใน 5 จังหวัด ที่อยู่ในพื้นที่ปริมณฑลของกรุงเทพมหานครมีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายโดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรและแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดนนทบุรีมี 6 อำเภอ อาทิเช่น อำเภอเมืองนนทบุรี อำเภอบางกรวย อำเภอบางใหญ่ อำเภอไทรน้อยและอำเภอปากเกร็ด เป็นต้น ซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มักเลือกที่จะมาสถานที่ท่องเที่ยวยอดนิยมของจังหวัดนนทบุรี

สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนนทบุรี เป็นหน่วยงานราชการส่วนภูมิภาค ทำหน้าที่บริหารราชการภายใต้การบังคับบัญชาของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว กีฬาและนันทนาการเพื่อยกระดับมาตรฐานการท่องเที่ยวและพัฒนาต่อยอดแหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นรวมถึงคอยให้ความช่วยเหลือนักท่องเที่ยวและแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวและข้อมูลข่าวสารของจังหวัดให้แก่กลุ่มนักท่องเที่ยวและผู้สนใจผ่านเพจเฟซบุ๊กแต่เพจเฟซบุ๊กของสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนนทบุรีปัจจุบันยังไม่ได้มีการเผยแพร่ข้อมูลอย่างสม่ำเสมอ

1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ

เพื่อรวบรวมแหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัดนนทบุรีจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนนทบุรีในรูปแบบอินโฟกราฟิกส์และวิดีโอแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวผ่านเพจเฟซบุ๊กของสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนนทบุรีให้คนได้เข้าถึงและเป็นที่รู้จักมากขึ้น

1.3 ขอบเขตของโครงการ

1.3.1 ขอบเขตด้านสถานที่

สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนนทบุรี

1.3.2 ขอบเขตด้านข้อมูล

สอบถามข้อมูลต่างๆ จากพนักงานที่ปรึกษาและได้รับข้อมูลจากเพจเฟซบุ๊กของสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนนทบุรี

1.3.3 ขอบเขตด้านเวลา

เริ่มตั้งแต่ 16 มกราคม 2566 ถึงวันที่ 12 พฤษภาคม 2566 โดยระหว่างวันที่ 7 มีนาคม 2566 ถึงวันที่ 12 พฤษภาคม 2566 มีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนนทบุรี ผ่านเพจเฟซบุ๊กของสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนนทบุรี

1.3.4 ขอบเขตด้านเนื้อหา

ศึกษาเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนนทบุรี รวมถึงลงพื้นที่ไปถ่ายทำภาพและวิดีโอ โดยนำมาจัดทำในรูปแบบอินโฟกราฟิกส์และวิดีโอแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนนทบุรี ผ่านเพจเฟซบุ๊กของสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนนทบุรี

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.4.1 สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนนทบุรีมีสื่อเพื่อประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดนนทบุรีในรูปแบบอินโฟกราฟิกส์และวิดีโอแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวผ่านเพจเฟซบุ๊กของสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนนทบุรี

1.4.2 นักท่องเที่ยวและประชาชนทั่วไปสามารถทราบข้อมูลและเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนนทบุรี ผ่านเพจเฟซบุ๊กของสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนนทบุรี

บทที่ 2

รายละเอียดการปฏิบัติงาน

2.1 ชื่อและที่ตั้งสถานประกอบการ

- ชื่อสถานประกอบการ : สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนนทบุรี
ที่ตั้งสถานประกอบการ : ศาลากลางจังหวัดนนทบุรี ชั้น 2 อาคาร 3 ถนนรัตนธิเบศร์
ตำบลบางกระสอ อำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี 11000
- โทรสาร : 02 589 5479 ต่อ 18
- เฟซบุ๊ก : www.facebook.com/nonthaburitour/?locale=th_TH



ภาพที่ 2.1 : โลโก้ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนนทบุรี

ที่มา : www.facebook.com/nonthaburitour/?locale=th_TH

ประวัติความเป็นมาของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาเป็นหน่วยงานราชการไทยประเภทกระทรวงมีอำนาจหน้าที่เกี่ยวกับการส่งเสริมสนับสนุนและพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการศึกษาด้านกีฬา นันทนาการและราชการอื่นๆ ตามที่กฎหมายกำหนดให้อำนาจหน้าที่ของกองกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬากระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้ก่อตั้งเมื่อวันที่ 3 ตุลาคม พ.ศ. 2545 ในการปฏิรูประบบราชการสมัยรัฐบาลของพันตำรวจโท ทักษิณ ชินวัตร โดยรับโอนภารกิจด้านกีฬาและการท่องเที่ยวจากกระทรวงต่างๆ เข้ามาไว้ด้วยกันรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาคนแรกคือ นายสนธยา คุณปลื้ม มีนายจเด็จ อินสว่าง เป็นปลัดกระทรวงคนแรกต่อมาในเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2558 คณะรักษาความสงบแห่งชาติได้ย้ายนายสุวัตร ลีทธิหล่อ ปลัดกระทรวงไปดำรงตำแหน่งที่ปรึกษาความสงบแห่งชาติให้ผู้ที่รักษาการในตำแหน่งราชการมีอำนาจเต็มเพื่อความสะดวกในการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาจัดตั้งขึ้นเมื่อพระราชบัญญัติปรับปรุงกระทรวง ทบวง กรม พ.ศ. 2545 หมวด 5 ตามมาตรา 14 กำหนดให้กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา มีอำนาจหน้าที่เกี่ยวกับการส่งเสริมสนับสนุนและพัฒนา

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว การกีฬา การศึกษา นันทนาการและราชการอื่นๆ ตามกฎหมายกำหนดให้อำนาจหน้าที่ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬามีส่วนราชการตามมาตรา 15 ดังต่อไปนี้

- (1) สำนักงานรัฐมนตรี
- (2) สำนักงานปลัดกระทรวง
- (3) สำนักงานพัฒนาการกีฬาและนันทนาการ
- (4) สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว

ตามพระราชกฤษฎีกาโอนกิจการบริหารและอำนาจหน้าที่ของส่วนราชการให้เป็นไปตามพระราชบัญญัติปรับปรุงกระทรวง ทบวง กรม พ.ศ. 2545 ส่วนที่ 4 มาตรา 22 ถึงมาตรา 26 ให้โอนทรัพย์สิน งบประมาณหนี้ สิทธิ ภาระผูกพัน ข้าราชการ ลูกจ้างและอัตรากำลังของกระทรวงศึกษาธิการในส่วนกรมพลศึกษา (ยกเว้นกองลูกเสือและกองลูกเสือ) มาเป็นหน่วยงานในสังกัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา มาตรา 27 ให้โอนงานส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในสำนักงานพัฒนา นโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์มาเป็นสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา มาตรา 28 ให้โอนอำนาจหน้าที่ของรัฐมนตรีในการดำเนินงานเกี่ยวกับหน่วยงานของรัฐ ดังต่อไปนี้ มาเป็นรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

- (1) การกีฬาแห่งประเทศไทย
- (2) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มาตรา 29

นอกจากโอนอำนาจหน้าที่ที่บัญญัติไว้แจ้งชัดเจนนี้อื่นๆ ให้โอนอำนาจหน้าที่ของรัฐมนตรีในการดำเนินการเกี่ยวกับกฎหมาย ดังต่อไปนี้ มาเป็นของรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

- (1) พระราชบัญญัติกีฬามวย พ.ศ. 2542
- (2) พระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2535
- (3) พระราชบัญญัติสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2544

แผนที่

ที่ตั้ง : ศาลากลางจังหวัดนนทบุรี ชั้น 2 อาคาร 3 ถนนรัตนธิเบศร์ ตำบลบางกระสอ
อำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี 11000



ภาพที่ 2.2 : แผนที่ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนนทบุรี

ที่มา : www.google.co.th/maps

2.2 ลักษณะการประกอบการผลิตภัณฑ์ การให้บริการหลักขององค์กร

2.2.1 ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวที่หลากหลายรูปแบบภายในจังหวัดนนทบุรี

2.2.2 การส่งเสริมการจัดการแข่งขันกีฬาภายในจังหวัดและให้ความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวที่จะเดินทางเข้ามาเที่ยวในประเทศ

2.2.3 การจัดสรรนโยบายการท่องเที่ยวของจังหวัดนนทบุรี

2.3 รูปแบบจัดการองค์กร



ภาพที่ 2.3 : แผนผังบุคลากร สำนักงานการท้องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนนทบุรี

ที่มา : www.nonthaburi.mots.go.th

2.4 ชื่อนักศึกษาฝึกงาน ตำแหน่งและลักษณะงานที่ได้รับมอบหมาย



นางสาวอนุสรณ์ เพิ่มพูน



นางสาวฉัตรชัยชญา โโล่สุวรรณ

ภาพที่ 2.4 : นักศึกษาสหกิจศึกษา

ที่มา : คณะผู้จัด (2566)

ตำแหน่ง/ส่วนงาน : นักศึกษาฝึกงาน กลุ่มงานส่งเสริมและพัฒนาด้านการท่องเที่ยว

ลักษณะงานที่ได้รับมอบหมาย

- พิมพ์เอกสารที่ได้รับมอบหมาย ถ่ายเอกสาร เดินส่งเอกสาร
- บันทึกสรุปการประชุมของสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนนทบุรี
- บรรจุนเอกสารและคู่มือแนะนำการท่องเที่ยวจังหวัดนนทบุรีส่งไปรษณีย์ไปกระทรวงต่างๆ โรงแรมและร้านอาหารภายในจังหวัด
- ทำสื่อ อินโฟกราฟิกส์ประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดนนทบุรี
- ทำสื่อ อินโฟกราฟิกส์ปฏิทินท่องเที่ยวในจังหวัดนนทบุรี ประจำเดือนมีนาคม - เดือนพฤษภาคม
- ทำคลิปวิดีโอ ประชาสัมพันธ์แนะนำสถานที่ท่องเที่ยว 10 สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดนนทบุรี
- ทำสื่อ อินโฟกราฟิกส์ประชาสัมพันธ์ในแคมเปญ "เช็คอินทุกอำเภอ ชวนเธอเที่ยวนนท์"
- ปฏิบัติงานนอกสถานที่ "ลงพื้นที่ส่งมอบหนังสือคู่มือแนะนำการท่องเที่ยวและสมุดรูปภาพ" ตามสถานประกอบการที่พักในจังหวัดนนทบุรี
- ปฏิบัติงานนอกสถานที่ "ลงพื้นที่จัดกิจกรรม เช็คอินทุกอำเภอ ชวนเธอเที่ยวนนท์"
- ปฏิบัติงานนอกสถานที่ "ลงสำรวจสถานที่ท่องเที่ยว อาทิเช่น แหล่งท่องเที่ยวชุมชน วัด คาเฟ่และร้านอาหาร"
- ปฏิบัติงานนอกสถานที่ "ลงพื้นที่ถ่ายภาพและถ่ายทำวิดีโอสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดนนทบุรีเพื่อมาทำสื่อประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดนนทบุรี"
- ปฏิบัติงานนอกสถานที่ "ลงพื้นที่จัดกิจกรรม งานวัฒนธรรมสองฝั่งเจ้าพระยามหาเจษฎาบดินทร์"
- ปฏิบัติงานนอกสถานที่ "ถ่ายแบบประชาสัมพันธ์งานวัฒนธรรมสองฝั่งเจ้าพระยามหาเจษฎาบดินทร์"

- ได้รับมอบหมายให้ถ่ายภาพการประชุมและเสิร์ฟเครื่องดื่ม ณ ห้องประชุมสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนนทบุรี
- ตรวจสอบความถูกต้องงบประมาณวัสดุก่อสร้างและห้องน้ำวิศวกรรมปกครองธรรม

2.5 ชื่อและตำแหน่งพนักงานที่ปรึกษา



ภาพที่ 2.5 : พนักงานที่ปรึกษา

ที่มา : www.nonthaburi.mots.go.th

ชื่อพนักงานที่ปรึกษา : คุณสลักมณี เริ่มคิดการ

ตำแหน่ง/ส่วนงาน : นักวิเคราะห์นโยบายและแผนปฏิบัติการ

2.6 ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน

ตารางที่ 2.1 : ตารางแสดงรายละเอียดระยะเวลาดำเนินงาน

ขั้นตอนในการดำเนินงาน	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.
1. ศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้อง	→				
2. นำเสนอหัวข้อโครงการแก่อาจารย์ที่ปรึกษา	→				
3. ดำเนินการจัดทำข้อมูลและทำสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์		→			
4. นำสื่อที่จัดทำไปเผยแพร่ผ่านเฟซบุ๊กสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนนทบุรี		→			
5. ติดตามและประเมินผลกิจกรรม				→	
6. สรุปผลและจัดทำเล่มโครงการ				→	

การดำเนินโครงการเป็นขั้นตอนตามลำดับ เพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ของโครงการ ดังนี้

2.6.1 ศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้อง อาทิเช่น การค้นคว้าข้อมูลผ่านทางเว็บไซต์ต่างๆ การค้นคว้าประวัติของการท่องเที่ยวผ่านทางเว็บไซต์ท่องเที่ยวชุมชนจังหวัดนนทบุรีและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวผ่านทางเว็บไซต์ภูเก็ต

2.6.2 นำเสนอหัวข้อโครงการแก่อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการเพื่อรับฟังคำแนะนำและดำเนินการแก้ไข ตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษาในจุดต่างๆ ให้ถูกต้อง

2.6.3 ดำเนินการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบอินโฟกราฟิกส์และวิดีโอแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวผ่านเพจเฟซบุ๊กของสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนนทบุรี

2.6.4 นำสื่อที่คณะผู้จัดทำสำเร็จสมบูรณ์แล้วลงเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านเพจเฟซบุ๊กของสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนนทบุรีเพื่อให้ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวและผู้สนใจ

2.6.5 ติดตามและประเมินผลกิจกรรมการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัดนนทบุรีว่ามีผู้สนใจเข้ามาชมเพจของเพจเฟซบุ๊กของสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาเพิ่มมากขึ้นหรือลดน้อยลง

2.6.6 สรุปผลและจัดทำรูปเล่มโครงการทั้ง 5 บทและจัดทำการนำเสนอโครงการในรูปแบบพาวเวอร์พอยต์

2.7 ระยะเวลาที่ปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

เริ่มปฏิบัติงานสหกิจศึกษาวันที่ 16 มกราคม 2566 ถึงวันที่ 12 พฤษภาคม 2566

2.8 อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้

2.8.1 อุปกรณ์ด้านฮาร์ดแวร์

1. โทรศัพท์มือถือ
2. กล้องถ่ายรูป
3. คอมพิวเตอร์
4. เครื่องถ่ายเอกสาร

2.8.2 อุปกรณ์ด้านซอฟต์แวร์

1. แอปพลิเคชัน Facebook
2. แอปพลิเคชัน CapCut
3. โปรแกรม Microsoft Word
4. โปรแกรม Microsoft Powerpoint
5. โปรแกรม Microsoft Excel
6. โปรแกรม Canva
7. โปรแกรม Photoshop

บทที่ 3

การทบทวนเอกสาร/วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

จากการที่คณะผู้จัดทำได้ทำโครงการเรื่อง "การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนนทบุรี ผ่านเพจเฟซบุ๊กของสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนนทบุรี" โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อรวบรวมแหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัดนนทบุรีจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนนทบุรีในรูปแบบอินโฟกราฟิกส์และวิดีโอแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวผ่านเพจเฟซบุ๊กของสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนนทบุรีให้คนได้เข้าถึงและเป็นที่รู้จักมากขึ้น ดังนั้นคณะผู้จัดทำได้ศึกษาค้นคว้าเอกสาร บทความ วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

3.1 การประชาสัมพันธ์

3.2 ประวัติความเป็นมาของจังหวัดนนทบุรี

3.3 ประวัติความเป็นมาของการท่องเที่ยว

3.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.1 การประชาสัมพันธ์

นักวิชาการและนักวิชาชีพด้านการประชาสัมพันธ์ได้ให้ความหมายของคำว่า การประชาสัมพันธ์ ได้ดังนี้

วิรัช กลิรัตน์กุล (2546) ได้กล่าวว่า คำว่า "การประชาสัมพันธ์" เป็นคำที่แปลมาจากภาษาอังกฤษว่า "Public Relations" กล่าวคือ Public แปลว่า ประชา ได้แก่ ประชาชน สาธารณชน และกลุ่มชน แปลว่า สัมพันธ์ ได้แก่ ความสัมพันธ์หรือความเกี่ยวข้องด้วยหรือการผูกพัน ดังนั้น คำว่าการประชาสัมพันธ์จึงหมายถึงความสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับประชาชนสาธารณชนหรือกลุ่มชน

เสรี วงษ์มณฑา (2541) ได้กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ เป็นการกระทำที่เกิดจากการวางแผนล่วงหน้าในการที่จะสร้างความเข้าใจกับสาธารณชนที่เกี่ยวข้อง เพื่อก่อให้เกิดทัศนคติที่ดี ภาพพจน์ที่ดีอันจะนำไปสู่สัมพันธภาพที่ดีระหว่างหน่วยงานและสาธารณชนก่อให้เกิดการสนับสนุนและความร่วมมือ

เสาวนีย์ ลิกขาบัณฑิต (2540) ได้กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ เป็นสื่อสารแนวคิดข่าวสารข้อเท็จจริงระหว่างหน่วยงานสถาบันกับประชาชนเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีต่อการประชาสัมพันธ์จึงอยู่บนรากฐานของการสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างหน่วยงานหรือสถาบันกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องหน่วยงานหรือสถาบันก็ต้องมีการเผยแพร่ข่าวสารให้ประชาชนหรือผู้เกี่ยวข้องทราบ

และรับฟังความคิดเห็นของประชาชนเพื่อให้เกิดความเข้าใจยอมรับร่วมมือศรัทธาอันจะบังเกิดผลดีต่อการดำเนินงานด้วยความราบรื่นปราศจากปัญหาข้อยุ่งยากต่างๆ

พรทิพย์ พิมลสินธุ์ (2540) ได้กล่าวว่าการประชาสัมพันธ์ คือ "การปฏิบัติกิจกรรมต่างๆ ตามแผนการของการสื่อสารที่ได้กำหนดไว้เพื่อส่งเสริมความเข้าใจอันถูกต้องตรงกันในอันที่จะสร้างความเชื่อถือศรัทธาและความร่วมมือระหว่างสถาบันกับประชาชนกลุ่มเป้าหมายโดยเป็นการปฏิบัติกิจกรรมที่ต่อเนื่องและหวังผลระยะยาว"

วิจิตร อาวะกุล (2539) ได้กล่าวว่า "การประชาสัมพันธ์ หมายถึง ความพยายามของสถาบันที่จะแสวงหาความสัมพันธ์และความร่วมมือจากประชาชนตลอดจนดำรงไว้ซึ่งทัศนคติที่ดีของประชาชนต่อสถาบันเพื่อสร้างสรรค์ความรู้ความเข้าใจเชื่อถือศรัทธาให้เกิดแก่ประชาชนเพื่อให้ประชาชนยอมรับสนับสนุนให้ความร่วมมือในการดำเนินงานตามวัตถุประสงค์นโยบายและความเคลื่อนไหวของสถาบันหรือหน่วยงานนั้นๆ"

ทิพวรรณ วีระสิงค์ (2532) ได้กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ เป็นกิจกรรมที่ปฏิบัติต่อเนื่องตามแผนที่วางไว้เพื่อส่งเสริมความเชื่อศรัทธาในบุคคลและสถาบัน โดยปกติการประชาสัมพันธ์จะเป็นไปเพื่อองค์กรสถาบัน

โบวีและทิว (2535) ได้ให้นิยามว่า การประชาสัมพันธ์ เป็นความพยายามที่มีการวางแผนล่วงหน้าเพื่อสร้างอิทธิพลต่อความคิดเห็นของประชาชนโดยอาศัยหลักการที่ดีและการกระทำอย่างมีความรับผิดชอบด้วยวิธีการสื่อสาร 2 ทางในอันที่จะสร้างความเข้าใจซึ่งกันและกัน

มาร์สตัน (2522) ได้ให้นิยามว่า การประชาสัมพันธ์ เป็นการสื่อสารที่โน้มน้าวใจโดยมีการวางแผนเพื่อให้เกิดอิทธิพลต่อกลุ่มประชาชนที่สำคัญ

เบอร์เนย์ (2495) ได้ให้นิยามว่า นักประชาสัมพันธ์ที่นำผลงานประชาสัมพันธ์เข้าสู่สถาบันการศึกษาในสหรัฐอเมริกาเมื่อปี ค.ศ. 1923 แสดงความคิดเห็นว่าการประชาสัมพันธ์ หมายถึง การเผยแพร่ชี้แจงให้ประชาชนทราบและชักชวนให้ประชาชนมีส่วนร่วมหรือเห็นด้วยกับวัตถุประสงค์และวิธีการดำเนินงานของสถาบันรวมทั้งเป็นการประสานความคิดเห็นของกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องให้เข้ากับจุดมุ่งหมายและวิธีการดำเนินของสถาบัน

จากคำจำกัดความที่ยกมาดังกล่าวไว้ทั้งหมดข้างต้น สามารถสรุปความหมายของการประชาสัมพันธ์ได้ว่าเกี่ยวข้องกับคำ 4 คำ คือ

1. คำว่า สถาบัน (Institution or Organization)

สถาบัน หมายถึง กิจกรรมที่บุคคลหรือบุคคลได้จัดทำขึ้น โดยประสงค์ที่จะดำเนินการใดๆ ในสังคมให้ลุล่วงไปตามความปรารถนาของบุคคลหรือคณะบุคคลนั้น อาทิเช่น ถ้าเป็นกิจการด้านการเมืองการปกครอง สถาบันอาจมีรูปเป็นรัฐบาลกระทรวง ทบวง กรมและหน่วยราชการต่างๆ ถ้าเป็นกิจการด้านสังคมสงเคราะห์หรือองค์การสาธารณะกุศลต่างๆ สถาบันอาจมีรูปเป็นมูลนิธิหรือสภาสงเคราะห์ นอกจากนี้ยังมีกิจการด้านธุรกิจ ซึ่งสถาบันอยู่ในรูปของบริษัท ห้างร้านและธนาคาร รวมทั้งกิจการด้านการศึกษาด้วยสถาบันอยู่ในรูปของมหาวิทยาลัย วิทยาลัยและโรงเรียน เป็นต้น หน่วยงานองค์กรและสถาบันเหล่านี้ จะต้องดำเนินให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามเป้าหมายของสถาบันดังกล่าวข้างต้น โดยจะต้องดำเนินงานให้ถูกต้องตามกฎหมาย มีระเบียบ กฎเกณฑ์ ข้อบังคับ ตลอดจนเป็นสถาบันที่เกี่ยวข้องกับประชาชน

2. คำว่า กลุ่มประชาชน (The Public)

กลุ่มประชาชน หมายถึง กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องกับสถาบันกลุ่มประชาชนอาจแบ่งตามลักษณะต่างๆ อาทิเช่น ความสนใจระดับการศึกษาความรู้ เพศ วัย ฐานะและรายได้ ฯลฯ กลุ่มของประชาชนจะเป็นกลุ่มใดนั้นขึ้นอยู่กับลักษณะและประเภทของสถาบันนั้นๆ กลุ่มประชาชนมีความสำคัญต่อสถาบันอย่างมากเพราะมีอิทธิพลที่จะทำให้สถาบันเจริญก้าวหน้า ถ้ากลุ่มประชาชนให้ความร่วมมือและสนับสนุนตรงกับข้ามถ้ากลุ่มประชาชนไม่ให้ความร่วมมือก็จะเป็นอุปสรรคต่อการดำเนินงานของสถาบันดังนั้น สถาบันจะต้องยืดหยุ่นเปลี่ยนแปลงให้เข้ากับกลุ่มประชาชนและสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาเพื่อความเจริญรุ่งเรืองของกิจการ

3. คำว่า ความสัมพันธ์อันดี (Good Relationship)

ความสัมพันธ์อันดี หมายถึง เกี่ยวข้องสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานองค์กรและสถาบันกับกลุ่มประชาชนเป้าหมายของสถาบันกิจการใดๆ ของสถาบันที่ได้จัดทำขึ้นนับตั้งแต่เริ่มจัดตั้ง สถาบันจนกระทั่งได้ดำเนินงานใดๆ ของสถาบันไปควรจะทำให้เกิดความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มประชาชนหรือกล่าวอีกนัยหนึ่งคือ ทำให้กลุ่มประชาชนมีความนิยมเกิดความพึงพอใจเกิดความเข้าใจในนโยบายและการดำเนินของสถาบันรวมทั้งเต็มใจที่จะให้ความสนับสนุนร่วมมือด้วยวิธีที่จะให้ดำเนินงานได้ผลดีเช่นนั้นหน่วยงานองค์กรและสถาบันจำต้องศึกษาถึงสภาพของกลุ่มประชาชน ตลอดจนศึกษาความรู้สึกนึกคิดต่างๆ ที่ประชาชนมีต่อสถาบันและกิจการของสถาบัน สรุปคือ ทำให้เกิดความเข้าใจอันดีช่วยเหลือซึ่งกันและกันเมื่อเกิดความเข้าใจอันดีหรือความสัมพันธ์อันดีแล้ว โอกาสที่จะได้รับความร่วมมือสนับสนุนจากประชาชนก็จะติดตามมา

4. คำว่า ประชาสัมพันธ์ (Public Opinion)

ประชาสัมพันธ์ หมายถึง กลุ่มของประชาชนที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งมีความสำคัญต่อการประชาสัมพันธ์ในแง่ของการให้ความร่วมมือสนับสนุน เนื่องจากความรู้สึกนึกคิดของแต่ละบุคคลอาจจะแตกต่างกันหรือเหมือนกันก็ได้ ดังนั้นสถาบันควรศึกษาความคิดเห็นของประชาชนว่า สนใจเห็นด้วยให้ความสนับสนุนคัดค้านหรือยอมรับเมื่อสถาบันได้ศึกษาสภาพความคิดเห็นของประชาชนแล้วก็จะได้หาทางแก้ไขความขัดแย้งหรือความเข้าใจผิดของประชาชนบางคนในกลุ่มให้หมดไป

ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ที่มีต่อองค์กรและสถาบัน

วิมลพรรณ ตั้งจิตเพิ่มพูนความดี (2543) ได้กล่าวว่า ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ที่มีต่อหน่วยงาน องค์กรและสถาบัน สามารถอธิบายเป็นข้อๆ ได้ ดังนี้

1. การประชาสัมพันธ์ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์และสร้างค่านิยม

หมายถึง การประชาสัมพันธ์ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์และสร้างค่านิยมของหน่วยงาน องค์กรและสถาบัน ได้ ด้วยการทำให้บุคคลหลายๆ กลุ่ม อาทิเช่น ลูกจ้าง ลูกค้า ผู้บริโภค ชุมชน พ่อค้าและรัฐบาล เกิดความรู้สึกประทับใจต่อหน่วยงานนั้นๆ โดยการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มชนเหล่านี้ รวมทั้งเผยแพร่ชี้แจงข่าวสารให้ประชาชนเห็นคุณงามความดีให้เกิดความเลื่อมใสศรัทธาและสร้างความผูกพันทางใจ อาทิเช่น การที่หน่วยงานประสบความสำเร็จมีผลกำไรและแบ่งผลกำไรคืนให้กับพนักงานในรูปของเงินเดือนที่สูงพอควรตลอดจนมีสวัสดิการต่างๆ ให้เหมาะสมตามอัตรภาพขณะเดียวกันหน่วยงานก็เป็นสมาชิกที่มีความรับผิดชอบต่อชุมชนเป็นเพื่อนบ้านที่ดี มีนโยบายส่งเสริมพนักงานให้มีตำแหน่งและความรับผิดชอบที่สูงขึ้นมีการฝึกอบรมและพัฒนาพนักงาน เป็นต้น

2. การประชาสัมพันธ์ช่วยป้องกันรักษาชื่อเสียงของหน่วยงาน องค์กรและสถาบัน

หมายถึง การประชาสัมพันธ์ช่วยป้องกันรักษาชื่อเสียงให้แก่หน่วยงาน องค์กรและสถาบัน ได้ โดยช่วยให้หน่วยงาน องค์กรและสถาบันมีการพัฒนาปรับปรุงตัวเองรวมทั้งสินค้าและบริการต่างๆ ให้ตรงกับความต้องการของประชาชนแล้วโอกาสที่ประชาชนจะได้รับความไม่สะดวกเกิดความเข้าใจผิดหรือมองในแง่ร้าย ซึ่งจะเป็นผลในการนำไปวิพากษ์วิจารณ์ให้เกิดเสียชื่อเสียงย่อมน่าจะมีหรือมีน้อยมากเพราะหน่วยงานได้ตรวจสอบความคิดเห็นทัศนคติของประชาชนและทำการปรับปรุงอยู่เสมอ

3. การประชาสัมพันธ์ช่วยสร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง

หมายถึง การประชาสัมพันธ์จะให้ข่าวสารและข้อเท็จจริงที่ถูกต้อง อันมิได้เป็นการโฆษณาชวนเชื่อด้วยกล่าววจา เพื่อทำให้เกิดความร่วมมือขึ้นระหว่างกลุ่มประชาชน หน่วยงาน องค์กร สถาบันและสังคม รวมทั้งทำให้เกิดความเข้าใจอันดีระหว่างบุคลากรภายในหน่วยงาน องค์กรและสถาบันกับฝ่ายบริหาร ดังนั้น จึงเกิดความร่วมมือร่วมใจกันทุกฝ่ายและส่งผลดีต่อหน่วยงาน องค์กรและสถาบันในภาพรวม

4. การประชาสัมพันธ์ช่วยการขายและการตลาด

หมายถึง การประชาสัมพันธ์เป็นการสร้างค่านิยมและทัศนคติที่ดีให้เกิดกับหน่วยงาน เมื่อประชาชนมีค่านิยมและความรู้สึกที่ดีแล้วก็มีใจพร้อมที่จะรับฟังข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการต่างๆ ของหน่วยงาน ซึ่งเป็นแรงกระตุ้นให้เกิดความต้องการอยากได้และตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการดังกล่าวในที่สุด นอกจากนี้ การประชาสัมพันธ์ยังมีการตรวจสอบทัศนคติความคิดเห็น ค่านิยมของกลุ่มเป้าหมาย จึงมีส่วนช่วยฝ่ายการตลาด โดยฝ่ายการตลาดสามารถนำข้อมูลไปใช้ในการวางแผนงานด้านการขายและการตลาดได้อย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ

ประเภทของการประชาสัมพันธ์

Bly (2536) ได้กล่าวว่า โดยทั่วไปการประชาสัมพันธ์อาจจะแบ่งตามลักษณะงานกว้างๆ ได้ 2 ประเภท ดังนี้

1. การประชาสัมพันธ์ภายใน (Internal Public Relations)

เป็นการสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มบุคคลภายในหน่วยงาน องค์กรและสถาบัน อาทิเช่น กลุ่มเจ้าหน้าที่ เสมียน พนักงาน ลูกจ้าง รวมไปถึงจนถึงนักการเมือง ภารโรงคนขับภายในหน่วยงาน องค์กรและสถาบัน เป็นต้น ทำให้เกิดความรักใคร่ กลมเกลียว สามัคคีกัน ในหมู่เพื่อนร่วมงาน รวมทั้งด้านการเสริมสร้างขวัญและกำลังใจ ความผูกพัน จงรักภักดีต่อหน่วยงาน องค์กรและสถาบัน

การประชาสัมพันธ์ภายในมีความสำคัญและมีผลต่อการประชาสัมพันธ์ภายนอกคือ การประชาสัมพันธ์ภายนอก หน่วยงาน องค์กรและสถาบันจะดีไปไม่ได้ ถ้าหากการประชาสัมพันธ์ภายนอกคือ การประชาสัมพันธ์ภายนอกหน่วยงาน องค์กรและสถาบันยังไร้ประสิทธิภาพ เพราะความสัมพันธ์อันดีภายในหน่วยงานยังเอื้ออำนวยให้การบริการและการดำเนินงานของหน่วยงาน องค์กรและสถาบันให้เป็นไปด้วยความราบรื่น คล่องตัวและมีประสิทธิภาพ รวมทั้งการที่พนักงาน ลูกจ้างในสถาบันมีความเข้าใจในนโยบายและการดำเนินงานของสถาบันเป็นอย่างดีจะเป็นกำลังสำคัญในการสร้างประสิทธิภาพแก่การประชาสัมพันธ์ภายนอก

2. การประชาสัมพันธ์ภายใน (External Public Relations)

เป็นการสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับประชาชน ภายนอกหน่วยงาน องค์กร และกลุ่มต่างๆ อาทิเช่น ประชาชนทั่วไป ประชาชนที่หน่วยงาน องค์กรและสถาบันที่เกี่ยวข้อง ผู้นำความคิดเห็น ผู้นำในท้องถิ่น ลูกค้า ผู้บริ โภค รวมทั้งชุมชนละแวกใกล้เคียง เป็นต้น เพื่อให้กลุ่มประชาชนเหล่านี้เกิดความรู้ ความเข้าใจในตัวหน่วยงาน องค์กรและสถาบันและให้ความร่วมมือแก่สถาบันด้วยดี

การทำกรประชาสัมพันธ์ภายนอกที่ต้องเกี่ยวข้องกับประชาชนที่มีกลุ่มขนาดใหญ่หรือจำนวนมากจึงอาจจะใช้สื่อมวลชนและสื่อต่างๆ เข้ามาช่วยเผยแพร่กระจายข่าวสู่สาธารณชน ปัจจุบันหน่วยงาน องค์กรและสถาบันต่างๆ นิยมใช้เครื่องมือสื่อสารมวลชนเหล่านี้ เข้าช่วยในการประชาสัมพันธ์

องค์ประกอบของการประชาสัมพันธ์

อาจกล่าวได้ว่างานประชาสัมพันธ์เป็นกระบวนการสื่อสารรูปแบบหนึ่งที่มีองค์ประกอบครบถ้วนตามองค์ประกอบของการสื่อสาร 5 ประการ ได้แก่ ผู้ส่งสาร สาร ช่องทางการสื่อสาร ผู้รับสารและปฏิกริยาการตอบสนอง ซึ่งอธิบายในแต่ละองค์ประกอบได้ ดังนี้

1. หน่วยงาน องค์กรและสถาบัน

องค์ประกอบของการประชาสัมพันธ์ในอันดับแรกและสำคัญมากคือ ต้องมีหน่วยงาน องค์กรและสถาบัน ซึ่งถ้าไม่มีแล้วก็ไม่ทราบว่าจะทำการเผยแพร่ข่าวสารของใคร องค์ประกอบแรกของการประชาสัมพันธ์นี้ เมื่อเปรียบเทียบกับองค์ประกอบของการสื่อสารก็คือผู้ส่งสารนั่นเอง นักประชาสัมพันธ์จึงเปรียบเสมือนผู้ส่งสารของหน่วยงาน องค์กรและสถาบัน

นักประชาสัมพันธ์หรือบุคคลผู้ดำเนินงานเพื่อสร้างสรรค์และดำรงไว้ซึ่งความสัมพันธ์อันดีระหว่างหน่วยงาน องค์กรและสถาบันกับกลุ่มประชาชน ควรจะเป็นคนที่มีความสุขุมรอบคอบ มีความอยากรู้อยากเห็นและกระตือรือร้นอยู่เสมอและมีความสามารถในการวิเคราะห์ปัญหาต่างๆ ได้เป็นอย่างดี

1.1 งานด้านต่างๆ ของนักประชาสัมพันธ์จะทำงานส่วนใหญ่ใน 8 ด้าน ดังนี้

1.1.1 งานด้านการเขียน นักประชาสัมพันธ์จะต้องมีความรู้ ความสามารถในการเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ เป็นอย่างดี

1.1.2 งานบรรณาธิการ นักประชาสัมพันธ์อาจจะต้องรับหน้าที่อยู่ในการผลิตสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ สำหรับเผยแพร่ให้ประชาชนทั้งกลุ่มประชาชนภายในและภายนอกหน่วยงาน องค์กรและสถาบัน

1.1.3 งานการกำหนดตำแหน่งหน้าที่ นักประชาสัมพันธ์จะต้องติดต่อกับสื่อมวลชน จึงควรทราบตำแหน่งหน้าที่ต่างๆ ในการส่งข่าวหรือติดต่อกับสื่อมวลชนเหล่านั้น

1.1.4 งานด้านการส่งเสริม นักประชาสัมพันธ์จะต้องจัดงานต่างๆ ได้ อาทิเช่น จัดงาน เหตุการณ์พิเศษ จัดงานนิทรรศการ จัดงานฉลองครบรอบปี จัดงานแสดงพิเศษต่างๆ จัดงานเลี้ยง และแถลงข่าวแก่สื่อมวลชน เป็นต้น

1.1.5 งานด้านการพูด นักประชาสัมพันธ์จะต้องพูดเป็น เพราะจะต้องพูดแทนผู้บริหาร เพื่อชี้แจงให้ประชาชนในบางครั้ง

1.1.6 งานด้านการผลิต นักประชาสัมพันธ์ควรมีความรู้เกี่ยวกับการผลิตสื่อและสร้างสาร ประชาสัมพันธ์ อาทิเช่น ออกแบบและจัดทำโปสเตอร์ จุลสารและแผ่นพับ เป็นต้น

1.1.7 งานด้านการงานโครงการ นักประชาสัมพันธ์จะต้องรู้จักการวางและเขียนโครงการ ประชาสัมพันธ์ให้สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายของหน่วยงาน องค์กรและสถาบัน

1.1.8 งานด้านการโฆษณาสถาบัน นักประชาสัมพันธ์จะต้องมีความรู้เกี่ยวกับการใช้การ โฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์หรือการโฆษณาเพื่อหวังผลทางด้านการประชาสัมพันธ์ในการสร้าง ชื่อเสียง ศรัทธาและภาพลักษณ์ ของหน่วยงาน องค์กรและสถาบัน

1.2 หน้าที่ในการเป็นผู้ฟังที่ดีในการทำงานทั้ง 8 ด้าน ดังกล่าวข้างต้นทำให้นัก ประชาสัมพันธ์มีหน้าที่หลายประการ ดังนี้

1.2.1 หน้าที่ในการเป็นผู้ฟัง นักประชาสัมพันธ์จะต้องทำการสำรวจวิจัยหรือรับฟัง ความรู้สึกนึกคิดและความต้องการของประชาชน เพื่อจะได้สามารถทำการประชาสัมพันธ์ได้ สอดคล้องกับประชามติ

1.2.2 หน้าที่ในการเป็นที่ปรึกษา นักประชาสัมพันธ์จะต้องให้คำปรึกษาแนะนำในการ ดำเนินงานประชาสัมพันธ์ต่อฝ่ายบริหารจัดการของหน่วยงาน องค์กรและสถาบัน เพื่อให้หน่วยงาน องค์กรและสถาบันกำหนดนโยบายให้สอดคล้องกับความต้องการของประชาชน

1.2.3 หน้าที่ในการเป็นผู้ติดต่อสื่อสาร นักประชาสัมพันธ์จะต้องทำหน้าที่เป็นสื่อกลางหรือ เป็นผู้ติดต่อสื่อสารเพื่อเชื่อมโยงความเข้าใจแก่กลุ่มประชาชนทั้งภายในและภายนอกหน่วยงาน องค์กรและสถาบัน

1.2.4 หน้าที่ในการเป็นผู้ประเมินผล นักประชาสัมพันธ์จะต้องติดตามและประเมินผลการ ประชาสัมพันธ์ที่ดำเนินการไปแล้ว ว่าได้ผลบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้หรือไม่

2. ข่าวสารในการประชาสัมพันธ์

ในหน่วยงาน องค์กรและสถาบันต่างๆ จะมีข่าวสารหลากหลายที่นักประชาสัมพันธ์ ต้องการจะนำเสนอและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ โดยทั่วไปข่าวสาร ข้อมูลที่หน่วยงาน องค์กรและสถาบันต้องการประชาสัมพันธ์ ได้แก่

2.1 ประเภทของข่าวประชาสัมพันธ์

2.1.1 ข่าวแจ้งให้ทราบจะเป็นข่าวที่แจ้งให้ทราบถึงรายละเอียดต่างๆ ของสิ่งที่เกิดขึ้นหรือจะมีขึ้น อาทิเช่น แจ้งเกี่ยวกับนโยบายใหม่ วัตถุประสงค์ การดำเนินงาน การเปิดสาขา การแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ ผลประกอบการล่าสุด ผลการวิจัยและพัฒนาใหม่ๆ ในด้านการตลาด เป็นต้น ข่าวที่นำมาเสนอเป็นประจำในลักษณะนี้จะมีเนื้อหารายละเอียดสั้นๆ

2.1.2 ข่าวประกอบกิจกรรมพิเศษทางการประชาสัมพันธ์ ในบางครั้งหน่วยงานอาจต้องการให้เรื่องบางเรื่องได้รับความสนใจจากสื่อมวลชนเป็นพิเศษ โดยแทนที่จะเปิดเผยในลักษณะแจ้งให้ทราบอย่างธรรมดา ก็สามารถทำได้โดยการจัดเป็นกิจกรรมพิเศษขึ้น อาทิ จัดคอนเสิร์ต แรลลี่โชว์ รวมถึงโครงการรณรงค์เพื่อสังคมขององค์กรต่างๆ ฯลฯ เพื่อช่วยเสริมให้มีสีสันและดึงดูดความสนใจ โดยมุ่งมั่นให้เกิดความนิยมต่อหน่วยงาน องค์กรและสถาบันและนักประชาสัมพันธ์ก่อนข้าง มั่นใจได้ว่า ข่าวนั้นๆ จะได้รับการเผยแพร่ทางสื่อมวลชน

2.1.3 ข่าวเหตุการณ์เร่งด่วน ในกรณีที่เกิดเหตุการณ์ฉุกเฉินหรือมีเหตุการณ์เร่งด่วนที่สำคัญ นักประชาสัมพันธ์ควรแจ้งให้ประชาชนได้ทราบอย่างรวดเร็วโดยอาจไม่มีการเสนอรายละเอียดมาก แต่เน้นที่ความฉับไว อาทิเช่น การเปลี่ยนแปลงกำหนดการบางอย่างหรือบุคคลที่สำคัญ เกิดเหตุการณ์เครื่องบินขัดข้อง ไม่สามารถออกเดินทางตามกำหนดได้ เกิดอุบัติเหตุโรงงานระเบิด เป็นต้น

2.1.4 ข่าวโต้ตอบเหตุการณ์ ในบางเรื่องที่เรื่องราวของหน่วยงานที่รับรู้ไปถึงสื่อมวลชน โดยมีได้ออกมาจากนักประชาสัมพันธ์และกลายเป็นประเด็นที่ถูกหยิบยกขึ้นมาวิพากษ์วิจารณ์

3. สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์

สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ หมายถึง เครื่องมือต่างๆ ที่ใช้เป็นตัวกลางหรือช่องทางในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ แบ่งออกเป็น 3 ประเภทใหญ่ๆ คือ สื่อบุคคล สื่อมวลชนและสื่อสมัยใหม่

3.1 สื่อบุคคล เป็นสื่อบุคคลเพื่อการประชาสัมพันธ์คือ ตัวบุคคลที่ทำหน้าที่ถ่ายทอดเรื่องราวต่างๆ สื่อบุคคลมีความสำคัญต่อการประชาสัมพันธ์คือ คนส่วนใหญ่จะรู้สึกเชื่อใจและไว้วางใจบุคคลที่เขารู้จักและสนิทสนม จึงทำให้บุคคลที่ทำหน้าที่เป็นตัวแทนของหน่วยงาน องค์กร และสถาบัน ซึ่งกลุ่มเป้าหมายรู้จักนั้น มีอิทธิพลต่อความคิดและความรู้สึกของกลุ่มเป้าหมายได้ ตัวอย่างคุณลักษณะของสื่อบุคคลที่ดี อาทิเช่น มีความน่าเชื่อถือ มีบุคลิกภาพดี ชวนให้น่ามอง เป็นบุคคลที่เป็นที่ชื่นชอบ เป็นบุคคลที่น่าไว้วางใจ เป็นบุคคลที่มีความเที่ยงธรรมและเป็นกลางและเป็นบุคคลที่มีความเชี่ยวชาญ เป็นต้น

3.2 สื่อมวลชน เป็นสื่อมวลชน เป็นสื่อสำคัญในการประชาสัมพันธ์และเป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงกลุ่มประชาชนเป้าหมายจำนวนมากได้ สื่อมวลชนในปัจจุบันมีหลายประเภท โดยทั่วไปจะแบ่งออกเป็น 4 ประเภทคือ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุกระจายเสียง สื่อวิทยุโทรทัศน์และสื่อภาพยนตร์

3.2.1 สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อสิ่งพิมพ์เป็นสื่อมวลชนที่สำคัญในการประชาสัมพันธ์และเป็นสื่อที่มีความถาวรสูง ให้รายละเอียดได้มาก สื่อสิ่งพิมพ์ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ อาทิเช่น นิตยสาร หนังสือพิมพ์และเอกสารประชาสัมพันธ์ต่างๆ เป็นต้น

3.2.1.1 หนังสือพิมพ์ หนังสือพิมพ์เป็นสื่อที่สำคัญยิ่งอย่างหนึ่งของการประชาสัมพันธ์และยังเป็นเครื่องมือที่ทรงอิทธิพลในการสร้างกระแสประชาชาติได้อีกด้วย

3.2.1.2 นิตยสาร นิตยสารเป็นสิ่งพิมพ์ที่มีลักษณะรูปเล่มกะทัดรัดและทนทานกว่าหนังสือพิมพ์และยังมีรูปภาพ ประกอบด้วยเรื่องราว ข่าวสาร สารคดี รวมทั้งนวนิยายก็มีอยู่หลายรูปแบบ จึงทำให้ได้รับความสนใจจากบุคคลทั่วไปมาก

3.2.1.3 เอกสารประชาสัมพันธ์ เอกสารประชาสัมพันธ์เป็นสิ่งพิมพ์ที่สถาบันต่างๆ จัดทำขึ้น เพื่อเป็นสื่อในการโฆษณาเผยแพร่ข่าวสาร ความรู้ นโยบาย บริการ การดำเนินงาน รวมทั้งผลงานไปสู่ประชาชน ซึ่งสามารถเผยแพร่มุ่งตรงสู่เป้าหมายได้เป็นอย่างดี เอกสารประชาสัมพันธ์ แบ่งออกได้ 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ เอกสารการประชาสัมพันธ์ทั่วไปและวารสารประชาสัมพันธ์ เอกสารประชาสัมพันธ์ทั่วไป อาทิเช่น ข่าวแจก จุลสาร จดหมายข่าวแผ่นปลิว แผ่นพับ สมุดภาพ และหนังสือ เป็นต้น ส่วนวารสารประชาสัมพันธ์จะเป็นเอกสารที่หน่วยงาน องค์กรและสถาบัน จัดพิมพ์ออกมาเป็นระยะๆ ติดต่อกัน ไม่ว่าจะป็นวารสารประชาสัมพันธ์ภายใน วารสารประชาสัมพันธ์ภายนอกหรือวารสารประชาสัมพันธ์ทั้งภายในและภายนอกก็ตาม

3.2.2 วิทยุกระจายเสียง วิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อที่สามารถส่งข่าวได้รวดเร็วและกว้างขวาง ถึงแม้ผู้รับข่าวสารจะอ่านหนังสือไม่ออกก็สามารถรับข่าวสารได้และยังเป็นสื่อที่ประชาชนให้ความสนใจ เชื่อถือมากรองมาจากวิทยุโทรทัศน์ แต่เหนือกว่าหนังสือพิมพ์

3.2.3 วิทยุโทรทัศน์ วิทยุโทรทัศน์เป็นสื่อมวลชนที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิตของประชาชนในปัจจุบัน ทั้งยังมีพลังในการหันเหความคิด ความเชื่อถือได้มากที่สุด เมื่อเปรียบเทียบกับสื่อมวลชนชนิดอื่นๆ

3.2.4 ภาพยนตร์ ภาพยนตร์เพื่อการประชาสัมพันธ์ สามารถทำได้ทั้งแบบภาพยนตร์สารคดี ภาพยนตร์เพื่อการศึกษา ภาพยนตร์ข่าวและเบ็ดเตล็ด

3.3 สื่อสมัยใหม่ เป็นสื่อสมัยใหม่เป็นสื่อที่นิยมใช้กันในยุคสังคมข้อมูลข่าวสารหรือยุคสารสนเทศ ตามกระแสโลกาภิวัตน์ ประเภทของสื่อสมัยใหม่ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ อาทิเช่น

3.3.1 ดาวเทียมหรือสถานีทวนสัญญาณไมโครเวฟที่ลอยอยู่เหนือพื้นโลก ใช้ในการสื่อสารระหว่างประเทศ

3.3.2 อินเทอร์เน็ต ในปัจจุบันอินเทอร์เน็ตมีบทบาทในชีวิตประจำวันและในหน้าที่การงานของคนเราเป็นอย่างมากอาชีพต่างๆ รวมทั้งนักประชาสัมพันธ์ต่างใช้อินเทอร์เน็ต เพื่อการติดต่อสื่อสาร อินเทอร์เน็ตที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ ส่วนใหญ่ผ่านทางอีเมลล์หรือระบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์และระบบข้อมูลจากเว็ลด์ไวด์เว็บ โดยการจัดทำเป็นเว็บไซต์ของแต่ละหน่วยงานองค์กรและสถาบันให้ประชาชนเข้าไปดูและติดตามข้อมูลต่างๆ ได้

3.3.3 สื่อประสมหรือมัลติมีเดีย เป็นมัลติมีเดียเป็นสื่อสมัยใหม่ที่สำคัญมากอย่างหนึ่งในจำนวนเทคโนโลยีสารสนเทศทั้งหลายกล่าวคือ เป็นการใช้คอมพิวเตอร์เพื่อนำเอาข้อความ ภาพและเสียง ในรูปแบบต่างๆ ซึ่งถูกบันทึกไว้ในรูปของข้อมูล มาแสดงผลแปลงกลับเป็นข้อความ ภาพและเสียง ทางจอภาพและลำโพง ผสมผสานกัน รวมทั้งควบคุมการแสดงผลของสื่อเหล่านั้น โดยใช้โปรแกรมสั่งงานทางคอมพิวเตอร์ ทำให้สื่อประสมนี้มีลักษณะพิเศษขึ้น มีพลังในการสื่อสารอย่าง มีชีวิตชีวามากกว่าที่เกิดจากการใช้อุปกรณ์อื่นๆ อย่างไรก็ตามมัลติมีเดียอาจมีความหมายง่ายๆ เพียงแค่การแสดงออกของข้อความ ภาพและเสียงพร้อมๆ กันในลักษณะใดลักษณะหนึ่งโดยใช้อุปกรณ์อื่นๆ อาทิเช่น วิทยุ โทรทัศน์ ภาพยนตร์และสไลด์ประกอบเสียงร่วมกันก็ได้ เป็นต้น

4. กลุ่มประชาชนเป้าหมายในการประชาสัมพันธ์

กลุ่มประชาชนเป้าหมายในการประชาสัมพันธ์ เมื่อเปรียบเทียบกับองค์ประกอบของการสื่อสารคือ ผู้รับสาร กลุ่มประชาชนเป้าหมายในการประชาสัมพันธ์แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

4.1 กลุ่มประชาชนภายในคือ กลุ่มบุคคลที่เป็นพนักงานหรือเจ้าหน้าที่ที่ทำงานในหน่วยงาน องค์กรและสถาบันนั้นๆ มักจะมีความเกี่ยวข้องผูกพันกับหน่วยงานองค์กรและสถาบันอย่างใกล้ชิด

4.2 กลุ่มประชาชนภายนอกคือ กลุ่มประชาชนที่อยู่ภายนอกหน่วยงาน องค์กรและสถาบัน จะแบ่งออกได้อีก 3 กลุ่ม ได้แก่

4.2.1 กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องกับองค์กรโดยตรง ทั้งนี้อาจเป็นด้วยนโยบายหรือการดำเนินงานที่องค์กรต้องเกี่ยวข้องกับประชาชนเหล่านี้หรืออาจเกี่ยวข้องกันทางด้านผลประโยชน์หรือกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งของหน่วยงาน องค์กรและสถาบัน อาทิเช่น กลุ่มผู้ถือหุ้น กลุ่มนักวิชาการกลุ่มผู้บริโภคและกลุ่มสื่อมวลชน เป็นต้น

4.2.2 กลุ่มประชาชนในท้องถิ่นคือ กลุ่มประชาชนที่อยู่ในละแวกเดียวกันหรือท้องถิ่นเดียวกันกับหน่วยงาน องค์กรและสถาบันหรือสถานที่ที่หน่วยงาน องค์กรและสถาบันตั้งดำเนินกิจการอยู่ กลุ่มประชาชนในท้องถิ่นนี้จึงมีลักษณะเป็นชุมชนในท้องถิ่นหรือชุมชนในละแวกใกล้เคียง

4.2.3 กลุ่มประชาชนทั่วไปคือ กลุ่มประชาชนอื่นๆ นอกเหนือจากที่กล่าวมาแล้วข้างต้น กลุ่มประชาชนทั่วไปนี้จะไม่มีส่วนเกี่ยวข้องหรือผูกพันกับหน่วยงาน องค์กรและสถาบันเหมือนอย่างกลุ่มประชาชนภายใน

3.1.1 อินโฟกราฟิกส์

จตุรงค์ ชัชวาลดำรงเจตน์ (2564) ได้กล่าวว่า คำว่า "Information + Graphic" อินโฟกราฟิกส์ จึงหมายถึง การนำข้อมูลหรือความรู้มาสรุปเป็นสารสนเทศในลักษณะของข้อมูลภายในภาพนั้นอาจประกอบด้วยสัญลักษณ์ กราฟ แผนภูมิ แผนผัง แผนที่ เป็นต้น ที่ออกแบบเป็นภาพนิ่งหรือภาพเคลื่อนไหว เข้าใจง่าย รวดเร็วและชัดเจน เปรียบเสมือนการสรุปข้อมูลลงในภาพสื่อให้เข้าใจความหมายทั้งหมดไว้

การออกแบบอินโฟกราฟิกส์คือ การนำข้อมูลมาเสนอใส่รูปแบบต่างๆ อย่างสร้างสรรค์ ภาพสามารถเล่าเรื่องได้ มีองค์ประกอบสำคัญ โดยรวบรวมข้อมูลต่างๆ ให้เพียงพอและสรุปวิเคราะห์ เรียบเรียง ทำให้ภาพนั้นมีความน่าสนใจและดึงดูดสายตาของผู้ชมได้เป็นการลดเวลาในการอธิบายโดยใช้ภาพเป็นส่วนประกอบ

หลักออกแบบอินโฟกราฟิกส์ แบ่งออกได้เป็น 2 ส่วน

- ด้านข้อมูลคือ มีความหมาย น่าสนใจ เป็นความจริงและมีความถูกต้อง
- ด้านการออกแบบ มีรูปแบบสวยงาม ออกแบบให้เข้าใจง่าย มีความดึงดูดใจ ใช้ได้งานจริง

การสร้างอินโฟกราฟิกส์ให้มีประสิทธิภาพ

- เน้นที่หัวข้อหลักเพียงหัวข้อเดียว

เมื่อกำหนดหัวข้อแล้วก็ควรเป็นข้อมูลของสิ่งนั้นมีข้อมูลอย่างชัดเจนจะช่วยให้ผู้ชมและผู้อ่านเข้าใจได้ง่ายและไม่สับสน

- ออกแบบให้เข้าใจง่าย

ข้อมูลภายในต้องเข้าใจง่าย ไม่ซับซ้อนหรืออัดแน่นจนเกินไป เพราะอาจทำให้เกิดการตีความที่ผิดพลาดได้

- ข้อมูลเป็นสิ่งสำคัญ

การออกแบบต้องไม่ทำเกินขอบเขตของหัวข้อซึ่งจะเป็นการทำลายข้อมูลส่วนที่ไม่จำเป็นต้องนั้นก่อนที่จะสร้างอินโฟกราฟิกส์ต้องมั่นใจว่าข้อมูลนั้นถูกต้อง

- ข้อเท็จจริงถูกต้อง

การให้ข้อมูลถูกต้องเป็นสิ่งสำคัญ เพราะถ้าหากข้อมูลนั้นเกิดผิดพลาดก็จะลดความน่าเชื่อถือของอินโฟกราฟิกส์

- ให้อินโฟกราฟิกส์เล่าเรื่อง

อินโฟกราฟิกส์ที่มีประสิทธิภาพจะสามารถเล่าเรื่องได้ด้วยตัวของมันเอง ซึ่งสามารถถ่ายทอดข้อมูลได้ถึงแม้ว่าจะไม่ได้อ่านข้อมูลมาก่อน

- การออกแบบที่ดีจะทำให้มีประสิทธิภาพ

ออกแบบให้เข้าใจง่าย ใช้ความคิดสร้างสรรค์ ภาพ กราฟิกส์ สี ชนิดแบบช่องว่าง ทั้งหมดนี้มีความสำคัญในการออกแบบ

- ใช้สีดึงดูดความสนใจ

สีเป็นองค์ประกอบสำคัญที่กระตุ้นให้มีผู้สนใจอินโฟกราฟิกส์ ควรศึกษาทฤษฎีการใช้สีเพื่อให้เหมาะสมกับหัวข้อที่ออกแบบไม่จำเป็นต้องมีสีส้มมาก อินโฟกราฟิกส์บางชิ้นมีสีเพียงเล็กน้อยก็มีประสิทธิภาพ

- ใช้คำพูดกระชับ

ข้อความสั้น กระชับ ตรงจุดหมาย จะทำให้เรื่องรวมมีความน่าสนใจหรือใช้การเปรียบเทียบตัวเลข เพื่อดึงดูดความสนใจ

- ตรวจสอบข้อมูลตัวเลข

ถ้าภายในอินโฟกราฟิกมีตัวเลขประกอบอยู่ก็ควรตรวจสอบความถูกต้องและการจัดระเบียบตัวเลขไหนควรมีอยู่หรือควรเอาออกไป เพื่อให้อินโฟกราฟิกมีประสิทธิภาพมากขึ้น

- ทำไฟล์อินโฟกราฟิกส์

เพื่อให้ผู้ที่เข้าชม สามารถเปิดดูและดาวน์โหลดได้ง่าย นำไปใช้งานได้ตามความสะดวก และไม่ควรถอดคุณภาพของรูปภาพ ควรใช้รูปภาพที่มีไฟล์คุณภาพสูงเพื่อดึงดูดผู้ชม

- ให้อินโฟกราฟิกส์เล่าเรื่อง

อินโฟกราฟิกส์ที่มีประสิทธิภาพจะสามารถเล่าเรื่องได้ด้วยตัวของมันเอง ซึ่งสามารถถ่ายทอดข้อมูลได้ถึงแม้ว่าจะไม่ได้อ่านข้อมูลมาก่อน

- การออกแบบที่ดีจะทำให้มีประสิทธิภาพ

ออกแบบให้เข้าใจง่าย ใช้ความคิดสร้างสรรค์ ภาพ กราฟิกส์ สี ชนิด แบบช่องว่างทั้งหมดนี้มีความสำคัญในการออกแบบ

- ใช้สีดึงดูดความสนใจ

สีเป็นองค์ประกอบสำคัญที่กระตุ้นให้มีผู้สนใจอินโฟกราฟิกส์ ควรศึกษาทฤษฎีการใช้สี เพื่อให้เหมาะสมกับหัวข้อที่ออกแบบไม่จำเป็นต้องมีสีส้มมาก อินโฟกราฟิกส์บางชิ้นมีสีเพียงเล็กน้อยก็มีประสิทธิภาพ

- ใช้คำพูดกระชับ

ข้อความสั้น กระชับ ตรงจุดหมาย จะทำให้เรื่องรวมมีความน่าสนใจหรือใช้การเปรียบเทียบตัวเลขเพื่อดึงดูดความสนใจ

- ตรวจสอบข้อมูลตัวเลข

ถ้าภายในอินโฟกราฟิกส์มีตัวเลขประกอบอยู่ก็ควรตรวจสอบความถูกต้องและการจัดระเบียบตัวเลขไหนควรมีอยู่หรือควรเอาออกไป เพื่อให้อินโฟกราฟิกส์มีประสิทธิภาพมากขึ้น

- ไฟล์อินโฟกราฟิกส์

เพื่อให้ผู้ที่เข้าชม สามารถเปิดดูและดาวน์โหลดได้ง่าย นำไปใช้งานได้ตามความสะดวก และไม่ควรลดคุณภาพของรูปภาพ ควรใช้รูปภาพที่มีไฟล์คุณภาพสูงเพื่อดึงดูดผู้ชม

3.1.2 สื่อออนไลน์

อดิเทพ บุตราช (2553) ได้กล่าวว่า คำว่า เครือข่ายสังคมออนไลน์ หมายถึง กลุ่มคนที่รวมกันเป็นสังคมและมีการทำกิจกรรมร่วมกันบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งอยู่ในรูปแบบเว็บไซต์ มีการแพร่ขยายออกไปเรื่อยๆ โดยใช้รูปแบบของการติดต่อสื่อสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต มีการสร้างเครือข่ายชุมชนเสมือนอยู่บนเครือข่ายคอมพิวเตอร์เพื่อใช้เป็นเครื่องมือสำคัญในการติดต่อสื่อสารการทำกิจกรรมต่างๆ รวมทั้งการใช้ประโยชน์ ทางด้านการศึกษา ธุรกิจและความบันเทิง คนในสังคม ปัจจุบันส่วนใหญ่จะใช้ชีวิตอยู่กับสังคมออนไลน์เพิ่มมากขึ้น มีการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ เพื่อบอกเล่า เรื่องราวประสบการณ์ รูปภาพและวิดีโอที่ผู้ใช้จัดทำขึ้นเองหรือพบเจอจากสื่อต่างๆ แล้วนำมาแบ่งปันให้กับเพื่อนและผู้อื่นที่อยู่ในเครือข่ายของตนได้ทราบผ่านทางเว็บไซต์ของเครือข่ายสังคมออนไลน์

ประเภทเครือข่ายสังคมออนไลน์

บริการที่มีลักษณะ Social Network สามารถแบ่งเป็นประเภทได้ 6 ประเภท ดังนี้

1. สร้างและประกาศตัวตน เว็บไซต์เหล่านี้ใช้สำหรับนำเสนอตัวตนและเผยแพร่เรื่องราวของตนเองลงในอินเทอร์เน็ตสามารถเขียน Blog สร้างอัลบั้มรูปได้ สร้างกลุ่มเพื่อนสร้างเครือข่ายขึ้นมาได้ อาทิเช่น Facebook Hi5 My Space



ภาพที่ 3.1 : Identity Network

ที่มา : คณะผู้จัดทำ (2566)

2. ประเภทเผยแพร่ผลงาน สามารถใช้เว็บไซต์เหล่านี้ ในการนำเสนอผลงานได้อย่างง่ายดาย ไม่ว่าจะเป็นวิดีโอ รูปภาพหรือเสียงเพลงช่างภาพคนไทยหลายคนมักจะนิยมใช้ Multiply ในการนำเสนอผลงานภาพถ่าย มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ดิชมรูปภาพ สามารถสร้างอัลบั้มเพื่อให้คนที่กำลังหาช่างภาพอยู่เข้ามาดูผลงานและติดต่อจ้างช่างภาพได้ อาทิเช่น YouTube Yohoo VDO Multiply



ภาพที่ 3.2 : Creative Network

ที่มา : คณะผู้จัดทำ (2566)

3. ความชอบในสิ่งเดียวกัน เป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ทำหน้าที่เก็บในสิ่งที่ชอบไว้บนเครือข่าย เป็นการสร้าง ที่คั่นหนังสือออนไลน์ มีแนวคิดเพื่อให้ผู้ใช้สามารถเก็บหน้าเว็บเพจที่ค้นไว้ในเครื่องคนเดียวก็นำมาเก็บไว้บนเว็บไซต์ได้ เพื่อที่จะได้เป็นการแบ่งปันให้กับคนที่มีความชอบในเรื่องเดียวกัน สามารถใช้เป็นแหล่งอ้างอิงในการเข้าไปหาข้อมูลได้และนอกจากนี้ยังสามารถโหวตเพื่อให้คะแนนกับที่คั่นหนังสือออนไลน์ที่ผู้ใช้คิดว่ามีประโยชน์และเป็นที่น่าสนใจ ซึ่งผู้ให้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ ได้แก่ Digg Zickr Ning del.icio.us Catchh และ Reddit เป็นต้น



ภาพที่ 3.3 : Passion Network

ที่มา : คณะผู้จัดทำ (2566)

4. ประเพณีร่วมกันทำงาน เป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ต้องการความคิด ความรู้และการต่อยอดจากผู้ใช้ที่เป็นผู้มีความรู้ เพื่อให้ความรู้ที่ได้ออกมามีการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องและเกิดการพัฒนานในที่สุด ซึ่งหากลองมองจากแรงจูงใจที่เกิดขึ้นแล้ว คนที่เข้ามาในสังคมนี้มักจะเป็นคนที่มีความภูมิใจที่ได้เผยแพร่สิ่งที่ตนเองรู้และทำให้เกิดประโยชน์ต่อสังคม เพื่อรวบรวมข้อมูลความรู้ในเรื่องต่างๆ ในลักษณะเนื้อหา ทั้งวิชาการ ภูมิศาสตร์ประวัติศาสตร์ สินค้าหรือบริการ โดยส่วนใหญ่ มักเป็นนักวิชาการหรือผู้เชี่ยวชาญ ผู้ให้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ในลักษณะเวทีทำงานร่วมกัน ในลักษณะเวทีทำงานร่วมกัน อาทิเช่น Wikipedia Google Earth และ Google Maps เป็นต้น



ภาพที่ 3.4 : Collaboration Network

ที่มา : คณะผู้จัดทำ (2566)

5. ประสบการณ์เสมือนจริง เครื่องข่ายสังคมออนไลน์ประเภทนี้มีลักษณะเป็นเกมออนไลน์ ซึ่งเป็นเว็บที่นิยมมากเพราะเป็นแหล่งรวบรวมเกมไว้มากมาย มีลักษณะเป็นวิดีโอเกมที่ใช้สามารถเล่นบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เกมออนไลน์นี้มีลักษณะเป็นเกม 3 มิติที่ผู้ใช้นำเสนอตัวตนตามบทบาทในเกม ผู้เล่นสามารถติดต่อปฏิสัมพันธ์กับผู้เล่นคนอื่นๆ ได้เสมือนอยู่ในโลกแห่งความเป็นจริง สร้างความรู้สึกสนุกเหมือนได้มีสังคมของผู้เล่นที่ชอบในแบบเดียวกัน อีกทั้งยังมีกราฟิกที่สวยงามดึงดูดความสนใจและมีกิจกรรมต่างๆ ให้ผู้เล่นรู้สึกบันเทิง อาทิเช่น Audition Ragnarok Pangya และ World of Warcraft เป็นต้น



ภาพที่ 3.5 : Virtual Reality

ที่มา : คณะผู้จัดทำ (2566)

6. เครือข่ายเพื่อการประกอบอาชีพ เป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการทำงาน โดยจะเป็นการนำประโยชน์จากเครือข่ายสังคมออนไลน์มาใช้ในการเผยแพร่ประวัติผลงานของตนเองและสร้างเครือข่ายเข้ากับผู้อื่น นอกจากนี้บริษัทที่ต้องการคนมาร่วมงาน สามารถเข้ามาหาจากประวัติของผู้ใช้ที่อยู่ในเครือข่ายสังคมออนไลน์นี้ได้ ผู้ให้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ประเภทนี้ได้แก่ LinkedIn เป็นต้น



ภาพที่ 3.6 : Professional Network

ที่มา : คณะผู้จัดทำ (2566)

ประโยชน์ของเครือข่ายสังคมออนไลน์

1. สามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลความรู้ในสิ่งที่สนใจร่วมกันได้
2. เป็นคลังข้อมูลความรู้ขนาดย่อย เพราะเราสามารถเสนอและแสดงความคิดเห็นแลกเปลี่ยนความรู้หรือตั้งคำถามในเรื่องต่างๆ เพื่อให้บุคคลอื่น ที่สนใจหรือมีคำตอบได้ช่วยกันตอบ
3. ประหยัดค่าใช้จ่ายในการติดต่อสื่อสารกับคนอื่น สะดวกและรวดเร็ว
4. เป็นสื่อในการนำเสนอผลงานของตัวเอง อาทิเช่น งานเขียน รูปภาพ วิดีโอต่างๆ เพื่อให้ผู้อื่นได้เข้ามารับชมและแสดงความคิดเห็น
5. ใช้เป็นสื่อในการโฆษณา ประชาสัมพันธ์หรือบริการลูกค้าสำหรับบริษัทและองค์กรต่างๆ ช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้ลูกค้า
6. ช่วยสร้างผลงานและรายได้ให้แก่ผู้ใช้งาน เกิดการจ้างงานแบบใหม่ๆ ขึ้น
7. คลายเครียดได้สำหรับผู้ที่ต้องการหาเพื่อนคุยเล่นสนุกๆ
8. สร้างความสัมพันธ์ที่ดีจากเพื่อนคู่เพื่อนได้

3.2 ประวัติความเป็นมาของจังหวัดนนทบุรี



จังหวัดนนทบุรี

ภาพที่ 3.7 : ตราสัญลักษณ์จังหวัดนนทบุรี

ที่มา : ww2.nonthaburi.go.th/content/logo

ตราประจำจังหวัดนนทบุรี

รูปหม้อน้ำลายวิจิตรหมายถึง ชาวจังหวัดนนทบุรีมีอาชีพทำเครื่องปั้นดินเผา ซึ่งยึดถือเป็นอาชีพและมีชื่อเสียงมาช้านาน จังหวัดนนทบุรี ใช้อักษรย่อว่า "นบ"

คำขวัญประจำจังหวัด

"พระตำหนักสง่างาม ลือนามสวนสมเด็จ เกาะเกร็ดแหล่งดินเผา วัดเก่านามระบือ เลื่องลือทุเรียนนนท์ งามน่ายลศูนย์ราชการ"

ความเป็นมาของเมืองนนทบุรี

ก่อตั้งมากกว่า 400 ปี เดิมเป็นหมู่บ้านที่มีผู้คนอาศัยอยู่หนาแน่น รู้จักกันในชื่อ "บ้านตลาดขวัญ" ซึ่งเป็นดินแดนที่มีความอุดมสมบูรณ์ เนื่องจากอยู่ริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาและเป็นสวนผลไม้ที่ขึ้นชื่อของกรุงศรีอยุธยา

ปี พ.ศ. 2092 สมเด็จพระมหาจักรพรรดิแห่งกรุงศรีอยุธยายกบ้านตลาดขวัญ ขึ้นเป็นเมืองนนทบุรี โดยตัวเมืองนนทบุรีแต่เดิมนั้นตั้งอยู่ที่ตำบลบางกระสอบในปัจจุบัน โดยมีวัดหัวเมือง (ปัจจุบันเป็นวัดร้างที่ทางราชการได้ใช้เป็นสถานที่ตั้งโรงพยาบาลพระนั่งเกล้า) เป็นเขตเหนือและมีวัดท้ายเมืองเป็นเขตใต้

ปี พ.ศ. 2179 พระเจ้าปราสาททองทรงโปรดเกล้าฯ ให้ขุดคลองลัดตอนใต้วัดท้ายเมือง ไปทะลุออกหน้าวัดเขมา ทั้งนี้ เพราะเดิมนั้นแม่น้ำเจ้าพระยาไหลวกวนโดยเข้าแม่น้ำอ้อมไหลมาทางบางใหญ่แล้ววกเข้าคลองบางกรวยข้างซอยวัดชะลอมออกหน้าวัดเขมา ดังนั้น เมื่อขุดคลองลัดแล้วกระแสน้ำจึงเปลี่ยนทางเดินไหลเข้าคลองลัดที่ขุดใหม่ นานเข้าก็กลายเป็นแม่น้ำเจ้าพระยาใหม่ ในปัจจุบัน ส่วนแม่น้ำเจ้าพระยาเดิมนั้นเงินกลายเป็นคลองไปในที่สุดและเมื่อคราวสมเด็จพระนารายณ์มหาราชขึ้นครองราชย์

ปี พ.ศ. 2208 พระองค์ทรงเห็นว่าเมื่อแม่น้ำเจ้าพระยาเปลี่ยน ทางเดินทำให้ข้าศึกเข้าประชิด พระนครได้ง่ายขึ้น จึงโปรดเกล้าฯ ให้สร้างป้อมปราการตรงปาก แม่น้ำอ้อมและให้ย้ายเมือง นนทบุรีมาอยู่ปากแม่น้ำอ้อมในคราวเดียวกัน เมืองนนทบุรีจึงตั้งอยู่ บริเวณปากแม่น้ำอ้อมตั้งแต่นั้น มา จนกระทั่งถึงยุคสมัยของกรุงรัตนโกสินทร์ ในรัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว ได้ทรงโปรดฯ ให้รื้อป้อมและเมืองบางส่วนเพื่อนำอิฐ (เงิน) ไปสร้างวัดเฉลิมพระเกียรติและ บางส่วนก็ถูกกระแสน้ำพัดเซาะพังทลายลงน้ำไป ปัจจุบันจึงเหลือ แต่ศาลหลักเมืองเท่านั้น นนทบุรี ได้รับการประกาศจัดตั้งเป็นจังหวัด เมื่อวันที่ 9 พฤษภาคม พ.ศ. 2489

จังหวัดนนทบุรีในปัจจุบัน

จังหวัดนนทบุรี ตั้งอยู่ในภาคกลาง บนฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา เป็นจังหวัด 1 ใน 5 ของจังหวัด ปริมาณ คือ นนทบุรี สมุทรปราการ นครปฐม สมุทรสาครและปทุมธานี มีเนื้อที่ประมาณ 622.38 ตารางกิโลเมตร (เมื่อเปรียบเทียบกับพื้นที่ของจังหวัดในภาคกลางทั้งหมด จังหวัดนนทบุรีมีขนาดเล็กเป็นที่ 2 รองจากจังหวัดสมุทรสงคราม) โดยแม่น้ำเจ้าพระยาได้ตัดแบ่งพื้นที่ของจังหวัดออกเป็น 2 ส่วนคือ ฝั่งตะวันตกและฝั่งตะวันออก จังหวัดนนทบุรีอยู่ห่างจากกรุงเทพฯ ประมาณ 20 กิโลเมตร ประกอบด้วยอำเภอทั้งหมด 6 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมืองนนทบุรี อำเภอปากเกร็ด อำเภอบางบัวทอง อำเภอบางใหญ่ อำเภอบางกรวยและอำเภอไทรน้อย มีองค์กรปกครอง ท้องถิ่น ประกอบด้วย องค์การบริหารส่วนจังหวัด 1 แห่ง เทศบาลนคร 2 แห่ง เทศบาลเมือง 4 แห่ง เทศบาล ตำบล 11 แห่งและองค์การบริหารส่วนตำบล 28 แห่ง พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นที่ราบลุ่ม แต่เดิมประชาชน ส่วนใหญ่มีอาชีพทำสวนผลไม้และทำไร่ ทำนา ปัจจุบันพื้นที่ของจังหวัดซึ่งเคยเป็นสวนผลไม้และมี อาณาเขตติดต่อกับกรุงเทพฯ เริ่มมีการเปลี่ยนแปลงเป็นที่อยู่อาศัยของประชาชนที่อพยพมาจากทุก ภาคของประเทศ นอกจากนี้ พื้นที่บางส่วนของจังหวัดในบางอำเภอยังเป็นที่รองรับการขยายตัวใน ด้านอุตสาหกรรม มีการจัดสรรที่ดินและก่อสร้างโรงงานอุตสาหกรรม เป็นจำนวนมาก อาจกล่าวได้ ว่าพื้นที่ฝั่งตะวันออกของจังหวัดซึ่งเป็นพื้นที่มีอาณาเขตติดต่อกับกรุงเทพฯ เป็นส่วนหนึ่งของ กรุงเทพฯ

แหล่งท่องเที่ยวที่แนะนำในจังหวัดนนทบุรี

1. วัดปรมัยยิกาวาส

ซึ่งเป็นวัดโบราณคาดว่าน่าจะสร้างหลังจากพระเจ้าท้ายสระโปรดให้ขุดคลองเมื่อปี พ.ศ. 2264 ขึ้นนั่นเอง โดยแต่เดิมชื่อว่า วัดปากอ่าว

เมื่อในรัชสมัยของรัชกาลที่ 5 ทรงเห็นว่า วัดปากอ่าวทรุดโทรมมาก จึงโปรดเกล้าฯ ให้ปฏิสังขรณ์วัดใหม่ทั้งวัดโดยรักษารูปแบบมอญไว้ เพื่อถวายเป็นพระราชกุศลสนองพระคุณพระเจ้าบรมมัยยิกาเธอ กรมสมเด็จพระสุคามินราชประยูร ผู้ทรงอภิบาลพระองค์มาแต่ทรงพระเยาว์ และได้พระราชทานนามวัดว่า วัดปรมัยยิกาวาส ซึ่งมีความหมายว่า "วัดของพระบรมมัยยิกา"

สถาปัตยกรรมสำคัญภายในวัดและเป็นเอกลักษณ์สำคัญของเกาะเกร็ดคือ พระมหามอญเจดีย์ เป็นเจดีย์ทรงมอญที่ลานหลังพระอุโบสถซึ่งรัชกาลที่ 5 โปรดเกล้าฯ ให้สร้างจำลองแบบจากพระเจดีย์มูเตา เมืองหงสาวดี



ภาพที่ 3.8 : วัดปรมัยยิกาวาส

ที่มา : travel.trueid.net/detail/mdk4yb20Jvw



ภาพที่ 3.9 : เครื่องปั้นดินเผา

ที่มา : travel.trueid.net/detail/mdk4yb20Jvw

2. ตลาดน้ำวัดตะเคียน

ตั้งอยู่ในวัดตะเคียนหรือวัดหลวงปู่แย้ม ริมคลองบางคูเวียง ในอดีตเคยเป็นตลาดน้ำที่มีชื่อเสียงและปัจจุบันยังคงทิ้งร่องรอยของตลาดเก่าไว้เป็นรูปภาพของเรือที่ขายสินค้าโชว์ห่วย จนกระทั่งปี พ.ศ. 2552 ทางวัดได้มีแนวคิดที่จะใช้พื้นที่ทำน้ำหน้าวัดเปิดเป็นตลาดน้ำขึ้นมาอีกครั้ง โดยคำริของหลวงปู่แย้มที่ต้องการพลิกฟื้นภาพในอดีตให้กลับมา จุดประสงค์เพื่อเป็นการคืนประโยชน์ให้ญาติโยมที่ช่วยอุปถัมภ์ค้ำจุนวัด เป็นการช่วยเหลือชุมชนที่มีรายได้น้อยให้เข้ามาค้าขายโดยไม่คิดค่าใช้จ่าใดๆ ตลาดน้ำวัดตะเคียนเป็นตลาดน้ำขนาดเล็กที่ถือว่าเป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวที่จะได้สัมผัสวิถีชีวิตชุมชนริมคลองในแบบไทยๆ ที่มีของกินมากมายที่เน้นอาหารพื้นบ้านของจังหวัดนนทบุรี มีร้านค้าทั้งหมด จำนวน 153 ร้าน

เป็นตลาดน้ำยอดนิยมที่มีนักท่องเที่ยวมาก เนื่องจากอยู่ใกล้กรุงเทพฯ เดินทางไม่ไกลมาจากพระราม 5 หรือสะพานพระราม 5 ตลาดอยู่ในบริเวณวัดตะเคียน มีอาหารเลิศรสและอร่อยมากมายที่ทั้งผัก ผลไม้จากสวน ทางวัดตกแต่งสถานที่ให้นักท่องเที่ยว ได้ทั้งเด็ก ผู้ใหญ่หรือครอบครัว มาพักผ่อนและได้ทำบุญ กันในวันหยุด บรรยากาศภายในตลาดน้ำวัดตะเคียน จะเป็นการที่ชาวบ้านพายเรือมาขายของทั้งอาหาร ผลไม้จากสวน ส่วนใหญ่แม่ค้าจะเป็นคุณป้า ยี่มแย้ม อัยาศัยดี เป็นกันเอง ราคาไม่แพง อย่างเช่นผักหรือผลไม้ คุณป้าเก็บมาจากสวน หลังจากเที่ยวตลาดน้ำ แวะกราบไหว้หลวงพ่อกุศลและขอพรเพื่อเป็นสิริมงคล ณ วัดตะเคียนมีสิ่งศักดิ์สิทธิ์มากมายให้ท่านได้กราบไหว้ขอพรและยังมีการรอดใต้โบสถ์ เพื่อการสะเดาะเคราะห์



ภาพที่ 3.10 : ตลาดน้ำวัดตะเคียน

ที่มา : www.travel2guide.com

3. ทำนํ้านนทบุรี

เรียกสั้นๆ ว่า ทำนํ้านนท์ด้วยความที่เป็นทำนํ้าที่มีชื่อเสียงและอยู่คู่กับชาวเมืองนนท์มานาน ทำให้ย่านทำนํ้านนท์แห่งนี้ เป็นสถานที่ที่เป็นศูนย์รวมของผู้คนมากมายอีกแห่งหนึ่งในเขตจังหวัดนนทบุรี ที่ไม่ไกลจากกรุงเทพฯ มากนักในย่านแห่งนี้ เป็นจุดศูนย์รวมของหลายๆ สิ่งมากมายอย่างหนึ่งที่นักท่องเที่ยว

โดยเป็นทั้งต้นสายและปลายทางของการคมนาคมทางบกและทางนํ้า อีกทั้งยังเป็นที่ตั้งของสถานที่สำคัญอีกหลายแห่งย่านทำนํ้านนท์นี้ จึงเป็นอีกหนึ่งย่านที่น่าสนใจ

เที่ยวนนทบุรีต้องมาแวะทำนํ้านนท์แหล่งรวมของอร่อย ตลอด 2 ฝั่งถนน ทำนํ้านนทบุรี หรือทำนํ้านนท์หรือทำนํ้าพิบูลสงคราม 3 เป็นทำนํ้าริมแม่เจ้าพระยา หลายท่าใกล้เคียงกัน ตั้งอยู่บริเวณหน้า ศาลากลางจังหวัดนนทบุรี หลังเก่าและหอนาฬิกา จังหวัดนนทบุรี ถนนประชาราษฎร์ เขตเทศบาลนครนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ประกอบด้วย ท่าเรือควนเจ้าพระยาและท่าเรือข้ามฟากทำนํ้านนท์ ถือเป็นท่าเรือต้นทางของเรือควนเจ้าพระยาที่วิ่งได้ เนื่องจากเป็นท่าจอดเรือทุกสายในฝั่งนนทบุรี มีตลาดนนท์ ตลาดชุมชนขนาดใหญ่ มีของกินหลากหลายอย่าง สามารถนั่งชิวๆ ที่ทำนํ้าและรับลมเย็นๆ ชมวิวแม่น้ำ



ภาพที่ 3.11 : ทำนํ้านนทบุรี

ที่มา : roijang.com

4. วัดเฉลิมพระเกียรติวรวิหาร

ตั้งอยู่ในตำบลบางศรีเมือง อำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี เป็นวัดที่พระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่ 4) โปรดเกล้าฯ ให้สร้างขึ้นมา ปี พ.ศ. 2390 เพื่อถวายพระอัยกา พระอัยกีและสมเด็จพระราชชนนี แต่กว่าจะสร้างก็ถึงสมัยรัชกาลที่ 4

ซึ่งวัดนี้ ได้รับรางวัลอาคารอนุรักษ์ดีเด่นประจำปี พ.ศ. 2536 จากสมาคมสถาปนิกสยามอีกด้วย เพราะสถาปัตยกรรมในวัดนั้น มีความน่าสนใจอย่างมาก ทั้งพระอุโบสถที่เป็นศิลปะงดงามแบบพระราชนิยมในรัชกาลที่ 3 คือ มีศิลปะจากจีนมาผสมกัน

ภายในโบสถ์จะประดิษฐาน พระพุทธมหาโลกาภินันทปฏิมา พระพุทธรูปปางมารวิชัย ที่หล่อด้วยทองแดง ซึ่งรัชกาลที่ 3 โปรดให้หล่อพระพุทธรูปขนาดใหญ่ เพื่อนำไปประดิษฐานเป็นพระประธานของพระอุโบสถ นอกจากนี้จะมองเห็นทั้ง บานประตู บานหน้าต่างพระอุโบสถ เขียนลายรดน้ำปิดทอง ตราพระราชลัญจกรของรัชกาลที่ 3 และรูปกระต่ายภายในวงพระจันทร์เต็มดวง

แต่สิ่งหนึ่งที่แปลกตาไปจากวัดอื่นๆ คือ กำแพงแก้วและป้อมปราการทั้ง 4 มุม ความที่ในอดีตนั้น เคยเป็นที่ตั้งของป้อมปราการเก่าแก่มาก่อนเลยยังคงเหลือไว้ ยังมีทั้งวิหารศิลาขาว พระพุทธปฏิมาชัยวัฒน์และเจดีย์ทรงลังกา ที่มีพระบรมธาตุบรรจุให้ได้สักการะ



ภาพที่ 3.12 : วัดเฉลิมพระเกียรติวรวิหาร

ที่มา : roijang.com

5. วัดบรมราชากาญจนภิเษกอนุสรณ์ (วัดเล่งเน่ยยี่ 2)

วัดเล่งเน่ยยี่ 2 เป็นวัดจีนที่อยู่ในความอุปถัมภ์ของคณะสงฆ์จีนนิกายแห่งประเทศไทย มีพื้นที่ประมาณ 12 ไร่เศษฯ จัดสร้างขึ้นเพื่อเป็นการเฉลิมพระเกียรติถวายพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เนื่องในวโรกาสที่ทรงครองสิริราชสมบัติครบ 50 ปี (ในปี พ.ศ. 2539) ที่อยู่ใกล้ๆ กรุงเทพฯ แค่นิดเดียว

เดิมสถานที่ตรงนี้เป็นเพียงแค่วัดขนาดเล็กซึ่งมีพื้นที่แค่ 2 ไร่ อันเป็นสถานที่ซึ่งชาวบางบัวทองให้ความเคารพนับถือมากแต่ด้วยแนวคิดของวัดเล่งเน่ยยี่หรือวัดมังกรกมลาวาสจากมณฑลของคณะสงฆ์จีนนิกายแห่งประเทศไทยที่ดำริจะสร้างวัดจีนขึ้นจึงได้มอบหมายหน้าที่นี้ให้กับ "เจ้าคุณเย็นเขียว" (พระคณาจารย์จีนธรรมปัญญาจริยาภรณ์) ได้ทำหน้าที่เป็นประธานที่ปรึกษาการจัดสร้างฝ่ายสงฆ์

วัดแห่งนี้ ใช้เวลาในการก่อสร้างนานถึง 12 ปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2539-2551 ก่อนที่ความยิ่งใหญ่ อลังการและศิลปะความงดงามทางจิตวิญญาณแห่งนี้จะปรากฏแก่สายตาชาวโลกดัง

บริเวณโดยรอบของวัดจะมีพื้นที่จอดรถอย่างกว้างขวางทั้ง 2 ด้าน แต่ยังคงไม่พอเพราะป้ายบอกทางไปที่จอดรถของวัดจุดที่ 3 ซึ่งอยู่ค่อนข้างไกลออกไปจึงทำให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาถึงวัดแห่งนี้ในโอกาสสำคัญได้เป็นอย่างดีวัดเล่งเน่ยยี่ 2 หันหน้าไปทางทิศใต้ ตั้งอยู่ในทิศวางตะวัน

ดังนั้น จึงสามารถถ่ายภาพได้ทั้งพระอาทิตย์ขึ้นและพระอาทิตย์ตกโดยมีมหาวิหารเป็นฉากหน้า หลังซุ้มประตูนั้นเรียงรายด้วยหุ่นศิลา "จับโป๊ยหล่อหั่ง" หรือ 18 อรหันต์ รูปสลักลอยตัวแบบที่แกะจากหินทั้งก้อนอันแสดงถึงฝีมือในการสลักหินอย่างชัดเจน



ภาพที่ 3.13 : วัดบรมราชากาญจนภิเษกอนุสรณ์ (วัดเล่งเน่ยยี่ 2)

ที่มา : tiewpakklang.com/post/1719

6. ศาลากลางจังหวัดนนทบุรี (หลังเก่า)

ตั้งอยู่ในบริเวณท่าน้ำนนทบุรีใกล้กับหอนาฬิกาเป็นอาคารไม้สักเก่าแก่ที่เปี่ยมไปด้วยคุณค่าทางประวัติศาสตร์สร้างขึ้นในสมัยรัชกาลที่ 5 ลักษณะอาคารสร้างด้วยไม้สักเป็นสถาปัตยกรรมแบบตะวันตกที่ประยุกต์ให้เข้ากับภูมิอากาศเขตร้อนหันหน้าออกสู่แม่น้ำเป็นอาคาร 2 ชั้น ก่ออิฐถือปูน มี 7 หลัง วางผังเป็นรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้าล้อมรอบลานกว้างเชื่อมต่อกันด้วยระเบียงทางเดินทำด้วยไม้ที่ยื่นออกมารอบอาคารและความสำคัญทางประวัติศาสตร์กรมศิลปากรจึงขึ้นทะเบียนอาคารหลังนี้เป็น โบราณสถานในปี พ.ศ. 2524

รูปแบบอาคาร

- หลังคา ทำเป็นทรงสูงมีที่ว่างใต้หลังคาเพื่อลดความร้อนจากแสงอาทิตย์โดยมีทั้งทรงปั้นหยาและทรงจั่ว
- กันสาด ตรงด้านระเบียงทางเดินทำเป็นบานเกล็ดไม้ นอกจากจะช่วยป้องกันความร้อนจากแสงแดดยังทำให้อากาศร้อนจากตัวอาคารถ่ายเทออก
- กันทวย ทำด้วยไม้รูปแบบเรขาคณิตช่วยก้ำยันรับน้ำหนักกันสาดและเพิ่มความงดงามให้กับอาคารราวระเบียงทำด้วยไม้เป็นลวดลายแบบตะวันตกที่นิยมในรัชกาลที่ 5 ช่วงบนเป็นกากบาทในช่องสี่เหลี่ยมแบบเรขาคณิตช่วงล่างตกแต่งด้วยไม้ระแนงตั้งเว้นช่องว่างสลับกัน
- ประตู หน้าต่าง และช่องระบายอากาศประตูทำเป็นบานลูกฟักส่วนหน้าต่างเป็นบานเกล็ดด้านบนของกรอบประตูหน้าต่างมีช่องระบายอากาศเป็นแผ่นไม้ฉลุลายแบบเรียบง่ายถ่ายเทอากาศภายในห้อง
- บันได สร้างไว้ด้านหลังของตัวอาคารยื่นออกไปนอกแนวระเบียงทางเดินมีหลังคาเอียงลาดขนานกับตัวบันไดการวางบันไดอยู่นอกตัวอาคารแสดงถึงแนวคิดที่ได้รับมาจากสถาปัตยกรรมไทย



ภาพที่ 3.14 : ศาลากลางจังหวัดนนทบุรี (หลังเก่า)

ที่มา : www.paiduaykan.com/travel/ศาลากลางแก่นนทบุรี

ศาลากลางจังหวัดนนทบุรี (หลังเก่า) เดิมจุดประสงค์ให้เป็นโรงเรียนกฎหมายแต่เนื่องจากยังไม่มีบุคลากร จึงได้ใช้เป็นที่ตั้งโรงเรียนราชวิทยาลัย ซึ่งได้เปิดสอนตั้งแต่ปี พ.ศ. 2454-2469 และได้ยุบโรงเรียนราชวิทยาลัยโดยโอนย้ายนักเรียนไปรวมกับโรงเรียนมหาดเล็กกรุงเทพฯ ต่อมาได้รับพระราชทานนามใหม่จากรัชกาลที่ 7 ว่า "วชิราวุธวิทยาลัย" อาคารหลังนี้จึงได้ใช้เป็นศาลากลางจังหวัดนนทบุรีระหว่างปี พ.ศ. 2471-2535 จากนั้นใช้เป็นที่ตั้งวิทยาลัยมหาดไทยจนถึงปี พ.ศ. 2551 นับจากปี พ.ศ. 2552 เป็นต้น อาคารหลังนี้ได้รับการอนุรักษ์และปรับปรุงให้เป็นที่ตั้ง พิพิธภัณฑ์จังหวัดนนทบุรี อันเป็นแหล่งเรียนรู้เรื่องราวความเป็นมาของจังหวัดนนทบุรีอย่างครบถ้วน เพื่อสร้างความรู้ ความภาคภูมิใจและความรักในท้องถิ่นให้แก่ชาวนนทบุรี โดยพิพิธภัณฑ์นี้เป็นแหล่งรวบรวมเก็บรักษาและจัดแสดงหลักฐานทางประวัติศาสตร์ตลอดจนมรดกทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาอันทรงคุณค่าของชาวนนทบุรี



ภาพที่ 3.15 : พิพิธภัณฑ์จังหวัดนนทบุรี

ที่มา : www.paiduaykan.com/travel/ศาลากลางเก่านนทบุรี

3.3 ประวัติความเป็นมาของการท่องเที่ยว

อมรรัตน์ พรโล่ (2555) ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยวหมายถึงการเดินทางของบุคคลจากสถานที่ซึ่งเป็นที่อาศัยอยู่ประจำไปยังสถานที่อื่นเป็นการชั่วคราวและเดินทางกลับไปสถานที่อาศัยเดิมโดยการเดินทางนั้นไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพโดยตรงแม้ว่ารูปแบบของการท่องเที่ยวบางประเภทจะมีเรื่องของอาชีพหรือธุรกิจการงานเข้ามาเกี่ยวข้อง อาทิเช่น การท่องเที่ยวในรูปแบบของการจัดประชุม การจัดสัมมนา การจัดฝึกอบรม นักท่องเที่ยวหรือผู้เดินทางท่องเที่ยวมักจะมีเหตุผลหรือประเภทของจุดหมายในการเดินทางที่แตกต่างกันออกไปโดยมีปัจจัยประกอบที่เป็นตัวสนับสนุนหรือแรงผลักดันที่เป็นส่วนบุคคลซึ่งไม่เท่ากันปัจจัยเหล่านี้ ได้แก่ รายได้ เวลา โอกาส ครอบครัว การได้รับข้อมูลข่าวสารและความสนใจส่วนบุคคล อาทิเช่น สนใจเรื่องราวของชนเผ่า วัฒนธรรม ประเพณี ประวัติศาสตร์ สิ่งแวดล้อม นันทนาการหรือความต้องการที่จะได้รับประสบการณ์ที่แปลกใหม่ เป็นต้น ซึ่งไม่ว่าจะเดินทางด้วยเหตุผลใดก็ตาม สิ่งนี้นักท่องเที่ยวต่างก็คาดหวังที่จะได้รับคือ ความสุข ความสนุกสนาน ความเพลิดเพลิน ความรู้และประสบการณ์ใหม่ที่สนองตอบความต้องการส่วนบุคคลที่มีอยู่

ความหมายและความสำคัญของการท่องเที่ยว

หากกล่าวถึงคำว่า "การท่องเที่ยว" หลายคนอาจนึกถึงคำว่า "การเดินทาง" ไปเยี่ยมชมสถานที่ต่างๆ หรือเพื่อไปร่วมกิจกรรมบางอย่างเยี่ยมชมอนุสาวรีย์ไปประชุมหรือบางคนอาจจะนึกถึงชาวต่างประเทศสะพายกระเป๋าอยู่กลางถนนนอนอาบแดดอยู่ริมชายหาด ดังนั้น จึงพบว่ากิจกรรมการเดินทางนั้นมีความเกี่ยวข้องและสัมพันธ์กับชีวิตมนุษย์มาตั้งแต่สมัยโบราณ อาทิเช่น การทำสงครามการแสวงหาสินค้าแสวงหาดินแดนใหม่หรือเพื่อนมิตรการค้าซึ่งการเดินทางบางอย่างยังคงปรากฏให้เห็นจนถึงปัจจุบันจะพบได้ว่าการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางแต่ปัญหาอยู่ที่ว่าการเดินทางไม่ใช่การท่องเที่ยวเสมอไป ดังนั้น จึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งที่ควรจะรู้ความหมายของการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้อย่างมหาศาลให้แก่ประเทศและถือเป็นอุตสาหกรรมที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในโลก

ความหมายของการท่องเที่ยว

- การท่องเที่ยวเป็นรูปแบบหนึ่งของกิจกรรมนันทนาการและการเดินทางไม่ใช่การท่องเที่ยวเสมอไป
- มีการประชุมของสหประชาชาติว่าเรื่องของการเดินทางและการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ที่กรุงโรม ประเทศอิตาลีและได้ยอมรับข้อเสนอเกี่ยวกับคำจำกัดความของการท่องเที่ยวจากนักวิชาการจากองค์การการค้าระหว่างประเทศ (WTO) ว่าการเดินทางที่จัดเป็นการท่องเที่ยวต้องมีลักษณะ ดังนี้

1. เป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว
2. เดินทางด้วยความสมัครใจ
3. ไม่ใช่เดินทางเพื่อไปประกอบอาชีพและการหารายได้

การจำแนกประเภทของผู้มาเยือนการแบ่งตามช่วงเวลาที่ใช้ไปในการไปเยือนและมีการพักค้างคืน ณ สถานที่ที่ไปเยือนนั้นสามารถแบ่งออกได้เป็น ดังนี้

นักท่องเที่ยว หมายถึง ผู้ที่มาเยือนชั่วคราว ซึ่งพักอยู่ ณ สถานที่ที่ไปเยือนอย่างน้อย 24 ชั่วโมงและมีการพักค้างคืนอย่างน้อย 1 คืน แต่ไม่เกิน 1 ปี ได้แก่

- ผู้ที่ไม่มีถิ่นพำนักอยู่ในสถานที่ที่ไปเยือน
- ผู้ที่มีสัญชาติของประเทศนั้นหรือเดิมเป็นคนในถิ่นนั้นแต่ปัจจุบัน ไม่ได้มีถิ่นพำนักในสถานที่ที่ไปเยือนแล้ว
- ผู้ที่เป็นลูกเรือซึ่งไม่มีถิ่นพำนัก ณ สถานที่ที่ไปเยือนและมีการค้างคืน ณ สถานที่ที่ไปเยือน

นักท่องเที่ยวคือ ผู้มาเยือนชั่วคราว ซึ่งพักอยู่ ณ สถานที่นั้นน้อยกว่า 24 ชั่วโมงและไม่พักค้างคืน ได้แก่

- ผู้โดยสารเรือสำราญหรือเรือเดินสมุทร ซึ่งมาแวะพักชั่วคราว ไม่พักค้างคืน
- ผู้ที่มาเยือนและจากสถานที่นั้นภายในวันเดียว (same-day visitor)
- ลูกเรือ ที่ไม่ได้มีถิ่นที่อยู่อาศัย ณ สถานที่นั้นๆ และแวะพักเพียงชั่วคราว ไม่เกิน 24 ชั่วโมง

ผู้มาเยือนสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท ดังนี้

- ผู้มาเยือนขาเข้าคือ ผู้ที่มีถิ่นพำนักในต่างประเทศและเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศอีกครั้งหนึ่ง
- ผู้มาเยือนขาออกคือ ผู้ที่มีถิ่นพำนักอยู่ในประเทศหนึ่งและเดินทางไปท่องเที่ยวที่ต่างประเทศ
- ผู้มาเยือนภายในประเทศคือ ผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศที่ตนมีถิ่นพำนักอยู่

3.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กมลชนก วรรณรังษี และจิราภรณ์ กัญยาทอง (2562) ได้จัดทำโครงการงานสหกิจศึกษาเรื่อง "ปฏิทินและคู่มือการท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสาคร ในรูปแบบหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book)" สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสมุทรสาครเป็นหน่วยงานที่ทำหน้าที่ในการส่งเสริมเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่นำมาต่อยอดให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น รวมทั้งมีการประชาสัมพันธ์แนะนำสถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรม ประเพณีและข่าวสารต่างๆ ตลอดจนมีการประสานงานช่วยเหลือนักท่องเที่ยวและให้ข้อมูลที่นำเสนอผ่านทางเว็บไซต์ จากข้อมูลเหล่านี้จึงทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจในแหล่งท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก ซึ่งการให้ข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวจะมีการนำเสนอในรูปแบบของแผ่นพับหรือหนังสือ ซึ่งทำจากกระดาษย่อมทำให้เกิดความสิ้นเปลือง ทางคณะผู้จัดทำได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) ซึ่งเป็นหนังสือที่สามารถอ่านข้อมูลผ่านทางหน้าจอคอมพิวเตอร์และสมาร์ตโฟนได้ จึงนำมาจัดทำเป็นโครงการ "ปฏิทินและคู่มือการท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสาครในรูปแบบหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book)" โดยการนำนวัตกรรมในรูปแบบใหม่ที่นำเสนอผ่านทาง (E-Book) ซึ่งสามารถเข้าถึงข้อมูลผ่านทางระบบออนไลน์ได้อย่างสะดวก รวดเร็วและลดต้นทุนในการผลิตจากเดิมที่มีการใช้กระดาษที่มีต้นทุนสูงซึ่งมาช่วยในการพัฒนาต่อยอดให้แก่สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสมุทรสาครเพื่อนำไปใช้ประชาสัมพันธ์และเป็นคู่มือการเดินทางท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวต่อไป

สมรศรี คำตรง (2563) ได้จัดทำวิจัยเรื่อง "แนวทางการจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในอำเภอบางกรวยจังหวัดนนทบุรี" งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมเพื่อประเมินศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและเพื่อจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี โดยมีกลุ่มผู้ให้ข้อมูล ได้แก่ ตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาคเอกชน ชุมชน และนักท่องเที่ยว เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบตรวจสอบทรัพยากรการท่องเที่ยว แบบประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและแบบสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้าง การเก็บรวบรวมข้อมูลใช้วิธีการนำเครื่องมือลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลและสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล จำนวน 14 คน การวิเคราะห์ข้อมูลใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหาและการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค ผลการวิจัยพบว่า ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรีส่วนใหญ่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางศาสนา ได้แก่ วัดศรีเรืองบุญ วัดชลอ วัดโพธิ์บางโอ วัดเพลง วัดแก้วฟ้า วัดยางป่า วัดบางขนุน วัดบางอ้อยช้าง วัดบางไกรโน วัดตะเคียน วัดโบสถ์บนและศาลเจ้าแม่ทับทิม รองลงมาเป็นแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมชุมชน ได้แก่ บ้านโบราณ 100 ปี และสวนเกษตรลัดดาวัลย์ จุดแข็งของแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวมีจำนวนมากและแต่ละแห่งมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ชุมชนที่รวมกลุ่มกันดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวมีความเข้มแข็ง ที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวอยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพมหานคร จุดอ่อน ได้แก่ การเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและเชื่อมโยงแต่ละแหล่ง

ท่องเที่ยวยังไม่สะดวก แหล่งท่องเที่ยวบางแห่งขาดการดูแลให้อยู่ในสภาพที่ดีและขาดบุคลากรให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวประจำ ด้านผลการประเมินศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอยู่ในกลุ่มมาตรฐานระดับดีเยี่ยม 3 แห่ง ระดับดีมาก 2 แห่ง ระดับดี 7 แห่ง ระดับปานกลาง 2 แห่งและระดับต่ำ 1 แห่ง สามารถจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 3 เส้นทาง ได้แก่ 1) เส้นทางศาลเจ้าแม่ทับทิม-บ้านโบราณ 100 ปี 2) เส้นทางวัดชโล-วัดบางขนุนและ 3) เส้นทางวัดบางอ้อยช้าง-วัดโบสถ์บน

ธนธร สันติชาติ และพิทักษ์ ศิริวงศ์ (2565) ได้จัดทำวิจัยเรื่อง "การนำเสนอความเป็นไทยเชิงสัญลักษณ์เนื้อหาหาคลิปวิดีโอโฆษณาออนไลน์ทางการตลาดของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย" งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการนำเสนอความเป็นไทยเชิงสัญลักษณ์เนื้อหาหาคลิปวิดีโอโฆษณาออนไลน์ทางการตลาดของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยงานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้วิธีวิทยาแบบวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) และเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหาจากเว็บไซต์ ยูทูป Amazing Thailand ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จำนวน 10 เรื่อง ที่มีจำนวนยอดวิวมากกว่า 500,000 วิว โดยผลการศึกษาพบว่า 1) รูปแบบเนื้อหาด้านความเป็นไทยเชิงสัญลักษณ์สามารถแบ่งได้เป็น 9 รูปแบบ ได้แก่ (1) อาหารไทย (2) ศิลปะไทย (3) วิถีชีวิตไทย (4) สุขภาพดีแบบไทย (5) งานเทศกาลแบบไทย (6) ภูมิปัญญาไทย (7) ความสนุกแบบไทย (8) สัตว์ไทยและ (9) ยานพาหนะไทย 2) รูปแบบของดนตรีและเพลงประกอบโฆษณามีจังหวะเร็วและสนุกสนานเข้ากับลักษณะนิสัยของคนไทย รวมทั้งมีเครื่องดนตรีไทยเข้ามาผสมเพื่อสื่อถึงเอกลักษณ์ของแต่ละภาค 3) รูปแบบภาษาและข้อความมีการใช้คำซ้ำและคำคล้องจองตามโครงสร้างของภาษาไทยเพื่อให้เกิดการจดจำได้ง่าย รวมทั้งมีการใช้ภาษาท้องถิ่นเพื่อสื่อถึงเอกลักษณ์ของแต่ละภาคและ 4) รูปแบบการเล่าเรื่องมีการใช้โครงเรื่องและแก่นความคิดหลักเกี่ยวกับความรักในระหว่างการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเพื่อผ่อนคลายจากการทำงานและการได้รับประสบการณ์ที่แตกต่างจากการท่องเที่ยว มีการใช้ฉากสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามในประเทศไทย และมีการใช้สัญลักษณ์พิเศษเพื่อที่สอดคล้องและสื่อถึงแก่นความคิดหลักของเรื่องโดยผลจากการวิจัยนี้สามารถนำไปเป็นแนวทางให้กับผู้ที่เกี่ยวข้องออกแบบสื่อโฆษณาทางการตลาดการท่องเที่ยวเพื่อนำเสนอความเป็นไทยให้เกิดการจดจำได้ง่ายและกระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศมากขึ้น

นริศรา ขำยิ่งเกิด และคณะ (2565) ได้จัดทำวิจัยเรื่อง "การสร้างออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาห่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์" การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) การสร้างสื่อออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาห่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์และ 2) ศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อการสร้างสื่อออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาห่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์ กลุ่มเป้าหมายในการศึกษา ประกอบด้วย สื่อออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์และแบบประเมินความพึงพอใจ สถิติที่

ใช้ในการวิเคราะห์คือ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษาพบว่า สื่อออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์ นำเสนอในรูปแบบเว็บไซต์ เฟซบุ๊กและยูทูป ซึ่งประกอบด้วยตัวอักษร ภาพ เสียงและวิดีโอที่สามารถใช้สมาร์ตโฟนหรือคอมพิวเตอร์เพื่อเชื่อมโยงไปยังข้อมูลในรูปแบบสื่อออนไลน์ได้ ผลการประเมินความพึงพอใจการเข้าใช้สื่อออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก



บทที่ 4

ผลการปฏิบัติงาน

การดำเนินการและขั้นตอนการประชาสัมพันธ์การส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนนทบุรีผ่านเพจเฟซบุ๊กของสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนนทบุรี โดยการนำสื่ออินโฟกราฟิกส์และวิดีโอประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวที่ได้มาจากการลงพื้นที่และหาข้อมูลเพิ่มเติมจากทางสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนนทบุรีมาประยุกต์ใช้เพิ่มเติมในการทำโครงการเล่มนี้ โดยสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์คือ อินโฟกราฟิกส์และคลิปวิดีโอ

4.1 ช่องทางการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนนทบุรี

ประชาสัมพันธ์เพจเฟซบุ๊กของสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนนทบุรีเป็นรูปแบบการประชาสัมพันธ์ทางออนไลน์ที่ผู้คนสามารถมองเห็น โพสต์ต่างๆ ได้อย่างแพร่หลายและสามารถเข้าถึงได้ง่ายเนื่องจากเฟซบุ๊กเป็น โซเชียลมีเดียที่ครอบคลุมทั่วโลก



ภาพที่ 4.1 : หน้าเพจเฟซบุ๊ก สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนนทบุรี
ที่มา : www.facebook.com/nonthaburitour?mibextid=LQQJ4d

4.2 ขั้นตอนการศึกษาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว

4.2.1 สอบถามพนักงานที่ปรึกษาถึงแหล่งท่องเที่ยวที่ยังไม่ได้รับการประชาสัมพันธ์ อย่างเผยแพร่มีสถานแหล่งท่องเที่ยวใดน่าสนใจบ้าง

4.2.2 ศึกษาข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวในเว็บไซต์ก่อนเดินทางไปเก็บข้อมูลยังสถานที่จริง

4.2.3 เดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวและสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ กับชาวบ้านละแวกพื้นที่เพื่อรวบรวมข้อมูล

4.2.4 ถ่ายทำวิดีโอและภาพถ่ายในแหล่งท่องเที่ยวเพื่อนำมาประชาสัมพันธ์

4.2.5 เรียบเรียงข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวและนำไปปรึกษาพนักงานที่ปรึกษา เพื่อนำไปประชาสัมพันธ์ผ่านเพจเฟซบุ๊กของสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนนทบุรี

4.2.6 จัดทำสื่ออินโฟกราฟิกส์และวิดีโอประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวและนำเสนอให้พนักงานที่ปรึกษาได้ทำการพิจารณาเพื่อรับคำแนะนำและแก้ไขให้สมบูรณ์

4.3 ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว

การรวบรวมข้อมูลด้านสถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดนนทบุรีที่มีลักษณะเด่นสามารถดึงดูดความสนใจให้แก่นักท่องเที่ยวให้เข้ามาเยี่ยมชม

4.3.1 ศาลหลักเมืองจังหวัดนนทบุรี

ที่ตั้ง : ศูนย์ราชการจังหวัดนนทบุรี ถนนรัตนธิเบศร์ ตำบลบางกระสอบ อำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี 11000

ความเป็นมาศาลหลักเมืองจังหวัดนนทบุรี ในอดีตตั้งอยู่ที่ปากคลองอ้อม ตำบลบางศรีเมืองฝั่งตะวันตกแม่น้ำเจ้าพระยาใกล้กับวัดเฉลิมพระเกียรติวรวิหาร สร้างขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2208 ในรัชสมัยสมเด็จพระนารายณ์มหาราชโปรดเกล้าฯ ให้ย้ายที่ตั้งเมืองนนทบุรี จากบ้านตลาดขวัญมาอยู่ที่ปากคลองอ้อม ต่อมาในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 4 โปรดเกล้าฯ ให้ย้ายที่ตั้งเมืองนนทบุรีกลับมาตั้งที่บ้านตลาดขวัญดังเดิม ในปัจจุบันศาลหลักเมืองจึงมีสิ่งศักดิ์สิทธิ์คู่บ้านคู่เมืองและเป็นที่เคารพบูชาของชาวจังหวัดนนทบุรี ตั้งอยู่บริเวณศูนย์ราชการจังหวัดนนทบุรี ได้คอยปกป้องคุ้มครองรักษาบ้านเมืองให้ประชาชนได้อยู่อย่างร่มเย็นเป็นสุขและเจริญรุ่งเรืองมาตราบนานเท่าอนัน การสร้างศาลหลักเมืองถือเป็นการแสดงความเคารพและขอให้สิ่งศักดิ์สิทธิ์ทั้งหลายได้ช่วยดูแลรักษาบ้านเมืองและชุมชนของตน ศาลหลักเมืองจังหวัดนนทบุรีจึงเสมือนที่สถิตของดวงวิญญาณที่จะคอยปกป้องบ้านเมืองให้ร่มเย็นปลอดภัยสืบไป



ภาพที่ 4.2 : ศาลหลักเมืองจังหวัดนนทบุรี

ที่มา : www.nakornnont.go.th/travel/detail/5

4.3.2 อุทยานมกุฏมยสรายุ

ที่ตั้ง : ศูนย์ราชการจังหวัดนนทบุรี ถนนรัตนาธิเบศร์ ตำบลบางกระสอ อำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี 11000

ส่วนนี้เกิดขึ้นเพื่อเป็นการพักผ่อน ผู้ผ่านมาสามารถมาโดยรถไฟฟ้าสายสีม่วงจากสถานีเตาปูนลงที่สถานีศูนย์ราชการนนทบุรีประตู 1 ลงมาทางประตูทางเข้าเทศบาลนครนนทบุรี แวะไหว้ศาลหลักเมืองจังหวัดนนทบุรีเพื่อเป็นสิริมงคลและด้านหน้าเทศบาลนครเมืองนนท์ มีพระบรมรูปของรัชกาลที่ 5 ประดิษฐานอยู่ อุทยานมกุฏมยสรายุ อยู่ในความดูแลของเทศบาลนครนนทบุรี บริเวณภายในกว้างขวาง มีการพัฒนาขึ้นมากจากแต่ก่อน อาทิเช่น มีลานแอโรบิก ทางเดิน ทางวิ่ง 2 วง ล้อมรอบด้วยแมกไม้ บริเวณตรงกลางมีสระน้ำเลี้ยงปลาขนาดใหญ่ให้ชื่นชม ภายในยังมีการปลูกพืชสมุนไพรและมีคำอธิบายให้ได้ศึกษา ตกเย็นที่นี่จึงเป็นศูนย์รวมของผู้คน ทั้งผู้สูงอายุ วัยรุ่น คนทำงาน บ้างก็มาพักผ่อน บ้างก็มาออกกำลังกาย สำหรับครอบครัวที่มีเด็กเล็กที่นี่ก็มีสนามเด็กเล่น ที่มีเครื่องเล่นสวยๆ ถึง 2 จุด มีเก้าอี้ให้นั่งชิลล์ตามจุดต่างๆ มีลานเตะตระกร้อ ตะบอลก็มารวมตัวกันหรือบางคนมาเจอที่นี่ก็สามารถเล่นด้วยกันได้อย่างสนุกสนาน



ภาพที่ 4.3 : อุทยานมกุฏมยสรายุ

ที่มา : www.nakornnont.go.th/travel/detail/5

4.2.3 พิพิธภัณฑวัดบางอ้อยช้าง

ที่ตั้ง : 79 ถนนบางกรวย-ไทรน้อย ตำบลบางสีทอง อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี 11130

ตั้งอยู่ตำบลสีทอง วัดนี้มีรอยพระพุทธรูปบาทลักษณะหล่อด้วยทองสำริด ขนาด 54 นิ้ว กว้าง 19 นิ้วครึ่ง เป็นโบราณวัตถุทางศาสนาที่มีอายุเก่าแก่กว่า 200 ปี เพราะต้องการเก็บรักษาโบราณวัตถุที่มีในวัดและชุมชนบางอ้อยช้างให้เป็นแหล่งเรียนรู้แก่ประชาชนทั่วไปอดีตเจ้าอาวาสวัดบางอ้อยช้างจึงได้ใช้พื้นที่เดิมของหอน้ำซึ่งเป็นเรือนไม้เก่าแก่อายุกว่า 100 ปี มาดัดแปลงทำเป็นพิพิธภัณฑวัดบางอ้อยช้าง โดยเปิดอย่างเป็นทางการในปี พ.ศ. 2541-2542 ภายในพิพิธภัณฑทั้ง 3 ชั้น รวบรวมของเก่าล้ำค่าต่างๆ เช่น ดาบปัดของรัชกาลที่ 5 ที่มีสัญลักษณ์นารายณ์ทรงครุฑตามศิลปะของรัชกาลที่ 5 ชุดของหลวงปู่ที่เย็บด้วยมือทั้งหมด หนังสือพระไตรปิฎก ตู้ไม้สักลายรดน้ำที่ยังไม่ปิดทอง หีบทองที่ใช้บรรจุศพหลายศพพนมพิภูลและลายบัว ศิลปะหัตถกรรมชั้นสูงของไทย โบราณอย่างตะลุ่มหรือพานแว่นฟ้า ยังมีเครื่องถ้วยชามของจีนในสมัยราชวงศ์ซิง สมุดข่อยโบราณ และชุดแสดงข้าวของเครื่องใช้ในชีวิตประจำวันของชาวสวนเมืองนนท์ เช่น หม้อ ไม้เพาะทุเรียน หม้อหุงข้าว ไห โอง่งทำมือยุคแรกๆของจีนที่มีสีเขียวหยก เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีรอยพระพุทธรูปบาทลอยฟ้า ซึ่งเป็นศิลปะสมัยรัตนโกสินทร์ที่หาชมได้ยากตั้งอยู่ที่ศาลาการเปรียญเป็นภาพจิตรกรรมลวดลายทองรอยพระพุทธรูปบาทเบื้องขวาบนฝาเพดานไม้เหนือศีรษะหล่อด้วยทองสำริดขนาด 54 นิ้ว กว้าง 19 นิ้วครึ่ง อายุกว่า 200 ปีและภายในศาลาการเปรียญยังมีธรรมมาสน์บุษบกยอดมหากุญชรที่เป็นศิลปะสมัยอยุธยาอันวิจิตรสวยงามให้ได้ชม



ภาพที่ 4.4 : พิพิธภัณฑวัดบางอ้อยช้าง

ที่มา : travel.trueid.net/detail/APqLLrBEB8BY

4.3.4 วัดสักใหญ่

ที่ตั้ง : 104 หมู่ที่ 9 ถนนบางกรวย-จงถนอม ตำบลวัดชะลอ อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี 11130

ตั้งอยู่ริมคลองสักใหญ่เชื่อว่ามีมาตั้งแต่ครั้งแผ่นดินสมเด็จพระนารายณ์มหาราชอาณาจักรกรุงศรีอยุธยาเป็นราชธานีต่อมากลายเป็นวัดร้าง เพราะในปี พ.ศ. 2309-2310 เมื่อครั้งเสียกรุงศรีอยุธยาครั้งที่ 2 กองทัพของพม่ายกทัพมาบริเวณนี้แล้วได้เกณฑ์พระภิกษุและชาวบ้านไปเป็นทหารในกองทัพพม่า จึงทำให้วัดสักใหญ่กลายเป็นวัดร้างไป ต่อมาสมเด็จพระเจ้ากรุงธนบุรีหรือสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช ทรงนำทัพกลับมาจากหัวเมืองทางเหนือคือ เชียงใหม่แล้วก็มาพักทัพบริเวณวัดสักใหญ่และได้อัญเชิญ "องค์พระพุทธรูปหลวงพ่อบุญทนาย" มาด้วยแล้วทรงทอดพระเนตรเห็นว่า วัดสักใหญ่เป็นวัดร้างก็ทรงโปรดฯ ให้บูรณะซ่อมแซมขึ้นมาใหม่ด้วยพระราชทรัพย์ของพระองค์และทรงให้ประดิษฐานองค์หลวงพ่อบุญทนายที่วัดสักใหญ่แห่งนี้ จากนั้นมาวัดสักใหญ่ก็เจริญรุ่งเรืองถึงมาจนถึงทุกวันนี้



ภาพที่ 4.5 : วัดสักใหญ่

ที่มา : thai.tourismthailand.org/Attraction/วัดสักใหญ่

4.2.5 วัดนครอินทร์

ที่ตั้ง : 269 หมู่ที่ 6 ถนนพิบูลสงคราม ตำบลสวนใหญ่ อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี 11000

เดิมที่วัดนครอินทร์นั้น เป็นวัดร้างมีสภาพเก่าแก่และทรุดโทรมมาก ตามคำบอกเล่าและหลักฐานทางโบราณวัตถุ สันนิษฐานได้ว่าวัดนี้ สร้างขึ้นมาราวสมัยกรุงศรีอยุธยาตอนปลาย แรกเริ่มเดิมทีเป็นเพียงที่พักสงฆ์ที่ตั้งอยู่ทางทิศเหนือของคลองบางขุนเทียน มีหลักฐานที่ยังปรากฏอยู่คือ กุฏิสงฆ์และศาลาท่าน้ำริมคลองบางขุนเทียน ซึ่งผูกพันเสื่อมสภาพไปตามกาลเวลา นอกจากนี้ ยังได้พบพระพุทธรูปศิลาแลงปางนาคปรกและพระพุทธรูปหินแกะสลักตามแบบสุโขทัยและอยุธยา โดยพระพุทธรูปศิลาแลงปางนาคปรกนั้น ปัจจุบันประดิษฐานไว้ภายในวิหารด้านข้าง อุโบสถสภาพแวดล้อมโดยทั่วไปของวัดนครอินทร์ในอดีต จากคำบอกเล่ากล่าวกันว่าสมัยก่อน บริเวณวัดนครอินทร์นั้น พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นส่วนที่เต็มไปด้วยผลไม้นานาชนิด อาทิเช่น ส้มโอ กล้วย มะม่วง มะนาวและทุเรียน เป็นต้น มีต้นไม้ใหญ่มากมาย อาทิเช่น ต้นยางป่า ต้นไทรและต้นโพธิ์ เป็นต้น ทำให้บริเวณวัดมีความสงบร่มรื่นตลอดทั้งวันแม้ในฤดูร้อน



ภาพที่ 4.6 : วัดนครอินทร์

ที่มา : tourwatthai.com/watthai/wat-in-city/watnakhonin/

4.2.6 ตลาดน้ำไทรน้อย

ที่ตั้ง : 84/2 ทางหลวงชนบทถนนทบุรี 6027 ตำบลคลองขวาง อำเภอไทรน้อย จังหวัดนนทบุรี 11150

ตลาดน้ำไทรน้อย เริ่มเปิดดำเนินการที่บริเวณริมเขื่อนหน้าเทศบาลตำบลไทรน้อย โดยดำเนินการอยู่เป็นเวลา 3 ปี จึงได้ย้ายมาเปิดที่บริเวณริมคลองพระพิมลราชา วัดไทรน้อย เมื่อวันที่ 14 กรกฎาคม พ.ศ. 2545 โดยวัดไทรใหญ่สร้างขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2410 มีอาณาเขตจำนวน 20 ไร่ เดิมชื่อวัดมหานิกโรธาราม ซึ่งแปลว่า "ไทร" ต่อมาเปลี่ยนชื่อเป็น "วัดไทรใหญ่" เมื่อปี พ.ศ. 2498 ภายในอุโบสถมีภาพจิตรกรรมเรื่องพระเจ้าลิขชาติ ปุชนิยวัตถุที่สำคัญของวัดคือ "หลวงพ่อดอกคำ" ซึ่งเป็นที่เคารพสักการะของชาวบ้านและประชาชนทั่วไป อาชีพหลักของชาวตลาดน้ำไทรน้อยคือ การทำนา ทำสวน ปลูกผัก ผลไม้ โดยเกษตรกรไทรน้อย ได้มีการรวมกลุ่มเพื่อนำผลผลิตทางการเกษตรมาจำหน่ายที่ตลาดน้ำไทรน้อยแห่งนี้



ภาพที่ 4.7 : ตลาดน้ำไทรน้อย

ที่มา : thailandtourismdirectory.go.th/attraction/1375

4.2.7 วัดบรมราชากาญจนภิเษกอนุสรณ์ (วัดเล่งเน่ยยี่ 2)

ที่ตั้ง : 959 หมู่ 4 ถนนเทศบาล 9 ตำบลโสนลอย อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี 11110

วัดบรมราชากาญจนภิเษกอนุสรณ์ (วัดเล่งเน่ยยี่ 2) หันหน้าไปทางทิศใต้ ตั้งอยู่ในทิศขวาง ตะวัน ดังนั้น จึงสามารถถ่ายภาพได้ทั้งพระอาทิตย์ขึ้นและพระอาทิตย์ตก โดยมีมหาวิหารเป็นฉากหน้าคือ ข้อมูลการถ่ายภาพที่สำคัญของสถานที่แห่งนี้ หลังชุ่มประตุนั้นเรียงรายด้วยหุ่นศิลา "จับโป๊ยหล่อหั่ง" หรือ 18 อรหันต์ รูปสลักลอยตัวแบบที่แกะจากหินทั้งก้อน อันแสดงถึงฝีมือในการสลักหินอย่างชัดเจน หากไปแล้วอย่าลืมสังเกตที่ฐานล่างของหุ่นเหล่านี้ จะเห็นได้ทันทีว่ามีที่มา จากหินทั้งก้อนจริงๆ วิหารหลังแรกที่ขึ้นไปถึงนั่นคือ "วิหารจตุโลกบาล" ซึ่งเต็มไปด้วยรูปเคารพของพระอรหันต์และพระโพธิสัตว์ รวมทั้งเทพเจ้าตามคติความเชื่อแบบจีนสีทองอร่ามตา เป็นจุดแรกที่มีคนนิยมไหว้ขอพรกันมาก



ภาพที่ 4.8 : วัดบรมราชากาญจนภิเษกอนุสรณ์ (วัดเล่งเน่ยยี่ 2)

ที่มา : th.trip.com/moments/detail/sano-loi-1451865-16661598?locale=th-TH

4.2.8 วัดปรมัยยิกาवास

ที่ตั้ง : 51 หมู่ 7 ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี 11120

วัดปรมัยยิกาवास เดิมทีเป็นวัดราษฎร์ของชาวมอญที่อพยพเข้ามาพึ่งพระบรมโพธิสมภาร ตั้งแต่สมัยก่อนสร้างกรุงรัตนโกสินทร์ เรียกตามมอญว่า "เกี่ยมเกียะเต็ง" แปลว่า วัดหัวแหลม ไทยเรียกว่า วัดปากอ่าว เมื่อปี พ.ศ. 2417 พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว โปรดเกล้าฯ ให้ปฏิสังขรณ์วัดปากอ่าวใหม่ โดยรักษารูปแบบมอญไว้ เพื่อถวายเป็นพระราชกุศลสนองพระคุณ พระเจ้าบรมมหารัชมัยยิกาเธอกรมสมเด็จพระสุทนต์นราธิราชประยูรผู้ทรงอภิบาลพระองค์มาแต่ทรงพระเยาว์ และได้พระราชทานนามวัดว่า "วัดปรมัยยิกาवास" มีความหมายว่า วัดของพระบรมมหารัชมัยยิกา



ภาพที่ 4.9 : วัดปรมัยยิกาवास

ที่มา : www.lovethailand.org/travel/th/24-นนทบุรี.html

4.4 ขั้นตอนการประชาสัมพันธ์

การดำเนินโครงการเป็นขั้นตอนตามลำดับ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของโครงการ มีดังนี้

4.4.1 ศึกษาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่ของสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนนทบุรี

- ศึกษาแหล่งท่องเที่ยวที่พนักงานที่ปรึกษามาให้มาและสอบถามเกี่ยวกับความเป็นมาของข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว

- แหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับจากพนักงานที่ปรึกษา ส่วนมากเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางไปเที่ยวมากที่สุด

4.4.2 สอบถามข้อมูลจากพนักงานที่ปรึกษา

- สอบถามแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่มีนักท่องเที่ยวรู้จักหรือเดินทางไปท่องเที่ยว

- สอบถามข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ โดยเริ่มจากสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความน่าสนใจ

4.4.3 ศึกษาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวจากเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องและลงพื้นที่ถ่ายทำวิดีโอ

- ศึกษาข้อมูลของจังหวัดนนทบุรีจากเว็บไซต์

- ศึกษาแหล่งท่องเที่ยวที่จะไปถ่ายทำสื่อประชาสัมพันธ์

- ศึกษาเส้นทางของแต่ละสถานที่ท่องเที่ยวและทำการลงพื้นที่ถ่ายทำวิดีโอเพื่อนำไปทำการประชาสัมพันธ์

4.4.4 รวบรวมข้อมูลและนำเสนอวิดีโอประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยว

- วิดีโอประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวของแต่ละสถานที่นำมาเผยแพร่ผ่านเพจเฟซบุ๊กสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนนทบุรี

4.5 ขั้นตอนการทำอินโฟกราฟิกส์และคลิปรีวิดีโอ

สื่อประเภทที่ 1 คือ อินโฟกราฟิกส์

คณะผู้จัดทำได้จัดทำอินโฟกราฟิกส์ซึ่งเป็นปฏิบัติท่องเที่ยวโดยนำเสนอประเพณีของจังหวัดนนทบุรีในเดือนมีนาคมถึงเดือนพฤษภาคม ซึ่งเป็นเดือนที่คณะผู้จัดทำเข้าปฏิบัติงานในสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนนทบุรี

1.1 ขั้นตอนการจัดทำอินโฟกราฟิกส์ คณะผู้จัดทำได้อธิบายขั้นตอนรายละเอียดในการจัดทำอินโฟกราฟิกส์ในแต่ละเดือน มีดังนี้

(1) ปฏิทินท่องเที่ยวประจำเดือนมีนาคม 2566



ภาพที่ 4.10 : ปฏิทินท่องเที่ยวประจำเดือนมีนาคม 2566

ที่มา : คณะผู้จัดทำ (2566)

ข้อมูลและที่มา

รูปภาพที่ 1 บรรพชาสามเณรภาคฤดูร้อน ณ ทำนํ้านนทบุรีและวัดแคนอก ได้รับข้อมูลและรูปภาพมาจากเทศนกรนนท์ใช้รูปนี้ เพื่อแสดงถึง การเตรียมพร้อมของงานการตักบาตรสามเณรภาคฤดูร้อนต่อเนื่องจากงานบรรพชาสามเณรภาคฤดูร้อนของเดือนมีนาคมที่จะเกิดขึ้นมา



ภาพที่ 4.11 : บรรพชาสามเณรภาคฤดูร้อน ณ ทำนํ้านนทบุรีและวัดแคนอก
ที่มา : คณะผู้จัดทำ (2566)

รูปภาพที่ 2 งานวัฒนธรรมสองฝั่งเจ้าพระยามหาเจษฎาบดินทร์ ที่อุทยานเฉลิมกาญจนา วันที่ 30 มีนาคม - 3 เมษายน ได้รับข้อมูลและรูปภาพจากตำบลบางศรีเมืองใช้รูปภาพนี้ เพื่อแสดงถึง การเตรียมพร้อมของงาน ณ อุทยานเฉลิมกาญจนาภิเษกที่จะเกิดขึ้นมา



ภาพที่ 4.12 : งานวัฒนธรรมสองฝั่งเจ้าพระยามหาเจษฎาบดินทร์ ณ อุทยานเฉลิมกาญจนาภิเษก
ที่มา : คณะผู้จัดทำ (2566)

รูปแบบฟอนต์ที่เลือกใช้

- หัวข้อ เลือกใช้ Wansika เพราะว่าฟอนต์นี้ จะมีความโดดเด่นตัวหนังสือและมีความลักษณะของความเป็นไทยและดูไม่น่าเบื่อและมีความกลมกลืนกับภาพรวมของตัวปฏิทิน



ภาพที่ 4.13 : หัวข้อฟอนต์ Wansika

ที่มา : คณะผู้จัดทำ (2566)

- เนื้อหา เลือกใช้ Wansika เพราะว่าฟอนต์นี้ จะมีความโดดเด่นตัวหนังสือและมีความลักษณะของความเป็นไทยและดูไม่น่าเบื่อและมีความกลมกลืนกับภาพรวมของตัวปฏิทิน



ภาพที่ 4.14 : เนื้อหาฟอนต์ Wansika

ที่มา : คณะผู้จัดทำ (2566)

สีที่เลือกใช้

- สีทอง แสดงถึง ความเคารพ ความอุดมสมบูรณ์และความร่ำรวย

รูปภาพที่เลือกใช้ตกแต่งพื้นหลัง

- รูปตราสัญลักษณ์จังหวัดนนทบุรี แสดงถึง สื่ออินโฟกราฟิกส์อยู่ภายใต้จังหวัดนนทบุรี และสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนนทบุรี



ภาพที่ 4.15 : พื้นหลังท่องเที่ยวประจำเดือนมีนาคม 2566

ที่มา : คณะผู้จัดทำ (2566)

(2) ปฏิทินท่องเที่ยวประจำเดือนเมษายน 2566



ภาพที่ 4.16 : ปฏิทินท่องเที่ยวประจำเดือนเมษายน 2566

ที่มา : คณะผู้จัดทำ (2566)

ข้อมูลและที่มา

รูปภาพที่ 1 งานตักบาตรข้าวสารอาหารแห้ง ที่ตลาดสดเทศบาลนครนนท์และชอยเรวดี วันที่ 2 เมษายน ได้รับข้อมูลและรูปภาพจากเทศนครนนท์ใช้รูปนี้ เพื่อสื่อถึงการตักบาตรสามเณร ภาคฤดูร้อนต่อเนื่องจากงานบรรพชาสามเณรภาคฤดูร้อนของเดือนมีนาคม



ภาพที่ 4.17 : งานตักบาตรข้าวสารอาหารแห้ง

ที่มา : คณะผู้จัดทำ (2566)

รูปภาพที่ 2 งานวัฒนธรรมสองฝั่งเจ้าพระยามหาเจษฎาบดินทร์ ที่อุทยานเฉลิมกาญจนา วันที่ 30 มีนาคม - 3 เมษายน ได้รับข้อมูลและรูปภาพจากตำบลบางศรีเมืองใช้รูปภาพนี้ เพื่อแสดงถึงวิถีน้ำวิถีดินที่จัดอยู่ตรงสองฝั่งเจ้าพระยาด้วยแสงไฟที่ประดับบนสะพานอย่างโดดเด่น เพื่อเป็นการดึงดูดใจที่มีความน่าสนใจและเอกลักษณ์ของงาน งานวัฒนธรรมสองฝั่งเจ้าพระยามหาเจษฎาบดินทร์



ภาพที่ 4.18 : งานวัฒนธรรมสองฝั่งเจ้าพระยามหาเจษฎาบดินทร์

ที่มา : คณะผู้จัดทำ (2566)

รูปภาพที่ 3 ประเพณีทำบุญห่มพระประธานในพระอุโบสถ ที่พุทธสถานเชิงท่าหน้าโบสถ์ วันที่ 6-9 เมษายน ได้รับข้อมูลและรูปภาพจากเทศบาลนครนนทบุรีใช้รูปภาพนี้ เพื่อแสดงโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์งานพุทธสถานเชิงท่าหน้าโบสถ์



ภาพที่ 4.19 : ประเพณีทำบุญห่มพระประธานในพระอุโบสถ

ที่มา : คณะผู้จัดทำ (2566)

รูปภาพที่ 4 ประเพณีสงกรานต์วันครอบครัวและผู้สูงอายุ ที่วัดสาธิตโฆภิตารามวันที่ 13-15 เมษายน ได้รับข้อมูลและรูปภาพจากเทศบาล ตำบลบางพลับใช้รูปภาพนี้ เพื่อสื่อประเพณีสงกรานต์และสงฆ์พระ



ภาพที่ 4.20 : ประเพณีสงกรานต์วันครอบครัวและผู้สูงอายุ

ที่มา : คณะผู้จัดทำ (2566)

รูปภาพที่ 5 ประเพณีสงกรานต์ไทย-มอญ ที่วัดปรมัยยิกาวาสวันที่ 13-17 เมษายน ได้รับข้อมูลและรูปภาพจากองค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ดใช้รูปภาพนี้ เพื่อสื่อถึงกิจกรรมต่างๆ ที่สำคัญ เช่น การแห่หงส์ ชงตะขามและสงฆ์พระเป็นการขึ้นศักราชใหม่ของชาวมอญ



ภาพที่ 4.21 : ประเพณีสงกรานต์ไทย-มอญ

ที่มา : คณะผู้จัดทำ (2566)

รูปภาพที่ 6 ประเพณีแห่ผ้าหวนไทย-มอญ ที่วัดมอญ 4 วัด ได้แก่ วัดปรมัยยิกาวาส วัดฉิมพลี วัดไผ่ล้อมและวัดเสาชิงทอง วันที่ 23 เมษายน ได้รับข้อมูลและรูปภาพมาจากองค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ดใช้รูปภาพนี้ เพื่อสื่อถึงการจัดขบวนแห่ผ้าหวน เพื่อการถวายแต่พระภิกษุสงฆ์และสามเณร



ภาพที่ 4.22 : ประเพณีแห่ผ้าหวนไทย-มอญ
ที่มา : คณะผู้จัดทำ (2566)

รูปแบบฟอนต์ที่เลือกใช้

- หัวข้อ เลือกใช้ Was Lanthom NP เพราะว่าฟอนต์นี้ จะมีความโดดเด่นตัวหนังสือหนากว่าปกติ และดูไม่น่าเบื่อและมีความกลมกลืนกับภาพรวมของตัวปฏิทิน



ภาพที่ 4.23 : หัวข้อฟอนต์ Was Lanthom NP
ที่มา : คณะผู้จัดทำ (2566)

- เนื้อหา เลือกใช้ Jella เพราะว่าฟอนต์นี้ จะมีความชัดเจนเรียงง่ายต่อการอ่านและดูสบายตา



ภาพที่ 4.24 : เนื้อหาฟอนต์ Jella

ที่มา : คณะผู้จัดทำ (2566)

สีที่เลือกใช้

- | | | |
|-----------|-----------------------|---------------------------------|
| - สีส้ม | แสดงถึง ความเบิกบาน | ความรื่นเริงและความมิตรภาพ |
| - สีเขียว | แสดงถึง ความสดชื่น | ความสามัคคีและความคิดสร้างสรรค์ |
| - สีฟ้า | แสดงถึง ความสงบเย็น | ความอิสระและความปลอดภัย |
| - สีขาว | แสดงถึง ความบริสุทธิ์ | ความสะอาดและความสันติภาพ |

รูปภาพที่เลือกใช้ตกแต่งพื้นหลัง

- รูปธงสามเหลี่ยมที่หลากหลายสี แสดงถึง งานการนำมาตกแต่งสถานที่ในงานต่างๆ และงานประเพณี
- รูปดอกไม้และใบไม้ต่างๆ แสดงถึง ความเป็นไทยสมัยนิยมได้ความคิดมาจากสื่อลายดอกที่มักนิยมใส่กันวันสงกรานต์
- ชั้นน้ำและบาตรพระ แสดงถึง กิจกรรมในวันสงกรานต์อีกอย่างหนึ่งคือ การตักบาตรสงฆ์พระและเป็นอุปกรณ์เล่นน้ำในวันสงกรานต์
- รูปน้ำที่กระจาย แสดงถึง ความเปียกจากการโดนสาดน้ำและการละเล่นในวันสงกรานต์



ภาพที่ 4.25 : พื้นหลังห้องเที่ยวประจำเดือนเมษายน 2566

ที่มา : คณะผู้จัดทำ (2566)

(3) ปฏิทินห้องเที่ยวประจำเดือนพฤษภาคม 2566



ภาพที่ 4.26 : ปฏิทินห้องเที่ยวประจำเดือนพฤษภาคม 2566

ที่มา : คณะผู้จัดทำ (2566)

ข้อมูลและที่มาของรูปภาพที่เลือกใช้

รูปภาพที่ 1 ประเพณีแห่ดอกไม้ศาลพ่อตาขุน ที่บ้านขวัญเมือง หมู่ 8 ตำบลบางกร่าง อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี วันที่ 6 พฤษภาคม ได้รับข้อมูลและรูปภาพจากเทศบาลเมืองบางกร่างใช้รูปนี้ เพื่อสื่อถึงการนำดอกไม้ถวายแด่พระภิกษุสงฆ์ เพื่อร่วมประดับในงานประเพณีแห่ดอกไม้ศาลพ่อตาขุน



ภาพที่ 4.27 : ประเพณีแห่ดอกไม้ศาลพ่อตาขุน

ที่มา : คณะผู้จัดทำ (2566)

รูปภาพที่ 2 เปิดบ้านสวนทุเรียน ที่สวนบ้านยายละมัย ตำบลบางกร่าง อำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ตลอดช่วงเดือนเมษายน-พฤษภาคม ได้รับข้อมูลและรูปภาพจากเทศบาลเมืองบางกร่างใช้รูปนี้ เพื่อสื่อถึงพันธุ์ทุเรียนที่ขึ้นชื่อของจังหวัดนนทบุรีนั่นก็คือ ทุเรียนก้านยาว



ภาพที่ 4.28 : เปิดบ้านสวนทุเรียน

ที่มา : คณะผู้จัดทำ (2566)

รูปภาพที่ 3 กิจกรรมเช้คอินทุกอำเภอ ชวนเชอเทียวนนท์ที่ตลาดน้ำไทรน้อย ตำบลไทรน้อย อำเภอไทรน้อย จังหวัดนนทบุรี วันที่ 28 พฤษภาคม ได้รับข้อมูลและมาจากสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนนทบุรีใช้รูปนี้ เพื่อแสดงโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์กิจกรรมเช้คอินทุกอำเภอ ชวนเชอเทียวนนท์



ภาพที่ 4.29 : กิจกรรมเช้คอินทุกอำเภอ ชวนเชอเทียวนนท์
ที่มา : คณะผู้จัดทำ (2566)

รูปแบบฟอนต์ที่เลือกใช้

- หัวข้อ เลือกใช้ Was Lanthom NP เพราะว่าฟอนต์นี้ จะมีความโดดเด่นตัวหนังสือหนากว่าปกติ และดูไม่น่าเบื่อและมีความกลมกลืนกับภาพรวมของตัวปฏิทิน



ภาพที่ 4.30 : หัวข้อฟอนต์ Was Lanthom NP
ที่มา : คณะผู้จัดทำ (2566)

- เนื้อหา เลือกใช้ Pattaya เพราะว่าฟอนต์นี้ จะมีลักษณะไว้หัวใจให้ความรู้สึกถึงอิสระและมีลูกเล่นตรงปลายเส้นตัวอักษรแบบโค้งมนตัวดัดขึ้นเป็นการผสมผสานความดั้งเดิมและความร่วมสมัยได้เป็นอย่างดี



ภาพที่ 4.31 : เนื้อหาฟอนต์ Pattaya
ที่มา : คณะผู้จัดทำ (2566)

สีที่เลือกใช้

- สีขาว แสดงถึง ความบริสุทธิ์ ความสะอาดและความสันติภาพ
- สีทอง แสดงถึง ความเคารพ ความอุดมสมบูรณ์และความร่ำรวย
- สีน้ำตาล แสดงถึง ความมั่นคง ความอบอุ่นและความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่ง

รูปภาพที่เลือกใช้ตกแต่งพื้นหลัง

- รูปตราสัญลักษณ์จังหวัดนนทบุรี แสดงถึง สื่ออิน โฟกราฟิกส์อยู่ภายใต้จังหวัดนนทบุรี และสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนนทบุรี
- รูปตลาดน้ำ แสดงถึง เอกลักษณ์ของกิจกรรมและวิถีชีวิตชุมชนของชาวนนทบุรี
- รูปดอกไม้และใบไม้ แสดงถึง มิตรภาพและความห่วงใย



ภาพที่ 4.32 : พื้นหลังท่องเที่ยวประจำเดือนพฤษภาคม 2566
ที่มา : คณะผู้จัดทำ (2566)



สื่อประเภทที่ 2 คือ คลิปวิดีโอ

คณะผู้จัดทำ ได้จัดทำคลิปวิดีโอ โดยนำเสนอสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดนนทบุรี จำนวน 8 แห่งคือ

1. ศาลหลักเมืองจังหวัดนนทบุรี
2. พิพิธภัณฑวัดบางอ้อยช้าง
3. วัดบรมราชากาญจนานิกะกอนุสรณ์ (วัดเล่งเน่ยยี่ 2)
4. วัดสักใหญ่
5. งานวัฒนธรรมสองฝั่งเจ้าพระยามหาเจษฎาบดินทร์
6. วัดนครอินทร์
7. เกาะเกร็ด
8. ตลาดไทรน้อย

2.1 ขั้นตอนการศึกษาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว

2.1.1 สอบถามพนักงานที่ปรึกษาถึงแหล่งท่องเที่ยวที่ยังไม่ได้รับการประชาสัมพันธ์อย่างเผยแพร่มีสถานแหล่งท่องเที่ยวใดน่าสนใจบ้าง

2.1.2 ศึกษาข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวในเว็บไซต์ก่อนเดินทางไปเก็บข้อมูลยังสถานที่จริง

2.1.3 เดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว และสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ กับชาวบ้านละแวกพื้นที่เพื่อรวบรวมข้อมูล

2.1.4 ถ่ายทำวิดีโอและภาพถ่ายในแหล่งท่องเที่ยวเพื่อนำมาประชาสัมพันธ์

2.1.5 เรียบเรียงข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวและนำไปปรึกษาพนักงานที่ปรึกษา เพื่อนำไปประชาสัมพันธ์ผ่านเพจเฟซบุ๊กของสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนนทบุรี

2.1.6 จัดทำสื่ออินโฟกราฟิกส์และวิดีโอประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวและนำเสนอให้พนักงานที่ปรึกษาได้ทำการพิจารณาเพื่อรับคำแนะนำและแก้ไขให้สมบูรณ์

2.2 ขั้นตอนการจัดทำคลิปวิดีอนำเที่ยว คณะผู้จัดทำได้อธิบายข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวพร้อมลำดับภาพและเนื้อหาประกอบวิดีโอในแต่ละคลิปวิดีโอตามลำดับดังต่อไปนี้

(1) ภาพและเนื้อหาประกอบวิดีโอ ณ ศาลหลักเมืองจังหวัดนนทบุรี



เนื้อหาประกอบวิดีโอ

พามาชมสถานที่พลาดไม่ได้สำหรับจังหวัดนนทบุรี เมื่อเดินทางมาแล้ว ต้องเข้ามากราบสักการะบูชา เพื่อเป็นความเป็นสิริมงคลให้กับชีวิตสำหรับศาลหลักเมืองจังหวัดนนทบุรีนั้นขึ้นชื่อได้ว่าเป็นสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ของชาวนนทบุรี เป็นสถานที่ที่ชาวนนทบุรีไปสักการะขอพรเป็นประจำ ศาลหลักเมืองเปิดให้บริการทุกวันตั้งแต่เวลา 08.00-19.00 น. ในศาลหลักเมืองจะตั้งบริจาคราสามารถบริจาคได้ตามกำลังศรัทธาใน 1 ชุด ที่ใช้ในการสักการะบูชาจะมีดอกไม้พวงมาลัยและผ้า 3 สีที่ใช้ในการผูกเสาหลักเมือง สามารถหยิบได้ สำหรับใครที่อยากเดินทางเข้ามาสักการะบูชา ศาลหลักเมืองที่จังหวัดนนทบุรีก็สามารถเดินทางเข้ามาได้ไม่ไกลจากกรุงเทพฯ และที่สำคัญนั้นมีไม่ขั้นตอนไม่ว่าจะเป็นการเติมน้ำตะเกียง ผูกผ้า 3 สีสามารถขอพรและนอกจากนี้ ยังมีอุทยานมกุฏมรณราชสามารถเข้ามาทำกิจกรรมต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นกิจกรรมครอบครัว วิ่งออกกำลังกายและยังมีสนามเด็กเล่นให้เด็กๆ เข้ามาวิ่งเล่นได้และยังมีสนามเด็กเล่นให้เด็กๆ เข้ามาวิ่งเล่นได้และอุทยานมกุฏมรณราช ยังมีร้านค้า พร้อมให้บริการอาหารปลา ราคาเริ่มต้นเพียง 20 บาท สามารถเลือกซื้อได้ตามกำลังศรัทธานำอาหารปลาไปให้อาหารปลาในริมน้ำ สามารถเข้ามาที่อุทยานได้

การตกแต่งและเสียงเพลงประกอบของคลิป

- เสียงเพลงในคลิปที่เลือกใช้ มีความกลมกลืนกับตัวคลิปวิดีโอและทำให้รู้สึกไม่น่าเบื่อในการดูคลิปสั้นๆ เสียงเพลงดึงดูดใจดูน่าสนใจและให้เข้ากับเนื้อหาของคลิป
- ตัวอักษรในคลิปที่ดึงให้อ่านตัวพอนต์ใหญ่ชัดเจนดูอ่านง่ายเวลาดูคลิปและมีสีสันที่โดดเด่นมีเส้นสีที่คำทำให้อ่านดูน่าสนใจ
- การนำภาพถ่ายภาพมาตัดต่อในคลิปวิดีโอในรูปแบบซูมและสไลด์ข้าง ทำให้คลิปดูไม่น่าเบื่อมีลูกเล่นและน่าดู

(2) ภาพและเนื้อหาประกอบวิดีโอ ณ พิพิธภัณฑ์วัดบางอ้อยช้าง



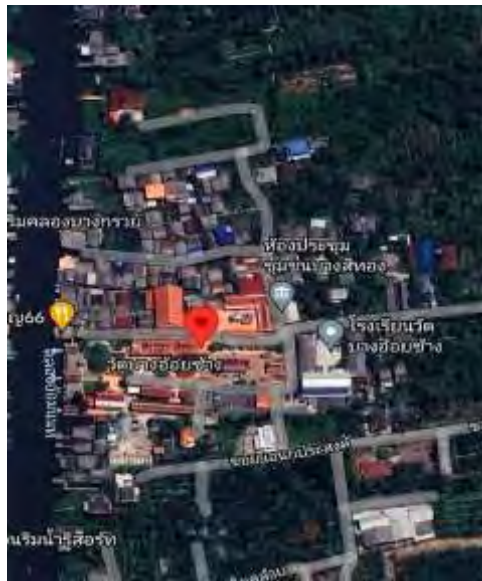
เนื้อหาประกอบวิดีโอ

จังหวัดนนทบุรี มีพิพิธภัณฑวัดถุโบราณให้เยี่ยมชม พิพิธภัณฑวัดบางอ้อยช้าง พิพิธภัณฑวัดบางอ้อยช้างได้ขึ้นชื่อว่าเป็นมรดกล้ำค่าแห่งเมืองนนท์อีกด้วย พิพิธภัณฑวัดบางอ้อยช้างเดิมทีพิพิธภัณฑเคยเป็นกุฎิของพระครูนนทวัฒน์วิบุรณ ซึ่งเป็นผู้ริเริ่มกับชาวบ้านวัดบางอ้อยช้าง ก่อตั้งพิพิธภัณฑเกิดขึ้นราวพ.ศ. 2542 มีวัตถุประสงค์สำคัญและสำหรับเป็นสถานที่เก็บรักษาวัตถุโบราณที่มีอยู่กับวัดและชุมชนบางอ้อยช้าง ลักษณะเด่นของพิพิธภัณฑคือ ภายในพิพิธภัณฑ 2 ชั้น ได้จัดแสดงวัตถุโบราณล้ำค่า เช่น ถ้วยชามของจีนในสมัยราชวงศ์ชิง สมุดข่อยโบราณ ข้าวของเครื่องใช้ในชีวิตประจำวันของชาวสวนเมืองนนท์ในสมัยก่อนและสมบัติอันเกี่ยวเนื่องกับพระพุทธศาสนา ส่วนวัตถุจะแสดงที่มีความสำคัญอีกหนึ่งสิ่งคือ พระพุทธรบาทลอยฟ้าตั้งอยู่ศาลาการเปรียญเป็นภาพจิตรกรรมบนฝาเพดานอยู่เหนือศีรษะที่มีอายุเก่าแก่กว่า 200 ปี สำหรับผู้ที่สนใจเข้ามาชมและศึกษาพิพิธภัณฑวัดบางอ้อยช้าง สามารถเดินทางมาที่สี่แยกบางสีทอง ถนนนครอินทร์ตัดกับถนนบางกรวยไทร-น้อย ปากซอยบางกรวยไทรน้อย 29 จะเห็นซุ้มประตูวัดบางอ้อยช้างตั้งอยู่อย่างโดดเด่นให้เข้ามาสูดชอชยได้ สำหรับกาเข้าชมพิพิธภัณฑวัดบางอ้อยช้าง ไม่เสียค่าใช้จ่ายในการเข้าชม

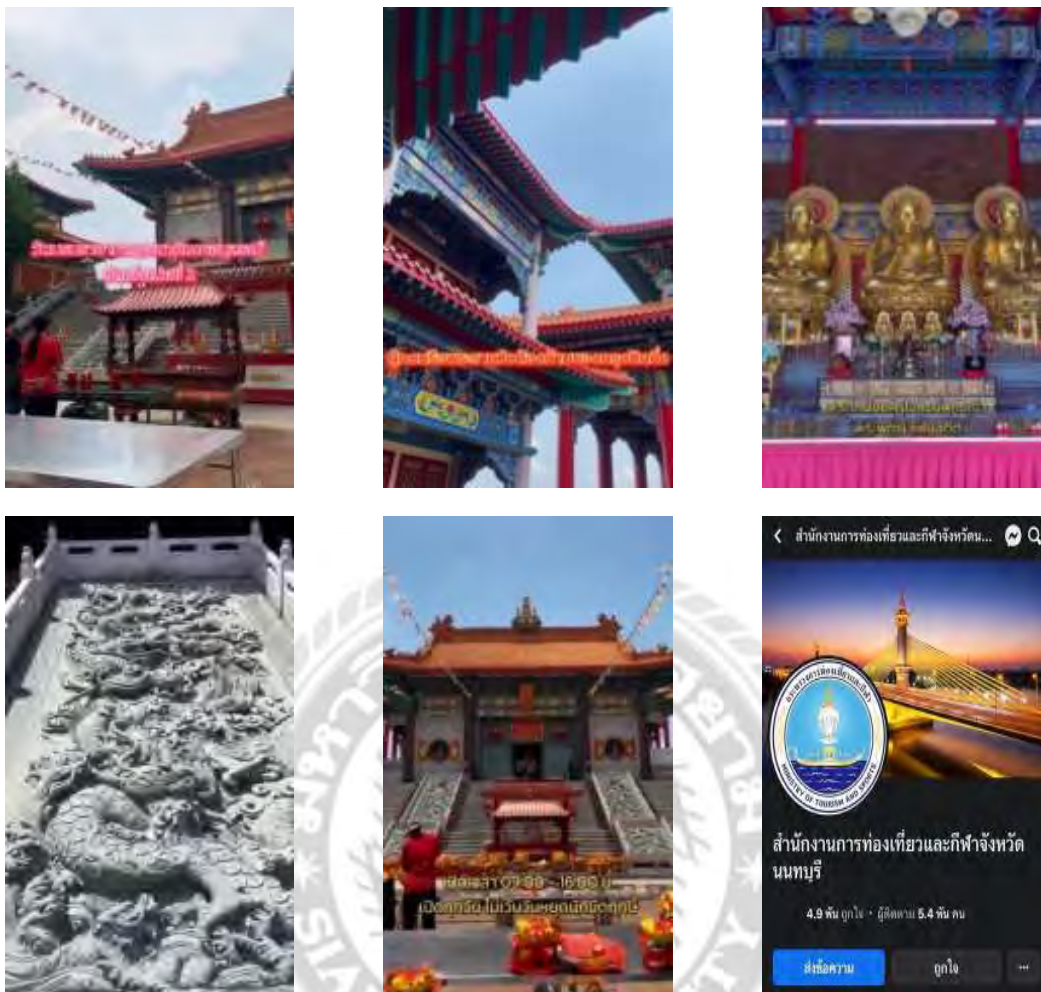
การตกแต่งและเสียงเพลงประกอบของคลิปวิดีโอ

- เสียงเพลงในคลิปที่เลือกใช้ มีความกลมกลืนกับตัวคลิปวิดีโอเสียงเพลงจะเป็นแนวสนุกทำให้ดูน่าสนใจกับเนื้อหาในคลิปที่เป็นสาระน่ารู้เข้าไปชม
- การตกแต่งในคลิปจะเป็นตัวพอนต์ที่ขึ้นให้อ่านบอกรายละเอียดเด่นๆ โดยเล่นที่สีและแบบของพอนต์ทำให้คลิปดูน่าสนใจและน่าดึงดูดในการดูมากขึ้น
- การนำภาพถ่ายภาพมาตัดต่อในคลิปในรูปแบบสไลด์เปลี่ยนภาพและเปิดฉากรูปแต่ละภาพถ่ายต่างๆ ทำให้ดูง่ายและน่าดูเนื้อหาในคลิปวิดีโอ

79 บางกรวย-ไทรน้อย ตำบลบางกรวย อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี 11130



(3) ภาพและเนื้อหาประกอบวิดีโอ ณ วัดบรมราชากาญจนภิเษกอนุสรณ์ (วัดเล่งเน่ยยี่ 2)



เนื้อหาประกอบวิดีโอ

จะพาไปสายมูสายขอพรไม่ควรพลาด นอกจากจะขึ้นชื่อเรื่องของการแก้ปิ้งข มีความโดดเด่นที่เป็นเอกลักษณ์อีกอย่างหนึ่งนั่นก็คือ สถาปัตยกรรมของวัดที่มีความสวยงามโดยวิหารแต่ละหลัง ภายในจะมีความสวยงามสะดุดตาด้วยลวดลายภาพเขียนแบบพุทธศิลป์ในราชวงศ์ของจีน โดยใช้สีน้ำเงิน สีแดงและสีทองเป็นหลัก เรียกได้ว่าเป็นงานที่มีความละเอียดเป็นอย่างมาก ซึ่งสถาปัตยกรรมมีความคล้ายกับกุ๊กงหรือพระราชวังต้องห้ามของกรุงปักกิ่งทำให้วัดแห่งนี้ มีความสวยงามและมีความอลังการเป็นอย่างมากภายในวัดมีวิหารและพุทธสถานสำคัญหลายอย่างแต่ที่เป็นไฮไลท์ที่สุดก็จะเป็นพระอุโบสถซึ่งมีความใหญ่ที่สุดในวัดแห่งนี้ ด้านในประดิษฐานไปด้วยพระประธานทั้งหมด 3 องค์นั่นก็คือ พระโกษัณฐคุรุไวฑูรย์พระพุทธเจ้าหรือพระพุทธเจ้าในอดีต พระศรีศากมุนีพุทธเจ้าหรือพระพุทธเจ้าองค์ปัจจุบันและพระอมิตาพุทธเจ้าหรือพระพุทธเจ้าองค์อนาคต ซึ่งนับว่าเป็นพระประธานจีนที่ใหญ่ที่สุดในไทย นอกจากนี้หลังจากอุโบสถยังมีวิหาร 2 ชั้น ชั้นล่างของอาคารมีวิหารที่เป็นที่ประดิษฐานของพระโพธิสัตว์กวนอิมพันมือพันตา แกะสลักจากไม้หอมต้นเดียมมีความประณีตและมีลักษณะงดงาม พระพักต์มีความเมตตากรุณา ซึ่งพระโพธิสัตว์กวน

อิมองค์นี้ เปรียบเสมือนว่ากำลังใช้พระเนตรพินดวงในการดูแลสรรพสัตว์ทุกภพและพร้อมที่จะยื่นพระหัตถ์เข้ามาช่วยอุ้มให้พ้นจากความทุกข์ยากเป็นที่ยึดเหนี่ยวจิตใจของชาวไทยและชาวจีนที่เข้ามาขอพรในวัดแห่งนี้และที่ชั้น 2 จะเป็นวิหารหมื่นพุทธศุขาวดีเป็นที่ประดิษฐานของพระอมิตาพุทธเจ้า พระอวโลกิเตศวรและพระมหาสถาปราชโพธิสัตว์ที่ฝาผนังของพระวิหารจะมีพระพุทธรูปนับหมื่นองค์ที่เรียงรายอย่างสวยงามอยู่ทั้งพระวิหาร นอกจากนี้ภายในวัดยังทัศนียภาพที่สวยงามมีสวนหย่อม สวนหินต่างๆ ให้ได้พักผ่อนหย่อนใจ โดยรอบของพระวิหารนั้นก็มีความร่มรื่นสวยงามด้วยต้นไม้สีเขียวใหญ่เรียกได้ว่าถ้าไม่ได้มาเก็บชงก็สามรถเดินทางมาท่องเที่ยวทำบุญได้ วัดเล่งเน่ยยี่ 2 เปิดเวลา 09.00-16.00 น. ของทุกวัน ไม่เว้นวันหยุดนักขัตฤกษ์

การตกแต่งและเสียงเพลงประกอบของคลิปวิดีโอ

- เสียงเพลงในคลิปที่เลือกใช้ มีความกลมกลืนกับตัวคลิปวิดีโอเสียงเพลงจะเป็นแนวสไตล์จีนๆ ที่ทำให้เข้ากับเนื้อหาของคลิปที่เป็นวัดจีนมีความสบายและเข้ากับวัดสไตล์จีน
- การตกแต่งในคลิปจะเป็นตัวฟอนต์ที่ขึ้นให้อ่านบอกรายละเอียดเด่นๆ โดยเล่นที่สีและแบบของฟอนต์ทำให้คลิปดูน่าสนใจและน่าดึงดูดในการดูมากขึ้น
- การนำภาพถ่ายภาพมาตัดต่อในคลิปวิดีโอในรูปแบบสไตล์เปลี่ยนภาพทำให้ดูง่ายและน่าดูเนื้อหาในคลิปแบบได้ฟังความรู้ไปด้วยเปลี่ยนแบบไม่เร็วมาก

เทศบาล 9 ตำบลโสนลอย อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี 11110



วัดบูรพาภิรามราชภัฏนครปฐม (วัดเล่งเน่ยยี่ 2)

(4) ภาพและเนื้อหาประกอบวิดีโอ ณ วัดสักใหญ่



เนื้อหาประกอบวิดีโอ

จะพาไปมูให้ปัง "องค์หลวงพ่อบุญรอด 700 ปี ที่วัดสักใหญ่ ตำบลวัดชลอ อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี" มีเรื่องราวเล่าขานเกี่ยวกับหลวงพ่อบุญรอด 700 ปี กันมาว่า น่าจะสร้างขึ้นในปี พ.ศ. 1900-2000 ตรงกับสมัยพระมหาธรรมราชาลิไทแผ่นดินสุโขทัย องค์ท่านไม่ใหญ่มากมีหน้าตักกว้าง 29 นิ้ว ส่วนสูง 42 นิ้ว ศิลปะสุโขทัย ปางมารวิชัย ในเมื่อมาถึงวัดสักใหญ่ มามูให้ปังควร จะเริ่มต้นที่จุดที่ 1 พระอุโบสถ ก่อนจะขึ้นพระอุโบสถด้านซ้ายและขวาจะมีองค์พญานาคหน้าบันใด ทางขึ้นอุโบสถอยู่ให้ทำการสรงน้ำและขอพระองค์พญานาคก่อนเข้าไปในโบสถ์โดยมีความเชื่อกันว่า ถ้าสรงน้ำขอพรกับองค์พญานาคท่านจะช่วยด้านโชคลาภรวมถึงท่านคอยปกป้องรักษาพระอุโบสถแห่งนี้ ถัดมาหลวงพ่อบุญรอดปางอุ้มบาตร ให้ทำการจุดธูปกราบไว้ขอพรหลวงพ่อบุญรอดปางอุ้มบาตร โดยมีความเชื่อกันว่าหากกราบไหว้หลวงพ่อบุญรอดปางอุ้มบาตรนี้ ทำให้กินคืออยู่ดีมีเงินใช้ไม่ขาดมือ ในจุดที่ 2 กราบบูชาองค์พระประธาน "หลวงพ่อบุญรอด" เป็นพระพุทธรูปโบราณเก่าแก่ศิลปะอุททองที่สร้างขึ้นมาพร้อมกับวัดสักใหญ่ เดิมวัดสักใหญ่เคยเป็นวัดร้างและกลับมาเป็นวัดสักใหญ่จนทุกวันนี้ การขอพรหลวงพ่อบุญรอดคือการสวดมนต์ในพระอุโบสถโดยมีความเชื่อกันว่า

ถ้าผู้ที่มีความล้มเหลวในชีวิต ผู้ที่ไม่มีที่พึ่ง มาสวดมนต์ในพระอุโบสถแห่งนี้จะทำให้ชีวิตกลับมาพลิกฟื้นอีกครั้ง กลับออกมาที่อาคารตึก 2 ชั้น จะเป็นจุดที่ 3 ให้ขึ้นไปชั้น 2 กราบบูชา "องค์พระพุทธรูปหลวงพ่อดุโขทัย 700 ปี" การขอพรหลวงพ่อดุโขทัย ด้วยการเขียนแผ่นทองฝากดวงไว้ใต้ฐานหลวงพ่อดุโขทัยโดยมีความเชื่อกันว่าหลวงพ่อดุโขทัยช่วยทางด้านสุขภาพดวงชะตาจากร้ายกลายเป็นดีเมื่อทำการมูจันครบทุกจุดและอย่าลืมนำน้ำมันต้อธิทริคุณอายุ 100 ปีกลับไปเพื่อความเป็นสิริมงคล

การตกแต่งและเสียงเพลงประกอบของคลิปวิดีโอ

- เสียงเพลงในคลิปที่เลือกใช้ มีความกลมกลืนกับตัวคลิปวิดีโอเสียงเพลงจะเป็นแนวสบายๆ ทำให้ดูคลิปและฟังเสียงบรรยายได้อย่างเข้าใจด้วยและดูน่าสนใจไม่เบื่อกับคลิป
- การตกแต่งในคลิปจะมีตัวหนังสือขึ้นบรรยายไปด้วยทำให้ดูน่าดึงดูดน่าสนใจมากขึ้นด้วยตัวฟอนต์และสี
- การนำฟุตเทจภาพมาตัดต่อในคลิปวิดีโอในรูปแบบสไลด์เปลี่ยนภาพทำให้ดูง่ายและสบายๆ ตามเนื้อหาของคลิป

104 หมู่ 9 ถนนบางกรวย-ไทรน้อย ตำบลวัดชะลอ อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี 11110



(5) ภาพและเสียง งานวัฒนธรรมสองฝั่งเจ้าพระยามหาเจษฎาดินทร์



ประวัติและความเป็นมา

งานวัฒนธรรมสองฝั่งจัดขึ้นเพื่อเทิดพระเกียรติและน้อมสำนึกในพระกรุณาธิคุณของพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 3 ในฐานะผู้มีคุณูปการอย่างยิ่งยวดต่อประเทศไทยและจังหวัดนนทบุรี โดยในปีงานวัฒนธรรมสองฝั่งเจ้าพระยา มหาเจษฎาบดินทร์ประจำปี 2566 จัดขึ้นระหว่างวันพฤหัสบดีที่ 30 มีนาคม ถึงวันจันทร์ที่ 3 เมษายน 2566 ณ อุทยานเฉลิมกาญจนาภิเษก ตำบลบางศรีเมืองและบริเวณทำน่านนท์ อำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี ภายใต้แนวคิด "วิถีน้ำ วิถีนนท์ ชลสายชล สองฝั่งเจ้าพระยา สักการะมหาเจษฎาบดินทร์" ซึ่งจังหวัดนนทบุรี บูรณาการร่วมกับสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนนทบุรี หน่วยงานภาครัฐในจังหวัดนนทบุรี องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเครือข่ายภาคเอกชนและภาคประชาชนในจังหวัดนนทบุรี โดยมีวัตถุประสงค์ในการจัดงานคือ จัดเพื่อเทิดทูนสถาบันพระมหากษัตริย์ให้ประชาชนเกิดความรักและสำนึกในพระมหากรุณาธิคุณและเพื่อเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจภายในจังหวัด โดยการนำทุนทางวัฒนธรรมในท้องถิ่นมาส่งเสริมการท่องเที่ยวและสร้างรายได้ให้แก่จังหวัดภายในงานก็จะมีทั้งร้านค้าของขายที่แสดงถึงวัฒนธรรมท้องถิ่นและการแสดงศิลปะต่างๆบรรยากาภายในงานกิจกรรมจะมีการแสดงแสงสีเสียงราววงย้อนยุคและของกินท้องถิ่นต่างๆ

การตกแต่งและเสียงเพลงประกอบของคลิปวิดีโอ

- เสียงเพลงในคลิปที่เลือกใช้มีความกลมกลืนกับตัวคลิปวิดีโอ เสียงเพลงจะเป็นแนวออกดนตรีไทยเพื่อให้เข้ากับบรรยากาศงานและดูสนุกไม่ใช่เพลงซ้ำแต่เป็นเพลงที่เข้ากับเนื้อหาของคลิป
- การตกแต่งในคลิปไม่มีการพาดยศเสียงและตัวหนังสือบรรยายเพราะเป็นการแสดงให้เห็นถึงบรรยากาศภายในงานและเป็นแนวโปรโมทงานไปในตัวแบบคลิปสั้นทำให้น่าดูและนำไปงาน
- การนำภาพถ่ายภาพมาตัดต่อในคลิปวิดีโอในรูปแบบสไลด์เปลี่ยนภาพและการเปลี่ยนภาพแบบหมุนทำให้อ่านไม่น่าเบื่อและดูตื่นเต้นกับงานในคลิป

ทางหลวงชนบท นบ.5038 ได้สะพานเจษฎาภิดินทร์ อำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี 11000



(6) ภาพและเนื้อหาประกอบวิดีโอ ณ วัดนครอินทร์



เนื้อหาประกอบวิดีโอ

จะพาไปไหว้พญานาคใกล้กรุงเทพฯ ที่วัดนครอินทร์ ถ้าพญานาคเกล็ดเงินและวิหารที่ด้านในมีสถาปัตยกรรมเมืองบาดาลพญานาคให้ได้ชื่นชมความสวยงามกัน วัดนครอินทร์ ถูกสร้างขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2395 เดิมชาวบ้านเรียกชื่อวัดแห่งนี้ "วัดบางขุนเทียน" วัดนครอินทร์สร้างขึ้นโดยมีนายอินทร์และนางนกร เป็นผู้ถวายที่ดินและดำเนินการสร้างเพราะวัดนั้น ตั้งอยู่ริมคลองบางขุนเทียน ต่อมาเปลี่ยนมาเรียกชื่อ วัดนครอินทร์ เพื่อเป็นเกียรติแก่ผู้บริจาคที่ดินนั่นเอง ก่อนอื่นเรามา จุดที่ 1 กราบสักการะ หลวงพ่อทันใจสมปรารถนา ประดิษฐาน ณ ศาลาพิทักษ์สามัคคี มีการสร้างขึ้นตามลักษณะพระพุทธรูปโบราณสมัยล้านนา ทรงเครื่องจักรพรรดิ ซึ่งมีสิ่งอัศจรรย์เกิดขึ้นคือ หลวงพ่อทันใจได้มีการจัดทำเสร็จภายในเวลา 1 วันและมีความเชื่อกันว่าการมากราบขออธิฐานได้เพียงอย่างเดียว หากได้สมใจปรารถนาก็ให้นำดอกมะลิอย่างน้อยจำนวน 9 พวง มาทำการกราบไว้หลวงพ่อตันใจอีกด้วยข้างศาลาคือ จุดที่ 2 ถ้าพญานาคเกล็ดเงิน เป็นประดิษฐานหลวงปู่ทวดเหยียบน้ำทะเลจืด เป็นถ้ำขนาดเล็กไม่ใหญ่มาก ท่านเจ้าอาวาสประสงค์สร้างขึ้นมาเพื่อให้ญาติโยมพักผ่อนชมบรรยากาศถ้ำในเมือง กลางคืนเปิดไฟ สีต้นสดใสดงงาม รูปปั้นพญานาคนั้นมีความพิเศษส่วนหัวนำปลาล่อยจากปากไหลสู่คลองบางขุนเทียน (อยู่ในขั้นตอนการก่อสร้างซึ่งเป็นแนวคิดของท่านเจ้าอาวาส) จุดที่ 3 วิหารพญานาค ด้านในมีสถาปัตยกรรมแบบถ้ำที่มีความโอโถง อลังการ มีความเย็นสบายภายในโบสถ์ มีน้ำตกด้านหลังของถ้ำไหลวนเสียงน้ำไหล ช่วยให้รู้สึกผ่อนคลายเสมือนอยู่เมืองบาดาล บริเวณด้านหน้าของประธานยังมีแผ่นรอนั่งเพื่อนั่งสมาธินะ จุดนี้ได้อีกด้วยแต่ในส่วนอื่นๆยังอยู่ในช่วงก่อสร้าง โดยรวมแล้ววัดนี้มีสถาปัตยกรรมของพญานาคสวยมากๆ เป็นอีกจุดหนึ่งที่สามารถเดินทางมาทำบุญเพื่อความเป็นสิริมงคลได้ไม่ไกลกรุงเทพฯ

การตกแต่งและเสียงเพลงประกอบของคลิปวิดีโอ

- เสียงเพลงในคลิปที่เลือกใช้มีความกลมกลืนกับตัวคลิปวิดีโอเสียงเพลงชวาวนที่ผ่อนคลายเข้ากับเนื้อหาของคลิปทำให้ฟังบรรยายไปได้ด้วยชัดเจนได้สารของคลิปและเพลงไม่ขัดกับเนื้อหาคลิป

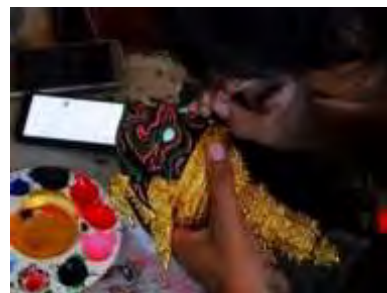
- การตกแต่งในคลิปจะมีตัวหนังสือคอยขึ้นบรรยายไปด้วยและฟอนต์จะมีสีที่ตัดกับคลิปให้ดูเด่นอ่านง่าย

- การนำ فوتเทจภาพมาตัดต่อในคลิปวิดีโอในรูปแบบสไลด์เปลี่ยนภาพทำให้ดูง่ายและเข้าใจกับฟุตเทจในคลิป

269 ถนนพิบูลสงคราม ตำบลสวนใหญ่ อำเภอเมืองนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี 11000



(7) ภาพและเนื้อหาประกอบวิดีโอ ณ เกาะเกร็ด



เนื้อหาประกอบวิดีโอ

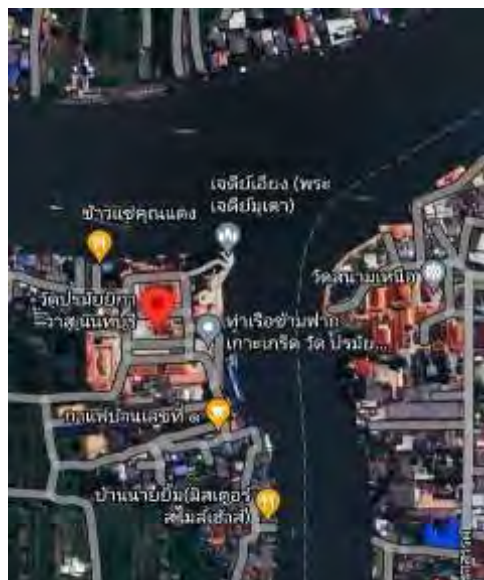
จะพาไปเที่ยวใกล้กรุงเทพฯ ที่เกาะเกร็ดจังหวัดนนทบุรี เกาะเกร็ดที่ขึ้นชื่อในเรื่องของความเป็นชุมชนไทยที่ทั้งวิถีชีวิตกับชาวพุทธ มุสลิมและชาวมอญผสมผสานกันหลากหลายวัฒนธรรมที่สนใจและลงตัว ซึ่งทำให้ที่นี่เป็นที่เที่ยวมีเอกลักษณ์ โดยเลือกขับรถกันไป ไปจอดที่วัดสนามเหนือ จากนั้นนั่งเรือข้ามฟากจากวัดสนามเหนือ ค่าเรือ 3 บาท เรือข้ามฟากจะมาจอดที่ท่าเรือวัดปรมย์ยิกาวาสวรวิหาร วัดปรมย์ยิกาวาสวรวิหารวัดโบราณที่ศูนย์ส่วนรวมใจของคนไทยเชื้อสายมอญวัดปรมย์ยิกาวาสคาดว่าน่าจะสร้างหลังจากที่พระเจ้าท้ายสระโปรดเกล้าฯ ให้ขุดคลองเมื่อปี พ.ศ. 2264 ขึ้น โดยแต่เดิมที่เรียกชื่อว่า วัดปากอ่าว เมื่อในรัชสมัยรัชกาลที่ 5 ทรงเห็นว่าวัดปากอ่าวทรุดโทรมมากจึงโปรดเกล้าฯ โปรดกระหม่อมให้ปฏิสังขรณ์วัดใหม่ทั้งหมด โดยรักษารูปแบบมอญไว้ เพื่อถวายเป็นพระราชกุศล สนองพระคุณพระบรมมहाยิกาเธอกรมสมเด็จพระสุดารัตนราชประยูร ผู้ทรงอภิบาลพระองค์มาแต่ทรงพระเยาว์ และได้พระราชทานนามว่า วัดปรมย์ยิกาวาส ซึ่งมีความหมายว่าวัดของพระบรมยิกา ซึ่งสถาปตยกรรมสำคัญภายในวัดและเป็นเอกลักษณ์สำคัญของวัดนั้นก็คือ พระมหารามัญเจดีย์เป็นเจดีย์ทรงรามัญที่ด้านหลังพระอุโบสถซึ่งรัชกาลที่ 5 ทรงโปรดเกล้าฯ โปรดกระหม่อมให้สร้างจำลองแบบเจดีย์มูเตลาเมืองหงสาวดี บริเวณหน้าวัดจะเต็มไปด้วยร้านค้ามากมายหนึ่งสิ่งที่คุณมาเกาะเกร็ดห้ามพลาดคือ ทอดมันหน่อกะลา ซึ่งเป็นผักพื้นบ้านของเกาะเกร็ดและยังมีดอกไม้ทอดทั้งดอก เข็มดอกอัญชันราดด้วยน้ำจิ้ม ไก่อร่อยมากๆ จากวัดปรมย์ยิกาวาสจะมีทางเดิน ซึ่งเป็นทางเดินรอบเกาะไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ตลอดสองข้างทางจะเต็มไปด้วยร้านค้า ร้านอาหาร ร้านของฝากมากมายมาเกาะเกร็ดก็ต้องไม่พลาดมาทานข้าวแช่ที่เกาะเกร็ดมีร้านข้าวแช่ชื่อดังมากมายสามารถหาซื้อได้ทั่วไปรอบเกาะเกร็ด เกาะเกร็ดเปิดให้บริการทุกวันแต่ในช่วงวันหยุดเสาร์ อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์ จะมีร้านค้าเปิดให้บริการมากกว่าวันธรรมดา จึงทำให้มีนักท่องเที่ยวมากกว่าปกติสามารถมาเที่ยวได้ตั้งแต่เวลา 08.00-19.00 น. สำหรับวันนี้ จบการเดินทางแบบ One Day Trip ที่เกาะเกร็ด

การตกแต่งและเสียงเพลงประกอบของคลิปวิดีโอ

- เสียงเพลงในคลิปที่เลือกใช้มีความกลมกลืนกับคลิปวิดีโอเสียงเพลงดนตรีคลอเบาๆ เข้ากับเนื้อหาของคลิปทำให้ฟังบรรยายไปได้ด้วยชัดเจนได้สารของคลิปและเพลงไม่ขัดกับเนื้อหาคลิป
- การตกแต่งในคลิปจะมีตัวหนังสือคอยขึ้นบรรยายไปด้วยและฟอนต์จะมีที่ตัดกับคลิปให้ดูเด่นอ่านง่ายและเข้าใจและมีลูกเล่นของตัวฟอนต์ขึ้นเวลาตัวหนังสือแดงจะมีเสียงเพิ่มเอฟเฟกต์ทำให้คลิปมีสีสัน
- การนำภาพถ่ายภาพมาตัดต่อในคลิปวิดีโอในคลิปจะเปิดด้วยคลิปที่ถ่ายฟุตบอลมาและจะมีผลมูรภาพที่เป็นรูปนิ่งในช่วงแรกนิดหน่อยเพราะบางบรรยากาศไม่สามารถหาถ่ายเก็บได้ทำให้

ผสมผสานได้เห็นรูปและความรู้ไปในอีกแบบหนึ่งวิธีโจะเป็นสไลด์เปลี่ยนภาพทำให้ดูง่ายและเข้าใจเนื้อหาได้ดี

วัดปรมัยยิกาวาส ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี 11120



(8) ภาพและเนื้อหาประกอบวิดีโอ ณ ตลาดไทรน้อย



เนื้อหาประกอบวิดีโอ

จะพาไปเที่ยวตลาดน้ำใกล้กรุงเทพฯ นั่นก็คือ ตลาดน้ำไทรน้อย ตลาดน้ำจะตั้งอยู่ในวัดไทรใหญ่จะอยู่ริบบนแนวคลองของทั้ง 2 ฟังเลยคะ ฟังที่ 1 จะเป็นฟังวัด เน้นตำแหน่งอาหารพื้นบ้านและผัก ปลา ของที่ระลึกชุมชนและกับข้าวอร่อยหลากหลาย ผักสดๆ จากชาวบ้านส่วนขนมหวานก็มีให้เลือกมากมาย ฟังที่ 2 ฟังศาลเจ้าชุมชนตลาดเก่าพระอัยยี่ฟังนี้ มีสินค้าของชุมชนแต่จะเน้นหนักไปทางอารมณ์จริงๆ มีอาคารเก่าๆ ให้ถ่ายภาพสวยๆ เลยที่ตลาดน้ำไทรน้อยนั้น นอกจากจะอิมมอร์อัย ยังมีมุมบรรยากาศบ้านริมคลองให้ได้ถ่ายภาพรวมทั้งชุมชนชาวจีนด้วยทั้ง 2 ฟังของตลาดมีสะพานแขวนที่มีชื่อว่า มงคลประจักษ์รัฐให้ข้ามฝั่งบรรยากาศบนนี้ สวยงามมาก เสน่ห์ของตลาดน้ำไทรน้อยนั้น เป็นแนวสินค้าชุมชนเป็นสินค้าพื้นบ้านจริงๆ ซึ่งแตกต่างจากตลาดหลายๆ แห่ง แม่ค้าแม่ขายก็เป็นกันเองรับรองว่าถูกใจแน่นอน ตลาดไทรน้อยเปิดบริการทุกวันเสาร์ อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์ตั้งแต่ 8.00-16.30 น. ตั้งอยู่ในวัดไทรใหญ่ริมคลองพระพิมล ตำบลไทรน้อย อำเภอไทรน้อย จังหวัดนนทบุรี

การตกแต่งและเสียงเพลงประกอบของคลิปวิดีโอ

- เสียงเพลงในคลิปที่เลือกใช้มีความกลมกลืนกับตัวคลิปวิดีโอ เสียงเพลงดนตรีที่เหมาะสม ONE DAY TRIP ดนตรีสดใสแต่พอดีทำให้เข้ากับเนื้อหาในคลิปมากเหมาะกับวันชีวฯ และฟังคำบรรยายได้ชัดเจนไม่ขัดกับเสียงดนตรี
- การตกแต่งในคลิปจะมีตัวหนังสือคอยขึ้นบรรยายไปด้วยและฟอนต์จะมีสีที่ตัดกับคลิปให้ดูเด่นอ่านง่ายและเข้าใจ
- การนำภาพถ่ายภาพมาตัดต่อในคลิปวิดีโอในรูปแบบสไลด์เปลี่ยนภาพทำให้ดูง่ายและเข้าใจกับเนื้อหาของคลิป

4.6 สรุปผลการประเมินความพึงพอใจต่ออินโฟกราฟิกส์และคลิปวิดีโอของการประชาสัมพันธ์

คณะผู้จัดทำได้สอบถามความพึงพอใจต่ออินโฟกราฟิกส์และคลิปวิดีโอของการประชาสัมพันธ์ที่ได้จัดทำโดยทำแบบสอบถามผ่าน Google Form และส่งให้พนักงานในสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนนทบุรี เป็นจำนวน 10 คน จากนั้นรวบรวมคำตอบมาวิเคราะห์และอภิปรายผล โดยแบบสอบถามแบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้เครื่องมือวิเคราะห์ทางสถิติคือ ค่าแจกแจงความถี่ (Frequency) และหาค่าร้อยละ (Percentage)

ส่วนที่ 2 : การประเมินความพึงพอใจต่ออินโฟกราฟิกส์และคลิปวิดีโอของการประชาสัมพันธ์ โดยส่วนนี้ได้แยกการประเมินเป็น 2 ส่วนคือ การประเมินความพึงพอใจต่ออินโฟกราฟิกส์ของการประชาสัมพันธ์และความพึงพอใจต่อคลิปวิดีโอของการประชาสัมพันธ์" ใช้เครื่องมือวิเคราะห์ทางสถิติคือ หาค่าเฉลี่ย (Mean Score) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) โดยวิธีการแปรผลของบุญชม ศรีสะอาด (2556) มีการกำหนดการแปลความหมาย ได้ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	4.51 - 5.00	หมายถึง	ความพึงพอใจระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	3.51 - 4.50	หมายถึง	ความพึงพอใจระดับมาก
ค่าเฉลี่ย	2.51 - 3.50	หมายถึง	ความพึงพอใจระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	1.51 - 2.50	หมายถึง	ความพึงพอใจระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย	1.00 - 1.50	หมายถึง	ความพึงพอใจระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 : ข้อเสนอแนะ

4.3.1 สรุปผลประเมินจากแบบสอบถาม

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามสามารถสรุป ได้ดังนี้

ตารางที่ 4.1 : แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
ชาย	2	20.00
หญิง	8	80.00
รวม	10	100.00

จากตารางที่ 4.1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 80.00 และเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 20.00

ตารางที่ 4.2 : แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
21-30 ปี	4	40.00
31-40 ปี	4	40.00
41 ปีขึ้นไป	2	20.00
รวม	10	100.00

จากตารางที่ 4.2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 21-30 ปีและ 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 40.00 เท่ากัน รองลงมาคืออายุ 41 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 20.00

ส่วนที่ 2 : การประเมินความพึงพอใจต่ออินโฟกราฟิกส์และคลิปวิดีโอของการประชาสัมพันธ์

ตารางที่ 4.3 : แสดงค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ออินโฟกราฟิกส์ของการประชาสัมพันธ์

ประเด็นที่ประเมิน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
การออกแบบสื่ออินโฟกราฟิกส์			
1. สื่ออินโฟกราฟิกส์มีความน่าสนใจ โดดเด่น แปลกตา	4.30	0.67	มาก
2. รูปแบบการจัดวางที่มีความเหมาะสมและใช้พื้นที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ	4.20	0.79	มาก
3. การใช้สีและเทคนิคทางศิลปะ	4.20	0.63	มาก
4. ความสวยงามและความคิดสร้างสรรค์	3.90	0.88	มาก
5. ภาพที่ใช้ประกอบมีการสื่อความหมายชัดเจน	4.20	0.92	มาก
เนื้อหาในสื่ออินโฟกราฟิกส์			
1. เนื้อหาที่มีความถูกต้องและเหมาะสม	4.60	0.52	มากที่สุด
2. ข้อมูลอินโฟกราฟิกส์สามารถเข้าใจได้ง่าย	4.30	0.67	มาก
3. ปริมาณเนื้อหามีความเหมาะสม	4.30	0.67	มาก
4. มีความชัดเจนในการอธิบายเนื้อหา	4.40	0.70	มาก
5. สามารถนำความรู้ไปใช้ประโยชน์ได้	4.30	0.67	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.27	0.71	มาก

จากตารางที่ 4.3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจต่ออินโฟกราฟิกส์ในภาพรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.27 ในส่วนของการออกแบบสื่ออินโฟกราฟิกส์นั้น ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากทุกประเด็น หากพิจารณารายประเด็นพบว่า ประเด็นที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมากที่สุดคือ สื่ออินโฟกราฟิกส์มีความน่าสนใจ โดดเด่น แปลกตา

มีค่าเฉลี่ย 4.30 รองลงมาคือ รูปแบบการจัดวางที่มีความเหมาะสมและใช้พื้นที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ การใช้สีและเทคนิคทางศิลปะและภาพที่ใช้ประกอบมีการสื่อความหมายชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 4.20 และส่วนที่ความสวยงามและความคิดสร้างสรรค์ มีค่าเฉลี่ย 3.90

ในส่วนของเนื้อหาในสื่ออินโฟกราฟิกส์นั้น ประเด็นที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดคือ เนื้อหาที่มีความถูกต้องและเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 4.60 และประเด็นที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดคือ มีความชัดเจนในการอธิบายเนื้อหา มีค่าเฉลี่ย 4.40 รองลงมาคือ ข้อมูลอินโฟกราฟิกส์สามารถเข้าใจได้ง่าย ปริมาณเนื้อหามีความเหมาะสมและสามารถนำความรู้ไปใช้ประโยชน์ได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 4.30

ตารางที่ 4.4 : แสดงค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อคลิปวิดีโอของการประชาสัมพันธ์

ประเด็นที่ประเมิน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ความเหมาะสมของสถานที่ท่องเที่ยว เนื้อหาและการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว	3.70	0.82	มาก
2. เนื้อหามีความน่าสนใจ	3.90	0.57	มาก
3. การนำเสนอด้วยคลิปวิดีโอมีความน่าสนใจ	4.10	0.57	มาก
4. เสียงบรรยายและเพลงประกอบ	3.60	0.52	มาก
5. ความชัดเจนของภาพ	3.60	0.52	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.78	0.60	มาก

จากตารางที่ 4.4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจต่อคลิปวิดีโอในภาพรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.78 หากพิจารณารายประเด็นพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากในทุกประเด็น โดยประเด็นที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมากที่สุดคือการนำเสนอด้วยคลิปวิดีโอมีความน่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย 4.10 รองลงมาคือ เนื้อหามีความน่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย 3.90 รองลงมาคือ ความเหมาะสมของสถานที่ท่องเที่ยว เนื้อหาและการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 3.70 ส่วนประเด็นเรื่องเสียงบรรยายและเพลงประกอบและความชัดเจนของภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 3.60

บทที่ 5

สรุปผลและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการจัดทำโครงการงานสหกิจศึกษา

5.1.1 สรุปผลโครงการงาน

จากการปฏิบัติสหกิจศึกษาตั้งแต่วันที่ 16 มกราคม 2566 ถึงวันที่ 12 พฤษภาคม 2566 ในตำแหน่งนักศึกษาฝึกงาน กลุ่มงานส่งเสริมและพัฒนาด้านการท่องเที่ยว ณ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนนทบุรี เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่บรรลุไว้ ทางคณะผู้จัดทำได้รับความรู้ในการปฏิบัติงานในด้านต่างๆ ตลอดจนการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ ทางคณะผู้จัดทำได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยทำแบบสอบถามผ่าน Google Form การประเมินความพึงพอใจต่ออินโฟกราฟิกส์และคลิปวิดีโอของการประชาสัมพันธ์ให้กับพนักงานในสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนนทบุรี เป็นจำนวน 10 คน

จากการสำรวจความพึงพอใจของพนักงานในสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนนทบุรี เป็นจำนวน 10 คน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง เป็นจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 มีอายุ 21-30 ปีและอายุ 31-40 ปี เป็นจำนวน 4 คนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 80.00 ผลจากการตอบแบบสอบถามความพึงพอใจต่ออินโฟกราฟิกส์ของการประชาสัมพันธ์ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.27 ในส่วนของกรออกแบบสื่ออินโฟกราฟิกส์นั้น ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากทุกประเด็น หากพิจารณารายประเด็นพบว่า ประเด็นที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมากที่สุดคือ สื่ออินโฟกราฟิกส์มีความน่าสนใจ โดดเด่น แปลกตา มีค่าเฉลี่ย 4.30 รองลงมาคือ รูปแบบการจัดวางที่มีความเหมาะสมและใช้พื้นที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ การใช้สีและเทคนิคทางศิลปะและภาพที่ใช้ประกอบมีการสื่อความหมายชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 4.20 และส่วนที่ความสวยงามและความคิดสร้างสรรค์ มีค่าเฉลี่ย 3.90 และส่วนของเนื้อหาในสื่ออินโฟกราฟิกส์นั้น ประเด็นที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดคือ เนื้อหาที่มีความถูกต้องและเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 4.60 และประเด็นที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดคือ มีความชัดเจนในการอธิบายเนื้อหา มีค่าเฉลี่ย 4.40 รองลงมาคือ ข้อมูลอินโฟกราฟิกส์สามารถเข้าใจได้ง่าย ปริมาณเนื้อหาที่มีความเหมาะสมและสามารถนำความรู้ไปใช้ประโยชน์ได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 4.30 และผลจากการตอบแบบสอบถามความพึงพอใจต่อคลิปวิดีโอในภาพรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.78 หากพิจารณารายประเด็นพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากในทุกประเด็น โดยประเด็นที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมากที่สุดคือ การนำเสนอด้วยคลิปวิดีโอมีความน่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย 4.10 รองลงมาคือ เนื้อหาที่มีความน่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย 3.90 รองลงมาคือ ความเหมาะสมของสถานที่ท่องเที่ยว เนื้อหา

และการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 3.70 ส่วนประเด็นเรื่องเสียงบรรยายและเพลงประกอบ และความชัดเจนของภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 3.60

5.2 ข้อเสนอแนะการจัดทำโครงการ

5.2.1 ควรมีการต่อยอดทำหน้าที่ดูแลเพจเฟซบุ๊กสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนนทบุรีและลงเนื้อหาอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นและเป็นที่รู้จักขึ้นอย่างสม่ำเสมอ

5.2.3 ควรจัดเวลาโพสต์ภาพถ่ายลงเรื่อยๆ เพื่อเพิ่มจำนวนการเข้าถึงโพสต์ของสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนนทบุรี

5.2.3 ควรจัดทำเส้นทางเป็นการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในจังหวัดนนทบุรี โดยผ่านรูปแบบออนไลน์ เช่น โฟโต้บุ๊ก เพื่อเผยแพร่ผ่านเว็บไซต์ เพื่อความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว



บรรณานุกรม

- กมลชนก วรณรังษี และ จิราภรณ์ กัญยาทอง. (2562). *ปฏิทินและคู่มือการท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสาคร ในรูปแบบหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book)*. (สหกิจศึกษา). กรุงเทพฯ: คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม.
- จังหวัดนนทบุรี. (2566). *ประวัติความเป็นมาของจังหวัดนนทบุรี*. เข้าถึงได้จาก ww2.nonthaburi.go.th/content/logo
- จตุรงค์ ชัชวาลดำรงเจตน์. (2564). *อินโฟกราฟิกส์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทย*. (สหกิจศึกษา). กรุงเทพฯ: คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม.
- ทิพวรรณ วิระสิงค์. (2532). *การประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชนธร สันติชาติ และ พิทักษ์ ศิริวงศ์. (2565). *การนำเสนอความเป็นไทยเชิงสัญลักษณ์ผ่านเนื้อหาคลิปวิดีโอโฆษณาออนไลน์ทางการตลาดของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย*. (งานวิจัย).
เลย: มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย.
- นริศรา ขำยิ่งเกิด และคณะ. (2564). *การสร้างออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาห่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์*. (งานวิจัย). เพชรบูรณ์: มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตอีสาน.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2556). *การอ่านความของค่าประมาณค่า (Rating Scale)*. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- เบอร์เนย์. (2495). *การประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- โบวีและทิว. (2535). *การประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ไปด้วยกัน. (2563). *ศาลากลางจังหวัดนนทบุรี (หลังเก่า)*. เข้าถึงได้จาก www.paiduaykan.com/travel/ศาลากลางเก่านนทบุรี
- พรทิพย์ พิมลสินธุ์. (2540). *การประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พิมพ์พิชชา เลิศสกุลผาสุข และ วนิดา เลิศพิพัฒนานนท์. (2564). *ระเบียบวิธีวิจัยพื้นฐานในธุรกิจท่องเที่ยวและการบริการ*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยสยาม.
- วิมลพรรณ ตั้งจิตเพิ่มความดี. (2543). *ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ที่มีต่อองค์กรและสถาบัน*. มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- มาร์สตัน. (2522). *การประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิจิตร อวาทกุล. (2539). *การประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิรัช ลภีรัตนกุล. (2546). *การประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สมรศรี คำตรง. (2563). *แนวทางการจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี*. (งานวิจัย). นนทบุรี: มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์.
- เสวี วงษ์มณฑา. (2541). *การประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนนทบุรี. (2566). *ประวัติความเป็นมาของสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนนทบุรี*. เข้าถึงได้จาก www.nonthaburi.mots.go.th

เสาวนีย์ สิกขาบัณฑิต. (2540). *การประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

หรรยง (ม.ป.ป.). *วัดเฉลิมพระเกียรติวรวิหาร*. เข้าถึงได้จาก rojjang.com

หรรยง (ม.ป.ป.). *ทำนายนนทบุรี*. เข้าถึงได้จาก rojjang.com

อมรรัตน์ พรโล่. (2555). *ประวัติความเป็นมาของการท่องเที่ยว*. เข้าถึงได้จาก 52011011275g5.blogspot.com/2012/

อดิเทพ บุตราช. (2553). *การใช้สื่อออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์*. เข้าถึงได้จาก monnapablog.wordpress.com/สังคมออนไลน์-social-network-2/

เอ็งเอย. (2563). *วัดปรมัยยิกาวาส*. เข้าถึงได้จาก travel.trueid.net/detail/mdk4yb20Jvw

Bly. (2536). *ประเภทของการประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศิลปากร.

TAT_Tiewpakklang. (2561). *วัดบรมราชากาญจนภิเษกอนุสรณ์ (วัดเล่งน่ยี่ 2)*. เข้าถึงได้จาก tiewpakklang.com/post/1719

T2G. (ม.ป.ป.). *ตลาดน้ำวัดตะเคียน*. เข้าถึงได้จาก www.travel2guide.com





ภาคผนวก



ภาคผนวก ก
ภาพการปฏิบัติงาน

ได้มีโอกาสไปลงพื้นที่ออกบูธประชาสัมพันธ์ ตลาดน้ำ วัดตะเคียน โดยกิจกรรมคือ การให้นักท่องเที่ยว หรือ ผู้คนที่มาเที่ยวที่ตลาดน้ำวัดตะเคียน ถ่ายรูปในสถานที่วัด พร้อมโพสต์ลงเฟซบุ๊ก หรือ อินสตาแกรมและช่องทางต่างๆ พร้อมติดแฮชแท็ก "เช็คอินทุกอำเภอชวนเธอเที่ยวนนท์" ก็จะได้รับแก้วไปเลย 1 ใบ เป็นการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวมากขึ้นและช่วยให้แหล่งท่องเที่ยวเป็นที่รู้จักมากขึ้น



ได้มีโอกาสไปลงพื้นที่ออกบูธประชาสัมพันธ์ที่ วัดบรมราชากาญจนภิเษกอนุสรณ์ (วัดเล่งเน่ยยี่ 2) โดยกิจกรรม คือ การให้นักท่องเที่ยว หรือ ผู้คนที่มาเที่ยวที่วัดเล่งเน่ยยี่ ถ่ายรูปในสถานที่ที่วัดพร้อม โปสเตอร์ลงเฟสบุ๊ก หรือ อินสตาแกรมและช่องทางต่างๆ พร้อมติดแฮชแท็ก "เซ็ดอินทุกอำเภอชวนเธอเที่ยวนนท์" ก็จะได้รับแก้วไปเลย 1 ใบ เป็นการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวมากขึ้นและช่วยให้แหล่งท่องเที่ยวเป็นที่รู้จักมากขึ้น



ได้มีโอกาสไปลงพื้นที่ออกบูธประชาสัมพันธ์ที่ วัดปรมย์ยิกาวาส โดยกิจกรรมคือ การให้นักท่องเที่ยว หรือ ผู้คนที่มาเที่ยวที่วัดปรมย์ยิกาวาส ถ่ายรูปในสถานที่วัด พร้อมโพสต์ลงเฟซบุ๊ก หรือ อินสตาแกรมและช่องทางต่างๆ พร้อมติดแฮชแท็ก "เช็คอินทุกอำเภอชวนเธอเที่ยวนนท์" ก็จะได้รับแก้วไปเลย 1 ใบ เป็นการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวมากขึ้นและช่วยให้แหล่งท่องเที่ยวเป็นที่รู้จักมากขึ้น



ได้มีโอกาสไปลงพื้นที่ออกบูธประชาสัมพันธ์หน้างานและช่วยแนะนำและเป็นแบบในการถ่ายลงเพจของทางททท. ในงานวัฒนธรรมสองฝั่งเจ้าพระยามหาเจษฎาบดินทร์



ช่วยตรวจสอบเช็คยอดงบประมาณให้ถูกต้องและเช็คเอกสารให้ถูกต้อง



จัดเตรียมของรางวัลในการไปจัดกิจกรรม จัดเตรียมแก้วตัดปะะโลโก้



ติดต่อประสานงานตามเรื่องของงานในการมาทำปฏิทินท่องเที่ยวและติดต่อประสานงานตามเรื่องประชุมตอบกลับเอกสารต่างๆ กับหน่วยงานอื่นๆ



ได้มีโอกาสไปแจกโบรชัวร์ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนนทบุรี ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น
โดยฝากโบรชัวร์กับทางโรงแรมต่างๆ ให้นักท่องเที่ยวสนใจและได้มาเที่ยวเพิ่มขึ้น



เข้าฟังวาระการประชุมและดำเนินการส่งเอกสาร





ภาคผนวก ข
ตัวอย่างแบบสอบถาม

ตัวอย่างแบบสอบถามออนไลน์

แบบประเมินความพึงพอใจต่ออินโฟกราฟิกส์และคลิปวิดีโอของการประชาสัมพันธ์

ขอความกรุณานักงานที่ปรึกษาและพนักงานในสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนนทบุรี ประเมินความพึงพอใจต่ออินโฟกราฟิกส์ของการประชาสัมพันธ์

สื่ออินโฟกราฟิกส์ของการประชาสัมพันธ์



ตอนที่ 1 : ข้อมูลส่วนบุคคล

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง หน้าช่องข้อความที่ตรงตามความเป็นจริงกับข้อมูลของท่าน

1. เพศ

ชาย หญิง

2. อายุ

21-30 ปี 31-40 ปี

41 ปีขึ้นไป

ตอนที่ 2 : ประเมินความพึงพอใจต่ออินโฟกราฟิกส์ของการประชาสัมพันธ์

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ระดับความพึงพอใจที่ตรงตามความเป็นจริงกับข้อมูลของท่านมากที่สุด

เกณฑ์การประเมิน ระดับ = มากที่สุด

5

ระดับ = มาก

4

ระดับ = ปานกลาง

3

ระดับ = น้อย

2

ระดับ = น้อยที่สุด

1

1. การออกแบบสื่ออินโฟกราฟิกส์	ระดับความพึงพอใจ				
	5	4	3	2	1
1. สื่ออินโฟกราฟิกส์มีความน่าสนใจ โดดเด่น แปลกตา					
2. รูปแบบการจัดวางที่มีความเหมาะสมและใช้พื้นที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ					
3. การใช้สีและเทคนิคทางศิลปะ					
4. ความสวยงามและความคิดสร้างสรรค์					
5. ภาพที่ใช้ประกอบมีการสื่อความหมายชัดเจน					

2. เนื้อหาในสื่ออินโฟกราฟิกส์	ระดับความพึงพอใจ				
	5	4	3	2	1
1. เนื้อหามีความถูกต้องและเหมาะสม					
2. ข้อมูลอินโฟกราฟิกส์สามารถเข้าใจได้ง่าย					
3. ปริมาณเนื้อหามีความเหมาะสม					
4. มีความชัดเจนในการอธิบายเนื้อหา					
5. สามารถนำความรู้ไปใช้ประโยชน์ได้					

ตอนที่ 3 : ประเมินความพึงพอใจต่อคลิปวิดีโอของการประชาสัมพันธ์

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ระดับความพึงพอใจที่ตรงตามความเป็นจริงกับข้อมูลของท่านมากที่สุด

เกณฑ์การประเมิน ระดับ 5 = มากที่สุด
ระดับ 4 = มาก
ระดับ 3 = ปานกลาง
ระดับ 2 = น้อย
ระดับ 1 = น้อยที่สุด

1. ศาลหลักเมืองและอุทยานมกุฏมรยสราญ (โปรดสแกนเพื่อรับชม)



2. วัดสักใหญ่ (โปรดสแกนเพื่อรับชม)



3. วัดนครินทร์ (โปรดสแกนเพื่อรับชม)



4. วัดบรมราชาภิเษกกาญจนอนุสรณ์ (วัดเล่งเน่ยยี่ 2) (โปรดสแกนเพื่อรับชม)



5. วัดปรมัยยิกาวาสวรวิหาร (โปรดสแกนเพื่อรับชม)



6. พิพิธภัณฑวัดบางอ้อยช้าง (โปรดสแกนเพื่อรับชม)



7. งานวัฒนธรรมสองฝั่งเจ้าพระยามหาเจษฎาบดินทร์ (โปรดสแกนเพื่อรับชม)



8. ตลาดน้ำไทรน้อย (โปรดสแกนเพื่อรับชม)



1. การออกแบบสื่อวิดีโอและเนื้อหา	ระดับความพึงพอใจ				
	5	4	3	2	1
1. ความเหมาะสมของสถานที่ท่องเที่ยวเนื้อหาและการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว					
2. เนื้อหาที่น่าสนใจ					
3. การนำเสนอด้วยคลิปวิดีโอที่น่าสนใจ					
4. เสียงบรรยายและเพลงประกอบ					
5. ความชัดเจนของภาพ					

ตอนที่ 4 : ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงอินโฟกราฟิกส์และคลิปวิดีโอแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวใน
จังหวัดนนทบุรี

.....

.....

.....





ภาคผนวก ค
บทสัมภาษณ์พนักงานที่ปรึกษา

บทสัมภาษณ์พนักงานที่ปรึกษา

ความคิดเห็นของอินโฟกราฟิกส์และวิดีโอกับพนักงานที่ปรึกษา

อินโฟกราฟิกส์มีการออกแบบที่มีความคิดสร้างสรรค์ มีความน่าสนใจ เนื้อหาชัดเจนอ่านเข้าใจง่าย เลือกใช้รูปภาพและสีได้ตรงกับสิ่งที่สื่อสารออกมาได้ดี ส่วนของวิดีโอประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวมีการนำเสนอเนื้อหาที่น่าสนใจ ข้อมูลความเป็นมาที่ถูกต้อง บอกรายละเอียดสถานที่ได้ชัดเจน องค์กรของภาพและเพลงที่ใช้ประกอบวิดีโอมีความลงตัว

การทำงานในสำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนนทบุรี

ให้ความร่วมมือในการเข้าร่วมการจัดกิจกรรมต่างๆของสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนนทบุรีได้เป็นอย่างดี ช่วยเสนอความคิดเห็นและสร้างสรรค์งานด้านสื่อการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวได้ดีมากและให้ความช่วยเหลืองานในทุกกลุ่มงานของสำนักงานฯ ดีมาก



.....พนักงานที่ปรึกษา
(คุณสลักมณี เริ่มคิดการ)



ภาคผนวก ง
บทความวิชาการ

การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนนทบุรี
ผ่านเพจเฟซบุ๊กของสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนนทบุรี
Public Relations for Tourist Attractions in Nonthaburi Province through
the Facebook page of the Nonthaburi Provincial Tourism and Sports Office

นางสาวนภสร เพิ่มพูล รหัสนักศึกษา 6204400015

นางสาวณัจฉัตรชญา โล่สุวรรณ รหัสนักศึกษา 6204400036

ภาควิชาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม

38 ถนน เพชรเกษม แขวงบางหว้า เขตภาษีเจริญ กรุงเทพฯ 10160

E-mail : napasornptue14.00@gmail.com

บทคัดย่อ

สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนนทบุรี เป็นหน่วยงานที่ทำหน้าที่ส่งเสริมและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น รวมทั้งทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรม ประเพณีและข่าวสารต่างๆ ในจังหวัดนนทบุรี ให้เป็นที่รู้จักแก่บุคคลทั่วไปทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ผ่านทางเพจเฟซบุ๊ก ซึ่งเป็นสื่อสังคมที่นิยมอย่างแพร่หลายทั้งในประเทศและต่างประเทศ อีกทั้งยังเป็นที่รู้จักของคนทุกวัย การใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์เป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้ข้อมูลที่น่าสนใจนั้นได้รับความสนใจมากยิ่งขึ้น คณะผู้จัดทำจึงจัดทำโครงการเรื่อง "การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนนทบุรี ผ่านเพจเฟซบุ๊กของสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนนทบุรี" โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อรวบรวมแหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัดนนทบุรี รวมทั้งประเพณีที่จัดขึ้นในเดือนต่างๆ เผยแพร่ให้เป็นที่รู้จักแก่บุคคลทั่วไป โดยนำเสนอในรูปแบบอินโฟกราฟิกส์และคลิปวิดีโอผ่านเพจเฟซบุ๊กของสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนนทบุรี จากการสำรวจความพึงพอใจต่ออินโฟกราฟิกส์และวิดีโอของการประชาสัมพันธ์ของพนักงานสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนนทบุรี จำนวน 10 คน พบว่าในส่วนของอินโฟกราฟิกส์ซึ่งนำเสนอในเดือนต่างๆ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.27 และในส่วนของการ

คลิปวิดีโอที่น่าสนใจนั้น ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.78

คำสำคัญ: การประชาสัมพันธ์, แหล่งท่องเที่ยว, สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนนทบุรี

Abstract

Nonthaburi Provincial Tourism and Sports Office is an agency responsible for promoting and developing tourist attractions to be more efficient, including the duty to publicize tourist attractions, activities, traditions and various news in Nonthaburi Province to be more known to the general public. Using media for public relations is an important factor that will receive more attention. The students created this project with the objective of collecting tourist attractions within Nonthaburi Province. Including traditions held in different months and make it known in the form of infographics and video clips via Facebook page. Data obtained from a survey of satisfaction for the infographics and videos, 10 employees of the Nonthaburi Provincial Tourism and Sports Office found concerning the infographics that present traditions in different months, respondents were Overall satisfaction was at a high level, with an average of 4.27. For the tour video clips, respondents were overall satisfied at a high level with an average of 3.78.

Keywords: public relations, tourist attractions, Nonthaburi Provincial Tourism and Sports Office

ที่มาของปัญหา

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้มีนโยบายส่งเสริมการเดินทางกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยด้วยแนวคิด "โมเมนต์ที่ใช้ สร้างได้ไม่ต้องรอ" โดยการสร้างประสบการณ์เพื่อส่งเสริมการเดินทางแบบ "365 วันมหัศจรรย์เมืองไทยเที่ยวได้ทุกวัน" หวังผลักดันให้การท่องเที่ยวช่วยรักษาเสถียรภาพเศรษฐกิจของประเทศไทยให้ฟื้นตัวขึ้นเป็นการปฏิบัติการเชิงรุกเพื่อผลักดันให้คนไทยหันมาท่องเที่ยวในประเทศมากยิ่งขึ้นส่งผลให้ประเทศมีระบบเศรษฐกิจที่ดีขึ้นก่อให้เกิด "การสร้างงาน สร้างรายได้ในท้องถิ่น"

จังหวัดนนทบุรีเป็นหนึ่งใน 5 จังหวัด ที่อยู่ในพื้นที่ปริมณฑลของกรุงเทพมหานครมีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายโดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรและแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดนนทบุรีมี 6 อำเภอ อาทิเช่น อำเภอเมืองนนทบุรี อำเภอบางกรวย อำเภอบางใหญ่ อำเภอไทรน้อยและอำเภopakเกร็ด เป็นต้น ซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มักเลือกที่จะมาสถานที่ท่องเที่ยวช้อปปิ้งของจังหวัดนนทบุรี

สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนนทบุรี เป็นหน่วยงานราชการส่วนภูมิภาคทำหน้าที่บริหารราชการภายใต้การบังคับบัญชาของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาด้านอุตสาหกรรม การท่องเที่ยว กีฬาและนันทนาการเพื่อยกระดับมาตรฐานการท่องเที่ยวและพัฒนาต่อยอดแหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นรวมถึงคอยให้ความช่วยเหลือนักท่องเที่ยวแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวและข้อมูลข่าวสารของจังหวัดให้แก่กลุ่มนักท่องเที่ยวและผู้สนใจผ่านเพจเฟซบุ๊กแต่เพจเฟซบุ๊กของสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนนทบุรี ปัจจุบันยังไม่ได้มีการเผยแพร่ข้อมูลอย่างสม่ำเสมอ

วัตถุประสงค์

เพื่อรวบรวมแหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัดนนทบุรี จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนนทบุรีในรูปแบบอินโฟกราฟิกส์และวิดีโอแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวผ่านเพจเฟซบุ๊กของสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนนทบุรี ให้คนได้เข้าถึงและเป็นที่ยอมรับมากขึ้น

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนนทบุรีมีสื่อเพื่อประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดนนทบุรีในรูปแบบอินโฟกราฟิกส์และวิดีโอแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวผ่านเพจเฟซบุ๊กของสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนนทบุรี
2. นักท่องเที่ยวและประชาชนทั่วไปสามารถทราบข้อมูลและเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนนทบุรีผ่านเพจเฟซบุ๊กของสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนนทบุรี

ทบทวนวรรณกรรม

1.การประชาสัมพันธ์

นักวิชาการและนักวิชาชีพด้านการประชาสัมพันธ์ได้ให้ความหมายของคำว่า การประชาสัมพันธ์ ได้ดังนี้

วิรัช ทวีรัตนกุล (2546) ได้กล่าวว่า คำว่า "การประชาสัมพันธ์" เป็นคำที่แปลมาจากภาษาอังกฤษว่า "Public Relations" กล่าวคือ Public แปลว่า ประชา ได้แก่ ประชาชน สาธารณชนและกลุ่มชน แปลว่า สัมพันธ์ ได้แก่ ความสัมพันธ์หรือความเกี่ยวข้องด้วยหรือการผูกพัน ดังนั้น คำว่าการประชาสัมพันธ์จึงหมายถึงความสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับประชาชนสาธารณชนหรือกลุ่มชน

เสรี วงษ์มณฑา (2541) ได้กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ เป็นการกระทำที่เกิดจากการวางแผนล่วงหน้าในการที่จะสร้างความเข้าใจกับสาธารณชนที่เกี่ยวข้อง เพื่อก่อให้เกิดทัศนคติที่ดีภาพพจน์ที่ดีอันจะนำไปสู่สัมพันธภาพที่ดีระหว่างหน่วยงานและสาธารณชนก่อให้เกิดการสนับสนุนและความร่วมมือ

เสาวนีย์ ลิกขาบัณฑิต (2540) ได้กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ เป็นสื่อสารแนวคิดข่าวสาร ข้อเท็จจริงระหว่างหน่วยงานสถาบันกับประชาชนเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีต่อการประชาสัมพันธ์ซึ่งอยู่บนรากฐานของการสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างหน่วยงานหรือสถาบันกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องหน่วยงานหรือสถาบันก็ต้องมีการเผยแพร่ข่าวสารให้ประชาชนหรือผู้เกี่ยวข้องทราบและรับฟังความคิดเห็นของประชาชนเพื่อให้เกิดความเข้าใจยอมรับร่วมมือศรัทธาอันจะบังเกิดผลดีต่อการดำเนินงานด้วยความราบรื่นปราศจากปัญหาข้อขัดแย้งต่างๆ

พรทิพย์ พิมลสินธ์ (2540) ได้กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ คือ "การปฏิบัติกิจกรรมต่างๆ ตามแผนการของการสื่อสารที่ได้กำหนดไว้เพื่อส่งเสริมความเข้าใจอันถูกต้องตรงกัน ในอันที่จะสร้างความเชื่อถือศรัทธาและความร่วมมือระหว่างสถาบันกับประชาชนกลุ่มเป้าหมาย โดยเป็นการปฏิบัติกิจกรรมที่ต่อเนื่องและหวังผลระยะยาว"

วิจิตร อาวะกุล (2539) ได้กล่าวว่า "การประชาสัมพันธ์ หมายถึง ความพยายามของสถาบันที่จะแสวงหาความสัมพันธ์และความร่วมมือจากประชาชน ตลอดจนดำรงไว้ซึ่งทัศนคติที่ดีของประชาชนต่อสถาบันเพื่อสร้างสรรค์ความรู้ความเข้าใจเชื่อถือศรัทธาให้เกิดแก่ประชาชนเพื่อให้ประชาชนยอมรับสนับสนุนให้ความร่วมมือในการดำเนินงานตามวัตถุประสงค์ นโยบายและความเคลื่อนไหวของสถาบันหรือหน่วยงานนั้นๆ"

ทิพวรรณ วิระสิงค์ (2532) ได้กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ เป็นกิจกรรมที่ปฏิบัติต่อเนื่องตามแผนที่วางไว้เพื่อส่งเสริมความเชื่อศรัทธาในบุคคลและสถาบันโดยปกติการประชาสัมพันธ์ จะนำไปเพื่อองค์กรสถาบัน

โบวีและทิว (2535) ได้ให้นิยามว่า การประชาสัมพันธ์ เป็นความพยายามที่มีการวางแผนล่วงหน้าเพื่อสร้างอิทธิพลต่อความคิดเห็นของประชาชน โดยอาศัยหลักการที่ดีและการกระทำอย่างมีความ

รับผิดชอบด้วยวิธีการสื่อสาร 2 ทางในอันที่จะสร้างความเข้าใจซึ่งกันและกัน

มาร์สตัน (2522) ได้ให้นิยามว่า การประชาสัมพันธ์ เป็นการสื่อสารที่โน้มน้าวใจโดยมีการวางแผนเพื่อให้เกิดอิทธิพลต่อกลุ่มประชาชนที่สำคัญ

เบอร์เนย์ (2495) ได้ให้นิยามว่า นักประชาสัมพันธ์ที่นำผลงานประชาสัมพันธ์เข้าสู่สถาบันการศึกษาในสหรัฐอเมริกาเมื่อปี ค.ศ. 1923 แสดงความคิดเห็นว่าการประชาสัมพันธ์ หมายถึง การเผยแพร่ชี้แจงให้ประชาชนทราบและชักชวนให้ประชาชนมีส่วนร่วมหรือเห็นด้วยกับวัตถุประสงค์และวิธีการดำเนินงานของสถาบัน รวมทั้งเป็นการประสานความคิดเห็นของกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องให้เข้ากับจุดมุ่งหมายและวิธีการดำเนินของสถาบัน

จากคำจำกัดความที่ยกมาดังกล่าวไว้ทั้งหมดข้างต้นสามารถสรุปความหมายของการประชาสัมพันธ์ได้ว่าเกี่ยวข้องกับคำ 4 คำคือ

1. คำว่า สถาบัน (Institution or Organization)

สถาบัน หมายถึง กิจกรรมที่บุคคลหรือบุคคลได้จัดทำขึ้นโดยประสงค์ที่จะดำเนินการใดๆ ในสังคมให้ลุกลงไปตามความปรารถนาของบุคคลหรือคณะบุคคลนั้น อาทิเช่น ถ้าเป็นกิจการด้านการเมืองการปกครอง สถาบันอาจมีรูปเป็นรัฐบาลกระทรวง ทบวง กรมและหน่วยราชการต่างๆ ถ้าเป็นกิจการด้านสังคมสงเคราะห์หรือองค์การสาธารณกุศลต่างๆ สถาบันอาจมีรูปเป็นมูลนิธิหรือสภาสงเคราะห์ นอกจากนี้ยังมีกิจการด้านธุรกิจ ซึ่งสถาบันอยู่ในรูปของบริษัท ห้างร้านและธนาคาร รวมทั้งกิจการด้านการศึกษาศึกษาด้วยสถาบันอยู่ในรูปของมหาวิทยาลัย วิทยาลัยและโรงเรียน เป็นต้น หน่วยงานองค์กรและสถาบันเหล่านี้ จะต้องดำเนินการให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามเป้าหมายของสถาบันดังกล่าวข้างต้นโดยจะต้องดำเนินการให้ถูกต้องตามกฎหมายมีระเบียบ กฎเกณฑ์ ข้อบังคับ ตลอดจนเป็นสถาบันที่เกี่ยวข้องกับประชาชน

2. คำว่า กลุ่มประชาชน (The Public)

กลุ่มประชาชน หมายถึง กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องกับสถาบันกลุ่มประชาชนอาจแบ่งตามลักษณะต่างๆ อาทิเช่น ความสนใจในระดับการศึกษาความรู้ เพศ ฐานะและรายได้ ฯลฯ กลุ่มของประชาชนจะเป็นกลุ่มใดนั้นขึ้นอยู่กับลักษณะและประเภทของสถาบันนั้นๆ กลุ่มประชาชนมีความสำคัญต่อสถาบันอย่างมากเพราะมีอิทธิพลที่จะทำให้สถาบันเจริญก้าวหน้า ถ้ากลุ่มประชาชนให้ความร่วมมือและสนับสนุนตรงกับข้ามถ้ากลุ่มประชาชนไม่ให้ความร่วมมือก็จะเป็นอุปสรรคต่อการดำเนินงานของสถาบันดังนั้น สถาบันจะต้องยืดหยุ่นเปลี่ยนแปลงให้เข้ากับกลุ่มประชาชนและสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาเพื่อความเจริญรุ่งเรืองของกิจการ

3. คำว่า ความสัมพันธ์อันดี (Good Relationship)

ความสัมพันธ์อันดี หมายถึง เกี่ยวข้องสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานองค์กรและสถาบันกับกลุ่มประชาชน เป้าหมายของสถาบันกิจการใดๆ ของสถาบันที่ได้จัดทำขึ้นนับตั้งแต่เริ่มจัดตั้งสถาบันจนกระทั่งได้ดำเนินงานใดๆ ของสถาบันไปควรจะทำให้เกิดความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มประชาชนหรือกล่าวอีกนัยหนึ่งคือ ทำให้กลุ่มประชาชนมีความนิยมเกิดความพึงพอใจเกิดความเข้าใจในนโยบายและการดำเนินงานของสถาบันรวมทั้งเต็มใจที่จะให้ความสนับสนุนร่วมมือด้วยการที่จะให้ดำเนินงานได้ผลดีเช่นนั้นหน่วยงานองค์กรและสถาบันจำต้องศึกษาถึงสภาพของกลุ่มประชาชน ตลอดจนศึกษาความรู้สึคนึกคิดต่างๆ ที่ประชาชนมีต่อสถาบันและกิจการของสถาบัน สรุปคือ ทำให้เกิดความเข้าใจอันดีช่วยเหลือซึ่งกันและกันเมื่อเกิดความเข้าใจอันดีหรือความสัมพันธ์อันดีแล้วโอกาสที่จะได้รับความร่วมมือสนับสนุนจากประชาชนก็จะติดตามมา

4. คำว่า ประชาสัมพันธ์ (Public Opinion)

ประชาสัมพันธ์ หมายถึง กลุ่มของประชาชนที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งมีความสำคัญต่อการประชาสัมพันธ์ในแง่ของการให้ความร่วมมือสนับสนุน เนื่องจากความรู้สึคนึกคิดของแต่ละบุคคลอาจจะแตกต่างกันหรือ

เหมือนกันก็ได้ ดังนั้นสถาบันควรศึกษาความคิดเห็นของประชาชนว่า สนใจ เห็นด้วยให้ความสนับสนุนคัดค้านหรือยอมรับเมื่อสถาบันได้ศึกษาสภาพความคิดเห็นของประชาชนแล้วก็จะได้หาทางแก้ไขความขัดแย้งหรือความเข้าใจผิดของประชาชนบางคนในกลุ่มให้หมดไป

2. อินโฟกราฟิกส์

จตุรงค์ ชัชวาลดำรงเจตน์ (2564) ได้กล่าวว่า คำว่า "Information + Graphic" อินโฟกราฟิกส์ จึงหมายถึง การนำข้อมูลหรือความรู้มาสรุปเป็นสารสนเทศในลักษณะของข้อมูลภายในภาพนั้นอาจประกอบด้วยสัญลักษณ์ กราฟ แผนภูมิ แดงผ้ง แผนที่ เป็นต้น ที่ออกแบบเป็นภาพนิ่งหรือภาพเคลื่อนไหว เข้าใจง่าย รวดเร็วและชัดเจน เปรียบเสมือนการสรุปข้อมูลลงในภาพสื่อให้เข้าใจความหมายทั้งหมดไว้

3. สื่อออนไลน์

อดิเทพ บุคราษ (2553) ได้กล่าวว่า คำว่า เครือข่ายสังคมออนไลน์ หมายถึง กลุ่มคนที่รวมกันเป็นสังคมและมีการทำกิจกรรมร่วมกันบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งอยู่ในรูปแบบเว็บไซต์ มีการแพร่ขยายออกไปเรื่อยๆ โดยใช้รูปแบบของการติดต่อสื่อสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตมีการสร้างเครือข่ายชุมชนเสมือนอยู่บนเครือข่ายคอมพิวเตอร์เพื่อใช้เป็นเครื่องมือสำคัญในการติดต่อสื่อสารการทำกิจกรรมต่างๆ รวมทั้งการใช้ประโยชน์ ทางด้านการศึกษา ธุรกิจและความบันเทิง คนในสังคม ปัจจุบันส่วนใหญ่จะใช้ชีวิตอยู่กับสังคมออนไลน์เพิ่มมากขึ้น มีการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อบอกเล่าเรื่องราวประสบการณ์ รูปภาพและวิดีโอที่ผู้ใช้จัดทำขึ้นเองหรือพบเจอจากสื่อต่างๆ แล้วนำมาแบ่งปันให้กับเพื่อนและผู้อื่นที่อยู่ในเครือข่ายของตนได้ทราบผ่านทางเว็บไซต์ของเครือข่ายสังคมออนไลน์

4. จังหวัดนนทบุรี

จังหวัดนนทบุรี ตั้งอยู่ในภาคกลาง บนฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาเป็นจังหวัด 1 ใน 5 ของจังหวัดปริมณฑล คือนนทบุรี สมุทรปราการ นครปฐม สมุทรสาครและปทุมธานี มีเนื้อที่ประมาณ 622.38 ตารางกิโลเมตร (เมื่อ

เปรียบเทียบกับพื้นที่ของจังหวัดในภาคกลางทั้งหมด จังหวัดนนทบุรีมีขนาดเล็กเป็นที่ 2 รองจากจังหวัดสมุทรสงคราม) โดยแม่น้ำเจ้าพระยาได้ตัดแบ่งพื้นที่ของจังหวัดออกเป็น 2 ส่วนคือ ฟุ้งตะวันตกและฟุ้งตะวันออก จังหวัดนนทบุรีอยู่ห่างจากกรุงเทพฯ ประมาณ 20 กิโลเมตร ประกอบด้วยอำเภอทั้งหมด 6 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมืองนนทบุรี อำเภอปากเกร็ด อำเภอบางบัวทอง อำเภอบางใหญ่ อำเภอบางกรวยและอำเภอไทรน้อย มีองค์กรปกครองท้องถิ่นประกอบด้วย องค์การบริหารส่วนจังหวัด 1 แห่ง เทศบาลนคร 2 แห่ง เทศบาลเมือง 4 แห่ง เทศบาลตำบล 11 แห่งและองค์การบริหารส่วนตำบล 28 แห่ง พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นที่ราบลุ่มแต่เดิมประชาชนส่วนใหญ่มีอาชีพทำสวนผลไม้และทำไร่ ทำนา ปัจจุบันพื้นที่ของจังหวัดซึ่งเคยเป็นสวนผลไม้และมีอาณาเขตติดต่อกับกรุงเทพฯ เริ่มมีการเปลี่ยนแปลงเป็นที่อยู่อาศัยของประชาชนที่อพยพมาจากทุกภาคของประเทศ นอกจากนี้ พื้นที่บางส่วนของจังหวัดในบางอำเภอยังเป็นที่ยอมรับการขยายตัวในด้านอุตสาหกรรม มีการจัดสรรที่ดินและก่อสร้างโรงงานอุตสาหกรรม เป็นจำนวนมาก อาจกล่าวได้ว่าพื้นที่ฟุ้งตะวันออกของจังหวัดซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีอาณาเขตติดต่อกับกรุงเทพฯ เป็นส่วนหนึ่งของกรุงเทพฯ

5. การท่องเที่ยว

หากกล่าวถึงคำว่า "การท่องเที่ยว" หลายคนอาจนึกถึงคำว่า "การเดินทาง" ไปเยี่ยมชมสถานที่ต่างๆ หรือเพื่อไปร่วมกิจกรรมบางอย่างเยี่ยมชมอนุสาวรีย์ไปประชุมหรือบางคนอาจจะนึกถึงชาวต่างประเทศสะพายกระเป๋าอยู่กลางถนนนอนอาบแดดอยู่ริมชายหาด ดังนั้น จึงพบว่ากิจกรรมการเดินทางนั้นมีความเกี่ยวข้องและสัมพันธ์กับชีวิตมนุษย์มาตั้งแต่สมัยโบราณ อาทิเช่น การทำสงครามการแสวงหาสินค้าแสวงหาดินแดนใหม่หรือเพื่อนมิตรการค้าสัตว์ ซึ่งการเดินทางบางอย่างยังคงปรากฏให้เห็นจนถึงปัจจุบันจะพบได้ว่าการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางแต่ปัญหาอยู่ที่ว่าการเดินทางไม่ใช่การท่องเที่ยวเสมอไป ดังนั้น จึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งที่ควรจะต้องรู้ความหมาย

ของการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้ อย่างมหาศาลให้แก่ประเทศและถือเป็นอุตสาหกรรมที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในโลก

กมลชนก วรรณรังษี และจิราภรณ์ กันยาทอง (2562) ได้จัดทำโครงการงานสหกิจศึกษาเรื่อง "ปฏิทินและคู่มือการท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสาคร ในรูปแบบหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book)" สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสมุทรสาครเป็นหน่วยงานที่ทำหน้าที่ในการส่งเสริมเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่นำมาต่อยอดให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น รวมทั้งมีการประชาสัมพันธ์แนะนำสถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรม ประเพณีและข่าวสารต่างๆ ตลอดจนมีการประสานงานช่วยเหลือนักท่องเที่ยวและให้ข้อมูลที่นำเสนอผ่านทางเว็บไซต์ จากข้อมูลเหล่านี้จึงทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจในแหล่งท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก ซึ่งการให้ข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวจะมีการนำเสนอในรูปแบบของแผ่นพับหรือหนังสือ ซึ่งทำจากกระดาษย่อมทำให้เกิดความสิ้นเปลือง ทางคณะผู้จัดทำได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) ซึ่งเป็นหนังสือที่สามารถอ่านข้อมูลผ่านทางหน้าจอคอมพิวเตอร์และสมาร์ตโฟนได้ จึงนำมาจัดทำเป็นโครงการงาน "ปฏิทินและคู่มือการท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสาคร ในรูปแบบหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book)" โดยการนำนวัตกรรมในรูปแบบใหม่ที่นำเสนอผ่านทาง (E-Book) ซึ่งสามารถเข้าถึงข้อมูลผ่านทางระบบออนไลน์ได้อย่างสะดวกรวดเร็วและลดต้นทุนในการผลิตจากเดิมที่มีการใช้กระดาษที่มีต้นทุนสูง ซึ่งมาช่วยในการพัฒนาต่อยอดให้แก่สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสมุทรสาครเพื่อนำไปใช้ประชาสัมพันธ์และเป็นคู่มือการเดินทางท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวต่อไป

สมรศรี คำตรง (2563) ได้จัดทำวิจัยเรื่อง "แนวทางการจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี" งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมเพื่อประเมินศักยภาพในการ

เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและเพื่อจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี โดยมีกลุ่มผู้ให้ข้อมูล ได้แก่ ตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาคเอกชน ชุมชนและนักท่องเที่ยว เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบตรวจสอบทรัพยากรการท่องเที่ยวแบบประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและแบบสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้าง การเก็บรวบรวมข้อมูลใช้วิธีการนำเครื่องมือลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลและสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล จำนวน 14 คน การวิเคราะห์ข้อมูลใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหาและการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค ผลการวิจัยพบว่า ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี ส่วนใหญ่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางศาสนา ได้แก่ วัดศรีเรืองบุญ วัดชลอ วัดโพธิ์บางโอ วัดเพลง วัดแก้วฟ้า วัดบางป่า วัดบางขนุน วัดบางอ้อยช้าง วัดบางไกรโน วัดตะเคียน วัดโบสถ์บัน และศาลเจ้าแม่ทับทิม รองลงมาเป็นแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมชุมชน ได้แก่ บ้านโบราณ 100 ปี และสวนเกษตรลัดดาวัลย์ จุดแข็งของแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวมีจำนวนมากและแต่ละแห่งมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวชุมชนที่รวมกลุ่มกันดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวมีความเข้มแข็ง ที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวอยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพมหานคร จุดอ่อน ได้แก่ การเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและเชื่อมโยงแต่ละแหล่งท่องเที่ยวยังไม่สะดวก แหล่งท่องเที่ยวบางแห่งขาดการดูแลให้อยู่ในสภาพที่ดีและขาดบุคลากรให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวประจำ ด้านผลการประเมินศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอยู่ในกลุ่มมาตรฐานระดับดีเยี่ยม 3 แห่ง ระดับดีมาก 2 แห่ง ระดับดี 7 แห่ง ระดับปานกลาง 2 แห่งและระดับต่ำ 1 แห่ง สามารถจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 3 เส้นทาง ได้แก่ 1) เส้นทางศาลเจ้าแม่ทับทิม-บ้านโบราณ 100 ปี 2) เส้นทางวัดชลอ-วัดบางขนุนและ 3) เส้นทางวัดบางอ้อยช้าง-วัดโบสถ์บัน

ธนธร สันติชาติ และพิทักษ์ ศิริวงศ์ (2565) ได้จัดทำวิจัยเรื่อง "การนำเสนอความเป็นไทยเชิงสัญลักษณ์ผ่าน

เนื้อหาคลิปวิดีโอโฆษณาออนไลน์ทางการตลาดของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย" งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการนำเสนอความเป็นไทยเชิงสัญลักษณ์ผ่านเนื้อหาคลิปวิดีโอโฆษณาออนไลน์ทางการตลาดของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยงานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้วิธีวิทยาแบบวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) และเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหาจากเว็บไซต์ ยูทูป Amazing Thailand ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จำนวน 10 เรื่อง ที่มีจำนวนยอดวิวมากกว่า 500,000 วิว โดยผลการศึกษาพบว่า 1) รูปแบบเนื้อหาด้านความเป็นไทยเชิงสัญลักษณ์สามารถแบ่งได้เป็น 9 รูปแบบ ได้แก่ (1) อาหารไทย (2) ศิลปะไทย (3) วิถีชีวิตไทย (4) สุขภาพดีแบบไทย (5) งานเทศกาลแบบไทย (6) ภูมิปัญญาไทย (7) ความสนุกแบบไทย (8) สัตว์ไทยและ (9) ยานพาหนะไทย 2) รูปแบบของดนตรีและเพลงประกอบโฆษณามีจังหวะเร็วและสนุกสนานเข้ากับลักษณะนิสัยของคนไทย รวมทั้งมีเครื่องดนตรีไทยเข้ามาผสมเพื่อสื่อถึงเอกลักษณ์ของแต่ละภาค 3) รูปแบบภาษาและข้อความมีการใช้คำซ้ำและคำคล้องจองตามโครงสร้างของภาษาไทยเพื่อให้เกิดการจดจำได้ง่าย รวมทั้งมีการใช้ภาษาท้องถิ่นเพื่อสื่อถึงเอกลักษณ์ของแต่ละภาคและ 4) รูปแบบการเล่าเรื่องมีการใช้โครงเรื่องและแก่นความคิดหลักเกี่ยวกับความรักในระหว่างการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเพื่อผ่อนคลายจากการทำงานและการได้รับประสบการณ์ที่แตกต่างจากการท่องเที่ยว มีการใช้สถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามในประเทศไทยและมีการใช้สัญลักษณ์พิเศษเพื่อที่สอดคล้องและสื่อถึงแก่นความคิดหลักของเรื่องโดยผลจากการวิจัยนี้สามารถนำไปเป็นแนวทางให้กับผู้ที่เกี่ยวข้องออกแบบสื่อโฆษณาทางการตลาดการท่องเที่ยวเพื่อนำเสนอความเป็นไทยให้เกิดการจดจำได้ง่ายและกระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศมากขึ้น

นริศรา จำยิ่งเกิด และคณะ (2565) ได้จัดทำวิจัยเรื่อง "การสร้างออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาหล่มสัก จังหวัด

เพชรบูรณ์" การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) การสร้างสื่อออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์ และ 2) ศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อการสร้างสื่อออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์ กลุ่มเป้าหมายในการศึกษา ประกอบด้วย สื่อออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์และแบบประเมินความพึงพอใจ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์คือ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษาพบว่า สื่อออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์ นำเสนอในรูปแบบเว็บไซต์ เฟซบุ๊กและยูทูป ซึ่งประกอบด้วย ตัวอักษร ภาพ เสียงและวิดีโอที่สามารถใช้สมาร์ตโฟนหรือคอมพิวเตอร์เพื่อเชื่อมโยงไปยังข้อมูลในรูปแบบสื่อออนไลน์ได้ ผลการประเมินความพึงพอใจการเข้าใช้สื่อออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก

วิธีการดำเนินการ

ขั้นตอนการศึกษาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว

1. สอบถามพนักงานที่ปรึกษาถึงแหล่งท่องเที่ยวที่ยังไม่ได้รับการประชาสัมพันธ์ อย่างเผยแพร่มีสถานแหล่งท่องเที่ยวใดน่าสนใจบ้าง
2. ศึกษาข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวในเว็บไซต์ก่อนเดินทางไปเก็บข้อมูลยังสถานที่จริง
3. เดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวและสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ กับชาวบ้านละแวกพื้นที่เพื่อรวบรวมข้อมูล
4. ถ่ายทำวิดีโอและภาพถ่ายในแหล่งท่องเที่ยวเพื่อนำมาประชาสัมพันธ์
5. เรียบเรียงข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวและนำไปปรึกษาพนักงานที่ปรึกษาเพื่อนำไปประชาสัมพันธ์ผ่านเพจเฟซบุ๊กของสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนนทบุรี

6. จัดทำสื่ออินโฟกราฟิกส์และวิดีโอประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวและนำเสนอให้พนักงานที่ปรึกษาได้ทำการพิจารณาเพื่อรับคำแนะนำและแก้ไขให้สมบูรณ์

ขั้นตอนการประชาสัมพันธ์

การดำเนินโครงการเป็นขั้นตอนตามลำดับ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของโครงการ มีดังนี้

1. ศึกษาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่ของสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนนทบุรี

- ศึกษาแหล่งท่องเที่ยวที่พนักงานที่ปรึกษามาให้มาและสอบถามเกี่ยวกับความเป็นมาของข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว

- แหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับจากพนักงานที่ปรึกษาส่วนมากเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางไปเที่ยวมากที่สุด

2. สอบถามข้อมูลจากพนักงานที่ปรึกษา

- สอบถามแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่มีนักท่องเที่ยวรู้จักหรือเดินทางไปท่องเที่ยว

- สอบถามข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ โดยเริ่มจากสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความน่าสนใจ

3. ศึกษาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวจากเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องและลงพื้นที่ถ่ายทำวิดีโอ

- ศึกษาข้อมูลของจังหวัดนนทบุรีจากเว็บไซต์

- ศึกษาแหล่งท่องเที่ยวที่จะไปถ่ายทำสื่อประชาสัมพันธ์

- ศึกษาเส้นทางของแต่ละสถานที่ท่องเที่ยวและทำการลงพื้นที่ถ่ายทำวิดีโอเพื่อนำไปทำการประชาสัมพันธ์

4. รวบรวมข้อมูลและนำเสนอวิดีโอประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยว

- วิดีโอประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวของแต่ละสถานที่นำมาเผยแพร่ผ่านเพจเฟซบุ๊กสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนนทบุรี

ขั้นตอนการทำอินโฟกราฟิกส์และคลิปวิดีโอ

สื่อประเภทที่ 1 คือ อินโฟกราฟิกส์

คณะผู้จัดทำได้จัดทำอินโฟกราฟิกส์ซึ่งเป็นปฏิบัติท่องเที่ยวโดยนำเสนอประเพณีของจังหวัดนนทบุรีใน

เดือนมีนาคม - เดือนพฤษภาคม ซึ่งเป็นเดือนที่คณะผู้จัดทำเข้าปฏิบัติงานในสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนนทบุรี

สื่อประเภทที่ 2 คือ คลิปวิดีโอ

คณะผู้จัดทำได้จัดทำคลิปวิดีโอซึ่งเป็นการแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดนนทบุรี คณะผู้จัดทำเข้าปฏิบัติงานในสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนนทบุรี

สรุปผลโครงการ

จากการปฏิบัติสหกิจศึกษาตั้งแต่วันที่ 16 มกราคม 2566 ถึงวันที่ 12 พฤษภาคม 2566 ในตำแหน่งนักศึกษาฝึกงาน กลุ่มงานส่งเสริมและพัฒนาด้านการท่องเที่ยว ณ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนนทบุรี เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่บรรลุไว้ ทางคณะผู้จัดทำได้รับความรู้ในการปฏิบัติงานในด้านต่างๆ ตลอดจนการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ ทางคณะผู้จัดทำได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยทำแบบสอบถามผ่าน Google Form การประเมินความพึงพอใจต่ออินโฟกราฟิกส์และคลิปวิดีโอของการประชาสัมพันธ์ให้กับพนักงานในสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนนทบุรี เป็นจำนวน 10 คน

จากการสำรวจความพึงพอใจของพนักงานในสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนนทบุรี เป็นจำนวน 10 คน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง เป็นจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 มีอายุ 21-30 ปีและอายุ 31-40 ปี เป็นจำนวน 4 คนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 80.00 ผลจากการตอบแบบสอบถามความพึงพอใจต่ออินโฟกราฟิกส์ของการประชาสัมพันธ์ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.27 ในส่วนของกรออกแบบสื่ออินโฟกราฟิกส์นั้น ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากทุกประเด็น หากพิจารณารายประเด็นพบว่า ประเด็นที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมากที่สุดคือ สื่ออินโฟกราฟิกส์มีความน่าสนใจโดดเด่น แปลกตา มีค่าเฉลี่ย 4.30 รองลงมาคือ รูปแบบการจัดวางที่มีความเหมาะสมและใช้พื้นที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ การใช้สีและเทคนิคทางศิลปะและภาพที่

ใช้ประกอบมีการสื่อความหมายชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 4.20 และส่วนที่ความสวยงามและความคิดสร้างสรรค์ มีค่าเฉลี่ย 3.90 และส่วนของเนื้อหาในสื่ออินโฟกราฟิกส์นั้น ประเด็นที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดคือ เนื้อหาที่มีความถูกต้องและเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 4.60 และประเด็นที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดคือ มีความชัดเจนในการอธิบายเนื้อหา มีค่าเฉลี่ย 4.40 รองลงมาคือ ข้อมูลอินโฟกราฟิกส์สามารถเข้าใจได้ง่าย ปริมาณเนื้อหามีความเหมาะสมและสามารถนำความรู้ไปใช้ประโยชน์ได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 4.30 และผลจากการตอบแบบสอบถามความพึงพอใจต่อคลิปวิดีโอในภาพรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.78 หากพิจารณารายประเด็นพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากในทุกประเด็น โดยประเด็นที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมากที่สุดคือ การนำเสนอด้วยคลิปวิดีโอมีความน่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย 4.10 รองลงมาคือ เนื้อหาที่มีความน่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย 3.90 รองลงมาคือ ความเหมาะสมของสถานที่ท่องเที่ยว เนื้อหาและการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 3.70 ส่วนประเด็นเรื่องเสียงบรรยายและเพลงประกอบและความชัดเจนของภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 3.60

บรรณานุกรม

กมลชนก วรรณรังษี และจิราภรณ์ กันยาทอง. (2562).

ปฏิทินและคู่มือการท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสาครในรูปแบบหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book). (สหกิจศึกษา). กรุงเทพฯ: คณะศิลปศาสตร์

มหาวิทยาลัยสยาม.

จังหวัดนนทบุรี. (2566). *ประวัติความเป็นมาของจังหวัด*

นนทบุรี. สืบค้น 1 เมษายน 2566, จาก <http://www2.nonthaburi.go.th/content/logo>

จตุรงค์ ชัชวาลดำรงเจตน์. (2564). *อินโฟกราฟิกส์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทย.* (สหกิจศึกษา). กรุงเทพฯ: คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม.

- ทิพวรรณ วีระสิงค์. (2532). *การประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชนธร สันติชาติ และพิทักษ์ ศิริวงศ์. (2565). *การนำเสนอ*
ความเป็นไทยเชิงสัญลักษณ์ผ่านเนื้อหาคลิปวิดีโอ
โฆษณาออนไลน์ทางการตลาดของการท่องเที่ยว
แห่งประเทศไทย. (งานวิจัย). เลข: มหาวิทยาลัยราช
ภัฏเลย.
- นริศรา ขำยิ่งเกิด และคณะ. (2564). *การสร้างออนไลน์
เพื่อประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวเชิง
วัฒนธรรม กรณีศึกษาหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์*.
(งานวิจัย). เพชรบูรณ์: มหาวิทยาลัยมหามกุฏราช
วิทยาลัย วิทยาเขตอีสาน.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2556). *การอ่านความของค่าประมาณ
ค่า (Rating Scale)*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ สุวีริยา
สาส์น.
- เบอร์เนย์. (2495). *การประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพฯ:
สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- โบวีและทิว. (2535). *การประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพฯ:
สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ไปด้วยกัน. (2563). *ศาลากลางจังหวัดนนทบุรี (หลังเก่า)*.
สืบค้น 1 เมษายน 2566, จาก
www.paiduaykan.com/travel/ศาลากลางเก่านนทบุรี
- พรทิพย์ พิมลสินธุ์. (2540). *การประชาสัมพันธ์*.
กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.
- พิมพ์พิชชา เลิศสกุลผาสุข และวนิดา เลิศพิพัฒนานนท์.
(2564). *ระเบียบวิธีวิจัยพื้นฐานในธุรกิจท่องเที่ยว
และการบริการ*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์
มหาวิทยาลัยสยาม.
- วิมลพรรณ ตั้งจิตเพิ่มความดี. (2543). *ความสำคัญของ
การประชาสัมพันธ์ที่มีต่อองค์กร และสถาบัน*.
มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- มาร์สตัน. (2522). *การประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพฯ:
สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิจิตร อาวะกุล. (2539). *การประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพฯ:
สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิรัช ฤทธิรัตนกุล. (2546). *การประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพฯ:
สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สมรศรี คำตรง. (2563). *แนวทางการจัดทำเส้นทาง
ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในอำเภอบางกรวยจังหวัด
นนทบุรี*. (งานวิจัย). นนทบุรี: วารสาร
มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราช
พฤกษ์.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2541). *การประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพฯ:
สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนนทบุรี. (2566).
*ประวัติความเป็นมาของสำนักงานการท่องเที่ยว
และกีฬาจังหวัดนนทบุรี*. สืบค้น 1 เมษายน 2566,
จาก www.nonthaburi.mots.go.th
- เสาวนีย์ สิกขาบัณฑิต. (2540). *การประชาสัมพันธ์*.
กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.
- หรอยจิง. (ม.ป.ป.). *วัดเฉลิมพระเกียรติวรวิหาร*. สืบค้น 1
เมษายน 2566, จาก rojjang.com
- หรอยจิง. (ม.ป.ป.). *ทำนูนนนทบุรี*. สืบค้น 1 เมษายน
2566, จาก rojjang.com
- อมรรัตน์ พรโล่. (2555). *ประวัติความเป็นมาของการ
ท่องเที่ยว*. สืบค้น 1 เมษายน 2566, จาก
52011011275g5.blogspot.com/2012/
- อดิเทพ บุตรราช. (2553). *การใช้สื่อออนไลน์เพื่อการ
ประชาสัมพันธ์*. สืบค้น 1 เมษายน 2566, จาก
[monnapablog.wordpress.com/สังคมออนไลน์-
social-network-2/](http://monnapablog.wordpress.com/สังคมออนไลน์-social-network-2/)
- เอ็งเอช. (2563). *วัดปรมย์วิทยาวาส*. สืบค้น 1 เมษายน 2566,
จาก travel.trueid.net/detail/mdk4yb20Jvw
- Bly. (2536). *ประเภทของการประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพฯ:
มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- TAT_Tiewpakklang. (2561). *วัดบรมราชากาญจนานภิเษ
กอนุสรณ์ (วัดเล่งเน่ยยี่ 2)*. สืบค้น 1 เมษายน 2566,
จาก tiewpakklang.com/post/1719

T2G. (ม.ป.ป.). ตลาดน้ำวัดตะเคียน. สืบค้น 1 เมษายน

2566, จาก www.travel2guide.com





ภาคผนวก จ
โปสเตอร์

รูปโปสเตอร์



การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนทบุรี
ผ่านเพจเฟซบุ๊กของสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนทบุรี
PUBLIC RELATIONS FOR TOURIST ATTRACTIONS IN NONTHABURI PROVINCE THROUGH
THE FACEBOOK PAGE OF THE NONTHABURI PROVINCIAL TOURISM AND SPORTS OFFICE

ภาควิชา : อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ
คณะผู้จัดทำ : นางสาวนภสร เหมพูล และ นางสาวณัจฉิษฐ์ชญา ไล่สุวรรณ
อาจารย์ที่ปรึกษา : ดร.กฤต จูระกะนิษฐ์
พนักงานที่ปรึกษา : คุณสถิตกมลณี เว้มคิดการ
สถานประกอบการ : สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนทบุรี

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนทบุรี เป็นหน่วยงานที่ทำหน้าที่ส่งเสริมและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น รวมทั้งทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรม ประเพณีและข่าวสารต่างๆ ในจังหวัดนทบุรี ให้เป็นที่รู้จักแก่บุคคลทั่วไปทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ผ่านทางเพจเฟซบุ๊ก ซึ่งเป็นสื่อสังคมที่มีมัลติมีเดียแพร่หลายทั้งในประเทศและต่างประเทศ อีกทั้งยังเป็นที่รู้จักของคนทุกวัย การให้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์เป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้ข้อมูลที่น่าสนใจนั้นได้รับความนิยมมากยิ่งขึ้น คณะผู้จัดทำจึงจัดทำโครงการเรื่อง "การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนทบุรี ผ่านเพจเฟซบุ๊กของสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนทบุรี" โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อรวบรวมแหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัดนทบุรี รวมทั้งประเพณีที่จัดขึ้นในเดือนต่างๆ แยกแยะให้เป็นที่รู้จักแก่บุคคลทั่วไป โดยนำเสนอในรูปแบบอินโฟกราฟิกส์และคลิปวิดีโอผ่านเพจเฟซบุ๊กของสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนทบุรี

วัตถุประสงค์ของโครงการ

เพื่อรวบรวมแหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัดนทบุรี จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนทบุรีในรูปแบบอินโฟกราฟิกส์และวิดีโอแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวผ่านเพจเฟซบุ๊กของสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนทบุรีให้คนได้เข้าเยี่ยมชมเป็นที่รู้จักมากขึ้น

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนทบุรีมีสื่อเพื่อประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดนทบุรีในรูปแบบอินโฟกราฟิกส์และวิดีโอแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวผ่านเพจเฟซบุ๊กของสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนทบุรี
2. นักท่องเที่ยวและประชาชนทั่วไปสามารถทราบข้อมูลและเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนทบุรี ผ่านเพจเฟซบุ๊กของสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนทบุรี

ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอนการทำอินโฟกราฟิกส์และคลิปวิดีโอ

สื่อประเภทที่ 1 คือ อินโฟกราฟิกส์

คณะผู้จัดทำได้จัดทำอินโฟกราฟิกส์ซึ่งเป็นปฏิบัติท่องเที่ยวโดยนำเสนอประเด็นของจังหวัดนทบุรีในเดือนมีนาคม - เดือนพฤษภาคม ซึ่งเป็นเดือนที่คณะผู้จัดทำเข้าปฏิบัติงานในสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนทบุรี



สื่อประเภทที่ 2 คือ คลิปวิดีโอ

คณะผู้จัดทำได้จัดทำคลิปวิดีโอซึ่งเป็นการแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดนทบุรี คณะผู้จัดทำเข้าปฏิบัติงานในสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนทบุรี

สรุป

จากการสำรวจความพึงพอใจต่ออินโฟกราฟิกส์และวิดีโอของพนักงานสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนทบุรี เป็นจำนวน 10 คน พบว่าในส่วนของอินโฟกราฟิกส์ซึ่งนำเสนอในเดือนต่างๆ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.27 และในส่วนของคลิปวิดีโอที่จัดทำขึ้น ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.78

ประวัติคณะผู้จัดทำ



- ชื่อ-นามสกุล** : นางสาวนภสร เพิ่มพูล
รหัสนักศึกษา : 6204400015
คณะ : ศิลปศาสตร์
ภาควิชา : อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการ
ที่อยู่ปัจจุบัน : 91/22 หมู่ 3 The Common พุทธมณฑลสาย 5 ตำบลกระทุ่มล้ม
อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม 73200



- ชื่อ-นามสกุล** : นางสาวณัจฉัตต์ชญา โล่สุวรรณ
รหัสนักศึกษา : 6204400036
คณะ : ศิลปศาสตร์
ภาควิชา : อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการ
ที่อยู่ปัจจุบัน : 279/204 ซอยเพชรเกษม 68
แขวงบางแคเหนือ เขตบางแค กรุงเทพฯ 10160