

ชื่อเรื่อง : การจัดการสื่อสารแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์แบบโฮมสเตย์ จังหวัดระยอง
จันทบุรี ตราด

ชื่อผู้วิจัย : นางสาวเสาวนีย์ วรรณประภา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์อภิวรรณ ศิรินนทนา
นางสาวธนัชพร ผาเป้า
นางสาวผกามาศ ยินดี

หน่วยงาน : คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

ปีงบประมาณ : 2558

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษา SWOT Analysis จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรคของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์แบบโฮมสเตย์ เพื่อกำหนดรูปแบบการจัดการสื่อสารตามองค์ประกอบSMCR เพื่อสร้างศักยภาพทางธุรกิจ โดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มผู้ประกอบการ เสริมด้วยใช้การวิจัยเชิงปริมาณโดยเก็บข้อมูลแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง 200ชุด แล้วนำมาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ โดยใช้ค่าความถี่ (Frequencies) และค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิจัยพบว่าด้านจุดแข็ง คือ ความหลากหลายของทรัพยากร ศิลปวัฒนธรรม และประเพณีในท้องถิ่น กิจกรรมด้านการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน การมี วิถีชีวิต ภูมิปัญญาท้องถิ่น รวมถึงรอยยิ้มที่เป็นมิตรช่วยสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยว

ด้านจุดอ่อน คือ ธุรกิจโฮมสเตย์ส่วนใหญ่เกิดจากการรวมตัวกันของชาวบ้าน ปัญหาด้านการสื่อสารภาษาต่างประเทศกับนักท่องเที่ยว

ด้านโอกาส กระแสตื่นตัวด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ คือ การสนับสนุนจากภาครัฐ โดยผนวกเข้ากับกระแสนอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมที่กำลังกลายเป็นที่นิยมในหมู่นักท่องเที่ยว รวมทั้งพฤติกรรมคนรุ่นใหม่ที่นิยมแสวงหาแหล่งท่องเที่ยวแปลกใหม่ ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ทั้งแหล่งที่พัก ร้านค้า ร้านอาหาร ตามกระแสสื่อในโลกออนไลน์

ด้านอุปสรรค เมื่อนักท่องเที่ยวเพิ่มจำนวนมากขึ้น คือ ส่งผลให้ทรัพยากรธรรมชาติเสื่อมโทรมได้

ในด้านกลุ่มนักท่องเที่ยว พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เดินทางมากับหน่วยงานราชการร้อยละ 47.5 เดินทางมากับหน่วยงานเอกชนร้อยละ 36.5 มีเพียงร้อยละ16.0 ที่เดินทางมาด้วยตัวเอง นักท่องเที่ยวพึงพอใจในการเข้าพักโฮมสเตย์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.46$) เรียงตามลำดับจากมากไปน้อย 5 ข้อ ดังนี้ ความร่มรื่นและสภาพแวดล้อมของ

โฮมสเตย์ (\bar{X} =4.89) การรับรู้ข่าวสารและสื่อประชาสัมพันธ์ (\bar{X} =4.73) อาหารแสดงความ เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น (\bar{X} =4.61) ผู้ให้บริการยิ้มแย้มแจ่มใส แต่งกายสะอาด มารยาทดี (\bar{X} =4.56) และความปลอดภัยของสถานที่พัก (\bar{X} =4.26)

ส่วนใหญ่รู้จักโฮมสเตย์จากสื่อเว็บไซต์ถึงร้อยละ 73.0 รู้จักเพราะหน่วยงานจัดมา ร้อยละ43.5 กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวต้องการมีส่วนร่วม พบว่าส่วนใหญ่ชอบมีส่วนร่วมในการ ดูงานกลุ่มอาชีพแม่บ้าน ร้อยละ 88.0 รองลงมาคือ เที่ยวชมสวนผลไม้ คิดเป็นร้อยละ 82.5 และเก็บผลไม้ทานเอง คิดเป็นร้อยละ 79.0



ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

Research Title : A Study of Homestay Ecotourism Resources
Information Management in Rayong, Chanthaburi and
Trad Province.

Researcher : Miss Saowanee Wannaprapa
Assistant Professor Apiwan Sirinantana
Miss Thanatporn Phapao
Miss Pakamart Yindee

Organization : The Faculty of Communication Arts ,Rambhai Barni Rajabhat
University

Year : 2558

Abstract

The objectives of this study were to investigate SWOT Analysis including strengths, weaknesses, opportunities and threat of the entrepreneur in ecotourism homestay business, to determine the system of SMCR elements communication management for business potential by using in-depth interviews from 200 people. Frequency, percentage, mean and standard deviation were used to analyze the data.

The results found that the strength were the diversity of resources, culture and local traditions, difference of tourism activities, lifestyle, indigenous knowledge including friendly smile that impress tourists.

The weakness was most of homestay business due to the incorporation of the villagers, problem of communication with foreign tourists, lack of a management systems, lack of guest information system management and lack of marketing strategies.

The opportunity was the awareness of the for ecotourism that was supported by the government by combining it with the current environment that was becoming popular among tourists including the behavior of people who seek exotic destinations, Sufficiency Economy Philosophy and online trending in hotels, stores and restaurants.

The obstacles on the increased of tourists was resulted in the degradation of natural resources.

It was found that the majority of tourists traveled with government agencies 47.5 percent, 36.5 percent with the private sectors and only 16.0 percent by themselves.

The tourists satisfied homestay at a high level 3.46 according to the ranked landscape 4.89, perception and media relations 4.73, unique local food 4.61, delighted and beaming, clean well-mannered of provider 4.56 and the security 4.26.

The tourists knew the homestay from the website (73.0%) and employers (43.5%) the activities they like to take part were housewife group of occupation (88.0%), touring fruit orchards (82.5%) and fruit picking in the orchards (79.0%)



ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี