

การพัฒนาแบบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว
ตามมาตรฐานโฮมสเตย์ไทยในจังหวัดสมุทรสงคราม
Development of Public Relations Model for Tourism
in Accordance with Thai Homestay Standard
in Samut Songkhram Province

วรรณรัตน์ ศรีรัตน์¹
Wannarat Sriratna¹

บทคัดย่อ (Abstract)

การวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวตามมาตรฐานโฮมสเตย์ไทยในจังหวัดสมุทรสงคราม และเพื่อพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวตามมาตรฐานโฮมสเตย์ไทยในจังหวัดสมุทรสงคราม โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ การวิจัยเชิงคุณภาพดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการกับผู้ประกอบการโฮมสเตย์จำนวน 4 คน และการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้เชี่ยวชาญด้านการประชาสัมพันธ์ จำนวน 14 คน การวิจัยเชิงปริมาณเพื่อตรวจสอบผลการวิจัยเชิงคุณภาพ ประชากรของการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวและประชาชนทั่วไปในแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดสมุทรสงคราม โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 383 คน ด้วยแบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการหาค่าความถี่ และค่าร้อยละ

ผลการวิจัยมีดังนี้

1. รูปแบบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวตามมาตรฐานโฮมสเตย์ไทยในจังหวัดสมุทรสงคราม การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ไม่มีผู้รับผิดชอบโดยตรง วิธีการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ผ่านสื่อและช่องทางของหน่วยงานภาครัฐเป็นหลัก กลุ่มเป้าหมายของการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ ประชาชนในจังหวัดสมุทรสงคราม นักท่องเที่ยวจากกรุงเทพฯ และจังหวัดอื่น ๆ กลุ่มทัวร์จากต่างประเทศ เนื้อหาการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ ข้อมูลเกี่ยวกับการบริการ เรื่องราวของโฮมสเตย์และชุมชน เครื่องมือการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อและช่องทางของหน่วยงานภาครัฐ
2. การพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวตามมาตรฐานโฮมสเตย์ไทยในจังหวัดสมุทรสงคราม การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ควรมีผู้รับผิดชอบการประชาสัมพันธ์โฮมสเตย์

¹คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต Faculty of Management Science, Suan Dusit University, Thailand; e-mail : wsriratna@gmail.com

กลุ่มเป้าหมายควรมุ่งเน้นนักท่องเที่ยวต่างชาติแบบเฉพาะกลุ่ม นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เห็นคุณค่าการท่องเที่ยวแบบวิถีชาวบ้าน เนื้อหาการประชาสัมพันธ์ควรเน้นอัตลักษณ์ของท้องถิ่นหรือจุดขายของโฮมสเตย์ เรื่องราวสะท้อนประวัติศาสตร์วัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชุมชน เครื่องมือการประชาสัมพันธ์ควรใช้เครื่องมือที่หลากหลายแบบผสมผสาน สื่อสังคมออนไลน์ สื่อหรือช่องทางที่ทำให้เกิดการรีวิวหรือการบอกต่อ

การตรวจสอบผลการวิจัย ในภาพรวม กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกับผลการวิจัยเชิงคุณภาพ ทั้งในด้านเนื้อหาของการประชาสัมพันธ์ และเครื่องมือการประชาสัมพันธ์
คำสำคัญ (Keywords) : การประชาสัมพันธ์, การท่องเที่ยว, มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย,

Abstract

This research's objectives were to study public relations model for tourism in accordance with Thai Homestay Standard in Samut Songkhram province and to develop public relations model for tourism in accordance with Thai Homestay Standard in Samut Songkhram province. This research used qualitative and quantitative research methodology. In qualitative methodology, data was obtained by the informal interview with 4 homestay entrepreneurs and the in-depth interview with 14 specialists in public relations. Using quantitative research for check of the results of the qualitative research, population were tourists and people in Samut Songkhram and data was collected by the checklist questionnaire of 383 respondents and analyzed by using frequency and percentage.

The results of this research were revealed as followings:

1. Public relations model for tourism in accordance with Thai Homestay Standard in Samut Songkhram province : the implementation of public relations was operated without a person who took responsibility directly. Using methods of public relations were mainly published via governmental organizations' media and channels. The target groups were people of Samut Songkhram, tourists from Bangkok and other provinces, international tourists and group tours. Contents of public relations were homestay's services, stories of homestay and community. Tools of public relations were the publicity via governmental organizations' media and channels.

2. The development of public relations model for tourism in accordance with Thai Homestay Standard in Samut Songkhram province : the implementation of public relations should have a person who takes the responsibility of public relations. The target groups should emphasis tourists who were specifically international tourist

and domestic tourists who were appreciated in a local way of life. Contents of public relations should be identity of local community or selling point of homestay, story of cultural history, and community's way of life. Tools of public relations should be integrated various tools, social media, media or channels which could be review or word of mouth.

For checking the results of research, in overall the samples had opinions as same as the results of qualitative research in contents of public relations and tools of public relations.

Keywords : Public Relations, Tourism, Thai Homestay Standard

บทนำ (Introduction)

การท่องเที่ยวในประเทศไทยมีหลายรูปแบบ เพื่อดึงดูดความสนใจและวิถีชีวิตของนักท่องเที่ยวแต่ละบุคคล เช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เป็นต้น รวมทั้งมีที่พักหลายรูปแบบ เช่น โรงแรม รีสอร์ท และเกสต์เฮาส์ นอกจากนี้ยังมีรูปแบบการท่องเที่ยวที่สัมผัสวัฒนธรรมชนบท หรือ เรียกอีกอย่างว่า โฮมสเตย์ (Homestay) โดยกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ได้กำหนดเกณฑ์การประเมินมาตรฐานโฮมสเตย์เพื่อตรวจประเมินและรับรองโฮมสเตย์ในประเทศไทย อันเป็นการรับประกันให้กับนักท่องเที่ยวให้เกิดความมั่นใจในการเข้าพักโฮมสเตย์ ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถตรวจสอบได้จากเว็บไซต์ของกรมการท่องเที่ยว www.homestaythai.net โดยมาตรฐานโฮมสเตย์ไทยมีกรอบดัชนีชี้วัดคุณภาพมาตรฐานการจัดการโฮมสเตย์ 10 มาตรฐานตามประกาศกรมการท่องเที่ยว เรื่องมาตรฐานบริการท่องเที่ยวมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย พ.ศ.2554 ได้แก่ ด้านที่พัก ด้านอาหาร ด้านความปลอดภัย ด้านอสังหาริมทรัพย์ของเจ้าบ้านและสมาชิก ด้านรายการนำเที่ยว ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ด้านวัฒนธรรม ด้านการสร้างคุณค่าและมูลค่าของผลิตภัณฑ์ชุมชน ด้านการบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์ และด้านการประชาสัมพันธ์ โดยดัชนีชี้วัดมาตรฐานที่ 10 ได้กล่าวถึงด้านการประชาสัมพันธ์ว่าต้องมีเอกสารสิ่งพิมพ์ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวชุมชน และมีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ (Department of Tourism, 2016 : 4 – 6) จากดัชนีชี้วัดมาตรฐานด้านการประชาสัมพันธ์ดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าการประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือสำคัญในการเผยแพร่ข้อมูลของโฮมสเตย์ไปสู่นักท่องเที่ยว

จังหวัดสมุทรสงครามเป็นจังหวัดที่มีการท่องเที่ยวรูปแบบสัมผัสธรรมชาติและวิถีชีวิตชุมชนโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงครามเป็นที่ยอมรับและได้รับความนิยมในการเข้าพักค้างคืนเพื่อสัมผัสวิถีชุมชนและธรรมชาติโดยรอบของแม่น้ำแม่กลอง การดำเนินกิจการโฮมสเตย์ของจังหวัดสมุทรสงครามมีความเข้มแข็ง มีการรวมกลุ่มเพื่อดำเนินกิจการโฮมสเตย์โดยเฉพาะ และเป็นจังหวัดหนึ่งที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินกิจการลักษณะนี้ โดยโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงครามที่ผ่านการประเมินมาตรฐานโฮมสเตย์ไทยของกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ระยะ

พ.ศ. 2559 – 2561 มี 2 แห่ง ได้แก่ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านริมคลองโฮมสเตย์ และ โฮมสเตย์กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรตลาดน้ำท่าคา (Department of Tourism, 2016) อย่างไรก็ตาม ในจังหวัดสมุทรสงครามยังมีโฮมสเตย์ที่ยังไม่ได้เข้ารับการประเมินมาตรฐานโฮมสเตย์ไทยหรือไม่ผ่านเกณฑ์การประเมิน ซึ่งในกลุ่มโฮมสเตย์เหล่านี้ควรต้องมีการพัฒนาเพื่อให้ผ่านการประเมินตามมาตรฐานโฮมสเตย์ไทยของกรมการท่องเที่ยว

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงดำเนินการวิจัยเพื่อศึกษารูปแบบและพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวตามมาตรฐานโฮมสเตย์ไทยในจังหวัดสมุทรสงคราม เพื่อนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ในพัฒนาการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ให้ได้มาตรฐานโฮมสเตย์ไทยของกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา รวมถึงการพัฒนาและเพิ่มศักยภาพการประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ของชุมชนท้องถิ่นต่าง ๆ อันจะส่งผลให้การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์มีโอกาสขยายตัวและสร้างรายได้ให้ชุมชนท้องถิ่นและประเทศเพิ่มขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย (Research Objectives)

1. เพื่อศึกษารูปแบบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวตามมาตรฐานโฮมสเตย์ไทยในจังหวัดสมุทรสงคราม
2. เพื่อพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวตามมาตรฐานโฮมสเตย์ไทยในจังหวัดสมุทรสงคราม

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

การวิจัยเรื่องนี้ ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ โดยมีวิธีดำเนินการวิจัยตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังต่อไปนี้

วัตถุประสงค์ข้อ 1 เพื่อศึกษารูปแบบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวตามมาตรฐานโฮมสเตย์ไทยในจังหวัดสมุทรสงคราม ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ดังนี้

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ คือ ผู้ประกอบการโฮมสเตย์ 2 แห่ง ในจังหวัดสมุทรสงคราม ที่ผ่านการประเมินมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย ระยะ พ.ศ. 2559 – 2561 ได้แก่ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านริมคลองโฮมสเตย์ และโฮมสเตย์กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรตลาดน้ำท่าคา แห่งละ 2 คน รวม 4 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์ โดยใช้การสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ ซึ่งผู้วิจัยกำหนดประเด็นคำถามและเสนอผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา โดยใช้เกณฑ์การประเมินความสอดคล้องถูกต้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (IOC – Index of Item-objective Congruence) และปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะ ได้ค่า IOC = 1.7 ซึ่งค่า IOC ที่เหมาะสม = 0.5 ขึ้นไป (Taverat, 2000 : 117) ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยติดต่อสัมภาษณ์และบันทึกข้อมูลด้วยตนเอง และใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหาและสังเคราะห์เพื่อสร้างข้อสรุปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

วัตถุประสงค์ข้อ 2 เพื่อพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวตามมาตรฐานโฮมสเตย์ไทยในจังหวัดสมุทรสงคราม ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ดังนี้

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ คือ ผู้เชี่ยวชาญที่เป็นนักวิชาการและนักวิชาชีพด้านการประชาสัมพันธ์ จำนวน 14 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์ โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก ซึ่งผู้วิจัยกำหนดประเด็นคำถามและเสนอผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา โดยใช้เกณฑ์การประเมินความสอดคล้องถูกต้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (IOC – Index of Item-objective Congruence) และปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะ ได้ค่า IOC = 1.5 ซึ่งค่า IOC ที่เหมาะสม = 0.5 ขึ้นไป (Taverat, 2000 : 117) ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยติดต่อสัมภาษณ์และบันทึกข้อมูลด้วยตนเอง และใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหาและสังเคราะห์เพื่อสร้างข้อสรุปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

การตรวจสอบผลการวิจัย

ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงปริมาณเพื่อตรวจสอบผลการวิจัยเชิงคุณภาพตามวัตถุประสงค์ข้อ 2 โดยการสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวตามมาตรฐานโฮมสเตย์ไทยในจังหวัดสมุทรสงคราม ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวและประชาชนทั่วไปในแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดสมุทรสงคราม ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ใช้สูตรของ Taro Yamane (อ้างถึงใน Petchroj, Angsuchoti, and Chumniprasart, 2007 : 267) ที่ระดับนัยสำคัญ .05 ค่าความคลาดเคลื่อน ร้อยละ ± 5 ได้จำนวน 400 ตัวอย่าง และสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม ที่ได้นำเสนอผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา การเก็บรวบรวมข้อมูลใช้วิธีแจกแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ฉบับ และได้รับแบบสอบถามที่ครบถ้วนสมบูรณ์ จำนวน 383 ฉบับ การวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรมสำเร็จรูป สถิติที่ใช้ได้แก่ ความถี่ และร้อยละ

ผลการวิจัย (Research Results)

ผลการวิจัยนำเสนอตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังต่อไปนี้

1. รูปแบบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวตามมาตรฐานโฮมสเตย์ไทยในจังหวัดสมุทรสงคราม

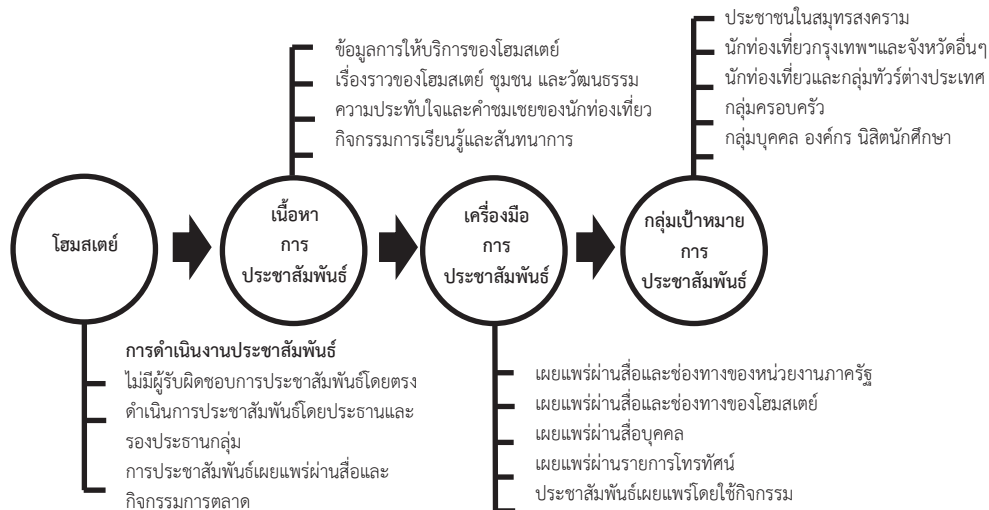
การดำเนินงานงานประชาสัมพันธ์ ดำเนินการโดยประธานกลุ่ม รองประธานกลุ่ม คิตรีเริ่มและส่งต่อให้ทีมงานช่วยกันดำเนินการ โดยไม่มีผู้รับผิดชอบโดยตรง อาศัยวิธีการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ผ่านทางสื่อและช่องทางที่มีอยู่ของหน่วยงานภาครัฐเป็นหลัก การประชาสัมพันธ์ทางการตลาดหรือกิจกรรมการตลาด

เนื้อหาการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ ข้อมูลเกี่ยวกับการบริการของโฮมสเตย์ เรื่องราวของโฮมสเตย์และชุมชน คุณค่าของชุมชน วิถีชีวิต วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม ความประทับใจของนักท่องเที่ยว คำชมเชยของนักท่องเที่ยว กิจกรรมการเรียนรู้และกิจกรรมสันทนาการที่น่าสนใจสำหรับนักท่องเที่ยว

เครื่องมือการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อและช่องทางของหน่วยงานภาครัฐ การเผยแพร่ผ่านสื่อและช่องทางของโฮมสเตย์ การเผยแพร่ผ่านสื่อบุคคล การเผยแพร่ผ่านรายการโทรทัศน์ และการประชาสัมพันธ์เผยแพร่โดยใช้กิจกรรม

กลุ่มเป้าหมายการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ ประชาชนในจังหวัดสมุทรสงคราม นักท่องเที่ยวจากกรุงเทพฯ และจังหวัดอื่นๆ นักท่องเที่ยวและกลุ่มทัวร์จากต่างประเทศ กลุ่มครอบครัว กลุ่มบุคคล องค์กร นิสิตนักศึกษา

จากผลการวิจัยข้างต้น รูปแบบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวตามมาตรฐานโฮมสเตย์ไทยในจังหวัดสมุทรสงคราม มีลักษณะดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 รูปแบบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวตามมาตรฐานโฮมสเตย์ไทยในจังหวัดสมุทรสงคราม

2. การพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวตามมาตรฐานโฮมสเตย์ไทยในจังหวัดสมุทรสงคราม

การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ควรมีผู้รับผิดชอบการประชาสัมพันธ์โฮมสเตย์ ศึกษาทำความเข้าใจนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อและช่องทางที่กลุ่มเป้าหมายเข้าถึงง่าย สร้างและนำเสนอจุดเด่นหรืออัตลักษณ์ของโฮมสเตย์ สร้างเครือข่ายประชาสัมพันธ์ระหว่างโฮมสเตย์ด้วยกันเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลความรู้และเรียนรู้ร่วมกัน ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจด้านการประชาสัมพันธ์และการใช้สื่อให้แก่ผู้ประกอบการ

เนื้อหาการประชาสัมพันธ์ ควรเป็นเนื้อหาที่เน้นเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของท้องถิ่นหรืออัตลักษณ์ที่เป็นจุดขายของโฮมสเตย์ที่แตกต่างจากการท่องเที่ยวแบบอื่น เรื่องราวที่สะท้อนประวัติศาสตร์วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของชุมชน การเป็นโฮมสเตย์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานข้อมูลกิจกรรมการท่องเที่ยว สันทนาการ และกิจกรรมการเรียนรู้วัฒนธรรมวิถีชุมชน ข้อมูลเกี่ยวกับ

บริการต่าง ๆ ของโฮมสเตย์ ควรสร้างสรรค์เนื้อหาหรือข้อความเพื่อสร้างแรงจูงใจและการจดจำของนักท่องเที่ยว

เครื่องมือการประชาสัมพันธ์ ควรใช้เครื่องมือที่หลากหลายแบบผสมผสาน เครื่องมือที่มีค่าใช้จ่ายไม่มาก สื่อสังคมออนไลน์ สื่อหรือช่องทางที่ทำให้เกิดการรีวิวหรือการบอกต่อ (Word of Mouth) สื่อบุคคลที่มีอิทธิพลทางความคิด (Influencer) ต่อกลุ่มเป้าหมาย ประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางของหน่วยงานด้านการท่องเที่ยว การทำกิจกรรมประชาสัมพันธ์ และสื่อสิ่งพิมพ์พื้นฐานที่ให้ข้อมูลรายละเอียด

กลุ่มเป้าหมายการประชาสัมพันธ์ ควรมุ่งเน้นนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวต่างชาติแบบเฉพาะกลุ่ม และนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เห็นคุณค่าการท่องเที่ยวแบบวิถีชีวิตชาวบ้าน หรือชื่นชอบเรียนรู้วัฒนธรรมความเป็นอยู่ของชุมชนท้องถิ่น นักท่องเที่ยวที่ชอบการผจญภัย กลุ่มองค์กร นิสิตนักศึกษาที่ต้องการศึกษาดูงานหรือทำกิจกรรม

จากผลการวิจัยข้างต้น การพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวตามมาตรฐานโฮมสเตย์ไทยในจังหวัดสมุทรสงคราม มีลักษณะดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 การพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวตามมาตรฐานโฮมสเตย์ไทยในจังหวัดสมุทรสงคราม

การดำเนินการตรวจสอบผลการวิจัยโดยใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกับผลการวิจัยเชิงคุณภาพทั้งในด้านเนื้อหาการประชาสัมพันธ์ และเครื่องมือการประชาสัมพันธ์ ในลักษณะสอดคล้องกับการรับรู้ข่าวสารด้านการท่องเที่ยว

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

จากการวิจัยเรื่องการพัฒนาารูปแบบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวตามมาตรฐานโฮมสเตย์ไทยในจังหวัดสมุทรสงคราม สามารถนำมาอภิปรายผลวิจัยได้ดังนี้

1. รูปแบบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวตามมาตรฐานโฮมสเตย์ไทยในจังหวัดสมุทรสงคราม โฮมสเตย์ทั้ง 2 แห่ง คือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านริมคลองโฮมสเตย์ และโฮมสเตย์กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรตลาดน้ำท่าคา ได้ใช้วิธีการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ผ่านทางสื่อและช่องทางของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเป็นหลัก นอกจากนั้นเป็นการประชาสัมพันธ์ทางการตลาดโดยการออกร้านแสดงสินค้าชุมชน การสาธิตต่าง ๆ เพื่อให้โฮมสเตย์เป็นที่รู้จัก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Arpavate (2010 : 232) ที่กล่าวถึงการใช้วิธีการหรือเครื่องมือการประชาสัมพันธ์ที่สำคัญ อย่างเช่น การเผยแพร่ข่าวสาร การใช้กิจกรรม ซึ่งเป็นสื่อที่โฮมสเตย์สามารถจัดทำขึ้นเพื่อเผยแพร่ไปสู่กลุ่มเป้าหมาย ในด้านเนื้อหาของการประชาสัมพันธ์ ส่วนใหญ่เป็นเนื้อหาเกี่ยวกับการบริการของโฮมสเตย์ เรื่องราวของโฮมสเตย์และชุมชน วัฒนธรรม กิจกรรมการเรียนรู้ และกิจกรรมสันทนาการ และเนื้อหาเกี่ยวกับคำชมเชยและความประทับใจของนักท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Dabsomdet (2016) ที่พบว่านักท่องเที่ยวมีความต้องการหรือความคาดหวังในการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์คือการศึกษาวิถีชีวิตชุมชน การทำกิจกรรมที่น่าสนใจ

2. การพัฒนาารูปแบบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวตามมาตรฐานโฮมสเตย์ไทยในจังหวัดสมุทรสงคราม การดำเนินงานประชาสัมพันธ์โฮมสเตย์ควรมีผู้รับผิดชอบการประชาสัมพันธ์โดยตรง ศึกษาทำความเข้าใจนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายเพื่อประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อและช่องทางให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่ม การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อและช่องทางที่กลุ่มเป้าหมายเข้าถึงง่าย โดยเฉพาะสื่อสังคมออนไลน์ สอดคล้องกับแนวคิดของ Pravichai (2017) ที่กล่าวถึงบทบาทและความสำคัญของสื่อสังคมออนไลน์ต่อผู้รับสารยุคใหม่ซึ่งทำให้รูปแบบและวิธีการสื่อสารประชาสัมพันธ์เปลี่ยนแปลงไป การกำหนดกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ต้องให้สอดคล้องกับความสนใจ ความต้องการและพฤติกรรมการสื่อสารของผู้รับสารเป้าหมาย นอกจากนี้การสร้างจุดเด่น จุดขาย หรืออัตลักษณ์ของโฮมสเตย์เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการประชาสัมพันธ์เผยแพร่สู่กลุ่มเป้าหมาย สอดคล้องกับงานวิจัยของ Sukanthasirikul (2015) ที่พบว่า ในการพัฒนาการตลาดบริการของโฮมสเตย์นั้น จำเป็นต้องหาอัตลักษณ์เพื่อสร้างความแตกต่าง การอนุรักษ์วัฒนธรรมและทรัพยากรธรรมชาติเพื่อคงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ให้สามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้อง ในด้านกลุ่มเป้าหมายการประชาสัมพันธ์ควรมุ่งเน้นนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวต่างชาติแบบเฉพาะกลุ่ม และนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เห็นคุณค่าการท่องเที่ยวแบบวิถีชีวิตชาวบ้าน หรือชื่นชอบเรียนรู้วัฒนธรรม ความเป็นอยู่ของชุมชนท้องถิ่น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Nuntasiripol (2010) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวที่เลือกการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์นั้นส่วนใหญ่มีความสนใจการศึกษาวิถีชีวิตชุมชน กิจกรรมด้านวัฒนธรรม การท่องเที่ยวธรรมชาติ ศิลปะ โบราณสถาน สำหรับเนื้อหาการประชาสัมพันธ์ควรเป็นเนื้อหาที่เน้นเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของท้องถิ่นหรืออัตลักษณ์ที่เป็นจุดขายของ

โฮมสเตย์ที่แตกต่างจากการท่องเที่ยวแบบอื่น เรื่องราวที่สะท้อนประวัติศาสตร์วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของชุมชน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Chaiwatpongskon (2014) ที่พบว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เลือกพักโฮมสเตย์เนื่องจากต้องการร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ สัมผัสวิถีชีวิตชุมชน บรรยากาศของชุมชน ส่วนเครื่องมือการประชาสัมพันธ์ ควรใช้เครื่องมือที่หลากหลายแบบผสมผสานเพื่อให้มีช่องทางให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงได้สะดวก สื่อหลักคือสื่อสมัยใหม่อย่างสื่อสังคมออนไลน์ที่เข้าถึงได้ สื่อหรือช่องทางที่ทำให้เกิดการรีวิวหรือการบอกต่อโดยนักท่องเที่ยว และสื่อบุคคลที่มีอิทธิพลต่อกลุ่มเป้าหมาย มีความสอดคล้องกับแนวคิดของ Pitpreecha (2017 : 32 และ 67 – 68) ที่กล่าวถึงบทบาทของสื่อออนไลน์ และผู้มีอิทธิพล (Influencer) ต่อการประชาสัมพันธ์ยุคปัจจุบันว่าต้องเปลี่ยนแปลงวิธีคิดและวิธีการทำงานเกี่ยวกับสื่อ ต้องใช้ให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย พยายามผสมผสานสื่อต่าง ๆ เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ทุกคนสามารถเป็นผู้ผลิตและเผยแพร่ข่าวสาร จึงทำให้เกิดผู้มีอิทธิพลในโลกออนไลน์

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ผู้ประกอบการโฮมสเตย์ควรมีการพัฒนาการประชาสัมพันธ์โดยการปรับและพัฒนาตนเองในการเรียนรู้เกี่ยวกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ แสวงหาข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มเป้าหมายของโฮมสเตย์ และวิธีการหรือกิจกรรมที่ใช้เพื่อประชาสัมพันธ์ รวมทั้งมีการทบทวนและปรับปรุงการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อและช่องทางที่มีประสิทธิภาพอย่างสม่ำเสมอ

1.2 หน่วยงานภาครัฐด้านการท่องเที่ยว หน่วยงานระดับจังหวัดและท้องถิ่น ควรเป็นหน่วยงานหลักในการสร้างและส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชนในชุมชนในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ การส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์ การพัฒนาทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมในชุมชนท้องถิ่น เพื่อสร้างความเข้มแข็งอย่างยั่งยืนให้แก่ชุมชนท้องถิ่น

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรดำเนินการวิจัยเพื่อแสวงหาแนวทางการพัฒนาตัวชี้วัดมาตรฐานการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์เพื่อนำไปสู่การยกระดับมาตรฐานการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ไทย ซึ่งจะช่วยให้การท่องเที่ยวในรูปแบบโฮมสเตย์ขยายตัวและส่งผลดีต่อการประกอบการท่องเที่ยวของชุมชน

2.2 ควรดำเนินการวิจัยเพื่อแสวงหากลยุทธ์การตลาดและการสื่อสารการตลาดที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสำหรับการประกอบกิจการโฮมสเตย์ไทยให้สามารถแข่งขันได้ภายใต้สังคมและเศรษฐกิจยุคดิจิทัล

เอกสารอ้างอิง (References)

กาญจนา สุคันธสิริกุล. (2558). รายงานการวิจัยเรื่องการพัฒนาศักยภาพการตลาดบริการของโฮมสเตย์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานในจังหวัดนครราชสีมา. นครราชสีมา : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.

กานต์ชนก ดาบสมเด็จ (2559). “การบริหารจัดการโฮมสเตย์ตามแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง กรณีศึกษา ชุมชนผู้ไทยบ้านโนน อำเภอคำม่วง จังหวัดกาฬสินธุ์”. วารสารวิถีสังคมมนุษย์. 4 (2) : 310 – 327.

กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2559). **ทำเนียบมาตรฐานโฮมสเตย์ไทยที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน ประจำปีงบประมาณ 2559 (รับรองมาตรฐานประจำปี พ.ศ. 2560 -2562)**. กรุงเทพฯ : กรมการท่องเที่ยว.

_____. (2559). **ระบบฐานข้อมูล**. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก :

<http://www.homestaythai.net/Homestay/HomestayList> สืบค้น 12 มิถุนายน 2559.

พวงรัตน์ ทวีรัตน์. (2543). **วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์**. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ: สำนักทดสอบทางการศึกษาและจิตวิทยา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.

มลทกาญจน์ ชัยวัฒน์พงศกร. (2557). **การพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์ ชุมชนตำบลคลองโคน อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

รุ่งนภา พิตรปรีชา. (2560). **พลังแห่งการประชาสัมพันธ์**. กรุงเทพฯ : 21 เซ็นจูรี่.

ลัดดาวัลย์ เพชรโรจน์ สุภาส อังสุโชติ และอัจฉรา ชำนิประศาสน์. (2550). **สถิติสำหรับการวิจัยและเทคนิคการใช้ SPSS**. กรุงเทพฯ: มิสชั่น มีเดีย.

วิมลพรรณ อาภาเวท. (2553). **หลักการโฆษณาและประชาสัมพันธ์**. กรุงเทพฯ : โอ. เอส. พริ้นติ้งเฮ้าส์.

สุนิสา ประวิชัย (2560). **กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์**. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก http://e-jodil.stou.ac.th/filejodil/16_1_572.pdf สืบค้น 10 มกราคม 2561.

สุมาลี นันทศิริพล. (2553). **รายงานการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร**. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ.

Translated Thai References

Arpavate, W. (2010). **Principles of Advertising and Public Relations**. Bangkok : O.S. Printing House. [in Thai]

Chaiwatpongskon, M. (2014). **The Development of Homestay Ecotourism Management at Khlongkhon Subdistrict Community, Mueang District, Samut Songkhram Province**. Master Thesis of Business Administration in General Management, Graduate School, Ramkhumhaeng University. [in Thai]

- Dabsomdet, K. (2016). "Home Stay Management Based on The Sufficiency Economy Concept A Case Study of Phutai Bann Pone Community Khammuang District Kalasin Province". **Journal of The Way Human Society**. 4(2) : 310 – 327. [in Thai]
- Department of Tourism, Ministry of Tourism and Sports. (2016). **Thai Homestay Standard for Fiscal Year 2016 (Certified for The Year 2016 – 2019)**. Bangkok : Department of Tourism. [in Thai]
- _____. (2016). **Database System**. [Online]. Accessible from: <http://www.homestaythai.net/Homepages/HomestayList>. Retrieved on June 12, 2016. [in Thai]
- Nuntasiripol, S. (2010). **Factors Influencing Selection for Homestay Tourism of People in Bangkok**. Bangkok : Rajamangala University of Technology Krungthep. [in Thai]
- Petchjoj, L., Angsuchoti, S, and Chumniprasart, A. (2007). **Statistics for Reearch and SPSS Application Techniques**. Bangkok : Mission Media. [in Thai]
- Pitpreecha, R. (2017). **Power of Public Relations**. Bangkok : 21 Century. [in Thai]
- Pravichai, S. (2017). **Public Relations Strategies in Utilizing Social Media**. [Online]. Accessible from: http://e-jodil.stou.ac.th/filejodil/16_1_572.pdf. Retrieved on January 10, 2018. [in Thai]
- Sukanthasirikul, K. (2015). **Developing of Service Marketing Capabilities of Homestay Standard in Ratchasima Province**. Ratchasima : Suranaree University. [in Thai]
- Taverat, P. (2000). **Research Methodology in Behavioral Science and Social Science**. 8th Ed. Bangkok : Educational and Psychological Test Bureau, Srinakharinwirot University. [in Thai]