

การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโฮมสเตย์บ้านมอทะ
ตำบลแม่อุสุ อำเภอท่าสองยาง จังหวัดตาก

DEVELOPMENT OF PUBLIC RELATIONS MEDIA FOR TOURISM AT BAAN MOTHA
HOMESTAY, MAE U SU SUBDISTRICT, THA SONG YANG DISTRICT, TAK PROVINCE

ทิพย์หทัย ทองธรรมชาติ¹

Tiphathai Thongthammachart

Article History

Received: 09-05-2022; Revised: 06-11-2022; Accepted: 07-11-2022

<https://doi.org/10.14456/issc.2023.43>

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลสำคัญในการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโฮมสเตย์บ้านมอทะ ตำบลแม่อุสุ อำเภอท่าสองยาง จังหวัดตาก 2) พัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโฮมสเตย์บ้านมอทะ ตำบลแม่อุสุ อำเภอท่าสองยาง จังหวัดตาก และ 3) ศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้สื่อที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโฮมสเตย์บ้านมอทะ ตำบลแม่อุสุ อำเภอท่าสองยาง จังหวัดตาก เก็บรวบรวมข้อมูลจากภาคีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ได้แก่ ปรารักษ์ชุมชน เจ้าของโฮมสเตย์ ตัวแทนชุมชน และนักท่องเที่ยว จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ การสนทนากลุ่ม การสัมภาษณ์เชิงลึก และแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า

1) การวิเคราะห์ข้อมูลสำคัญในการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโฮมสเตย์บ้านมอทะ ตำบลแม่อุสุ อำเภอท่าสองยาง จังหวัดตาก ได้แก่ ข้อมูลการสร้างโลโก้โฮมสเตย์ ข้อมูลการเดินทาง ข้อมูลการสร้างเส้นทางท่องเที่ยว และ ข้อมูลการออกแบบโปรแกรมการท่องเที่ยวโฮมสเตย์บ้านมอทะ

2) การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโฮมสเตย์ฯ ได้แก่ สื่ออินโฟกราฟิก และแผนที่การท่องเที่ยว และ 3) ความพึงพอใจของผู้ใช้สื่อที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโฮมสเตย์บ้านมอทะ พบว่า ผู้ใช้สื่อมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.34$, S.D.=0.79)

คำสำคัญ: สื่อประชาสัมพันธ์; การท่องเที่ยวโฮมสเตย์; บ้านมอทะ

¹อาจารย์หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

Lecturer in Bachelor of Business Administration Program, Faculty of Management Science, Kamphaeng Phet Rajabhat University

E-mail: tipthong@gmail.com *Corresponding author

Abstract

The objectives of this research were 1) to study and analyze important information for the development of media for tourism public relations for the Baan Motha Homestay, Mae U Su Subdistrict, Tha Song Yang District, Tak Province. 2) to develop tourism public relations media at Baan Motha homestay, Mae U Su subdistrict, Tha Song Yang district, Tak province. and 3) to study the satisfaction of media users toward the tourism public relations media for the Baan Motha homestay, Mae U Su sub-district, Tha Song Yang district, Tak province. The samples used in this research consisted of 400 people from tourism-related partners, including community sages, homestay owners, community representatives and tourist. The tools used in this study were focus group discussion, in-depth interview and questionnaire. Statistics used in data analysis were percentage, mean, standard deviation, and content analysis.

The results of this research were:

1) the analysis of important information for the development of the public relations media for homestay tourism at Baan Motha, Mae U Su Subdistrict, Tha Song Yang District, Tak Province comprised the information on creating a homestay logo, travel information on creating tourism routes, and the information on designing a Baan Motha Homestay tourism program.

2) the developing media for public relations for tourism homestay were infographics media and tourism map; 3) Media users' satisfaction toward homestay tourism public relations media at Baan Motha was at a high level ($\bar{X}=4.34$; $S.D.=0.79$).

Keywords: Public Relations Media; Tourism Homestay; Baan Motha

1. บทนำ

การท่องเที่ยวมีความสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทย นอกจากนํารายได้มาสู่ประเทศอย่างมากในแต่ละปีแล้ว ภาคการท่องเที่ยวยังเป็นภาคที่มีศักยภาพในการฟื้นตัวได้เร็วที่สุดเมื่อเทียบกับภาคอุตสาหกรรมและภาคเกษตรกรรมเนื่องจากฐานทรัพยากรธรรมชาติที่มีความอุดมสมบูรณ์ทำให้ประเทศไทยเป็นประเทศอันดับต้นที่นักท่องเที่ยวต้องการมาเที่ยว (อัจฉริยาพร คันธมาลาเจริญ, 2564) ปัจจุบันสถานที่ท่องเที่ยว ที่พัก และการเดินทางได้มีการขยายตัวมากขึ้น เช่น มีสถานที่ท่องเที่ยวใหม่ๆ มีที่พักในแต่ละจังหวัดเพิ่มมากขึ้น การเดินทางมีความสะดวกสบายเพิ่มมากขึ้น

การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนจะต้องเตรียมความพร้อมและต้องมีการพัฒนาศักยภาพของคนในชุมชนต่อการท่องเที่ยวโดยมีรูปแบบที่แตกต่างกันไปตามบริบทในแต่ละพื้นที่ รูปแบบที่นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสสัมผัสกับวัฒนธรรมท้องถิ่นและเกิดการพักค้างคืน เรียกว่า “โฮมสเตย์” ซึ่งการพักแบบโฮมสเตย์ได้รับความนิยมมากขึ้น แต่ยังพบว่าโฮมสเตย์หลายแห่งพัฒนาขึ้นมาจากกลุ่มชุมชนที่รวมตัวกันยังไม่มีจัดการด้านการตลาดอย่างเป็นระบบ แม้จะมีการพัฒนามาได้ถึงระดับหนึ่งก็ดูเหมือนว่าจะพบกับอุปสรรคและปัญหาการจัดการมากขึ้น (กนกรัตน์ ดวงพิบูล และ จารุพันธ์ เมธะพันธุ์, 2561) การสื่อสารด้วยวิธีการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพจะนำไปสู่ประชาชนและนักท่องเที่ยวภายนอก สร้างการรับรู้ความสนใจและดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวตลอดจนประชาชนทั่วไปให้เข้ามาท่องเที่ยวมากขึ้น ซึ่งจะส่งเสริมให้การจัดการท่องเที่ยวของชุมชนประสบความสำเร็จ โฮมสเตย์บ้านมอทะ ตำบลแม่อุสุ อำเภอท่าสองยาง

จังหวัดตาก เป็นสถานที่ที่มีต้นทุนทางธรรมชาติและวัฒนธรรมที่หลากหลาย วิธีการท่องเที่ยวมีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว มีลักษณะชุมชนที่เข้มแข็ง มีสถานที่ท่องเที่ยววิถีชุมชนสำหรับให้นักท่องเที่ยวมาพักและเที่ยวชม รวมถึงมีผ้าทอของกลุ่มผ้าทอมือปกากะญอบ้านมอทะซึ่งเป็นสินค้าที่แสดงถึงภูมิปัญญาชาวบ้าน นับได้ว่าเป็นเสน่ห์ของวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวที่น่าสนใจสำหรับการศึกษา ค้นคว้า และยังเป็นการสืบสานอนุรักษ์วัฒนธรรมในชุมชนให้คงอยู่ต่อไป แต่ทางโฮมสเตย์บ้านมอทะยังขาดสื่อประชาสัมพันธ์ในการนำเสนอความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน วิถีชีวิต วัฒนธรรม ความเป็นอยู่ที่มีความเฉพาะของปกากะญอให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวตลอดจนประชาชนทั่วไปให้ได้เข้ามาสัมผัสวิถีชีวิต วัฒนธรรม และวิถีชีวิตธรรมชาติที่สวยงาม

จากความสำคัญที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยเห็นถึงความสำคัญของการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโฮมสเตย์บ้านมอทะ ตำบลแม่อุสุ อำเภอท่าสองยาง จังหวัดตาก รวมทั้งเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวของโฮมสเตย์บ้านมอทะให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวตลอดจนประชาชนทั่วไป ถ้ามีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาพักโฮมสเตย์เพิ่มมากขึ้นจะส่งผลให้ชาวบ้านมีรายได้เสริมจากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น และการท่องเที่ยวจะกลายเป็นธุรกิจที่ไม่ใช่เพียงแค่อาศัยเสริมอีกต่อไป

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลสำคัญในการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโฮมสเตย์บ้านมอทะ ตำบลแม่อุสุ อำเภอท่าสองยาง จังหวัดตาก
2. เพื่อพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโฮมสเตย์บ้านมอทะ ตำบลแม่อุสุ อำเภอท่าสองยาง จังหวัดตาก
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้สื่อที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโฮมสเตย์บ้านมอทะ ตำบลแม่อุสุ อำเภอท่าสองยาง จังหวัดตาก

3. การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดและทฤษฎีที่ใช้เป็นกรอบการศึกษาครั้งนี้ประกอบด้วย

1. แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ (Public Relations)

อรุณรัตน์ ชินวรรณ (2553) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ เป็นกระบวนการในการจัดการบริหารข้อมูลขององค์กรเพื่อให้ข่าวสารขององค์กรเกิดการสื่อสารที่ดี เป็นที่รับรู้ของคนในองค์กรและนอกองค์กรได้เข้าใจถึงภารกิจขององค์กร ทำให้เกิดทัศนคติที่ดี และเกิดความเข้าใจอันดี ระหว่างหน่วยงาน องค์กร สถาบัน กับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องก่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อหน่วยงาน องค์กร สถาบัน นำมาซึ่งความร่วมมือให้การสนับสนุนจากประชาชน และในที่สุดองค์กรก็จะประสบผลสำเร็จ

เสรี วงษ์มณฑา (2540) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์เป็นการกระทำทั้งสิ้น ทั้งหลาย ทั้งปวง ที่เกิดจากการวางแผนล่วงหน้า ในการที่จะสร้างความเข้าใจกับสาธารณชนที่เกี่ยวข้องเพื่อก่อให้เกิดทัศนคติที่ดี ภาพพจน์ที่ดีอันจะนำไปสู่สัมพันธภาพที่ดีระหว่างหน่วยงาน และสาธารณชนที่เกี่ยวข้อง ก่อให้เกิดการสนับสนุนและความร่วมมือกันเป็นอย่างดี

Cutlip, Center and Broom (1994) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ เป็นการติดต่อเผยแพร่ข่าวสารนโยบายของหน่วยงาน ไปยังประชาชนทั้งหลายที่มีส่วนสัมพันธ์ขณะเดียวกันก็เป็นแนวทางตรวจสอบความคิดเห็น ความรู้และความต้องการของประชาชน ให้หน่วยงานหรือองค์กรทราบ เพื่อสร้างความสนับสนุนอย่างแท้จริงให้เกิดประโยชน์ แก่ทุกฝ่าย

วิมลพรรณ อาภาเวท (2553) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์เป็นการติดต่อสื่อสารระหว่างหน่วยงาน หรือองค์กรและกลุ่มประชาชนเป้าหมายเพื่อสร้างความเข้าใจอันถูกต้องในอันที่จะสร้างความเชื่อถือ ศรัทธาและความร่วมมือตลอดจนความสัมพันธ์ที่ดี ซึ่งจะช่วยให้การดำเนินงานของหน่วยงานนั้นๆ บรรลุเป้าหมายตามที่ต้องการ

วิรัช ลภีรัตนกุล (2553) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ เป็นการบริหาร จัดการการให้ข้อมูลเกี่ยวกับองค์กร ผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อให้ชุมชน กลุ่มเป้าหมาย ตลอดจนผู้มีส่วนได้เสียต่างๆ มีความเข้าใจในกิจกรรมและการดำเนินงานขององค์กร จนเกิดทัศนคติที่ดี และให้การยอมรับ การเผยแพร่ข่าวเป็นการสื่อสารความเคลื่อนไหวขององค์กร ผลิตภัณฑ์ บริการ หรือนำเสนอความคิดเห็น

จึงกล่าวได้ว่า การประชาสัมพันธ์จึงเป็นหัวใจสำคัญที่มีส่วนเอื้ออำนวยให้เกิดการเข้าใจกันและร่วมมือกันจากทุกๆ ฝ่าย การประชาสัมพันธ์เป็นกระบวนการสื่อสารขององค์กร หน่วยงานกับประชาชนหรือสังคม เพื่อก่อให้เกิดการผสมผสานแนวทางการรับรู้ การสนับสนุน ความร่วมมือร่วมใจในการทำงานระหว่างองค์กร หน่วยงานกับประชาชนที่เกี่ยวข้อง จึงถือว่าการประชาสัมพันธ์เป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการบริหารงานต่างๆ ในการพัฒนาประเทศ องค์กร หน่วยงาน และสังคมส่วนรวม ให้ได้รับความสำเร็จสมบูรณ์ การใช้การประชาสัมพันธ์เข้าไปช่วยให้การปฏิบัติงานแพร่หลายกว้างขวาง เป็นการเพิ่มศักยภาพในการเสริมสร้าง สัมพันธภาพของบุคลากรภายในหน่วยงาน และสัมพันธภาพระหว่างองค์กร หน่วยงานกับประชาชน

2. แนวคิดเกี่ยวกับสื่อประชาสัมพันธ์

จิตรภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์ (2552) กล่าวว่า สื่อประชาสัมพันธ์ประกอบด้วย วิทย์ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ แผ่นป้าย บอกล่าโปสเตอร์

วิรัช ลภีรัตนกุล (2553) กล่าวว่า สื่อการประชาสัมพันธ์ประกอบด้วย สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ การเขียนในเอกสารการพูด การบอกกล่าว วิชยกระจายเสียง

อรุณรัตน์ ชินวรรณ (2553) กล่าวว่า สื่อประชาสัมพันธ์มีหลายประเภทโดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อทางด้านสิ่งพิมพ์ ปัจจุบันในวงการธุรกิจนิยมใช้สื่อประเภทนี้กันอย่างแพร่หลายเพื่อช่วยส่งเสริมการขาย ซึ่งวิธีในการสร้างสรรค์สิ่งพิมพ์หลายวิธีมีการพัฒนาตัวเองให้ทันสมัยเข้ากับเทคโนโลยีใหม่ๆ สื่อสิ่งพิมพ์ที่นิยมใช้อย่างแพร่หลาย ได้แก่ แผ่นพับ และ แผ่นปลิว

อธิษฐ์ ด่านภทรรวัฒน์ (2561) กล่าวว่า สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ หมายถึง เครื่องมือหรือตัวกลางที่ใช้ในการนำข่าวสารเรื่องราว จากองค์กรหรือหน่วยงานไปสู่ประชาชน สื่ออาจจำแนกได้หลายประเภทหลายหลักเกณฑ์แต่ การกำหนดประเภทของสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ จะต้องคำนึงถึงลักษณะที่เป็นรูปธรรม ลักษณะที่พัฒนาได้ประโยชน์ในปัจจุบันและศักยภาพเพื่ออนาคต

จึงกล่าวได้ว่า สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์มีมากมายหลายประเภท การตัดสินใจเลือกใช้สื่อใดจำเป็นต้องรู้จักธรรมชาติ และเอกลักษณ์ของสื่อแต่ละชนิด เพื่อให้เหมาะสมกับลักษณะของงาน เพื่อให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และ สื่อเพียงประเภทเดียว ย่อมไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอ การใช้สื่อแบบผสมผสานจะสำเร็จผลตามเป้าหมายที่วางไว้อย่างรวดเร็ว

3. แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว (Tourism Public Relations)

อธิษฐ์ ด่านภทรรวัฒน์ (2561) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว เป็นรูปแบบการเสนอข่าวสารทางการท่องเที่ยว เพื่อสร้างภาพพจน์ความประทับใจให้แก่เจ้าของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว หรือผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวต่อสาธารณชน โดยกำหนดนโยบายทางการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความสนใจของสาธารณชนทำให้นักท่องเที่ยวชื่นชมยอมรับและนำไปสู่การซื้อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวหรือเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว คุณสมบัติของการประชาสัมพันธ์ทางการท่องเที่ยวที่แตกต่างจากรูปแบบการส่งเสริมการท่องเที่ยวอื่นที่สำคัญ มีดังต่อไปนี้

- เป็นการเสนอข่าวสารเกี่ยวกับผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวหรือเจ้าของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในรูปของการเผยแพร่ข่าวสาร เพื่อสร้างความเชื่อถือและภาพพจน์ที่ดีแก่นักท่องเที่ยวแล้วนำไปสู่การซื้อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในที่สุด

- เป็นการเผยแพร่ข่าวสารทางการท่องเที่ยวให้เข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวที่คาดหวังอย่างปลอดภัย ซึ่งบุคคลกลุ่มนี้อาจไม่ชอบฟังการโฆษณาหรือติดต่อจากพนักงานขายโดยตรงเพราะการประชาสัมพันธ์ทำให้รู้สึกว่าเป็นการให้ข่าวสารข้อเท็จจริงมากกว่าการชักจูงให้เกิดการซื้อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว
- เป็นการเผยแพร่ข่าวสารทางการท่องเที่ยวที่สร้างความสนใจได้เหมือนกับการโฆษณา แต่เสียค่าใช้จ่ายถูกกว่าการโฆษณา

4. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

นิจิรา คลังสมบัติ (2557) กล่าวว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางจากที่พักไปยังที่ซึ่งถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวด้วยความสมัครใจเป็นการชั่วคราวและไม่ใช้การเดินทางไปเพื่อหารายได้หรือประกอบอาชีพ เป็นกระบวนการนันทนาการที่เกิดขึ้นในเวลาว่าง (Leisure Time) โดยการเดินทาง (Travel) มาเกี่ยวข้อง ซึ่งมีความสัมพันธ์ระหว่างปฏิสัมพันธ์ของนักท่องเที่ยวกับธุรกิจและบริการต่างๆ ทางการท่องเที่ยว

เมลดดา ธนินนท (2560) กล่าวว่า การท่องเที่ยวหมายถึง การที่บุคคลสมัครใจที่จะเดินทางจากที่อาศัยหรือภูมิลำเนาของตนไปยังที่แปลกใหม่ ซึ่งมีสภาพแวดล้อมที่ต่างไปจากการใช้ชีวิตประจำวัน การเดินทางนั้นอาจจะมีการค้างคืนหรือไม่ค้างคืนก็ได้

ธนกฤต สังข์เฉย (2550) กล่าวว่า การท่องเที่ยว เป็นการเดินทางที่มีกิจกรรมต่างๆ ระหว่างการเดินทาง โดยต้องมียอดประกอบเหล่านี้ คือ นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยว หน่วยงานภาครัฐบาล และประชาชนในท้องถิ่น

นิศา ชัชกุล (2550, หน้า 2) กล่าวว่า การท่องเที่ยว หมายถึง กิจกรรมการเดินทางจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่ง ซึ่งนับตั้งแต่จุดเริ่มต้นจนถึงปลายทางจะต้องประกอบด้วยปัจจัย 3 ประการเป็นอย่างน้อย คือ การเดินทาง การพักค้างแรม และการกินอาหารนอกบ้าน

จึงกล่าวได้ว่า การท่องเที่ยวเป็นการเดินทางจากที่พักหรือจากภูมิลำเนาด้วยความสมัครใจเป็นการชั่วคราวและไม่ใช้การเดินทางไปเพื่อหารายได้หรือประกอบอาชีพ อาจจะมีการค้างคืนหรือไม่ค้างคืนก็ได้ การเดินทางเหล่านี้จะไม่พำนักอยู่ที่สถานที่ใดที่หนึ่งเป็นการถาวร มีกิจกรรมต่างๆ ระหว่างการเดินทาง ซึ่งนับตั้งแต่จุดเริ่มต้นจนถึงปลายทางจะต้องประกอบด้วยปัจจัย 3 ประการเป็นอย่างน้อย คือ การเดินทาง การพักค้างแรม และการกินอาหารนอกบ้าน

5. แนวคิดเกี่ยวกับโฮมสเตย์ (Homestay)

กรมการท่องเที่ยว (2558) กล่าวว่า โฮมสเตย์ หมายถึง การท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่ง ที่นักท่องเที่ยวจะต้องพักร่วมกับเจ้าของบ้านชายคาเดียวกัน โดยมีห้องพักหรือพื้นที่ใช้สอยภายในบ้านเหลือสามารถนำมาดัดแปลงให้นักท่องเที่ยวพักได้ชั่วคราวซึ่งมีจำนวนไม่เกิน 4 ห้อง มีผู้พักร่วมกันไม่เกิน 20 คน โดยมีค่าตอบแทน และจัดบริการสิ่งอำนวยความสะดวกตามสมควร อันมีลักษณะเป็นการประกอบกิจการเพื่อหารายได้เสริม ซึ่งเป็นไปตาม บทนิยามคำว่า “โรงแรม” แห่งพระราชบัญญัติโรงแรม พ.ศ. 2547 และได้ขึ้นทะเบียนกับกรมการท่องเที่ยว ตามหลักเกณฑ์ที่กรมการท่องเที่ยวกำหนด

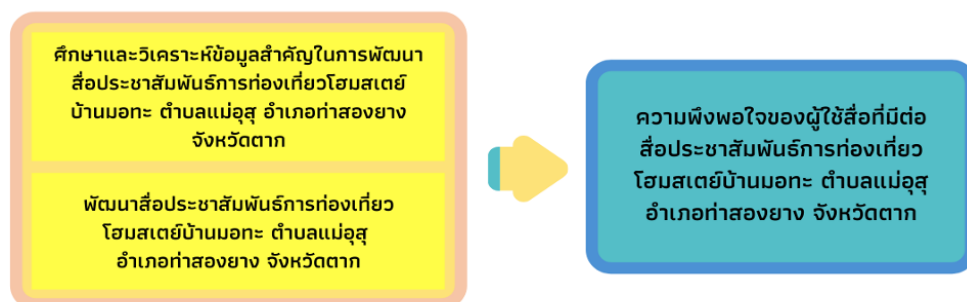
มิ่งสรรพ ขาวสอาด (2549) กล่าวว่า โฮมสเตย์ หมายถึง บ้านพักประเภทหนึ่งที่นักท่องเที่ยวพักร่วมกับเจ้าของบ้าน และมีวัตถุประสงค์ที่จะเรียนรู้วัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชาวบ้าน ซึ่งเต็มใจที่จะถ่ายทอดวัฒนธรรม แลกเปลี่ยนความรู้ซึ่งกันและกัน พร้อมทั้งจัดที่พักและอาหารให้กับนักท่องเที่ยวโดยได้รับค่าตอบแทนตามความเหมาะสม

จึงกล่าวได้ว่า โฮมสเตย์เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่นักท่องเที่ยวจะต้องพักร่วมกับเจ้าของบ้านชายคาเดียวกัน และมีวัตถุประสงค์ที่จะเรียนรู้วัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชาวบ้าน

4. กรอบแนวคิดการวิจัย

ภาพที่ 1

กรอบแนวคิดและความสัมพันธ์ของตัวแปรในการวิจัยใหม่



5. ระเบียบวิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed Methods Research) โดยผู้วิจัยใช้เครื่องมือการวิจัยทั้งเชิงคุณภาพ (Qualitative Method) และเชิงปริมาณ (Quantitative Method) โดยมีขั้นตอนการวิจัยตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Method) การศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลสำคัญในการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโฮมสเตย์บ้านมอทะ ตำบลแม่สุ อำเภอกำสองยาง จังหวัดตาก ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากภาคีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ได้แก่ 1. ประชาชนชุมชน จำนวน 3 คน 2. เจ้าของโฮมสเตย์ จำนวน 5 คน และ 3. ตัวแทนชุมชน จำนวน 10 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสนทนากลุ่ม (Focus Group) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อให้ได้มาซึ่งรูปแบบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโฮมสเตย์บ้านมอทะ ตำบลแม่สุ อำเภอกำสองยาง จังหวัดตาก และทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) 2. การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโฮมสเตย์บ้านมอทะ ตำบลแม่สุ อำเภอกำสองยาง จังหวัดตาก ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากภาคีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ได้แก่ 1. ประชาชนชุมชน จำนวน 3 คน 2. เจ้าของโฮมสเตย์ จำนวน 5 คน และ 3. ตัวแทนชุมชน จำนวน 10 คน โดยสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เพื่อหาแนวทางในการออกแบบและพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว และทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหา

การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Method) การศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้สื่อที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโฮมสเตย์บ้านมอทะ ตำบลแม่สุ อำเภอกำสองยาง จังหวัดตาก ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในหมู่บ้านมอทะ ตำบลแม่สุ อำเภอกำสองยาง จังหวัดตาก จำนวน 400 คน เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ผู้วิจัยจึงใช้สูตรการคำนวณขนาดตัวอย่างในกรณีที่ทราบจำนวนประชากร โดยกำหนดค่าคลาดเคลื่อน 0.05 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ได้ขนาดตัวอย่างเท่ากับ 400 คน (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2553) และใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

เมื่อได้จัดทำร่างแนวคำถามสัมภาษณ์เรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้จัดส่งให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบโครงสร้างของข้อคำถามความสมบูรณ์และความถูกต้อง โดยมีดัชนีของความสอดคล้อง (IOC) ที่ 0.89 ก่อนนำไปใช้จริง และผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญ มาปรับปรุงแก้ไขและนำไปทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยนำไปทดลองใช้ (TryOut) กับนักท่องเที่ยวที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน และใช้วิธีคำนวณหาค่าความเชื่อมั่น “สัมประสิทธิ์แอลฟา” (Cronbach’s Alpha Coefficient) (ประสพชัย พสุนนท์, 2555) พบว่ามีค่าความเชื่อมั่นที่ระดับ 0.82 ซึ่งถือว่าเป็นค่าที่เชื่อถือได้

2. ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านพื้นที่ คือ หมู่บ้านมอทะ ตำบลแม่อุสุ อำเภอสองยาง จังหวัดตาก
2. ขอบเขตด้านเนื้อหา ผู้วิจัยมุ่งศึกษาข้อมูลสำคัญในการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโฮมสเตย์บ้านมอทะ และการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้สื่อที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโฮมสเตย์บ้านมอทะ ตำบลแม่อุสุ อำเภอสองยาง จังหวัดตาก

3. ขอบเขตด้านระยะเวลา ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษารั้งนี้ ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม 2564 - มีนาคม 2565

4. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากร เป็นนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในหมู่บ้านมอทะ ตำบลแม่อุสุ อำเภอสองยาง จังหวัดตาก ซึ่งเป็นประชากรที่ไม่ทราบค่า

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ประเภทคำถามปลายปิด (Closed Form) และลักษณะเป็นตัวเลขมาตราส่วนประมาณค่า (Numerical Rating Scale) เป็นการวัดเพื่อแสดงระดับ มี 5 ระดับ เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโฮมสเตย์บ้านมอทะ ตำบลแม่อุสุ อำเภอสองยาง จังหวัดตาก

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในรูปของค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

6. ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลสำคัญในการ พัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโฮมสเตย์บ้านมอทะ ตำบลแม่อุสุ อำเภอสองยาง จังหวัดตาก พบว่า ข้อมูลสำคัญในการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ ได้แก่ โลโก้ของโฮมสเตย์บ้านมอทะ ชื่อแหล่งท่องเที่ยว สถานที่ตั้ง เส้นทางการเดินทาง ลักษณะของกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สะท้อนอัตลักษณ์และคุณค่าทางวัฒนธรรมชุมชน โดยมีรายละเอียดดังนี้

- 1) ข้อมูลการสร้างโลโก้ของโฮมสเตย์บ้านมอทะ ตำบลแม่อุสุ อำเภอสองยาง จังหวัดตาก มีลักษณะของสีโทนเขียว มีความเป็นธรรมชาติ และให้ความรู้สึกเหมือนพักผ่อนในท่ามกลางธรรมชาติ

- 2) ข้อมูลการเดินทางจากอำเภอสอด ถึง โฮมสเตย์บ้านมอทะ ตำบลแม่อุสุ อำเภอสองยาง จังหวัดตาก

- 3) ข้อมูลการสร้างเส้นทางจากโฮมสเตย์บ้านมอทะ ตำบลแม่อุสุ อำเภอสองยาง จังหวัดตาก ไปยังแหล่งท่องเที่ยวจุดอื่นๆตามโปรแกรมการท่องเที่ยว

- 4) ข้อมูลการออกแบบโปรแกรมการท่องเที่ยวโฮมสเตย์บ้านมอทะ ตำบลแม่อุสุ อำเภอสองยาง จังหวัดตาก เป็นเวลา 2 วัน 1 คืน ราคา 450 บาท รวมอาหาร 2 มื้อ (มื้อเย็นของวันที่ 1 และมื้อเช้าของวันที่ 2) และมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สะท้อนอัตลักษณ์และคุณค่าทางวัฒนธรรมของหมู่บ้านมอทะ ตำบลแม่อุสุ อำเภอสองยาง จังหวัดตาก ดังนี้

โปรแกรมการท่องเที่ยว วันที่ 1

- 4.1) ผูกข้อมือรับขวัญตามวิถีชาวปกากะญอ
- 4.2) เรียนรู้วัฒนธรรมการทอผ้าของศูนย์การเรียนรู้ผ้าทอมือปกากะญอ บ้านมอทะ
- 4.3) เที่ยวชมหมู่บ้าน ชมวิวทุ่งนา เทียวสะพานไม้ และเล่นน้ำที่ลำธารหน้าหมู่บ้าน
- 4.4) รับประทานอาหารมื้อเย็น (อาหารพื้นบ้านของชาวปกากะญอ)
- 4.5) พักผ่อนตามอัธยาศัย

โปรแกรมการท่องเที่ยว วันที่ 2

- 4.6) ชมทะเลหมอก ณ วัดพระธาตุรัตนเจติย
- 4.7) รับประทานอาหารมื้อเช้า (อาหารพื้นบ้านของชาวปกาเกอะญอ)
- 4.8) เยี่ยมชมความมหัศจรรย์โรงละครใต้พิภพ กับตำนานเสือสมิงสำนักผิด ณ ถ้ำแม่อุสุ
- 4.9) เดินทางกลับบ้านโดยสวัสดิภาพ

2. ผลการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโฮมสเตย์บ้านมอทะ ตำบลแม่อุสุ อำเภอท่าสองยาง จังหวัดตาก พบว่า

การปรับปรุงรูปแบบการประชาสัมพันธ์จากรูปแบบเดิมให้มีความน่าสนใจมากขึ้นนั้น ผู้วิจัยจึงได้นำแนวคิดเกี่ยวกับอินโฟกราฟิกเข้ามาใช้ในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเพื่อเป็นการเล่าเรื่องของกิจกรรมการท่องเที่ยวของโฮมสเตย์บ้านมอทะ ได้แก่ สื่ออินโฟกราฟิก และแผนที่การท่องเที่ยว ดังภาพที่ 1-4

ภาพที่ 2

โลโก้ของโฮมสเตย์บ้านมอทะ ตำบลแม่อุสุ อำเภอท่าสองยาง จังหวัดตาก



ภาพที่ 3

การเดินทางไปยังโฮมสเตย์บ้านมอทะ ตำบลแม่สุก อำเภอสองยาง จังหวัดตาก



ภาพที่ 4

เส้นทางของกิจกรรมการท่องเที่ยวจากโฮมสเตย์บ้านมอทะ ตำบลแม่สุ อำเภอสองยาง จังหวัดตาก ไปยังแหล่งท่องเที่ยวจุดอื่นๆ



ภาพที่ 5

กิจกรรมการท่องเที่ยวของโฮมสเตย์บ้านมอหะด๋ำบลแม่ฮ่อ อำเภอลำปาง จังหวัดตาก



3. ความพึงพอใจของผู้ใช้สื่อที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโฮมสเตย์บ้านมอทะ ตำบลแม่อุสุ อำเภอสองยาง จังหวัดตาก พบว่า ความพึงพอใจโดยภาพรวม มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.34$, $S.D.=0.79$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

ด้านการออกแบบ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.32$, $S.D.=0.80$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ภาพและสัญลักษณ์สามารถสื่อความหมายได้ง่าย ($\bar{X}=4.40$, $S.D.=0.80$) การใช้สีในการออกแบบมีความเหมาะสม ($\bar{X}=4.38$, $S.D.=0.77$) การออกแบบสื่อน่าสนใจ ($\bar{X}=4.36$, $S.D.=0.79$) สื่อมีความทันสมัยและมีความคิดสร้างสรรค์ ($\bar{X}=4.35$, $S.D.=0.79$) รูปแบบและขนาดของตัวอักษรมีความเหมาะสม ($\bar{X}=4.31$, $S.D.=0.79$) การจัดวางองค์ประกอบของภาพมีความสวยงาม ($\bar{X}=4.24$, $S.D.=0.82$) และมีความชัดเจนทั้งภาพและตัวอักษร ($\bar{X}=4.19$, $S.D.=0.84$) ตามลำดับ

ด้านเนื้อหา มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.37$, $S.D.=0.78$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การใช้ภาษาถูกต้องเหมาะสม ($\bar{X}=4.43$, $S.D.=0.76$) สามารถใช้เป็นสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ($\bar{X}=4.41$, $S.D.=0.73$) ปริมาณเนื้อหาที่น่าสนใจมีความเหมาะสม ($\bar{X}=4.39$, $S.D.=0.75$) เนื้อหาและการนำเสนอในสื่อประชาสัมพันธ์มีความน่าสนใจและเข้าใจง่าย ($\bar{X}=4.38$, $S.D.=0.75$) เนื้อหาในสื่อทำให้เข้าใจกิจกรรมการท่องเที่ยว ($\bar{X}=4.37$, $S.D.=0.81$) เนื้อหาเป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยว ($\bar{X}=4.35$, $S.D.=0.82$) และภาพในสื่อสามารถทำให้เข้าใจเนื้อหาได้ในเวลาอันรวดเร็ว ($\bar{X}=4.27$, $S.D.=0.81$) ตามลำดับ

จากผลการวิจัยสรุปได้ว่า สื่ออินโฟกราฟิก และแผนที่การท่องเที่ยว สำหรับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวต้องสื่อความหมายให้นักท่องเที่ยวเข้าใจง่าย เพราะสื่อประเภทนี้ไม่มีภาพเคลื่อนไหวและเสียงดึงดูดความสนใจเหมือนสื่อวิดีโอ ดังนั้น การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวให้เข้าใจง่ายจึงมีความสำคัญมาก และควรคำนึงเรื่องขององค์ประกอบด้านการออกแบบด้านอื่นๆ เช่น การเลือกใช้ภาพประกอบ สัญลักษณ์ต้องสื่อความหมายได้ชัดเจน และการเลือกใช้สีต้องมีความเหมาะสม สำหรับด้านเนื้อหา พบว่า เนื้อหาและการนำเสนอในสื่อประชาสัมพันธ์ต้องมีความน่าสนใจและเข้าใจง่าย ปริมาณเนื้อหาที่น่าสนใจต้องเหมาะสม เพราะสื่อประเภทนี้มีข้อจำกัดด้านพื้นที่ ดังนั้น ต้องสรุปข้อมูลให้กระชับ ได้ใจความ ให้ความน่าสนใจ และเข้าใจง่าย

7. อภิปรายผล

1. การศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลสำคัญในการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโฮมสเตย์บ้านมอทะ ตำบลแม่อุสุ อำเภอสองยาง จังหวัดตาก ได้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว เส้นทางท่องเที่ยว และการเดินทางของนักท่องเที่ยวมายังโฮมสเตย์บ้านมอทะ ตำบลแม่อุสุ อำเภอสองยาง จังหวัดตาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ กฤตยาภาณุจัน โดฬพิทักษ์ และ คุณอานันท์ นิรมล (2561) ผลการวิจัยพบว่า การคัดเลือกกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สะท้อนอัตลักษณ์และคุณค่าทางวัฒนธรรมของชุมชนคนต้นน้ำคลองท่าแนะ จังหวัดพัทลุง ได้แก่ จุดชมวิวกวนไข่มุก จุดชมวิวกว้าง ถ้ำมัจฉาปลาวน วัดถ้ำเก่า ถ้ำเทวดา ถ้ำฤๅษี และถ้ำสาย สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริประภา ประภากรเกียรติ (2562) ผลการวิจัยพบว่า องค์ประกอบของข้อมูลการท่องเที่ยว แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ประกอบด้วย 1) วิถีเกษตร อาชีพหลัก อาชีพเสริม 2) วิธีการท่องเที่ยวมีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว แต่ขาดสื่อประชาสัมพันธ์ และ 3) วิถีชีวิตและวัฒนธรรมมีลักษณะชุมชนเข้มแข็งและ อนุรักษ์วัฒนธรรมในชุมชน และยังสอดคล้องกับ ชีระ อินทรเรือง (2559) กล่าวว่า การที่จะทำให้การจัดการท่องเที่ยว เป็นไปอย่างยั่งยืนนั้น จำเป็นต้องส่งเสริมให้ชุมชนมีส่วนร่วมในทุกๆ กิจกรรมของการจัดการท่องเที่ยว ตามคุณลักษณะของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ได้แก่ 1) เป็นการท่องเที่ยวที่มีความต่อเนื่อง (Continuity) ซึ่งหมายถึง ความต่อเนื่องของทรัพยากรธรรมชาติและต่อเนื่องของวัฒนธรรม ซึ่งจัดเป็นทรัพยากรหลัก รวมถึงสามารถมอบประสบการณ์ นันทนาการที่ดีแก่นักท่องเที่ยวด้วย 2) เป็นการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ (Quality) เน้นคุณภาพของสิ่งแวดล้อม ประสิทธิภาพ นันทนาการ และคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน 3) เป็นการท่องเที่ยวที่มีความสมดุล (Balance) คือความสมดุลระหว่างความต้องการของนักท่องเที่ยวของคนในชุมชนและขีดความสามารถของทรัพยากร

2. การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโฮมสเตย์บ้านมอทะ ตำบลแม่อุสุ อำเภอกำแพงแสน จังหวัดตาก นำข้อมูลที่ได้มาพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว เช่น สื่ออินโฟกราฟิก และแผนที่การท่องเที่ยว ที่สามารถนำไปใช้ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโฮมสเตย์บ้านมอทะ และนำเสนอข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวของหมู่บ้านมอทะเพื่อให้ผู้ที่สนใจได้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว การเดินทาง และลักษณะของกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สะท้อนอัตลักษณ์และคุณค่าทางวัฒนธรรมชุมชนของหมู่บ้านมอทะ สอดคล้องกับงานวิจัยของ อรรพรรณ แท่งทอง (2562) ผลการวิจัยพบว่า การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับประชาสัมพันธ์ชมรมคนรักในหลวง จังหวัดสิงห์บุรี สามารถนำไปใช้ประชาสัมพันธ์ชมรมคนรักในหลวง จังหวัดสิงห์บุรี และนำเสนอข้อมูลความรู้ต่างๆ ที่เกี่ยวกับชมรมคนรักในหลวง จังหวัดสิงห์บุรี ให้ผู้ที่สนใจเข้ามามีส่วนร่วมได้รับทราบข้อมูลที่เป็นปัจจุบันทันสมัย สอดคล้องกับงานวิจัยของ อภิวัฒน์ บุญเนรมิต (2561) ผลการวิจัยพบว่า นำข้อมูลที่ได้จากชุมชนมาออกแบบเป็นชุดสื่อต่างๆ ให้กับชุมชนคลองโยง คือ การออกแบบโลโก้ ออกแบบแผนที่ ออกแบบมาสคอต ออกแบบแผ่นพับ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ให้กับทางชุมชนคลองโยงให้ผู้ที่มาเยี่ยมชม ท่องเที่ยว เข้าใจประวัติ สถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ในชุมชน และยังสอดคล้องกับ สมิทธิ์ บุญชูติมา (2561) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์เป็นการสร้างความสัมพันธ์โดยใช้กลยุทธ์ทางการสื่อสาร เพื่อส่งเสริมความเข้าใจที่ถูกต้องร่วมกัน ตลอดจนสร้างความสัมพันธ์อันดีต่อกันระหว่างหน่วยงานขององค์กรหรือสาธารณชนต่างๆ อันจะนำมาซึ่งความเชื่อถือศรัทธา ความไว้วางใจตลอดจนความร่วมมือและสนับสนุนจากสาธารณชน

3. การศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้สื่อที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโฮมสเตย์บ้านมอทะ ตำบลแม่อุสุ อำเภอกำแพงแสน จังหวัดตาก ผู้ใช้สื่อมีความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโฮมสเตย์บ้านมอทะ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.34$, $S.D.=0.79$) สอดคล้องกับงานวิจัยของ หทัยชนก ยังสุข และภานุพงศ์ แสนจันทร์ (2561) ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประเมินมีความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.20$, $S.D.=0.48$) และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ อภิสรา กฤตาวาณิช (2564) ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจสื่อดิจิทัล อยู่ในระดับมาก $\bar{X}=4.23$, $S.D.=0.82$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการออกแบบ ผู้ประเมินมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.32$, $S.D.=0.80$) สอดคล้องกับงานวิจัยของ วุฒิไกร พิมพ์พันธ์, ภัสสร ปัทวงค์ และ อภิรติ เดชพงษ์สัมฤทธิ์ (2564) ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประเมินมีความพึงพอใจต่อสื่อแอนิเมชัน 3 มิติเพื่อส่งเสริมจิตสำนึกการอนุรักษ์ช้างไทยในการออกแบบและเทคนิค อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.18$, $S.D.=0.55$) และด้านเนื้อหา ผู้ประเมินมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.37$, $S.D.=0.78$) สอดคล้องกับงานวิจัยของ หทัยชนก ยังสุข และภานุพงศ์ แสนจันทร์ (2561) ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประเมินมีความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในด้านความถูกต้องครบถ้วนของเนื้อหา อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.40$, $S.D.=0.48$)

8. ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

1. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องและชุมชนควรทำภาคีสร้างความร่วมมือในการพัฒนารูปแบบการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวประเภทต่างๆ ของบ้านมอทะ ตำบลแม่อุสุ อำเภอกำแพงแสน จังหวัดตาก และเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดให้ดียิ่งขึ้น
2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องและชุมชนสามารถพัฒนาต่อยอดสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวให้กับชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวอื่นได้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายทั้งในประเทศและต่างประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ
3. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรร่วมมือกันในการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้กับชุมชนเพื่อให้เป็นการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนสืบต่อไป

2. ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. พัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์โดยใช้เทคโนโลยีที่มีความทันสมัยรูปแบบอื่น เช่น วิดีโอ โดยใช้เทคโนโลยี 360° เทคโนโลยีเสมือนจริง (Virtual Reality: VR) เทคโนโลยีความจริงเสริม (Augmented Reality: AR) เป็นต้น
2. ในสื่อประชาสัมพันธ์ควรเพิ่มภาษาอื่นอีก เช่น ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน และภาษาพม่าเพื่อให้นักท่องเที่ยวต่างชาติเกิดความเข้าใจมากขึ้น
3. ควรศึกษาวิธีการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีอยู่อย่างหลากหลายในชุมชนให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้นเพื่อเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวและเพื่อเพิ่มรายได้จาก กิจกรรมการท่องเที่ยว

รายการอ้างอิง

- กนกรัตน์ ดวงพิบูล และ จารุพันธ์ เมธะพันธุ์. (2561). โสมสเตียงกับการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในจังหวัดน่าน. *วารสารบัณฑิตวิจัย*, 9(1), 217-234.
- กรมการท่องเที่ยว. (2558). *มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย (Thailand Homestay Standard)*. สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กฤษฎา กาญจน์ โตพิทักษ์ และ คุณอนันต์ นิรมล. (2561). การพัฒนาสื่อส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สะท้อนอัตลักษณ์ และคุณค่าทางวัฒนธรรมชุมชนคนต้นน้ำคลองท่าแนะ จังหวัดพิจิตร. *วารสารศรพิบูล*, 6(2), 231-246.
- จิตรารณ สุธวิตรเศรษฐ์. (2552). *ยุทธวิธีประชาสัมพันธ์* (พิมพ์ครั้งที่ 8). สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชนกฤต สังข์เฉย. (2550). *อุตสาหกรรมท่องเที่ยวและการบริการ*. เพชรบุรี: คณะวิทยาการจัดการ วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2553). *การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS* (พิมพ์ครั้งที่ 11). วี.อินเตอร์ พรินท์.
- ธีระ อินทรเรือง. (2559). *การวางแผนพัฒนาและการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน* (เอกสารประกอบการสอน). มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- นิจิรา คลังสมบัติ. (2557). *การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน จังหวัดอุดรธานี*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโท]. Chulalongkorn University Intellectual Repository (CUIR). <http://cuir.car.chula.ac.th/handle/123456789/45877>.
- นิตา ชัชกุล. (2550). *อุตสาหกรรมท่องเที่ยว*. สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ประสพชัย พสุนนท์. (2555). *การวิจัยการตลาด*. ท็อป.
- มิ่งสรรพ์ ขาวสอาด. (2549). *การท่องเที่ยวชุมชนและบ้านพักแบบโฮมสเตย์* (พิมพ์ครั้งที่ 2). นพบุรีการพิมพ์.
- เมตตา ธนินันท์. (2560). *การศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวบ้านบางเขน* [การค้นคว้าอิสระปริญญาโท]. Bangkok University (BU). <http://dspace.bu.ac.th/handle/123456789/2706>.
- วิมลพรรณ อาภาเวช. (2553). *หลักการโฆษณาและประชาสัมพันธ์*. โอเดียนสโตร์.
- วิรัช ลภิตนกุล. (2553). *การประชาสัมพันธ์* (พิมพ์ครั้งที่ 12). สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วุฒิไกร พิมพ์พันธ์, ภัสสร ปัทวงศ์ และ อภิรติ เดชพงษ์สัมฤทธิ์. (2564). การออกแบบและพัฒนาสื่อแอนิเมชัน 3 มิติเพื่อส่งเสริมจิตสำนึกการอนุรักษ์ช้างไทย. *วารสารวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก*, 1(1), 53-64.

- ศิริประภา ประภากรเกียรติ. (2562). *การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว โดยใช้แนวคิดชุมชนเป็นฐาน*. [วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต]. Extraordinary Simple Public Library of Research Result (EXPLORE). http://www.thai-explore.net/file_upload/submitter/file_doc/1737daadf7c3cc0a230725a0cdddef05.pdf.
- สมิทธิ์ บุญชุติมา. (2561). *การใช้เครื่องมือสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ (การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อกระจายภาพและเสียง อินเตอร์เน็ต และสื่อกิจกรรมพิเศษ)*. บริษัท 21 เซ็นจูรี จำกัด.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2540). *การประชาสัมพันธ์เชิงปฏิบัติ*. บริษัท เอเอ็นการพิมพ์ จำกัด.
- หทัยชนก ยังสุข และ ภาณุพงศ์ แสนจันทร์. (2561). *สื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จังหวัดสุพรรณบุรี [โครงการพิเศษ เทคโนโลยีบัณฑิต]*. Rajamangala University of Technology Phra Nakhon (RMUTP). https://repository.rmutp.ac.th/bitstream/handle/123456789/3449/MCT_63_10.pdf?sequence=1&isAllowed=y.
- อธิษฐ์ ด่านภทธรวัฒน์. (2561). *การใช้อัตลักษณ์เพื่อการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว: กรณีศึกษาอำเภอบ้านตาขุน จังหวัด สุราษฎร์ธานี*. [วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต]. Prince of Songkla University (PSU). <https://kb.psu.ac.th/psukb/handle/2016/12814>.
- อภิวัฒน์ บุญเนรมิต. (2561). *การออกแบบชุดสื่อโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตามแนวทางโอทอปนวัตวิถี (ตำบลคลองโยง อ.พุทธมณฑล จ.นครปฐม)*. [จุลนิพนธ์ปริญญาบัณฑิต]. Siam University. <https://e-research.siam.edu/kb/media-design-for-encourage-community-tourism/>.
- อภิสร กฤตวาณิชย์. (2564). *การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวตามศาสตร์พระราชาของศูนย์เรียนรู้ ศาสตร์พระราชา อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดศรีสะเกษ*. *วารสารนิเทศศาสตร์ปริทัศน์*, 25(2), 140-152.
- อรรณณ แสงทอง. (2562). *การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับประชาสัมพันธ์ชมรมคนรักในหลวง จังหวัดสิงห์บุรี*. *วารสารวิชาการ การจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรม*, 6(2), 57-66.
- อรุณรัตน์ ชินวรรณ. (2553). *สื่อประชาสัมพันธ์*. สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อัจฉริยาพร คันทมาลาเจริญ. (2564). *การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวในแนวทางการท่องเที่ยว 4.0 กรณีศึกษาพื้นที่ตำบลกุดช้าง อำเภอมะแมง จังหวัดเชียงใหม่*. [วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต]. Maejo University Library. http://mdc.library.mju.ac.th/thesis/2564/artchariyaporn_kantamalajaroen/fulltext.pdf.
- Cutlip M. Scott, Center H. Allen and Broom M. Glen. (1994). *Effective Public Relations* (7th ed). Englewood Cliffs, N.T.: Prentice Hall.