

ชื่อเรื่อง ประสิทธิภาพของการสื่อสารเพื่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรชุมชนเขาบายศรี
อำเภอท่าใหม่จังหวัดจันทบุรี

ชื่อผู้วิจัย กาญจนา สมพันธ์ , พรพิมล สงกระสันต์ และกรรทอง จุฬิรัชนิกร
หน่วยงาน คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
ปีงบประมาณ 2559

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึง 1) รูปแบบการสื่อสารและกลยุทธ์การสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรชุมชนเขาบายศรี 2) การรับรู้ข่าวสาร การมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรชุมชนเขาบายศรี 3) ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสาร และการมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรชุมชนเขาบายศรี โดยแบ่งวิธีการศึกษาออกเป็น 2 ส่วน ส่วนที่ 1 ศึกษา รูปแบบการสื่อสารและกลยุทธ์การสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรชุมชนเขาบายศรี เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ และศึกษาจากตำรา เอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ส่วนที่ 2 ศึกษาการรับรู้ข่าวสาร การรับรู้ประโยชน์ และการมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรชุมชนเขาบายศรีเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล จากนักท่องเที่ยว จำนวน 384 คน

ผลการวิจัยในส่วนของการสื่อสารและกลยุทธ์การสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรชุมชนเขาบายศรี พบว่า รูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรชุมชนเขาบายศรี ประกอบด้วย 1) ผู้ส่งสาร ได้แก่ กลุ่มรักษ์เขาบายศรี หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว สื่อมวลชน ประชาชน นักท่องเที่ยว 2) สาร ได้แก่ การสื่อสารให้นักท่องเที่ยวได้รับทราบช่วงฤดูกาลที่เปิดให้ชมสวน การสร้างความมั่นใจในคุณภาพของผลไม้ ความหลากหลายของผลไม้ กิจกรรม และบริการต่าง ๆ 3) สื่อ/ช่องทางการสื่อสาร ได้แก่ สื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ และสื่ออินเทอร์เน็ต 4) ผู้รับสาร ได้แก่ ประชาชนทั่วไปที่นิยมรับประทานผลไม้และชื่นชอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร กลยุทธ์การสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรชุมชนเขาบายศรีดังนี้ 1) กลยุทธ์ด้านสารเป็นการสื่อสารเพื่อแจ้งข้อมูล ข่าวสารให้นักท่องเที่ยวได้รับทราบ ได้แก่ กลยุทธ์การดึงความสนใจจากวิถีชีวิตจริง กลยุทธ์การดึงความสนใจจากสื่อ กลยุทธ์การสร้างที่น่าเชื่อถือ 2) กลยุทธ์ด้านสื่อ กลยุทธ์การใช้สื่อบุคคลที่น่าเชื่อถือ กลยุทธ์การใช้สื่อกิจกรรม กลยุทธ์การใช้เครือข่ายการสื่อสาร

ผลการวิจัยในส่วนของการรับรู้ข่าวสารและการมีส่วนร่วมในการจัดการการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงเกษตรชุมชนเขาบายศรี อำเภอท่าใหม่ จังหวัดจันทบุรี พบว่านักท่องเที่ยวมีการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในระดับปานกลาง และการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการมีส่วนร่วมในการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ชุมชนเขาบายศรี และความสัมพันธ์ดังกล่าวอยู่ในระดับสูงมาก

คำสำคัญ: ประสิทธิภาพ, การสื่อสาร, การท่องเที่ยวเชิงเกษตร

Title The Effectiveness of Communication for Agro – Tourism Management in KhaoBai Sri, Tha Mai District, Chanthaburi

Researchers kanchana Somphuen , Pornpimol Songkasant and Krongtong Juliratchaneekon

Organization Faculty of Communication Arts,Rambhai-bani University

Year 2017

Abstract

The objectives of this research were: 1 to study the communication patterns and strategies for agro – tourism management in Khao Bai Sri, Tha Mai District, Chanthaburi 2) to evaluate the perception of news in Khao Bai Sri, Tha Mai District, Chanthaburi and 3) to examine the interpersonal communication. This study mixed method of qualitative and quantitative research. The research instruments were in – depth interview, textbook and the document. The sample group was 384 tourists. Descriptive statistics used were percentage, frequency, mean and standard deviation.

The results of this research revealed that the communication patterns for agro – tourism management in Khao Bai Sri were: 1) Sender such as Ruk Khao Bai Sri Grop, officers of agro – tourism, villagers, mass media, and tourist 2) Message such as communication with the tourists during fruit festival, quality of fruits, abundant kinds of tropical fruits, activities and services 3) Media or channel such as mess media, personal media specialized media and Internet and 4) Receiver such as agro - tourism tourists. Additionally, communication strategies for agro – tourism in Khao Bai Sri, Tha Mai District were 1) communication strategies which informed the information to the tourists: strategy for attraction through real life, strategy for attraction through social media and strategy for building credibility 2) mess media strategies

Moreover, in the aspects of that the perception of news and interpersonal communication found that the tourists received information about agro -tourism in the medium level and they had the highest satisfaction in relationship.

Keywords: Effectiveness, Communication, Agro – Tourism Management