

แนวทางการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม



นางสาววิริยาภรณ์ ศิวิไล

ศูนย์วิทยพัทยากร

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2551

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

WEBSITE DEVELOPMENT TO PROMOTE HOME STAY TOURISM IN
SAMUTSONGKHRAM PROVINCE



Miss Viriyaporn Sivilai

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts Program in Public Relations

Department of Public Relations

Faculty of Communication Arts

Chulalongkorn University

Academic Year 2008

Copyright of Chulalongkorn University

วิทยากรณ์ ศิวโถ : แนวทางการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ใน
จังหวัดสมุทรสงคราม. (WEBSITE DEVELOPMENT TO PROMOTE HOME STAY
TOURISM IN SAMUTSONGKHRAM PROVINCE) อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก :
ผศ.สุวัฒนา วงษ์กะพันธ์, 176 หน้า.

การวิจัยเรื่อง "แนวทางการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ใน
จังหวัดสมุทรสงคราม" มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1. เพื่อศึกษาหาแนวทางการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อ
ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม ให้ตรงตามความต้องการของ
นักท่องเที่ยว 2. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบ
โฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม 3. เพื่อศึกษาข้อเสนอแนะในการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการ
ท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม โดยการวิจัยครั้งนี้แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ส่วนที่ 1
การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกจากกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม คือ ผู้ประกอบการ
โฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม จำนวน 3 คน และผู้ดูแลเว็บไซต์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวใน
จังหวัดสมุทรสงคราม จำนวน 2 คน ส่วนที่ 2 การวิจัยเชิงปริมาณ ที่ได้จากการสำรวจโดยใช้
แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์
ในจังหวัดสมุทรสงคราม จำนวน 400 คน

ผลการวิจัยพบว่า ระดับความต้องการในการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว
แบบโฮมสเตย์ของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับสูง โดยสนใจข้อมูลด้านสถานที่ท่องเที่ยวใกล้เคียงและ
ภาพเหมือนจริงประกอบในการนำเสนอมากที่สุด สำหรับปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนา
เว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ ได้แก่ ปัญหาด้านการพึ่งพาตัวแทนนำเที่ยว
ปัญหาด้านบุคลากร ปัญหาด้านราคา ปัญหาด้านคอมพิวเตอร์ และข้อเสนอแนะในการพัฒนา
เว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ ได้แก่ การสนับสนุนช่วยเหลือของภาครัฐ การ
รวมตัวกันของผู้ประกอบการโฮมสเตย์ การปรับราคาลงของบริษัทผู้จัดทำและออกแบบเว็บไซต์
การก่อตั้งชมรมเว็บไซต์ที่พักโฮมสเตย์ การเพิ่มสถานที่ท่องเที่ยวบนเว็บไซต์

ภาควิชา การประชาสัมพันธ์ลายมือชื่อนิสิต วิทยากรณ์ ศิวโถ
สาขาวิชา การประชาสัมพันธ์ลายมือชื่ออ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก
ปีการศึกษา 2551

5084741628 : MAJOR PUBLIC RELATIONS

KEYWORDS : WEBSITE DEVELOPMENT/ HOME STAY / COMMUNITY BASED TOURISM

VIRIYAPORN SIVILAI : WEBSITE DEVELOPMENT TO PROMOTE HOME STAY TOURISM IN SAMUTSONGKHRAM PROVINCE. ADVISOR : ASST.PROF.SUWATTANA VONGGAPAN, 176 pp.

The purposes of this research were 1. to study websites development to promote home stay tourism in Samutsongkhrum province for tourist's need. 2. to study websites development's problems to promote home stay tourism in Samutsongkhrum province 3. to study websites development's suggestions to promote home stay tourism in Samutsongkhrum province. This research was separated into two parts. The first part was qualitative research by in-dept interview of two target groups: three home stay entrepreneurs and two webmasters about tourism in Samutsongkhrum province. The second part was quantitative research by using questionnaires surveys with four-hundred Thai tourists' examples that used home stay tourist services in Samutsongkhrum province.

The research's results were found that the expect level of websites development to promote home stay tourism in Samutsongkhrum province of the target groups were high. The results shown that they were most interested in tourist attractions information of the nearby places with real pictures shown in the presentations. Websites development's problems to promote home stay tourism were the dependency on travel agencies problems, personnel problems, cost problems, and computer problems. Websites development's suggestions to promote home stay tourism were the need of government's support, integration of home stay entrepreneurs, reduction of websites companies and design costs, set up home stay community websites and increased tourist attractions on the websites.

Department : Public Relations Student's Signature Viriyaporn Sivilai
Field of Study : Public Relations Advisor's Signature
Academic Year : 2008

กิตติกรรมประกาศ

การจัดทำวิทยานิพนธ์ครั้งนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาจากบุคคลต่างๆที่เกี่ยวข้องทั้งคำแนะนำและความช่วยเหลือมากมาย ดังนั้น ผู้วิจัยจึงขอขอบคุณสำหรับสิ่งต่างๆที่ได้รับ

ขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุวัฒน์ วังษ์กะพันธ์ สำหรับการเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ให้อิสระเสรีทางความคิดแก่ผู้วิจัย รองศาสตราจารย์ อุบลวรรณ เปรมศรีรัตน์และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว รวมทั้งอาจารย์สมิทธิ บุญชูติมา ที่เสียสละเวลาอันมีค่าในการตรวจแก้ไขวิทยานิพนธ์ จนทำให้วิทยานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จ พร้อมทั้งการรับฟังปัญหาของผู้วิจัยด้วยความเต็มใจและยังสามารถแก้ปัญหาได้อย่างราบรื่น นอกจากนี้ขอขอบพระคุณอาจารย์ในภาควิชาการประชาสัมพันธ์ทุกท่านที่ถ่ายทอดวิชาความรู้ เพื่อให้ผู้วิจัยนำไปใช้ในการวิจัยและการดำรงชีวิต

ขอขอบพระคุณครอบครัวที่ให้กำลังใจผู้วิจัยเสมอมา จนทำให้ทุกสิ่งทุกอย่างในชีวิตของผู้วิจัยดำเนินไปได้ตามจุดมุ่งหมายที่ดีที่ควรจะเป็น

ขอขอบคุณมิตรภาพจากเพื่อนๆ พี่ๆ ประชาสัมพันธ์ภาคใน พวกเรามีทั้งรอยยิ้ม เสียงหัวเราะและน้ำตา ต้องเรียกได้ว่าครบสูตรจริงๆ ขอขอบคุณเพื่อนมิ่งค์ ปูกูกุ เพื่อนที่กำลังใจกันและกันเสมอมา เอ่เรื่องซาเซียวแก้วนั่น ผู้วิจัยยังไม่ลืม พี่เจ็บบขอบคุณสำหรับคำแนะนำเรื่องอาหารบนรถระหว่างทางกลับบ้าน ขอให้โชคดี และกำลังใจจากเพื่อนมากมายที่ไม่ได้กล่าวถึงในที่นี้ที่มีให้ผู้วิจัย ถ้าเอามารวมกันได้ ก็คงเป็นก้อนกำลังใจขนาดใหญ่ รวมทั้งมหาวิทยาลัยแห่งนี้ทำให้ผู้วิจัยเรียนรู้ประสบการณ์ชีวิตนอกเหนือไปจากวิชาความรู้ สิ่งที่ได้มามีค่ามากนัก

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญภาพ.....	ฎ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
ปัญหำนำการวิจัย.....	9
วัตถุประสงค์การวิจัย.....	9
ขอบเขตการวิจัย.....	9
นิยามศัพท์.....	9
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	10
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	11
แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์.....	11
ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ.....	21
แนวคิดการสร้างสรรคส์ื่อเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์.....	23
แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว.....	41
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	54
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	58
ส่วนที่ 1 การวิจัยเชิงคุณภาพ.....	58
แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา.....	58

บทที่	หน้า
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	59
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	59
การทดสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ.....	60
การวิเคราะห์ข้อมูลและนำเสนอข้อมูล.....	61
ส่วนที่ 2 การวิจัยเชิงปริมาณ.....	62
ประชากร.....	62
กลุ่มตัวอย่างและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	63
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	64
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	65
การตรวจสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ.....	65
เกณฑ์การให้คะแนนแบบสอบถาม.....	66
การประมวลผลข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	70
บทที่ 4 ผลการวิจัย.....	71
ส่วนที่ 1 การศึกษาปัญหาและอุปสรรค ข้อเสนอแนะในการพัฒนาเว็บไซต์ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม.....	71
ผลการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม.....	72
ผลการสัมภาษณ์ผู้ดูแลเว็บไซต์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรสงคราม...	93
ส่วนที่ 2 การศึกษาแนวทางการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบ โฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม.....	106
ตอนที่ 1 ข้อมูลด้านลักษณะทางประชากร.....	106
ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแบบ โฮมสเตย์ ในจังหวัดสมุทรสงคราม.....	110
ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของนักท่องเที่ยวในการพัฒนาเว็บไซต์ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม.....	116
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	126
สรุปผลการวิจัย.....	126

ส่วนที่ 1 การสรุปผลการวิจัยในส่วนของการศึกษาปัญหา และอุปสรรค ข้อเสนอแนะในการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว แบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม.....	127
ส่วนที่ 2 การสรุปผลการวิจัยในส่วนของการศึกษาและสำรวจความคิดเห็น ของนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงครามเกี่ยวกับความ ต้องการในการพัฒนาเว็บไซต์ในด้านต่างๆ.....	132
ตอนที่ 1 ข้อมูลด้านลักษณะประชากร.....	132
ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแบบ โฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม.....	132
ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของนักท่องเที่ยวในการพัฒนาเว็บไซต์ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม.....	133
อภิปรายผลการวิจัย.....	134
ส่วนที่ 1 การศึกษาปัญหาและอุปสรรค ข้อเสนอแนะในการพัฒนา เว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม.....	134
ส่วนที่ 2 การนำแนวทางการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบ โฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม ไปประยุกต์ใช้ให้ตรงกับความต้องการ ของนักท่องเที่ยว.....	147
ข้อเสนอแนะทั่วไป.....	152
ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยในอนาคต.....	153
รายการอ้างอิง.....	154
ภาคผนวก.....	158
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	176

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1.	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง แจกแจงตามเพศ.....	106
2.	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง แจกแจงตามอายุ.....	107
3.	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง แจกแจงตามระดับการศึกษา.....	107
4.	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง แจกแจงตามอาชีพ.....	108
5.	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง แจกแจงตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน....	109
6.	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง แจกแจงตามการรับสื่อ ประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม จากสื่อมวลชน.....	110
7.	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง แจกแจงตามการรับสื่อ ประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม จากสื่อบุคคล.....	112
8.	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามแจกแจงตามการรับสื่อ ประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม จากสื่อเฉพาะกิจ.....	114
9.	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ ความสนใจด้านการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงครามบนสื่อ เว็บไซต์.....	116
10.	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะข้อมูลการ ท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงครามบนสื่อเว็บไซต์.....	117
11.	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างแจกแจงตามลักษณะ ความต้องการในการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบ โฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม.....	118

สารบัญภาพ

ตารางที่		หน้า
1.	แสดงตัวอย่างแผ่นพับของโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม.....	78
2.	แสดงตัวอย่างนามบัตรของโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม.....	78
3.	แสดงตัวอย่างคู่มือการท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสงคราม.....	79
4.	แสดงหน้าเว็บไซต์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.....	83
5.	แสดงหน้าเว็บไซต์แม่กลองดี.....	84
6.	แสดงหน้าเว็บไซต์แม่กลองทูเดย์.....	84
7.	แสดงความแตกต่างของเว็บไซต์มะค่าอิงจันทร์โฮมสเตย์ จ.นครราชสีมา.....	96
8.	แสดงความแตกต่างของเว็บไซต์บ้านสวนลีลาวดี จ.สมุทรสงคราม.....	97
9.	แสดงเนื้อหาของเว็บไซต์บ้านสวนอัมพวา จ.สมุทรสงคราม.....	99
10.	แสดงหน้าเว็บบอร์ดของปู้ตากลมโฮมสเตย์ จ.สมุทรสงคราม.....	100



ศูนย์วิทยพัทยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในสังคมที่มีการสื่อสารหลากหลายรูปแบบและมีข่าวสารจำนวนมากมายมหาศาลเช่นทุกวันนี้ การประชาสัมพันธ์ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพจะอาศัยเพียงสื่อบางประเภท โดยเฉพาะสื่อมวลชนในแบบเดิม (Traditional Media) ที่มีบทบาทต่อวิถีชีวิตของผู้คนมาช้านานนั้นอาจไม่เพียงพอ เพราะพฤติกรรมในการรับข้อมูลข่าวสารของคนยุคใหม่ที่มีเทคโนโลยีสารสนเทศ เป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันกำลังเปลี่ยนไป กล่าวคือ ผู้บริโภคได้หันมารับข่าวสารผ่านทางสื่อใหม่ (New Media) เช่น อินเทอร์เน็ตมากขึ้น ขณะเดียวกันข่าวสารที่ปรากฏบนสื่อหลักๆ อื่นๆ ก็มีจำนวนมากมายมหาศาล จนยากที่เราจะมั่นใจได้ว่า กลุ่มเป้าหมายได้รับหรือพบเห็นข่าวสารที่เผยแพร่ไปหรือไม่ จึงมีความจำเป็นที่จะต้องสร้างสรรค์สื่อที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ตรงและแม่นยำกว่า เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของการประชาสัมพันธ์ให้บรรลุวัตถุประสงค์อย่างแท้จริง

ในช่วงสิบกว่าปีที่ผ่านมา เครือข่ายอินเทอร์เน็ต (Internet) มีการเติบโตอย่างรวดเร็วและเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของคนทั่วโลก เมื่อกล่าวถึงสื่อใหม่แล้ว จึงมุ่งความสนใจไปยังอินเทอร์เน็ตเป็นสำคัญ เนื่องจากเป็นสื่อที่สร้างความเปลี่ยนแปลงให้เกิดขึ้นกับวิถีชีวิตของคนเรา ในหลายมิติ ทั้งด้านสังคม เศรษฐกิจ การศึกษา วัฒนธรรมและการเมือง ปัจจุบันอินเทอร์เน็ตได้รับการกล่าวขานในแทบทุกวงการ เนื่องจากการเป็นเครือข่ายการสื่อสารของโลก ที่เปิดกว้างสำหรับผู้คนในทุกวงการไม่ว่าจะเป็นวงการการศึกษา ซึ่งเป็นวงการแรกที่ใช้ประโยชน์จากเครือข่ายข้อมูลนี้ อินเทอร์เน็ตเปรียบเสมือนสารานุกรมขนาดใหญ่ที่บรรจุข้อมูลความรู้อย่างละเอียดจากห้องสมุดทุกมุมโลกไว้ สำหรับวงการหนังสือพิมพ์ อินเทอร์เน็ตถือได้ว่าเป็นสื่อใหม่ในการที่จะมาปฏิวัติเปลี่ยนแปลงรูปแบบเดิมๆ ของหนังสือพิมพ์และนิตยสารต่างๆ จากเดิมที่ใช้กระดาษในการพิมพ์ ก็กลายเป็นหนังสือพิมพ์และนิตยสารอิเล็กทรอนิกส์แทน สำหรับวงการธุรกิจ อินเทอร์เน็ตได้กลายเป็นแหล่งรวบรวมข้อมูลทางการตลาด เป็นสื่อที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารกับคู่ธุรกิจ โดยส่งข้อมูลจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งภายในเวลาไม่กี่วินาที และที่สำคัญอินเทอร์เน็ตได้กลายมาเป็นสื่อใหม่ที่สำคัญในการนำมาใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์ธุรกิจไปสู่ผู้บริโภคและกลุ่มเป้าหมายทั่วทุกมุมโลก

นอกจากนี้ อินเทอร์เน็ตยังมีบริการที่หลากหลาย ได้แก่ การรับส่งข่าวสารและแสดงความคิดเห็น เช่น อีเมล การค้นหาข้อมูล เช่น เสิร์ชเอนจิน ได้แก่ www.google.com , www.yahoo.com และบริการข้อมูลมัลติมีเดีย เช่น เวิลด์ไวด์เว็บ (World Wide Web : WWW) หรือ เว็บไซต์ (Web Site) ซึ่งล้วนเป็นที่นิยมของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต โดยเฉพาะอย่างยิ่งเวิลด์ไวด์เว็บ เป็นบริการที่ได้รับความนิยมอย่างมาก และเป็นสื่อที่เหมาะสมสำหรับการประยุกต์ เพื่อการประชาสัมพันธ์มากที่สุด (สมชัย อักษรารักษ์ , 2548)

ในอดีตการออกแบบเว็บไซต์เป็นงานยากและต้องอาศัยผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้เกี่ยวกับคอมพิวเตอร์เป็นอย่างดี โดยเว็บไซต์ในยุคแรกๆจะมีตัวอักษรและรูปภาพอย่างเดียวไม่มีเทคนิคอื่นที่น่าสนใจ ต่อมาได้มีการพัฒนาความสามารถของเว็บไซต์เรื่อยมาจนถึงปัจจุบัน ซึ่งมีเครื่องมือช่วยผู้ที่ต้องการออกแบบหรือสร้างเว็บมากมาย เช่น Macromedia Dreamweaver, Microsoft Frontpage เป็นต้น ทำให้ข้อจำกัดที่นักพัฒนาเว็บต้องเป็นผู้เชี่ยวชาญเสมอไปหมดลง แต่คุณสมบัติของนักพัฒนาเว็บข้อใหม่ที่เข้ามาแทนที่คือ ความคิดสร้างสรรค์ ด้วยเหตุผลที่ว่าเว็บไซต์ไม่จำเป็นต้องอาศัยผู้เชี่ยวชาญในการพัฒนา ดังนั้นจึงมีเว็บไซต์เกิดใหม่จำนวนมาก หน้าของนักพัฒนาเว็บจึงต้องตอบตนเองก่อนจะออกแบบเว็บไซต์ว่า จะสร้างเว็บไซต์อย่างไรจึงจะดึงดูดใจผู้เข้าชม นั่นก็คือ การสร้างความแตกต่างจากเว็บไซต์อื่น ไม่ยึดติดกับรูปแบบเดิม เช่น สามารถใช้กราฟฟิกหรือเทคนิคการนำเสนอข้อมูลอื่นมาช่วยตกแต่งหน้าเว็บเพื่อให้มีความสวยงามขึ้น แทนการนำเสนอข้อมูลรูปแบบเดิมที่มีเพียงตัวหนังสือกับรูปภาพธรรมดา อย่างไรก็ตามต้องคำนึงถึงคุณสมบัติของเว็บที่ดีด้วย (กรรณิการ์ สวรรค์โพธิ์พันธุ์ ,2550 : 2)

ปัจจุบันมีเว็บไซต์จำนวนมากเกิดขึ้นใหม่ทุกวัน ในระยะเวลาไม่นาน เหตุผล คือ จำนวนผู้คนที่หลงใหลเข้ามาใช้อินเทอร์เน็ตเป็นจำนวนมากและมีการเติบโตในอัตราแบบทวีคูณ การขยายตัวของจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยขยายตัวเพิ่มขึ้นมากและอยู่ในอัตราค่อนข้างสูงในแต่ละปี โดยในปี 2549 มีจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยประมาณ 8.5 ล้านคน หรือประมาณ 13% ของประชากรรวมทั้งประเทศ หรือเพิ่มขึ้นถึง 4 เท่าจากปี 2543 ซึ่งเป็นปีที่มีการเติบโตของธุรกิจอินเทอร์เน็ตอย่างกว้างขวางในประเทศ โดยแนวโน้มของการใช้บริการอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยที่ขยายตัวเพิ่มขึ้นนั้นมีทั้งในรูปแบบของการใช้บริการในการศึกษา บริการทางการค้า และบริการทางการสื่อสาร โดยอัตราการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตในระดับครัวเรือนในปี 2549 เพิ่มขึ้นเป็น 1.3 ล้านครัวเรือนหรือ 7.2 % ของครัวเรือนทั่วประเทศ โดยที่ลักษณะการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตความเร็วสูงถึง 52.8% ของครัวเรือนที่มีการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตทั้งหมด ในขณะที่ในส่วนของสถานประกอบการ มีอัตราการใช้อินเทอร์เน็ตประมาณ 11.3% และเชื่อมต่อ

ด้วยอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงประมาณ 38% เป็นผลให้ธุรกิจบนอินเทอร์เน็ตมีอยู่เป็นจำนวนมาก ทำให้กระแสการพัฒนาเว็บไซต์กำลังเป็นสิ่งที่ได้รับความสนใจอยู่ในขณะนี้ เป็นผลให้องค์กรสร้างเว็บไซต์ เพื่อเป็นสื่อของตนเองในการติดต่อสื่อสารกับบุคคลภายนอกนั่นเอง(www.thanews.com, 27 ส.ค. 2551)

การพัฒนาเว็บไซต์ จึงเป็นเรื่องสำคัญที่นักพัฒนาเว็บไซต์ไม่ว่าจะเป็นผู้ที่เพิ่งเริ่มพัฒนาหรือพัฒนามานานแล้วก็ตาม ควรพิจารณาอย่างจริงจัง เพราะการออกแบบและการพัฒนาเว็บไซต์ที่ดี จะช่วยให้เว็บไซต์นั้น มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของความเร็วในการเข้าถึงข้อมูล การออกแบบในส่วนเนื้อหาของเว็บไซต์ เป็นต้น เว็บไซต์เปรียบเสมือนตัวแทนขององค์กร โดยมีโฮมเพจ (Home Page) เป็นประตูด่านแรกสำหรับผู้ชมเว็บไซต์หรือลูกค้าที่จะก้าวเข้ามาสู่องค์กร เพื่อดูรายละเอียดที่ต้องการผ่านทางหน้าเว็บย่อยที่ซ่อนอยู่ภายในอีกชั้นหนึ่ง ซึ่งมีข้อมูลที่ต้องการโดยเฉพาะ แต่สิ่งที่สำคัญ คือ จะออกแบบหน้าเว็บอย่างไรเพื่อสร้างความประทับใจ สร้างความน่าเชื่อถือขององค์กรให้กับผู้ใช้งานเว็บไซต์ และเปลี่ยนโอกาสจากผู้เยี่ยมชมเว็บไซต์ ให้กลายมาเป็นลูกค้าที่ซื้อสินค้าและบริการได้

สำหรับประเทศไทยนั้น อินเทอร์เน็ตได้เข้ามามีบทบาทต่อการท่องเที่ยวตั้งตั้งแต่ปี พ.ศ.2541 – 2542 ซึ่งเป็นปีส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทยในหัวข้อ “Amazing Thailand 1998 – 1999” โดยองค์กรส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศและบริษัทท่องเที่ยวต่างๆทั้งในประเทศและต่างประเทศจึงใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ชวนให้ทุกคนมาท่องเที่ยวในประเทศไทยบนเว็บไซต์ที่ได้จัดทำ ซึ่งให้รายละเอียดเกี่ยวกับสถานที่ การจองที่พัก และข้อมูลอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับประเทศไทยหรือข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยว ต่อมาในเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2544 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้จัดทำโครงการ “พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อการท่องเที่ยว” เพื่อให้ผู้ประกอบการท่องเที่ยวที่ขึ้นทะเบียนไว้กับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้เข้าร่วมโครงการดังกล่าวโดยจัดทำเว็บไซต์ www.tourismthailand.org ขึ้น เพื่อให้เป็นศูนย์กลางบริการนำเที่ยวของประเทศไทย ซึ่งจะเป็นช่องทางหลักที่สำคัญในการเชื่อมต่อระหว่างนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการท่องเที่ยวโดยตรง เพื่อบริการจองที่พักและบริการนำเที่ยวแบบออนไลน์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ทั้งนี้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจะใช้สาขาในต่างประเทศ เป็นช่องทางการประชาสัมพันธ์เว็บไซต์อีกทางหนึ่ง (ศิริศรี บุญเจริญ ,2548 : 3)

อินเทอร์เน็ตมีบทบาทในชีวิตประจำวันของมนุษย์เกือบทุกเรื่อง รวมถึงเรื่องการท่องเที่ยว ด้วย ดังนั้น โลกที่เคยดูกว้าง จึงแคบลงและรูปแบบการท่องเที่ยวในอนาคตจะเปลี่ยนไปจากเดิม คือ (พรทิพย์ ไส้เหล็ก , 2542)

1. จะมีผู้ใช้ข้อมูลบนอินเทอร์เน็ต วางแผนเดินทางการท่องเที่ยวสำหรับตนเอง หรือจัดให้ผู้อื่นใช้
2. จะมีผู้เข้าร่วมประชุมวิชาการผ่านทางอินเทอร์เน็ต แทนการเดินทางไปประชุมด้วยตนเอง ซึ่งทำให้ประหยัดทั้งเงินและเวลา
3. สำหรับผู้ที่มีทุนทรัพย์น้อย จะมีโอกาสตระเวนดูสถานที่ท่องเที่ยวของประเทศต่างๆผ่านทางอินเทอร์เน็ต โดยไม่ต้องเสียค่าเดินทางไปดูของจริงด้วยตนเอง

จากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติตั้งแต่ฉบับที่ 4 พ.ศ. 2520 – 2524 เป็นต้นมา ได้มีการบรรจุเรื่องอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไว้เป็นส่วนหนึ่งของแผน เพื่อใช้เป็นเครื่องมือช่วยพัฒนาเศรษฐกิจต่อเนื่อง มาจนถึงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9 พ.ศ.2545 – 2549 ที่สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2544 : 71-73) ได้เสนอเรื่อง การพัฒนาการท่องเที่ยวว่า การส่งเสริมการค้าบริการที่มีศักยภาพ เพื่อสร้างงานและกระจายรายได้ นั่น ส่วนหนึ่งคือ การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มการจ้างงาน การกระจายรายได้สู่ชุมชน และการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยมีแนวทางเพื่อพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวให้รองรับการขยายตัวของนักท่องเที่ยวในระยะยาวและคำนึงถึงการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยดำเนินการพัฒนาเชิงกลุ่มพื้นที่ สนับสนุนการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่ที่ไม่ใช่ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬาและส่งเสริมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นวิถีชุมชน เป็นต้น ดังนั้น การปรับปรุงคุณภาพการบริการการท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐาน กวดขันมาตรฐานด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวและส่งเสริมบทบาทชุมชนองค์กรชุมชนในท้องถิ่นให้มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการท้องถิ่นอย่างครบวงจร ทั้งพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว รณรงค์สร้างจิตสำนึกแก่ชุมชนและท้องถิ่นในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน รวมทั้งเน้นส่งเสริมบทบาทชุมชนในท้องถิ่นให้มีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยว จึงทำให้เกิดกิจกรรมการท่องเที่ยวหลายรูปแบบในชุมชน

การท่องเที่ยวของประเทศไทยขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างมาก จนปรากฏว่า รายได้จาก การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ เป็นแหล่งเงินตราต่างประเทศที่สำคัญที่สุด (www.tat.or.th, 6 พ.ศ. 2551) โดยในปี พ.ศ.2550 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางมาประเทศไทยมีจำนวน 13.82 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 20.01 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา ซึ่งถือว่ามียอดการ

เติบโตเพิ่มขึ้นสูง อีกทั้งในส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยเอง ก็เริ่มให้ความสนใจต่อการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มขึ้นเช่นเดียวกัน โดยในปี พ.ศ.2550 นักท่องเที่ยวชาวไทย เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศถึง 83.23 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.14 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา เนื่องจากการท่องเที่ยว ถือเป็น การพักผ่อนหย่อนใจ คลายความตึงเครียดจากการทำงานและทำให้ร่างกาย จิตใจได้พักผ่อน

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Tourism Industry) ซึ่งประกอบด้วยธุรกิจหลายประเภททั้งธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรง และธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางอ้อมหรือธุรกิจสนับสนุนต่างๆ การซื้อบริการของนักท่องเที่ยวถือได้ว่าเป็นการส่งสินค้าออกที่มองไม่เห็นด้วยสายตา (Invisible Export) เพราะเป็นการซื้อด้วยเงินตราต่างประเทศ การผลิตสินค้า คือ บริการต่างๆที่นักท่องเที่ยวซื้อก็ต้องมีการลงทุน ซึ่งผลประโยชน์จะตกอยู่ในประเทศและจะช่วยให้เกิดงานอาชีพอีกหลายแขนง เกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจ นอกจากนี้ทางด้านสังคมการท่องเที่ยว เป็นการพักผ่อนคลายความตึงเครียด พร้อมๆกับการได้ความรู้ ความเข้าใจในวัฒนธรรมที่ผิดแผกแตกต่างออกไปอีกครั้ง อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นแหล่งที่มาของรายได้ในรูปเงินตราต่างประเทศ ซึ่งจะมีส่วนช่วยสร้างสร้างเสถียรภาพให้กับดุลการชำระเงินของประเทศ รายได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีส่วนช่วยผ่อนคลายความเสียหายเปรียบในเรื่องดุลการชำระเงินได้เป็นอย่างมาก นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังมีบทบาทช่วยกระตุ้นให้มีการนำเอาทรัพยากรของประเทศมาใช้ประโยชน์อย่างกว้างขวาง เช่น เปลือกหอย ไม้ไผ่ ฯลฯ โดยผู้ที่อยู่ในท้องถิ่นได้เก็บมาประดิษฐ์เป็นหัตถกรรมพื้นบ้าน ขายเป็นของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยวเป็นการนำเอาวัสดุที่เคยเห็นว่าปราศจากคุณค่ามาทำให้เกิดประโยชน์และเพิ่มรายได้ ซึ่งแม้จะเป็นรายได้เล็กน้อย แต่เมื่อรวมกันเข้าก็เป็นรายได้สำคัญอย่างหนึ่งเช่นกัน (นิคม จารุมณี ,2544 : 5)

การท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ในศตวรรษที่ 21 ถือได้ว่าเป็นทศวรรษที่ผ่านมา นักพัฒนาการท่องเที่ยวได้จัดแยกประเภทรูปแบบการท่องเที่ยวใหม่ เพื่อสามารถแยกกิจกรรมการท่องเที่ยวตามที่นักท่องเที่ยวสนใจมี 9 ประเภท ได้แก่ การท่องเที่ยวมวลชน การท่องเที่ยวแบบผจญภัย การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ การท่องเที่ยวชมงานวัฒนธรรมและประเพณี การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ และการท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตชนบท ซึ่งการท่องเที่ยวประเภทหลังนี้ เป็นการเดินทางท่องเที่ยวในหมู่บ้านชนบทที่มีลักษณะวิถีชีวิตและผลงานสร้างสรรค์ที่มีเอกลักษณ์โดดเด่น เพื่อความเพลิดเพลิน ได้รับความรู้ ศึกษางานสร้างสรรค์และภูมิปัญญาพื้นบ้าน มีความเข้าใจต่อวัฒนธรรมท้องถิ่นบนพื้นฐานของการจัดการการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบ มีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรม

ท้องถิ่นและคุณค่าของสิ่งแวดล้อม โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของท้องถิ่น (จำไพพรรณ แก้วสุริยะ, 2545 : 4-7)

ดังนั้น การท่องเที่ยวประเภทการจัดที่พักแรมแบบสัมผัสวัฒนธรรมชนบท หรือที่เรียกว่าการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ (Home Stay) ก็เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่มีวัตถุประสงค์ที่จะเรียนรู้วัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชาวพื้นเมืองที่มีวัฒนธรรมเป็นเอกลักษณ์ประจำถิ่น หรือมีประสบการณ์วัฒนธรรมในด้านต่างๆของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ กิจกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรมจะอยู่ในรูปแบบที่ได้รับความรู้หรือประสบการณ์ด้านวัฒนธรรมท่องเที่ยว และในขณะเดียวกันก็มีความเพลิดเพลินรวมอยู่ด้วย นับเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในชนบท เพราะรูปแบบการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์นั้น สามารถตอบสนองความต้องการใหม่ๆของนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นคุณภาพมากกว่าปริมาณ ทำให้เป็นคุณค่าทางวัฒนธรรมและระบบนิเวศในชุมชนได้มากกว่า โดยชุมชนจะมีบทบาทเกี่ยวข้องอย่างชัดเจน ตั้งแต่การพัฒนาที่พักอาศัยให้ถูกสุขลักษณะ ซึ่งส่งผลต่อการยกระดับคุณภาพชีวิตด้วย การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์จึงเป็นอีกรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยว ที่สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาให้ความสำคัญ เนื่องจากว่าโฮมสเตย์ในประเทศไทยได้ขยายตัวอยู่ตลอดเวลาและที่สำคัญยังเป็นการเผยแพร่วัฒนธรรมและชนบทธรรมเนียมประเพณีของคนไทยที่ทรงคุณค่าให้ชาวโลกได้ประจักษ์อีกด้วย (www.mots.go.th,2 ก.ค. 2551)

หากจะกล่าวถึงจังหวัดที่ยังคงความงามตามธรรมชาติและการได้สัมผัสชีวิตบ้านสวน ที่แวดล้อมไปด้วยสวนผลไม้และลำคลอง มีกิจกรรมตอนเช้าตักบาตรพระทางเรือ หรือนั่งเรือชมวิถีชีวิตริมคลองและตลาดน้ำ รวมทั้งมีบ้านพักแบบโฮมสเตย์มากที่สุด ก็คงต้องนึกถึงจังหวัดสมุทรสงคราม ที่มีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ได้แก่ ตลาดน้ำอัมพวา ดอนหอยหลอด จึงได้มีการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้โดยใช้สื่อเว็บไซต์ในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

จังหวัดสมุทรสงคราม เป็นจังหวัดที่เล็กที่สุดในประเทศไทยประกอบไปด้วย 3 อำเภอ คือ อำเภอเมืองสมุทรสงคราม อำเภออัมพวาและอำเภอบางคนที จังหวัดสมุทรสงครามเดิมที่เรียกว่าเมืองแม่กลองเป็นจังหวัดที่มีขนาดเล็กติดชายทะเล มีแม่น้ำแม่กลองไหลผ่าน ประชาชนส่วนใหญ่มีวิถีชีวิตความเป็นอยู่แบ่งได้เป็น 2 ลักษณะคือ วิถีชีวิตชาวสวนและวิถีชีวิตชาวประมง ประกอบการมีคลองน้อยใหญ่มากมายถึง 300 สาย ทำให้ผลผลิตจำพวกผลไม้มีคุณภาพและเป็น

ที่นิยม ความสำคัญของจังหวัดมีทั้งเรื่องเรื่องประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม สภาพทางธรรมชาติ ความเป็นอยู่และวิถีชีวิตเรียบง่ายแบบไทย โดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการประยุกต์ใช้ประโยชน์จากสภาพทางธรรมชาติเพื่อดำรงชีวิต ปัจจัยหลักมาจากสภาพที่เมืองสามน้ำ คือ น้ำจืด น้ำกร่อย และน้ำเค็ม ดังนั้นแบบแผนการตั้งถิ่นฐานเป็นชุมชน การทำมาหากิน ตลอดจนขนบธรรมเนียมประเพณีต่างๆจึงตั้งอยู่บนฐานในเรื่องน้ำ และยักรวมถึงสภาพและปัจจัยทางสภาพทางธรรมชาติของพื้นที่ที่สะท้อนออกมาเป็นระบบนิเวศชุมชนที่สอดประสานกลมกลืนกัน (กองอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมธรรมชาติและศิลปกรรม, 2548) ประชาชนที่ชอบการท่องเที่ยวที่ได้สัมผัสกับวัฒนธรรมและวิถีชีวิตแบบดั้งเดิม ไม่ว่าจะเป็นอาชีพการทำสวนผักผลไม้ การเคี้ยวน้ำตาลมะพร้าว หรือเที่ยวชมตลาดน้ำท่าคาก็ยังคงสภาพตลาดนัดแบบชาวบ้านชาวสวนของชุมชนริมคลอง ส่งผลให้จังหวัดสมุทรสงครามเป็นจังหวัดที่น่าไปเยี่ยมชมเยียมเยือนสำหรับผู้สนใจการท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตและวัฒนธรรม จึงทำให้มีนักท่องเที่ยวสนใจเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวภายในชุมชนมากขึ้น จึงเป็นแรงดึงดูดให้เกิดการลงทุนจัดทำที่พักแบบโฮมสเตย์เพิ่มขึ้น (www.samutsongkhram.go.th, 6 พ.ค. 2551)

ราวปี พ.ศ. 2539 ที่เคำกลางแห่งการท่องเที่ยวในรูปแบบของโฮมสเตย์โดยพักร่วมกับเจ้าของบ้านที่เป็นชาวสวนร่วมทำกิจกรรมไปกับเกษตรกรผู้เป็นเจ้าของสวนได้ก่อตัวแนวความคิดในท้องถิ่นบ้านเหมืองใหม่ของผู้ใหญ่ทองหยิบ แก้วนิลกุล จากนักศึกษา นักท่องเที่ยวและผู้สื่อข่าวต่างชาติที่ทางราชการจังหวัดประสานลงมา บ้างก็ต้องการมาศึกษาวิถีชีวิต ไม่ได้มาท่องเที่ยวโดยตรง ในขณะที่เดียวกันบ้านปลายโพรงพาง ทางกำนันธวัช บุญพั๊ด และบ้านท่าคา โดยผู้ใหญ่อุไร สีเหลือง ได้รับการประสานจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในการพาแขกมาเที่ยว ต่อมาท่านผู้นำชุมชนทั้งสามแห่งนี้ ปรับรูปร่างของการท่องเที่ยวให้มีความชัดเจนขึ้น โดยเริ่มตระหนักว่าชุมชนรอบบ้านน่าจะร่วมกันได้ โดยผู้นำชุมชนกับเพื่อนบ้านนำร่องไปก่อน ซึ่งทางชุมชนก็ไม่มีเอกสารหรือสื่อประชาสัมพันธ์อะไร หากเพราะเสน่ห์ของธรรมชาติและวิถีชีวิตบ้านสวนชายตัวเอง โดยไม่ต้องปรุงแต่งไม่ต้องลงทุนอะไร จนกระทั่งปีพ.ศ.2542 กลุ่มของชุมชนทั้งสามแห่งก็มีบ้านที่เข้าร่วมเพิ่มขึ้น สื่อต่างๆก็เริ่มให้ความสนใจและนักท่องเที่ยวที่รักธรรมชาติความสุขสงบแบบบ้านสวนก็สนใจ โฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงครามจึงเกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก (สุรจิต ชिरเวทย์, 2548)

เมื่อโลกเข้าสู่ยุคของการสื่อสารไร้พรมแดน สิ่งที่สำคัญที่สุดและเป็นเรื่องที่ทำทนายผู้ประกอบการโฮมสเตย์เป็นอย่างมากคือ การมีวิสัยทัศน์และสามารถนำเทคโนโลยีใหม่มาประยุกต์ใช้เป็นเครื่องมือในการทำการค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ ระบบอินเทอร์เน็ตนับเป็นเทคโนโลยีประเภทหนึ่งที่สามารถนำมาใช้กับการดำเนินธุรกิจได้เป็นอย่างดี อีกทั้งยังช่วยเพิ่มขีด

ความสามารถในการแข่งขันให้กับผู้ประกอบการได้มากโดยเฉพาะอย่างยิ่ง ผ่านสื่อที่ได้รับความนิยมสูงดังเช่น เว็บไซต์ แต่ในขณะเดียวกันก็ควรตระหนักเสมอว่า เว็บไซต์ได้สร้างโอกาสให้กับทุกคนเช่นกัน ดังนั้น ผู้ประกอบโสมสเตย์ควรจะตระหนักว่า ประเทศไทยมีมรดกอันเป็นแหล่งท่องเที่ยวและวัฒนธรรมที่งดงามอยู่มากมาย จึงควรมีความตื่นตัวที่จะเป็นผู้นำสิ่งดี ๆ ที่มีอยู่เผยแพร่สู่นักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศ (ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ ,2543)โดยการนำสื่อเว็บไซต์มาใช้ในการประชาสัมพันธ์นั้น นับว่ามีความจำเป็นและมีแนวโน้มว่าจะได้รับความนิยมมากขึ้นเรื่อยๆ เพราะเข้าถึงข่าวสารได้อย่างกว้างขวาง มีคุณภาพและมีความรวดเร็ว และเป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์อีกประเภทหนึ่งที่กำลังมีบทบาทสำคัญยิ่งต่องานประชาสัมพันธ์ ดังนั้นจึงไม่ควรละเลยรูปแบบการสื่อสารผ่านทางเว็บไซต์ เพราะเข้ามาอยู่ในชีวิตประจำวันของประชาชนมากขึ้น หากธุรกิจใดไม่มีเว็บไซต์ในการให้ข้อมูลข่าวสารด้วยแล้ว โอกาสที่เสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับธุรกิจ อาจต้องพ่ายแพ้กับคู่แข่งได้ในที่สุด

อย่างไรก็ตาม จากการสำรวจเบื้องต้นผู้วิจัยพบว่า การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวรูปแบบโสมสเตย์ ยังไม่เป็นที่แพร่หลายนัก อีกทั้ง การจัดทำเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในรูปแบบโสมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงครามนั้น มีรายละเอียดในแต่ละสถานที่น้อยมากและยังไม่สามารถเข้าถึงแหล่งวัฒนธรรมที่แท้จริงอันเป็นธรรมชาติของชุมชนนั้นๆได้ การประชาสัมพันธ์เป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้ประชาชนรู้จักการท่องเที่ยวในรูปแบบของโสมสเตย์มากขึ้น ดังนั้น การใช้เว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโสมสเตย์ จึงเป็นทางเลือกหนึ่งที่ทำให้ประชาชนรู้จักการท่องเที่ยวแบบโสมสเตย์ได้ การใช้เว็บไซต์ในการประชาสัมพันธ์ จึงนับได้ว่าเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพสื่อหนึ่ง เพราะการประชาสัมพันธ์ด้วยเว็บไซต์นั้น สามารถครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายได้ทั่วโลก ทั้งยังช่วยให้ผู้ประกอบการโสมสเตย์มีโอกาสขยายธุรกิจของตน ด้วยต้นทุนที่ผู้ประกอบการพอจะสามารถลงทุนได้

ผู้วิจัยจึงเห็นว่า การศึกษาเรื่อง “แนวทางการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโสมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม” น่าจะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวของประเทศไทย เพราะการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบของเว็บไซต์นั้น มีแนวโน้มที่จะสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายได้สะดวก รวดเร็วกว่าสื่ออื่นๆ ทำให้นักท่องเที่ยวทราบรายละเอียดของสถานที่ที่จะไปเที่ยวได้ก่อน และช่วยให้นักท่องเที่ยวเข้าใจในการท่องเที่ยวแบบโสมสเตย์ เข้าใจถึงวิถีชีวิต วัฒนธรรมประเพณีที่อยู่อาศัย ระบบสาธารณูปโภคต่างๆของชุมชนมากขึ้น และโดยในทางเศรษฐศาสตร์แล้ว การท่องเที่ยวแบบนี้ยังเป็นการสร้างงาน และกระจายรายได้สู่ชุมชนท้องถิ่นและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศ ซึ่งส่งผลดีต่อเศรษฐกิจของประเทศไทยในอนาคต

ปัญหานำวิจัย

1. แนวทางการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม ให้ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว มีอะไรบ้าง
2. ปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม มีอะไรบ้าง
3. ข้อเสนอแนะในการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงครามมีอะไรบ้าง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาหาแนวทางการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม ให้ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว
2. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม
3. เพื่อศึกษาข้อเสนอแนะในการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ เป็นการศึกษาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม และความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม

นิยามศัพท์

อินเทอร์เน็ต หมายถึง เครือข่ายสารสนเทศขนาดใหญ่ที่เกิดขึ้นจากการเชื่อมโยงเครือข่ายคอมพิวเตอร์ทั่วโลกเข้าด้วยกันในลักษณะเครือข่าย โดยอาศัยเครือข่ายโทรคมนาคมเป็นตัวเชื่อมโยงเครือข่ายภายใต้มาตรฐานการเชื่อมโยงเดียวกัน เพื่อให้คอมพิวเตอร์ทุกเครื่องในอินเทอร์เน็ตสามารถสื่อสารระหว่างกันได้

เว็บไซต์ หมายถึง สื่อประเภทหนึ่งที่ถูกประกอบที่พักรูปแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม ใช้เป็นช่องทางในการเผยแพร่รายละเอียดเกี่ยวกับที่พักและการให้บริการในรูปแบบต่างๆผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

แนวทางการพัฒนาเว็บไซต์ หมายถึง การค้นหาวิธีการปรับปรุงพัฒนาให้เว็บไซต์โฮมสเตย์ของจังหวัดสมุทรสงครามมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ หมายถึง การที่นักท่องเที่ยวเข้าไปเที่ยวในหมู่บ้านและพักค้างคืนร่วมกับเจ้าของบ้านในชุมชนจังหวัดสมุทรสงครามเป็นระยะเวลาสั้นๆ ซึ่งอาจมีการศึกษาแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมกับเจ้าของบ้าน โดยนักท่องเที่ยวต้องจ่ายค่าที่พักและอาหารให้แก่เจ้าของบ้าน

นักท่องเที่ยว หมายถึง ผู้เยี่ยมชมที่เดินทางไปเยือนจังหวัดสมุทรสงครามโดยวัตถุประสงค์ต่างๆที่ไม่ใช่การไปทำงานประจำ การศึกษาและไม่ใช่คนท้องถิ่นที่มีภูมิลำเนาหรือทำงานประจำหรือศึกษาอยู่ที่จังหวัดสมุทรสงคราม ทั้งนี้ต้องพักค้างคืนที่โฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงครามอย่างน้อย 1 คืนหรืออยู่เกิน 24 ชั่วโมงขึ้นไป

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ข้อมูลที่ได้จะใช้เป็นแนวทางการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ ในจังหวัดสมุทรสงคราม ให้ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว
2. เพื่อให้มีข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม
3. ข้อมูลที่ได้จะเป็นข้อเสนอแนะในการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม” ได้ศึกษาแนวคิดและทฤษฎี ตลอดจนผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องไว้ ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์
2. ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ
3. แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างสรรค์สื่อเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์
4. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎี

1. แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์ (Public Relations) เป็นการสื่อสารที่มีการวางแผนไว้ล่วงหน้าระหว่างองค์กรกับชุมชน เพื่อสร้างทัศนคติและภาพลักษณ์ที่ดี ซึ่งจะนำไปสู่การสร้างสัมพันธภาพที่ดีระหว่างองค์กร และสาธารณชนที่เกี่ยวข้องอันจะส่งผลกระทบต่อยอดขายในทางอ้อม

“การประชาสัมพันธ์” มาจากภาษาอังกฤษว่า “Public Relations” ซึ่งคำว่า “Public” แปลว่า “ประชา” หมายถึง หมู่ชน สาธารณชน หรือประชาชน ส่วนคำว่า Relations แปลเป็นไทยว่า “ความสัมพันธ์” หมายถึง การสัมพันธ์หรือการผูกพัน ดังนั้น คำว่าการประชาสัมพันธ์จึงแปลว่า “การเกี่ยวข้องผูกพันกับหมู่คน” หรือ “ความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานหรือสถาบันกับกลุ่มประชาชนนั่นเอง” (วิรัช ลภีรัตนกุล, 2544)

“การประชาสัมพันธ์ หมายถึง ความพยายามของสถาบันที่จะแสวงหาความสัมพันธ์ ความร่วมมือ และการสนับสนุนจากประชาชน ตลอดจนการดำรงไว้ซึ่งทัศนคติที่ดีของประชาชนให้คงอยู่ต่อไป เพื่อให้ประชาชนยอมรับ สนับสนุน และให้ความร่วมมือในการดำเนินงานตาม

กระบวนการ นโยบาย วัตถุประสงค์ และความเคลื่อนไหวของสถาบันหรือหน่วยงานนั้นๆ” (วิจิตร อวาระกุล, 2539)

จากคำจำกัดความต่างๆข้างต้น พอจะสรุปคุณลักษณะที่สำคัญของการประชาสัมพันธ์ ดังนี้ (พรทิพย์ วรกิจโกคาทร, 2537)

- (1) เป็นการทำงานที่มีจุดหมายเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างสถาบันกับกลุ่มชนต่างๆ
- (2) เป็นการทำงานที่มีการวางแผนการปฏิบัติงานอย่างรอบคอบ และมีการติดตามประเมินผล
- (3) เป็นการทำงานในรูปของการติดต่อสื่อสาร ซึ่งเป็นการสื่อสารสองทางและเป็นการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจ
- (4) เป็นการทำงานที่ต้องมีการให้อิทธิพลทางความคิดและทัศนคติต่อกลุ่มชนเป้าหมาย
- (5) เป็นการทำงานที่ต่อเนื่อง และหวังผลระยะยาว

ทั้งนี้ กระบวนการสื่อสารเป็นหัวใจของการประชาสัมพันธ์ เพราะไม่ว่าจะใช้กลยุทธ์ใดในการประชาสัมพันธ์ก็หลีกเลี่ยงที่จะต้องใช้การสื่อสารเพื่อดำเนินการตามแผนการประชาสัมพันธ์นั้นๆ ไม่ได้ ฉะนั้นการศึกษาปัจจัยการประชาสัมพันธ์จึงจำเป็นต้องรู้จักกระบวนการสื่อสาร ซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญ 4 ประการ ได้แก่ ผู้ส่งสาร สาร ช่องทางการสื่อสารหรือสื่อ และผู้รับสาร

1.1 แนวคิดเกี่ยวกับผู้ส่งสาร

ในกระบวนการสื่อสาร ผู้ส่งสารเป็นผู้ริเริ่มหรือเริ่มต้นส่งสารไปให้อีกบุคคลหนึ่งจะโดยตั้งใจหรือไม่ตั้งใจก็ตาม หรือเป็นผู้ทำหน้าที่ส่งสารผ่านช่องทางหนึ่งไปยังผู้รับสาร (พัชนี เสงี่ยมรักษา, เมตตา กฤตวิทย์ และถิรนนท์ อนุวัชศิริวงศ์, 2541)

ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ (2542) กล่าวถึงบทบาทของผู้ส่งสารที่มีต่อประสิทธิภาพของการสื่อสารว่า ผู้ส่งสารจะต้องเลือกใช้รหัส (encode) ที่คิดว่าสื่อความหมายที่ตนต้องการได้อย่างชัดเจนที่สุด ในขณะที่เดียวกัน จึงจะมั่นใจว่าการสื่อสารสัมฤทธิ์ผล

1.1.1 ปัจจัยของผู้ส่งสารที่มีผลต่อประสิทธิผลของการสื่อสาร

ปรมะ สตะเวทิน (2538) ได้กล่าวถึงปัจจัย 4 ประการในส่วนของผู้ส่งสารที่มีผลต่อประสิทธิผลของการสื่อสาร ได้แก่

1. **ทักษะการสื่อสาร** หมายถึง ความสามารถ ความชำนาญในการสื่อสาร ได้แก่ ทักษะการสื่อสารเชิงวัจนะ คือทักษะการเขียนและการพูดซึ่งเป็นทักษะในการเข้ารหัส และทักษะการอ่านและการฟังซึ่งเป็นทักษะในการถอดรหัส รวมทั้งมีทักษะการคิดและการใช้เหตุผลด้วย นอกจากนี้ต้องมีทักษะการสื่อสารเชิงอวัจนะ เช่น อากัปกิริยาต่างๆ การแสดงออกทางสีหน้า การสบตาผู้ฟัง เป็นต้น

2. **ทัศนคติของผู้ส่งสาร** มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของการสื่อสาร ทั้งนี้เพราะทัศนคติคือท่าทีหรือความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยผู้ส่งสารจะประสบความสำเร็จในการสื่อสารได้ขึ้นอยู่กับทัศนคติที่ผู้ส่งสารมีต่อตนเอง ต่อเรื่องที่จะสื่อสาร และต่อผู้รับสาร

3. **ความรู้** ผู้ส่งสารที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหาสาระของเรื่องที่จะสื่อสารและมีความรู้เกี่ยวกับกระบวนการสื่อสาร จะทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพ

4. **สถานภาพทางสังคมและวัฒนธรรม** สถานภาพทางสังคมของผู้ส่งสาร รวมทั้งลักษณะทางสังคมและวัฒนธรรมที่ผู้ส่งสารเป็นสมาชิกอยู่จะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการสื่อสารของผู้ส่งสาร

1.1.2 ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร (Credibility of Source)

ชาร์ล เค อัลคิน (Charles K. Atkin, 1973) กล่าวว่า ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารแบ่งได้ 2 องค์ประกอบ คือความเชี่ยวชาญ (Expertise) และความเป็นกลาง (Objectivity) สาธารณชนจะเชื่อถือและปฏิบัติตามต่อสารที่ผู้ส่งสารส่งไป ถ้าสาธารณชนหรือผู้รับสารคิดว่าผู้พูดรู้ในสิ่งที่พูด และเปิดเผยพฤติกรรมที่ต้องการออกมา

นอกจากนั้น Atkin ยังได้กล่าวถึงปัจจัย 3 ประการที่มีต่อความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร ได้แก่ 1. ความน่าไว้วางใจ (Trustworthiness) 2. ความเชี่ยวชาญหรือความสามารถ (Expertise or competence) 3. ลักษณะพลวัตหรือความดึงดูดใจ (Dynamism or attractiveness) ปัจจัยต่างๆเหล่านี้ ผู้รับสารต้องมองเห็น (perceive) ว่ามีอยู่ในตัวของผู้ส่งสารเอง ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารนี้ไม่ใช่สิ่งที่คุณส่งสารจะประกาศให้ทุกคนทราบและได้รับการยอมรับ แต่เป็นสิ่งที่ผู้รับสารมองเห็น รับรู้ และเชื่อ (อรวรรณ ปิณฑน์โอภาส, 2537)

ผู้ส่งสารนอกจากจะเป็นบุคคลหรือกลุ่มบุคคลดังกล่าวแล้ว บางครั้งผู้ส่งสารหรือแหล่งสารอาจเป็นองค์การหรือสถาบันต่างๆ ซึ่ง ทักเกอร์และคณะ (Tucker and others 1997) ได้อธิบายว่าความน่าเชื่อถือขององค์การ (Organizational Credibility) เป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างหนึ่งต่อการ

ยอมรับสารการประชาสัมพันธ์ ความน่าเชื่อถือขององค์การจะสูงขึ้น เมื่อสารประชาสัมพันธ์เป็นประโยชน์อย่างแท้จริงทั้งต่อองค์การและต่อประเด็นปัญหาที่องค์การได้รับผลกระทบ

1.2 แนวคิดเกี่ยวกับสาร

สาร คือ ผลผลิตของผู้ส่งสารที่ส่งไปยังผู้รับสารในรูปของรหัส (code) ซึ่งหมายถึง สัญญาณ (signal) หรือสัญลักษณ์ (symbol) หรือกลุ่มของสัญลักษณ์ที่ถูกสร้างขึ้นในลักษณะที่มีความหมายต่อคน และผู้รับสารสามารถเข้าใจความหมายของสารได้ต่อเมื่อมีการถอดความหมายของสัญญาณหรือสัญลักษณ์ออกมา สัญญาณหรือสัญลักษณ์ในที่นี้อาจเป็นคำพูด ตัวอักษร หรืออาจเป็นรูปเครื่องหมาย หรือกิริยาท่าทางต่างๆ ฯลฯ ซึ่งเป็นสิ่งที่แสดงหรือถ่ายทอดความคิด ความรู้สึก ความต้องการ และวัตถุประสงค์ของผู้รับสาร (พัชนี เชยจรรยา และคณะ, 2541)

เบอร์โล (Berlo, 1960) ได้กล่าวถึง องค์ประกอบของสารซึ่งมีอยู่ 3 ประการ คือ รหัสสาร (message code) เนื้อหาสาร (message content) และการจัดสาร (message treatment)

1. **รหัสสาร** คือ กลุ่มของสัญลักษณ์ที่ถูกสร้างขึ้นในลักษณะที่มีความหมาย รหัสของสารแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ รหัสของสารที่ใช้คำ (verbal or analogic message codes) คือ สารที่มีการใช้คำ คือ สารที่เกี่ยวข้องกับคำหรือกลุ่มคำ รหัสของสารที่ไม่ใช้คำ (nonverbal or digital message codes) คือ สารที่ไม่เกี่ยวข้องกับคำหรือกลุ่มคำใดๆ มักหมายถึง เครื่องหมาย การกระทำ และวัตถุต่างๆ

2. **เนื้อหาสาร** หมายถึง สิ่งที่เป็นสาระของสารซึ่งเป็นการถ่ายทอดความคิด เจตนาอารมณ์ และวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสาร ส่วนประกอบของเนื้อหาสารก็คือ สาระหรือประเด็นต่างๆ เมื่อนำเอาสาระหรือประเด็นต่างๆ เหล่านี้มารวมเป็นโครงสร้างก็จะได้เนื้อหาสารทั้งหมด

3. **การจัดสาร** คือการตัดสินใจของผู้ส่งสารในการเลือกและเรียบเรียงรหัสและเนื้อหาสาร ส่วนประกอบของการจัดสารก็คือ รหัสและเนื้อหาของสาร โครงสร้างของการจัดสาร คือการเรียบเรียงรหัสและเนื้อหาสารให้เป็นรูปแบบต่างๆ ตามที่ผู้ส่งสารกำหนดขึ้นเพื่อส่งไปยังผู้รับสาร (ปรมะ สตะเวทิน, 2538)

ทักเกอร์และคณะ (Tucker and others 1997) กล่าวถึงสารในการประชาสัมพันธ์ว่า สารต้องสร้างเพื่อวัตถุประสงค์และเป้าหมายในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม การส่งสารให้ประสบความสำเร็จในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมมี 5 ขั้นตอน ดังนี้

1. สารที่ส่งไปยังผู้รับสารต้องตรงกับความจำเป็นต่อชีวิตจริง เกี่ยวข้องและมีผลประโยชน์ต่อบุคคลเพื่อให้บุคคลเกิดความสนใจในสาร
2. สารต้องมุ่งตรงไปสู่การกระทำของบุคคล ซึ่งเกิดจากการวิเคราะห์ผลประโยชน์และผลที่จะเกิดขึ้นด้วยตนเอง
3. สารทำให้เกิดกระบวนการ คือ เมื่อมีการจูงใจให้เกิดการพิจารณาการกระทำแล้ว ประสบการณ์และความเกี่ยวข้องในอดีตจะได้รับการนำมาพิจารณาเพื่อนำไปสู่พฤติกรรมการตัดสินใจว่าจะกระทำหรือไม่กระทำ
4. เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม สารจะก่อให้เกิดพฤติกรรมโดยการทดลองในครั้งแรก ซึ่งเกิดจากการก่อรูป การประเมินค่าและการจัดสร้างความสำเร็จ การปฏิบัติจะเกิดในระดับของความเชื่อที่เกี่ยวกับความจำเป็น ความเกี่ยวข้อง หรือผลประโยชน์ของบุคคล รวมทั้งการแก้ไข ปัญหาเชิงพฤติกรรม
5. การก่อรูปของค่านิยมและทัศนคติ การทดลองปฏิบัติจะก่อให้เกิดความทรงจำด้านประสบการณ์ ซึ่งอยู่เหนือการประเมินค่า การสร้างความเชื่อทางลบและทางบวก ค่านิยมและทัศนคติในทางบวกจะก่อให้เกิดพฤติกรรมที่กระตุ้นให้เกิดการกระทำซ้ำๆ เป็นวงจร แต่ถ้าผู้รับสารมีค่านิยมและทัศนคติทางลบจะไม่กระตุ้นให้เกิดการกระทำซ้ำอีกต่อไป

กล่าวสรุปได้ว่า สารในการประชาสัมพันธ์เพื่อนำไปสู่การปฏิบัตินั้น จะต้องก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงภายในจิตใจของบุคคลก่อน แล้วจึงจะเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของบุคคลขึ้น ซึ่งจะต้องมีการดำเนินไปอย่างเป็นลำดับขั้นจึงจะบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้

1.3 แนวคิดเกี่ยวกับช่องทางการสื่อสารหรือสื่อ

ในการส่งสารไปยังผู้รับสารนั้นต้องมีช่องทางการสื่อสาร (channel) ซึ่งเป็นทางที่สารจะไปถึงผู้รับ เพื่อจะได้เกิดความเข้าใจที่ตรงกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร อันจะทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร ดังนั้นช่องทางการสื่อสารจึงเป็นองค์ประกอบหนึ่งซึ่งมีความสำคัญต่อกระบวนการสื่อสาร อย่างไรก็ตาม ช่องทางการสื่อสารนี้มีความสัมพันธ์กับสื่อ (medium หรือ media) อย่างแยกกันไม่ออก เพราะช่องทางการสื่อสารกับสื่อเป็นของคู่กัน โดยช่องทางหนึ่งๆอาจเลือกใช้สื่อได้หลายชนิด สื่อเป็นเครื่องมือสำคัญที่จะทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการถ่ายทอดสารจากผู้ส่งไปยังผู้รับ (จุมพล รอดคำดี, 2527)

สื่อ (Channel หรือ Media) เป็นองค์ประกอบสำคัญของการสื่อสารโดยจะเป็นพาหนะหรือตัวกลางในการนำสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร หากที่ผู้ส่งสารซึ่งต้องการส่งสารไปยังผู้รับ ไม่มีสื่อเพื่อการส่งสาร การสื่อสารนั้นๆย่อมไม่เกิดขึ้น

ทักเกอร์และคณะ (Tucker and others 1997) ได้แบ่งสื่อหรือช่องทางการสื่อสารในการประชาสัมพันธ์เป็น 2 ประเภท ได้แก่

1. **สื่อที่ควบคุมได้ (Controlled Media)** คือ สื่อที่นักประชาสัมพันธ์สามารถผลิตขึ้นเองจนถึงขั้นตอนสุดท้ายเพื่อดำเนินการสื่อสารไปสู่สาธารณชนเป้าหมายได้โดยตรง สื่อดังกล่าวเช่น การสื่อสารระหว่างบุคคลต่อบุคคล (one-on-one communications) การปราศรัย (speeches) การสื่อสารกับพนักงาน (employee communication) จดหมายตรง (direct mail) การโฆษณา (advertising) และวัสดุสิ่งพิมพ์ต่างๆ (printed materials) รวมทั้งการสื่อสารทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น เว็บไซต์ (online web page)

2. **สื่อที่ควบคุมไม่ได้ (Uncontrolled Media)** คือ สื่อที่นักประชาสัมพันธ์ใช้เผยแพร่ข่าวสารไปสู่สาธารณชน ซึ่งนักประชาสัมพันธ์ไม่ได้เป็นผู้ผลิตเองจนกระทั่งขั้นตอนสุดท้าย แต่จะเป็นการเผยแพร่ข่าวสารโดยผ่านสื่อมวลชน เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร โทรทัศน์ วิทยุ เป็นต้น อย่างไรก็ตาม ถ้ายังมีการควบคุมสารที่ส่งไปมากเพียงใด ก็จะช่วยเพิ่มศักยภาพการสื่อสารให้สัมฤทธิ์ผลยิ่งขึ้น นอกจากนั้นแล้ว สื่อที่ควบคุมไม่ได้ก็ยังจะสร้างโอกาสให้เข้าถึงกลุ่มสาธารณชนขนาดใหญ่ได้โดยการใช้สื่อผสม (media mix)

1.3.1 สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์

ในการประชาสัมพันธ์นั้นมีสื่อหลายชนิดที่สามารถนำมาใช้เป็นเครื่องมือหรือตัวกลางในการนำสารจากองค์การไปยังสาธารณชนกลุ่มต่างๆ ซึ่งจะกล่าวถึงดังต่อไปนี้

- **สื่อบุคคล (Personal Media)** คือ ตัวบุคคลที่นำพาสารไปยังบุคคลหนึ่ง ซึ่งก่อให้เกิดการสื่อสารระหว่างบุคคลและกลุ่มบุคคลที่จะมีปฏิริยาโต้ตอบกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร สื่อบุคคลมีประสิทธิภาพในการชักจูงใจให้บุคคลมีทัศนคติต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่งตามความมุ่งหวังรวมทั้งช่วยจัดการเลือกเปิดรับ (selective exposure) ของผู้รับสารให้น้อยลง

เซ็นเตอร์และแจ๊คสัน (Centre and Jackson, 1995) กล่าวว่า บุคคลหรือสื่อบุคคลเป็นผู้นำสารที่สามารถก่อให้เกิดผลหรือโน้มน้าวใจได้ดีที่สุด บุคคลมีคุณสมบัติเหมาะสมที่จะสามารถสื่อสารได้ดีเป็นการสื่อสารที่มีปฏิริยาสนองกลับ (feedback) ทันทีทันใด ก่อให้เกิดการสื่อสาร

ระหว่างบุคคลต่อบุคคล การสื่อสารระหว่างบุคคลในกลุ่มเล็ก และการสื่อสารระหว่างบุคคลในกลุ่มใหญ่ นอกจากนี้ สื่อบุคคลหรือตัวบุคคลก่อให้เกิดการสื่อสารระหว่างบุคคล ถ้าผู้รับสารไม่เข้าใจหรือมีส่วนใดไม่เข้าใจก็สามารถซักถามได้ รายละเอียดต่างๆ ก็สามารถอธิบายเพิ่มเติมให้เกิดความเข้าใจจนประสบผลสำเร็จ

- **สื่อมวลชน (Mass Media)** คือ ตัวกลางในการแพร่กระจายข้อมูลข่าวสารจากบุคคลกลุ่มบุคคล หรือองค์การไปยังมวลชน หรือประชาชนจำนวนมากในเวลาอันรวดเร็ว ได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์ ภาพยนตร์

สื่อวิทยุ

ปรมา สตะเวทิน (2538) กล่าวว่า ข้อดีของสื่อวิทยุ คือ สามารถนำข่าวสารไปสู่ผู้ฟังได้ทันทีที่การเสนอข่าวสารสามารถกระทำได้รวดเร็ว ส่วนข้อเสีย คือ ดึงดูดใจได้น้อยกว่าโทรทัศน์ เนื่องจากใช้เสียงเป็นตัวสารไปสู่การฟังของผู้รับสาร ทำให้ผู้รับสารต้องจินตนาการเอาเอง เพราะไม่สามารถมองเห็นสารได้ และมีระยะเวลาในการเสนอข่าวสารที่จำกัด จนอาจทำให้ไม่สามารถให้รายละเอียดของข่าวได้มากเท่าหนังสือพิมพ์ และเป็นรายการที่ไม่มีความคงทน เพราะเมื่อรายการออกอากาศไปแล้ว หากผู้ฟังพลาดไม่ได้ฟังรายการดังกล่าว ก็ไม่สามารถได้ประโยชน์จากรายการ เว้นเสียแต่ว่าจะมีการบันทึกเทปเอาไว้

สื่อโทรทัศน์

ปรมา สตะเวทิน (2538) กล่าวถึงข้อดีของโทรทัศน์ว่า เป็นสื่อที่มีความสามารถในการนำสารไปสู่ผู้รับสาร โทรทัศน์นำสารไปสู่ผู้ชมทางการเห็นและการได้ยิน ผู้รับสารไม่จำเป็นต้องรู้หนังสือก็สามารถเข้าใจสารจากโทรทัศน์ได้ ดังนั้นจำนวนผู้รับสารจึงไม่จำกัดเฉพาะผู้ที่อ่านออกเขียนได้เท่านั้น มองในแง่ความสามารถในการนำสารไปสู่ผู้รับสารแล้ว โทรทัศน์จึงเข้าถึงผู้รับสารได้กว้างขวางที่สุด ส่วนข้อเสีย คือ เนื้อหาที่ใช้อ้างอิงหรือเก็บรักษาไว้ได้ลำบาก รายการโทรทัศน์เป็นรายการที่ไม่มีความคงทน เพราะเมื่อรายการออกอากาศไปแล้ว หากผู้ชมพลาดโอกาสชมรายการก็ไม่สามารถได้รับประโยชน์จากรายการ เว้นเสียแต่ว่าจะมีการบันทึกเทปโทรทัศน์เอาไว้

สื่อหนังสือพิมพ์

จุมพล รอดคำดี (2528) กล่าวถึงข้อดีของหนังสือพิมพ์ว่า หนังสือพิมพ์มีราคาโดยเฉลี่ยไม่สูงนัก สามารถหาซื้ออ่านได้ง่าย สามารถอ่านซ้ำได้ ใช้ข้อความประกอบภาพ และเน้นเสนอเนื้อหาข่าวสาร โดยให้การนำเสนอรายละเอียดเจาะลึกได้ดี วิเคราะห์และให้ความบันเทิงแก่ผู้อ่านได้ ส่วนข้อเสียของหนังสือพิมพ์ คือ ผู้รับสารที่อ่านหนังสือไม่ออกจะไม่สามารถรับสื่อประเภทนี้ได้ นอกจากนี้โดยทั่วไป หนังสือพิมพ์รายวันมีอายุ 24 ชั่วโมง ดังนั้นงานโฆษณาในหนังสือพิมพ์จะมีผลกระทบในระยะเวลา 1 วัน เพราะโดยทั่วไปแล้วคนไม่อ่านหนังสือพิมพ์เก่าและไม่อ่านซ้ำ

สื่อนิตยสาร/วารสาร

นิตยสาร เป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์ประเภทสิ่งพิมพ์ นิตยสารมีรูปเล่มที่กะทัดรัด สวยงาม และมีระบบการพิมพ์ที่ประณีต มีสีสวยงามช่วยดึงดูดความสนใจของผู้อ่านได้เป็นอย่างดี ซึ่งข้อดีของนิตยสารคือ มีรูปเล่มที่สวยงามและมีระบบการพิมพ์ที่ประณีต สามารถนำเสนอเรื่องราวเฉพาะเรื่องลึกซึ้งกว่าหนังสือพิมพ์ เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายโดยเฉพาะได้ สามารถสร้างหรือเปลี่ยนความคิดเห็นผู้อ่านได้ง่าย เพราะนิตยสารมีภาพประกอบที่สวยงามเหมือนจริงตามธรรมชาติ ส่วนสื่อนิตยสาร เป็นสิ่งพิมพ์ที่จัดพิมพ์ออกมาเป็นรูปเล่ม โดยมีกำหนดระยะเวลาออกที่แน่นอนต่อเนื่อง จะมีผลด้านการเตือนความจำและสร้างความประทับใจแก่กลุ่มประชาชนได้โดยง่าย ซึ่งมีข้อดี คือ เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ตามที่ต้องการ ดึงดูดความสนใจได้ดี ช่วยเตือนความทรงจำ มีเนื้อที่ที่จะสื่อสารรายละเอียดได้ และมีความยืดหยุ่น เพราะอาจเปลี่ยนแปลงเนื้อหาตามต้องการ (วิรัช ลภีรัตน์กุล, 2544)

สื่อป้ายโฆษณา

แผ่นป้ายโฆษณาที่นำมาใช้ในการประชาสัมพันธ์นั้น เพื่อบอกกล่าวเผยแพร่ให้ผู้มีความรู้ความเข้าใจ และแผ่นป้ายต้องโดดเด่นสะดุดตา ดึงดูดความสนใจ และยังใช้เพื่อย้ำเตือนใจประชาชนกลุ่มเป้าหมาย โดยติดตามย่านชุมชนต่างๆ หรือตามสี่แยก หรือสถานที่ที่มีคนผ่านไปมา มีคนหนาแน่น สิ่งสำคัญก็คือ ป้ายโฆษณาจะต้องเป็นข้อความสั้นกะทัดรัด อักษรชัดเจน อ่านง่าย และเห็นได้แต่ไกล (วิรัช ลภีรัตน์กุล, 2544)

สื่อเฉพาะกิจ

สื่อเฉพาะกิจ หมายถึงสื่อที่องค์การผลิตขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์ใดวัตถุประสงค์หนึ่งโดยเฉพาะ ซึ่งมักจะกำหนดกลุ่มเป้าหมายอย่างเจาะจงให้ตรงตามความจำเป็น ความเกี่ยวข้อง และความสนใจของผู้รับสาร และมีแนวโน้มในการเข้าถึงผู้แสวงหาข่าวสารซึ่งมีความกระตือรือร้น (active information seekers) เป็นส่วนมาก (Tucker and others , 1997)

สื่อเฉพาะกิจมีอยู่มากมาย เช่น โปสเตอร์ (poster) ใบปลิว (leaflet) แผ่นพับ (folder) หนังสือเล่มเล็ก (pamphlet) เอกสารแนะนำ (brochures) จดหมายข่าว (newsletter) รายงานประจำปี (annual report) การทำสารคดีทางวีดิทัศน์ (VDO documentary) สไลด์มัลติมีเดีย เป็นต้น

สื่อกิจกรรม

สื่อกิจกรรม คือ กิจกรรมประชาสัมพันธ์ต่างๆ ที่องค์การจัดขึ้น ถือเป็นเครื่องมือการประชาสัมพันธ์ที่เปิดโอกาสให้สาธารณชนเป้าหมายเข้ามามีส่วนร่วมในทางการตลาดอาจเรียกว่า กิจกรรมการตลาด (event marketing) ซึ่งใช้ร่วมกับกลยุทธ์การตลาด การจัดกิจกรรมพิเศษต่างๆ (special events) ถือเป็นสื่อกิจกรรมซึ่งมีหลายวิธีการ เช่น การจัดประกวด (contest) การจัดแข่งขัน (competition) การจัดนิทรรศการหรือแสดงสินค้า (exhibition and trade show) การจัดกิจกรรมบันเทิง (entertainment) ฯลฯ

สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Media)

สื่ออิเล็กทรอนิกส์ คือ ตัวกลางในการสื่อสารที่เป็นเทคโนโลยีสมัยใหม่ (New Technology) ในยุคโลกาภิวัตน์ ซึ่งเกิดจากการพัฒนาและขยายตัวอย่างรวดเร็วของระบบสารสนเทศและเทคโนโลยีโทรคมนาคม เกิดเป็นการสื่อสารอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Communication) ที่มีลักษณะการสื่อสารเชิงปฏิสัมพันธ์ (Interactive Communication) ดังที่เรียกว่าเป็น “ทางด่วนข้อมูลข่าวสาร” (Information Super Highway)

นิวซอมและคณะ (Newsom and others, 1993) อธิบายว่า เว็บไซต์ขององค์การต่างๆ เป็นสื่อใหม่ที่สามารถนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในการประชาสัมพันธ์ได้ เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร

ต่างๆ แก่กลุ่มเป้าหมายให้สามารถเข้าถึงได้อย่างรวดเร็วและตอบสนองความต้องการข้อมูลข่าวสารในระดับบุคคลได้เป็นอย่างดี

ฉะนั้นจะเห็นได้ว่าช่องทางการสื่อสารและสื่อเป็นสิ่งที่มีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ย่อมมีการใช้สื่ออย่างหลากหลาย นักประชาสัมพันธ์จะต้องสามารถเลือกใช้สื่อให้เหมาะสมกับสารที่จะส่ง เนื้อหาของสาร ผู้รับสาร และเป้าหมายในการส่งสาร (อรรถวรรณ ปิลาธนนโิอาวาท, 2537) เพื่อให้การประชาสัมพันธ์บรรลุวัตถุประสงค์

1.4 แนวคิดเกี่ยวกับผู้รับสาร

ผู้รับสาร คือ บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่รับสารของผู้ส่งสารภายในกระบวนการสื่อสารในการสื่อสารระหว่างบุคคล บุคคลหนึ่งๆจะเป็นทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสาร ส่วนในการสื่อสารมวลชน ผู้รับสาร คือ มวลชน (mass audience) ซึ่งเป็นประชาชนจำนวนมากที่อยู่อย่างกระจัดกระจาย

ในกระบวนการสื่อสาร ผู้รับสารเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จและความล้มเหลวของการสื่อสาร ดังนั้นเพื่อให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพ ผู้ส่งสารจะต้องทำการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ โดยจะต้องเตรียมตัว เตรียมสาร เตรียมสื่อให้เหมาะสมกับผู้รับสาร เพื่อให้สารเป็นที่เข้าใจของผู้รับสาร เพื่อให้ผู้รับสารมีความหมายต่อสารตรงกับความหมายของผู้ส่งสาร (ปรมะสตะเวทิน, 2538)

ผู้รับสารแต่ละคนหรือแต่ละประเภทย่อมมีลักษณะที่แตกต่างกันไปในด้านต่างๆ ดังนี้

1. **ลักษณะทางกายภาพหรือทางประชากร และทางเศรษฐกิจสังคม** (Physical / demographic and socioeconomic) เช่น เพศ วัย รูปร่างหน้าตา ระดับการศึกษา และสาขาการศึกษา ประสบการณ์ ภูมิหลังทางครอบครัว อาชีพ รายได้ ศาสนาฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม บทบาทและสถานภาพทางสังคม / ตำแหน่ง ฯลฯ

2. **ลักษณะทางจิตวิทยา** (Psychological) เช่น ทักษะคติ ความเชื่อ ค่านิยม แรงกระตุ้นหรือแรงจูงใจ ความต้องการ ความคาดหวัง ความสนใจ อารมณ์และความรู้สึก เป็นต้น

3. **บุคลิกลักษณะ** (Personal / characteristics) เช่น เปิดตัว/ปิดตัว ใจกว้าง/ใจแคบ ยอมรับการเปลี่ยนแปลง/ดีใจวัน รักษาความก้าวหน้า/เฉื่อยชา พุดเก่ง/พุดน้อย มีลักษณะเผด็จการ/เป็นประชาธิปไตย มีความเชื่อมั่นในตนเอง/ขาดความเชื่อมั่น ฯลฯ (พัชนี เชยจรรยาและคณะ, 2541)

ปัจจัยการสื่อสาร พิจารณาตั้งแต่ ผู้ส่งสาร สาร ช่องทางการสื่อสารหรือสื่อ และผู้รับสาร ซึ่งทั้งหมดนี้เป็นส่วนหนึ่งของการประชาสัมพันธ์ที่ต้องนำมาประกอบศึกษาแนวทางการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม เพื่อนำผลการวิจัยที่ได้ไปใช้สำหรับการพัฒนาเว็บไซต์ให้ประสบความสำเร็จ เนื่องจากแต่ละองค์ประกอบของการสื่อสารจะส่งผลโดยตรงต่อผลลัพธ์ของการสื่อสารนั้นๆ ฉะนั้นทุกปัจจัยล้วนแล้วแต่มีอิทธิพลโดยตรงต่อการประชาสัมพันธ์ จึงต้องมีการศึกษาให้เข้าใจและสามารถนำมาวิเคราะห์กระบวนการสื่อสารได้อย่างแม่นยำ

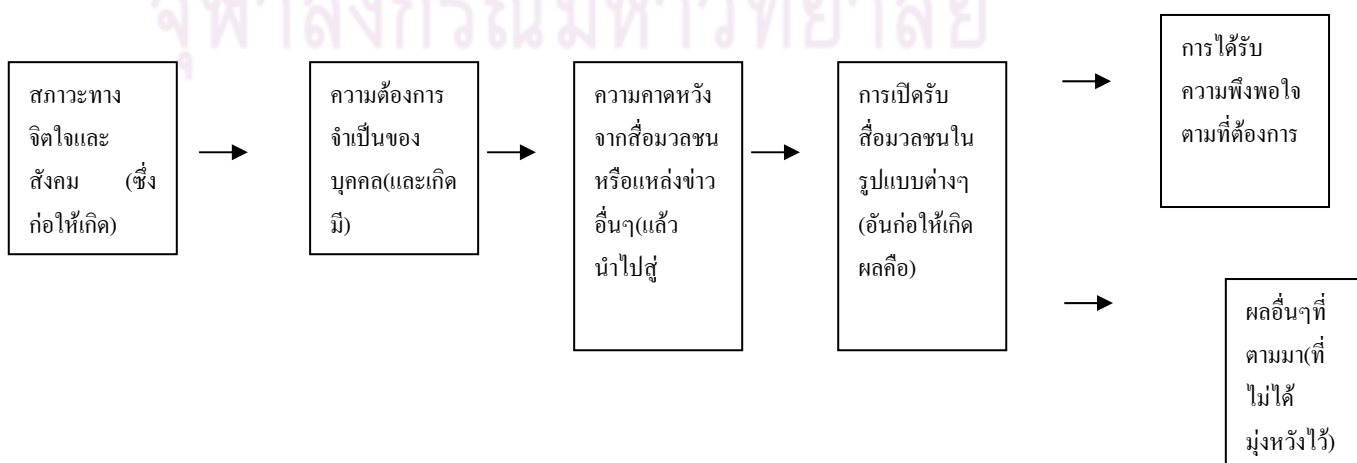
2. ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ

การศึกษาเรื่องการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อมวลชน (The Uses and Gratification Approach) เป็นการเน้นความสำคัญของกลุ่มผู้รับสารในฐานะผู้กระทำการสื่อสาร กล่าวคือ ตัวผู้รับสารเป็นผู้เลือกใช้สื่อประเภทต่างๆ และเลือกรับเนื้อหาข่าวของข่าวสาร เพื่อสนองความต้องการของตนเอง

แคทซ์และคณะ (Katz, E. and Other, 1974) ได้ให้คำอธิบายในแบบแผนในเรื่องของการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจจากสื่อมวลชนของบุคคลผู้รับสาร ดังนี้

“แนวทางการศึกษาการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจคือ การศึกษาผู้รับสารเกี่ยวกับ (1) สภาวะทางสังคมและจิตใจ ซึ่งก่อให้เกิด (2) ความต้องการจำเป็นของบุคคล (3) ความคาดหวังจากสื่อมวลชนหรือแหล่งข่าวสารอื่นๆ (4) การเปิดรับสื่อมวลชนในรูปแบบต่างๆกัน อันก่อให้เกิดผลคือ (5) การได้รับความพึงพอใจตามที่ต้องการ และ (6) ผลอื่นๆที่ตามมาซึ่งอาจจะไม่ใช่ผลที่ตั้งเจตนาไว้ก็ได้”

องค์ประกอบต่างๆเกี่ยวกับแนวคิดในเรื่องการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจจากสื่อมวลชนตามที่กล่าวว่า อาจแสดงให้เห็นในรูปแบบจำลองได้ดังนี้



คำอธิบายเกี่ยวกับแบบจำลองนี้ อาจจะถูกเป็นตัวอย่างให้เห็นได้ในกรณีที่มีปัจเจกบุคคลผู้หนึ่งซึ่งมีความต้องการจำเป็นตามสภาวะทางจิตใจและสังคม เช่น ต้องการเป็นคนรอบรู้ ทันสมัย เพื่อเป็นที่ยอมรับของบุคคลอื่น และมีความคาดหวังจากสื่อมวลชนว่า การบริโภคข่าวสารจากสื่อมวลชนจะช่วยสนองความต้องการของเขาได้ เขาจึงเลือกใช้สื่อมวลชนโดยเลือกดูรายการข่าวจากวิทยุโทรทัศน์ ฟังข่าวจากวิทยุกระจายเสียง หรืออ่านข่าวจากสิ่งพิมพ์ที่จะช่วยให้เขาได้รับความพึงพอใจตามที่เขาต้องการได้ คือ เป็นคนรอบรู้และทันสมัย ขณะเดียวกันผลจากการบริโภคข่าวสารจากสื่อมวลชนทุกๆวัน ก็อาจมีผลอื่น ๆ ตามมานอกเหนือจากการเป็นผู้รอบรู้ ทันสมัย เช่น ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติหรือเปลี่ยนลักษณะนิสัยและพฤติกรรมบางอย่างได้เช่นกัน

การศึกษาตามแนวคิดนี้มีได้ฟังแล้วว่า สื่อมวลชน คือ ตัวการที่มีผลหรือมีอิทธิพลต่อผู้รับโดยตรง แต่กลับมองว่า กลุ่มผู้รับสารต่างหากที่ใช้สื่อมวลชนเพื่อสนองความพึงพอใจของตนเอง การศึกษาในลักษณะนี้จึงตรงกับวิธีการศึกษาในเชิงหน้าที่ของสื่อมวลชน (Functional Approach) ที่มุ่งพิจารณาว่า สื่อมวลชนมีหน้าที่ต่าง ๆ กัน เพื่อสนองความต้องการของผู้รับสาร เช่น หน้าที่ในการเสนอข่าวสาร หน้าที่ในการให้ความบันเทิงและพักผ่อนหย่อนใจ หน้าที่ในการเป็นสื่อเพื่อการติดต่อกับสังคม และหน้าที่ในการเสริมสร้างลักษณะส่วนบุคคลให้แก่ผู้รับสาร เป็นต้น

โดยสรุปทฤษฎีการใช้และความพึงพอใจ เป็นการอธิบายถึงเหตุผลที่ทำให้บุคคลเลือกใช้สื่อหรือเปิดรับสื่อแตกต่างกัน เป็นเหตุผลเกี่ยวกับการที่สื่อมวลชนสามารถตอบสนองและสร้างความพึงพอใจให้แก่บุคคลนั้นได้ ซึ่งเกิดจากสภาวะทางสังคมและจิตใจของบุคคลที่ต้องการทั้งด้านความรู้ข่าวสาร ความต้องการมีส่วนร่วมในสังคม ความต้องการสื่อเพื่อความบันเทิง เพื่อคลายเหงา ฯลฯ ปัจจัยเหล่านี้เป็นแรงจูงใจให้บุคคลเกิดความคาดหวังจากสื่อมวลชน โดยเปิดรับสื่อในรูปแบบต่างๆ เช่น โทรทัศน์ แผ่นพับ หรือเว็บไซต์ และมีผลให้ตนได้รับการตอบสนองความพึงพอใจและได้รับประโยชน์อื่น ๆ ตามมา หรืออีกนัยหนึ่งสามารถสรุปได้ว่า บุคคลจะเกิดพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสาร เพื่อสนองความพึงพอใจของตนโดยบุคคลจะเป็นผู้กำหนดว่า บุคคลจะเกิดพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสาร เพื่อสนองความพึงพอใจของตน โดยบุคคลจะเป็นผู้กำหนดว่าตนเองต้องการอะไรจากสื่อมวลชน และจะพิจารณาจากความพึงพอใจและประโยชน์ที่ได้รับจากการเปิดรับข้อมูลข่าวสารนั่นเอง

3. แนวคิดการสร้างสรรค์สื่อเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์

3.1 ความหมายของสื่อเว็บไซต์

อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่มีเครือข่ายขนาดใหญ่ ทำให้เกิดการสื่อสารรูปแบบใหม่ โดยผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์เป็นตัวเชื่อมโยงระหว่างระบบเครือข่าย (Network) จำนวนมหาศาลทั่วโลกเข้าด้วยกัน ภายใต้หลักเกณฑ์มาตรฐานเดียวกันคือ ใช้โปรโตคอลเดียวกันคือ TCP/IP (Transmission Control Protocol/Internet Protocol) เป็นสื่อกลางให้การสื่อสารคอมพิวเตอร์ที่ติดต่อกันเป็นเครือข่ายและสามารถติดต่อถึงกันได้ทั่วโลก ทำให้ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตสามารถเชื่อมต่อแลกเปลี่ยนข้อมูลได้สะดวก รวดเร็ว ไม่ว่าข้อมูลเหล่านั้นอาจจะเป็นตัวอักษร ข้อความหรือเสียงแต่ประโยชน์เพื่ออำนวยความสะดวกในการบริการสื่อสารข้อมูล (ศรีหญิง ศรีศุข ,2544)

นอกจากนี้อินเทอร์เน็ตยังมีบริการที่หลากหลาย ได้แก่ การรับส่งข่าวสารและแสดงความคิดเห็น บริการด้านการติดต่อสื่อสาร การโอนถ่ายข้อมูล เช่น FTP (File Transfer Protocol) การค้นหาข้อมูล และบริการข้อมูลมัลติมีเดีย เช่น เวิลด์ไวด์เว็บ (World Wide Web: WWW) หรือเว็บไซต์ (Website) ซึ่งล้วนเป็นที่นิยมของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เวิลด์ไวด์เว็บเป็นบริการที่ได้รับความนิยมอย่างมากและเป็นสื่อที่เหมาะสมสำหรับการประยุกต์เพื่อการประชาสัมพันธ์มากที่สุด (สมชัย อักษรารักษ์ , 2548)

เวิลด์ไวด์เว็บเป็นการนำเสนอข้อมูลต่างๆในลักษณะหน้ากระดาษอิเล็กทรอนิกส์ ที่เรียกว่าเว็บเพจ (Web Page) ซึ่งสามารถบรรจุข้อความ รูปภาพ และเสียงไว้รวมกันได้ โดยมีกรอบออกแบบและตกแต่งสวยงาม หน้าแรกของเว็บเพจเรียกว่า โฮมเพจ (Home Page) เมื่อนำเว็บเพจหลายๆหน้ามารวมกันในแหล่งเดียวกันจะเรียกว่า “เว็บไซต์” ซึ่งเป็นคำที่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่คุ้นเคยและนำมาใช้แทนคำว่าเวิลด์ไวด์เว็บ การใช้งานเว็บไซต์ผู้ใช้จะต้องอาศัยโปรแกรมเรียกดูเว็บที่เรียกว่า เว็บเบราว์เซอร์ (Web Browser) เป็นตัวเชื่อมเข้าสู่ระบบอินเทอร์เน็ต ซึ่งโปรแกรมเว็บเบราว์เซอร์ที่ได้รับความนิยมในปัจจุบัน ได้แก่ Internet Explorer, Mozilla Firefox และ Opera เป็นต้น

3.2 ประเภทของสื่อเว็บไซต์

ปัจจุบันมีเว็บไซต์บนอินเทอร์เน็ต เปิดให้บริการหลากหลายรูปแบบ สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภทใหญ่ๆ คือ

1. **เว็บไซต์บริการเนื้อหา (Content Service Website)** เป็นเว็บไซต์ที่ออกแบบและพัฒนาขึ้นมาเพื่อเน้นการให้บริการข่าวสารข้อมูลเป็นสำคัญ เว็บไซต์มักมีขนาดใหญ่ เนื่องจากมีเว็บเพจจำนวนมาก การจัดการเว็บไซต์ต้องดีเพื่อให้สามารถเชื่อมโยงข้อมูลในแต่ละหน้าได้อย่างถูกต้องและใช้งานได้สะดวก ได้แก่ เว็บไซต์บริการข่าว เช่น เว็บไซต์บีบีซี (www.bbc.co.uk) ของประเทศอังกฤษ หรือเว็บไซต์ผู้จัดการออนไลน์ (www.manager.co.th) ในประเทศไทย และเว็บไซต์ที่เน้นให้บริการข้อมูลข่าวสารเฉพาะเรื่อง ซึ่งมีตั้งแต่เว็บไซต์ส่วนบุคคล เช่น เว็บไซต์วิชาการดอทคอม (www.vcharkarn.com) ที่เน้นเผยแพร่ความรู้ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี จนถึงเว็บไซต์ขององค์การที่ให้ความรู้เรื่องที่ตนเองมีความเชี่ยวชาญเฉพาะ เช่น www.most.go.th ของกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เป็นต้น

2. **เว็บไซต์นำเสนอ (Present Website)** เป็นเว็บไซต์เพื่อแสดงตัวให้เป็นที่รู้จักแก่สาธารณะ โดยมีเนื้อหาเน้นการให้ข้อมูลเกี่ยวกับเจ้าของเว็บไซต์เพื่อสร้างความรู้จัก และสร้างภาพลักษณ์ที่ดี ซึ่งอาจจัดทำในฐานะขององค์การหรือตัวบุคคลก็ได้ อาจนำเสนอบริการ หรือข้อมูลต่างๆ ที่เป็นประโยชน์กับผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมารวมอยู่ด้วยเพื่อสร้างความน่าสนใจ และดึงดูดให้มีการกลับมาใช้ซ้ำอีก เช่น เว็บไซต์ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (www.set.or.th) ที่มีทั้งข้อมูลแนะนำองค์การ บริการข่าวสาร ความรู้ด้านการลงทุน และบริการต่างๆ

3. **เว็บไซต์บริการ (Service Website)** เป็นเว็บไซต์ที่มุ่งให้บริการแบบออนไลน์ในรูปแบบต่างๆ ทั้งบริการทั่วไปสำหรับผู้ใช้อินเทอร์เน็ต ได้แก่ บริการติดต่อสื่อสาร บริการค้นข้อมูล บริการแลกเปลี่ยนข่าวสารและความคิดเห็น (เว็บบอร์ด) หรือบริการดาวน์โหลด เช่น เว็บไซต์ยาฮู ดอทคอม (www.yahoo.com) เว็บไซต์สนุกดอทคอม (www.sanook.com) และบริการธุรกรรมต่างๆ ได้แก่ บริการ e-Service ของภาครัฐ เช่น เว็บไซต์กรมสรรพากร (www.rd.go.th) เว็บไซต์กรมพัฒนาธุรกิจการค้า (www.dbd.go.th) หรือเว็บไซต์บริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เช่น อีเบย์ ดอท ค อ ม (www.ebay.co.th) หรือ เว็บไซต์ไทยเซคกัันแฮนด์ดอทคอม (www.thaisecondhand.com) เป็นต้น

3.3 ความสำคัญของสื่อเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์

ในภาวะที่โลกเปลี่ยนแปลงไปสู่โลกาภิวัตน์ ประเทศต่างๆมีการเชื่อมโยงกันแบบไร้พรมแดน การทำธุรกิจการค้าไม่ได้จำกัดอยู่แต่เฉพาะภายในประเทศ หรือเฉพาะภายในภูมิภาคเท่านั้น แต่มีการขยายขอบเขตออกไปในระดับโลก และมีผลให้การทำธุรกิจเกิดการแข่งขันในด้านความเร็วมากขึ้น ทำให้นักประชาสัมพันธ์ต้องการเครื่องมือสื่อสารที่มีประสิทธิภาพเหนือกว่าสื่อเดิมในหลายด้าน ซึ่งสื่อเว็บไซต์เป็นทางเลือกหนึ่งที่สามารถเข้ามาตอบสนองความต้องการดังกล่าวได้ด้วยเหตุผลดังต่อไปนี้

1. สื่อเว็บไซต์สามารถเข้าถึงได้จากทุกที่ทั่วโลกโดยไม่มีข้อจำกัดในด้านภูมิศาสตร์ และเข้าถึงได้ตลอดเวลาเพราะเปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง และสามารถเป็นสะพานเชื่อมโยงให้ทุกคนเข้าหากันได้อย่างสะดวกง่ายดาย

2. เว็บไซต์เป็นสื่อที่สามารถรวบรวมและเชื่อมโยงข้อมูลที่เกี่ยวข้องกันจากหลายแหล่งมาไว้ในที่เดียวกัน อีกทั้งมีเครื่องมือช่วยในการค้นหาข้อมูลสำหรับผู้รับต้องการได้ด้วย

3. สื่อเว็บไซต์สามารถเสนอเนื้อหาเฉพาะเรื่อง เจาะลึกรายละเอียดเพื่อสนองความต้องการเฉพาะกลุ่ม จึงเป็นสื่อที่นักประชาสัมพันธ์สามารถใช้เพื่อเข้าถึงเป้าหมายเฉพาะกลุ่มได้

4. องค์การที่ต้องการมีสื่อของตนเองเพื่อทำหน้าที่เป็นประตูเปิดรับการติดต่อสื่อสารจากภายนอก หรือเป็นแหล่งข้อมูลที่เผยแพร่สู่ภายนอก ตลอดจนเป็นช่องทางการตลาดที่ติดต่อกับคนทั่วโลกสามารถอาศัยสื่อเว็บไซต์เป็นเครื่องมือตอบสนองความต้องการของตนเองได้ง่ายกว่าสื่ออื่นๆ เพราะสื่อเว็บไซต์สร้างง่าย ลงทุนน้อย

5. เว็บไซต์เป็นแหล่งข้อมูลที่มีเนื้อหาหลากหลายครอบคลุมทุกประเภท ทั้งข่าวสาร สารความรู้และความบันเทิง และยังเป็นแหล่งการบริการแบบออนไลน์ที่ไม่มีในสื่ออื่นๆ ทำให้ประชากรโลกจำนวนนับพันล้านคนอาศัยเว็บไซต์ในการทำกิจกรรมต่างๆตั้งแต่การติดต่อสื่อสารระหว่างกัน ติดตามข่าวสาร ค้นหาข้อมูล ซื้อขายสินค้า หรือทำธุรกรรมทางธุรกิจ

ด้วยเหตุผลดังกล่าวมาข้างต้น เว็บไซต์จึงเป็นสื่อที่มีความสำคัญต่อนักประชาสัมพันธ์ที่ต้องการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายทั้งในระดับกว้าง และระดับที่เจาะเฉพาะกลุ่มซึ่งสิ่งอื่นๆแม้ทำได้ก็ไม่ดีเท่ากับสื่อเว็บไซต์

3.4 แนวคิดการสร้างสรรคสื่อเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์

ในการสร้างสรรคสื่อเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์ให้ได้ประสิทธิภาพสูงสุด ควรต้องคำนึงถึงปัจจัยสำคัญ 2 ประการ ได้แก่ ธรรมชาติของสื่อเว็บไซต์ วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์

3.4.1 ธรรมชาติของสื่อเว็บไซต์

สื่อเว็บไซต์เป็นส่วนหนึ่งของอินเทอร์เน็ตซึ่งเป็นผลผลิตที่เกิดขึ้นจากการผสมผสานกัน (Convergence) ขององค์ประกอบ 3C ได้แก่

1. Contents หรือ เนื้อหา หมายถึง ข่าวสารและข้อมูลต่างๆ เช่น ข้อความ ภาพ เสียง และ ภาพเคลื่อนไหว
2. Computer หรือ ระบบคอมพิวเตอร์ หมายถึง ระบบการทำงานที่มีความสามารถในการจัดเก็บและประมวลผลข้อมูลอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพสูง
3. Communication หรือ การสื่อสาร หมายถึง เครือข่ายโทรคมนาคมที่เชื่อมโยงข้อมูลและการทำงานของระบบคอมพิวเตอร์เข้าหากัน

สื่อเว็บไซต์มีคุณสมบัติใหม่ๆที่ไม่เคยปรากฏในสื่อเดิมมาก่อน ซึ่งมีทั้งด้านที่เป็นจุดเด่นและข้อจำกัด ดังนี้

จุดเด่นของสื่อเว็บไซต์

1. **ผลิตง่ายและรวดเร็ว** การผลิตเนื้อหาของสื่อเว็บไซต์ไม่ซับซ้อนยุ่งยากเหมือนสื่อเดิม โดยสามารถประมวลผลข้อมูลรูปแบบต่างๆนำมาประกอบและจัดทำเป็นเว็บเพจ แล้วส่งข้อมูลขึ้นแสดงบนเว็ลด์ไวต์เว็บได้ด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์เพียงเครื่องเดียว ดังนั้นการปรับปรุง (update) เนื้อหาจึงทำได้ง่าย ทำให้สามารถสื่อสารสู่ผู้รับได้รวดเร็ว

2. **เลือกกลุ่มเป้าหมายได้** กล่าวคือ สื่อเว็บไซต์สามารถกำหนดกลุ่มเป้าหมายได้หลายระดับ เริ่มตั้งแต่ระดับกลุ่มกว้างๆที่กำหนดด้วยอายุเป็นเกณฑ์ เช่น เว็บพอร์ทัล (Web Portal) ที่รองรับกลุ่มผู้ใช้ขนาดใหญ่ด้วยบริการอันหลากหลายในเว็บเดียว กลุ่มที่สนใจเฉพาะด้าน เช่น เว็บข่าว เว็บไอที และแคบลงไปจนถึงเว็บเฉพาะเรื่อง เช่น เว็บของกลุ่มผู้ใช้สินค้ารถยนต์ยี่ห้อใดยี่ห้อหนึ่ง เป็นต้น

3. **สื่อสารโต้ตอบกันได้** สื่อเดิมส่วนใหญ่ทำงานในลักษณะสื่อสารทางเดียว (One-way Communication) จึงวัดผลการตอบรับได้ยาก แต่สื่อเว็บไซต์มีลักษณะสื่อสารสองทาง (Two-way

Communication) มีช่องทางให้ผู้รับสารสามารถสื่อสารกลับมาได้ (Interactive) ทำให้รับรู้การตอบรับ หรือวัดผลสะท้อนกลับ (Impact) ได้รวดเร็ว

4. เชื่อมโยงข้อมูลกันได้ ข่าวสารข้อมูลที่ปรากฏในเว็บเพจใดเว็บเพจหนึ่งสามารถกำหนดให้เชื่อมโยงไปยังข้อมูลอื่นๆ เพื่อดูรายละเอียดเพิ่มเติม หรือดูข้อมูลที่เกี่ยวข้องได้ โดยการกำหนด Hyperlink ที่ข้อความนั้น ความสามารถในการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างกันแบบนี้ทำให้สื่อเว็บไซต์แตกต่างจากสื่อเดิมอย่างสิ้นเชิง

5. เรียกดูซ้ำได้ ข้อมูลที่แสดงบนสื่อเว็บไซต์จะถูกจัดเก็บไว้ที่เซิร์ฟเวอร์เพื่อเรียกดูซ้ำๆ ได้อีกทั้งสามารถสืบค้นได้ง่ายและรวดเร็วทันใจด้วยเครื่องมือสืบค้น เช่น เสิร์ชเอ็นจิน (Search Engine) ที่มีให้เลือกใช้ได้ตามความพอใจ

6. ไม่จำกัดเวลาและสถานที่ สื่อเว็บไซต์ให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง ไม่มีวันหยุด

ข้อจำกัดของสื่อเว็บไซต์

1. ข้อจำกัดของกลุ่มผู้ใช้ คอมพิวเตอร์เป็นอุปกรณ์ที่ใช้ในการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตยังมีราคาค่อนข้างแพง ทำให้ประชาชนจำนวนมากไม่สามารถเข้าถึงสื่อเว็บไซต์

2. ข้อจำกัดด้านการรับข้อมูล ผู้ใช้สื่อเว็บไซต์มีพฤติกรรมเป็นผู้รับสารแบบเชิงรุก (Active Audience) คือ มีอิสระในการเลือกค้นและเลือกรับข่าวสารได้เองตามความพึงพอใจ โดยมีเครื่องมือสืบค้นเป็นตัวช่วยในการเลือกสรรข่าวสารข้อมูลที่ต้องการ ขณะที่สื่อเดิมผู้ผลิตสื่อจะเป็นผู้กำหนดและเลือกป้อนข่าวสารให้แก่ผู้รับ จึงเป็นเรื่องไม่ง่ายนักที่จะทำให้ผู้รับพบเห็นข่าวสารข้อมูลที่เผยแพร่ทางสื่อเว็บไซต์ในวงกว้าง

อุปสรรคในการพัฒนาอินเทอร์เน็ต

การใช้อินเทอร์เน็ตได้อย่างมีประสิทธิภาพ ย่อมต้องประกอบไปด้วยความพร้อมทางด้านเครื่องคอมพิวเตอร์และคุณภาพในการให้บริการของผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต (ดร.นพดล อินนา, 2549) ปัญหาอุปสรรค ได้แก่ (1) บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงในประเทศไทย (2) ปัญหาในด้านเครื่องคอมพิวเตอร์ (3) ความปลอดภัยของข้อมูล (4) การส่งข้อมูลอินเทอร์เน็ตให้ปลอดภัย (5) อุปสรรคของข้อมูลบนอินเทอร์เน็ต (6) ความแออัดของข้อมูลบนอินเทอร์เน็ต

3.4.2 วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์

การเลือกใช้สื่อเว็บไซต์ให้มีประสิทธิภาพ นักประชาสัมพันธ์จะต้องพิจารณาจากวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์เป็นสำคัญ โดยสามารถแบ่งวัตถุประสงค์ออกได้ดังนี้

1. **เพื่อให้ข่าวสารความเคลื่อนไหวของเหตุการณ์ต่างๆ** วัตถุประสงค์นี้ถือเป็นความต้องการพื้นฐานในการประชาสัมพันธ์ของทุกองค์การหรือหน่วยงาน ซึ่งสื่อเว็บไซต์สามารถตอบสนองวัตถุประสงค์นี้ได้ดีเพราะมีจุดเด่นที่สามารถเสนอข่าวสารได้รวดเร็วกว่าสื่ออื่นๆ ดังได้กล่าวไว้แล้วว่าขั้นตอนในการจัดทำของสื่อนี้ไม่ซับซ้อน โดยสามารถนำเสนอทั้งข้อความ ภาพ เสียง หรือภาพเคลื่อนไหวของเหตุการณ์ต่างๆได้ในเวลาไม่นานนัก

2. **เพื่อให้สาระความรู้ต่างๆแก่สาธารณชน** เว็บไซต์ตอบสนองวัตถุประสงค์นี้ด้วยการนำความรู้และข้อมูลต่างๆมาเผยแพร่ให้ผู้ชมเข้ามาใช้บริการโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย ซึ่งทำให้เว็บไซต์เป็นเสมือนคลังข้อมูลที่ใหญ่ที่สุดในโลก ครอบคลุมสาระความรู้และเรื่องราวที่น่าสนใจมากมายมหาศาล ดังนั้นจึงเป็นสื่อที่เหมาะสมสำหรับวัตถุประสงค์นี้อย่างยิ่ง

3. **เพื่อสร้างความเข้าใจและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์การ** องค์การสมัยใหม่จะมีเว็บไซต์เพื่อให้ข่าวสารข้อมูลและสร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง โดยบางเว็บไซต์อาจสร้างบริการออนไลน์ หรือมีช่องทางการสื่อสารให้แก่ผู้ใช้เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับสังคม หรือลูกค้า ตลอดจนการนำเสนอเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์การในบางกรณีนักประชาสัมพันธ์อาจต้องการสื่อที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ ซึ่งสื่อเว็บไซต์เป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายเฉพาะได้ดีกว่าสื่ออื่นๆ

4. **เพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการ** การประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภคได้ทราบข่าวและรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการทำได้ไม่ยุ่งยาก ยิ่งถ้ามุ่งหวังให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างโดยอาศัยสื่อใหญ่ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ และโทรทัศน์ ก็ยิ่งยาก เพราะต้องแย่งชิงพื้นที่ข่าวกับสินค้าและบริการอื่นๆจำนวนมาก ในสภาพเช่นนี้สื่อเว็บไซต์เป็นทางเลือกหนึ่งที่ดีที่สุด โดยอาศัยคุณลักษณะที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย (ที่คัดเลือกแล้ว) ได้แม่นยำกว่าเป็นเครื่องมือในการทำประชาสัมพันธ์

5. **เพื่อความบันเทิง** เว็บไซต์จำนวนมากมีบริการด้านบันเทิง เช่น เกมออนไลน์ ตอบปัญหา (Quiz) โดยอาศัยความสามารถในด้านการนำเสนอแบบหลายสื่อเป็นเครื่องมือในการสร้างบริการอีกอย่างหนึ่งขึ้นมา ซึ่งจะดึงดูดให้ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเข้ามาในเว็บไซต์นั้นบ่อยๆ สิ่งที่ได้ตอบแทนก็คือ การขยายผลไปสู่การรับรู้ข่าวสาร ตลอดจนการใช้บริการอื่นในโอกาสต่อไป

3.5 การออกแบบสื่อเว็บไซต์

การออกแบบสื่อเว็บไซต์ให้เป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพ ควรยึดหลักความเป็นสากลนิยม ความเหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของเว็บไซต์ และคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งมีหลักสำคัญดังนี้

1. **อ่านง่ายสบายตา** การออกแบบและเลือกใช้ตัวหนังสือจึงต้องช่วยให้อ่านง่าย มีขนาดไม่เล็กหรือใหญ่เกินไป สีที่ใช้ต้องสบายตา ไม่ควรใช้สีสดๆ เช่น สีเขียว สีเหลือง เป็นสีพื้น นอกจากนี้หน้าเว็บต้องไม่ยาวเกินไป เว็บเพจที่ดีควรมีความยาวพอเหมาะ

2. **สวยงามดึงดูดใจ** ความสวยงามน่าดูเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในการดึงดูดให้ผู้ใช้งานใจ และยอมใช้เวลากับเว็บไซต์ของเรา โดยคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมายว่าเป็นใคร ถ้าเป็นวัยรุ่น อาจต้องมีการเล่นในการดึงดูดด้วยภาพกราฟิก หรือแอนิเมชัน หรือเทคนิคการเล่นในการนำเสนอ แต่ถ้าต้องการความน่าเชื่อถือ ความสวยแบบเรียบง่าย ดูสุ่มจะเหมาะกว่า

3. **เนื้อหาดีโดนใจ** เนื้อหาหรือข่าวสารข้อมูลที่บรรจุอยู่ในแต่ละเว็บเพจต้องน่าสนใจ มีข้อมูลมากเพียงพอ ข้อมูลมีความถูกต้องและน่าเชื่อถือ ใช้ภาษาที่ดึงดูดความสนใจ จะดึงดูดให้ผู้ใช้งานกลับมาใช้บริการอีก

4. **เรียกดูได้เร็ว** ในโลกของเครือข่ายอินเทอร์เน็ตทุกอย่างต้องการความรวดเร็ว วิธีที่จะช่วยให้บรรลุความสำเร็จ ก็คือ การทำให้เว็บเพจมีไฟล์ขนาดเล็กที่สุด เพราะไฟล์ยิ่งใหญ่อิ่งเรียกข้อมูลได้ช้า

5. **เมนูหลักชัดเจน** เมนูหลักจะต้องแสดงให้เห็นได้อย่างชัดเจน ถ้ามีจำนวนเมนูไม่มากก็ควรเป็นเมนูแนวนอนจะดูง่ายและชัดเจนกว่า หากมีจำนวนเมนูค่อนข้างมากแนะนำให้ เป็นเมนูแบบแนวตั้ง และแบ่งเมนูออกเป็นกลุ่มๆ แต่ละกลุ่มทำเป็นเมนูย่อยใส่เข้าไป เพื่อช่วยให้ดูเข้าใจง่าย การออกแบบเมนูควรทำรูปแบบปกติ มากกว่าการออกแบบเมนูแบบแปลกๆ ที่ทำให้ผู้ใช้รู้สึกไม่คุ้นเคย

6. **มีเครื่องมือช่วยนำทาง** เว็บไซต์เกิดจากการนำเว็บเพจจำนวนมากมารวมกัน และไม่ได้จัดวางลำดับหน้าเหมือนหนังสือ จึงต้องมีเครื่องมือช่วยนำทาง (Navigation Bar) เพื่อบอกให้ผู้ใช้งานทราบว่ากำลังอยู่ที่หน้าใด และจะไปหน้าอื่นๆได้อย่างไร เช่น มีเมนูไปหน้าแรก (Home Page) นอกจากนี้ยังควรใช้รูปสัญลักษณ์ช่วยบอกทิศทาง เช่น ลูกศรย้อนกลับ หรือเดินทาง หรือกลับขึ้นด้านบน เพื่ออำนวยความสะดวกให้ผู้ใช้งานสามารถเปลี่ยนไปยังตำแหน่งที่ต้องการได้อย่างรวดเร็ว และไม่หลงทาง

7. **มีความเป็นสากล** เว็บไซต์ควรมีโครงสร้างเป็นแบบสากลนิยม คือ About us ที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับองค์การ เพื่อบอกกล่าวให้รู้ว่าเราเป็นใคร มีความสามารถด้านใด และทำอะไรได้

บ้าง ซึ่งจะช่วยสร้างความน่าเชื่อถือให้เกิดขึ้น มี Contact us Form หรือแบบฟอร์มให้ผู้ใช้กรอกข้อมูลเพื่อติดต่อกลับ เช่น มีชื่อ-นามสกุล บริษัท เบอร์โทรศัพท์ อีเมล ติดต่อเรื่อง และรายละเอียด

8. เตรียมคำตอบให้พร้อม เว็บไซต์ที่ดีควรมีส่วนตอบคำถามที่ผู้ใช้งานมักสงสัยและถามบ่อยๆ (FAQ) การเตรียมคำตอบไว้ให้ผู้ใช้ค้นหาได้ด้วยตนเองจะช่วยสร้างความพึงพอใจและประทับใจในบริการ สำหรับเว็บที่มีระบบซับซ้อนอาจมีคำแนะนำ หรือช่วยเหลือ (Help) ในการใช้งานให้ด้วย

9. ค้นหาได้ง่าย สำหรับเว็บไซต์ที่มีปริมาณข่าวสารข้อมูลจำนวนมาก เช่น เว็บข่าว หรือเว็บขายสินค้า การมีเครื่องมือช่วยค้นหา (Search) ในเว็บไซต์นั้นจะช่วยให้ผู้ใช้ค้นพบข้อมูลที่ต้องการได้สะดวกขึ้น และลดการเสียเวลาลงได้มาก

10. ปรับปรุงข้อมูลอยู่เสมอ การปรับปรุงให้ข้อมูลทันสมัย และมีข้อมูลใหม่ๆเพิ่มเติมอยู่เสมอเป็นวิธีการที่ช่วยทำให้เว็บไซต์ได้รับความนิยมจากผู้ที่ไม่เสื่อมคลาย

3.6 การเขียนเพื่อการเผยแพร่ทางอินเทอร์เน็ต

การเขียนเนื้อหาสาระของข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ในสื่อใหม่โดยหลักการเบื้องต้นในเชิงการประชาสัมพันธ์นั้น จะต้องคำนึงถึงปัจจัยต่างๆที่จำแนกได้ดังนี้

1. จุดมุ่งหมายของการประชาสัมพันธ์ ในการประชาสัมพันธ์มีจุดมุ่งหมายที่แตกต่างไปตามวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสาร ซึ่งแบ่งออกได้เป็น

- จุดมุ่งหมายเพื่อบอกกล่าว ให้ความรู้ ความเข้าใจในข่าวสารเรื่องใดเรื่อง
- จุดมุ่งหมายเพื่อการโน้มน้าว จูงใจ ให้เกิดความร่วมมือกับหน่วยงาน
- จุดมุ่งหมายเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อหน่วยงาน
- จุดมุ่งหมายเพื่อความบันเทิง

2. เนื้อหาสาระของสารสนเทศ การเลือกใช้ประเภทรหัสของสาร (Code) ในสื่อใหม่โดยส่วนใหญ่จะใช้ทั้งประเภทที่เป็นข้อความและไม่ใช่ข้อความ กล่าวคือ เป็นรูปภาพ สัญลักษณ์ที่สามารถสื่อความหมายเป็นที่เข้าใจได้ ดังนั้นในหน้าจอภาพคอมพิวเตอร์จะมีทั้งข้อความ ตัวอักษร รูปภาพ และภาพเคลื่อนไหว สัญลักษณ์ผสมผสานกัน เป็นต้น

3. กลุ่มเป้าหมาย คุณลักษณะของกลุ่มเป้าหมายถือเป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดรูปแบบและเนื้อหาของการเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ เช่น การเขียนสำหรับให้เด็กอ่าน การเขียนสำหรับผู้ใหญ่อ่าน ย่อมต้องแตกต่างกัน ผู้ส่งสารจะต้องสามารถกำหนดกลุ่มเป้าหมายหลักของการประชาสัมพันธ์ให้ชัดเจนได้มากที่สุดว่า เพื่อเป็นพื้นฐานที่สำคัญในการเขียนข้อมูลข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ในสื่อใหม่ได้อย่างเหมาะสม

4. ข้อจำกัดและอุปสรรคในการสื่อสาร การสื่อสารโดยผ่านสื่อใหม่มีองค์ประกอบ 3 ประการดังที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้นคือ ระบบคอมพิวเตอร์ ข่าวสาร และระบบการสื่อสารโทรคมนาคม ในปัจจุบันดังกล่าวนี้ อาจเป็นสาเหตุของข้อจำกัดและอุปสรรคได้ทั้งสิ้น เช่น หากจุดมุ่งหมายปลายทางของผู้รับสารยังขาดระบบสื่อสารโทรคมนาคมหรือที่มีใช้อยู่ยังไม่มีประสิทธิภาพดีเพียงพอ ก็อาจจะเป็นอุปสรรคได้มาก เพราะสื่อใหม่จำเป็นต้องอาศัยช่องทางของสื่อที่มีความเร็วสูง สามารถรองรับปริมาณข้อมูลจำนวนมากได้

5. คุณลักษณะของสื่อใหม่ คือ ความสามารถในการแสดงผลทางจอภาพที่เป็นลักษณะสื่อผสมผสาน กล่าวคือ แสดงผลได้ทั้งข้อความ ตัวอักษร รูปภาพ ภาพเคลื่อนไหวทั้งแบบภาพจริงและภาพเคลื่อนไหวที่สร้างขึ้น รวมทั้งเสียง นอกจากนี้ ยังสามารถมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้ได้ทันที ซึ่งเป็นคุณสมบัติที่แตกต่างจากสื่อประเภทอื่น

3.7 การจัดวางโครงสร้างข้อมูล ข่าวสารเพื่อการเผยแพร่ทางอินเทอร์เน็ต

การเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสาร ทางอินเทอร์เน็ตที่ดีและดึงดูดความสนใจของผู้เชื่อมโยงเครื่องคอมพิวเตอร์เข้ามาชม นั้น มีหลักการทั่วไปตามแนวคิดของ โรบิน วิลเลียม จากหนังสือ The Non-Designer's Design Book สรุปได้ 4 ประการ ดังนี้

1. ความแปลกแตกต่าง การนำเสนอทางอินเทอร์เน็ตที่ดีต้องให้มีความแปลก หลีกเลียงการใช้องค์ประกอบจอภาพที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันทั้งหมด เช่น การใช้ตัวหนังสือ สี ขนาด ความหนาของเส้น รูปร่าง ที่วางบนจอภาพ เป็นต้น หากเนื้อหาสาระของข่าวสารไม่ใช่เรื่องเดียวกัน ให้สร้างสรรค์เรื่องอื่นๆ ให้มีความแปลกแตกต่าง เพราะความแตกต่างบนจอภาพคอมพิวเตอร์เป็นส่วนสำคัญที่ใช้สร้างความสนใจให้กับผู้ชมได้เป็นอย่างดี และสื่อความหมายให้ทราบว่าเป็นสารอีกเรื่องราวหนึ่ง

2. ความเป็นเอกภาพในการนำเสนอ ต้องมีรูปแบบที่เป็นแบบแผนหรือมีสไตล์ของผู้ออกแบบ โดยมีสิ่งที่ต้องคำนึง เช่น การให้สีเส้น การสร้างรูปร่าง การกำหนดภาพพื้นของจอภาพ ฉากหลัง ความสัมพันธ์ของระยะห่างระหว่างภาพและข้อมูลที่อ่านแล้วไม่สบายตา ความหนาของตัวอักษร เส้น ขนาด จะต้องมีความสอดคล้องกันทั้งหมด อันจะทำให้ลักษณะการนำเสนอเป็นรูปแบบที่เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน เป็นเอกภาพหรือเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่สร้างการจดจำแก่ผู้รับ

3. การจัดวางแถวและวางแนว ต้องมีการจัดวางองค์ประกอบที่มีแถว มีแนวตามลักษณะธรรมชาติของการกวาดสายตา อ่านข้อความหรือดูรูปภาพของคน เช่น การวางแนวของรูปภาพ ข้อความจากซ้ายไปขวา จากบนลงสู่ล่าง ซึ่งจะทำให้ไม่ขัดกับความรู้สึกของผู้อ่าน

4. **ความใกล้เคียง** ความเกี่ยวเนื่อง หมายถึง ต้องให้สิ่งที่ปรากฏอยู่บนจอภาพมีความเป็นระเบียบเกี่ยวเนื่องกัน การจัดวางองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกันเป็นกลุ่มก้อน ทำให้มองเห็นได้ง่าย ไม่กระจัดกระจายและช่วยลดความยุ่งเหยิง ทำให้หน้าจอภาพมีความเป็นระเบียบ

3.8 หลักการเขียนข้อความในสื่ออินเตอร์เน็ต

1. **นำเสนอประเด็นจุดเด่นของเนื้อหาของสารสนเทศ** การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่ทางอินเทอร์เน็ตนั้น มักจะไม่เน้นการใช้ข้อความของเรื่องที่จะบอกกล่าวที่มีความยาวมากจนเกินไป จึงมักจะเน้นประเด็นจุดเด่นหลักๆของเนื้อหาโดยตรง และลักษณะการเขียนมักให้เป็นหัวข้อเรื่องและคำอธิบายเกี่ยวกับเรื่องนั้นในสาระสำคัญเท่านั้น เพราะส่วนใหญ่จะใช้ภาพประกอบเรื่องเป็นหลัก เพื่อให้ผู้ใช้ไม่เกิดความเบื่อหน่ายในการอ่านข้อความยาวๆบนจอภาพ ซึ่งอาจจะทำให้ไม่สบายทางสายตา

2. **มีสารบัญเนื้อหาเพื่อความสะดวกต่อการเข้าถึงข้อมูลได้ทันที** ลักษณะการออกแบบหน้าจอภาพที่ปรากฏ ควรให้มีสารบัญของเนื้อหาเคียงคู่ไปตลอดกับการแสดงข้อความเรื่องต่างๆ เพื่อความสะดวกแก่ผู้ใช้ในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่ต้องการได้ทันที

3. **ข้อความภายในเนื้อหาควรมีการเชื่อมโยงไปยังสารสนเทศอื่น ๆ ได้ทันที** ในการเขียนเรียงเรียงข้อความที่เป็นเนื้อหาของเรื่องต่างๆนั้น ผู้เขียนสามารถใช้คุณสมบัติของการเชื่อมโยงจากเรื่องหนึ่งไปยังอีกเรื่องหนึ่งได้ ที่เรียกว่าการลิงค์ (Link) สามารถสั่งให้คอมพิวเตอร์เชื่อมโยงไปยังเรื่องอื่นได้ และสะดวกต่อผู้ใช้ที่สามารถเข้าถึงข้อมูลที่ต้องการได้อย่างรวดเร็ว

4. **เนื้อหาสาระข้อเขียนควรมีภาพหรือแผนภูมิหรือภาพเคลื่อนไหวประกอบเสมอ** รูปภาพ แผนภูมิ ภาพเคลื่อนไหว ถือว่าเป็นส่วนประกอบที่สำคัญของข้อเขียนในสื่อใหม่เสมอ ซึ่งโดยหลักทั่วไปของการนำเสนอทางคอมพิวเตอร์จะเน้นการสื่อความหมายด้วยภาพเป็นหลัก ยกเว้นหากเป็นเรื่องที่มีเนื้อหาสาระสำคัญที่ต้องนำเสนอด้วยข้อความเพื่อให้เกิดความชัดเจนของการสื่อความหมายด้วยภาษาเขียนเท่านั้น

5. **สำนวนการเขียนต้องกระชับ กะทัดรัด เข้าใจง่าย** มีประเด็นของเนื้อหาชัดเจน รูปแบบและสำนวนการเขียนต้องกระชับ บอกกล่าวในเนื้อหาที่เป็นประเด็นสำคัญที่ต้องการ ต้องเขียนให้เข้าใจง่ายตรงไปตรงมา หลีกเลี่ยงศัพท์เทคนิคที่บุคคลทั่วไปไม่เข้าใจความหมาย

3.9 ประเภทของการเขียนเพื่อวัตถุประสงค์ต่างๆ

1. การเขียนเพื่อบอกกล่าวข่าวสาร ให้ความรู้ ความเข้าใจ ลักษณะการเขียนควรมุ่งประเด็นสาระสำคัญของเรื่องในองค์ประกอบของข่าวสารที่สำคัญ คือ 5 W 1H คือ Who What When Where Why และ How ใคร ทำอะไร เมื่อไร ที่ไหน ทำไมและอย่างไร เรียบเรียงลำดับเนื้อหาของการเหตุการณ์ตามข้อเท็จจริง โดยไม่เน้นการเขียนที่เน้นย่อต้องมีการเรียบเรียงเนื้อหาของข้อมูลข่าวสารอย่างมีลำดับ หากมีการเชื่อมโยงและอ้างอิงไปสู่เรื่องที่เกี่ยวข้องได้ แต่ละประเด็นของเรื่องควรมีการแบ่งแยกเป็นคนละย่อหน้า หรือแยกหัวข้อคล้ายกับการเขียนในสื่อสิ่งพิมพ์ทั่วไป

2. การเขียนเพื่อโน้มน้าว เนื้อหาของการเขียนประเภทนี้จะแสดงให้เห็นเหตุผลข้อดีข้อเสีย ผู้ส่งสารต้องใช้คำ ข้อความที่โดดเด่นผสมผสานกับการใช้เทคนิคพิเศษในคุณสมบัติของคอมพิวเตอร์เพื่อดึงดูดความน่าสนใจ ใช้ภาพและเสียงเพื่อการสร้างแรงจูงใจให้เกิดการคล้อยตามมีความน่าเชื่อถือ

3. การเขียนเพื่อสร้างภาพลักษณ์ เนื้อหามุ่งแสดงความก้าวหน้าขององค์การเพื่อสังคม การค้นพบสิ่งใหม่ การเอื้อประโยชน์ต่อสังคม การออกแบบหน้าจอภาพควรมีรูปแบบที่ดูทันสมัยก้าวหน้า มีเทคนิคที่ไม่ธรรมดา การใช้ส่วนประกอบของสื่อใหม่ในด้านสื่อผสมผสาน

- ภาพประกอบต้องสวยงาม สื่อความหมายได้ดี ไม่เป็นภาพขนาดใหญ่มากเกินไป ซึ่งจะทำให้ผู้รับได้รับภาพซ้ำ

- รูปแบบการใช้ตัวอักษรเหมาะกับกลุ่มเป้าหมาย เช่น หากกลุ่มเป้าหมายเป็นเด็กก็ต้องใช้รูปแบบและสีที่สอดคล้องกับลักษณะของเด็ก

- เลือกใช้สีพื้น หรือภาพพื้นที่สวยงาม ดึงดูดความน่าสนใจ การใช้สีเพื่อสร้างความรู้สึก เช่น สีแดง ให้ความรู้สึกที่ตื่นเต้น สีน้ำเงิน ให้ความรู้สึกสงบเยือกเย็น สีเหลือง ให้ความรู้สึกสดชื่นสว่าง สีขาวแสดงถึงความบริสุทธิ์สะอาด

- ต้องมีความสมดุลของส่วนประกอบในจอภาพ โดยมีจุดเด่นในจอภาพแต่ละจอ

- เนื้อหาสาระควรนำมาแปลงเป็นภาพ หรือแผนภูมิ เพื่อให้ภาพแต่ละภาพหรือแผนภูมิสื่อความหมายได้แทนการใช้ตัวอักษรจำนวนมากๆ

- ควรใช้เสียง หรือภาพเคลื่อนไหวและเทคนิคของโปรแกรมเป็นตัวกระตุ้นความสนใจ

3.10 แนวคิดเรื่องกลยุทธ์การออกแบบเพื่อการสื่อสารของเว็บเพจ

การออกแบบเว็บเพจ มีลักษณะมัลติมีเดียที่มีการผสมผสานสื่อหลายๆแบบเข้าด้วยกัน การออกแบบเว็บเพจต้องพิจารณาอย่างพิถีพิถันและเป็นการกระทำอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นเพื่อให้เห็นภาพที่ชัดเจนในหลักเหตุผลของการออกแบบเว็บเพจ จึงจำเป็นที่จะต้องศึกษาถึงแนวคิดทางด้านกลยุทธ์การออกแบบเพื่อการสื่อสารของเว็บเพจ เพื่อนำมาสร้างความสำเร็จเบื้องต้น ซึ่งหนังสือ Creative Killer Interactivity Web Sites โดยการกล่าวร่วมกันของ Andrew Sather, Ardite Lbnez ,Bernie Dechant และ Pascal มีรายละเอียดดังนี้

1. การกำหนดวัตถุประสงค์ของเว็บไซต์

เจ้าของโครงการและผู้ออกแบบต้องมีวัตถุประสงค์ที่แน่ชัดว่ามีเว็บไซต์ขึ้นเพื่ออะไร วัตถุประสงค์นั้นจะเป็นหลักสำคัญในการเป็นสิ่งที่กำหนดโครงสร้าง จำแนกวัตถุประสงค์ พื้นฐานของการสื่อสารของเว็บเพจ เช่น เพื่อสร้างความเป็นผู้เชี่ยวชาญในด้านใดด้านหนึ่งขององค์กร เพื่อความเข้าใจในสินค้าและให้บริการในด้านข้อมูลข่าวสาร เพื่อแสดงภาพลักษณ์ขององค์กร เพื่อก่อให้เกิดการขาย เพื่อเป็นสื่อใหม่ที่เป็นสื่อเสริมสื่ออื่นๆ ให้กับองค์กร เพื่อให้องค์กรมีความแตกต่างจากคู่แข่ง เป็นต้น

2. กำหนดกลุ่มเป้าหมายและความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

การพิจารณาถึงกลุ่มเป้าหมายมีความสำคัญในการออกแบบเว็บไซต์ให้มีประสิทธิภาพ ตรงกับวัตถุประสงค์ที่ได้ตั้งไว้ ซึ่งผู้ออกแบบต้องศึกษาว่า ใครเป็นผู้ใช้อินเทอร์เน็ต เป็นเพศใด อายุเท่าใด มีการศึกษาอยู่ในระดับไหน ทำอะไรเป็นงานอดิเรก มีความสนใจในเรื่องใดเป็นพิเศษ จนระดับของความรู้ในเรื่องคอมพิวเตอร์ เมื่อทราบถึงกลุ่มเป้าหมายแล้วยังต้องศึกษาลงลึกไปอีกว่า บุคคลประเภทไหนในกลุ่มเป้าหมายของเว็บไซต์นี้ที่มีความสนใจในองค์กร หรือสินค้า แล้วนำมาวิเคราะห์ให้ได้ว่า บุคคลประเภทใดที่ต้องการให้เข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์ ซึ่งอาจเป็นบุคคลที่เป็นกลุ่มเป้าหมายเดียวกับกลุ่มเป้าหมายของสื่ออื่นๆ

3. พิจารณาวัตถุประสงค์ของการเข้ามาเยี่ยมชมไซต์ของผู้รับสาร

สิ่งหนึ่งที่ทำให้เว็บไซต์เป็นสื่อที่นำความสำเร็จในการสื่อสารมาให้กับองค์กร คือ การเป็นเว็บไซต์ที่สามารถดึงดูดให้ผู้รับสารเข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์ได้ ซึ่งผู้รับสารแต่ละคนมีวัตถุประสงค์ในการเข้ามาเยี่ยมชมไซต์แตกต่างกันตามลักษณะทางสังคมศาสตร์และจิตวิทยาโดยวัตถุประสงค์ของผู้เข้ามาเยี่ยมชมไซต์มีดังนี้

- **ข้อมูล** เข้ามาในเว็บไซต์เพื่อรับทราบข้อมูลเกี่ยวกับองค์กร บริษัท สินค้า และบริการ

- **ข่าว** เพื่อรับทราบข่าวเกี่ยวกับการประกาศเปิดตัวสินค้า ข่าวการลงทุน การแสดงสินค้า เหตุการณ์ที่ทันสมัย สินค้าที่ชื่นชอบ ข่าวที่ครอบคลุมโดยทั่วไป ข่าวอุตสาหกรรม การนัดหมาย เพื่อกิจกรรมกับบุคคลต่างๆ แนวความคิดเห็นของหุ้นส่วน

- **การปฏิสัมพันธ์** เพื่อการติดต่อสื่อสารกับบริษัท การตอบคำถาม การหาข้อมูล การเสนอความคิดเห็น หรือการปฏิสัมพันธ์กับบุคคลที่เข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์ด้วยเช่นกัน

- **ความบันเทิง** บุคคลที่เข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์ต่างๆ เพื่อต้องการความบันเทิง และความเพลิดเพลินในข้อมูลที่เขากำลังดู เว็บไซต์เป็นสื่อที่มีแนวคิดเรื่อง Infotainment สื่อหนึ่ง ซึ่งหมายความว่า เป็นสื่อที่ให้ทั้งข้อมูลข่าวสารและความบันเทิงไปพร้อมกัน

- **ของขวัญ ที่ระลึก ของแถมฟรี** ผู้เยี่ยมชมเว็บไซต์ไม่พลาดรับโอกาสที่จะเข้ารับสินค้า ฟรี หรือรางวัล ซึ่งผลพลอยได้ที่ตามมา เจ้าของไซต์จะได้ที่อยู่สำหรับการส่งเอกสารทางไปรษณีย์ ที่อยู่อีเมล หรือข้อมูลต่างๆของผู้ที่เข้ามาในไซต์

4. พิจารณาการออกแบบโครงสร้างเนื้อหา

ในการพิจารณาถึงโครงสร้างของเว็บไซต์ เนื้อหาเป็นส่วนสำคัญที่เป็นพื้นฐานของโครงสร้าง ประเด็นอยู่ที่ว่า ความต้องการของกลุ่มเป้าหมายเป็นอย่างไร ความคาดหวังที่จะได้รับ ข่าวสารข้อมูลแต่ละประเภท เช่น ข้อมูล ข่าว การตอบคำถาม ความบันเทิง ของแถมฟรี

หมวดหมู่ของข้อมูลของไซต์ โดยส่วนใหญ่มีดังนี้ได้แก่ ข้อมูลเกี่ยวกับบริษัท ข้อมูลของสินค้า ข่าวทั่วไปหรือข่าวที่ลงในหนังสือพิมพ์ ข้อมูลสำหรับติดต่อ

5. การโปรโมตเว็บไซต์

เมื่อการผลิตเว็บไซต์เสร็จสิ้นลงแล้ว ต้องแน่ใจว่าเว็บไซต์มีคนเข้ามาเยี่ยมชม เว็บไซต์จะไม่มีประสิทธิภาพหากเว็บไซต์ไม่ได้รับความสนใจ ไม่รู้จักจากผู้เยี่ยมชม กระบวนการโปรโมทเว็บไซต์นี้ทำได้โดย

- **การนำเสนอเว็บไซต์** ไซต์ที่ประสบความสำเร็จมีการเตรียมตัวอย่างดีมาก่อนการเปิดตัวจริง โดยเตรียมตัวส่งไซต์ไปภายในบริษัทของลูกค้า พนักงานบริษัท ลูกค้า

- **การเตรียมการสำหรับการเปิดตัว** ต้องลงทะเบียนในกลไกการค้นหาอินเทอร์เน็ต หรือการลงทะเบียนในไซต์ที่เป็นหมวดหมู่กับไซต์ หลังจากทีออนไลน์แล้วต้องส่งข่าวลงในสื่ออื่นๆ ด้วย หรือการสาธิตไซต์ในงานแสดงสินค้าต่างๆ

- **การประกาศข่าวในสื่อ** คือ ข่าวที่น่าเสนอคุณลักษณะเด่นของไซต์ที่มีความแตกต่างจากไซต์อื่นๆ ภายในไซต์ต่าง ที่อยู่หมวดเดียวกัน หรือการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับข้อสรุปเนื้อหา นอกจากนี้สื่อภายในองค์กรก็เป็นสื่อที่ดีอย่างหนึ่งในการโปรโมทเว็บไซต์ เช่น ตัวจดหมายของบริษัท นามบัตร ของ สติกเกอร์ปิดชื่อที่อยู่ โบชัวร์

- **การสร้างแบนเนอร์โฆษณา** ในการโฆษณาไชนั้น อาจต้องนำแบนเนอร์ของเราไปวางในไซต์อื่นที่เป็นที่นิยม แบนเนอร์ที่วางในไซต์อื่น ๆ นั้นสามารถคลิกเข้ามาดูในไซต์ของเราได้ ถ้าแบนเนอร์ของเรามีประสิทธิภาพมากเพียงพอ

6. การประสานงานกับเว็บไซต์อื่นเพื่อโฆษณาเว็บไซต์

การประสานงานกับบริษัทอื่นในการโฆษณาเว็บไซต์เป็นการเพิ่มโอกาสในการสื่อสารของเว็บไซต์ซึ่งต้องสร้างสรรค์ในการที่จะนำเว็บไซต์ไปเชื่อมโยงกับเว็บไซต์ของบริษัทอื่น เพื่อให้เกิดความสนใจพิเศษที่ต้องมีความสัมพันธ์เกี่ยวเนื่องกัน เช่น บริษัทฟิล์มโกดักฝากแบนเนอร์ไว้กับแคนนอน

7. การดำรงสภาพเว็บไซต์

เมื่อเว็บไซต์ทำการออนไลน์แล้ว เราต้องรักษาสภาพของเว็บไซต์เอาไว้อยู่เสมอ ซึ่งทำได้โดยพัฒนาหน้าใดหน้าหนึ่งเพิ่มเติมขึ้นมา สร้างจุดเด่นพิเศษเพิ่มขึ้นหรือพัฒนาเว็บไซต์ให้มีประสิทธิภาพ ซึ่งการพัฒนาเว็บไซต์อย่างต่อเนื่องนี้ต้องคำนึงถึงความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไป หลักในการดำรงสภาพเว็บไซต์ คือ ทำให้เว็บไซต์มีความทันสมัย เข้าไปดูเว็บไซต์ของคุณอย่างสม่ำเสมอ และคำนึงถึงผู้บริโภค

8. การเพิ่มการกลับมาของผู้เข้าชมซ้ำ

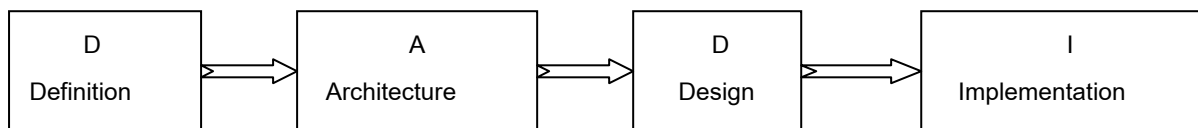
การที่เว็บไซต์จะประสบความสำเร็จได้นั้น วิธีการ คือ ปรับปรุงการเปลี่ยนแปลงเว็บไซต์อยู่เสมอ และออกแบบรูปแบบเว็บไซต์ใหม่เป็นระยะๆ

การบริหารเว็บไซต์นั้นจะต้องคงอยู่ตลอดไปอย่างไม่จบสิ้น เว็บไซต์เป็นสิ่งที่ยิ่งใหญ่ที่ต้องมีการเจริญเติบโต และพัฒนาต่อไป ไม่ว่าจะเป็นการเรียบเรียงเนื้อหา การคำถึงหน้าที่ของเว็บไซต์ และเทคนิคต่างๆ เว็บไซต์ต้องดำเนินไปอย่างมีแนวทางเดียวกันกับการพัฒนาบริษัทและองค์กร ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงและปรับปรุงอยู่ตลอดเวลา

3.11 แนวคิดเรื่องหลักการออกแบบเว็บเพจ

การออกแบบเว็บเพจเป็นการพัฒนาของสื่อแบบดิจิทัลยุคใหม่ โดยการรวมตัวของความคิดสร้างสรรค์ด้านการออกแบบและเทคโนโลยี ดังนั้นในการออกแบบเว็บไซต์จึงมีกระบวนการอย่างต่อเนื่องและเป็นเหตุผลซึ่งกันและกัน Clement Mok ได้กล่าวว่า การออกแบบเว็บไซต์นั้นต้องมีคุณลักษณะสำคัญ 2 ประการ ได้แก่ มีการออกแบบที่ต้องทำให้เกิดการปฏิสัมพันธ์โต้ตอบกัน มีไชนันตยสารธรรมดา และการออกแบบเป็นส่วนเสริมสร้างให้ผู้รับสารเกิดแรงดึงดูดใจที่จะทำการโต้ตอบ ในขณะที่เดียวกันผู้รับสารก็ต้องได้รับความพึงพอใจในการเปิดรับสารนั้นด้วย (www.clark.net,27 ก.ค. 2551)

โดย Clement Mok ได้สร้างแผนภูมิ และอธิบายกระบวนการออกแบบเว็บเพจไว้ดังนี้



D = Definition การกำหนดนิยาม หมายถึง การวางแผนเพื่อนำมาถ่ายทอดความคิดรวบยอดที่ต้องนำมาเป็นหลักในการออกแบบเว็บเพจ โดยต้องทำสิ่งต่างๆ เหล่านี้

1. **กำหนดความหมาย** ซึ่งเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดของการออกแบบเว็บไซต์ ต้องการสื่อสารอะไรบ้าง ให้กับใครและอย่างไร โดยต้องผ่านการอนุมัติของเจ้าของโครงการ ยกตัวอย่างเช่น ต้องการให้เป็นเว็บไซต์ที่เสริมสร้างภาพพจน์ให้กับองค์กร หรือเพื่อเน้นย้ำให้จดจำชื่อสินค้า หรือตราสัญลักษณ์ของบริษัท

2. **กำหนดเนื้อหา และจุดเด่นที่สร้างแรงดึงดูดใจ** ด้วยการวิเคราะห์ถึงเนื้อหาที่ต้องการนำมาเป็นจุดเด่นพิเศษ ที่ต้องการสื่อไปยังผู้รับสารให้ตรงกับเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้ อาจต้องรวบรวมข้อมูลและเนื้อหาที่มีอยู่ในส่วนอื่นๆ ขององค์กร และเน้นคำนึงถึงจุดเด่นที่จะทำให้เนื้อหานั้นมีความแปลกใหม่

3. **กำหนดผู้รับสาร** ซึ่งต้องพิจารณาถึงเทคโนโลยีของผู้รับสารด้วย ซึ่งอาจได้แก่ ลูกค้านักลงทุน กลุ่มเป้าหมายที่มีประสิทธิภาพเพื่อการจ้างงาน

4. **กำหนดระยะเวลาที่ใช้ในกระบวนการออกแบบทั้งหมด**

5. **กำหนดงบประมาณ**

A = Architecture การกำหนดโครงสร้าง หมายถึง การพิจารณาออกแบบข้อมูลให้ตรงกับวัตถุประสงค์ ซึ่งต้องเรียงลำดับความสำคัญ และกำหนดให้แน่ชัดว่าจะนำข้อมูลใดจัดไว้ในโครงสร้างส่วนใดและใช้สื่อใดในการจำแนกแบ่งแยกเนื้อหานั้นให้อยู่ในโครงสร้างเป็นสัดส่วนตั้งแต่ต้นจนจบ ซึ่งอาจอยู่ในรูปของภาพร่าง หรือสตอรี่บอร์ด รายละเอียดที่ต้องพิจารณาในการกำหนดโครงสร้างมีดังนี้

1. พิจารณาใจความสำคัญหลักที่ต้องการสื่อ (Key Message) ซึ่งได้มาจากการกำหนดนิยาม
2. การกำหนดจำแนกลักษณะและประเภทของข้อมูล และวิธีการที่จะแสดงให้เห็นถึงความแตกต่างของข้อมูล
3. กำหนดความสัมพันธ์ของข้อมูล
4. กำหนดวิธีการเชื่อมโยงข้อมูลที่แตกต่างกัน

5. รวบรวมแนวความคิด และกำหนดความคิดรวบยอดที่ใช้ในการออกแบบเว็บไซต์
6. นำโครงสร้างมาทดสอบการเปิดเข้าไปในแต่ละส่วน
7. กำหนดจุดเด่นพิเศษเพื่อให้โครงการมีความสมบูรณ์

D = Design การออกแบบ หมายถึง การนำโครงสร้างที่ผ่านมานุ่มติแล้วมาทำการออกแบบเป็นรูปลักษณะบนหน้าจอเว็บไซต์ ซึ่งแสดงภาพลักษณะขององค์กร เพื่อให้เกิดความรู้สึกร่วมและเกิดการจดจำภาพพจน์นั้น (Design look and feel) โดยเน้นในเรื่องของการสร้างสรรค์ภาพ สร้างสรรค์สัญลักษณ์เพื่อเชื่อมโยงส่วนต่างๆ (Interface design) ไปจนถึงการสร้างมัลติมีเดีย แล้วนำทุกๆส่วนมาประกอบกันเป็นงาน โดยต้องทำสิ่งต่างๆเหล่านี้

1. เลือกกลุ่มของสีที่จะใช้เว็บเพจ
2. เลือกรูปแบบตัวหนังสือ
3. กำหนดความกว้างของหน้ากระดาษและขนาดของฉากหลัง
4. สร้างภาพประกอบด้วยการใช้ภาพถ่าย หรือภาพวาด รวมไปถึงภาพเคลื่อนไหวและเสียง
5. กำหนดแนวทางการออกแบบและส่วนที่สร้างความสัมพันธ์เชื่อมโยง
6. กำหนดชื่อของเนื้อหาหลัก และกำหนดลักษณะพิเศษให้กับชื่อของเนื้อหาหลักนี้ให้โดดเด่นออกมา
7. สร้างกราฟฟิกที่นำไปหาข้อมูลและสร้างปุ่มหรือสัญลักษณ์พิเศษ เช่น ปุ่มสัญลักษณ์ Help, Sitemap, Index
8. สร้างหน้าที่แสดงการจัดวางของหน้าหลัก
9. นำเนื้อหาออกมาออกแบบแต่ละหน้า โดยเฉพาะหน้าหลัก
10. เตรียมสคริปต์ เตรียมระบบข้อมูล และเทคนิคพิเศษอื่นๆ

การออกแบบเว็บเพจนี้ อาจจะใช้โปรแกรมเดียวกับการออกแบบสิ่งพิมพ์ทั่วไป เช่น โปรแกรม Illustrator, Photoshop, Quark X Press โดยใช้ข้อมูลจริงเท่าที่จะเป็นไปได้

I = Implementation การปฏิบัติการ ขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนการนำส่วนประกอบต่างๆที่ได้จากการออกแบบในขั้นตอนที่ 3 มาประกอบกันด้วยโปรแกรมของเว็บไซต์ และทดสอบโดยกรรมวิธีของการทำเว็บเพจโดยใช้ภาษา HTML และการทดสอบการเปิดเข้ามาเยี่ยมชมไซต์ ด้วยการใช้ Prototype สิ่งที่ต้องปฏิบัติในขั้นตอน มีดังต่อไปนี้

1. นำส่วนประกอบของภาพ ตัวหนังสือ และมัลติมีเดียมาประกอบกัน
2. ทดสอบการเข้าเว็บไซต์จากเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ต่างกันและจากการใช้บราวเซอร์ที่ต่างกัน
3. ตรวจสอบความถูกต้องของภาษาที่ใช้ โดยการพิสูจน์อักษร

4. เตรียม HTML Templates
5. สร้างหน้าหลักขึ้นมา รวมทั้งหน้าอื่นๆด้วย

เมื่อผ่านการทำทุกขั้นตอนแล้ว เว็บไซต์ก็พร้อมที่จะออนไลน์ได้ อย่างไรก็ตาม เพื่อให้เว็บไซต์มีความทันสมัยอยู่เสมอ ต้องหมั่นตรวจสอบคุณภาพอย่างสม่ำเสมอ รวมไปถึงการปรับปรุงในเรื่องการออกแบบเป็นประจำ และที่ยิ่งกว่านั้น เนื้อหาในเว็บไซต์จะต้องมีความใหม่ทันเหตุการณ์อยู่เสมอ จึงจะเป็นเว็บไซต์ที่มีประสิทธิภาพ

3.12 รูปแบบของเว็บไซต์ท่องเที่ยวที่ประสบความสำเร็จ

การจัดทำเว็บไซต์ท่องเที่ยวในปัจจุบันนี้ ควรคำนึงถึงความต้องการของผู้ใช้บริการให้มากขึ้น และเพื่อให้สามารถอยู่รอดได้ในอนาคต ควรจะคำนึงถึงการปรับปรุงบริการในเว็บไซต์ การค้นหาข้อมูล และเนื้อหาของข้อมูลในเว็บไซต์นั้นๆด้วย โดยมีหลักใหญ่อยู่ 4 ประการด้วยกัน คือ (ศูนย์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ,2543 : 52-53)

1. การให้บริการแก่ลูกค้า

ผู้ประกอบการควรคำนึงถึงความสะดวกสบายในการใช้บริการของลูกค้าให้มากที่สุด โดยการลดระบบระเบียบต่างๆที่อาจจะเป็นอุปสรรคต่อการค้นหาข้อมูลของลูกค้าลง เช่น การลงทะเบียนสมาชิก ซึ่งหลายเว็บไซต์จะมีข้อกำหนดให้ลูกค้าต้องลงทะเบียนเป็นสมาชิกก่อนที่จะเข้าไปค้นหาข้อมูลเพิ่มเติม ซึ่งวิธีการนี้ทำให้เกิดผลเสียอย่างมาก เนื่องจากลูกค้าจะไม่มี ความพยายามที่จะค้นหาข้อมูลต่อไปในเว็บไซต์ประเภทนี้และยังเป็นการเพิ่มค่าใช้จ่ายในการให้บริการ

2. เพิ่มช่องทางการให้บริการแก่ลูกค้า

นอกเหนือจากการให้บริการผ่านอินเทอร์เน็ตแล้ว องค์กรอาจจะเพิ่มช่องทางอื่นๆเพื่อให้ลูกค้าติดต่อกับองค์กรได้ตลอดเวลา ในลักษณะที่มีการตอบโต้กันกับผู้ให้บริการได้โดยตรง เช่น บริษัท iExplore ที่มีการจัดอบรมพนักงานผู้เชี่ยวชาญทางด้านบริการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแก่ลูกค้า แล้วจึงโฆษณาผ่านทางเว็บไซต์เพื่อบอกลูกค้าถึงวิธีการติดต่อสื่อสารกับบริษัทในทุก รูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นการพูดคุยผ่านอินเทอร์เน็ต การส่งอีเมลล์ หรือโทรศัพท์ก็ตาม เนื่องจากคนทั่วไปยังมักให้ความเชื่อมั่นในการติดต่อกับตัวบุคคลโดยตรงมากกว่าการติดต่อกันผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์เพียงอย่างเดียว จึงทำให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจมากขึ้นและเพิ่มยอดขายให้กับองค์กรได้มากขึ้นเช่นกัน

3. การจัดแบ่งประเภทข้อมูลในเว็บไซต์

วิธีนี้จะช่วยประหยัดเวลาให้กับลูกค้าได้มาก โดยลูกค้าสามารถเข้าไปค้นหาข้อมูลที่ต้องการได้โดยดูจากกลุ่มหรือคำเฉพาะที่เกี่ยวข้องเพียงไม่กี่คำ ผู้บริการควรใช้กลยุทธ์ในการแบ่งกลุ่มประเภทของการให้บริการให้บริการของตนตามลักษณะต่างๆ เท่าที่จะสามารถแบ่งได้ เช่น แบ่งตามประเภทของการบริการ แบ่งตามเนื้อหา แบ่งตามกลุ่มของผู้ที่คาดว่าจะจะเป็นลูกค้าหรือแบ่งตามประเภทของกิจกรรมต่างๆ เป็นต้น

4. สร้างชุมชนทางอินเทอร์เน็ต

การทำให้ชุมชนหรือกลุ่มของลูกค้าที่ติดต่อสื่อสารระหว่างกันในเว็บไซต์ของผู้ประกอบการนั้นๆจะเป็นผลดีกับผู้ประกอบการในหลายด้านด้วยกัน โดยลูกค้ากลุ่มนี้จะกลับเข้ามาใช้บริการในเว็บไซต์บ่อยขึ้น และเมื่อถึงระดับหนึ่งผู้ประกอบการจะมีข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าได้มากพอที่จะนำมาปรับปรุงการให้บริการของตนให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าได้มากขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์ที่ดีขึ้นกับลูกค้า นอกจากนี้ การใช้วิธีการส่งเสริมการขายวิธีอื่น เช่น การให้ส่วนลด ก็ยังเป็นการดึงดูดให้มีลูกค้าทั้งเก่าและใหม่เข้ามาเยี่ยมชมและใช้บริการในเว็บไซต์มากขึ้นอีกด้วย

สำหรับองค์กรที่ให้บริการด้านการท่องเที่ยวทางอินเทอร์เน็ตในปัจจุบันซึ่งทำหน้าที่เหมือนเป็นชุมชน มีการเชื่อมโยงข้อมูลไปยังเว็บไซต์ของหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องกับการบริการนักท่องเที่ยวด้วย เช่น บริษัททัวร์ สายการบิน บริษัทขนส่ง ฯลฯ เพื่อเพิ่มความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวที่นิยมใช้อินเทอร์เน็ตสืบค้นข้อมูลเพื่อเตรียมเดินทาง ซึ่งเป็นการอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวมากขึ้น (ปิยนุช วัฒนอนันต์ผล ,2546)

3.13 การทำให้เว็บไซต์เป็นที่รู้จัก

องค์กรธุรกิจใดก็ตาม เมื่อสร้างเว็บไซต์แล้วจะต้องพยายามทำให้เว็บไซต์นั้น เป็นที่รู้จัก เพื่อให้ผู้ชมเข้ามาเยี่ยมชมเป็นจำนวนมาก ในการทำให้เว็บไซต์เป็นที่รู้จักจำเป็นต้องอาศัยการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ซึ่งกระทำได้ดังนี้ (Barker Christain and Gronne Peter, 1996) (1) การโฆษณาและประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ในสื่อทั่วไป ได้แก่ วิทยู โทรทัศน์ สิ่งพิมพ์ (2) การลงทะเบียนในเครื่องมือค้นหา (3) การใช้ไฮเปอร์ลิงค์ (Hyperlink) (4) การโฆษณาในเว็บไซต์อื่นๆ เช่น โฆษณาแบนเนอร์ (Banner Ads.) โฆษณاباتตัน (Butter Ads.) โฆษณาคีย์เวิร์ด (Keyword Ads.) โฆษณาภาพเคลื่อนไหว (Interstitial หรือ In-Your-face-Ads.)

การสื่อสารผ่านทางเว็บไซต์ ทำให้ผู้วิจัยสนใจค้นหาคำตอบ ในการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงครามให้มีประสิทธิภาพและสร้างให้เกิดการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวดังกล่าวนี้ให้เป็นที่รู้จักและแพร่หลาย ไม่เพียงแต่เป็นช่องทางการสื่อสารที่มีค่าใช้จ่ายน้อยกว่าอื่นแล้ว ยังสามารถเผยแพร่ได้ทั่วโลกและสามารถปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัยได้ตลอดเวลาอีกด้วย

4. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวไม่ได้หมายความเฉพาะเพียงการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจหรือเพื่อความสนุกสนานบันเทิงที่เข้าใจกัน การเดินทางเพื่อการประชุม สัมมนา เพื่อศึกษาหาความรู้ เพื่อการศึกษา เพื่อการติดต่อธุรกิจ ตลอดจนการเยี่ยมเยียนญาติพี่น้อง ก็ถือว่าเป็นการท่องเที่ยวทั้งสิ้น ดังนั้น ลักษณะการท่องเที่ยวในปัจจุบัน จึงเป็นภาพใหญ่ที่มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นตามลำดับ จนมีผู้กล่าวว่า ธุรกิจท่องเที่ยวเป็นธุรกิจที่ใหญ่ที่สุดในขณะนี้

David Weaver and Martin Oppermann ได้ให้คำจำกัดของ “การท่องเที่ยว” คือ ความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นจากการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยว ธุรกิจต่างๆ รัฐบาลของประเทศเจ้าบ้าน และประชาชนในท้องถิ่น ในกระบวนการที่จะดึงดูดและให้การต้อนรับแก่นักท่องเที่ยวผู้มาเยือนอย่างอบอุ่น

Robert W. McIntosh and Charle R. Goelner กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นการเดินทางเพื่อเปลี่ยนบรรยากาศและสิ่งแวดล้อม โดยมีแรงกระตุ้นจากความต้องการในด้านกายภาพ ด้านวัฒนธรรม ด้านปฏิสัมพันธ์ และด้านเกียรติคุณ

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ให้ความหมายของ “การท่องเที่ยว” โดยมีเงื่อนไขตามหลักการอยู่ 3 ประการ คือ (1) เดินทางจากที่อยู่อาศัยไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว (2) เดินทางด้วยความสมัครใจ (3) เดินทางด้วยจุดประสงค์ใดก็ตามที่ไม่ใช่ เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว (Tourism) เป็นเรื่องของการเดินทางซึ่งจะเกิดขึ้นควบคู่กันเสมอ มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายหรือคำนิยามของการท่องเที่ยวไว้ เช่น ฮันซีเกอร์ และดรัฟฟ์ (ตุ้ย ชุมสาย และ ญิบฟัน พรหมโยธี, 2527) กล่าวว่า “การท่องเที่ยว เป็นความสัมพันธ์เบ็ดเสร็จและเป็นปรากฏการณ์ทั้งหลายทั้งสิ้นเกี่ยวโยงกับการพักอาศัยอยู่อย่างชั่วคราวของคนต่างถิ่นกับคนท้องถิ่นที่เขาพักอยู่ ทั้งนี้โดยมีเงื่อนไขว่าเรามีได้พักอยู่เพื่อกระทำธุรกิจส่วนใหญ่ให้เป็นผลกำไร นอกจากนี้ มล.ตุ้ย ชุมสาย และ ญิบฟัน พรหมโยธี (2527) เขียนไว้ว่า การท่องเที่ยว

คือ การเดินทางซึ่งมีเงื่อนไขอย่างน้อย 3 ประการ คือ เป็นการชั่วคราว เป็นไปตามความตั้งใจของผู้เดินทาง และต้องมีค่าใช้จ่าย

4.1 รูปแบบการท่องเที่ยว

โดยทั่วไปการท่องเที่ยวสามารถแบ่งการเดินทางได้เป็น 3 รูปแบบ (สมบัติ กาญจนกิจ, 2544) คือ

1. การท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tourism) หมายถึง การที่ผู้อยู่อาศัยในประเทศ เดินทางอยู่ภายในประเทศนั้น
2. การท่องเที่ยวเข้าประเทศ (Inbound Tourism) หมายถึง การที่ผู้ที่ไม่ได้อยู่อาศัยในประเทศเดินทางเข้าสู่ประเทศนั้น
3. การเดินทางออกนอกประเทศ (Outbound Tourism) หมายถึง การที่ผู้อยู่อาศัยในประเทศ เดินทางออกนอกประเทศนั้น

แต่เดิมการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมสำหรับชนชั้นสูงเท่านั้น เนื่องจากต้องเสียค่าใช้จ่ายมาก และการเดินทางยังไม่สะดวกเท่าทุกวันนี้ แต่ในปัจจุบันการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่แพร่หลายไปสู่บุคคลทุกระดับ (Mass Tourism) แทบจะไม่จำกัดเพศ วัย และฐานะเศรษฐกิจ ทั้งนี้ สาเหตุที่สำคัญที่มีส่วนสนับสนุนให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวกันอย่างกว้างขวาง ได้แก่

- การศึกษาที่สูงขึ้น กระตุ้นให้มนุษย์เกิดความสนใจและอยากรู้อยากเห็น
- ความเจริญก้าวหน้าในด้านการคมนาคม ทำให้คนเดินทางด้วยความสะดวกและรวดเร็วขึ้น
- การติดต่อสื่อสารที่ทันสมัย ช่วยให้คนได้รู้จักโลกกว้างขวางขึ้น ซึ่งเป็นแรงกระตุ้นให้อยากไปสัมผัสด้วยตนเอง
- สื่อโฆษณาในรูปแบบต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นวิทยุ โทรทัศน์ นิตยสาร วิดีโอ ภาพยนตร์ โปสเตอร์ แผ่นพับ ฯลฯ
- มาตรฐานการครองชีพที่สูงขึ้น ทำให้คนมีอำนาจในการใช้จ่ายมากขึ้น
- ความแออัดของเมืองใหญ่ ทำให้ผู้คนอยากกลับไปหาธรรมชาติ อากาศบริสุทธิ์และสภาพแวดล้อมใหม่ที่สวยงามและแปลกตา
- สวัสดิการสังคมที่เปิดโอกาสให้ลูกจ้างได้มีวันหยุดพักผ่อน โดยได้รับค่าจ้าง (Paid Holiday) หรือการจัดนำเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive Tour) ให้แก่พนักงาน เป็นต้น

- ปัจจุบันมีการผลิตอุปกรณ์อำนวยความสะดวกในเรื่องต่างๆทำให้คนมีเวลาว่างสำหรับการพักผ่อนใจมากขึ้น
- ในปัจจุบันรัฐบาลของประเทศต่างๆมีการกระตุ้นให้ประชาชนตื่นตัวในเรื่องการท่องเที่ยวมากขึ้น เนื่องจากตระหนักดีว่า การท่องเที่ยวสามารถก่อให้เกิดประโยชน์แก่ประเทศชาติได้นานัปการ

จากสาเหตุต่างๆที่ได้กล่าวมาแล้วนี้ เมื่อนำมารวมกันกับความต้องการที่อยู่ในใจมนุษย์ จึงเป็นแรงผลักดันให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวไปยังส่วนต่างๆของโลกอย่างกว้างขวางและเพื่อให้ผู้เดินทางได้รับความสะดวกสบาย จึงได้มีการจัดการจัดระบบในขั้นตอนต่างๆตั้งแต่นักท่องเที่ยว ยังไม่ได้เริ่มเดินทาง หรือยังไม่มีความคิดจะเดินทาง ซึ่งในขั้นตอนนี้จะมีการจัดระบบให้บริการเพื่อเชิญชวนให้เกิดการตัดสินใจไปท่องเที่ยว และลำดับต่อมา ก็จะเป็นการจัดระบบการให้บริการอำนวยความสะดวกในการเดินทาง การพักผ่อน การให้บริการนำเที่ยว การให้บริการด้านภัตตาคาร ร้านอาหาร บ้านพัก สินค้าที่ระลึก รวมทั้งการคุ้มครองในด้านความปลอดภัย ในแต่ละส่วนดังกล่าวนี้ สามารถเรียกรวมได้ว่าเป็นบริการท่องเที่ยว (Tourist Service) ซึ่งเมื่อรวมกับการจัดระบบใน ส่วนของการบำรุงรักษาและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแล้ว ก็เรียกว่าเป็น อุตสาหกรรมท่องเที่ยว (Tourist Industry) ที่ประเทศต่างๆกำลังแข่งขันกันเพื่อใช้เป็นกลยุทธ์ในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของตนอยู่ ในปัจจุบันโดยเฉพาะด้านเศรษฐกิจนั้น อุตสาหกรรมท่องเที่ยว สามารถก่อให้เกิดการสร้างงาน สร้างอาชีพ และการกระจายรายได้ไปยังประชาชนได้เป็นจำนวนมาก (สุวรรณชัย สุทธิรักษ์, 2530)

รายได้ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ได้แก่ รายได้จากธุรกิจ โรงแรม ขนส่ง สถานเริงรมย์ ร้านขายสินค้าและของที่ระลึก ธุรกิจนำเที่ยว นอกจากนี้ ยังมีรายได้ที่เป็นผลทางอ้อมจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เช่น รายได้จากการผลิตสินค้าหัตถกรรมและของที่ระลึก รวมทั้งสินค้าทางเกษตรและอุตสาหกรรมที่ป้อนให้แก่ธุรกิจที่พักและร้านอาหารด้วย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2529) อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการ ที่เกิดจากการผสมผสานสินค้าและบริการต่างชนิด ต่างประเภทเข้าด้วยกัน ผู้ซื้อสินค้าได้บริการซึ่งอยู่ในลักษณะของความรู้จักพอใจ ไม่พอใจ ประทับใจ หรือเซ็ดขยาด เพราะเมื่อมีการเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะต้องเข้าไปอยู่ในสิ่งแวดล้อมใหม่ที่ ไม่ใช่เคยอยู่ตามปกติและเป็นไปเพื่อความสบายใจของนักท่องเที่ยวเอง จุดนี้เองที่ทำให้การท่องเที่ยวกลายเป็นกิจกรรมทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับคน มนุษย์สัมพันธ์ วิถีชีวิตและวัฒนธรรม ไม่ใช่เป็นเรื่องที่เกี่ยวกับเศรษฐกิจแต่เพียงอย่างเดียว (มล.ต๋อย ชุมสายและนิบพัน พรหมโยธี, 2527)

นอกจากนี้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยถือเป็นนโยบาย คือ การเป็นศูนย์กลางในการพัฒนาทางด้านการท่องเที่ยวไปพร้อมๆกับการพัฒนาสื่อทางด้านอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อใช้ในการดำเนินการได้ ดังนั้น เพื่อให้เกิดผลในทางปฏิบัติ ททท. จึงได้กำหนดบทบาทขององค์กรไว้เป็น 4 ระดับ คือ (ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ, 2543)

1. สนับสนุนให้เกิดการใช้อินเทอร์เน็ตและพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในระดับพื้นฐาน จัดการฝึกอบรมเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตในเบื้องต้น
2. สนับสนุนการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในระดับสูง จัดการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติ
3. ประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
4. เป็นศูนย์กลางข้อมูล ให้เว็บไซต์ของ ททท. เป็นศูนย์รวมของทุกเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศ

McIntosh และคณะ ให้ข้อคิดว่า การกำหนดเป้าหมายในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวควรมีเป้าหมายหลัก 4 ประการ คือ (1) การวางแผนเพื่อยกระดับมาตรฐานความเป็นอยู่ของคนในท้องถิ่นให้ดีขึ้น (2) การวางแผนพัฒนาสิ่งสาธารณูปโภค และจัดสร้างสถานพักผ่อนสำหรับทั้งคนในท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว (3) การสร้างความมั่นใจในรูปแบบของการพัฒนาว่าเหมาะสมสอดคล้องกับพื้นที่ (4) การวางแผนให้สอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และการเมืองของรัฐบาลและคนในพื้นที่

4.2 องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

McIntosh and Goildner กล่าวไว้ใน Tourism : Prainciple,Practices,Philosophies, 1995 ว่าการท่องเที่ยวนั้น ประกอบไปด้วยองค์ประกอบ 4 ประการ คือ

1. **นักท่องเที่ยว** ซึ่งต้องใช้จ่ายเงินในการเดินทางอย่างน้อยที่สุดเป็นค่าอาหาร ถ้าพักค้างคืนก็จะจ่ายค่าที่พัก ค่าของที่ระลึกและบริการอื่นๆด้วย ค่าใช้จ่ายเหล่านี้จะหมุนเวียนกระจายไปในธุรกิจบริการต่างๆของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ก่อให้เกิดการสร้างงานและกระจายรายได้สู่ระบบเศรษฐกิจของท้องถิ่น

สำหรับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้กำหนดประเภทของการท่องเที่ยวเอาไว้ เพื่อใช้ประโยชน์ในการเก็บสถิติเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวเป็น 3 ประเภท ได้แก่ นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ค้างคืน (International Tourist) นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ค้างคืน (Domestic Tourist) นักท่องเที่ยวที่ไม่ค้างคืน (Excursionists)

2. **ธุรกิจซึ่งทำหน้าที่จัดหาสินค้าต่าง ๆ** และบริการสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว ได้แก่ การคมนาคมขนส่ง ที่พักแรม ร้านอาหาร ร้านอาหารและภัตตาคาร บริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ร้านค้าของที่ระลึกและขายสินค้าพื้นเมือง ฯลฯ

3. **รัฐบาลและประเทศท้องถิ่นที่เป็นเจ้าของบ้าน** ซึ่งทำหน้าที่

- จัดให้มีโครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) เช่น ถนน สะพาน สถานีรถไฟ รถโดยสาร ท่าเรือ ท่าอากาศยาน ระบบไฟฟ้า น้ำประปา ระบบการสื่อสารที่ทันสมัย เช่น โทรศัพท์ ดาวเทียม ฯลฯ เป็นการลงทุนเพื่อการท่องเที่ยวของประเทศและเพื่อความสะดวกสบายของคนในท้องถิ่น

- อำนวยความสะดวกในเรื่องพิธีการเข้าเมือง การขนส่งระหว่างท่าอากาศยานกับที่พักหรือสถานีขนส่ง และบริการด้านให้ข่าวสารที่พัก

- การสร้างภาพลักษณ์ (Image) ของประเทศ การโฆษณาเผยแพร่และการประชาสัมพันธ์ประเทศให้เป็นที่รู้จักและสนใจของนักท่องเที่ยวภายในประเทศและจากต่างประเทศ

- การรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวในทุกแหล่งท่องเที่ยว

4. **ตัวเจ้าของบ้านหรือประชาชนในถิ่นนั้น ๆ** ซึ่งมีบทบาทในการต้อนรับและดึงดูดใจนักท่องเที่ยวหรือแขกผู้มาเยือนให้กลับมาเยือนท้องถิ่นนั้นซ้ำอีก หรืออาจจะชักชวนผู้ที่ไม่เคยมาเยือนให้ตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวโดย

- บุคคลที่ปฏิบัติงานในธุรกิจบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ซึ่งจะมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับนักท่องเที่ยว ต้องมีความรู้และทักษะในงานอาชีพของตน

- ประชาชนทั่วไปจะต้องแสดงความเป็นมิตร มีไมตรีจิตร์ เช่น ยิ้ม ทักทาย พูดคุยด้วย ให้น้ำดื่ม ให้ใช้ห้องสุขา ให้ความช่วยเหลือแก่นักท่องเที่ยวที่ประสบปัญหาหรือเดือดร้อน เช่น บอกเส้นทางให้ ช่วยเหลือเมื่อประสบอุบัติเหตุ เจ็บป่วยกะทันหัน หรือประสบภัยจากโจรผู้ร้ายและช่วยกันอนุรักษ์และพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในท้องถิ่นของตนให้คงความงดงามและมีคุณค่า

4.3 แนวคิดเกี่ยวกับมูลเหตุจูงใจการเดินทางท่องเที่ยว

แมคอินทอช (R.W.McIntosh, 1972 : 51-52) เสนอแนวคิดเกี่ยวกับมูลเหตุจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว คือ (1) มูลเหตุจูงใจทางด้านร่างกาย หมายถึง ความต้องการพักผ่อน ความต้องการแสวงหา หาสิ่งแปลกใหม่ (2) มูลเหตุจูงใจทางด้านวัฒนธรรม (3) มูลเหตุจูงใจทางด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (4) มูลเหตุจูงใจทางด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ

แมคอินทอช ได้กล่าวว่า มูลเหตุจูงใจเหล่านี้เป็นสิ่งผลักดันในจิตใจของบุคคลทุกคนและเป็นตัวกระตุ้นเร้าให้เกิดพฤติกรรมตามที่มีการคาดหวังไว้ ซึ่งในเรื่องของการท่องเที่ยว การคาดหวังดังกล่าวคือ ความพึงพอใจที่ได้รับจากกิจกรรมเพื่อการหย่อนใจ

ม.ล.ดุษฎี ชุมสาย และญิบพันธ์ พรหมโยธี กล่าวถึง เหตุจูงใจที่ทำให้คนเดินทางท่องเที่ยวไว้ดังนี้ (ประชุมบทวิชาการท่องเที่ยว : 29 - 30)

4.4 เหตุจูงใจที่ทำให้คนท่องเที่ยว

1. การท่องเที่ยวเพื่อความสนุกสนานและความบันเทิง

นักท่องเที่ยวเหล่านี้ใช้เวลาหยุดงานเพื่อเปลี่ยนบรรยากาศ เพื่อสนองความอยากรู้อยากเห็น เพื่อพบเห็นสิ่งหรืออุบัติการณ์ใหม่ๆ เพื่อชมทิวทัศน์อันงดงาม เพื่อพบเห็นขนบธรรมเนียมประเพณีท้องถิ่น เพื่อสงบอารมณ์กับความสงบของชนบท เพื่อสนุกสนานกับความอึกทึกครึกโครมและตึกงามใหญ่โตของเมืองใหม่ และเมืองศูนย์กลางการท่องเที่ยว และอื่นๆที่มีผลเป็นความสนุกสนานและความบันเทิง นักท่องเที่ยวบางคนไปเที่ยว เพื่อจะได้เปลี่ยนที่พักอาศัยไปเรื่อยๆ

2. การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน

นักท่องเที่ยวเหล่านี้ใช้วันหยุดเพื่อพัก โดยไม่ทำอะไร ทั้งนี้เพื่อขจัดความเหนื่อยล้าทั้งหลายทั้งปวง ทั้งกายและจิตใจที่เกิดขึ้นในคาบเวลาทำงานให้หมดสิ้นไป และเรียกพลังกำลังกลับคืนมา สำหรับเริ่มต้นทำงานในคาบใหม่ บางคนก็อาจไปพักผ่อนเพราะป่วยไข้หรือไม่สบายเล็กน้อย นักท่องเที่ยวพวกนี้ มักจะพัก ณ ที่ใดที่หนึ่งนานที่สุดเท่าที่จะทำได้ และมักเป็นสถานที่ที่มั่นใจได้ว่าสงบจริงๆ เช่น ชายหาดที่ห่างไกลผู้คน หรือบนเขาบนดอยห่างไกลจากความจอแจอึกทึกครึกโครม

3. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

นักท่องเที่ยวปรารถนาจะเรียนรู้ศิลปวิทยาที่เกี่ยวกับวัฒนธรรมของชาติต่างๆในสถาบันหรือสถานศึกษาที่มีชื่อเสียง หรือในประเทศที่มีวัฒนธรรมเป็นที่น่าสนใจของพวกเขา ก็จะท่องเที่ยวไปในประเทศนั้นๆเพื่อศึกษาพิจารณาชีวิตความเป็นอยู่ในแ่งมนุษย์วิทยาและสังคมวิทยา เพื่อชมโบราณสถานที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์ เพื่อติดตามความเจริญทางวัตถุและเทคโนโลยีปัจจุบัน เพื่อร่วมปฏิบัติในงานมหกรรมและงานฉลอง

4. การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬา

แบ่งได้เป็น 2 ชนิด คือ

1. การท่องเที่ยวเพื่อการไปชมการแข่งขันกีฬาครั้งใหญ่ๆของโลก เช่น กีฬาโอลิมปิก กีฬาเอเชียนเกมส์ การแข่งขันฟุตบอล มวย กอล์ฟ เทนนิส ฯลฯ

2. การท่องเที่ยวเพื่อไปเล่นกีฬาที่ยังถิ่นที่มีการเล่นกีฬานั้นๆ เช่น ในฤดูหนาวที่มีหิมะตกก็ไปเล่นสกี ฟันฤดูมรสุมก็เป็นเทศกาลเรือใบ ในหน้าร้อนก็เป็นฤดูปีนเขา และในฤดูกาลอื่นๆที่เหมาะสม นักท่องเที่ยวก็จะไปเข้าป่า ตกปลา ซี่ม้า แม้แต่ขับรถเที่ยวเล่น โดยไม่มีจุดหมายปลายทาง จะเห็นได้ว่าประเทศที่มีภูมิประเทศที่เหมาะสมสำหรับนักท่องเที่ยวได้ไปเล่นกีฬาเหล่านี้ได้เปรียบในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก

5. การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ

ที่จริงการท่องเที่ยวเพื่อประกอบธุรกิจ ไม่น่าจะนับเข้าเป็นการท่องเที่ยว เพราะขาดปัจจัยที่กล่าวว่าการท่องเที่ยวต้องเป็นการกระทำอย่างเสรี และมีความตั้งใจที่จะท่องเที่ยว ถ้าถือเคร่งครัดตามทฤษฎีก็น่าจะเป็นเช่นนั้น แต่ที่เป็นข้อเท็จจริงอยู่นั้น นักท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจแทบทุกคนก็ได้เจียดเวลา และจัดเวลาให้เหลือไว้สำหรับการท่องเที่ยวไปด้วย ซึ่งอาจจะเป็นเวลาที่ว่างจากการปฏิบัติธุรกิจประจำวันหรือถือโอกาสอยู่ท่องเที่ยวต่ออีก 2-3 วัน เมื่อสิ้นคาบธุรกิจแล้ว

6. การท่องเที่ยวเพื่อการประชุม สัมมนา

ในสมัยปัจจุบัน ซึ่งมีองค์กร คณะกรรมการ สมาคม สหภาพ ฯลฯ ทั้งในประเทศและต่างประเทศมากมาย การเดินทางเพื่อการประชุมสัมมนา ฯลฯ ได้ส่งเสริมให้มีการท่องเที่ยวขึ้นมากมาย จนองค์กร IUOTO (International Union of Official Travel Organization) เห็นสมควรที่จะจัดนักท่องเที่ยวเพื่อการประชุมสัมมนา ฯลฯ ไว้ต่างหากอีกพวกหนึ่ง ตามสถิติของ IUOTO ปรากฏว่า ในค.ศ. 1967 มีการประชุมประเภทต่างๆระดับโลกถึง 3,500 แห่ง และมีผู้เข้าประชุมและผู้ติดตามก็คงอยู่ในเรือนแสน และการประชุมดังกล่าวมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นอีกมากและอย่างรวดเร็ว ในการจัดระเบียบวาระการประชุมเหล่านี้ เกือบจะไม่มีกรยกเว้นที่ผู้จัดต้องมีรายการนำเที่ยวอย่างน้อย 1 ครั้ง ทำให้ผู้เข้าร่วมประชุมและผู้ติดตามกลายเป็นนักท่องเที่ยวอย่างสมบูรณ์แบบ

7. การท่องเที่ยวเพื่อเพชร

การท่องเที่ยวไปไหนของเพศชายมีเจตนารมณ์แฝงอยู่ ในอันที่จะหาความเพลิดเพลินเชิงเพชรนั้นก็มีมาช้านานแล้ว นักมานุษยวิทยาสันนิษฐานว่า กิจกรรมโสเภณีมีมาพร้อมกับอารยธรรมของคน และเกิดขึ้นในชุมชนที่มีคนเดินทางผ่านมา โสเภณีมีเพิ่มมากขึ้น เมื่อคนสร้างบ้านแปลงเมืองอยู่อย่างถาวรแล้ว และแล้วก็มีบุคคลกลุ่มอื่นเดินทางผ่านไปด้ดังกล่าวแล้ว ถ้าผู้คนเดินทางผ่านไปเป็นนักท่องเที่ยวตามนัยปัจจุบัน กิจกรรมโสเภณีเพื่อนักท่องเที่ยวก็มีมานานนับหมื่นปีแล้ว

เป็นที่น่าประหลาดใจอยู่ไม่น้อยที่การเดินทางเตร็ดเตร่ไปตามที่ต่างๆของคน เป็นเหตุแรกที่ทำให้เกิดอาชีพโสเภณี แล้วโสเภณีก็พัฒนาไปในรูปแบบและลักษณะต่างๆที่ใช้ในการปฏิบัติถูกค้า และแล้วกิจการโสเภณีก็กลับมาเป็นเหตุจูงใจของนักท่องเที่ยวอีกในปัจจุบัน

4.5 แนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

พจนานาสวนศรี (2546) ได้ระบุว่า แนวคิดและต้นกำเนิดของคำว่า อีโคทัวริซึม (Ecotourism) มาจากประเทศตะวันตก มีการให้คำนิยามคำนี้หลากหลายขึ้นอยู่กับภูมิหลังของแต่ละคนหรือสังคมที่ผู้เขียนหรือนักวิชาการคลุกคลีอยู่ โดยส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญในเรื่องการพัฒนาที่คู่ไปกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ในบริบทสังคมไทยที่คนกับธรรมชาติมีความผูกพันใกล้ชิดกัน แนวคิดนี้จึงเน้นบทบาทของคนและชุมชนมากขึ้น

การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Base Sustainable Tourism) คือ การท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม กำหนดทิศทางโดยชุมชน จัดการโดยชุมชนเพื่อชุมชน และชุมชนมีบทบาทเป็นเจ้าของมีสิทธิในการจัดการดูแลเพื่อให้เกิดการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือน โดยมองว่าการท่องเที่ยวต้องทำงานครอบคลุม 5 ด้าน พร้อมกัน ทั้งการเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม โดยมีชุมชนเป็นเจ้าของและมีส่วนในการ

ในช่วง 2 - 3 ปี ที่ผ่านมาคำว่า "Community-based Tourism : CBT" การท่องเที่ยวที่ให้ชุมชนเป็นฐานการบริหารจัดการ "การท่องเที่ยวโดยชุมชน" เป็นที่รู้จักและใช้กันอย่างแพร่หลายในหลายๆความหมาย ซึ่งการจัดการด้านโฮมสเตย์ต้องมี "ชุมชน" เป็นส่วนประกอบสำคัญ

ปีเตอร์เซิน (Erik Holm Petersen ,2544) ได้กล่าวถึงโฮมสเตย์ว่า เป็นกิจกรรมการพักค้างแรมในหมู่บ้าน สำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าไปท่องเที่ยวในชุมชนแห่งนั้นและพักค้างคืนร่วมกับเจ้าของบ้านในชุมชนในระยะเวลาสั้นๆ ซึ่งอาจมีการศึกษาแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมกับเจ้าของบ้าน โดยนักท่องเที่ยวต้องจ่ายค่าที่พักและอาหารแก่เจ้าของบ้าน

นงลักษณ์ อยู่เย็นดี (2546) กล่าวว่า โฮมสเตย์เป็นรูปแบบที่พักประเภทหนึ่งที่นักท่องเที่ยวสามารถสัมผัส เรียนรู้วิถีชีวิตของชุมชนได้อย่างใกล้ชิด โดยการพักค้างแรมกับชุมชน

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2544) กล่าวว่า โดยทั่วไปแล้วคำว่าโฮมสเตย์สามารถเรียกกันให้เข้าใจง่ายๆว่า ที่พักสัมผัสวัฒนธรรมชนบท ซึ่งหมายถึงการจัดสรรพื้นที่บ้านพัก เพื่อบริการนักท่องเที่ยวโดยที่ยังคงความเป็นเอกลักษณ์และวัฒนธรรมประจำถิ่นภายใต้ศักยภาพและการยอมรับของชุมชน เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วัฒนธรรมของชุมชน ดังนั้นโดยภาพรวมของคำว่าโฮมสเตย์แล้วคือ การชุกชุมของวิถีชีวิต วัฒนธรรมไทย

ทั้งนี้มีความแตกต่างกันระหว่างความหมายของโฮมสเตย์ที่ใช้กันอยู่ในประเทศไทยกับความหมายของโฮมสเตย์ที่ใช้กันอยู่ในภูมิภาคยุโรป โดยที่ความหมายของโฮมสเตย์ในภูมิภาค

ยุโรปจะหมายถึงการเปิดบ้านพักให้นักท่องเที่ยวหรือนักเรียน นักศึกษาเข้าไปพักร่วมกับเจ้าของบ้านโดยต้องจ่ายค่าที่พักและอาหารให้กับเจ้าของบ้าน ซึ่งความหมายนี้มีลักษณะในแนวของที่พักประเภท B&B (Bed & Breakfast) และการพักกับครอบครัวของนักเรียนต่างชาติ (Family Stay) ในขณะที่ประเทศไทยจะหมายถึง การที่นักท่องเที่ยวเข้าไปท่องเที่ยวในหมู่บ้านและพักค้างคืนร่วมกับเจ้าของบ้านในชุมชนระยะเวลาสั้นๆ ซึ่งอาจมีการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมกับเจ้าของบ้าน ทั้งนี้เห็นว่าประเทศไทยควรใช้คำว่า “Village Overnight Stays” หรือ “Village Operation” จะเหมาะสมกว่าคำว่าโฮมสเตย์ (Erik Holm Petersen, 2544)

โฮมสเตย์ถือเป็นนวัตกรรมทางการท่องเที่ยวที่ประเทศไทยได้รับแนวความคิดจากประเทศตะวันตก จุดกำเนิดของโฮมสเตย์ กล่าวได้ว่าเกิดขึ้นในทวีปยุโรป หลังสงครามโลกครั้งที่ 2 ในยุคนั้นผู้คนเริ่มแสวงหาแหล่งท่องเที่ยวและที่พักที่ห่างไกลชุมชนเมือง เนื่องจากราคาที่พัก โดยเฉพาะที่พักซึ่งตั้งอยู่ในพื้นที่ชนบทที่มีทิวทัศน์งดงามมีราคาแพง ดังนั้นแนวความคิดในการพักแรมกับเจ้าของบ้านจึงเริ่มก่อตัวขึ้นและได้รับความนิยมมากขึ้นเป็นลำดับ

ประเทศออสเตรเลียถือได้ว่าเป็นประเทศแรกในภูมิภาคยุโรปที่มีการท่องเที่ยวและพักแรมกับบ้านพักในฟาร์ม (Farmhouse) หลังจากนั้นประเทศอื่นๆในทวีปยุโรปก็เริ่มดำเนินการบ้าง อาทิ อังกฤษ เยอรมัน ไอร์แลนด์ ซึ่งในแต่ละประเทศมีการเรียกชื่อแตกต่างกันไปตามประเพณีและวัฒนธรรมของแต่ละประเทศ ได้แก่ Bed & Breakfast, Farm house, Guest house แต่ไม่ว่าจะเรียกที่พักรูปแบบนี้ว่าอย่างไร เอกลักษณ์ที่สำคัญของที่พักที่กล่าวมาแล้วทั้งหมด ก็คือ ต้องอยู่ในชนบทที่ห่างไกลจากตัวเมืองและแหล่งชุมชนที่มีประชากรหนาแน่น อย่างไรก็ตาม รูปแบบการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสามารถใกล้ชิด เรียนรู้วิถีชีวิตของครอบครัวเจ้าของบ้านและชุมชนนักท่องเที่ยวสามารถหาได้จากการท่องเที่ยวในรูปแบบของโฮมสเตย์เท่านั้น (Macnulty, 2001)

ความเป็นมาเรื่อง Home Stay ในประเทศไทย

จากแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8 ที่เน้นบทบาทการพัฒนาชุมชน และการที่รัฐบาลออกกฎหมายการกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่น เป็นแรงผลักดันให้องค์กรท้องถิ่น และหน่วยงานต่างๆให้ความสำคัญกับการสร้างรายได้ให้กับชุมชนโดยใช้การท่องเที่ยวเป็นจุดขาย จึงทำให้เกิดกิจกรรมการท่องเที่ยวหลายรูปแบบในชุมชน ซึ่งการจัดกิจกรรม Home Stay ก็เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมมากทั้งจากองค์กรท้องถิ่น องค์กรเอกชนและหน่วยงานภาครัฐ

จากการติดตามความเป็นมาพบว่า Home Stay ภายในประเทศไทยเกิดขึ้นมานาน แต่รูปแบบและกิจกรรมอาจแตกต่างกันหลากหลาย หากวิเคราะห์จากอดีตที่ผ่านมาสามารถสรุปได้ตามยุคสมัยดังนี้

ยุคเริ่มต้น ปี 2503-2525

- กระจายอยู่ในกลุ่มนิสิต นักศึกษา กลุ่มออกค่ายอาสาพัฒนาชนบท ต้องเรียนรู้วิถีชีวิต รับทราบปัญหาชนบทเพื่อนำมาพัฒนาสังคมตามอุดมคติ
- กระจายอยู่ในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่นิยมทัวร์ป่า โดยเฉพาะในแถบภาคเหนือของประเทศไทย นักท่องเที่ยวจะพักตามบ้านชาวเขา โดยจุดพักนั้นจะขึ้นอยู่กับเส้นทาง การเดินป่า

ยุคกลาง ปี 2526-2536

- กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาตินิยมทัวร์ป่า เริ่มได้รับความนิยมนมากขึ้น การพักค้างในรูปแบบ Home Stay ได้รับการพัฒนารูปแบบและกิจกรรม โดยกระจายไปยังหมู่บ้านชาวเขาที่กว้างมากขึ้น ในระยะนี้ มีการท่องเที่ยวในรูปแบบทัวร์ป่าที่มีการจัด Home Stay ซึ่งเริ่มสร้างปัญหาสังคม อาทิ ปัญหายาเสพติด ปัญหาโสเภณี ปัญหาการปล้น ขโมย ปัญหาการฆ่าชิงทรัพย์

ยุคตั้งแต่ปี 2537 – ปัจจุบัน

- ยุคนี้เป็นการเน้นกระแส การพัฒนาสังคมสิ่งแวดล้อม ดังนั้นจะพบได้ว่า การท่องเที่ยวจะมีแนวโน้มที่จะเป็นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์
- ในระยะประมาณ 2537-2539 ในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย เริ่มมีการท่องเที่ยวในรูปแบบ Home Stay โดยกลุ่มนำร่องคือ กลุ่มที่เป็นนักกิจกรรมสังคมทั้งรุ่นเก่าและรุ่นใหม่ เท่าที่สืบค้นพบว่า พื้นที่ที่ดำเนินการเรื่อง Home Stay ก็จะเป็นพื้นที่ที่องค์กรพัฒนาเอกชนไทยเข้าไปดำเนินการ เช่น เกาะยาว จ. พังงา (กลุ่มประมงชายฝั่ง/อวนลาก อวนลุน) หลังจากพื้นที่เกาะยาว จ. พังงา ได้มีพื้นที่อื่นเพิ่มขึ้น อาทิ หมู่บ้านคีรีวง จ. นครศรีธรรมราช บ้านแม่ทา จ. เชียงใหม่ (กลุ่มเกษตรทางเลือก) บ้านผู้ใหญ่วิบูลย์ เขยเฉลิม (เกษตรยั่งยืน)
- ปี 2539 เป็นต้นมา ได้มีการเคลื่อนไหวขึ้นในกลุ่มนักธุรกิจ ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว โดยนำเสนอรูปแบบการท่องเที่ยวผสมผสานระหว่าง Adventure Ecotourism และ Home Stay
- จากการที่รัฐบาลได้ประกาศให้ปี 2541-2542 เป็นปีท่องเที่ยวไทย (Amazing Thailand) ทุกหน่วยงานของภาครัฐมีนโยบายสนับสนุนกิจกรรมทางการท่องเที่ยว ทำให้เกิดการ

จัดการท่องเที่ยวในแหล่งชุมชน และขยายกิจกรรม Home Stay เพิ่มมากขึ้น เช่น หมู่บ้านวัฒนธรรมผู้ไทยบ้านโคกโก่ง อ. กุสินารายณ์ จ. กาฬสินธุ์ บ้านทรงไทย อ. อัมพวา จ. สมุทรสงคราม รวมทั้งพื้นที่ชนกลุ่มน้อย หมู่บ้านชาวเขาก็กมีการสนับสนุนการจัดกิจกรรม Home Stay ด้วยเช่นกัน

การจัดการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์

หลักการของโฮมสเตย์ เป็นเรื่องสำคัญที่ทุกฝ่ายตั้งแต่รัฐบาลจนถึงชุมชนจะต้องเข้าใจไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อมิให้การส่งเสริมและพัฒนาเกี่ยวกับโฮมสเตย์หลงทาง และก่อให้เกิดปัญหาตามมาภายหลัง

ประการแรกต้องไม่ถือเป็นนโยบายว่าจะต้องมีโฮมสเตย์ทุกๆหมู่บ้าน แต่ต้องคำนึงถึงความพร้อมความรู้ความเข้าใจของชุมชนเป็นสำคัญ และชุมชนต้องมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ โดยเน้นจุดขายอยู่ที่วิถีชีวิตดั้งเดิมของชุมชน ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่น่าสนใจ และให้เข้าใจตั้งแต่แรกเริ่มว่า การท่องเที่ยวจะเป็นเพียงรายได้เสริมมิใช่รายได้หลักของชุมชน โดยสรุปชุมชนต้องมีความเข้มแข็ง มีความรู้เท่าทันสิ่งที่น่าสนใจนำไปสู่ความเปลี่ยนแปลง และเข้าใจวัตถุประสงค์ของสิ่งที่ตนกำลังดำเนินการ เนื่องจากโฮมสเตย์หรือที่พักสัมผัสวัฒนธรรมชนบท มีจุดศูนย์กลางอยู่ที่บ้านพักในชุมชน

ฝ่ายวางแผนและพัฒนากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้เสนอแนวทางพื้นฐานในการจัดการท่องเที่ยวในรูปแบบ Home Stay ไว้ว่า เป็นการจัดการท่องเที่ยวในชุมชนชนบทที่ต้องอยู่ภายใต้ศักยภาพ และความพร้อมของชุมชนเป็นหลัก โดยต้องเน้นที่วิถีชีวิตที่เรียบง่าย เพื่อให้เป็นจุดขายที่สำคัญที่จะเป็นแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจ ในการจัดการโฮมสเตย์ควรมีการรวมกลุ่มกันระหว่างชาวบ้านในท้องถิ่น โดยอาจจัดตั้งในรูปแบบของกลุ่ม ชมรม หรือสหกรณ์ ซึ่งสมาชิกและคนในชุมชนจะต้องเข้าใจ และมีส่วนร่วมในด้านการจัดการอย่างแท้จริง นอกจากนี้การจัดการจะต้องคำนึงถึงข้อเสนอพื้นฐานที่ควรจัดให้นักท่องเที่ยว (ระวีวรรณ โปรรุ่งโรจน์, 2545) ได้แก่ ที่พักที่นักท่องเที่ยวสามารถสัมผัสวัฒนธรรมของชุมชนนั้นได้ การให้บริการอาหาร การนำเที่ยวและการจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรมของท้องถิ่นนั้นๆ ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ การศึกษาวิถีชีวิตของชุมชนที่เรียบง่ายและสังคมชนบท ความปลอดภัยและความสะดวก

ลักษณะและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่วัดตลอดถึงเหตุผลที่นักท่องเที่ยวเลือกโฮมสเตย์ไว้ดังนี้ (นริศรา จันทรธิ, 2548)

ลักษณะของนักท่องเที่ยว

1. เป็นนักท่องเที่ยวอิสระ
2. มีความต้องการและความสนใจที่หลากหลาย
3. ไม่ยึดติดแหล่งท่องเที่ยวแหล่งใดแหล่งหนึ่ง
4. มีกำลังซื้อสูง
5. เป็นนักศึกษา/นักเรียนและหาประสบการณ์

ความต้องการพื้นฐาน 10 ประการของนักท่องเที่ยว

1. เติยงนอนที่สบายในราคาสมเหตุสมผล
2. ห้องอาบน้ำและส้วมที่สะอาด
3. อาหารพื้นบ้านง่ายๆ แต่ปรุงมาอย่างดี
4. ทิวทัศน์และธรรมชาติของชนบทที่สวยงาม
5. ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมท้องถิ่น
6. กิจกรรมท่องเที่ยวในพื้นที่ อาทิ เดินป่า ตกปลา ชิม่า ปีนเขา ชี่จักรยาน
7. ร้านค้าทั่วไปและร้านจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก
8. ความบันเทิง อาทิ ดนตรี เต้นรำ การแสดงพื้นบ้าน
9. ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว
10. ความเป็นมิตรและรอยยิ้มของเจ้าของบ้าน

เหตุผลที่นักท่องเที่ยวเลือกที่พักโฮมสเตย์

1. นักท่องเที่ยวรู้สึกใกล้ชิดและได้สัมผัสวิถีชีวิตที่สวยงาม
2. นักท่องเที่ยวมีโอกาสพบปะกับชุมชนท้องถิ่นและแลกเปลี่ยนเรียนรู้วัฒนธรรมที่ต่างกััน
3. โฮมสเตย์มีราคาถูกกว่าพักในโรงแรม

โฮมสเตย์มาตรฐานไทย

สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ได้จัดโครงการจัดสร้างมาตรฐานและพัฒนาโฮมสเตย์ เพื่อสร้างมาตรฐานเป็นหนึ่งเดียวทั่วประเทศ หลักการสร้างมาตรฐานให้กับโฮมสเตย์ มิใช่เป็นการบีบบังคับ แต่เป็นเสมือนการขอความร่วมมือกับเจ้าของธุรกิจทั่วประเทศให้เข้าร่วมโครงการ ผลประโยชน์ที่ได้มิใช่ตกอยู่กับผู้ใดผู้หนึ่ง แต่ทุกสิ่งเอื้อประโยชน์ทั้งผู้ประกอบการ และประเทศชาติต่อไปภายภาคหน้า (ชลลดา พุ่มพฤษ ,2548)

สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา มีความมุ่งหวังที่จะให้โฮมสเตย์มีความเป็นมาตรฐาน คงความเป็นเอกลักษณ์ และสามารถเชื่อมโยงเข้ากับกิจกรรมอื่นที่ก่อให้เกิดรายได้ของชุมชน เช่น สินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) เป็นต้น อีกทั้งเพื่อให้โฮมสเตย์เป็นกิจกรรมที่เสริมรายได้เพิ่มเติมจากอาชีพหลักของชุมชน โดยก่อให้เกิดประโยชน์และสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนอย่างแท้จริง จึงให้คำจำกัดความของโฮมสเตย์มาตรฐานไทย ดังนี้

โฮมสเตย์มาตรฐานไทย หรือที่พักสัมผัสวัฒนธรรมชนบทมาตรฐานไทย หมายถึง บ้านที่อยู่ในชุมชนชนบทที่มีประชาชนในชุมชนเป็นเจ้าของ และเจ้าของบ้านหรือสมาชิกในครอบครัวอาศัยอยู่ประจำ หรือใช้ชีวิตประจำวันอยู่ในบ้านดังกล่าว นอกจากนี้ บ้านดังกล่าวต้องมีความพร้อมในการเป็นโฮมสเตย์ กล่าวคือ

1. เจ้าของบ้านและสมาชิกในครอบครัวต้องถือว่าการทำโฮมสเตย์ เป็นเพียงรายได้เสริม นอกเหนือรายได้จากอาชีพหลักของครอบครัวเท่านั้น
2. มีพื้นที่ใช้สอยภายในบ้านเหลือและไม่ได้ใช้ประโยชน์ สามารถนำมาดัดแปลงให้นักท่องเที่ยวเข้าพักได้
3. นักท่องเที่ยวต้องพักค้างแรมในบ้านเดียวกับที่เจ้าของบ้านอาศัยอยู่ โดยมีโอกาสแลกเปลี่ยนเรียนรู้วัฒนธรรมและวิถีชีวิตระหว่างกัน
4. สมาชิกในครอบครัวต้องมีความยินดี และเต็มใจที่จะรับนักท่องเที่ยวให้เข้ามาพักค้างแรมในบ้าน พร้อมทั้งถ่ายทอดวัฒนธรรมอันดีงามของท้องถิ่นแก่นักท่องเที่ยว
5. เจ้าของบ้านและสมาชิกในครอบครัวให้ความร่วมมือกับชุมชนในการจัดการโฮมสเตย์เป็นอย่างดี
6. บ้านนั้นควรเป็นสมาชิกของกลุ่ม ชมรม หรือสหกรณ์ ที่ร่วมกันจัดการโฮมสเตย์ของชุมชนนั้น

การศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ทำให้มองเห็นว่า การท่องเที่ยวในปัจจุบันเน้นความคิดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน โดยให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยรวมปรับสภาพการจัดการ

เพื่อเข้าสู่ยุคใหม่ของกระแสโลกที่เปลี่ยนไป ดังนั้น ขอบเขตของการพัฒนาจึงครอบคลุมทุกองค์ประกอบ คือ การที่ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางของการท่องเที่ยวบนฐานความคิดที่ว่าชาวบ้านทุกคนเป็นเจ้าของทรัพยากร รวมทั้งมีการพัฒนาศักยภาพของคนในชุมชนให้มีความรู้ความสามารถในการดำเนินงาน โดยเน้นให้เกิดความยั่งยืนสู่รุ่นลูกรุ่นหลานและเกิดประโยชน์ต่อท้องถิ่น

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยครั้งนี้ แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารผ่านเว็บไซต์ในเรื่องการท่องเที่ยว

ศรียุทธิง ศรียุทธ (2544) ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับและการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตของนิสิตนักศึกษา” ผลการศึกษาพบว่า นักศึกษาที่กำลังศึกษาในสาขาวิชาวิทยาศาสตร์ เปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตมากกว่านักศึกษาที่ศึกษาในสาขาสังคมศาสตร์-มนุษยศาสตร์ ส่วนการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ต มีอิทธิพลต่อการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตมากกว่าการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยจากสื่ออื่นๆ และนักศึกษานิเทศศาสตร์ของมหาวิทยาลัยของรัฐ มีปัญหาในการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตมากกว่านักศึกษานิเทศศาสตร์เอกชนในด้านอุปกรณ์และสถานที่ใช้ และนักศึกษาค้นหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตโดยการ ใช้ Search Engine มากกว่าการหาจาก WWW ซึ่งรูปแบบการนำเสนอที่น่าสนใจเป็นเหตุในการแสวงหาข่าวสารและต้องการข้อมูลที่มีรายละเอียด มีภาพเหมือนจริงประกอบและลิงค์กับเว็บไซต์อื่นที่เกี่ยวข้องได้ โดยปัญหาในการแสวงหาข่าวสารบนสื่ออินเทอร์เน็ตคือ ไม่มีการประชาสัมพันธ์แหล่งข้อมูลให้เป็นที่รู้จัก

ปิยนุช ธีบุญอนันต์ผล (2546) ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับข้อมูลและปัจจัยในการตัดสินใจซื้อสินค้าท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต” ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนน้อยมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตและมีจำนวนน้อยมากที่ซื้อสินค้าท่องเที่ยวผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต เนื่องจากอินเทอร์เน็ตยังไม่เป็นที่แพร่หลายในวงการท่องเที่ยวเมืองไทยและนักท่องเที่ยวชาวไทยยังขาดความรู้ความเข้าใจในการ

ใช้สื่ออินเทอร์เน็ต ส่วนปัจจัยในการตัดสินใจซื้อสินค้าท่องเที่ยวผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตคือ ความปลอดภัยในการชำระเงินผ่านอินเทอร์เน็ต แม้ว่าผู้ประกอบการจะประชาสัมพันธ์เครื่องหมายรับรองความปลอดภัย แต่ไม่อาจทำให้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เปลี่ยนพฤติกรรมการซื้อสินค้าในรูปแบบเดิมและหันมาซื้อสินค้าท่องเที่ยวผ่านระบบอินเทอร์เน็ตได้

ชยกร ทาระวรรณ (2548) ศึกษาเรื่อง “ศึกษาความคิดเห็นของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อบทบาทของสื่ออินเทอร์เน็ตของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ในการจูงใจด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ” ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในวัยทำงานที่มีการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการเปิดรับข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 25-29 ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทระดับปฏิบัติการ มีรายได้ต่อเดือน 10,000 – 20,000 และสถานภาพโสด จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า 1. ลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อาชีพ และอายุที่แตกต่างกัน จะมีความคิดเห็นต่อสื่ออินเทอร์เน็ตของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ว่ามีบทบาทในการจูงใจด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแตกต่างกัน อย่างมีนัยยะสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 2. พฤติกรรมด้านการเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่แตกต่างกันของกลุ่มคนวัยทำงาน ได้แก่ ความถี่ และระยะเวลาเฉลี่ยต่อครั้งในการใช้อินเทอร์เน็ต ไม่ทำให้กลุ่มคนวัยทำงานมีความคิดเห็นต่อบทบาทของสื่ออินเทอร์เน็ตของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในการจูงใจด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแตกต่างกัน 3. กลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร มีความคิดเห็นโดยรวมต่อสื่ออินเทอร์เน็ตของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยว่า มีบทบาทในการจูงใจด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในระดับมาก

2. งานวิจัยที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์

นงลักษณ์ อยู่เย็นดี (2546) ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความชอบในการเข้าร่วมกิจกรรมโฮมสเตย์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย” ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยทางด้านประชากรมีความสัมพันธ์กับความชอบในการเข้าร่วมกิจกรรมโฮมสเตย์ ทั้งในพื้นที่ธรรมชาติและพื้นที่วัฒนธรรม คือ อายุ อาชีพ รายได้และภูมิลำเนา โดยที่เพศและระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับการชอบของนักท่องเที่ยว ส่วนปัจจัยทางด้านแรงจูงใจพบว่า แรงจูงใจที่มีความสัมพันธ์กับความชอบของนักท่องเที่ยวโฮมสเตย์ของทั้งในพื้นที่ธรรมชาติและพื้นที่วัฒนธรรม คือ แรงจูงใจด้านความสะดวกสบายในการเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว, แรงจูงใจในการเรียนรู้วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต, แรงจูงใจด้านกิจกรรมการแสดง การละเล่น, แรงจูงใจในเรื่องทัศนียภาพของแหล่ง

ท่องเที่ยวและแรงจูงใจด้านการพักผ่อนทางร่างกายและจิตใจ ด้วยค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.153 ส่วนในพื้นที่ธรรมชาติคือ แรงจูงใจด้านการพักผ่อนและความเป็นมิตรไมตรีของเจ้าของบ้าน ด้วยค่าสัมประสิทธิ์ 0.087 สำหรับพื้นที่วัฒนธรรมคือ แรงจูงใจทางด้านความสะดวกสบายในการเดินทางเข้าถึง, แรงจูงใจในการเรียนรู้วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต, แรงจูงใจด้านความปลอดภัย, และแรงจูงใจในเรื่องของความสะดวกสบายของสิ่งอำนวยความสะดวกด้วยค่าสัมประสิทธิ์ 0.248

นริศรา จันทร์อ้อ (2548) ศึกษาเรื่อง “การเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตชุมชนคลองรางจระเข้ในการจัดการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ อำเภอเสนา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา” ผลการศึกษาพบว่า ประชาชนมีการรวมตัวกันจัดตั้งกลุ่มท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองรางจระเข้ เพื่อดำเนินการจัดการท่องเที่ยว โดยมีสมาชิกในชุมชนร่วมกันจัดทำบ้านพักแบบโฮมสเตย์และมีกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวลองเรือชมความงามของธรรมชาติสองฝั่งคลองรางจระเข้ การพักโฮมสเตย์ การรับประทานอาหารร่วมกันในชุมชนและศึกษาวิถีชีวิตของประชาชนในชุมชน สภาพวิถีชีวิตชุมชนคลองรางจระเข้ก่อนจะมีการจัดการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ พบว่า ด้านเศรษฐกิจประชาชนมีการประกอบอาชีพทางด้านเกษตรกรรมเป็นอาชีพหลักและรับจ้างตามโรงงานอุตสาหกรรมและรับจ้างทั่วไป ด้านสังคมในชุมชนคลองรางจระเข้มีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่มีการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ด้านวัฒนธรรมประชาชนยังคงรักษาวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น เช่น การจัดงานประจำปีวัดรางจระเข้และด้านสิ่งแวดล้อมประชาชนยังคงใช้น้ำในลำคลองรางจระเข้เพื่อการอุปโภคและบริโภค ส่วนการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตชุมชนคลองรางจระเข้ เมื่อมีการจัดการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ พบว่าวิถีชีวิตของประชาชนคลองรางจระเข้ส่วนใหญ่ไม่มีการเปลี่ยนแปลงที่ชัดเจน ยกเว้นทางด้านเศรษฐกิจที่ประชาชนมีอาชีพเสริมในการจัดทำบ้านพักแบบโฮมสเตย์ รับจ้างทำกิจกรรมการท่องเที่ยวและมีรายได้เพิ่มจากกิจกรรมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์

ชลลดา พุ่มพุกษ์ (2548) ศึกษาเรื่อง “การสื่อสารในการดำเนินการของโฮมสเตย์มาตรฐานไทยในเขตพื้นที่ภาคกลาง” ผลการศึกษาพบว่า 1. ลักษณะการสื่อสารที่จำเป็นต่อการดำเนินการโฮมสเตย์ ได้แก่ 1.1 การสื่อสารเพื่อสร้างความหมายให้กับชุมชน 1.2 การสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในชุมชน 1.3 การสื่อสารในการจัดการ เพื่อเตรียมความพร้อมในการเปิดชุมชนรองรับการท่องเที่ยว 1.4 การสื่อสารในการปฏิบัติงานจริง เมื่อเปิดบริการรับนักท่องเที่ยว 1.5 การสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจกับชุมชนในชนบท 1.6 การสื่อสารในการบริการกับนักท่องเที่ยว 1.7 การสื่อสารเพื่อสร้างมูลค่าให้กับโฮมสเตย์ 1.8 การสื่อสารเพื่อประชาสัมพันธ์โฮมสเตย์ให้เป็นที่รู้จัก 2. ปัญหาการสื่อสารที่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินงานของโฮมสเตย์ ได้แก่ 2.1 ปัญหาการสื่อสารที่ขาดการอธิบายเหตุผลและรายละเอียดที่ชัดเจน 2.2 ปัญหาไม่มีการสื่อสารแบ่งหน้าที่กันอย่าง

ชัดเจน 2.3 ปัญหาการสื่อสารกับหน่วยงานรัฐ 2.4 ปัญหาการสื่อสารเกี่ยวกับระบบการจองที่พัก 3. เกณฑ์ด้านการสื่อสาร ที่จำเป็นต่อการดำเนินงานอย่างมีมาตรฐานของโฮมสเตย์ ได้แก่ 3.1 การกำหนดนโยบายของโฮมสเตย์ต้องมาจากการแสดงความคิดเห็นของสมาชิกทุกคนในโฮมสเตย์ 3.2 โฮมสเตย์ต้องมีการสื่อสารเพื่อป้องกันและบอกถึงเอกลักษณ์เฉพาะในโฮมสเตย์ 3.3 ผู้นำโฮมสเตย์จะต้องเป็นบุคคลที่มีความสามารถในการสื่อสาร 3.4 นโยบายทุกอย่างในโฮมสเตย์ต้องเป็นลายลักษณ์อักษร 3.5 การติดต่อในระบบการจองที่พักต้องชัดเจน 3.6 โฮมสเตย์ต้องมีการติดต่อสื่อสารกับหน่วยงานของรัฐอย่างสม่ำเสมอ

งานวิจัยที่ยกมานั้นเป็นงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารผ่านเว็บไซต์ในเรื่องการท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ โดยมีวัตถุประสงค์ที่หลากหลายแตกต่างกัน แม้ว่าผลการวิจัยจะมีความแตกต่างกันตามบริบทของงานวิจัยแต่ละชิ้น อย่างไรก็ตามงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเหล่านี้จะเป็นข้อมูลพื้นฐานที่ดีต่อการวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม” โดยใช้แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและการสื่อสารผ่านเว็บไซต์ เนื่องจากการท่องเที่ยวนั้นครอบคลุมทั้งประชาชนในท้องถิ่น นักท่องเที่ยว ชุมชน ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมด้วย นอกจากนี้ ในการสื่อสารผ่านทางเว็บไซต์เกี่ยวกับรายละเอียดต่างๆ ก็มีปัจจัยหลายๆด้านที่มีส่วนเกี่ยวข้องและจำเป็นต้องคำนึงถึงด้วย

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาเรื่อง “แนวทางการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม” ในครั้งนี้แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่หนึ่งเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) ส่วนที่สองเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ด้วยวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม (Questionnaire) จำนวน 400 ชุด เพื่อสำรวจความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่สามารถเป็นตัวแทนของประชากรที่ต้องการศึกษาได้

ส่วนที่ 1 เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรค ข้อเสนอแนะในการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม ไปประยุกต์ใช้ในการสร้างเว็บไซต์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

แหล่งข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ประเภทดังนี้ คือ

1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ซึ่งเป็นแหล่งข้อมูลประเภทบุคคล โดยทำการเก็บข้อมูลโดยตรงด้วยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) จากบุคลากรที่เป็นผู้นำชุมชนและผู้ประกอบการโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม เนื่องจากบ้านปลายโพรงพาง บ้านท่าคาและบ้านเหมืองใหม่ มีการดำเนินงานมาเป็นเวลานานและผู้นำชุมชนทั้งสามแห่งนี้ได้ปรับปรุงร่างกายการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ให้มีความชัดเจนขึ้น จนประสบความสำเร็จและก่อให้เกิดกระแสนิยมการเปิดบ้านเป็นโฮมสเตย์จนแพร่หลายไปทั่วจังหวัดในระยะเวลาต่อมา รวมทั้งผู้ดูแลเว็บไซต์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรสงคราม ซึ่งเป็นเว็บไซต์เอกชนสองแห่งแรกที่มีวัตถุประสงค์ในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ซึ่งผลิตขึ้นจากบุคคลภายในจังหวัดและเป็นเว็บไซต์ที่ให้ข้อมูลที่ทำการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ได้ครอบคลุมทั้งจังหวัด จนในที่สุดผู้วิจัยได้รวบรวมกลุ่มตัวอย่างที่จะให้ทำการสัมภาษณ์ได้เป็นจำนวน 5 คน ดังต่อไปนี้

1. คุณธวัช บุญพัทธ์

ประธานชมรมอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม บ้านปลายโพรงพาง

- | | |
|---------------------------|--|
| 2. คุณจรรยา เจือไทย | ประธานกลุ่มโฮมสเตย์ตลาดน้ำบ้านท่าคา |
| 3. คุณวินัย แก้วนิลกุล | ผู้ใหญ่บ้านหมู่ 9 ต.เหมืองใหม่ อ.อัมพวา
และผู้ประกอบการโฮมสเตย์บ้านหัวหาด |
| 4. คุณมาริลีน โตเดชะวัฒนา | เว็บมาสเตอร์ของเว็บไซต์แม่กลองดี |
| 5. คุณมานพ มีศิริ | เว็บมาสเตอร์ของเว็บไซต์แม่กลองทูเดย์ |

2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ซึ่งเป็นแหล่งข้อมูลประเภทเอกสารต่างๆ ดังต่อไปนี้

- ข้อมูลเอกสาร หนังสือที่เป็นแนวคิดและทฤษฎีต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อศึกษาข้อมูลจากเว็บไซต์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์บนอินเทอร์เน็ต ซึ่งผู้วิจัยคัดเลือกเว็บไซต์จากเว็บไซต์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และเว็บไซต์สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว ซึ่งมีการรวบรวมเว็บไซต์โฮมสเตย์หลายแห่งในจังหวัดสมุทรสงคราม

- ข้อมูลจากแหล่งวิชาการต่างๆ เช่น หนังสือ บทความ เอกสาร งานวิจัย งานวิทยานิพนธ์ ที่มีเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับหลักการออกแบบเว็บไซต์ และสื่อใหม่อย่างอินเทอร์เน็ตประกอบการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) ในครั้งนี้ ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยคัดเลือกบุคลากรที่เป็นผู้นำชุมชนและผู้ประกอบการโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม รวมทั้งผู้ดูแลเว็บไซต์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรสงคราม

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. แบบสัมภาษณ์ เพื่อใช้ในการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก แหล่งข้อมูลประเภทบุคคลที่เป็นบุคลากรในหน่วยงานภาครัฐและผู้ดูแลเว็บไซต์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรสงคราม โดยการจดบันทึกและการบันทึกเสียง

2. การจดบันทึก เพื่อให้สามารถบันทึกประเด็นที่น่าสนใจเพิ่มเติม นอกจากแนวคำถามที่เตรียมไว้ และสามารถเชื่อมโยงข้อมูลและบันทึกเพิ่มเติม ช่วยเตือนความจำระหว่างการสัมภาษณ์

3. เทปบันทึกเสียง สำหรับรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ให้ได้ใจความที่ละเอียดครบถ้วน สะดวกแก่การนำมาถอดความเพื่อใช้ในการศึกษาควบคู่ไปกับการจดบันทึก

การทดสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ทำการทดสอบความน่าเชื่อถือของแนวคำถามเพื่อการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview Guideline) โดยนำแนวคำถามดังกล่าวมาปรึกษากับอาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิทางด้านการประชาสัมพันธ์ ทำการตรวจสอบและแก้ไขตามความเหมาะสมเพื่อความสมบูรณ์ของการสัมภาษณ์

โดยกลุ่มแรก คือ ผู้นำชุมชนและผู้ประกอบการโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม คำถามที่ใช้ได้แก่

1. ในอดีตใช้สื่อใดในการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ให้การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์เป็นที่รู้จัก
2. ท่านคิดว่าสื่อใดเหมาะสมที่สุดในการส่งเสริมให้การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์เป็นที่รู้จัก
3. ท่านใช้สื่อใดบ้างในการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์
4. รูปแบบของเว็บไซต์ในส่วนของเนื้อหาและเทคนิคการนำเสนอการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ควรเป็นอย่างไร
5. ท่านต้องการให้กลุ่มเป้าหมายเกิดปฏิกิริยาอย่างไร เมื่อดูเว็บไซต์ของท่าน
6. ปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงครามมีอะไรบ้าง และมีข้อเสนอแนะในการพัฒนาเว็บไซต์อย่างไร

กลุ่มที่ 2 คือ ผู้ดูแลเว็บไซต์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรสงคราม คำถามที่ใช้ได้แก่

1. ท่านคิดว่าคุณลักษณะอะไร ที่ทำให้ผู้ประกอบการโฮมสเตย์เลือกใช้สื่อเว็บไซต์ในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์
2. จุดเด่นของเว็บไซต์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงครามแตกต่างจากเว็บไซต์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ที่อื่นอย่างไร
3. ขั้นตอนในการสร้างเว็บไซต์โฮมสเตย์มีกี่ขั้นตอน อะไรบ้าง
4. ท่านคิดว่าเว็บไซต์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ควรมีเนื้อหาและเทคนิคการนำเสนอสู่กลุ่มเป้าหมายอย่างไร
5. เมื่อทำเว็บไซต์เสร็จแล้ว มีการประชาสัมพันธ์เว็บไซต์นั้นหรือไม่ อย่างไร
6. ปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ มีอะไรบ้าง และมีข้อเสนอแนะในการพัฒนาเว็บไซต์อย่างไร

การวิเคราะห์ข้อมูลและนำเสนอข้อมูล

จากการศึกษาครั้งนี้ มีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูล 2 ประเภท คือแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ซึ่งเป็นแหล่งข้อมูลประเภทบุคคล และแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ซึ่งเป็นแหล่งข้อมูลประเภทเอกสารต่างๆ เพื่อนำข้อมูลที่ได้รับมาเปรียบเทียบถึงผล การศึกษากับแนวคิดและทฤษฎีต่างๆที่เกี่ยวข้อง โดยมีการดำเนินการดังต่อไปนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเอกสารต่างๆที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลจากเว็บไซต์การท่องเที่ยวแบบ โฮมสเตย์

2. การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์บุคคลแบบเจาะลึก และนำเสนอข้อมูลด้วย วิธีการเขียนพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) พร้อมการยกตัวอย่างข้อมูลจากการ สัมภาษณ์ที่เกี่ยวข้อง ในประเด็นที่ต้องการศึกษาในเรื่องของปัญหาและอุปสรรค ข้อเสนอแนะใน การพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ ไปประยุกต์ใช้ในการสร้างเว็บไซต์การ ท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ส่วนที่ 2 เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม ไปประยุกต์ใช้ให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ ได้แก่ ประชาชนชาวไทยที่ใช้บริการการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงครามซึ่งมีทั้งหมด 3 อำเภอ คือ อำเภอเมืองสมุทรสงคราม อำเภออัมพวา และอำเภอบางคนที โดยมีนักท่องเที่ยวชาวไทยทั้งหมด 129,954 คน (ข้อมูลจาก <http://www.2tat.or.th/>, 27 ต.ค. 2551)

ปี พ.ศ. 2550 นักท่องเที่ยวชาวไทยได้เข้าไปท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรสงครามโดยแบ่งตามถิ่นที่อยู่ ดังนี้คือ

1. กรุงเทพมหานคร	มีจำนวนนักท่องเที่ยว	57,956 คน
2. ภาคกลาง	มีจำนวนนักท่องเที่ยว	54,066 คน
3. ภาคตะวันตก	มีจำนวนนักท่องเที่ยว	13,254 คน
4. ภาคตะวันออก	มีจำนวนนักท่องเที่ยว	3,896 คน
5. ภาคเหนือ	มีจำนวนนักท่องเที่ยว	226 คน
6. ภาคใต้	มีจำนวนนักท่องเที่ยว	110 คน
7. ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	มีจำนวนนักท่องเที่ยว	446 คน
	รวมทั้งสิ้น	129,954 คน

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

กลุ่มตัวอย่าง

การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการกำหนดโดยอาศัยการเปิดตารางสำเร็จของ Taro Yamane (Taro Yamane, 1967) ที่ความเชื่อมั่น 95% ความผิดพลาดไม่เกิน 5%

$$n = \frac{N}{(1 + N e^2)}$$

เมื่อ	n	=	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
	N	=	ขนาดของประชากร
	e	=	ความน่าจะเป็นของความผิดพลาดที่ยอมให้เกิดได้
ผลจากการคำนวณ		=	400

ดังนั้น จึงได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษา จำนวน 400 ตัวอย่าง

วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

วิธีการคัดเลือกคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือ การสุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงครามและเป็นผู้ที่ตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ผ่านทางเว็บไซต์ เพื่อที่จะสามารถตอบคำถามได้ตรงตามที่กำหนด จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยการวางแบบสอบถามไว้ที่โฮมสเตย์ที่มีนักท่องเที่ยวเข้ามาใช้บริการจำนวนมากในอำเภอต่างๆ โดยเฉพาะโฮมสเตย์ในอำเภออัมพวา โดยการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) โดยมีวิธีการดำเนินงานดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ใช้วิธีการสุ่มแบบกำหนดจำนวนตัวอย่าง (Quota Sampling) ให้ได้จำนวนตัวอย่างในแต่ละอำเภอ ดังนี้คือ

1. อำเภอเมืองสมุทรสงคราม
2. อำเภออัมพวา
3. อำเภอบางคนที

โดยในแต่ละอำเภอ กำหนดจำนวนโฮมสเตย์ ดังนี้คือ ในแต่ละอำเภอจะประกอบด้วย

โฮมสเตย์ที่อยู่ในอำเภอเมืองสมุทรสงคราม	6 แห่ง
โฮมสเตย์ที่อยู่ในอำเภออัมพวา	6 แห่ง
โฮมสเตย์ที่อยู่ในอำเภอบางคนที	8 แห่ง
รวมโฮมสเตย์ได้ทั้งหมด	20 แห่ง

ขั้นตอนที่ 2 ใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) คือ เก็บข้อมูลในโฮมสเตย์แต่ละอำเภอที่กำหนดไว้ ดังนี้คือ

โฮมสเตย์ที่อยู่ในอำเภอเมืองสมุทรสงคราม	6 แห่ง	แห่งละ 20 คน
โฮมสเตย์ที่อยู่ในอำเภออัมพวา	6 แห่ง	แห่งละ 20 คน
โฮมสเตย์ที่อยู่ในอำเภอบางคนที	8 แห่ง	แห่งละ 20 คน

จึงได้จำนวนตัวอย่างทั้งหมด 400 คน

เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างครบตามจำนวนที่ต้องการ โดยจะทำการเก็บข้อมูลในบริเวณที่เป็นแหล่งศูนย์รวมของโฮมสเตย์ที่มีนักท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์มาใช้บริการในจังหวัดสมุทรสงคราม

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อทำการวิจัยในครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างขึ้น โดยได้สร้างแบบสอบถามแบบปลายปิด (Close-Ended) และคำถามปลายเปิด ซึ่งแบ่งรายละเอียดออกเป็น 3 ตอน มีรายละเอียดดังนี้

- ตอนที่ 1 ข้อมูลลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้และภูมิลำเนา
- ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม
- ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของนักท่องเที่ยวในการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม

การเก็บรวบรวมข้อมูล

สำหรับการรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ทั้งนี้ในการเก็บแบบสอบถามจะมอบหมายให้ผู้ที่ได้รับการคัดเลือกเป็นผู้กรอกแบบสอบถามเองและขอรับคืนทันทีที่ตอบเสร็จ โดยใช้ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมแบบสอบถามทั้งหมด ประมาณ 30 วัน คือ วันที่ 1 ธันวาคม พ.ศ.2551 ถึง 1 มีนาคม พ.ศ. 2552

การตรวจสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ

ผู้วิจัยทำการตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อถือได้ (Reliability) ของแบบสอบถาม ดังนี้

1. ทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) ของแบบสอบถามซึ่งเป็นเครื่องมือในการวิจัยทำการหารือกับอาจารย์ที่ปรึกษาในการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาและความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ (Wording) ในการวิจัย และทำการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างก่อนนำแบบสอบถามไปใช้จริง

2. ผู้วิจัยนำร่างแบบสอบถามไปทำการทดลองใช้ (Pre-test) เพื่อตรวจสอบคำตอบที่ได้รับจากผู้ทำการตอบแบบสอบถาม ตลอดจนวิเคราะห์ถึงความยากง่ายของภาษาที่ใช้ และนำแบบสอบถามไปหาค่าความน่าเชื่อถือ (Reliability) โดยการหาค่าความน่าเชื่อถือของแนวทางการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม จะคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่า (Alpha Coefficient) ของครอนบาช (Cronbach's Coefficient Alpha) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS

ผลที่ได้จากการคำนวณค่าความเชื่อถือได้ (Reliability Coefficient) ของแบบสอบถามเป็นดังนี้

ค่าความเชื่อถือได้ในส่วนของการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม = 0.912

ค่าความน่าเชื่อถือได้ในส่วนความต้องการของนักท่องเที่ยวในการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม = 0.84

ซึ่งถือว่าอยู่ในเกณฑ์ที่มีความเชื่อถือได้

เกณฑ์การกำหนดคะแนนตัวแปรและการแปลความหมาย

การให้คะแนนตัวแปรต่างๆ มีหลักเกณฑ์ ดังนี้

1. ลักษณะทางประชากร

ได้แก่ ลักษณะทางประชากรของนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือนและภูมิลำเนา

2. การเปิดรับข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์

การเปิดรับข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงครามจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ และสื่ออื่นๆ ได้มาจากการนับคะแนนตามความบ่อยครั้งในการรับรู้ข่าวสารดังนี้

2.1 ความบ่อยครั้งในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงครามจากสื่อมวลชน

ทุกเดือน	5	คะแนน
2-3 เดือน / ครั้ง	4	คะแนน
4-6 เดือน / ครั้ง	3	คะแนน
1 ปี / ครั้ง	2	คะแนน
ไม่เคย	1	คะแนน

นำมาหาค่าเฉลี่ย จากนั้นนำค่าเฉลี่ยที่ได้มาเทียบกับเกณฑ์เพื่อแปลความหมายของข้อมูลซึ่งเกณฑ์ในการแปลความหมายของข้อมูลมีดังต่อไปนี้

เกณฑ์	แปลความหมาย
1.00 – 1.50	ปริมาณการเปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับต่ำมาก
1.51 – 2.50	ปริมาณการเปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับต่ำ
2.51 – 3.50	ปริมาณการเปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับปานกลาง
3.51 – 4.50	ปริมาณการเปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับสูง
4.51 – 5.00	ปริมาณการเปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับสูงมาก

2.2 ความบ่อยครั้งในการการเปิดรับข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงครามจากสื่อบุคคล

ทุกเดือน	5	คะแนน
2-3 เดือน / ครั้ง	4	คะแนน
4-6 เดือน / ครั้ง	3	คะแนน
1 ปี / ครั้ง	2	คะแนน
ไม่เคย	1	คะแนน

นำมาหาค่าเฉลี่ย จากนั้นนำค่าเฉลี่ยที่ได้มาเทียบกับเกณฑ์เพื่อแปลความหมายของข้อมูลซึ่งเกณฑ์ในการแปลความหมายของข้อมูลมีดังต่อไปนี้

เกณฑ์	แปลความหมาย
1.00 – 1.50	ปริมาณการเปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับต่ำมาก
1.51 – 2.50	ปริมาณการเปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับต่ำ
2.51 – 3.50	ปริมาณการเปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับปานกลาง
3.51 – 4.50	ปริมาณการเปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับสูง
4.51 – 5.00	ปริมาณการเปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับสูงมาก

2.3 ความบ่อยครั้งในการการเปิดรับข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงครามจากสื่อเฉพาะกิจ

ทุกเดือน	5	คะแนน
2-3 เดือน / ครั้ง	4	คะแนน
4-6 เดือน / ครั้ง	3	คะแนน
1 ปี / ครั้ง	2	คะแนน
ไม่เคย	1	คะแนน

นำมาหาค่าเฉลี่ย จากนั้นนำค่าเฉลี่ยที่ได้มาเทียบกับเกณฑ์เพื่อแปลความหมายของข้อมูลซึ่งเกณฑ์ในการแปลความหมายของข้อมูลมีดังต่อไปนี้

เกณฑ์	แปลความหมาย
1.00 – 1.50	ปริมาณการเปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับต่ำมาก
1.51 – 2.50	ปริมาณการเปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับต่ำ
2.51 – 3.50	ปริมาณการเปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับปานกลาง

3.51 – 4.50	ปริมาณการเปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับสูง
4.51 – 5.00	ปริมาณการเปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับสูงมาก

2.4 ความบ่อยครั้งในการการเปิดรับข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์
ในจังหวัดสมุทรสงครามจากสื่ออื่นๆ

ทุกเดือน	5	คะแนน
2-3 เดือน / ครั้ง	4	คะแนน
4-6 เดือน / ครั้ง	3	คะแนน
1 ปี / ครั้ง	2	คะแนน
ไม่เคย	1	คะแนน

นำมาหาค่าเฉลี่ย จากนั้นนำค่าเฉลี่ยที่ได้มาเทียบกับเกณฑ์เพื่อแปลความหมายของข้อมูล
ซึ่งเกณฑ์ในการแปลความหมายของข้อมูลมีดังต่อไปนี้

เกณฑ์	แปลความหมาย
1.00 – 1.50	ปริมาณการเปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับต่ำมาก
1.51 – 2.50	ปริมาณการเปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับต่ำ
2.51 – 3.50	ปริมาณการเปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับปานกลาง
3.51 – 4.50	ปริมาณการเปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับสูง
4.51 – 5.00	ปริมาณการเปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับสูงมาก

3. ความต้องการของนักท่องเที่ยวในการพัฒนาเว็บไซต์

ความสนใจในข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงครามบน
สื่อเว็บไซต์และลักษณะข้อมูลการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงครามบนสื่อเว็บไซต์
ได้มาจากการนับคะแนน ดังนี้

3.1 ความสนใจในข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงครามบนสื่อ
เว็บไซต์

เลือกตอบให้	1	คะแนน
ไม่เลือกตอบให้	0	คะแนน

3.2 ลักษณะข้อมูลการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงครามบนสื่อเว็บไซต์

เลือกตอบให้	1	คะแนน
ไม่เลือกตอบให้	0	คะแนน

3.3 ความต้องการในการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม

วัดจากปัจจัย 14 ประการที่มีผลต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวในการพัฒนาเว็บไซต์ ซึ่งเป็นกรวัดโดยใช้มาตราส่วนประเมินค่า (Likert scale) โดยในแต่ละข้อมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ สำหรับเกณฑ์การให้คะแนนมีดังนี้

เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5	คะแนน
เห็นด้วยมาก	4	คะแนน
ปานกลาง	3	คะแนน
เห็นด้วยน้อย	2	คะแนน
เห็นด้วยน้อยที่สุด	1	คะแนน

จากนั้นนำผลรวมของคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ยและเปรียบเทียบกับเกณฑ์เพื่อแปลความหมายข้อมูล ดังนี้

เกณฑ์	แปลความหมาย
1.00 – 1.50 ในระดับต่ำมาก	มีผลต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวในการพัฒนาเว็บไซต์อยู่ในระดับต่ำมาก
1.51 – 2.50 ในระดับต่ำ	มีผลต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวในการพัฒนาเว็บไซต์อยู่ในระดับต่ำ
2.51 – 3.50 ในระดับปานกลาง	มีผลต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวในการพัฒนาเว็บไซต์อยู่ในระดับปานกลาง
3.51 – 4.50 ในระดับสูง	มีผลต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวในการพัฒนาเว็บไซต์อยู่ในระดับสูง
4.51 – 5.00 ในระดับสูงมาก	มีผลต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวในการพัฒนาเว็บไซต์อยู่ในระดับสูงมาก

การประมวลผลข้อมูล

หลังจากเก็บข้อมูลเรียบร้อยแล้ว จะทำการลงรหัสข้อมูล (Coding) แล้วนำผลไปประมวลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for the Social Sciences)

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผลที่ได้จากโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS นำมาวิเคราะห์สรุปและนำเสนอ คือ การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis)

ใช้การบรรยายข้อมูลโดยวิธีการแจกแจงความถี่ และใช้สถิติร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ตามความเหมาะสมของตัวแปร เพื่ออธิบายลักษณะข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

- (1) ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้
- (2) ข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม
- (3) ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของนักท่องเที่ยวในการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม” นี้ แบ่งการศึกษาวิจัยออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่หนึ่ง เป็นการศึกษาปัญหาและอุปสรรค ข้อเสนอแนะในการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม ไปประยุกต์ใช้ในการสร้างเว็บไซต์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ โดยศึกษาจากเอกสารและการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้อง และส่วนที่สอง เป็นการศึกษาแนวทางการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม ไปประยุกต์ใช้ให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยการวิจัยเชิงสำรวจเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์และความต้องการของนักท่องเที่ยวในการพัฒนาเว็บไซต์ ผลการวิจัยได้นำเสนอเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 การศึกษาปัญหาและอุปสรรค ข้อเสนอแนะในการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม

การศึกษาปัญหาและอุปสรรค ข้อเสนอแนะในการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม ไปประยุกต์ใช้ในการสร้างเว็บไซต์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ ในครั้งนี้

โดยกลุ่มแรก ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ผู้นำชุมชนและผู้ประกอบการโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงครามจำนวน 3 ท่าน และศึกษาจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง โดยจะแบ่งออกเป็นข้อ ดังนี้คือ

- 4.1 ลักษณะการใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์
- 4.2 ปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม
- 4.3 ข้อเสนอแนะในการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม

4.1 ลักษณะการใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์

* สื่อในอดีตที่ใช้ในการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ให้การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์เป็นที่รู้จัก

การสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์โฮมสเตย์ให้เป็นที่รู้จักในอดีตของผู้นำชุมชนและผู้ประกอบการโฮมสเตย์ทั้ง 3 คน ได้แก่ คุณธวัช บุญพิศ ซึ่งเป็นอดีตกำนันตำบลปลายโพงพาง และประธานชมรมหมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านทรงไทยปลายโพงพาง คุณวินัย แก้วนิลกุล ผู้ใหญ่บ้านตำบลเหมืองใหม่และผู้ประกอบการโฮมสเตย์บ้านหัวหาด และคุณจรรยา เจือไทย ประธานกลุ่มโฮมสเตย์ตลาดน้ำบ้านท่าคา ได้อธิบายว่า เป็นการสื่อสารในรูปแบบของวาจา โดยการพูดคุยหรือบอกต่อ โดยใช้สื่อบุคคล

คำพูด อาจถือได้ว่าเป็นสื่อหรือเครื่องมือสื่อสารและประชาสัมพันธ์ที่เก่าแก่ที่สุดชนิดหนึ่ง จัดได้ว่าเป็นสื่อบุคคล ซึ่งเป็นสื่อพื้นฐานเบื้องต้นที่คนรู้จักนำมาใช้ในการติดต่อสื่อสารและใช้กันอย่างกว้างขวางแพร่หลายตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน การประชาสัมพันธ์ด้วยการพบปะพูดคุยหรือการพูดคุยสนทนากัน ย่อมทำให้ผู้พูดผู้ฟังได้เห็นหน้าตา อากัปกริยาซึ่งกันและกัน นอกจากนี้บุคลิกลักษณะ ลีลา ตลอดจนน้ำเสียงของผู้พูดย่อมมีอิทธิพลในการชักจูงและกระตุ้นเร้าความสนใจ หรือก่อให้เกิดความประทับใจได้ง่ายและสนิทสนมเป็นกันเองมากที่สุด ก่อให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน และยังเป็นการติดต่อสื่อสารสองทาง เพราะผู้ฟังมีโอกาสที่จะตอบโต้ได้ทันที ช่วยทำให้การสื่อสารเข้าใจและสะดวกรวดเร็วยิ่งขึ้น นอกจากนี้ ผู้พูดสามารถปรับเนื้อหาหรือข่าวสารเรื่องราวที่กำลังพูดอยู่ให้เหมาะสมกับผู้ฟังได้ทันที

* สื่อที่เหมาะสมที่สุดในการส่งเสริมให้การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์เป็นที่รู้จัก

จากการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายพบว่า สื่อโทรทัศน์และสื่อเว็บไซต์ เป็นสื่อที่เหมาะสมที่สุดที่ได้ช่วยประชาสัมพันธ์ให้การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์เป็นที่รู้จักแพร่หลายมากขึ้น

โดยสื่อโทรทัศน์ได้ช่วยประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของทางหมู่บ้าน ให้แก่บุคคลภายนอกได้รับรู้ โดยทางหมู่บ้านโฮมสเตย์นั้นไม่ได้เป็นผู้จัดทำหรือผลิตขึ้นมาเอง แต่ได้รับความช่วยเหลือจากบุคคลภายนอกเป็นผู้ผลิตให้โดยเฉพาะในช่วงแรกของการเปิดตัวหมู่บ้านท่องเที่ยว เป็นผลทำให้มีนักท่องเที่ยวให้ความสนใจ และเริ่มมาเยี่ยมชมภายในหมู่บ้าน ซึ่งก่อให้เกิดผลดีในการปรับปรุงกิจกรรมการท่องเที่ยว และมีการประชาสัมพันธ์ต่อกัน ทำให้รายการและสถานีโทรทัศน์

ช่องต่างๆได้เดินทางเข้ามาในหมู่บ้าน เพื่อติดต่อขอถ่ายทำรายการ โดยภายในหมู่บ้าน ก็ให้เอื้อเพื่อ ช่วยเหลือในเรื่องต่างๆ เช่น เรื่องที่พัก อาหาร ทางโฮมสเตย์มักจะเป็นผู้ออกให้ เพราะถือว่าการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมให้คนได้รู้จักการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ได้มากขึ้น ดังคำบอกเล่าของคุณจรรยา เจือไทย ประธานกลุ่มโฮมสเตย์ตลาดน้ำบ้านท่าคา ที่ได้เล่าให้ฟังว่า

“สื่อโทรทัศน์ คิดว่าดีที่สุดในการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ เพราะชาวบ้านมีโทรทัศน์กันทุกคน มันกว้างขวางเพราะเห็นทั้งภาพและเสียง” (จรรยา เจือไทย , สัมภาษณ์ , 20 ธันวาคม 2551)

คุณวินัย แก้วนิลกุล ผู้ใหญ่บ้านตำบลเหมืองใหม่และผู้ประกอบการโฮมสเตย์บ้านหัวหาด ได้กล่าวถึงเรื่องนี้ว่า

“โทรทัศน์มีส่วนช่วยประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของที่นี่ได้มาก โดยมีสถานีโทรทัศน์เข้ามาถ่ายทำรายการหลายสถานี ทำให้โฮมสเตย์ของเราเป็นที่รู้จักมากขึ้น อย่างสถานีโทรทัศน์ช่อง 5 เข้ามาถ่ายทำและตั้งฉายาให้แม่ผมที่เป็นอดีตผู้ใหญ่บ้านว่า ขวัญใจของหมู่บ้านเพราะชอบช่วยเหลือ มีเอกลักษณ์ ช่วยเหลือชุมชนเหมือนเป็นสื่อให้ชวนคนเข้ามาเที่ยว” (วินัย แก้วนิลกุล , สัมภาษณ์ , 20 ธันวาคม 2551)

นอกจากนี้ สื่อเว็บไซต์เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่ทันสมัยในยุคปัจจุบัน เพราะสามารถเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารได้อย่างต่อเนื่อง โดยให้รายละเอียดมากกว่าสื่ออื่นๆ เพราะมีพื้นที่มากกว่าและมีความรวดเร็ว ให้บริการข้อมูลข่าวสารได้ตลอดเวลา รวมทั้งครอบคลุมทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ เนื่องจากผู้รับสารและกลุ่มเป้าหมายไม่ได้จำกัดเฉพาะเพียงกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งเท่านั้น จากการสัมภาษณ์คุณธวัช บุญพัต อดีตกำนันตำบลปลายโพงพาง และประธานชมรมหมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านทรงไทยปลายโพงพาง มีความคิดเห็นว่า

“ช่วงนี้สำคัญที่สุดเป็นเว็บ ที่มองดูมีภาพสวยงาม เรามองดูว่า บ้านมันธรรมดา แต่มันลงภาพจัดรูปแบบดี ทั่วๆไปที่ของเราธรรมชาติ และส่วนใหญ่ในปัจจุบันเขาใช้กัน คนส่วนใหญ่ก็ดู เล่นได้ทุกที่” (ธวัช บุญพัต , สัมภาษณ์ , 22 มกราคม 2552)

* สื่อที่ใช้ในการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์

จากการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายเกี่ยวกับสื่อประชาสัมพันธ์ ผู้วิจัยพบว่า โฮมสเตย์ทั้ง 3 แห่ง คือ หมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านทรงไทยปลายโพงพาง โฮมสเตย์บ้านท่าคา และโฮมสเตย์บ้านหัวหาด มีการใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ โดยมีวัตถุประสงค์หลัก เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักการท่องเที่ยวรูปแบบโฮมสเตย์และเพื่อเป็นการเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวภายในหมู่บ้าน

การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ของโฮมสเตย์ทั้ง 3 แห่ง มีการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ประกอบไปด้วย 3 สื่อ ได้แก่

- สื่อบุคคล
- สื่อเฉพาะกิจ
- สื่อมวลชน

สื่อบุคคล

สื่อบุคคล เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่สามารถนำข้อมูลข่าวสารที่ต้องการเผยแพร่ไปสู่ผู้รับสารได้โดยตรง และสามารถชักจูงใจผู้รับสารได้โดยวิธีการพูดคุยแบบกันเอง ทำให้การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเป็นไปในลักษณะที่ยืดหยุ่น ปรับให้เข้ากับผู้รับสารเป็นรายๆไปได้ และสามารถที่จะซักถาม ทำความเข้าใจและมีปฏิริยาโต้ตอบซึ่งกันและกันได้ ทำให้ทราบความรู้สึกนึกคิดของผู้รับสารได้ทันที และจากการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยพบว่า โฮมสเตย์ทั้ง 3 แห่ง ได้แก่ หมู่บ้านทรงไทยปลายโพงพาง โฮมสเตย์บ้านท่าคา และโฮมสเตย์บ้านหัวหาด มีการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสื่อบุคคลเป็นหลักในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของทางหมู่บ้านให้กับนักท่องเที่ยวได้รับรู้ เนื่องจากการประชาสัมพันธ์ด้วยสื่อบุคคลนั้น เป็นการประชาสัมพันธ์ที่ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายใดๆทั้งสิ้น และเป็นการประชาสัมพันธ์ที่ง่ายที่สุดที่ทางโฮมสเตย์ทั้ง 3 แห่งได้ใช้ในการประชาสัมพันธ์ ได้แก่

- ชาวบ้านในหมู่บ้านและผู้นำชุมชน
- เพื่อนฝูง และญาติพี่น้องของนักท่องเที่ยวที่เคยมาเที่ยว
- เจ้าหน้าที่ของบริษัทนำเที่ยว
- เจ้าหน้าที่ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ชาวบ้านในหมู่บ้านและผู้นำชุมชน

จากการสัมภาษณ์พบว่า ชาวบ้านและผู้นำชุมชนในหมู่บ้าน ถือได้ว่าเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสื่อบุคคลกลุ่มแรกที่ได้ช่วยประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในหมู่บ้านให้เป็นที่รู้จักแก่บุคคลภายนอก โดยผู้นำชุมชนและชาวบ้านในหมู่บ้าน เมื่อได้ออกไปนอกหมู่บ้านเวลาพบใครที่ไหนทั้งญาติและเพื่อนที่มีโอกาสก็จะชวนเชิญให้คนภายนอกได้เข้าท่องเที่ยวที่ในหมู่บ้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งอดีตกำนันธวัช บุญพัต ผู้นำชุมชน มักได้รับเชิญไปเป็นวิทยากรบรรยายในการให้ความรู้ในเรื่องของการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์แบบโฮมสเตย์ตามสถานที่ต่างๆ และได้มีโอกาสพบปะผู้คนจำนวนมากในแต่ละครั้ง ซึ่งอดีตกำนันธวัช บุญพัต ก็เป็นสื่อบุคคลในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของหมู่บ้านไปในตัวด้วย ดังคำบอกเล่าของอดีตกำนันธวัช บุญพัต และประธานชมรมหมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านทรงไทยปลายโพงพาง ได้เล่าให้ฟังว่า

“ส่วนใหญ่เราประชาสัมพันธ์ด้วยตัวเองเป็นหลัก ชาวบ้าน ผู้นำชุมชน ก็ช่วยกันเป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์ เวลาที่พบใคร ก็บอกให้เขามาเที่ยว อย่างบางที่ผมจะได้รับเชิญเป็นวิทยากรในเรื่องการทำธุรกิจการท่องเที่ยวในลักษณะแบบโฮมสเตย์ ก็มีคนเข้าร่วมอยู่ประมาณหนึ่งร้อยถึงสองร้อยคน เราก็เปรียบเสมือนตัวเองเป็นสื่อด้วย” (ธวัช บุญพัต , สัมภาษณ์ , 22 มกราคม 2552)

เพื่อนฝูง และญาติพี่น้องของนักท่องเที่ยวที่เคยมาเที่ยว

จากการสัมภาษณ์พบว่า เพื่อนฝูงและญาติพี่น้องที่เคยมาเที่ยวนั้น ถือได้ว่าเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่สำคัญที่สุด ในการส่งเสริมประชาสัมพันธ์ชักจูงให้กับนักท่องเที่ยวคนอื่นๆ ที่เป็นเพื่อนของตนเองหรือญาติพี่น้องให้เข้ามาท่องเที่ยวในโฮมสเตย์นั้นๆ เพราะนักท่องเที่ยวแต่ละคนที่เคยมาเที่ยวแล้วส่วนใหญ่จะเกิดความประทับใจ และแต่ละคนก็จะมีกลุ่มเพื่อนและญาติพี่น้องของตนที่ยังไม่เคยมาเที่ยวอยู่เป็นจำนวนมาก จึงเกิดการบอกต่อ จากคนหนึ่ง ก็บอกต่อไปยังอีกคนหนึ่งไปเรื่อยๆ ซึ่งเป็นการช่วยประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ภายในหมู่บ้านได้เป็นอย่างดี ดังคำบอกเล่าของคุณวินัย แก้วนิลกุล ผู้ใหญ่บ้านตำบลเหมืองใหม่และผู้ประกอบการโฮมสเตย์บ้านหัวหาด และคุณจรรยา เจือไทย ประธานกลุ่มโฮมสเตย์ตลาดน้ำบ้านท่าคา ได้ให้เล่าฟังว่า

“เวลาที่นักท่องเที่ยวมาพักที่บ้าน ไม่ว่าจะเป็นคนไทยหรือต่างชาติก็ตาม จะพาเพื่อนฝูง หรือญาติพี่น้องมาด้วย แล้วก็เขาจะบอกต่อๆกันไป แม้แต่ต่างชาติที่เข้ามาทำงานในเมืองไทย ก็มาฝึกพูดภาษาไทย ดูวิถีชีวิตของชุมชน เช่น มีคนญี่ปุ่นเป็นนักท่องเที่ยวมาพัก แล้วลงข่าวที่ญี่ปุ่นว่าที่นี่ มีโฮมสเตย์ จากนั้นก็มีหัวหน้าทัวร์เอานักศึกษาญี่ปุ่นมาอยู่ที่นี่ มากันทุกปี ต่างชาติมา แล้วเขาเอา ไปลงหนังสือแต่ละประเทศ” (วินัย แก้วนิลกุล , สัมภาษณ์ , 20 ธันวาคม 2551)

“อย่างนักศึกษาที่มาพักเป็นร้อยคน ก็ปากของนักศึกษาที่พูดไปว่า มีความสะดวกสบาย ใหม่ ที่พักสะอาดใหม่ หรืออย่างตอนที่มึนนักศึกษามารับน้องใหม่กันที่นี่ ก็จะถูกกันไป จะใช้ตัวนี้ เป็นส่วนใหญ่” (จรรยา เจือไทย , สัมภาษณ์ , 20 ธันวาคม 2551)

เจ้าหน้าที่ของบริษัทนำเที่ยว

จากการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายพบว่า เจ้าหน้าที่ของบริษัทนำเที่ยว ถือได้ว่าเป็นสื่อ บุคคลที่มีส่วนช่วยในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ของหมู่บ้านให้เป็นที่รู้จักแก่ นักท่องเที่ยวได้อีกทางหนึ่ง ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จะได้รับรู้ข้อมูลและ เรื่องราวของทางหมู่บ้านจากเจ้าหน้าที่บริษัทนำเที่ยวที่จะมีการให้ข้อมูลข่าวสารต่างๆที่เกี่ยวข้องทาง หมู่บ้านให้กับนักท่องเที่ยว จนนักท่องเที่ยวเกิดความสนใจและอยากจะมาเที่ยวชมหมู่บ้าน ซึ่งเป็นการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ของหมู่บ้านได้อีกทางหนึ่ง

เจ้าหน้าที่ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

จากการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายพบว่า เจ้าหน้าที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ถือได้ว่าเป็นสื่อ บุคคลที่สำคัญที่ได้มีส่วนช่วยประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ของทางหมู่บ้านได้ เป็นอย่างดี โดยเฉพาะการช่วยแนะนำและให้ข้อมูลข่าวสารต่างๆเกี่ยวกับในหมู่บ้านให้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่ได้ติดต่อสอบถามข้อมูลเข้ามา และยังช่วยแนะนำข้อมูล ข่าวสารต่างๆ เกี่ยวกับในหมู่บ้านให้สื่อมวลชนต่างๆที่อยากได้ข้อมูลข่าวสารของทางหมู่บ้าน ดัง คำบอกเล่าของคุณจรรยา เจือไทย ประธานกลุ่มโฮมสเตย์ตลาดน้ำบ้านท่าคา ที่ได้เล่าให้ฟังว่า

“การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ก็ช่วยเป็นส่วนใหญ่เลย ได้ช่วยเหลือประชาสัมพันธ์ให้ ตลอดในเรื่องของโฮมสเตย์และตลาดน้ำท่าคา จนกระทั่งเคยส่งชุมชนเข้าประกวดระดับประเทศ เมื่อปี 2550 และได้รับรางวัลชุมชนดีเด่น” (จรรยา เจือไทย , สัมภาษณ์ , 20 ธันวาคม 2551)

คุณธวัช บุญพัต อดีตกำนันตำบลปลายโพงพาง และประธานชมรมหมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านทรงไทยปลายโพงพาง ได้กล่าวว่า

“เจ้าหน้าที่ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้ช่วยหมู่บ้านของเราเยอะ ได้มีการแนะนำนักท่องเที่ยวที่ไม่รู้จักหมู่บ้านของเราให้เข้ามาเที่ยวทั้งนักท่องเที่ยวคนไทยและต่างชาติ ซึ่งเป็นการประชาสัมพันธ์หมู่บ้านปลายโพงพางได้อีกทางหนึ่ง” (ธวัช บุญพัต , สัมภาษณ์ , 22 มกราคม 2552)

สื่อเฉพาะกิจ

สื่อเฉพาะกิจเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่ถูกผลิตขึ้นมา โดยมีเนื้อหาที่เฉพาะและมีจุดมุ่งหมายหลักอยู่ที่ผู้รับสารเฉพาะกลุ่ม ผู้ส่งสารสามารถส่งข้อมูลข่าวสารเฉพาะเรื่องให้ผู้รับสารเป้าหมายได้อย่างสอดคล้องเหมาะสม เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการสื่อสารนั้นๆ และยังทำให้ผู้รับสารเป้าหมายได้รับทราบข่าวสารความรู้ได้โดยตรงและถูกต้อง อันจะส่งผลต่อการตัดสินใจ และการลงมือปฏิบัติไปในแนวทางที่ผู้ส่งสารต้องการได้ และจากการสัมภาษณ์พบว่า โฮมสเตย์ทั้ง 3 แห่ง มีการใช้สื่อเฉพาะกิจเข้ามาช่วยในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของหมู่บ้านหลายรูปแบบด้วยกัน ซึ่งมีทั้งที่ผลิตสื่อเฉพาะกิจของหมู่บ้านเอง และสื่อเฉพาะกิจบางส่วนก็มีหน่วยงานภายนอกผลิตขึ้นมาให้ ช่วยประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของหมู่บ้านได้เป็นอย่างดี ซึ่งแบ่งสื่อเฉพาะกิจที่ช่วยส่งเสริมการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวได้ดังนี้คือ

1. แผ่นพับ
2. หนังสือคู่มือการท่องเที่ยว

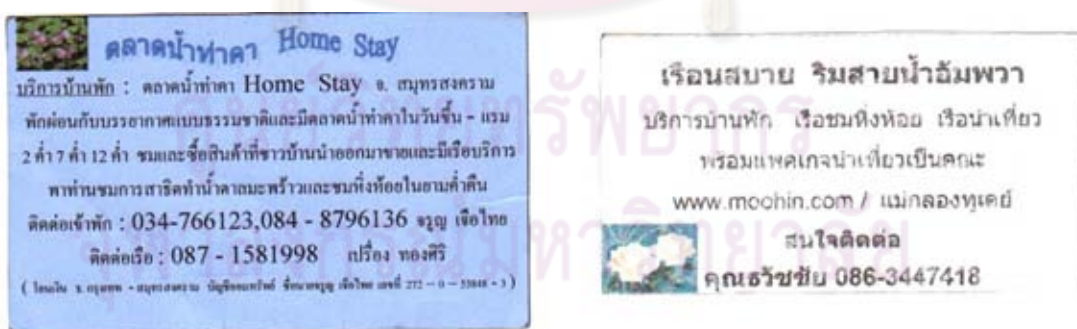
1. แผ่นพับ

จากข้อมูลในการค้นคว้าทางเอกสารต่างๆและจากการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายพบว่า แผ่นพับประชาสัมพันธ์ของทางหมู่บ้าน ถือได้ว่าเป็นสื่อเฉพาะกิจชนิดแรกที่ทางหมู่บ้านได้จัดทำขึ้นมาด้วยตนเอง ในระยะเริ่มแรกของการเปิดขึ้นมา โดยแผ่นพับประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของหมู่บ้านนั้น จะมีลักษณะที่เรียบง่าย ตอนแรกทางกลุ่มผู้นำชุมชนของหมู่บ้านจะนำแผ่นพับที่ทางหมู่บ้านจัดทำขึ้นมาไปฝากวางไว้ตามสถานที่ราชการในตัวจังหวัดสมุทรสงครามเป็นส่วนใหญ่ แต่ระยะหลัง ได้มีการไปฝากวางไว้ตามสถานที่ต่างๆที่มีคนพลุกพล่าน หลังจากนั้น หน่วยงานใน

ภาครัฐ ได้แก่ ศูนย์การท่องเที่ยว กีฬาและนันทนาการจังหวัดสมุทรสงคราม ก็ผลิตแผ่นพับเพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัด เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้และเดินทางมาท่องเที่ยวในหมู่บ้าน นอกจากนี้ ยังใช้นามบัตรแจกนักท่องเที่ยวที่เดินผ่านไปมาบริเวณหน้าบ้านพักโฮมสเตย์อีกด้วย โดยแผ่นพับและนามบัตร จะบอกรายละเอียดของกิจกรรม เบริวิทรศัพท์ ซึ่งส่วนใหญ่มีลักษณะที่เรียบง่าย



ภาพที่ 4.1 แสดงตัวอย่างแผ่นพับของโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม



ภาพที่ 4.2 แสดงตัวอย่างนามบัตรของโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม

2. หนังสือคู่มือการท่องเที่ยว

จากข้อมูลในการค้นคว้าทางเอกสารต่างๆ และจากการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายพบว่า หนังสือคู่มือการท่องเที่ยวเป็นสื่อเฉพาะกิจที่ช่วยประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของหมู่บ้านได้อีกทางหนึ่ง โดยหนังสือคู่มือการท่องเที่ยวเป็นสื่อเฉพาะกิจที่ทางบุคคลภายนอกเป็นผู้จัดทำขึ้น ทางหมู่บ้านท่องเที่ยวเพียงแค່ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของหมู่บ้านแก่บุคคลภายนอกที่มาขอข้อมูลในการจัดทำ โดยส่วนใหญ่จะเป็นหนังสือคู่มือการท่องเที่ยวที่จัดทำขึ้นโดยหน่วยงานของรัฐ เช่น เทศบาลตำบลอัมพวา และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคกลาง รวมทั้งมีบางส่วนที่ภาคเอกชนเป็นผู้ผลิตขึ้นมา เนื้อหาภายในหนังสือคู่มือการท่องเที่ยวส่วนใหญ่ จะมีรายละเอียดที่เกี่ยวกับประวัติความเป็นมา แหล่งท่องเที่ยว แผนที่ กิจกรรมที่น่าสนใจ เทศกาลและงานประเพณี การเดินทาง ที่พักแบบโฮมสเตย์ ร้านอาหาร และของฝาก-ของที่ระลึก ลงไว้อย่างชัดเจน และมีรูปแบบสีสรรที่น่าอ่าน ช่วยดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี



ภาพที่ 4.3 แสดงตัวอย่างคู่มือการท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสงคราม

สื่อมวลชน

สื่อมวลชนเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่ทำให้ข่าวสาร ซึ่งอาจเป็นบุคคลเดี่ยวหรือกลุ่มบุคคล สามารถส่งข่าวสารข้อมูลไปยังผู้รับสารกลุ่มเป้าหมายจำนวนมากและอยู่อย่างกระจัดกระจายได้ ภายในเวลาอันรวดเร็ว และจากการศึกษาพบว่า โฮมสเตย์ทั้ง 3 แห่ง มีการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ ประเภทสื่อมวลชน เข้ามาช่วยในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของหมู่บ้านให้กับนักท่องเที่ยวได้รับรู้ โดยสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสื่อมวลชนเหล่านี้

ทางโฮมสเตย์ทั้ง 3 แห่ง ไม่ได้เป็นผู้ผลิตขึ้นมาเอง แต่มีบุคคลภายนอกเป็นผู้ผลิตขึ้นมา ซึ่งสามารถแบ่งสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสื่อมวลชนที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ ได้ดังนี้ คือ

1. โทรทัศน์
2. วิทยุ
3. หนังสือพิมพ์
4. นิตยสาร
5. เว็บไซต์

1. โทรทัศน์

จากการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายพบว่า สื่อโทรทัศน์เป็นสื่อมวลชนที่ได้ช่วยประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของหมู่บ้านให้กับบุคคลภายนอกได้รับรู้ โดยสื่อโทรทัศน์ที่ได้ช่วยประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวภายในหมู่บ้านนั้น ทางหมู่บ้านไม่ได้เป็นผู้จัดทำหรือผลิตขึ้นมาเอง แต่ได้รับความช่วยเหลือจากบุคคลภายนอกเป็นผู้ผลิตให้ โทรทัศน์ เป็นสื่อมวลชนที่มีบทบาทสำคัญในการประชาสัมพันธ์ โทรทัศน์มีคุณลักษณะที่เด่นและได้เปรียบสื่อมวลชนอื่นๆหลายประเภทตรงที่ โทรทัศน์สามารถนำเอาภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว และเสียงมาเผยแพร่สู่ประชาชนจำนวนมาก ด้วยคุณลักษณะเด่นนี้ เป็นการรวมเอาสื่อมวลชนต่างๆทั้ง 3 ประเภทมารวมกันไว้ในสิ่งเดียวกัน คือ ภาพยนตร์ วิทยุ และหนังสือพิมพ์ สามารถให้ข่าวสาร ความรู้ และสาระบันเทิงด้วยภาพ แสง เสียง จึงไม่น่าแปลกใจเลยว่า เหตุใดโทรทัศน์จึงได้รับความนิยมอย่างกว้างขวาง โดยประชาชนสามารถรับชมรายการได้ใกล้เคียงตามสภาพความเป็นจริงของธรรมชาติของสถานที่ต่างๆ รวมทั้งให้ความเพลิดเพลิน สมจริง ให้ความเข้าใจและประทับใจได้มาก

2. วิทยุ

จากการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายพบว่า สื่อวิทยุเป็นสื่อมวลชนที่ได้ช่วยประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของหมู่บ้านให้กับบุคคลภายนอกได้รับรู้ โดยสื่อวิทยุที่ได้ช่วยประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวภายในหมู่บ้านนั้น ทางหมู่บ้านไม่ได้เป็นผู้จัดทำหรือผลิตขึ้นมาเอง แต่ได้รับความช่วยเหลือจากบุคคลภายนอกเป็นผู้ผลิตให้ โดยวิทยุเป็นเครื่องมือสื่อสารประชาสัมพันธ์ที่มีอิทธิพลเพราะวิทยุคือข่าวสารในรูปของคำพูด เสียงเพลง ดนตรี ข่าว ไปสู่ประชาชนได้อย่างกว้างขวาง ทำให้ประชาชนที่อยู่ห่างไกลตามที่ต่างรับฟังข่าวสารได้ในเวลาอันรวดเร็ว โดยเฉพาะในช่วงแรกของ

การท่องเที่ยว ก็ได้รับความช่วยเหลือจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ที่ช่วยประสานงานฝากข่าวประชาสัมพันธ์ของทางหมู่บ้านท่องเที่ยวไปกับสถานีวิทยุกระจายเสียงคลื่นต่างๆ ได้ช่วยออกประกาศประชาสัมพันธ์ให้ และในช่วงหลังก็มีสถานีวิทยุกระจายเสียงคลื่นต่างๆ ได้ติดต่อเข้ามาเพื่อขอข้อมูลเรื่องราวการท่องเที่ยวของหมู่บ้าน และบางสถานีวิทยุกระจายเสียงก็มีการจัดกิจกรรมพาผู้ฟังมาท่องเที่ยวในหมู่บ้าน

สำหรับหมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านทรงไทยปลายโพงพาง เคยมีสถานีวิทยุที่ได้เข้าติดต่อขอข้อมูล และได้เผยแพร่ออกอากาศเรื่องราวของทางหมู่บ้านจนทำให้นักท่องเที่ยวประทับใจและให้การตอบรับเป็นอย่างดี ด้วยการเดินทางมาท่องเที่ยวภายในหมู่บ้าน คือ สถานีวิทยุคลื่น 106.5 MHz. รายการ Green Wave ของบริษัทเอทีเอ็ม มีเดีย ซึ่งเป็นสถานีวิทยุที่น่าเสนอเรื่องราวการท่องเที่ยวที่ชัดเจนที่สุด ก็ได้มีการนำเสนอเรื่องราวการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของหมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านทรงไทยปลายโพงพาง และบางครั้งก็จัดกิจกรรมพาผู้ฟังมาท่องเที่ยวภายในหมู่บ้านในชื่อโครงการ Green Trip

3. หนังสือพิมพ์

จากการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายพบว่า หนังสือพิมพ์เป็นสื่อมวลชนที่ช่วยประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวให้กับบุคคลภายนอกได้รับรู้ โดยหนังสือพิมพ์ได้ช่วยประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์นั้น ทางหมู่บ้านไม่ได้เป็นผู้จัดทำหรือผลิตขึ้นมาเอง แต่ได้รับความช่วยเหลือจากบุคคลภายนอกเป็นผู้ผลิตให้ หนังสือพิมพ์เป็นเครื่องมือสำคัญในการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์เพราะหนังสือพิมพ์เป็นสื่อมวลชนที่สามารถเข้าถึงประชาชนจำนวนมากและมีระยะเวลาที่กำหนดออกที่แน่นอนเป็นประจำสม่ำเสมอ โดยนำเสนอข่าวสารเรื่องราวหลายด้านที่ประชาชนเฉพาะกลุ่มและประชาชนทั่วไปสนใจ เช่น ข่าวการเมือง เศรษฐกิจ สังคม กีฬา บันเทิง เป็นต้น ในส่วนของโฮมสเตย์นั้น ส่วนใหญ่แล้วจะมีบุคคลภายนอก ซึ่งเป็นคอลัมนิสต์ของหนังสือพิมพ์ต่างๆ ได้ติดต่อเข้ามาเพื่อขอข้อมูลและเข้ามาเที่ยวชมภายในหมู่บ้าน โดยทางหมู่บ้านก็ได้ช่วยเหลือบริการเรื่องต่างๆ เช่น เรื่องที่พัก เรื่องอาหาร ทางหมู่บ้านจะเป็นผู้ออกให้ เพราะถือได้ว่าได้เข้ามาประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของทางหมู่บ้านให้เป็นที่รู้จักแก่บุคคลภายนอก

4. นิติสาร

จากการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายพบว่า สื่อนิติสาร เป็นสื่อมวลชนชนิดแรกๆที่ได้ช่วยประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในรูปแบบของโฮมสเตย์ให้บุคคลภายนอกได้รับรู้ โดยสื่อนิติสาร ที่ได้ช่วยประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของทางหมู่บ้านนั้น ทางหมู่บ้านไม่เป็นผู้จัดทำหรือผลิตขึ้นมาเอง แต่ได้รับความช่วยเหลือจากบุคคลภายนอกเป็นผู้ผลิตให้ นิติสารเป็นเครื่องมือหรือสื่อในการประชาสัมพันธ์ประเภทสิ่งพิมพ์ที่สำคัญ มีรูปเล่มที่กะทัดรัดสวยงาม และมีการพิมพ์ที่ประณีต มีสีสันสวยงามที่ดึงดูดความสนใจของผู้อ่านได้เป็นอย่างดี และเสนอเรื่องราวเฉพาะเรื่องและลึกซึ้งกว่าหนังสือพิมพ์ มีภาพประกอบสวยงาม สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายโดยเฉพาะได้

โดยหมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านทรงไทยปลายโพงพาง นั้นในระยะแรกของการเปิดตัวหมู่บ้านท่องเที่ยว ทางหมู่บ้านได้รับการสนับสนุนจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ช่วยติดต่อประสานให้ทาง อนุสาร อ.ส.ท. ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ซึ่งเป็นนิติสารท่องเที่ยวชั้นนำที่มีบทบาทในการนำเสนอเรื่องราวการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในรูปแบบต่างๆ ได้ลงเรื่องราวของหมู่บ้านท่องเที่ยวแห่งนี้ และมีการเผยแพร่ทางอนุสาร อ.ส.ท. ในปีที่ 40 ฉบับที่ 3 ประจำเดือนตุลาคม พ.ศ.2542 ซึ่งถือได้ว่าเป็นนิติสาร/วารสารฉบับแรกที่ลงเรื่องราวของหมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านทรงไทยปลายโพงพางไว้อย่างน่าประทับใจ เป็นผลทำให้นักท่องเที่ยวให้ความสนใจดังคำบอกเล่าของคุณธวัช บุญพืด อดีตกำนันตำบลปลายโพงพาง และประธานชมรมหมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านทรงไทยปลายโพงพางที่ได้เล่าให้ฟังว่า

“ในระยะแรกของการเปิดตัวหมู่บ้าน เราได้รับความช่วยเหลือจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ติดต่อให้ทางอนุสาร อ.ส.ท. ได้เข้าเขียนเรื่องราวของหมู่บ้านลงในนิติสาร ซึ่งสมัยนั้น เป็นนิติสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่มียอดจำหน่ายสูงสุดในประเทศไทย ถือได้ว่าเป็นสื่อที่มีผู้อ่านที่เป็นนักท่องเที่ยวจริงๆให้ความสนใจ ทำให้หมู่บ้านท่องเที่ยวของเราเป็นที่รู้จักแก่นักท่องเที่ยวมากขึ้นในขณะนั้น” (ธวัช บุญพืด , สัมภาษณ์ , 22 มกราคม 2552)

ดังคำบอกเล่าของคุณจรรยา เจือไทย ประธานกลุ่มโฮมสเตย์ตลาดน้ำบ้านท่าคา ที่ได้กล่าวถึงเรื่องนี้ว่า

“นิติสาร Trip ยอมรับว่าดังมาก พอวางตลาด คนก็โทรมาขึ้นค่า นักท่องเที่ยวต่างชาติมาพักยังถือหนังสือเล่มนี้มา ผมยังประทับใจที่เป็นคนฝรั่งเสส 4-5 คน ขนาดชาวต่างชาติยังรู้เลย” (จรรยา เจือไทย , สัมภาษณ์ , 20 ธันวาคม 2551)

5. เว็บไซต์

จากการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายพบว่า โสมสเตย์ตลาดน้ำบ้านท่าคาและโสมสเตย์บ้านหวาด ไม่ใช้เว็บไซต์ในการประชาสัมพันธ์ที่ทำขึ้นเอง แต่จะใช้บริการข้อมูลทางเว็บไซต์ที่หน่วยงานภายนอกจัดทำให้ โดยในระยะเริ่มแรกของการทำท่องเที่ยวแบบโสมสเตย์นั้น ก็มีการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวผ่านทางเว็บไซต์ต่างๆ โดยได้รับความช่วยเหลือจากเจ้าหน้าที่ของกรมพัฒนาชุมชนจังหวัดสมุทรสงครามที่ช่วยประสานงานกับหน่วยงานต่างๆ ให้ช่วยจัดทำข้อมูลการท่องเที่ยวของทางหมู่บ้านให้ลงตามเว็บไซต์ของหน่วยงานต่างๆ โดยเฉพาะในเว็บไซต์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (www.tat.or.th) ที่มีส่วนช่วยมากในการลงข้อมูลเรื่องการท่องเที่ยวแบบโสมสเตย์ของหมู่บ้าน โดยมีการนำเสนอเนื้อหาต่าง เช่น ชื่อโสมสเตย์ อัตราค่าที่พัก ที่อยู่และเบอร์โทรศัพท์



ภาพที่ 4.4 แสดงหน้าเว็บไซต์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

นอกจากนี้ เว็บไซต์แม่กลองดีและแม่กลองทูเดย์ เป็นเว็บไซต์เอกชนที่ผลิตโดยคนในจังหวัดสมุทรสงครามเองและนำเสนอข้อมูลการท่องเที่ยวภายในจังหวัด ข้อมูลที่พักแบบโฮมสเตย์ สาระ เกร็ดความรู้และคอลัมน์เกี่ยวกับคนรุ่นใหม่



ภาพที่ 4.5 แสดงหน้าเว็บไซต์แม่กลองดี



ภาพที่ 4.6 แสดงหน้าเว็บไซต์แม่กลองทูเดย์

ดังคำบอกเล่าของคุณจรรยา เจือไทย ประธานกลุ่มโฮมสเตย์ตลาดน้ำบ้านท่าคา ที่ได้เล่าให้ฟังว่า

“ผมทำแบบชาวบ้าน ใช้ชนบทรอบน้อมประเพณีแบบท้องถิ่น อย่างเว็บไซต์ บางคนเมตตาสงสาร เขาก็ทำให้ฟรี อย่างการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยก็ทำให้ผม อย่างเกษตรจังหวัดก็เป็นพี่เลี้ยงผมอย่างดี เขาก็ช่วย คือ ฝากที่อยู่ไว้กับเว็บไซต์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ของตัวเองยังไม่มี” (จรรยา เจือไทย , สัมภาษณ์ , 20 ธันวาคม 2551)

ส่วนหมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านทรงไทยปลายโพงพาง ภายหลังจากการที่หมู่บ้านได้เปิดตัวเป็นหมู่บ้านท่องเที่ยวได้ระยะหนึ่ง ซึ่งได้เป็นที่รู้จักแก่นักท่องเที่ยวพอสมควร เมื่อ 2 ปีที่ผ่านมา ทางหมู่บ้านท่องเที่ยวอนุรักษ์บ้านทรงไทยปลายโพงพาง ก็ได้มีการจัดทำเว็บไซต์เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของหมู่บ้านขึ้นมาเองภายใต้เว็บไซต์ที่มีชื่อว่า www.plypong pang.com ซึ่งการจัดทำเว็บไซต์ขึ้นมาเองนี้ ทางหมู่บ้านได้มีการว่าจ้างโปรแกรมเมอร์ให้เป็นจัดทำและดูแลเว็บไซต์ของทางหมู่บ้าน โดยทางหมู่บ้านจะเป็นผู้ดูแลในส่วนเนื้อหาของเว็บไซต์ทั้งหมด และสามารถเข้าไปปรับเปลี่ยนได้ด้วยตัวเอง โดยจะมีโปรแกรมเมอร์ผู้ดูแลเว็บไซต์จะเป็นผู้แนะนำและรับผิดชอบดูแลเรื่องเทคนิคการนำเสนอต่างๆให้ โดยทางหมู่บ้านเป็นผู้เสียเงินค่าใช้จ่ายให้กับโปรแกรมเมอร์เป็นรายปี เฉลี่ยปีละ 3,500 บาท

โดยเนื้อหาของเว็บไซต์ www.plypong pang.com มีการนำเสนอเรื่องราวต่างๆของหมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านทรงไทยปลายโพงพางอย่างละเอียด เช่น ประวัติความเป็นมาของหมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านทรงไทยปลายโพงพาง สถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจภายในหมู่บ้าน ข้อมูลความรู้ต่างๆเกี่ยวกับหิ้งห้อย รายละเอียดของการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวภายในหมู่บ้าน โปรแกรมการท่องเที่ยว อัตราค่าใช้จ่าย รวมทั้งภาพถ่ายต่างๆที่สวยงามในหมู่บ้าน และข้อความประทับใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาภายในหมู่บ้าน

แต่ในปัจจุบันหมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านทรงไทยปลายโพงพาง ไม่ได้ใช้เว็บไซต์ www.plypong pang.com แล้ว ดังคำบอกเล่าของคุณธวัช บุญพัต อดีตกำนันตำบลปลายโพงพาง และประธานชมรมหมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านทรงไทยปลายโพงพางว่า

“เว็บที่เราให้เขาทำปีละ 3,500 บาท มันของบริษัทอะไรก็ 모르 แต่ก็พิมพ์ปลายโพงพาง แต่ว่ามันไม่เวิร์ก ไม่ดี ทำมา 2 ปีแล้ว เราก็เลิกแล้ว คุณทำมาอย่างนี้ คุณก็ประชาสัมพันธ์ ปีนี้ทำอยู่อย่างนี้ ปีหน้าก็ภาพนี้ไม่มีการเปลี่ยนแปลง เราก็หยุด” (วิช บุญพัต , สัมภาษณ์ , 22 มกราคม 2552)

* รูปแบบของเว็บไซต์ในส่วนของเนื้อหาและเทคนิคการนำเสนอการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ที่ควรจะเป็น

จากข้อมูลในการค้นคว้าทางเอกสารต่างๆและจากการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายพบว่า ในส่วนของเนื้อหาในเว็บไซต์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ที่ควรจะเป็น ที่ตามปกติแล้วจะมีรายละเอียดการเดินทาง ราคาที่พักแล้ว ยังเน้นในเรื่องราวของการท่องเที่ยวเป็นส่วนใหญ่ แต่อาจจะแตกต่างในเรื่องเอกลักษณ์ประจำถิ่นของแต่ละแห่ง

หมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านทรงไทยปลายโพงพาง โฮมสเตย์บ้านหัวหาดได้กำหนดเนื้อหาในเว็บไซต์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ ในเรื่องกิจกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ การชมสวน การปั่นจักรยานไปตามสวน ตามวัดต่างๆ การเคี้ยวน้ำตาลมะพร้าว วิ่งเรือบนเลน ดูพัดลมจุดรหัดวิดน้ำเข้านาเกลือ การรื้อเกลือ การแกะกะลาซอ การเขียนลายเบญจรงค์ การนั่งเรืออู๊ปปาของชาวบ้านไปตามลำคลอง และการชมหิ่งห้อยยามค่ำคืน

นอกจากกิจกรรมการท่องเที่ยวแล้ว ยังมีเรื่องของอาหารเด่นประจำจังหวัดสมุทรสงคราม ได้แก่ น้ำปลาแท้ กะปิคลองโคน ปลาสดแพกหนามแดง หอยดอง กุ้งแม่น้ำ ปูไข่ ปลาหูช้าง ที่ผู้คนต่างถิ่นคุ้นเคยกับสัญลักษณ์ของปลาหูแม่กลองว่า “หน้าอกคอกหัก”

สวนสถานที่ท่องเที่ยวที่ไม่ควรพลาดในจังหวัดสมุทรสงคราม ได้แก่ ตลาดร่มหุบ เป็นความมหัศจรรย์ของตลาดริมทางรถไฟ ด้วยภาพการเล่นผ่านของรถไฟในตลาด วัดเพชรสมุทรวรวิหาร มีหลวงพ่อบ้านแหลม ซึ่งเป็นพระพุทธรูปศักดิ์สิทธิ์ของชาวจังหวัดสมุทรสงครามและประชาชนทั่วไป ตลาดน้ำอัมพวา มีอาหารอร่อย ขนมไทย เดินชมนางศิลป์ปะกับวิถีชีวิตชาวบ้าน วัดบางกุ้งเป็นวัดเก่าแก่สมัยกรุงศรีอยุธยา ในสมัยสมเด็จพระเจ้าเอกทัศได้โปรดให้ยกทัพเรือมาตั้งค่ายบางกุ้งและโปรดให้สร้างกำแพงล้อมค่ายขึ้น ต่อมาชาวบ้านได้สร้างวัดเป็นที่ยึดเหนี่ยวจิตใจและในสมัยพระเจ้าตากสินที่นี่กลายเป็นเส้นทางยุทธศาสตร์ที่สำคัญ และทำสงครามกับพม่าที่ยกทัพมาจากเมืองทวาย ต่อมาได้ขนานนามว่า “สงครามค่ายบางกุ้ง” ซึ่งกองทัพไทยเป็นฝ่ายชนะ ส่วนบริเวณค่ายบางกุ้ง มีอุโบสถหลังเก่าที่สร้างขึ้นตั้งแต่กรุงศรีอยุธยา ภายในประดิษฐานหลวง

พ่อค้าโบสถ์น้อย ชาวบ้านเรียกว่า “โบสถ์หลวงพ่อค้า” ปัจจุบันโบสถ์ทั้งหลังถูกปกคลุมด้วยต้นโพธิ์ ต้นไทร ต้นไกร และต้นกร่าง จึงเรียกกันว่า “โบสถ์ปกโพธิ์” สวดยงามจนได้รับการยกย่องให้เป็นหนึ่งใน Unseen in Thailand โดยภายในมีจิตรกรรมเขียนสีสมัยอยุธยาตอนปลาย พระบรมรูปสมเด็จพระเจ้าตากสิน สระน้ำโบราณและอุทยานปลาที่ทำน้ำหน้าวัด ทะเลคลองโคน มีเรือวิ่งบนเลน ใกล้ชิดกับธรรมชาติของป่าชายเลน ดอนหอยหลอด อาสนวิหารแม่พระบังเกิด ลักษณะเด่นของอาสนวิหารนี้ สร้างมานานกว่าหนึ่งทศวรรษแล้ว เป็นศิลปะโกธิก สร้างด้วยอิฐเผาผนังฉาบด้วยปูนดำกับน้ำเชื่อมจากอ้อยใสสีดำ ประดับด้วยกระจกสีสวยงามจากประเทศฝรั่งเศส และเป็นโบสถ์คริสต์ที่สวยงามและเก่าแก่ที่สุดแห่งหนึ่งในประเทศไทย อุทยาน ร.2 เป็นอุทยานพระบรมราชานุสรณ์ของรัชกาลที่ 2 แวดล้อมไปด้วยแมกไม้نانาพันธุ์ เป็นอาคารทรงไทย ภายในจัดแสดงศิลปะโบราณวัตถุสมัยต้นรัตนโกสินทร์ และวัดบางแค่น้อย มีอุโบสถไม้สักแกะสลัก ฟื้นฟูด้วยไม้ตะเคียนทองหน้ากว้างสี่สิบนิ้ว

ส่วนโฮมสเตย์ตลาดน้ำบ้านท่าคา จะเน้นในส่วนของตลาดน้ำท่าคา อำเภออัมพวา เป็นตลาดน้ำเก่าแก่นับร้อยปีที่ยังเหลืออยู่ มีประวัติศาสตร์ มีความเชื่อมโยงกับวิถีชีวิตชุมชนชาวน้ำ เช่นเดียวกับตลาดน้ำอื่นๆในอดีตซึ่งเป็นตลาดนัด ที่ชาวบ้านชุมชนชาวสวนท่าคาตกลงนัดกันมานานว่า ทุกวันขึ้นหรือแรม 2 ค่ำ 7 ค่ำ 12 ค่ำ จะนัดกันเพื่อผลิตผลทางการเกษตรในสวนของตน เช่น พริก หอม กระเทียม ใบยาจืด มะพร้าว น้ำตาลมะพร้าว ผลไม้ต่างๆ รวมทั้งขนม ของกินของใช้ต่างๆ พายเรือมาทำการแลกการแลกเปลี่ยนซื้อขายกัน ในขณะที่เป็นวันขึ้นหรือแรมอื่นๆจะมีการนัดกันที่จุดอื่นๆ บริเวณที่เป็นชุมทางหรือชุมชนทางน้ำ เช่นคลองบางน้อย บางนกแขวก บางจาก อัมพวา วนเวียนไปตามปฏิทินทางจันทรคติ ซึ่งตลาดน้ำแห่งนี้เป็นตลาดน้ำตามความเป็นจริง ไม่ได้มีขึ้นเพื่อเอาใจนักท่องเที่ยว แต่เป็นวิถีชีวิตเป็นวัฒนธรรมของชุมชนท่าคา ดังคำบอกเล่าของคุณจรรยา เจือไทย ประธานกลุ่มโฮมสเตย์ตลาดน้ำบ้านท่าคา ที่ได้เล่าให้ฟังว่า

“ตลาดน้ำที่นี่ เป็นตลาดน้ำโบราณ พยายามอนุรักษ์ไว้ให้เหนียวแน่น จะอนุรักษ์ไว้ไม่ให้เศรษฐกิจเข้ามา เพราะเราทำแบบชาวบ้าน” (จรรยา เจือไทย , สัมภาษณ์ , 20 ธันวาคม 2551)

ในส่วนขอเทคนิคการนำเสนอในเว็บไซต์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ที่ควรจะเป็นนั้น จากการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายพบว่า กลุ่มเป้าหมายต้องการนำเสนอความเป็นจริงที่เป็นธรรมชาติ ความสวยงามตามธรรมชาติที่เป็นรูปภาพจริงไม่มีการตกแต่ง และสร้างความเข้าใจชัดเจนในสิ่งที่ต้องการสื่อสารในเว็บไซต์ โดยการให้รูปภาพมีความสัมพันธ์กับเนื้อหาในเว็บไซต์ เช่น มีกิจกรรมการเดินชมสวน ก็ต้องมีรูปนักท่องเที่ยวเดินชมสวน หรือถ้าเป็นตลาดน้ำ ก็ต้องมีรูปภาพแม่ค้า

พายเรือในตลาคน้ำ นอกจากนี้ ควรมีการนำเสนอจัดวางรูปแบบให้ดูเรียบง่าย แยกเป็นสัดส่วน ชัดเจน ดูไม่แน่นจนเกินไป สร้างความรู้สึกสม่ำเสมอ เรียบร้อย เป็นกันเอง ดังคำบอกเล่าของคุณ วินัย แก้วนิลกุล ผู้ใหญ่บ้านตำบลเหมืองใหม่และผู้ประกอบการโฮมสเตย์บ้านหัวหาดเล่าให้ฟังว่า

“เรื่องเทคนิคอยากให้มีภาพสวยๆเป็นธรรมชาติ น่าสนใจ เป็นภาพจริงอย่างเดินท่องสวน ก็ต้องมีนักท่องเที่ยวท่องสวน ให้มีรูปนักท่องเที่ยวด้วย” (วินัย แก้วนิลกุล , สัมภาษณ์ , 20 ธันวาคม 2551)

* การเกิดปฏิกริยาของกลุ่มเป้าหมาย เมื่อดูเว็บไซต์

จากการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายพบว่า หากกลุ่มเป้าหมายทำเว็บไซต์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ของตนขึ้นมา ก็เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้มาสัมผัสการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม และต้องการประชาสัมพันธ์ให้คนที่มาชมเว็บไซต์ทราบว่า การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์แท้จริงแล้ว เป็นการอยู่ร่วมกับเจ้าของบ้านเกษตรกรผู้เป็นเจ้าของสวน และกินนอน ทำกิจกรรมร่วมกับเจ้าของบ้านตามวิถีชีวิตปกติ โดยนักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสชีวิตที่ไม่ได้ปรุงแต่ง ได้เห็น ได้ร่วมกิจกรรมในอาชีพของเจ้าของบ้าน ที่ดูแลบริการเหมือนลูกหลาน

ด้วยจิตใจที่ดูแลแบบชาวบ้านชาวสวนที่ปฏิบัติต่อกับนักท่องเที่ยว คือ รับนักท่องเที่ยวเหมือนลูกหลาน เหมือนญาติ ไม่ได้คิดเป็นธุรกิจอะไร ทำเพื่อให้มีเพื่อนแก้เหงา เจ้าของบ้านกินอะไร นักท่องเที่ยวก็กินอย่างนั้น กลางวันก็ช่วยทำกิจกรรมในสวน เช่น เก็บมะพร้าว ซึ่งเป็นลักษณะที่แตกต่างจากจิตใจที่จะให้บริการแบบพนักงานบริการของโรงแรม ที่เป็นลูกค้าและค่าใช้จ่ายต่ำกว่ากันมาก เช่น พัก 1 คืน อาหาร 2 มื้อ และยังมีอาหารให้ใส่บาตรพระตอนเช้าอีกด้วย ทั้งหมดนี้ราคา 350-500 บาท

นี่คือ ข้อแตกต่างที่สำคัญ หากนักท่องเที่ยวไปพักตามโรงแรม นักท่องเที่ยวอาจได้รับบริการที่มีมาตรฐานสูงกว่า ซึ่งเป็นลักษณะของการท่องเที่ยวที่ต่างกัน ที่เป็นทางเลือกสำหรับนักท่องเที่ยว แต่ถ้ามาพักโฮมสเตย์ที่จังหวัดสมุทรสงครามนั้น นักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสความเรียบง่าย ไม่มีแสงสีความอึกทึก ตกกลางคืนจะได้ยินเสียงหิ่งห้อยหรือเห็นดาว นั่งเรือไปดูหิ่งห้อย อากาศเย็นสบาย ยามเช้าได้ใส่บาตรพระทางเรือ ตอนสายก็ออกไปเที่ยวหรือนั่งพูดคุยกับเจ้าของบ้าน เป็นต้น ดังคำบอกเล่าของคุณวินัย แก้วนิลกุล ผู้ใหญ่บ้านตำบลเหมืองใหม่และผู้ประกอบการโฮมสเตย์บ้านหัวหาด คุณจรรยา เจือไทย ประธานกลุ่มโฮมสเตย์ตลาคน้ำบ้านท่าคา ได้กล่าวถึงเรื่องนี้ว่า

“อยากให้นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวที่นี่ อยากให้คนมาเที่ยวปลูกต้นไม้ อาจปลูกส้มโอหรือมะพร้าว แล้วอีก 3 ปี ให้เขามาเก็บกิน ให้เป็นต้นไม้ของเขา อยากให้มาเที่ยวที่นี่ อยากให้มาสมุทรสงครามและทำกิจกรรมกับเจ้าของบ้าน” (วินัย แก้วนิลกุล , สัมภาษณ์ , 20 ธันวาคม 2551)

คุณจรรยา เจือไทย ประธานกลุ่มโฮมสเตย์ตลาดน้ำบ้านท่าคา ได้กล่าวถึงเรื่องนี้ว่า

“อยากให้เข้าใจว่า ตลาดน้ำท่าคา เป็นของโบราณ อยากให้คนสนใจ และที่นี้รัชกาลที่ 5 เคยเสด็จ และพยายามให้เน้นให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวของตำบลท่าคาอีกแห่งหนึ่ง ด้วยเสน่ห์ของชาวบ้านที่นี่ ใครเข้ามาแล้วก็แล้วแต่ ยิ้มรับหมดเลย เป็นกันเอง” (จรรยา เจือไทย , สัมภาษณ์ , 20 ธันวาคม 2551)

4.2 ปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม

* ปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม

จากการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ คุณธวัช บุญพัต อดีตกำนันตำบลปลายโพงพาง และประธานชมรมหมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านทรงไทยปลายโพงพาง คุณวินัย แก้วนิลกุล ผู้ใหญ่บ้านตำบลเหมืองใหม่และผู้ประกอบการโฮมสเตย์บ้านหัวหาด และคุณจรรยา เจือไทย ประธานกลุ่มโฮมสเตย์ตลาดน้ำบ้านท่าคา ทำให้ผู้วิจัยได้ทราบปัญหาและอุปสรรคโดยรวมในการพัฒนาเว็บไซต์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ เพื่อค้นหาแนวทางการพัฒนาเว็บไซต์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ให้มีประสิทธิภาพตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้น ได้แก่

1. ปัญหาด้านการพึ่งพาตัวแทนนำเที่ยว

ปัญหาด้านการพึ่งพาตัวแทนนำเที่ยวเป็นปัญหาและอุปสรรคส่วนหนึ่งในการพัฒนาเว็บไซต์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ โดยปัจจุบันรูปแบบการประกอบกิจการด้านการท่องเที่ยวแบ่งเป็น 2 ประเภทคือ ธุรกิจการท่องเที่ยวโดยตรง และธุรกิจอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น บริการนำเที่ยว

วิธีการที่เป็นอุปสรรคที่สำคัญ คือ การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์จำเป็นต้องมีการพึ่งพาตัวแทนนำเที่ยวในการติดต่อกับนักท่องเที่ยว ซึ่งหากมีความขัดแย้งเกิดขึ้นกับบุคคลเหล่านั้น ก็จะเป็นไปได้สูงที่ผู้ประกอบการโฮมสเตย์จะต้องสูญเสียนักท่องเที่ยวบางกลุ่ม หรือหากต้องการช่องทางในการเข้าถึงนักท่องเที่ยว ก็จะต้องติดต่อกับตัวแทนอื่นหรือตัวแทนในเขตเมืองให้มากขึ้น นอกจากนี้ การพึ่งพากลุ่มบุคคลเหล่านั้น ทำให้ขาดโอกาสในการรับนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่นที่ไม่รู้จักหรือกลุ่มที่ไม่ได้ติดต่อผ่านกลุ่มบุคคลเหล่านั้นได้เช่นกัน และยังทำให้ไม่มีโอกาสตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของนักท่องเที่ยวได้อย่างเต็มที่และรวดเร็ว

ดังนั้น สิ่งที่เป็นปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญที่ผู้ประกอบการการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์จะต้องเร่งปรับปรุงขณะนี้มีหลายประการ เช่น ปัญหาด้านบุคลากร ปัญหาด้านราคา เป็นต้น ซึ่งการพึ่งพาตัวแทนนำเที่ยวมากเกินไปก็เป็นปัญหาหลักประการหนึ่งที่ทำให้เกิดความไม่คล่องตัวและเสี่ยงต่อการเสียนักท่องเที่ยวบางกลุ่มไป หากเกิดความขัดแย้ง

ส่วนทัศนคติของผู้ประกอบการโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงครามเอง ก็เป็นปัญหาและอุปสรรคอีกประการหนึ่ง เนื่องจากผู้ประกอบการโฮมสเตย์ มักจะคิดว่ายังมีนักท่องเที่ยวที่ให้ความสนใจกับการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์อยู่ ทำให้ไม่มีการเตรียมการและปรับตัวให้พร้อมรับกับการแข่งขันที่มากขึ้นในปัจจุบัน ด้วยเหตุผลในเรื่องการพึ่งพาตัวแทนนำเที่ยวและความคิดของผู้ประกอบการโฮมสเตย์เอง จึงเป็นเหตุให้ผู้ประกอบการโฮมสเตย์ ไม่ใช้เว็บไซต์ในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์

2. ปัญหาด้านบุคลากร

ผู้ประกอบการโฮมสเตย์ส่วนใหญ่ไม่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการสื่อสารด้วยระบบอินเทอร์เน็ต แต่ทราบมาบ้างว่า อินเทอร์เน็ตเป็นผลดีต่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ แต่เนื่องจากการใช้ประโยชน์จากเครือข่ายอินเทอร์เน็ตนั้น ผู้ใช้จะต้องมีความรู้ทางด้านคอมพิวเตอร์และภาษาอังกฤษในระดับที่ดีพอสมควร จึงจะสามารถทำการศึกษาค้นคว้าและสามารถความคิดเห็นแลกเปลี่ยนได้ ดังนั้น ปัญหาและอุปสรรคด้านนี้จึงเปรียบเสมือนข้อจำกัดที่ไม่สามารถใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ตได้ ในกรณีของผู้ประกอบการโฮมสเตย์ ซึ่งเป็นชาวสวนผู้สูงอายุด้วยแล้ว ก็ยังไม่มีเวลาพัฒนาความรู้ความสามารถในเรื่องของระบบอินเทอร์เน็ตและเว็บไซต์ รวมทั้งต้องรับผิดชอบงานมากกว่า 1 อย่าง เพราะต้องดูแลพืช ผัก ผลไม้ในภายในสวนของตนและดูแลต้อนรับนักท่องเที่ยว ก็ยังไม่มีโอกาสที่จะใช้ประโยชน์ทางอินเทอร์เน็ตแต่อย่างใด

3. ปัญหาด้านราคา

ผู้ประกอบการโฮมสเตย์ได้รับการติดต่อจากบริษัทผู้จัดทำและออกแบบเว็บไซต์ในแต่ละเดือนเป็นจำนวนมาก แต่เนื่องจากผู้ประกอบการโฮมสเตย์ส่วนใหญ่มักคิดว่า ค่าบริการในการจัดทำเว็บไซต์ยังคงมีราคาสูง ทำให้ผู้ประกอบการโฮมสเตย์ ซึ่งเป็นชาวสวนที่ดำรงชีวิตด้วยการขายพืชผักผลไม้ต่างๆ ที่มีรายได้แบบพอเลี้ยงตัวเอง จึงเลือกใช้สื่อบุคคลเป็นหลัก เพราะไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายแต่อย่างใด ดังนั้น ผู้ประกอบการโฮมสเตย์จึงตัดสินใจไม่ใช้เว็บไซต์ในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์

4.3 ข้อเสนอแนะในการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม

* ข้อเสนอแนะในการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม

จากการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ คุณธวัช บุญพัต อดีตกำนันตำบลปลายโพงพาง และประธานชมรมหมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านทรงไทยปลายโพงพาง คุณวินัย แก้วนิลกุล ผู้ใหญ่บ้านตำบลเหมืองใหม่และผู้ประกอบการโฮมสเตย์บ้านหัวหาด และคุณจรรยา เจือไทย ประธานกลุ่มโฮมสเตย์ตลาดน้ำบ้านท่าคา ทำให้ผู้วิจัยได้ข้อเสนอแนะในการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ ได้แก่

1. การสนับสนุนช่วยเหลือของภาครัฐ

กลุ่มเป้าหมายได้รับรู้ว่า การดำเนินกิจการการท่องเที่ยวในปัจจุบันมีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนไปในรูปของการนำอินเทอร์เน็ตเข้ามาช่วยอำนวยความสะดวกและขยายโอกาสทางการค้าในประเทศมากขึ้น

โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับการท่องเที่ยวด้วยแล้ว ประเทศไทยนับว่ามีความได้เปรียบทางด้านนี้ เนื่องจากมีศักยภาพและมีความพร้อมในด้านแหล่งท่องเที่ยว ดังนั้น รัฐบาลควรให้การส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์อย่างจริงจัง ให้มีการขยายตัวโดยใช้ทรัพยากรธรรมชาติและทรัพยากรบุคคลไทยที่มีอยู่แล้ว บวกเข้ากับเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่ช่วยส่งเสริมศักยภาพในการแข่งขันของประเทศให้ได้มากยิ่งขึ้น โดยรัฐควรมีการลงทุนในเรื่องการให้ความรู้และฝึกอบรมในเรื่องอินเทอร์เน็ตให้มากและกว้างขวางแก่ผู้ประกอบการโฮมสเตย์อย่างจริงจัง เพื่อได้มองเห็น

ความสำคัญการสื่อสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ตและได้มีการนำเอาระบบนี้มาใช้ให้เป็นประโยชน์กับการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ ซึ่งหากผู้ประกอบการโฮมสเตย์เหล่านั้นริเริ่มนำระบบอินเทอร์เน็ตมาใช้ในโฮมสเตย์ ก็จะทำให้มีโอกาสดูเพิ่มและทำให้นักท่องเที่ยวรู้จักโฮมสเตย์ไปได้อีกมาก เนื่องจากไม่มีข้อจำกัดด้านเวลา สถานที่ และปริมาณของข้อมูลที่จะนำเสนอ จึงสามารถนำเสนอผ่านสื่อเว็บไซต์ไปได้ทั่วโลกทุกวันตลอด 24 ชั่วโมง โดยนักท่องเที่ยวสามารถค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวได้ด้วยตัวเอง

นอกจากนี้หน่วยงานที่รับผิดชอบในเรื่องโดยตรงควรเข้ามาช่วยเหลือผู้ประกอบการการท่องเที่ยว โดยเฉพาะผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็ก ในการเป็นแหล่งรวบรวมเว็บไซต์ทางด้านการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ของประเทศอีกด้วย

2. การรวมตัวกันของผู้ประกอบการโฮมสเตย์

ปัญหานี้จะลดน้อยลงหรือหมดไปได้ หากผู้ประกอบการโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม มีการรวมตัวเป็นเครือข่าย เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม สร้างความร่วมมือร่วมใจภายในชุมชนของตน ทำให้การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงครามเกิดการท่องเที่ยวที่ครบวงจร ซึ่งก่อให้เกิดการกระจายรายได้สู่คนในชุมชน ซึ่งน่าจะลดการพึ่งพาอาศัยตัวแทนนำเที่ยวได้อีกทางหนึ่ง

3. การปรับราคาลงของบริษัทผู้จัดทำและออกแบบเว็บไซต์

หากบริษัทผู้จัดทำและออกแบบเว็บไซต์เสนอค่าบริการราคาถูกลงและให้ความรู้ความเข้าใจทางด้านอินเทอร์เน็ตบ้าง รวมทั้งมีความซื่อสัตย์ให้การดูแลรักษาเว็บไซต์แทนผู้ประกอบการโฮมสเตย์ได้ ก็อาจทำให้ผู้ประกอบการโฮมสเตย์หันมาสนใจการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ผ่านทางเว็บไซต์ได้อีกทางหนึ่ง

กลุ่มที่ 2 คือ ผู้ดูแลเว็บไซต์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรสงคราม จำนวน 2 ท่าน และศึกษาจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง โดยจะแบ่งออกเป็นข้อ ดังนี้คือ

- 4.4 ลักษณะการใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์
- 4.5 ปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม
- 4.6 ข้อเสนอแนะในการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม

4.4 ลักษณะการใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์

*** คุณลักษณะที่ทำให้ผู้ประกอบการโฮมสเตย์เลือกใช้สื่อเว็บไซต์ในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์**

จากการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ คุณมานพ มีศิริ เว็บมาสเตอร์ของเว็บไซต์แม่กลองทูเดย์ คุณมาริลีน โตเดชะวัฒนา เว็บมาสเตอร์ของเว็บไซต์แม่กลองดี พบว่า ความคิดในการจะทำเว็บไซต์ขึ้นมาสักแห่ง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง สำหรับการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์แล้ว คำถาม เช่น การทำเว็บไซต์ขึ้นมาคุ้มค่างบเงินที่เสียไปหรือเปล่า จำเป็นจะต้องทำเว็บไซต์ใหม่ และ คำถามอีกมากมายที่เป็นเหตุให้ไม่สามารถตัดสินใจในการทำเว็บไซต์ได้ หากพิจารณาแล้วไม่คุ้มก็ไม่ควรทำเว็บไซต์ ดังนั้น ผู้ประกอบการโฮมสเตย์จำเป็นต้องพิจารณาก่อนว่า เหตุใดจึงจำเป็นต้องทำเว็บไซต์เพื่อประชาสัมพันธ์ที่พักโฮมสเตย์ของตน ซึ่งแบ่งได้ดังนี้คือ

1. ความสามารถที่เผยแพร่ได้ทั่วโลก
2. การที่สามารถทำงานแบบ Interactive
3. การที่สามารถทำเป็นระบบมัลติมีเดียได้
4. การจัดทำเว็บไซต์คุ้มค่าง่าสื่ออื่นๆ
5. การปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัยได้ตลอดเวลา

1. ความสามารถที่เผยแพร่ได้ทั่วโลก

การตั้งเว็บไซต์ขึ้นมาแต่ละแห่ง สถานที่ต่างๆในการตั้งไม่ว่าจะเป็นประเทศใด ทวีปใด ล้วนแล้วแต่มีสิ่งที่มีผลกระทบต่อเว็บไซต์เหล่านั้นน้อยมาก เว้นแต่ไปตั้งอยู่ในประเทศที่มีนโยบาย การป้องกันข้อมูลหรือนโยบายต่างประเทศและเสรีภาพที่ยังมีข้อจำกัดอยู่ ส่วนที่ตั้งของเว็บไซต์ และสถานที่จดทะเบียนของเว็บไซต์จะไม่ขึ้นต่อกัน คือ ไม่จำเป็นต้องตั้งเว็บไซต์และจดทะเบียนใน ประเทศไทยเท่านั้น แต่อาจจะไปจดทะเบียนเว็บไซต์ที่ต่างประเทศได้

ไม่ว่าจะจดทะเบียนหรือตั้งที่ประเทศใดก็ตาม เว็บไซต์นั้นก็สามารถให้ผู้คนจากทั่วทุกมุม โลกเข้ามาเยี่ยมชมได้ตลอด 24 ชั่วโมง ผู้ชมเองก็มักไม่ได้สนใจว่าเว็บไซต์ที่กำลังเข้าชมนั้นอยู่ที่ ประเทศใด แต่ผู้ชมต้องการเพียงข้อมูลที่ต้องการเท่านั้น

2. การที่สามารถทำงานแบบ Interactive

การทำงานในลักษณะการโต้ตอบกันได้ เป็นจุดเด่นอีกจุดหนึ่ง ซึ่งเอกสารหรือหนังสือใดๆ ไม่สามารถทำได้ การโต้ตอบแบบนี้ทำให้ผู้ใช้เอกสารที่ถูกสร้างไว้บนเว็บไซต์สามารถไปยังหน้าที่ ตนเองต้องการได้ทันทีเพียงปลายนิ้วสัมผัส อีกทั้งยังสามารถกิจกรรมอื่นๆ เช่นการฝากข้อความไว้ ที่เว็บบอร์ด การคุยโต้ตอบแบบเรียลไทม์ เช่น การให้บริการทางด้านห้องสนทนา (Chat Room) หรือแม้แต่การซื้อสินค้าต่างๆ โดยไม่จำเป็นจะต้องเดินซื้อของจากร้านนั้นจริงๆ จุดนี้เองเป็นจุด กำเนิดของนวัตกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งกำลังกระทบทุกชีวิตบนโลกมนุษย์ในปัจจุบันและ อนาคต นอกจากนี้ ยังมีคุณสมบัติของการสื่อสารสองทาง ทำให้สามารถรู้การตอบสนองจาก กลุ่มเป้าหมายได้ภายในเวลาอันรวดเร็ว โดยสำรวจความคิดเห็นของผู้ชมผ่านแบบสอบถามบน เว็บไซต์ หรือหน้าให้อีเมลล์ตอบกลับ

3. การที่สามารถทำเป็นระบบมัลติมีเดียได้

จุดเด่นที่สำคัญของเว็บไซต์ คือ ความสามารถในการทำงานในลักษณะของมัลติมีเดีย ซึ่ง ประกอบไปด้วยข้อความ เสียง รูปภาพ ภาพวิดีโอ ภาพเคลื่อนไหว ฯลฯ ซึ่งทำให้เอกสาร อิเล็กทรอนิกส์ที่อยู่บนเว็บไซต์มีความน่าสนใจมากกว่าการอ่านหนังสือแบบปกติ ในปัจจุบัน เทคโนโลยีของมัลติมีเดียก้าวหน้าไปมาก ซึ่งทำให้ความเร็วของการดึงเอกสารเป็นไปด้วยความ รวดเร็วและน่าสนใจ

4. การจัดทำเว็บไซต์คุ้มค่าง่าสื่ออื่นๆ

ในมุมมองของกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้เชี่ยวชาญทางด้านคอมพิวเตอร์มีความเห็นว่า การจัดทำเว็บไซต์นั้น เมื่อเทียบกับสื่ออื่นๆ ในด้านปริมาณที่ต้องการนำเสนอ ความถี่ในการเผยแพร่ และระยะเวลานำเสนอที่ไม่จำกัด เมื่อเทียบกันแล้ว ค่าใช้จ่ายในการจัดทำเว็บไซต์ และระบบฐานข้อมูลที่ทันสมัยจะมีราคาถูกและคุ้มค่าง่าสื่ออื่นๆ โดยในปัจจุบันค่าใช้จ่ายในการจัดทำเว็บไซต์ อาจไม่จำเป็นต้องเสียค่าใช้จ่ายในการเช่าพื้นที่ตั้งเว็บไซต์หรืออาจต้องเสียค่าใช้จ่ายตั้งแต่ไม่กี่ร้อยบาท จนกระทั่งถึงหลายหมื่นบาทต่อเดือน ซึ่งทั้งนี้แล้วแต่ความต้องการของแต่ละคน ว่าต้องการจะใช้เว็บไซต์มีความสามารถแบบใด หากต้องการที่จะนำเว็บไซต์มาใช้ในการประชาสัมพันธ์ต่างๆ ก็ถือว่าคุ้มค่าในการลงทุน

5. การปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัยได้ตลอดเวลา

ความสามารถในการให้เจ้าของเว็บไซต์สามารถปรับปรุงข้อมูลบนเว็บไซต์ เป็นสิ่งที่แตกต่างไปจากการปฏิบัติในการพิมพ์ลงกระดาษแบบดั้งเดิมโดยสิ้นเชิง การจัดพิมพ์แบบที่เป็นอยู่ตั้งแต่อดีตที่ผ่านมา คือ เอกสารใดก็ตามที่พิมพ์ออกมาแล้ว หากเกิดความผิดพลาดในตัวเอกสารจากการพิมพ์หรือต้องการจะเปลี่ยนข้อความในเอกสาร วิธีที่จะสามารถทำได้ คือ การพิมพ์เอกสารเหล่านี้อีกครั้ง ซึ่งนั่นหมายถึงค่าใช้จ่ายนั่นเอง การทำเว็บไซต์ คือ การสร้างเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ที่สามารถตีพิมพ์ได้ทันทีโดยไม่ต้องพิมพ์กระดาษ เอกสารบนเว็บไซต์สามารถเปลี่ยนแปลงแก้ไขได้ตลอดเวลา เมื่อแก้ไขเสร็จก็สามารถตีพิมพ์ได้ทันทีโดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม

*** ความแตกต่างของเว็บไซต์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม กับเว็บไซต์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ที่อื่น**

จากการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายพบว่า การทำเว็บไซต์การท่องเที่ยวโดยทั่วไปแล้วมีพื้นฐานการทำเว็บไซต์เหมือนกัน แต่จะอยู่ที่เนื้อหาว่า ออกมาในลักษณะใด ถ้าเป็นเว็บไซต์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงครามแล้วจะไม่เหมือนที่อื่น โดยเว็บไซต์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม ถ้าเปรียบเทียบกับเว็บไซต์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์จากจังหวัดอื่นหรือที่อื่นนั้น เว็บไซต์ของที่นี่จะหรรษาอลังการ ใกล้เคียงเว็บไซต์ของรีสอร์ท

จากการที่นักท่องเที่ยวที่เคยพักโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม ได้เข้าไปที่เว็บไซต์ ผู้ประกอบการโฮมสเตย์ในสมุทรสงครามก็จะตอบแบบเป็นกันเอง จะไม่เหมือนกับธุรกิจมากเกินไป ผู้ประกอบการโฮมสเตย์การบางคนเป็นผู้สูงอายุ ไม่มีความรู้ความสามารถทางด้านคอมพิวเตอร์ ก็มักจะฝากให้คนรู้จักที่พอทำเว็บไซต์ได้ ช่วยทำ ดังนั้น เว็บไซต์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม มีความเรียบง่าย โดยเว็บไซต์หนึ่งจะมีเพียง 3-4 หน้า เท่านั้น ส่วนกราฟฟิกและแอนิเมชัน (Animation) จะไม่ค่อยใช้ เพราะจะทำให้การเปิดเว็บไซต์ช้าลง ดังคำบอกเล่าของคุณมานพ มีศิริ เว็บมาสเตอร์ของเว็บไซต์แม่กลองทูเดย์

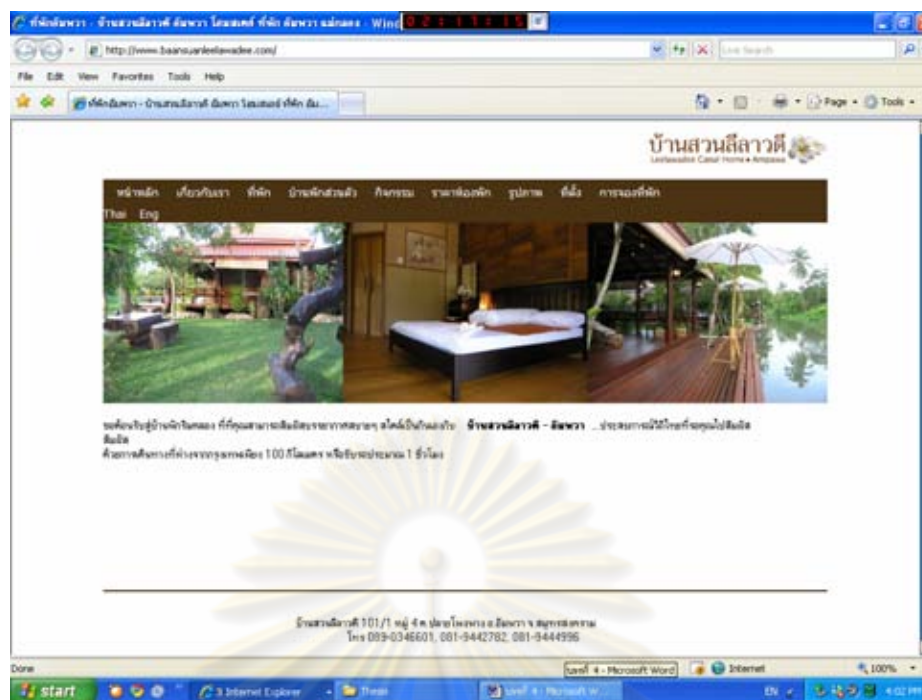
“เว็บไซต์ของที่นี่ มันจะไม่หวือหวา ถ้าเราจะไปดูแอนิเมชันจะไม่ค่อยมี เป็นลักษณะเรียบง่าย เว็บหนึ่งมี 3-4 หน้า จะไม่มีอะไรมากมาย แต่ก็ เป็นผลดี เพราะไทยไม่ได้มีอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงทั่วไปหมด จะแต่ก็แต่โมเด็ม 56 k ถ้าทำเว็บที่มีแอนิเมชันเยอะ เว็บโหลดช้า แต่เว็บที่นี่จะเปิดเร็วมาก” (มานพ มีศิริ, สัมภาษณ์, 11 มกราคม 2552)

คุณมาริลีน โตเดชะวัฒนา เว็บมาสเตอร์ของเว็บไซต์แม่กลองดีที่ได้กล่าวถึงเรื่องนี้ว่า

“จุดเด่นของเว็บไซต์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ของที่นี่ จะเป็นมุมมองเรื่องความสวยงาม อ่านง่าย เรียบง่าย เป็นระเบียบ” (มาริลีน โตเดชะวัฒนา, สัมภาษณ์, 11 มกราคม 2552)



ภาพที่ 4.7 แสดงความแตกต่างของเว็บไซต์มะค่าอิงจันทร์โฮมสเตย์ จ.นครราชสีมา



ภาพที่ 4.8 แสดงความแตกต่างของเว็บไซต์บ้านสวนลีลาวดี จ.สมุทรสงคราม

* ขั้นตอนในการสร้างเว็บไซต์โฮมสเตย์

จากการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายพบว่า เว็บไซต์เป็นสื่อที่อยู่ในความควบคุมของผู้ชมโดยสมบูรณ์ เนื่องจากผู้ชมสามารถเลือกที่จะเข้าชมข้อมูลส่วนที่ต้องการด้วยการคลิกเมาส์ไปที่ลิงค์ต่างๆ โดยเลือกที่จะเข้าชมและออกจากเว็บไซต์ไหนก็ได้อย่างง่ายดาย ผู้ชมจึงมักไม่ค่อยอดทนกับอุปสรรคและปัญหาในการใช้งาน เช่น ความซับซ้อนของระบบการนำทาง การค้นหาข้อมูลยาก เวลาดาวน์โหลดนาน ข้อมูลที่ไม่เป็นระเบียบ หรือข้อมูลไม่ตอบสนองความต้องการของผู้ชมทั้งหมดนี้เป็นผลจากการผลิตเว็บไซต์ที่ผิดพลาด การผลิตและออกแบบเว็บไซต์จึงมีส่วนสำคัญในการสร้างความประทับใจให้กับผู้ชม และทำให้ผู้ชมอยากกลับมาเข้ามาใช้อีกในอนาคต ดังนั้น การผลิตและการออกแบบเว็บไซต์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ของกลุ่มเป้าหมายสามารถแบ่งได้เป็น 3 ขั้นตอน ดังนี้

1. การสำรวจความคิดของลูกค้า
2. การออกแบบเว็บไซต์
3. การดูแลรักษาเว็บไซต์

1. การสำรวจความคิดของลูกค้า

ก่อนที่จะเขียนเว็บไซต์ จะต้องรู้แนวคิดของลูกค้าก่อนว่าเป็นโฮมสเตย์หรือรีสอร์ท โดยจะต้องไปคุยด้วยตนเอง และสอบถามข้อมูล ความต้องการ วัตถุประสงค์ของลูกค้า กลุ่มเป้าหมายของลูกค้า โดยการกำหนดเป้าหมายหลักของเว็บไซต์ว่า ต้องการทำให้เว็บไซต์ที่เกี่ยวกับเรื่องอะไร มีแนวความคิดเป็นอย่างไร มีรายละเอียดอะไรบ้าง เช่น ราคาที่พัก กิจกรรม แพคเกจที่ต้องการนำเสนอ และกลุ่มเป้าหมายหลักเป็นใคร เช่น ลูกค้าโฮมสเตย์มีบ้านทรงไทย ต้องการนำเสนอบนเว็บไซต์ในรูปแบบที่เป็นไทย เป็นต้น และอาจมีการนำเสนอด้วยการวาดรูปให้ลูกค้าเข้าใจ จากนั้นก็จะถ่ายรูปบรรยากาศบ้านพัก

2. การออกแบบเว็บไซต์

ขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนของการจัดทำ โดยการใส่รายละเอียดข้อมูล ภาพ จัดเรียงลำดับความสำคัญของเนื้อหาโดยให้ข้อมูลที่สำคัญที่สุดอยู่ส่วนบนของหน้าเว็บ เช่น ชื่อหรือโลโก้ของบ้านพัก จากนั้นเลือกลี ขนาดและชนิดของตัวอักษรตามที่ลูกค้าต้องการใส่ลงในโปรแกรมสร้างเว็บไซต์ โดยขั้นตอนนี้ส่วนมากจะไม่เกิน 5 วัน

3. การดูแลรักษาเว็บไซต์

เมื่อผลิตเว็บไซต์ตามที่ลูกค้าต้องการเสร็จแล้ว จะต้องนำเว็บไซต์ไปทดสอบให้ลูกค้าดู จนเป็นที่พอใจ แล้วค่อยนำเว็บไซต์เข้าสู่ระบบอินเทอร์เน็ตเพื่อใช้งานจริง โดยมีการประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ให้เป็นที่รู้จักต่อไป ส่วนการดูแลและพัฒนาเว็บไซต์นั้น ในกรณีที่ลูกค้าต้องปรับปรุงข้อมูลบนเว็บไซต์ให้ทันสมัย เช่น ช่วงปีใหม่จะมีแพคเกจการท่องเที่ยวพิเศษ ลูกค้าก็จะไปหาผู้ผลิตเว็บไซต์ให้ช่วยใส่ข้อมูล หรือนำซีดีที่ใส่รูปภาพมาให้อัปเดต ซึ่งผู้ผลิตก็ไม่คิดค่าใช้จ่าย เพราะเห็นว่า ให้ความช่วยเหลือในการที่ลูกค้าไม่มีความรู้ทางด้านนี้

* เนื้อหาและเทคนิคการนำเสนอที่ควรมีบนเว็บไซต์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์

การเขียนเนื้อหาเป็นส่วนที่สำคัญที่สุดของเว็บไซต์ หากเว็บไซต์ไม่สามารถให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์แก่ผู้ชมแล้ว เว็บไซต์นั้นก็จะเป็นสิ่งที่ไร้ค่าในมุมมองของผู้ชม และข้อความที่เป็นเนื้อหาของเว็บไม่ควรเป็นคำศัพท์เฉพาะทางที่ผู้ชมไม่คุ้นเคย คำศัพท์เฉพาะทางและตัวย่อต่างๆ จะใช้ได้ดี

ต่อเมื่อผู้ชมรู้จักคำศัพท์และตัวย่อนั้นเป็นอย่างดี คำทุกคำที่ปรากฏบนเว็บไซต์บนเว็บไซต์ต้องสื่อสารอย่างตรงประเด็น หลีกเลี่ยงการเขียนวนวน ควรใช้คำให้น้อยที่สุดและตัดประโยคที่ไม่จำเป็นออกไป กราฟฟิก และตัวพิมพ์ของเว็บไซต์ที่มีรูปแบบสม่ำเสมอตลอดทั้งเว็บไซต์ โดยลักษณะที่ใช้ ควรเป็นรูปแบบที่มีความเป็นมืออาชีพ สวยงามและสอดคล้องกับเว็บไซต์ จากการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายพบว่า เนื้อหาที่ควรจะมีบนเว็บไซต์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ ดังนี้คือ

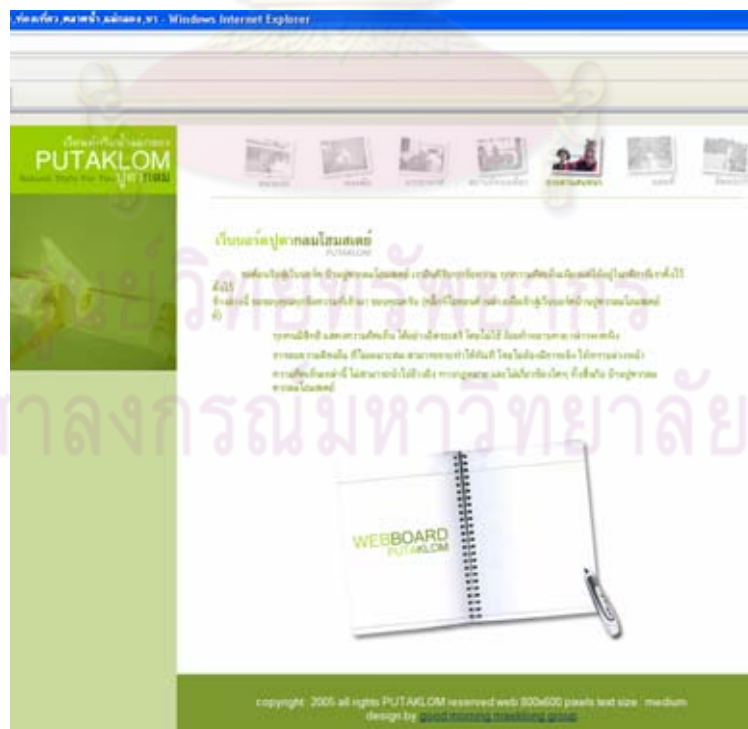
- กิจกรรมการท่องเที่ยว
- อัตราค่าที่พัก
- สถานที่ท่องเที่ยวและแพ็คเกจท่องเที่ยว
- ข้อมูลการเดินทาง
- แผนที่
- เบอร์โทรศัพท์



ภาพที่ 4.9 แสดงเนื้อหาของเว็บไซต์บ้านสวนอัมพวา จ.สมุทรสงคราม

ส่วนเทคนิคการนำเสนอที่ควรมีบนเว็บไซต์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ของเว็บไซต์แม่กลองทูเดย์ ในอดีตการเขียนเว็บไซต์เมื่อปี 2547-2549 จะเป็นไปในลักษณะที่ให้ข้อมูลด้านเดียว และมีเพียงรูปภาพและตัวหนังสือเท่านั้น ไม่สามารถโต้ตอบได้ จะติดต่อทางโทรศัพท์นั้น เว็บไซต์เตอร์ของเว็บไซต์แม่กลองทูเดย์จึงปรึกษากับคนที่ทำเว็บด้วยกันว่า จะติดตั้งเว็บบอร์ดไว้บนเว็บไซต์ของโฮมสเตย์

เมื่อติดตั้งเว็บบอร์ด ก็เหมือนกับเป็นการประชาสัมพันธ์โฮมสเตย์ไปในตัว ทำให้โฮมสเตย์ที่เว็บบอร์ดจะประสบความสำเร็จ เช่น เมื่อนักท่องเที่ยวมาพักโฮมสเตย์ เจ้าของก็จะถ่ายภาพของนักท่องเที่ยว ถ่ายกิจกรรมต่างๆที่นักท่องเที่ยวร่วมกันทำ แล้วก็เอาลงเว็บบอร์ด ในขณะเดียวกันนักท่องเที่ยวก็ถ่ายภาพ แล้วก็เอามาลงในเว็บบอร์ดเช่นกัน เพราะธรรมชาติของคนเที่ยว มักอยากให้คนอื่นเห็นด้วย ซึ่งเป็นจุดการประชาสัมพันธ์ที่ได้ผลมาก โดยภาพจะบอกได้มากกว่าคำบรรยายยิ่งกว่าคำโฆษณา ดังนั้น การนำเสนอข้อมูลที่เป็นรูปภาพเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในทางการท่องเที่ยวด้วยแล้ว รูปภาพจึงเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ช่วยบรรยายลักษณะสถานที่ กิจกรรม ให้ผู้ชมเห็นภาพได้มากที่สุดและทำให้ผู้ชมตัดสินใจมาเที่ยว โดยที่ไม่ได้เห็นด้วยตัวเอง แต่เห็นผ่านทางภาพที่แสดงบนหน้าเว็บเท่านั้น และเจ้าของโฮมสเตย์ยังสามารถใส่ข้อมูลข่าวสารกิจกรรมการท่องเที่ยวที่น่าสนใจบนเว็บบอร์ดได้ และการแลกเปลี่ยนข้อมูลการเดินทางท่องเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยวได้



4.10 แสดงหน้าเว็บบอร์ดของปู้ตากลมโฮมสเตย์ จ.สมุทรสงคราม

นอกจากนี้ วิดีโอ (Video) เป็นเทคโนโลยีการบันทึกภาพเคลื่อนไหว ซึ่งแสดงผลบนสื่อที่ต้องใช้เครื่องเล่นวิดีโอ เช่น โทรทัศน์ แต่ปัจจุบันการแสดงผลวิดีโอไม่ได้จำกัดอยู่แค่เพียงในโทรทัศน์อีกต่อไป แต่สามารถแสดงผลได้ทั้งในโทรศัพท์มือถือ หน้าจอคอมพิวเตอร์ และอุปกรณ์อื่นที่สามารถเชื่อมต่อกับเทคโนโลยีทางอินเทอร์เน็ตได้ ปัจจุบันเทคโนโลยีการสร้างข้อมูลประเภทวิดีโอสำหรับนำเสนอข้อมูลบนเว็บได้ถูกพัฒนาขึ้นอย่างมาก โดยเป็นการนำเสนอข้อมูลขนาดสั้นหรือที่เรียกว่า “คลิปวิดีโอ” เพื่อใช้เฉพาะแสดงข้อมูลบนเว็บเพจ โดยกำหนดขนาดหน้าต่างในการแสดงผลที่แตกต่างกัน รวมถึงระยะเวลาในการแสดงผลด้วย

โฮมสเตย์บางแห่งที่มีรายการโทรทัศน์มาถ่ายทำรายการ ก็มักจะขอคลิปวิดีโอมาลงเว็บไซต์ ซึ่งทำให้เห็นแนวโน้มการพัฒนาเว็บไซต์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงครามเริ่มมีการเปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้น แต่สำหรับการจองที่พักแบบออนไลน์นั้น ในจังหวัดสมุทรสงครามต้องใช้เวลาพอสมควร เพราะบุคลากรยังไม่มีความพร้อม ดังคำบอกเล่าของคุณมานพ มีศิริ เว็บมาสเตอร์ของเว็บไซต์แม่กลองทุญ่เคียวว่า

“เป็นระบบที่ไม่น่าเชื่อว่า เว็บไซต์ที่มีเว็บบอร์ดจะประสบความสำเร็จมากๆ เกือบทุกบ้านที่มีเว็บบอร์ดจะประสบความสำเร็จ บางบ้านนำเสนอด้วยคลิปวิดีโอ บางบ้านมีรายการทีวีมาถ่ายทำก็จะขอคลิปเอาไปลงเว็บ ตอนนีู้สึกว่าเว็บไซต์ของโฮมสเตย์เริ่มมีการเปลี่ยนแปลง” (มานพ มีศิริ , สัมภาษณ์ , 11 มกราคม 2552)

* การประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ เมื่อทำเว็บไซต์เสร็จแล้ว

จากการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายพบว่า องค์กรธุรกิจใดก็ตาม เมื่อสร้างเว็บไซต์แล้วจะต้องพยายามทำให้เว็บไซต์นั้น เป็นที่รู้จักเพื่อให้ผู้ชมเข้ามาเยี่ยมชมเป็นจำนวนมาก ในกรณีการทำเว็บไซต์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ให้เป็นที่รู้จักนั้น กลุ่มเป้าหมายได้ประชาสัมพันธ์เว็บไซต์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ด้วยตนเอง เพราะกลุ่มเป้าหมายเห็นว่า ลูกค้าซึ่งเป็นผู้ประกอบการโฮมสเตย์นั้น ไม่ค่อยมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องอินเทอร์เน็ต จึงไม่เก็บค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมจากลูกค้าแต่อย่างใด การประชาสัมพันธ์เว็บไซต์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์สามารถกระทำได้ตามต่อไปนี้

1. การลงทะเบียนในเครื่องมือค้นหา (Search Engine)
2. การประชาสัมพันธ์ลงเว็บบอร์ด (Web board)
3. การใช้ไฮเปอร์ลิงค์ (Hyperlink)

1. การลงทะเบียนในเครื่องมือค้นหา (Search Engine)

ส่วนค้นหาข้อมูล (Search) เป็นเครื่องมือที่ช่วยอำนวยความสะดวกให้กับผู้ชมในการค้นหาข้อมูลบนเว็บไซต์ โดยมีกลไกในการทำงานที่เรียกว่า “Search Engine” ซึ่งหน้าที่จัดกลุ่มข้อมูลที่เกี่ยวข้องหรือมีศักยภาพตรงกับที่ผู้ชมป้อนในเครื่องมือค้นหาข้อมูล แล้วแสดงผลลัพธ์เป็นรายการผลการค้นหาออกมาให้ผู้ชมเลือกชม ดังคำบอกเล่าคุณมานพ มีศิริ เว็บบาสเตอร์ของเว็บไซต์แม่กลองทูเดย์ว่า

“การทำให้เว็บเป็นที่รู้จักและคนนิยมต้องให้ Search Engine รู้จักก่อน Search Engine คือหัวใจสำคัญในความเข้าใจของคนทำเว็บ ที่นี้ส่วนมากไม่เข้าใจคิดว่าพอมีเว็บแล้ว ก็คงจะหากันได้ ต้องทำให้ Search Engine รู้จักมากที่สุดไม่งั้นต่อให้ทำเว็บสวยแค่ไหนก็ไม่มีทาง” (มานพ มีศิริ , สัมภาษณ์ , 11 มกราคม 2552)

2. การประชาสัมพันธ์ลงเว็บบอร์ด (Web board)

เว็บบอร์ดเป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีการใช้งานกันอย่างแพร่หลาย เพื่อแสดงความคิดเห็นและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร การที่เว็บไซต์มีเว็บบอร์ด สามารถประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ได้ในเรื่องของสถานที่ท่องเที่ยว ที่พักโฮมสเตย์ และกิจกรรมท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ ที่ต้องการประชาสัมพันธ์ให้ผู้อื่นทราบ และสามารถปรับปรุงเนื้อหาหรือเพิ่มเติมข่าวสารต่างๆได้ตลอดเวลา ซึ่งจะเป็นทางที่สามารถลดค่าใช้จ่ายให้กับผู้ประกอบการโฮมสเตย์ได้มาก

3. การใช้ไฮเปอร์ลิงค์ (Hyperlink)

การใช้ไฮเปอร์ลิงค์ (Hyperlink) เป็นการสร้างจุดเชื่อมโยงจากหน้าเว็บเพจที่ผู้ชมเว็บไซต์กำลังชมอยู่ในปัจจุบันไปยังเว็บเพจอื่น ด้วยการคลิกที่จุดเชื่อมโยง ซึ่งอาจเป็นข้อความหรือรูปภาพ เพื่อให้เว็บไซต์เป็นที่รู้จักมากขึ้น และยังเป็นโอกาสในการคลิกเยี่ยมชมเว็บจากผู้ชมเว็บไซต์ด้วย การเชื่อมโยงแบบนี้ เจ้าของเว็บไซต์สามารถกำหนดรูปแบบข้อความที่ต้องการประชาสัมพันธ์ได้ด้วยตนเอง และยังจัดรูปแบบการนำเสนอที่โดดเด่นอีกด้วย

4.5 ปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม

* ปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม

จากการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายพบว่า ปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์มีดังนี้คือ

1. ปัญหาด้านเครื่องคอมพิวเตอร์
2. ความพร้อมของผู้ประกอบการโฮมสเตย์

1. ปัญหาด้านเครื่องคอมพิวเตอร์

ปัญหาด้านเครื่องคอมพิวเตอร์เป็นปัญหาสำคัญในการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม เพราะเครื่องคอมพิวเตอร์มีราคาแพงกว่าโทรศัพท์ ซึ่งผู้ประกอบการโฮมสเตย์ได้รับความสะดวกจากการใช้โทรศัพท์ในการสอบถามข้อมูลข่าวสารในโฮมสเตย์ของตนกับนักท่องเที่ยว จึงไม่มีความจำเป็นต้องใช้คอมพิวเตอร์สำหรับผู้ประกอบการโฮมสเตย์

2. ความพร้อมของผู้ประกอบการโฮมสเตย์

ปัญหาในเรื่องความพร้อมของผู้ประกอบการ เนื่องจากผู้ประกอบการโฮมสเตย์ยังขาดความรู้ ความเข้าใจในระบบอินเตอร์เน็ต และไม่มีแนวคิดในการดำเนินธุรกิจในรูปแบบนี้ เพราะผู้ประกอบการโฮมสเตย์ส่วนมาก เป็นชาวสวน ชาวไร่ที่อายุมาก จึงไม่เห็นความสำคัญของการใช้ระบบอินเตอร์เน็ตในการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ เมื่อไม่มีความรู้เรื่องคอมพิวเตอร์แล้ว การพัฒนาเว็บไซต์จึงลำบากมากขึ้น เพราะสิ่งแรกที่ต้องทำคือ การพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้เกี่ยวกับคอมพิวเตอร์บ้างและทำให้ผู้ประกอบการโฮมสเตย์เห็นความสำคัญของการใช้อินเตอร์เน็ตว่า สามารถประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ได้อย่างแพร่หลายมากกว่าวิธีการเดิมๆ เพิ่มรายได้ให้กับผู้ประกอบการและไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายมาก

4.6 ข้อเสนอแนะในการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม

* ข้อเสนอแนะในการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม

1. การก่อตั้งชมรมเว็บไซต์ที่พักโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม

การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม มีบ้านพักแบบโฮมสเตย์จำนวนไม่น้อยที่มีศักยภาพเพียงพอที่จะก่อตั้งขึ้นมาเป็นชมรมเว็บไซต์ที่พักโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงครามและเชิญวิทยากรมาให้ความรู้เกี่ยวกับคอมพิวเตอร์และระบบอินเทอร์เน็ต มีการช่วยเหลือกันแลกเปลี่ยนความรู้ซึ่งกันและกัน โดยคณะทำงานควรมีที่ปรึกษาจากผู้เชี่ยวชาญทางด้านการสื่อสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ต และมีกำหนดแนวทางในการจัดตั้ง ดังต่อไปนี้

1. ประชาสัมพันธ์การจัดตั้งชมรมเว็บไซต์ที่พักโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงครามให้กับผู้ประกอบการโฮมสเตย์ในจังหวัดได้ทราบ โดยวิธีการ ดังนี้คือ

1.1 การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ไปสู่ผู้ประกอบการโฮมสเตย์แต่ละแห่งในจังหวัดสมุทรสงคราม โดยอาจขอความร่วมมือจากหน่วยงานราชการ ในเรื่องรายชื่อและที่อยู่ ซึ่งวิธีนี้อาจจะต้องใช้งบประมาณอยู่พอสมควรในเรื่องของการส่งจดหมาย หรือการให้ผู้ที่เกี่ยวข้องช่วยบอกต่อกับเพื่อนบ้าน

1.2 การเผยแพร่ทางโปสเตอร์

หมายเหตุ การเผยแพร่ดังกล่าวจะต้องมีความชัดเจนในเรื่องของวัตถุประสงค์ในการจัดตั้งที่ชัดเจน เพื่อให้ผู้ที่ได้รับข่าวสารมีข้อมูลในการตัดสินใจ

2. รับสมัครสมาชิกชมรมโดยกำหนดแบบการสมัครสมาชิกที่ชัดเจน (เงินค่าสมัครของสมาชิกอาจนำไปใช้ในกิจกรรมของการจัดตั้งคณะกรรมการในชุดแรกนี้ แต่ต้องชี้แจงให้ชัดเจนและโปร่งใส)

3. การกำหนดวิธีการในการเลือกคณะกรรมการบริหารจัดการชมรม (ระดับจังหวัด) ชุดแรกขึ้นมา โดยมีวาระอย่างน้อย 2 ปี ซึ่งคณะกรรมการจะประกอบด้วย

1. ประธานชมรม
2. รองประธานคนที่ 1
3. รองประธานคนที่ 2

4. กรรมการตัวแทนจากแต่ละอำเภอ จำนวน 3 คน (อำเภอเมือง อำเภออัมพวาและอำเภอบางคนที) ซึ่งมีหน้าที่ในการนำมติความเห็นต่างๆ รวมทั้งข้อเสนอแนะและข้อเรียกร้องต่างๆ ให้กรรมการชุดใหญ่ และนำมาตีหรือกิจกรรมต่างๆของกรรมการชุดใหญ่แจ้งให้สมาชิกได้ทราบ

5. กรรมการฝ่ายประชาสัมพันธ์ จำนวน 1 คน ซึ่งมีหน้าที่ ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารในเรื่องที่เกี่ยวข้อง เช่น เรื่องของความก้าวหน้า, การศึกษาเรื่องของคอมพิวเตอร์ ให้กับสมาชิกได้ทราบด้วยวิธีการต่างๆ เช่น จดหมายเวียน จดหมายข่าว เป็นต้น

6. กรรมการฝ่ายวิชาการ จำนวน 1 คน ซึ่งมีหน้าที่ จัดหาข้อมูลวิชาการในเรื่องของวิชาการในวิชาชีพ เช่น เรื่องของคอมพิวเตอร์และระบบอินเตอร์เน็ต เป็นต้น

7. กรรมการฝ่ายนายทะเบียน จำนวน 1 คน มีหน้าที่ รวบรวมข้อมูลผู้ประกอบการโฮมสเตย์ทั้งจังหวัด เพื่อเป็นฐานข้อมูล และ Update ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง อย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง

8. กรรมการฝ่าย เหม่ญญิก จำนวน 1 คน มีหน้าที่จัดหางบประมาณ เพื่อใช้ในการบริหารจัดการ กิจกรรมต่างของชมรม ซึ่งอาจได้จากค่าสมัครเป็นสมาชิกของชมรม ค่าลงทะเบียนจากการจัดประชุมวิชาการ, การจัดทำของที่ระลึกของชมรม

9. กรรมการฝ่ายกิจกรรมและประสานงาน จำนวน 1 คน มีหน้าที่ ในการจัดทำกิจกรรมของชมรมเช่น การจัดประชุมวิชาการ การจัดนิทรรศการต่างๆอีกทั้งประสานงานกับเครือข่ายวิชาชีพอื่นๆที่อาจจะต้องมีกิจกรรมร่วมกันได้ในอนาคต เพื่อเป็นพันธมิตรที่เข้มแข็งต่อไป

10. เลขานุการชมรม จำนวน 1 คน มีหน้าที่ในการตรวจสอบจัดทำรายงานการประชุม และสรุปผลการประชุม และมติ ของคณะกรรมการ เพื่อเสนอให้สมาชิกได้รับทราบ

11. ผู้ช่วยเลขานุการ จำนวน 2 คน มีหน้าที่ ในการทำรายงานการประชุม การกำหนดระเบียบวาระการประชุม อีกทั้งมติกรรมการให้เป็นลายลักษณ์อักษร

โดยการดำเนินการในแต่ละขั้นตอนต้องมีการกำหนดกรอบเวลาที่ชัดเจนเป็นมติของคณะทำงาน

2. สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรสงคราม

เว็บไซต์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม ส่วนใหญ่ก็มีสถานที่ท่องเที่ยวที่นำเสนอบนเว็บไซต์เพียงไม่กี่แห่ง และไม่ว่าจะเปิดเว็บไซต์ใด ก็จะมีสถานที่ท่องเที่ยวที่เดียวกันหมด ซึ่งไม่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างเพียงพอ แต่ในความเป็นจริงแล้วจังหวัดสมุทรสงครามเป็นจังหวัดเล็กๆที่มีสถานที่ท่องเที่ยวมากมายที่น่าสนใจ ที่ควรนำเสนอบนสื่อเว็บไซต์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ เพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวอยากเข้ามาเที่ยว ซึ่งเป็นการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงครามได้อีกทางหนึ่ง

ส่วนที่ 2 การศึกษาแนวทางการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม

การศึกษาแนวทางการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม เพื่อประยุกต์ใช้ให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการวิจัยเชิงสำรวจเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์และความต้องการของนักท่องเที่ยวในการพัฒนาเว็บไซต์ ผลจากการวิจัยจะนำเสนอตามลำดับ ดังนี้

- ตอนที่ 1 ข้อมูลด้านลักษณะทางประชากร
- ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม
- ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของนักท่องเที่ยวในการพัฒนาเว็บไซต์ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม

ตอนที่ 1 ข้อมูลด้านลักษณะทางประชากร

จากการวิเคราะห์และแปลผลข้อมูลด้านลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรสงคราม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภูมิลำเนา ผลการแจกแจงปรากฏ ดังนี้

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างแจกแจงตามลักษณะทางประชากร

ตารางที่ 1.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างแจกแจงตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	165	41.3
หญิง	235	58.8

จากการแจกแจงข้อมูลตามตารางที่ 1.1 พบว่า

กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยที่กลุ่มตัวอย่างเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 58.8 และกลุ่มตัวอย่างเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 41.3

ตารางที่ 1.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างแจกแจงตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 25 ปี	116	29.0
25 – 34 ปี	137	34.3
35 – 44 ปี	85	21.3
45 – 54 ปี	46	11.5
55 ปีขึ้นไป	16	4.0

จากการแจกแจงข้อมูลตามตารางที่ 1.2 พบว่า

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี คิดเป็นร้อยละ 29.0 รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 25 – 34 ปี คิดเป็นร้อยละ 34.3 กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 35 – 44 ปี คิดเป็นร้อยละ 21.3 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 45 – 54 ปี คิดเป็นร้อยละ 11.5 และกลุ่มตัวอย่างที่น้อยที่สุดคือกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากกว่า 55 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 4.0

ตารางที่ 1.3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างแจกแจงตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
มัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า	36	9.0
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	66	16.5
อนุปริญญา/ปวส.	39	9.8
ปริญญาตรี	211	52.8
สูงกว่าปริญญาตรี	47	11.8

จากการแจกแจงข้อมูลตามตารางที่ 1.3 พบว่า

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 52.8 รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. คิดเป็นร้อยละ 16.5 รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 11.8 รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาในระดับอนุปริญญา/ปวส.คิดเป็นร้อยละ 9.8 และกลุ่มตัวอย่างที่น้อยที่สุดคือกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า คิดเป็นร้อยละ 9.0

ตารางที่ 1.4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างแจกแจงตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	134	33.5
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	65	16.3
พนักงานบริษัท	110	27.5
ประกอบกิจการส่วนตัว	76	19.0
เกษตรกร/รับจ้าง	15	3.8

จากการแจกแจงข้อมูลตามตารางที่ 1.4 พบว่า

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษาคิดเป็นร้อยละ 33.5 รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่เป็นพนักงานบริษัท คิดเป็นร้อยละ 27.5 รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่ประกอบกิจการส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 19.0 รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 16.3 และกลุ่มตัวอย่างที่น้อยที่สุดคือ กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเกษตรกร/รับจ้าง คิดเป็นร้อยละ 3.8

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 1.5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างแจกแจงตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	93	23.3
5,000 – 15,000 บาท	137	34.3
15,001 – 25,000 บาท	79	19.8
25,001 – 35,000 บาท	55	13.8
35,001 – 45,000 บาท	14	3.8
45,001 บาทขึ้นไป	22	5.5

จากการแจกแจงข้อมูลตามตารางที่ 1.5 พบว่า

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 5,000 – 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 34.3 รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 23.3 กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 15,001 – 25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 19.8 กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001 – 35,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 13.8 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,001 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 5.5 และกลุ่มตัวอย่างที่น้อยที่สุดคือกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 35,001 – 45,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 3.8

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ ในจังหวัดสมุทรสงคราม

ตารางที่ 2.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างแจกแจงตามการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงครามจากสื่อมวลชน

สื่อมวลชน	ความบ่อยครั้งในการเปิดรับสื่อ					ค่าเฉลี่ย \bar{X} (1 – 5)
	ทุกเดือน	2-3 เดือน / ครั้ง	4-6 เดือน / ครั้ง	1 ปี/ครั้ง	ไม่เคยเลย	
1) หนังสือพิมพ์	29 (7.3)	150 (37.5)	64 (16.0)	55 (13.8)	102 (25.5)	2.87 ปานกลาง
2) นิตยสาร/ วารสารทั่วไป	42 (10.5)	164 (41.0)	83 (20.8)	49 (12.3)	62 (15.5)	3.18 ปานกลาง
3) วิทยุ	47 (11.8)	113 (28.3)	58 (14.5)	36 (9.0)	146 (36.5)	2.69 ปานกลาง
4) โทรทัศน์	76 (19.0)	145 (36.5)	79 (19.8)	49 (12.3)	51 (12.8)	3.36 ปานกลาง
5) ป้ายโฆษณา	50 (12.5)	133 (33.3)	71 (17.8)	46 (11.5)	100 (25.0)	2.96 ปานกลาง
6) เว็บไซต์	98 (24.5)	151 (37.8)	62 (15.5)	19 (4.8)	70 (17.5)	3.47 ปานกลาง
ระดับของการเปิดรับข่าวสารผ่านทางสื่อมวลชน						3.08 ปานกลาง

จากการแจกแจงข้อมูลตามตารางที่ 2.1 แสดงให้เห็นว่า มีกลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงครามจากสื่อมวลชน 6 ประเภท โดย

1) ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงครามผ่านหนังสือพิมพ์นั้น กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อหนังสือพิมพ์ 2-3 เดือน/ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 37.5 รองลงมาเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยรับทราบข้อมูลข่าวสารทางหนังสือพิมพ์เลย คิดเป็นร้อยละ 25.5 รองลงมาเป็นผู้ที่รับทราบข้อมูลข่าวสาร 4-6

เดือน/ครั้ง , 1 ปี/ครั้ง และทุกเดือน คิดเป็นร้อยละ 16.0 , 13.8 , 7.3 ตามลำดับ ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับคะแนนเฉลี่ยของความบ่อยครั้งในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ในระดับปานกลาง

2) ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงครามผ่าน**นิตยสาร/วารสารทั่วไป**นั้น กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลข่าวสารผ่านทางนิตยสาร/วารสารทั่วไป 2-3 เดือน/ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 41.0 รองลงมาเป็นผู้ที่รับทราบข้อมูลข่าวสาร 4-6 เดือน/ครั้ง , ไม่เคยรับทราบเลย , 1 ปี/ครั้ง และทุกเดือน คิดเป็นร้อยละ 20.8 , 15.5 , 12.3 และ 10.5 ตามลำดับ ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับคะแนนเฉลี่ยของความบ่อยครั้งในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ในระดับปานกลาง

3) ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงครามผ่าน**วิทยุ**นั้น กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคยได้รับข้อมูลข่าวสารผ่านทางสื่อวิทยุเลย คิดเป็นร้อยละ 36.5 รองลงมาเป็นผู้ที่รับทราบข้อมูลข่าวสาร 2-3 เดือน/ครั้ง , 4-6 เดือน/ครั้ง และทุกเดือน คิดเป็นร้อยละ 28.3 , 14.5 และ 11.8 ตามลำดับ ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่รับทราบข้อมูลข่าวสาร 1 ปี/ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 9.0 ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับคะแนนเฉลี่ยของความบ่อยครั้งในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ในระดับปานกลาง

4) ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงครามผ่าน**โทรทัศน์**นั้น กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลข่าวสารผ่านทางโทรทัศน์ 2-3 เดือน/ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 36.5 รองลงมาเป็นผู้ที่รับทราบข้อมูลข่าวสาร 4-6 เดือน/ครั้ง , ทุกเดือน และผู้ที่ไม่เคยรับทราบข้อมูลข่าวสารทางโทรทัศน์เลย คิดเป็นร้อยละ 19.8 , 19.0 และ 12.8 ตามลำดับ ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่รับทราบข้อมูลข่าวสาร 1 ปี/ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 12.3 ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับคะแนนเฉลี่ยของความบ่อยครั้งในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ในระดับปานกลาง

5) ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงครามผ่าน**สื่อป้ายโฆษณา**นั้น กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลข่าวสารผ่านทางป้ายโฆษณา 2-3 เดือน/ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 33.3 รองลงมาเป็นผู้ที่ไม่เคยรับทราบข้อมูลข่าวสาร , 4-6 เดือน/ครั้ง และทุกเดือน คิดเป็นร้อยละ 25.0 , 17.8 และ 12.5 ตามลำดับ ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่รับทราบข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อป้ายโฆษณา 1 ปี/ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 11.5 ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับคะแนนเฉลี่ยของความบ่อยครั้งในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ในระดับปานกลาง

6) ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงครามผ่านทาง**เว็บไซต์**นั้น กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลข่าวสารผ่านทางเว็บไซต์

2-3 เดือน/ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 37.8 รองลงมาเป็นผู้ที่รับทราบข่าวสารทุกเดือน , ไม่เคยรับทราบข่าวสาร และ 4-6 เดือน/ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 24.5 , 17.5 และ 15.5 ตามลำดับ ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่รับทราบข่าวสาร 1 ปี/ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 4.8 ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับคะแนนเฉลี่ยของความบ่อยครั้งในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ในระดับปานกลาง เพราะฉะนั้น ระดับคะแนนเฉลี่ยของความบ่อยครั้งในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงครามผ่านสื่อมวลชนของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับที่ปานกลาง กล่าวคือ มีค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 3.08

ตารางที่ 2.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างแจกแจงตามการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงครามจากสื่อบุคคล

สื่อบุคคล	ความบ่อยครั้งในการเปิดรับสื่อ					ค่าเฉลี่ย \bar{X} (1 – 5)
	ทุกเดือน	2-3 เดือน/ ครั้ง	4-6 เดือน/ ครั้ง	1 ปี/ครั้ง	ไม่เคย เลย	
1) สมาชิกในครอบครัว	55 (13.8)	98 (24.5)	100 (25.5)	66 (16.5)	81 (20.3)	2.95 ปานกลาง
2) เพื่อนฝูง	95 (23.8)	138 (34.5)	95 (23.8)	39 (9.8)	33 (8.3)	3.55 สูง
3) เจ้าหน้าที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	29 (7.3)	99 (24.8)	72 (18.0)	41 (10.3)	159 (39.8)	2.49 ต่ำ
4) บริษัทนำเที่ยว/มัคคุเทศก์	38 (9.5)	91 (22.8)	75 (18.8)	54 (13.5)	142 (35.5)	2.57 ปานกลาง
ระดับของการเปิดรับข่าวสารผ่านทางสื่อบุคคล						2.89 ปานกลาง

จากการแจกแจงข้อมูลตามตารางที่ 2.2 แสดงให้เห็นว่า มีกลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงครามจากสื่อบุคคล 4 ประเภท โดย

1) ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงครามจากผ่านทาง**สมาชิกในครอบครัว**นั้น กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลข่าวสารผ่านทางสมาชิกในครอบครัว 4-6 เดือน/ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 25.5 รองลงมาเป็นผู้ที่รับทราบข่าวสาร 2-3 เดือน/ครั้ง , ไม่เคยรับทราบข้อมูลข่าวสาร และ 1 ปี/ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 24.5 , 20.3 และ 16.5 ตามลำดับ นอกจากนี้เป็นกลุ่มตัวอย่างที่รับทราบข่าวสารทุกเดือน คิดเป็นร้อยละ 13.8 ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับคะแนนเฉลี่ยของความบ่อยครั้งในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ในระดับปานกลาง

2) ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงครามผ่านทาง**เพื่อนฝูง**นั้น กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลข่าวสารผ่านทางเพื่อนฝูง 2-3 เดือน/ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 34.5 รองลงมาเป็นผู้ที่รับทราบข้อมูลข่าวสารทุกเดือน , 4-6 เดือน/ครั้ง มีจำนวนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 23.8 และ 1 ปี/ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 9.8 ส่วนผู้ที่ไม่เคยรับทราบข้อมูลข่าวสารเลย คิดเป็นร้อยละ 8.3 ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับคะแนนเฉลี่ยของความบ่อยครั้งในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ในระดับสูง

3) ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงครามผ่านทาง**เจ้าหน้าที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย**นั้น กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคยได้รับข้อมูลข่าวสารผ่านทางเจ้าหน้าที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเลย คิดเป็นร้อยละ 39.8 รองลงมาเป็นผู้ที่รับทราบข้อมูลข่าวสาร 2-3 เดือน/ครั้ง , 4-6 เดือน/ครั้ง และ 1 ปี/ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 24.8 , 18.8 และ 10.3 ตามลำดับ ส่วนผู้ที่รับทราบข้อมูลข่าวสารทุกเดือน คิดเป็นร้อยละ 7.3 ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับคะแนนเฉลี่ยของความบ่อยครั้งในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ในระดับต่ำ

4) ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงครามผ่านทาง**บริษัทนำเที่ยว/มัคคุเทศก์**นั้น กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคยได้รับข้อมูลข่าวสารผ่านทางเพื่อนที่ทำงาน คนรู้จัก ญาติพี่น้องเลย คิดเป็นร้อยละ 35.5 รองลงมาเป็นผู้ที่รับทราบข้อมูลข่าวสาร 2-3 เดือน/ครั้ง , 4-6 เดือน/ครั้ง และ 1 ปี/ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 22.8 , 18.8 และ 13.5 ตามลำดับ ส่วนผู้ที่รับทราบข้อมูลข่าวสารทุกเดือน คิดเป็นร้อยละ 9.5 ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับคะแนนเฉลี่ยของความบ่อยครั้งในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ในระดับปานกลาง

เพราะฉะนั้น ระดับคะแนนเฉลี่ยของความบ่อยครั้งในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงครามผ่านสื่อบุคคลของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับที่ปานกลางกล่าวคือ มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 2.89

ตารางที่ 2.3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างแจกแจงตามการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงครามจากสื่อเฉพาะกิจ

สื่อเฉพาะกิจ	ความบ่อยครั้งในการเปิดสื่อ					ค่าเฉลี่ย \bar{X} (1 – 5)
	ทุกเดือน	2-3 เดือน/ ครั้ง	4-6 เดือน/ ครั้ง	1 ปี/ครั้ง	ไม่เคย เลย	
1) ไปสเตอร์	54 (13.5)	93 (23.3)	90 (22.5)	45 (11.3)	118 (29.5)	2.80 ปานกลาง
2) นิทรรศการ	37 (9.3)	93 (23.3)	78 (19.5)	87 (21.8)	105 (26.3)	2.67 ปานกลาง
3) แผ่นพับ	69 (17.3)	106 (26.5)	91 (22.8)	48 (12.0)	86 (21.5)	3.06 ปานกลาง
ระดับของการเปิดรับข่าวสารผ่านทางสื่อเฉพาะกิจ						2.84 ปานกลาง

จากการแจกแจงข้อมูลตามตารางที่ 2.3 แสดงให้เห็นว่า มีกลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงครามจากสื่อเฉพาะกิจ 3 ประเภท โดย

1) ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงครามจากผ่านทาง**ไปสเตอร์**นั้น กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคยได้รับข่าวสารผ่านทางไปสเตอร์เลย คิดเป็นร้อยละ 29.5 รองลงมาเป็นผู้ที่รับทราบข่าวสาร 2-3 เดือน/ครั้ง 4-6 เดือน/ครั้ง , และทุกเดือน คิดเป็นร้อยละ 23.5 , 22.5 และ 13.5 นอกนั้นเป็นกลุ่มตัวอย่างที่รับทราบข่าวสาร 1 ปี/ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 11.3 ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับคะแนนเฉลี่ยของความบ่อยครั้งในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ในระดับปานกลาง

2) ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงครามผ่านทาง**นิทรรศการ**นั้น กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคยได้รับข้อมูลข่าวสารผ่านทางนิทรรศการเลย คิดเป็นร้อยละ 26.3 รองลงมาเป็นผู้ที่รับทราบข้อมูลข่าวสาร 2-3 เดือน/ครั้ง , 1 ปี/ครั้ง และ 4-6 เดือน/ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 23.3 , 21.8 และ 19.5 ตามลำดับ ส่วนผู้ที่รับทราบข้อมูล

ข่าวสารทุกเดือน คิดเป็นร้อยละ 9.3 ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับคะแนนเฉลี่ยของความบ่อยครั้งในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ในระดับปานกลาง

3) ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงครามผ่านทาง**แผ่นพับ**นั้น กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลข่าวสารผ่านทางแผ่นพับ 2-3 เดือน/ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 26.5 รองลงมาเป็นผู้ที่รับทราบข้อมูลข่าวสาร 4-6 เดือน/ครั้ง , ทุกเดือน และไม่เคยรับทราบข้อมูลข่าวสาร คิดเป็นร้อยละ 22.8 , 21.5 และ 17.3 ตามลำดับ ส่วนผู้ที่รับทราบข้อมูลข่าวสาร 1 ปี/ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 12.0 ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับคะแนนเฉลี่ยของความบ่อยครั้งในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ในระดับปานกลาง

เพราะฉะนั้น ระดับคะแนนเฉลี่ยของความบ่อยครั้งในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงครามผ่านทางสื่อเฉพาะกิจของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับที่ปานกลางกล่าวคือ มีค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 2.84



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตอนที่ 3 ข้อมูลความต้องการของนักท่องเที่ยวในการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม

ตารางที่ 3 จำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง แจกแจงตามต้องการของนักท่องเที่ยวในการพัฒนาเว็บไซต์ 3 ด้าน คือ ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับสนใจด้านการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงครามบนสื่อเว็บไซต์ ดังตารางที่ 3.1 ลักษณะข้อมูลการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงครามบนสื่อเว็บไซต์ ดังตารางที่ 3.2 และความต้องการในการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม ดังตารางที่ 3.3

ตารางที่ 3.1 จำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง แจกแจงตามข้อมูลข่าวสารที่ได้รับสนใจด้านการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงครามบนสื่อเว็บไซต์

ข้อมูลที่น่าสนใจ	จำนวน	ร้อยละ*
สถานที่ท่องเที่ยวใกล้เคียง	265	65.5
ที่พักแรมและราคา	251	62.8
แผนที่	176	44.0
ข้อมูลการเดินทาง	188	47.0
สินค้าพื้นเมือง/ของที่ระลึก	166	41.5
ร้านอาหาร	182	45.5
เทศกาล/งานประเพณี	192	48.0
เกร็ดความรู้	93	23.3
กิจกรรมการท่องเที่ยว	232	58.0
ห้องสนทนา	35	8.8
เครื่องมือค้นหา(Search)	58	14.5
คำถามที่พบบ่อย	36	9.0

* ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากการแจกแจงข้อมูลตามตารางที่ 3.1 พบว่า

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความสนใจข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงครามบนสื่อเว็บไซต์ในด้านสถานที่ท่องเที่ยวใกล้เคียง คิดเป็นร้อยละ 65.5 รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่มีความสนใจข้อมูลข่าวสารในด้านที่พักแรมและราคา , กิจกรรมการท่องเที่ยว ,

เทศกาล/งานประเพณี , ข้อมูลการเดินทาง , ร้านอาหาร , แผนที่ , สินค้าพื้นเมือง/ของที่ระลึก , เกร็ดความรู้ , เครื่องมือค้นหา (Search) และคำถามที่พบบ่อย คิดเป็นร้อยละ 62.8 , 58.8 , 48.8 , 47.0 , 45.5 , 44.0 , 41.5 , 23.3 , 14.5 และ 9.0 ตามลำดับ ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีความสนใจข้อมูลข่าวสารในด้านห้องสนทนา คิดเป็นร้อยละ 8.8

ตารางที่ 3.2 จำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง แจกแจงตามลักษณะข้อมูล การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงครามบนสื่อเว็บไซต์

ลักษณะข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ*
ภาพเหมือนจริงประกอบ	295	73.8
เสียงประกอบ	96	24.0
ภาพเคลื่อนไหว(Animation)	149	37.3
ดาวน์โหลดข้อมูลได้	154	38.5
Link กับเว็บไซต์อื่นที่เกี่ยวข้อง	174	43.5
วิดีโอ	75	18.8
จองที่พักออนไลน์	214	53.5

* ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากการแจกแจงข้อมูลตามตารางที่ 3.2 พบว่า

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความสนใจลักษณะข้อมูลการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงครามบนสื่อเว็บไซต์ในรูปแบบของภาพเหมือนจริงประกอบ คิดเป็นร้อยละ 73.8 รองลงมา คือ กลุ่มตัวอย่างที่มีความสนใจลักษณะข้อมูลในรูปแบบของการจองที่พักออนไลน์ , Link กับเว็บไซต์อื่นที่เกี่ยวข้อง , ดาวน์โหลดข้อมูลได้ , ภาพเคลื่อนไหว (Animation) และเสียงประกอบ คิดเป็นร้อยละ 53.5 , 43.5 , 38.5 , 37.3 และ 24.0 ตามลำดับ ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีความสนใจลักษณะข้อมูลในรูปแบบของวิดีโอ คิดเป็นร้อยละ 18.8

ตารางที่ 3.3 จำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง แจกแจงตามลักษณะความต้องการในการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม

ความต้องการในการพัฒนาเว็บไซต์	ความคิดเห็น					\bar{X} (1 – 5)	ความต้องการ
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ปานกลาง	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง		
1) ข้อมูลที่ได้รับมีความทันสมัย	159 (39.8)	189 (47.3)	52 (13.0)	-	-	4.26	สูง
2) ข้อมูลที่ได้รับความถูกต้องครบคลุม	171 (42.8)	175 (43.8)	54 (13.5)	-	-	4.29	สูง
3) ข้อมูลที่ได้รับนำไปประกอบการวางแผนหรือตัดสินใจท่องเที่ยวได้	148 (37.0)	178 (44.5)	70 (17.5)	4 (1.0)	-	4.17	สูง
4) ข้อมูลที่ได้รับมีส่วนให้นักท่องเที่ยวเข้าพักโฮมสเตย์	139 (34.8)	177 (44.3)	82 (20.5)	2 (0.5)	-	4.13	สูง
5) ข้อมูลที่ได้รับมีโปรโมชันให้เลือกมากพอที่จะใช้ในการตัดสินใจ	125 (31.3)	149 (37.3)	122 (30.5)	3 (0.8)	1 (0.3)	3.98	สูง
6) ข้อมูลที่ได้รับให้ความรู้เรื่องการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์	132 (33.3)	178 (44.5)	80 (20.0)	7 (1.8)	3 (0.8)	4.07	สูง
7) ข้อมูลที่ได้รับให้ความบันเทิง เช่น เกมออนไลน์	43 (10.8)	92 (23.0)	119 (29.8)	84 (21.0)	62 (15.5)	2.92	ปานกลาง
8) มีข้อมูลการท่องเที่ยวหลายประเภท เช่น วัด ป่าและบริเวณใกล้เคียงให้เลือกค้นหา	120 (30.0)	155 (38.8)	100 (25.0)	25 (6.3)	-	3.92	สูง
9) เว็บไซต์มีรูปแบบการนำเสนอที่น่าสนใจทำให้เห็นความสวยงามจากสถานที่ท่องเที่ยวได้	153 (38.8)	174 (43.5)	68 (17.0)	5 (1.3)	-	4.18	สูง

10) ภาษาที่ใช้ผ่านเว็บไซต์ง่ายต่อการเข้าใจ	169 (42.3)	159 (39.8)	68 (17.0)	3 (0.8)	1 (0.3)	4.23	สูง
11) มีภาษาอังกฤษสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ	170 (42.5)	156 (39.0)	70 (17.5)	3 (0.8)	1 (0.3)	4.22	สูง
12) เว็บไซต์มีการนำเสนอที่อ่านง่ายสบายตา	183 (45.8)	159 (39.8)	55 (13.8)	2 (0.5)	1 (0.3)	4.30	สูง
13) เว็บไซต์สามารถเรียกดูข้อมูลได้เร็ว	207 (51.8)	136 (34.0)	52 (13.0)	4 (1.0)	1 (0.3)	4.36	สูง
14) เว็บไซต์มีเครื่องมือช่วยนำทาง เช่น ลูกศรย้อนกลับหรือขึ้นบน	148 (37.0)	132 (33.0)	105 (26.3)	13 (3.3)	2 (0.5)	4.02	สูง
รวม						4.07	สูง

จากการแจกแจงข้อมูลตามตารางที่ 3.3 ความต้องการในการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม จำนวน 14 ประการ พบว่า

1) ความต้องการในการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม ในด้าน**ข้อมูลที่ได้รับมีความทันสมัย** กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นด้วย คิดเป็นร้อยละ 47.3 รองลงมาคือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง คิดเป็นร้อยละ 39.8 นอกนั้นกลุ่มตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 13.0 ปานกลาง ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับคะแนนเฉลี่ยความต้องการในการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม ในด้านข้อมูลที่ได้รับมีความทันสมัย อยู่ในเกณฑ์สูง คือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26

2) ความต้องการในการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม ในด้าน**ข้อมูลที่ได้รับมีความถูกต้อง ครบคลุม** กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นด้วย คิดเป็นร้อยละ 43.8 รองลงมาคือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง คิดเป็นร้อยละ 42.8 นอกนั้นกลุ่มตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 13.5 ปานกลาง ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับคะแนนเฉลี่ยความต้องการในการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม ในด้านข้อมูลที่ได้รับมีความถูกต้อง ครบคลุม อยู่ในเกณฑ์สูง คือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29

3) ความต้องการในการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม ในด้าน**ข้อมูลที่ได้รับนำไปประกอบการวางแผนหรือตัดสินใจท่องเที่ยวได้** กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นด้วย คิดเป็นร้อยละ 44.5 รองลงมาคือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง และปานกลาง

คิดเป็นร้อยละ 37.0 และ 17.5 ตามลำดับ นอกนั้นก็กลุ่มตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 1.0 ไม่เห็นด้วย ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับคะแนนเฉลี่ยความต้องการในการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม ในด้านข้อมูลที่ได้รับนำไปประกอบการวางแผนหรือตัดสินใจท่องเที่ยวได้ อยู่ในเกณฑ์สูง คือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17

4) ความต้องการในการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม ในด้าน**ข้อมูลที่ได้รับมีส่วนให้นักท่องเที่ยวเข้าพักโฮมสเตย์** กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นด้วย คิดเป็นร้อยละ 44.3 รองลงมาคือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง และปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 34.8 และ 20.5 ตามลำดับ นอกนั้นก็กลุ่มตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 0.5 ไม่เห็นด้วย ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับคะแนนเฉลี่ยความต้องการในการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม ในด้านข้อมูลที่ได้รับมีส่วนให้นักท่องเที่ยวเข้าพักโฮมสเตย์ อยู่ในเกณฑ์สูง คือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13

5) ความต้องการในการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม ในด้าน**ข้อมูลที่ได้รับมีโปรโมชั่นให้เลือกมากพอที่จะใช้ในการตัดสินใจ** กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นด้วย คิดเป็นร้อยละ 37.3 รองลงมาคือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง, ปานกลาง และไม่เห็นด้วย คิดเป็นร้อยละ 31.3, 30.5 และ 0.8 ตามลำดับ นอกนั้นก็กลุ่มตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 0.3 ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับคะแนนเฉลี่ยความต้องการในการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม ในด้านข้อมูลที่ได้รับมีโปรโมชั่นให้เลือกมากพอที่จะใช้ในการตัดสินใจ อยู่ในเกณฑ์สูง คือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98

6) ความต้องการในการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม ในด้าน**ข้อมูลที่ได้รับให้ความรู้เรื่องการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์** กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นด้วย คิดเป็นร้อยละ 44.5 รองลงมาคือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง, ปานกลาง และไม่เห็นด้วย คิดเป็นร้อยละ 33.3, 20.0 และ 1.8 ตามลำดับ นอกนั้นก็กลุ่มตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 0.8 ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับคะแนนเฉลี่ยความต้องการในการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม ในด้านข้อมูลที่ได้รับให้ความรู้เรื่องการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์อยู่ในเกณฑ์สูง คือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07

7) ความต้องการในการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม ในด้าน**ข้อมูลที่ได้รับให้ความบันเทิง** กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 29.8 รองลงมาคือ คือ เห็นด้วย, ไม่เห็นด้วย และไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง คิดเป็นร้อยละ 23.0, 20.0 และ 15.5 ตามลำดับ นอกนั้นก็กลุ่มตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 10.8 เห็นด้วยอย่างยิ่ง ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับคะแนนเฉลี่ยความต้องการในการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อ

ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม ในด้านข้อมูลที่ได้รับให้ความบันเทิง อยู่ในเกณฑ์ปานกลาง คือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.92

8) ความต้องการในการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม ในด้านการมีข้อมูลการท่องเที่ยวหลายประเภทให้เลือกค้นหา กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นด้วย คิดเป็นร้อยละ 38.8 รองลงมาคือ คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง และปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 30.0 และ 25.9 ตามลำดับ นอกนั้นก็กลุ่มตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 6.3 ไม่เห็นด้วย ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับคะแนนเฉลี่ยความต้องการในการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม ในด้านข้อมูลการมีข้อมูลการท่องเที่ยวหลายประเภทให้เลือกค้นหา อยู่ในเกณฑ์สูง คือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92

9) ความต้องการในการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม ในด้านเว็บไซต์มีรูปแบบการนำเสนอที่น่าสนใจทำให้เห็นความสวยงามจากสถานที่ท่องเที่ยวได้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นด้วย คิดเป็นร้อยละ 43.5 รองลงมาคือ คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง และปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 38.8 และ 17.0 ตามลำดับ นอกนั้นก็กลุ่มตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 1.3 ไม่เห็นด้วย ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับคะแนนเฉลี่ยความต้องการในการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม ในด้านเว็บไซต์มีรูปแบบการนำเสนอที่น่าสนใจทำให้เห็นความสวยงามจากสถานที่ท่องเที่ยวได้ อยู่ในเกณฑ์สูง คือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18

10) ความต้องการในการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม ในด้านภาษาที่ใช้ผ่านเว็บไซต์ต่อการเข้าใจ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นด้วยอย่างยิ่ง คิดเป็นร้อยละ 42.3 รองลงมาคือ คือ เห็นด้วย, ปานกลาง และไม่เห็นด้วย คิดเป็นร้อยละ 39.8, 17.0 และ 0.8 ตามลำดับ นอกนั้นก็กลุ่มตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 0.3 ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับคะแนนเฉลี่ยความต้องการในการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม ในด้านภาษาที่ใช้ผ่านเว็บไซต์ต่อการเข้าใจ อยู่ในเกณฑ์สูง คือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23

11) ความต้องการในการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม ในด้านการมีภาษาอังกฤษสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นด้วยอย่างยิ่งคิดเป็นร้อยละ 42.5 รองลงมาคือ คือ เห็นด้วย, ปานกลาง และไม่เห็นด้วย คิดเป็นร้อยละ 39.0, 17.5 และ 0.8 ตามลำดับ นอกนั้นก็กลุ่มตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 0.3 ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับคะแนนเฉลี่ยความต้องการในการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม ในด้านการมีภาษาอังกฤษสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ อยู่ในเกณฑ์สูง คือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22

12) ความต้องการในการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม ในด้าน**เว็บไซต์มีการนำเสนอที่อ่านง่ายสบายตา** กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นด้วยอย่างยิ่งคิดเป็นร้อยละ 45.8 รองลงมาคือ คือ เห็นด้วย, ปานกลาง และไม่เห็นด้วย คิดเป็นร้อยละ 39.8, 13.8 และ 0.5 ตามลำดับ นอกนั้นกลุ่มตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 0.3 ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับคะแนนเฉลี่ยความต้องการในการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม ในด้าน**เว็บไซต์มีการนำเสนอที่อ่านง่ายสบายตา** อยู่ในเกณฑ์สูง คือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30

13) ความต้องการในการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม ในด้าน**เว็บไซต์สามารถเรียกดูข้อมูลได้เร็ว** กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นด้วยอย่างยิ่ง คิดเป็นร้อยละ 51.8 รองลงมาคือ คือ เห็นด้วย, ปานกลาง และไม่เห็นด้วย คิดเป็นร้อยละ 34.0, 13.0 และ 1.0 ตามลำดับ นอกนั้นกลุ่มตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 0.3 ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับคะแนนเฉลี่ยความต้องการในการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม ในด้าน**เว็บไซต์สามารถเรียกดูข้อมูลได้เร็ว** อยู่ในเกณฑ์สูง คือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36

14) ความต้องการในการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม ในด้าน**เว็บไซต์มีเครื่องมือช่วยนำทาง** กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นด้วยอย่างยิ่ง คิดเป็นร้อยละ 37.0 รองลงมาคือ คือ เห็นด้วย, ปานกลาง และไม่เห็นด้วย คิดเป็นร้อยละ 33.0, 26.3 และ 3.3 ตามลำดับ นอกนั้นกลุ่มตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 0.5 ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับคะแนนเฉลี่ยความต้องการในการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม ในด้าน**เว็บไซต์มีเครื่องมือช่วยนำทาง** อยู่ในเกณฑ์สูง คือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02

สำหรับระดับคะแนนเฉลี่ยความต้องการในการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม โดยภาพรวมอยู่ในเกณฑ์สูง กล่าวคือ มีค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 4.07

ภาพรวมของการแนวทางการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม

การพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ เป็นส่วนหนึ่งในการจัดการการท่องเที่ยว เพื่อช่วยให้เว็บไซต์นั้นมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และสร้างความสนใจระหว่างหมู่บ้านการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์กับนักท่องเที่ยวกลุ่มต่างๆ ซึ่งในการศึกษาวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม” ได้มีการศึกษาทั้งในส่วนของผู้ส่งสาร คือ การสัมภาษณ์แบบเจาะลึกผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินงานด้านการผลิตเว็บไซต์ของโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงครามและผู้ประกอบการการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ รวมถึงการวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสาร และการวิจัยเชิงสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เก็บข้อมูล เพื่อศึกษาและสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงครามเกี่ยวกับความต้องการในด้านต่างๆ ผลการวิจัยสามารถสรุปได้เป็น 3 ประเด็น ดังต่อไปนี้

ประเด็นที่ 1 ลักษณะการใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์

หนึ่งในกระบวนการการประชาสัมพันธ์ที่สำคัญคือ การเลือกใช้สื่อ โดยสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์นั้นมืออยู่หลากหลายประเภทด้วยกัน ซึ่งการเลือกสื่อที่เหมาะสมจะสามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการประชาสัมพันธ์ได้ โดยผู้ประกอบการการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม จะเลือกใช้สื่อที่เหมาะสมในการส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ คือ เลือกสื่อที่สามารถถ่ายทอดได้ทั้งภาพและเสียง หรือเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้ามามีส่วนร่วมสัมผัสของจริงได้ เช่น สื่อโทรทัศน์ นอกจากนี้ ยังมีการเลือกใช้สื่อที่สามารถเข้าถึงได้ตลอดเวลา รวบรวมและเชื่อมโยงข้อมูลที่เกี่ยวข้องจากหลากหลายแหล่งมาไว้ที่เดียวกัน สามารถนำเสนอเนื้อหาเฉพาะเรื่อง เจาะลึกรายละเอียดเพื่อสนองความต้องการเฉพาะกลุ่มได้อย่างสื่อเว็บไซต์ ซึ่งในส่วนเนื้อหาของเนื้อหาในเว็บไซต์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ ที่ตามปกติแล้วจะมีรายละเอียดการเดินทาง บรรยากาศ ราคาที่พัก เบอร์โทรศัพท์แล้ว ยังเน้นในเรื่องราวของกิจกรรมการท่องเที่ยว และมีเทคนิคการนำเสนอความเป็นจริงที่เป็นธรรมชาติ ควรมีการนำเสนอจัดวางรูปแบบให้ดูเรียบง่าย

เมื่อสร้างเว็บไซต์แล้ว จะต้องพยายามทำให้เว็บไซต์นั้น เป็นที่รู้จักเพื่อให้ผู้ชมเข้ามาเยี่ยมชมเป็นจำนวนมาก โดยประชาสัมพันธ์เว็บไซต์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ ด้วยวิธีการลงทะเบียนในเครื่องมือค้นหา (Search Engine) การประชาสัมพันธ์ลงเว็บบอร์ด (Web board) และใช้การ

เชื่อมโยง (Hyperlink) เมื่อทำการประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ให้เป็นที่รู้จักแล้ว สิ่งที่ต้องทำต่อไปคือพยายามให้ผู้ที่เคยเข้ามาเยี่ยมชม กลับมาเยี่ยมชมอีกอย่างสม่ำเสมอ ด้วยการดูแลและปรับปรุงเว็บไซต์ (Update) การทำให้เครื่องมือค้นหา (Search Engine) และการจัดกิจกรรมที่น่าสนใจ การใช้สื่อที่เหมาะสมเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์กับนักท่องเที่ยว จะใช้สื่อเว็บไซต์และสื่อโทรทัศน์ในการเผยแพร่ข่าวสารการท่องเที่ยว กิจกรรมต่างๆ ซึ่งผลจากการวิจัยเชิงสำรวจ พบว่า ประชาชนที่ใช้บริการการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงครามมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ จากเว็บไซต์มากที่สุด รองลงมา คือ สื่อโทรทัศน์เช่นกัน ดังนั้น จึงอาจกล่าวได้ว่า ผู้ประกอบการโฮมสเตย์สามารถเลือกใช้สื่อในการเผยแพร่ข่าวสารได้อย่างสอดคล้องกับการเปิดรับของนักท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ส่วนใหญ่สนใจข้อมูลข่าวสารบนเว็บไซต์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในด้านสถานที่ท่องเที่ยวใกล้เคียงมากที่สุด และมีความสนใจลักษณะข้อมูลบนสื่อเว็บไซต์ในรูปแบบของภาพเหมือนจริงประกอบมากที่สุด รวมทั้งต้องการให้เว็บไซต์เรียกดูข้อมูลได้เร็วมากที่สุด รองลงมา คือ มีการนำเสนอที่อ่านง่ายสบายตา โดยมีอิทธิพลต่อความต้องการในการพัฒนาเว็บไซต์อยู่ในระดับสูง ส่วนข้อมูลที่ได้รับให้ความบันเทิง นักท่องเที่ยวมีความเห็นว่า มีอิทธิพลต่อความต้องการอยู่ในระดับปานกลาง

การพัฒนาเว็บไซต์เปรียบได้เหมือนกับการพัฒนาสิ่งอื่นๆซึ่งมีทั้งประสบความสำเร็จและล้มเหลว เป็นเรื่องที่สำคัญที่ผู้ผลิตเว็บไซต์ควรหันมาพิจารณาอย่างจริงจัง การออกแบบและการพัฒนาเว็บไซต์ที่ดี จะช่วยทำให้เว็บไซต์มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ประเด็นที่ 2 ปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม

1. ปัญหาด้านเครื่องคอมพิวเตอร์

คอมพิวเตอร์เป็นอุปกรณ์ที่ใช้ในการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตยังมีราคาค่อนข้างแพง ทำให้ผู้ประกอบการโฮมสเตย์ไม่สามารถเข้าถึงสื่อเว็บไซต์ ผู้ที่สามารถเข้าถึงสื่อนี้ได้ จึงจำกัดอยู่ในกลุ่มคนที่มีฐานะทางเศรษฐกิจและการศึกษาค่อนข้างดี รวมทั้งค่าบริการในการทำเว็บไซต์มีราคาสูง ทำให้ผู้ประกอบการโฮมสเตย์ไม่นิยมใช้เว็บไซต์ในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์

2. ปัญหาด้านบุคคลากร

ผู้ประกอบการโฮมสเตย์ยังขาดความรู้ ความเข้าใจในระบบอินเทอร์เน็ต และไม่มีแนวคิดในการดำเนินธุรกิจในรูปแบบนี้ เพราะผู้ประกอบการโฮมสเตย์ส่วนมาก เป็นชาวสวน ชาวไร่ จึงไม่เห็นความสำคัญของการใช้ระบบอินเทอร์เน็ตในการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ เมื่อไม่มีความรู้อย่างคอมพิวเตอร์แล้ว การพัฒนาเว็บไซต์จึงลำบากมากขึ้น และในความคิดของผู้ประกอบการโฮมสเตย์ มักจะคิดว่ายังมีนักท่องเที่ยวที่ให้ความสนใจกับการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์อยู่ ทำให้ไม่มีการเตรียมการและปรับตัวให้พร้อมรับกับการแข่งขันที่มากขึ้น

ประเด็นที่ 3 ข้อเสนอแนะในการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม

1. การรวมตัวกันของผู้ประกอบการโฮมสเตย์

ผู้ประกอบการโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงครามควรมีการรวมตัว เพื่อสร้างความร่วมมือร่วมใจภายในชุมชนของตน ทำให้การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงครามเกิดการท่องเที่ยวที่ครบวงจร ซึ่งก่อให้เกิดการกระจายรายได้สู่คนในชุมชน โดยมีบ้านพักแบบโฮมสเตย์จำนวนไม่น้อยที่มีศักยภาพที่จะก่อตั้งขึ้นมาเป็นชมรมเว็บไซต์ที่พักโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม ด้วยการนำเสนอสถานที่ท่องเที่ยวแปลกใหม่บนสื่อเว็บไซต์และเชิญวิทยากรมาให้ความรู้เกี่ยวกับคอมพิวเตอร์และระบบอินเทอร์เน็ต ก็จะช่วยลดการว่างงานที่ผู้ประกอบการและผู้จัดทำและออกแบบเว็บไซต์ได้

2. การสนับสนุนช่วยเหลือของภาครัฐ

รัฐบาลควรมีการลงทุนในเรื่องการให้ความรู้และฝึกอบรมในเรื่องอินเทอร์เน็ตให้มากและกว้างขวางแก่ผู้ประกอบการโฮมสเตย์อย่างจริงจัง เพื่อได้เล็งเห็นความสำคัญการสื่อสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ตและได้มีการนำเอาระบบนี้มาใช้ให้เป็นประโยชน์กับการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ นอกจากนี้หน่วยงานที่รับผิดชอบในเรื่องโดยตรงควรเข้ามาช่วยเหลือผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็กในการเป็นแหล่งรวบรวมเว็บไซต์ทางการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ของประเทศอีกด้วย

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง “แนวทางการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม” ประกอบด้วยการศึกษาวิจัยสองส่วนคือ ส่วนที่หนึ่ง การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ประกอบกับการวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสาร เพื่อนำเสนอข้อมูลในรูปแบบการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) และส่วนที่สอง การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งเป็นการเก็บข้อมูลแบบครั้งเดียว เพื่อศึกษาและสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม เกี่ยวกับความต้องการในการพัฒนาเว็บไซต์ในด้านต่างๆ จำนวน 400 คน โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังนี้

1. เพื่อศึกษาหาแนวทางการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม ให้ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว
2. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม
3. เพื่อศึกษาข้อเสนอแนะในการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม

สรุปผลการวิจัย

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยสามารถสรุปผลในภาพรวมแยกออกเป็นสองส่วน ได้แก่ ส่วนที่หนึ่ง การศึกษาปัญหาและอุปสรรค ข้อเสนอแนะในการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม ไปประยุกต์ใช้ในการสร้างเว็บไซต์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ และในส่วนที่สอง การสรุปผลการวิจัยในส่วนของการศึกษาและสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงครามเกี่ยวกับความต้องการในการพัฒนาเว็บไซต์ในด้านต่างๆ

ส่วนที่ 1 การสรุปผลการวิจัยในส่วนของการศึกษาปัญหาและอุปสรรค ข้อเสนอแนะในการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาปัญหาและอุปสรรค ข้อเสนอแนะในการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม ไปประยุกต์ใช้ในการสร้างเว็บไซต์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์

โดยกลุ่มแรก ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ผู้นำชุมชนและผู้ประกอบการโฮมสเตย์ รวมทั้งผู้ดูแลเว็บไซต์การท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรสงคราม ผลการวิจัยสามารถสรุปในภาพรวมได้เป็น 3 ข้อดังต่อไปนี้

- 5.1 ลักษณะการใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์
- 5.2 ปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม
- 5.3 ข้อเสนอแนะในการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม

5.1 ลักษณะการใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์

* สื่อที่ใช้ในการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์

การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ของหมู่บ้านการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ มีการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่หลากหลายเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ประกอบไปด้วย 3 สื่อได้แก่

1. **สื่อบุคคล** หมู่บ้านการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ มีการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทบุคคลเป็นหลักในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของทางหมู่บ้านให้กับนักท่องเที่ยวได้รับรู้ เนื่องจากการประชาสัมพันธ์ด้วยสื่อบุคคลนั้น เป็นการประชาสัมพันธ์ที่ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายใดๆทั้งสิ้น และเป็นการประชาสัมพันธ์ที่ง่ายที่สุด ที่ทางชุมชนหมู่บ้านการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ได้ใช้ในการประชาสัมพันธ์มีดังนี้คือ

ชาวบ้านในหมู่บ้านและผู้นำชุมชน เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสื่อบุคคลกลุ่มแรก ที่ได้ช่วยประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ของหมู่บ้านให้เป็นที่รู้จักแก่บุคคลภายนอก โดย

ผู้นำชุมชนและชาวบ้านในหมู่บ้านเมื่อได้ออกไปนอกหมู่บ้าน เวลาไปพบใครที่ไหนทั้งญาติและเพื่อนๆ ก็จะเชิญชวนให้คนภายนอกได้เข้ามาท่องเที่ยวในหมู่บ้านของตน

เพื่อนฝูง และญาติพี่น้องของนักท่องเที่ยวที่เคยมาเที่ยว เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสื่อบุคคลที่สำคัญที่สุด ที่ช่วยส่งเสริมประชาสัมพันธ์ชักจูงใจให้กับนักท่องเที่ยวคนอื่นๆ ที่เป็นเพื่อนหรือญาติพี่น้องของตน ให้เข้ามาท่องเที่ยวภายในหมู่บ้าน

เจ้าหน้าที่ของบริษัทนำเที่ยว เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสื่อบุคคลที่มีส่วนช่วยในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ของหมู่บ้านให้เป็นที่รู้จักแก่นักท่องเที่ยวได้อีกทางหนึ่ง ส่วนใหญ่จะเป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติจะได้รับข้อมูลและเรื่องราวของหมู่บ้านการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์จากเจ้าหน้าที่บริษัทนำเที่ยว

เจ้าหน้าที่ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสื่อบุคคลที่สำคัญ ที่ได้มีส่วนช่วยประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของทางหมู่บ้านได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะช่วยแนะนำ ให้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ให้แก่นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่ติดต่อสอบถามเข้ามา และแนะนำหมู่บ้านให้แก่สื่อมวลชนต่างๆ ที่อยากได้ข้อมูลข่าวสารของหมู่บ้านอีกด้วย

2. สื่อเฉพาะกิจ หมู่บ้านท่องเที่ยวมีการใช้สื่อเฉพาะกิจเข้ามาช่วยประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของหมู่บ้านซึ่งช่วยส่งเสริมการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี ได้แก่ แผ่นพับ ซึ่งเป็นสื่อเฉพาะกิจชนิดแรกที่และไปฝากวางไว้ตามสถานที่ราชการในตัวจังหวัดสมุทรสงครามเป็นส่วนใหญ่ แต่ระยะหลัง ได้มีการไปฝากวางไว้ตามสถานที่ต่างๆ ที่มีคนพลุกพล่าน เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้และเดินทางมาท่องเที่ยวในหมู่บ้าน และหนังสือคู่มือการท่องเที่ยว ที่จัดทำขึ้นโดยหน่วยงานของรัฐ จะมีรายละเอียดที่เกี่ยวกับเรื่องของการท่องเที่ยวของทางหมู่บ้านลงไว้อย่างชัดเจน และมีรูปแบบสีสดที่น่าน่าอ่าน ช่วยดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

3. สื่อมวลชน เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่ทำให้ส่งสาร ไปยังผู้รับสารกลุ่มเป้าหมายจำนวนมากและอยู่อย่างกระจัดกระจายได้ภายในเวลาอันรวดเร็ว สื่อมวลชนเข้ามาช่วยในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวของหมู่บ้านให้กับนักท่องเที่ยวได้รับรู้ ซึ่งสามารถแบ่งสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสื่อมวลชนใช้ในการประชาสัมพันธ์ ได้ดังนี้ คือ

โทรทัศน์ เป็นสื่อมวลชนที่ได้ช่วยประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของหมู่บ้านให้กับบุคคลภายนอกได้รับรู้ โดยทางหมู่บ้านไม่ได้เป็นผู้จัดทำหรือผลิตขึ้นมาเอง แต่ได้รับความช่วยเหลือจากบุคคลภายนอกเป็นผู้ผลิตให้ เป็นผลทำให้มีนักท่องเที่ยวสนใจเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว และมีการประชาสัมพันธ์ต่อกันทำให้มีสถานีโทรทัศน์ช่องต่างๆติดต่อขอถ่ายทำรายการทางสถานีโทรทัศน์

วิทยุ เป็นสื่อมวลชนที่ได้ช่วยประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของหมู่บ้านให้กับบุคคลภายนอกได้รับรู้ โดยทางหมู่บ้านไม่ได้เป็นผู้จัดทำหรือผลิตขึ้นมาเอง แต่ได้รับความช่วยเหลือจากบุคคลภายนอกเป็นผู้ผลิตให้ โดยเฉพาะในช่วงแรกของการท่องเที่ยว ก็ได้รับความช่วยเหลือจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ที่ช่วยประสานงานฝากข่าวประชาสัมพันธ์ของทางหมู่บ้านท่องเที่ยวไปกับสถานีวิทยุกระจายเสียงคลื่นต่างๆ ได้ช่วยออกประกาศประชาสัมพันธ์

หนังสือพิมพ์ เป็นสื่อมวลชนที่ช่วยประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวให้กับบุคคลภายนอกได้รับรู้ โดยทางหมู่บ้านไม่ได้เป็นผู้จัดทำหรือผลิตขึ้นมาเอง แต่ได้รับความช่วยเหลือจากบุคคลภายนอกเป็นผู้ผลิตให้ ได้ติดต่อเข้ามาเพื่อขอข้อมูลและเข้ามาเที่ยวชมภายในหมู่บ้าน

นิตยสาร เป็นสื่อมวลชนชนิดแรกๆที่ได้ช่วยประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในรูปแบบของโฮมสเตย์ให้บุคคลภายนอกได้รับรู้ โดยทางหมู่บ้านไม่เป็นผู้จัดทำหรือผลิตขึ้นมาเอง แต่ได้รับความช่วยเหลือจากบุคคลภายนอกเป็นผู้ผลิตให้ นิตยสารมีการพิมพ์ที่ประณีต มีสีสันสวยงามที่ดึงดูดความสนใจของผู้อ่านได้เป็นอย่างดี และเสนอเรื่องราวเฉพาะเรื่องและลึกซึ้งกว่าหนังสือพิมพ์ มีภาพประกอบสวยงาม สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายโดยเฉพาะได้

เว็บไซต์ หมู่บ้านการท่องเที่ยว มีการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทอินเทอร์เน็ตเข้ามาช่วยในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของหมู่บ้านให้กับนักท่องเที่ยวได้รับรู้ โดยได้รับความช่วยเหลือจากเจ้าหน้าที่ของกรมพัฒนาชุมชนจังหวัดสมุทรสงคราม ที่ช่วยประสานงานกับหน่วยงานต่างๆได้จัดทำข้อมูลการท่องเที่ยวของหมู่บ้านลงบนเว็บไซต์ของหน่วยงานต่างๆให้ โดยเฉพาะเว็บไซต์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย รวมทั้งเว็บไซต์แม่กลองดีและเว็บไซต์แม่กลองทุญ่เคยที่มีบทบาทมากในการลงเรื่องราวต่างๆของการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในหมู่บ้าน โดยในส่วนเนื้อหาของเว็บไซต์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ที่ควรจะเป็น ที่ตามปกติแล้วจะมีรายละเอียดการเดินทาง ราคาที่พักแล้ว ยังเน้นในเรื่องราวของกิจกรรมการท่องเที่ยว อาหารเด่นประจำจังหวัด และสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรสงคราม

ส่วนเทคนิคการนำเสนอบนเว็บไซต์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ควรนำเสนอความเป็นจริงที่เป็นธรรมชาติ ความสวยงามตามธรรมชาติที่เป็นรูปภาพจริง และสร้างความเข้าใจชัดเจนในสิ่งที่ต้องการสื่อสารในเว็บไซต์ โดยการให้รูปภาพมีความสัมพันธ์กับเนื้อหาในเว็บไซต์ ควรมีการนำเสนอจัดวางรูปแบบให้ดูเรียบง่าย แยกเป็นสัดส่วนชัดเจน สร้างความรู้สึกสม่ำเสมอ เรียบร้อยเป็นกันเอง นอกจากนี้ ผู้ประกอบการโฮมสเตย์ ยังต้องการประชาสัมพันธ์ให้คนที่มาชมเว็บไซต์ทราบว่า การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์แท้จริงแล้ว เป็นการอยู่ร่วมกับเจ้าของบ้านเกษตรกรผู้เป็นเจ้าของสวน และกินนอน ทำกิจกรรมร่วมกับเจ้าของบ้านตามวิถีชีวิตปกติ โดยนักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสชีวิตที่ไม่ได้ปรุงแต่ง ได้เห็น ได้ร่วมกิจกรรมในอาชีพของเจ้าของบ้าน ที่ดูแลบริการเหมือนลูกหลาน ซึ่งเป็นลักษณะที่แตกต่างจากบริการของโรงแรม และมีค่าใช้จ่ายต่ำกว่า โดยเว็บไซต์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม ถ้าเปรียบเทียบกับเว็บไซต์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์จากจังหวัดอื่นหรือที่อื่นๆ เว็บไซต์ของที่นี่จะหรรหาลังการ ใกล้เคียงเว็บไซต์ของรีสอร์ท ส่วนมากผู้ประกอบการโฮมสเตย์เป็นผู้สูงอายุ ที่ไม่มีความรู้ความสามารถทางด้านคอมพิวเตอร์ จึงฝากให้คนรู้จักที่พอทำเว็บไซต์ได้ ช่วยทำ ดังนั้น เว็บไซต์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม มีความเรียบง่าย โดยเว็บไซต์หนึ่งจะมีเพียง 3-4 หน้า และไม่ค่อยใช้กราฟฟิกและแอนิเมชัน (Animation)

เหตุผลที่ผู้ประกอบการโฮมสเตย์เลือกใช้เว็บไซต์เพื่อประชาสัมพันธ์ที่พักโฮมสเตย์ คือ ความสามารถที่เผยแพร่ได้ทั่วโลก การที่สามารถทำงานแบบ Interactive การที่สามารถทำเป็นระบบมัลติมีเดียได้ การจัดทำเว็บไซต์คุ้มค่าง่าสื่ออื่นๆและการปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัยได้ โดยมีการผลิตและการออกแบบเว็บไซต์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดของกลุ่มเป้าหมายสามารถแบ่งได้เป็น 3 ขั้นตอน คือ การสำรวจความคิดของลูกค้า การออกแบบเว็บไซต์ และการดูแลรักษาเว็บไซต์

ในกรณีการทำเว็บไซต์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ให้เป็นที่รู้จักนั้น กลุ่มเป้าหมายได้ประชาสัมพันธ์เว็บไซต์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ด้วยและไม่เก็บค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมจากลูกค้าแต่อย่างใด การประชาสัมพันธ์เว็บไซต์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์สามารถกระทำได้ด้วยวิธีการลงทะเบียนในเครื่องมือค้นหา (Search Engine) การประชาสัมพันธ์ลงเว็บบอร์ด (Web board) และการใช้ไฮเปอร์ลิงค์ (Hyperlink)

5.2 ปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม

1. **ปัญหาด้านเครื่องคอมพิวเตอร์** เครื่องคอมพิวเตอร์ยังมีราคาแพงกว่าโทรทัศน์ วิทยุ และโทรศัพท์ จึงไม่มีความจำเป็นต้องใช้คอมพิวเตอร์สำหรับผู้ประกอบการโฮมสเตย์ เมื่อคอมพิวเตอร์เป็นสื่อที่เข้าถึงเว็บไซต์ จะส่งผลดีต่อการพัฒนาเทคโนโลยีในด้านการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตมากขึ้น แต่ถ้าหากคอมพิวเตอร์ ซึ่งเป็นเครื่องมือสำคัญในการใช้อินเทอร์เน็ต ยังมีไม่มากพอ ก็ทำให้การพัฒนาของเว็บไซต์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์เป็นไปได้ช้า

2. **ปัญหาด้านบุคลากร** ผู้ประกอบการโฮมสเตย์ส่วนใหญ่ไม่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการสื่อสารด้วยระบบอินเทอร์เน็ต ปัญหาและอุปสรรคด้านนี้จึงเปรียบเสมือนข้อจำกัดให้ไม่สามารถใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ตได้ ในกรณีของผู้ประกอบการโฮมสเตย์ ซึ่งเป็นชาวสวน ผู้สูงอายุด้วยแล้ว ก็ยังไม่มีเวลาพัฒนาความรู้ความสามารถในเรื่องของระบบอินเทอร์เน็ตและเว็บไซต์ รวมทั้งต้องรับผิดชอบงานภายในสวนของตนและดูแลต้อนรับนักท่องเที่ยว ก็ยังไม่มีโอกาสที่จะใช้ประโยชน์ทางอินเทอร์เน็ตแต่อย่างใด

5.3 ข้อเสนอแนะในการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม

1. **การรวมตัวกันของผู้ประกอบการโฮมสเตย์** ผู้ประกอบการโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงครามควรมีการรวมตัวเป็นเครือข่าย เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม สร้างความร่วมมือร่วมใจภายในชุมชนของตน ทำให้การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงครามเกิดการท่องเที่ยวที่ครบวงจร ซึ่งก่อให้เกิดการกระจายรายได้สู่คนในชุมชน ซึ่งน่าจะลดการพึ่งพาอาศัยตัวแทนนำเที่ยวได้อีกทางหนึ่ง

2. **การสนับสนุนช่วยเหลือของภาครัฐ** รัฐบาลควรให้การส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์อย่างจริงจัง โดยรัฐควรมีการลงทุนในเรื่องการให้ความรู้และฝึกอบรมในเรื่องอินเทอร์เน็ตให้มากและกว้างขวางแก่ผู้ประกอบการโฮมสเตย์อย่างจริงจัง เพื่อได้เล็งเห็นความสำคัญการสื่อสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ตและได้มีการนำเอาระบบนี้มาใช้ให้เป็นประโยชน์กับการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ นอกจากนี้หน่วยงานที่รับผิดชอบในเรื่องโดยตรงควรเข้ามาช่วยเหลือผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยว โดยเฉพาะผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็ก ในการเป็นแหล่งรวบรวมเว็บไซต์ทางด้านการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ของประเทศ

ส่วนที่ 2 การสรุปผลการวิจัยในส่วนของการศึกษาและสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงครามเกี่ยวกับความต้องการในการพัฒนาเว็บไซต์ในด้านต่างๆ

ผู้วิจัยได้ออกแบบสอบถาม เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจำนวน 1 ชุด แล้วนำข้อมูลมาทำการวิเคราะห์ผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เป็นสถิติพื้นฐานที่ใช้ในการอธิบายและแสดงค่าข้อมูลเป็นจำนวนร้อยละ (Percentage) โดยวิเคราะห์ในลักษณะตารางทางเดียวหรือตัวแปรเดียว ข้อมูลที่อธิบายได้แก่ ลักษณะเชิงประชากร การเปิดรับข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ ความต้องการของนักท่องเที่ยวในการพัฒนาเว็บไซต์

1. ข้อมูลด้านลักษณะประชากร

กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในครั้งนี้เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 25 – 34 ปี จบการศึกษาชั้นสูงสุดในระดับปริญญาตรี และมีเป็นนักเรียน/นักศึกษามากที่สุด และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 5,000 – 15,000 บาท มากที่สุด

2. ข้อมูลการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้แบ่งการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม ออกเป็นสื่อหลัก 3 ประเภท คือ สื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ ผลการวิจัยปรากฏดังนี้

2.1 สื่อมวลชน

นักท่องเที่ยวที่ใช้บริการการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม มีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์จากสื่อมวลชนเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยกลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม จากสื่อเว็บไซต์มีจำนวนมากที่สุด รองลงมา คือ โทรทัศน์ นิตยสาร/วารสารทั่วไป ป้ายโฆษณา หนังสือพิมพ์ ตามลำดับ ส่วนวิทยุ กลุ่มตัวอย่างเปิดรับน้อยที่สุด

2.2 สื่อบุคคล

นักท่องเที่ยวที่ใช้บริการการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม มีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์จากสื่อบุคคลเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยกลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม จากเพื่อนฝูงมีจำนวนมากที่สุด รองลงมา คือ สมาชิกในครอบครัว บริษัทนำเที่ยว/มัคคุเทศก์ ตามลำดับ ส่วนเจ้าหน้าที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างเปิดรับน้อยที่สุด

2.3 สื่อเฉพาะกิจ

นักท่องเที่ยวที่ใช้บริการการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม มีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์จากสื่อเฉพาะกิจเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยกลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม จากสื่อแผ่นพับมากที่สุด รองลงมา คือ สื่อโปสเตอร์ ส่วนสื่อนิทรรศการ กลุ่มตัวอย่างเปิดรับน้อยที่สุด

3. ข้อมูลความต้องการของนักท่องเที่ยวในการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม

3.1 ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงครามบนสื่อเว็บไซต์

นักท่องเที่ยวที่ใช้บริการการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม มีความสนใจข้อมูลข่าวสารบนสื่อเว็บไซต์ในด้านสถานที่ท่องเที่ยวใกล้เคียงมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านที่พักแรมและราคา กิจกรรมการท่องเที่ยว เทศกาล/งานประเพณี ข้อมูลการเดินทาง ร้านอาหาร แผนที่สินค้าพื้นเมือง/ของที่ระลึก เกร็ดความรู้ เครื่องมือค้นหา (Search) และคำถามที่พบบ่อยตามลำดับ โดยกลุ่มตัวอย่างมีความสนใจข้อมูลข่าวสารในด้านห้องสนทนาน้อยที่สุด

3.2 ลักษณะข้อมูลการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงครามบนสื่อเว็บไซต์

นักท่องเที่ยวที่ใช้บริการการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม มีความสนใจลักษณะข้อมูลบนสื่อเว็บไซต์ในรูปแบบของภาพเหมือนจริงประกอบมากที่สุด รองลงมา คือ การจองที่พักออนไลน์ Link กับเว็บไซต์อื่นที่เกี่ยวข้อง ดาวน์โหลดข้อมูลได้ ภาพเคลื่อนไหว (Animation) และเสียงประกอบ ตามลำดับ โดยกลุ่มตัวอย่างมีความสนใจลักษณะข้อมูลในรูปแบบของวิดีโอมากที่สุด

3.3 ความต้องการในการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม

นักท่องเที่ยวที่ใช้บริการการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงครามมีความต้องการให้เว็บไซต์สามารถเรียกดูข้อมูลได้เร็วมากที่สุด รองลงมา คือ เว็บไซต์มีการนำเสนอที่อ่านง่ายสบายตา ข้อมูลมีความถูกต้องครบคลุม ข้อมูลมีความทันสมัย ภาษาที่ใช้ง่ายต่อการเข้าใจ มีภาษาอังกฤษสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ มีรูปแบบการนำเสนอที่น่าสนใจทำให้เห็นความสวยงามจากสถานที่ท่องเที่ยว ข้อมูลนำไปประกอบการวางแผนหรือตัดสินใจท่องเที่ยวได้ ข้อมูลมีส่วนให้นักท่องเที่ยวเข้าพักโฮมสเตย์ ข้อมูลให้ความรู้เรื่องการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ มีเครื่องมือช่วยนำทาง มีโปรโมชั่นให้เลือกมากพอที่จะใช้ในการตัดสินใจ มีข้อมูลท่องเที่ยวหลายประเภทตามลำดับ โดยกลุ่มตัวอย่างมีความต้องการข้อมูลที่ให้ความบันเทิงน้อยที่สุด

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยเกี่ยวกับการศึกษาปัญหาและอุปสรรค ข้อเสนอแนะในการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม ไปประยุกต์ใช้ในการสร้างเว็บไซต์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ ด้วยวิธีการต่างๆ ทั้งจากการศึกษาจากเอกสารและการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ตลอดจนใช้วิธีการเชิงสำรวจโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือเพื่อวิเคราะห์ในมุมมองของนักท่องเที่ยว เกี่ยวกับความต้องการในการพัฒนาเว็บไซต์ในด้านต่างๆ สามารถอภิปรายผลการวิจัยเพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้เป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 การศึกษาปัญหาและอุปสรรค ข้อเสนอแนะในการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม

จากผลการวิจัย ทั้งในส่วนของการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก และการศึกษาจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้พบประเด็นที่น่าสนใจเกี่ยวกับการศึกษาปัญหาและอุปสรรค ข้อเสนอแนะในการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม ไปประยุกต์ใช้ในการสร้างเว็บไซต์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ โดยสามารถนำมาอภิปรายผลได้เป็น 3 ประเด็นคือ

1. ลักษณะการใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์
2. ปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม
3. ข้อเสนอแนะในการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม

1. ลักษณะการใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์

การใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงครามนั้น มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักหมู่บ้านการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ และเป็นการเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวได้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวภายในหมู่บ้าน โดยมีการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ประกอบไปด้วย 4 สื่อ คือ สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ สื่อมวลชน และสื่อเว็บไซต์

1. สื่อบุคคล

จากการวิเคราะห์สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสื่อบุคคล ผู้วิจัยพบว่า การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม มีการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสื่อบุคคลเป็นหลักในการประชาสัมพันธ์เรื่องราวการท่องเที่ยวของหมู่บ้านให้กับบุคคลภายนอกได้รับรู้ ได้แก่ สื่อบุคคลที่เป็นผู้นำชุมชน และชาวบ้านในหมู่บ้านท่องเที่ยว เพื่อนฝูงและญาติพี่น้องของนักท่องเที่ยวที่เคยมาเที่ยว และเจ้าหน้าที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จะเป็นสื่อบุคคลหลักในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวของหมู่บ้านให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ เนื่องจากเป็นการประชาสัมพันธ์โดยที่หมู่บ้านไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายใดๆทั้งสิ้น และยังเป็นการประชาสัมพันธ์ที่ง่ายที่สุด ที่สามารถชักจูงใจนักท่องเที่ยวได้โดยวิธีการพูดคุย ทำให้การเผยแพร่ข่าวสารเป็นไปในลักษณะยืดหยุ่น ปรับให้เข้ากับนักท่องเที่ยวเป็นรายๆไปได้ และสามารถซักถามทำความเข้าใจ และมีปฏิริยาโต้ตอบซึ่งกันและกันได้ ทำให้ได้รับความรู้สึกนึกคิดของนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ เซ็นเตอร์และแจ๊คสัน (Centre and Jackson, 1995) ที่ได้กล่าวว่าการสื่อสารระหว่างบุคคลมีผลต่อการทำให้ผู้รับสารยอมรับที่จะเปลี่ยนทัศนคติและยอมรับที่จะให้ความช่วยเหลือในการดำเนินกิจกรรมต่างๆมากที่สุด โดยสื่อบุคคลเป็นผู้นำสารที่สามารถก่อให้เกิดผลหรือโน้มน้าวใจได้ดีที่สุด บุคคลมีคุณสมบัติเหมาะสมที่จะสามารถสื่อสารได้ดีเป็นการสื่อสารที่มีปฏิริยาสนองกลับ (feedback) ทันทีทันใด ก่อให้เกิดการสื่อสารระหว่างบุคคลต่อบุคคล ถ้าผู้รับสารไม่เข้าใจหรือมีส่วนใดไม่เข้าใจก็สามารถซักถามได้ รายละเอียดต่างๆ ก็สามารถอธิบายเพิ่มเติมให้เกิดความเข้าใจจนประสบผลสำเร็จ

2. สื่อเฉพาะกิจ

จากการวิเคราะห์สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสื่อเฉพาะกิจ ผู้วิจัยพบว่า การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม มีการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสื่อเฉพาะกิจเพียง 2 รูปแบบ ทั้งที่มีการผลิตขึ้นมาเอง และบางส่วนก็มีหน่วยงานภายนอกผลิตให้ ได้แก่ แผ่นพับและหนังสือคู่มือการท่องเที่ยว ซึ่งสื่อเฉพาะกิจเหล่านี้จะมีเนื้อหาเฉพาะ และมีจุดมุ่งหมายหลักอยู่ที่นักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม ซึ่งตรงกับที่ ทักเกอร์และคณะ (Tucker and others, 1997) ได้อธิบายคุณสมบัติของสื่อเฉพาะกิจไว้ว่า เป็นสื่อที่ผลิตขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์ใดวัตถุประสงค์หนึ่งโดยเฉพาะ ซึ่งมักจะกำหนดกลุ่มเป้าหมายอย่างเจาะจงให้ตรงตามความจำเป็น ความเกี่ยวข้อง และความสนใจของผู้รับสาร และมีแนวโน้มในการเข้าถึงผู้แสวงหาข่าวสาร

3. สื่อมวลชน

จากการวิเคราะห์สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสื่อมวลชน ผู้วิจัยพบว่า การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม มีการใช้สื่อมวลชนอย่างครอบคลุม ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ สื่อหนังสือพิมพ์ และสื่อนิตยสาร/วารสาร เข้ามาช่วยในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของหมู่บ้านให้กับนักท่องเที่ยวได้รับรู้ โดยสื่อมวลชนเหล่านี้ ทางหมู่บ้านท่องเที่ยวไม่ได้เป็นผู้ผลิตขึ้นมาเอง แต่ขอความร่วมมือจากหน่วยงานภายนอกให้ช่วยติดต่อประสานงานกับทางสื่อมวลชนต่างๆ ให้เข้ามาเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของหมู่บ้านให้บุคคลภายนอกได้รับรู้โดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยว ซึ่งทางหมู่บ้านจะสนับสนุนให้ข้อมูลที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ของหมู่บ้านในเรื่องต่างๆ ที่สื่อมวลชนขอมา ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดที่ปรมา สตะเวทิน (2538) ที่ได้กล่าวไว้ว่า สื่อมวลชนเป็นสื่อที่มีความเป็นอิสระ และมีดุลยพินิจของตนเองในการพิจารณาข่าวสารที่นักประชาสัมพันธ์ขอความร่วมมือในการเผยแพร่ว่าจะมีความสนใจ และเหมาะสมที่จะเผยแพร่ต่อไปยังสาธารณชนหรือไม่ ส่วนสื่อเว็บไซต์พบว่า การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม มีการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสื่อเว็บไซต์เข้ามาช่วยในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวของหมู่บ้านให้กับนักท่องเที่ยวได้รับรู้ อันได้แก่ การบริการข้อมูลทางเว็บไซต์ โดยได้รับความช่วยเหลือจากโดยได้รับความช่วยเหลือจากหน่วยงานภายนอก ซึ่งถือได้ว่า หมู่บ้านการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม มีการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่ทันสมัยเข้ามาช่วยประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของทางหมู่บ้านได้เป็นอย่างดี เพราะสามารถเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ได้อย่างต่อเนื่อง ไร้รายละเอียดมากกว่าสื่ออื่นๆ เพราะมีพื้นที่มากกว่า และมีความรวดเร็ว ซึ่งสอดคล้องกับนิวซอมและคณะ (Newsom and others, 1993) ที่ได้อธิบายว่า เว็บไซต์ต่างๆ เป็นสื่อใหม่ที่น่าสนใจทำให้เกิดประโยชน์ใน

การประชาสัมพันธ์ได้ เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่างๆ แก่กลุ่มเป้าหมายให้สามารถเข้าถึงได้อย่างรวดเร็วและตอบสนองความต้องการข้อมูลข่าวสารในระดับบุคคลได้เป็นอย่างดี

ดังนั้นจะเห็นได้ว่า การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม ให้ประสบความสำเร็จได้นั้น จะต้องมีการใช้สื่อที่หลากหลายครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย โดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความแตกต่างกันได้ทุกกลุ่ม ซึ่งตรงกับที่อรรณ ปิรันธน์โอวาท (2537) ได้อธิบายไว้ว่า การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ย่อมมีการใช้สื่ออย่างหลากหลาย จะต้องสามารถเลือกใช้สื่อให้เหมาะสมกับสารที่จะส่ง เนื้อหาของสาร ผู้รับสาร และเป้าหมายในการส่งสาร เพื่อให้การประชาสัมพันธ์บรรลุวัตถุประสงค์

การประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ผ่านสื่อเว็บไซต์

แม้ทุกวันนี้สื่อเดิม เช่น วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ยังคงมีบทบาทสำคัญต่องานประชาสัมพันธ์อย่างมาก แต่ในปัจจุบันประเทศต่างๆ มีการเชื่อมโยงกันแบบไร้พรมแดน มีการขยายขอบเขตออกไปในระดับโลก และมีผลให้เกิดการแข่งขันในด้านความเร็วมากขึ้น ทำให้การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ต้องการเครื่องมือสื่อสารที่มีประสิทธิภาพเหนือกว่าสื่อเดิมในหลายด้าน ซึ่งสื่อเว็บไซต์เป็นทางเลือกหนึ่งที่สามารถเข้ามาตอบสนองความต้องการดังกล่าวได้ด้วยเหตุผลดังต่อไปนี้

1. ความสามารถที่เผยแพร่ได้ทั่วโลก

สื่อเว็บไซต์เป็นบริการบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่สามารถเข้าถึงได้จากทุกที่ทั่วโลกโดยไม่มีข้อจำกัดในด้านภูมิศาสตร์ และเข้าถึงได้ตลอดเวลาเพราะเปิดให้บริการทุกวันตลอด 24 ชั่วโมง จึงทำลายข้อจำกัดทั้งสองด้านของสื่ออื่นๆ อย่างสิ้นเชิง และสามารถเป็นสะพานเชื่อมโยงให้ทุกคนเข้าหากันได้อย่างสะดวกง่ายดาย

2. การที่สามารถทำงานแบบ Interactive

สื่อเดิมส่วนใหญ่ทำงานในลักษณะสื่อสารทางเดียว (One-way Communication) จึงวัดผลการตอบรับได้ยาก แต่สื่อเว็บไซต์มีลักษณะสื่อสารสองทาง (Two-way Communication) มีช่องทางให้ผู้รับสารสามารถสื่อสารกลับมาได้ (Interactive) ทำให้รับรู้การตอบรับ หรือวัดผลสะท้อนกลับ (Impact) ได้รวดเร็ว

3. การที่สามารถทำเป็นระบบอัตโนมัติได้

เว็บไซต์เป็นบริการบนอินเทอร์เน็ตที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก เนื่องจากมีการนำเสนอข้อมูลหลากหลาย ทั้งภาพและเสียง ได้แก่ แอนิเมชัน วิดีโอ และยังเป็นแหล่งการบริการแบบออนไลน์ที่ไม่มีในสื่ออื่นๆ ทำให้ประชากรโลกจำนวนนับพันล้านคนอาศัยเว็บไซต์ในการทำกิจกรรมต่างๆ ตั้งแต่การติดต่อสื่อสารระหว่างกัน ติดตามข่าวสาร ค้นหาข้อมูล ซื้อขายสินค้า หรือทำธุรกรรมทางธุรกิจ

4. การจัดทำเว็บไซต์คุ้มค่าง่าสื่ออื่นๆ

การผลิตเนื้อหาของสื่อเว็บไซต์มีกระบวนการไม่ซับซ้อนยุ่งยากเหมือนสื่อเดิม โดยสามารถประมวลข้อมูลรูปแบบต่างๆ นำมาประกอบและจัดทำเป็นเว็บเพจ แล้วส่งข้อมูลขึ้นแสดงบนเว็บไซต์ได้ด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์เพียงเครื่องเดียว จึงทำการสื่อสารผ่านทางเว็บไซต์เสียค่าใช้จ่ายน้อยกว่าสื่ออื่นๆ

5. การปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัยได้ตลอดเวลา

การปรับปรุงให้ข้อมูลทันสมัย และมีข้อมูลใหม่ๆ เพิ่มเติมอยู่เสมอเป็นวิธีการที่ช่วยทำให้เว็บไซต์ได้รับความนิยมจากผู้ที่ไม่เสื่อมคลาย โดยอย่างน้อยควรมีการเปลี่ยนแปลงเดือนละ 1 ครั้ง เพื่อแสดงให้เห็นว่าเว็บไซต์มีความเคลื่อนไหวอย่างต่อเนื่อง

ลักษณะดังกล่าวสอดคล้องกับที่สมชัย อักษรารักษ์ (2548) ได้กำหนดไว้ว่า จุดเด่นของสื่อเว็บไซต์มีหลายประการ ได้แก่

1. ผลิตง่ายและรวดเร็ว การผลิตเนื้อหาของสื่อเว็บไซต์มีกระบวนการไม่ซับซ้อนยุ่งยากเหมือนสื่อเดิม โดยสามารถประมวลข้อมูลรูปแบบต่างๆ นำมาประกอบและจัดทำเป็นเว็บเพจ แล้วส่งข้อมูลขึ้นแสดงบนเว็บไซต์ได้ด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์เพียงเครื่องเดียว ดังนั้นการปรับปรุง (update) เนื้อหาจึงทำได้ง่าย ทำให้สามารถสื่อสารสู่ผู้รับได้รวดเร็ว

จุดเด่นข้อนี้ทำให้เว็บไซต์สามารถรายงานข่าวหลังมีเหตุการณ์เกิดขึ้นได้ในเวลาเพียงไม่กี่นาที จนช่วงชิงบทบาทการเปิดข่าวสำคัญๆ มาจากหนังสือพิมพ์ซึ่งเคยเป็นสื่อที่โดดเด่นทางด้านนี้มาก่อน ไม่เพียงแต่ข่าวใหญ่เท่านั้นที่จะปรากฏบนสื่อเว็บไซต์ก่อนสื่ออื่นๆ แม้แต่ประเด็นอื่นๆ เช่น การเปิดตัวสินค้าใหม่ หรืองานกิจกรรมที่น่าสนใจ ก็จะถูกนำเสนอก่อนสื่ออื่นเสมอ

2. เลือกกลุ่มเป้าหมายได้ แม้สื่อเดิมจะมีการแบ่งกลุ่มเป้าหมายโดยมีเนื้อหาเป็นตัวกำหนดผู้ชม ผู้ฟัง หรือผู้อ่าน แต่ก็ยังเป็นการแบ่งกลุ่มที่ค่อนข้างกว้างเมื่อเปรียบเทียบกับสื่อเว็บไซต์ที่สามารถเลือกกลุ่มเป้าหมายให้แคบลงไปอีก กล่าวคือ สื่อเว็บไซต์สามารถกำหนดกลุ่มเป้าหมายได้หลายระดับ เริ่มตั้งแต่ระดับกลุ่มกว้างๆที่กำหนดด้วยอายุเป็นเกณฑ์ เช่น เว็บพอร์ทัล (Web Portal) ที่รองรับกลุ่มผู้ใช้ขนาดใหญ่ด้วยบริการอันหลากหลายในเว็บเดียว กลุ่มที่สนใจเฉพาะด้าน เช่น เว็บข่าว เว็บไอที และแคบลงไปถึงเว็บเฉพาะเรื่อง เช่น เว็บของกลุ่มผู้ใช้สินค้ารถยนต์ยี่ห้อใดยี่ห้อหนึ่ง เป็นต้น

3. สื่อสารโต้ตอบกันได้ สื่อเดิมส่วนใหญ่ทำงานในลักษณะสื่อสารทางเดียว (One-way Communication) จึงวัดผลการตอบรับได้ยาก แต่สื่อเว็บไซต์มีลักษณะสื่อสารสองทาง (Two-way Communication) มีช่องทางให้ผู้รับสารสามารถสื่อสารกลับมาได้ (Interactive) ทำให้รับรู้การตอบรับ หรือวัดผลสะท้อนกลับ (Impact) ได้รวดเร็ว

4. เชื่อมโยงข้อมูลกันได้ ข่าวสารข้อมูลที่ปรากฏในเว็บเพจใดเว็บเพจหนึ่งเราสามารถกำหนดให้เชื่อมโยงไปยังข้อมูลอื่นๆเพื่อดูรายละเอียดเพิ่มเติม หรือดูข้อมูลที่เกี่ยวข้องได้ โดยการกำหนด Hyperlink ที่ข้อความนั้น ซึ่งจะมีเครื่องหมายแสดงให้รับรู้ เช่น การขีดเส้นใต้ หรือเปลี่ยนสีที่ข้อความนั้น เมื่อผู้ชมต้องการดูข้อมูลที่เชื่อมโยงก็เพียงใช้เมาส์กดคลิกที่ข้อความนั้น ก็สามารถเชื่อมโยงไปยังข้อมูลใหม่ได้ทันที ความสามารถในการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างกันแบบนี้ทำให้อินเทอร์เน็ตแตกต่างจากสื่อเดิมอย่างสิ้นเชิง

5. เรียกดูได้ซ้ำ ข้อมูลที่แสดงบนสื่อเว็บไซต์จะถูกจัดเก็บไว้ที่เซิร์ฟเวอร์เพื่อเรียกดูซ้ำๆได้อีกทั้งสามารถสืบค้นได้ง่ายและรวดเร็วทันใจด้วยเครื่องมือสืบค้น เช่น เสิร์ชเอนจิน (Search Engine) ที่มีให้เลือกใช้ได้ตามความพอใจ ทั้งนี้สื่อเว็บไซต์มีการสะสมเนื้อหาอย่างต่อเนื่อง โดยการสร้างเนื้อหาใหม่เพิ่มเติมจากเนื้อหาเก่า มิใช่การสร้างเนื้อหาใหม่แทนเนื้อหาเก่าเหมือนสื่อเดิมทำให้อย่างน้อยวันข้อมูลบนเว็บไซต์นั้นยังมีมากขึ้นๆ

6. ไม่จำกัดเวลาและสถานที่ สื่อเว็บไซต์ให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง ไม่มีวันหยุด จึงไม่มีข้อจำกัดในเรื่องเวลา ขณะเดียวกันก็ไม่มีข้อจำกัดทางด้านภูมิศาสตร์เหมือนสื่อเดิม เพียงผู้ใช้สามารถเชื่อมต่อเข้ากับเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้ ไม่ว่าจะอยู่แห่งหนใดก็สามารถเรียกดูเว็บไซต์ที่ต้องการได้

ขั้นตอนในการสร้างเว็บไซต์โฮมสเตย์

ในการสร้างเว็บไซต์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม จะประกอบด้วย 3 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1. การสำรวจความคิดของลูกค้า

ก่อนลงมือผลิตเว็บไซต์จำเป็นต้องมีความชัดเจนว่าจะสร้างเว็บไซต์ขึ้นมาเพื่อวัตถุประสงค์อะไรเป็นสำคัญ เช่น เผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ชื่อขายสินค้าและบริการ เป็นต้น โดยเป็นการสอบถามข้อมูล ความต้องการของลูกค้า โดยการกำหนดเป้าหมายหลักของเว็บไซต์ว่า ต้องการทำให้เว็บไซต์ที่เกี่ยวกับเรื่องอะไร มีแนวความคิดเป็นอย่างไร

2. การออกแบบเว็บไซต์

เว็บไซต์เป็นสื่อที่มีส่วนผสมมาจากศิลปะและเทคโนโลยี การออกแบบจะต้องคำนึงถึงความต้องการในการใช้งานว่าควรจะมีอะไรบ้าง โดยยึดเอาลักษณะของกิจการและวัตถุประสงค์เป็นหลักในการออกแบบ เพื่อให้เว็บไซต์เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย

3. การดูแลรักษาเว็บไซต์

หลังจากเปิดบริการแล้ว สื่อเว็บไซต์ก็ยังคงต้องการการดูแลและปรับปรุงข้อมูลอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้มีความสดใหม่และเป็นที่น่าสนใจอย่างต่อเนื่อง

ขั้นตอนดังกล่าวสอดคล้องกับที่คลีเมน มอค (Clement Mok, 2008) ได้อธิบายกระบวนการออกแบบเว็บไซต์ประกอบไปด้วย 4 ขั้นตอน คือ

1. การกำหนดนิยาม (Definition) หมายถึง การวางแผนเพื่อนำมาถ่ายทอดความคิดรวบยอดที่ต้องนำมาเป็นหลักในการออกแบบเว็บไซต์ โดยต้องกำหนดความหมาย ซึ่งเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดของการออกแบบเว็บไซต์ ต้องการสื่อสารอะไรบ้าง ให้กับใครและอย่างไร กำหนดเนื้อหา และจุดเด่นที่สร้างแรงดึงดูดใจ ที่ต้องการสื่อไปยังผู้รับสารให้ตรงกับเป้าหมาย กำหนดผู้รับสาร กำหนดระยะเวลาที่ใช้ในกระบวนการออกแบบทั้งหมด รวมทั้งกำหนดงบประมาณ

2. การกำหนดโครงสร้าง (Architecture) หมายถึง การพิจารณาออกแบบข้อมูลให้ตรงกับวัตถุประสงค์ ซึ่งต้องเรียงลำดับความสำคัญ และกำหนดให้แน่ชัดว่าจะนำข้อมูลใดจัดไว้ใน

โครงสร้างส่วนใดและจำแนกแบ่งแยกเนื้อหาขึ้นให้อยู่ในโครงสร้างเป็นสัดส่วน ตั้งแต่ต้นจนจบ ซึ่งอาจอยู่ในรูปของภาพร่าง หรือสตอรี่บอร์ด

3. การออกแบบ (Design) หมายถึง การนำโครงสร้างมาทำการออกแบบเป็นรูปลักษณะบนหน้าจอเว็บไซต์ ไปจนถึงการสร้างมัลติมีเดีย แล้วนำทุกๆส่วนมาประกอบกันเป็นงาน

4. การปฏิบัติการ (Implementation) ขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนการนำส่วนประกอบต่างๆที่ได้จากการออกแบบในขั้นตอนที่ 3 มาประกอบกันด้วยโปรแกรมของเว็บไซต์ ทดสอบโดยกรรมวิธีของการทำเว็บเพจโดยใช้ภาษา HTML และการทดสอบการเปิดเข้ามาเยี่ยมชมไซต์ เมื่อผ่านการทำทุกขั้นตอนแล้ว เว็บไซต์ก็สามารถใช้งานได้ อย่างไรก็ตาม เพื่อให้เว็บไซต์ทันสมัยอยู่เสมอ ควรปรับปรุงเรื่องการออกแบบเป็นประจำ และเนื้อหาจะต้องทันสมัยอยู่เสมอ

การประชาสัมพันธ์เว็บไซต์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม

เมื่อทำการผลิตเว็บไซต์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์เรียบร้อยแล้ว ก็จำเป็นต้องประชาสัมพันธ์ชื่อเว็บไซต์ดังกล่าวให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง เพื่อให้ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตจะสามารถเรียกดูเว็บไซต์ได้ ซึ่งเป็นไปตามที่ Barker Christain and Gronne Peter (1996) ได้กล่าวไว้ว่า ในการทำให้เว็บไซต์เป็นที่รู้จักจำเป็นต้องอาศัยการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ได้แก่ การลงทะเบียนในเครื่องมือค้นหา (Search Engine) เป็นการประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์ที่ให้บริการค้นหาข้อมูล ซึ่งเป็นช่องทางที่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตนิยมใช้เพื่อค้นหาข้อมูลที่ต้องการมากที่สุด โดยทำได้ 2 วิธีคือ การส่งข้อมูลไปลงทะเบียนกับเว็บที่ผู้ใช้ให้ความนิยม เช่น www.google.co.th, www.yahoo.com วิธีนี้จะช่วยให้ผู้ใช้มีโอกาสค้นหาด้วยคำสำคัญผ่านเครื่องมือสืบค้นจนพบเว็บไซต์ที่ต้องการ จึงควรส่งไปลงทะเบียนหลายๆแห่ง และอีกวิธีหนึ่งคือ การติด Meta ไว้ที่เว็บเพจ รอให้โปรแกรมของเว็บเสิร์ชเอนจินเข้ามาอ่านข้อมูลจาก Meta ที่เตรียมไว้ แล้วนำข้อมูลนั้นไปลงทะเบียน ซึ่ง Meta ประกอบไปด้วย 2 ส่วน คือ Description คือ คำอธิบายว่าเว็บมีข้อมูลเกี่ยวกับอะไร และ Keyword คือ คำสำคัญของเว็บไซต์นั้นหรือคำที่มีความเกี่ยวข้องกับเว็บไซต์นั้น

ส่วนการใช้ไฮเปอร์ลิงค์ (Hyperlink) เป็นการเชื่อมโยงระหว่างเว็บไซต์ จะช่วยให้ผู้ใช้พบเห็นเว็บไซต์ของเราได้ในเว็บไซต์อื่นๆที่ผู้ใช้นั้นกำลังชมอยู่ และสามารถเข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์ของเราได้ โดยต้องคัดเลือกเว็บไซต์ที่กลุ่มเป้าหมายเดียวกัน วิธีการนี้ทำได้โดยทั้งสองฝ่ายแลกเปลี่ยนโลกอินเทอร์เน็ตหรือข้อความไปไว้ในเว็บไซต์ของอีกฝ่ายหนึ่ง ซึ่งไม่เสียค่าใช้จ่าย

2. ปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม

ปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงครามโดยรวมแล้ว มักมีปัญหาด้านเครื่องคอมพิวเตอร์ซึ่งตรงกับที่ ดร.นพดล อินนา (2549) ได้อธิบายถึงอุปสรรคในการพัฒนาเว็บไซต์ไว้ว่า ในด้านการใช้เครื่องคอมพิวเตอร์นั้น ถ้าบ้านใดมีสมาชิกที่เป็นเยาวชนก็จะมีความต้องการเครื่องคอมพิวเตอร์มากกว่า แต่ปัญหาคือเครื่องคอมพิวเตอร์ยังมีราคาแพงกว่าโทรทัศน์ เครื่องเล่นวิดีโอ และวิทยุ เมื่อคอมพิวเตอร์เป็นสื่อในการเข้าถึง World Wide Web จะส่งผลดีต่อการพัฒนาเทคโนโลยีในด้านการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตมากขึ้น แต่หากคอมพิวเตอร์ซึ่งเป็นเครื่องมือสำคัญในการใช้อินเทอร์เน็ตยังมีไม่มากพอก็จะทำให้การพัฒนาของเว็บไซต์นั้นเป็นไปได้ด้วยความล่าช้า

ส่วนปัญหาและอุปสรรคสำคัญอย่างหนึ่งในการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม คือ ปัญหาด้านบุคลากร เนื่องจากผู้ประกอบการโฮมสเตย์เป็นชาวสวน ชาวไร่ ยังขาดความรู้ ความเข้าใจในระบบอินเทอร์เน็ต จึงไม่เห็นความสำคัญของการใช้ระบบอินเทอร์เน็ตในการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ ซึ่งสอดคล้องกับที่สมชัย อักษรรักษ์ (2548) ได้กล่าวถึงข้อจำกัดของสื่อเว็บไซต์ไว้ว่า เนื่องจากความเจริญทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศยังไม่ทั่วถึง อีกทั้งคอมพิวเตอร์ซึ่งเป็นอุปกรณ์ที่ใช้ในการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตยังมีราคาค่อนข้างแพงทำให้ประชาชนจำนวนมากไม่สามารถเข้าถึงสื่อเว็บไซต์ จึงเกิดสภาพความเหลื่อมล้ำในสังคมระหว่างผู้มีกับผู้ขาดเทคโนโลยี ผู้ที่สามารถเข้าสื่อนี้ได้จึงจำกัดอยู่ในกลุ่มคนที่มีฐานะทางเศรษฐกิจและการศึกษาค่อนข้างดี

3. ข้อเสนอแนะในการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม

การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม ควรมีการรวมตัวกันของผู้ประกอบการโฮมสเตย์ในการสร้างร่วมมือร่วมใจ โดยการก่อตั้งขึ้นมาเป็นชมรมเว็บไซต์ที่พักโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม เพื่อให้การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม ดำรงต่อไปอย่างยั่งยืนและเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางทั้งในประเทศและต่างประเทศ จนก่อให้เกิดการกระจายรายได้สู่คนในชุมชน ดังที่ พงณา สอนศรี (2546) กล่าวถึง การท่องเที่ยวโดยชุมชนไว้ว่า เป็นการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม กำหนดทิศทางโดยชุมชน จัดการโดยชุมชนเพื่อชุมชน และชุมชนมีบทบาทเป็นเจ้าของมีสิทธิในการจัดการดูแล

เพื่อให้เกิดการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือน โดยมองว่าการท่องเที่ยวต้องทำงานครอบคลุม 5 ด้าน พร้อมกัน ทั้งการเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม โดยมีชุมชนเป็นเจ้าของและมีส่วนในการจัดการ โดยหลักของการท่องเที่ยวโดยชุมชน ได้แก่

1. ชุมชนเป็นเจ้าของ
2. ชาวบ้านเข้ามามีส่วนร่วมในการตัดสินใจและกำหนดทิศทาง
3. ส่งเสริมความภาคภูมิใจในตนเอง
4. ยกระดับคุณภาพชีวิต
5. มีความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม
6. คงเอกลักษณ์และวัฒนธรรมท้องถิ่น
7. ก่อให้เกิดการเรียนรู้ระหว่างคนต่างวัฒนธรรม
8. เคารพในวัฒนธรรมที่แตกต่างและศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์
9. เกิดผลตอบแทนที่เป็นธรรมแก่คนท้องถิ่น
10. มีการกระจายรายได้สู่สาธารณประโยชน์ของชุมชน

นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังสามารถเป็นเครื่องมือในการพัฒนา โดยใช้การท่องเที่ยวเป็นเงื่อนไขและสร้างโอกาสให้องค์กรชุมชนเข้ามามีบทบาทสำคัญในการวางแผนทิศทางการพัฒนาชุมชนของตนในชุมชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในชุมชนที่มีแนวโน้มว่าการท่องเที่ยวจะรุกคืบเข้าไปถึงหรือต้องการเปิดเผยชุมชนของตนให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง ให้มีการสร้างให้เกิดกระบวนการเรียนรู้เกี่ยวกับการวางแผน การบริหารจัดการทรัพยากรและกระจายอำนาจการตัดสินใจโดยเน้นความสำคัญของการจัดการธรรมชาติแวดล้อมและใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชนไปพร้อมกัน

ในช่วง 2 - 3 ปี ที่ผ่านมาคำว่า "Community-based Tourism : CBT" การท่องเที่ยวที่ให้ชุมชนเป็นฐานการบริหารจัดการ "การท่องเที่ยวโดยชุมชน" เป็นที่รู้จักและใช้กันอย่างแพร่หลายในหลายๆความหมาย ความเข้าใจและประสบการณ์ ซึ่งการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นส่วนหนึ่งที่จะนำไปสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้ เป็นเรื่องการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การจัดการด้านโฮมสเตย์ ที่ต้องมี "ชุมชน" เป็นส่วนประกอบสำคัญ

จากแนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ที่มองชุมชนเป็นศูนย์กลางหรือฐานเพื่อกำหนดทิศทาง แผนงาน แผนปฏิบัติการของตนเองโดยดำเนินการพร้อมกันทั้งด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมนั้น จึงทำให้กิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการพัฒนาแบบองค์รวมและเกี่ยวกับกลุ่มคนต่างๆ มากมาย เมื่อมองในบริบทของการ

พัฒนาการท่องเที่ยวที่ต้องการให้ชุมชนมีส่วนร่วมและได้ประโยชน์จากการท่องเที่ยวจึงควรต้องมีหลักการร่วมกัน ดังนี้

1. การท่องเที่ยวโดยชุมชนต้องมาจากความต้องการของชุมชนอย่างแท้จริง ชุมชนได้มีการพิจารณาวิเคราะห์สภาพปัญหา ผลกระทบการท่องเที่ยวอย่างรอบด้านแล้ว ชุมชนร่วมตัดสินใจลงมติที่จะดำเนินการตามแนวทางที่ชุมชนเห็นสมควร
2. สมาชิกในชุมชนต้องมีส่วนร่วมทั้งการคิดร่วม วางแผนร่วม ทำกิจกรรมร่วม ติดตามประเมินผลร่วมกัน เรียนรู้ร่วมกันและรับประโยชน์ร่วมกัน
3. ชุมชนต้องการรวมตัวกันเป็นกลุ่ม เป็นชมรม เป็นองค์กร หรือจะเป็นองค์กรชุมชนเดิมที่มีอยู่แล้วเช่นกัน องค์กรบริหารส่วนตำบล (อบต.) ก็ได้ เพื่อกลไกที่ทำหน้าที่แทนสมาชิกทั้งหมดในระดับหนึ่ง และดำเนินการด้านการกำหนดทิศทาง นโยบายการบริหาร การจัดการ การประสานงาน เพื่อให้การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นไปตามเจตนารมณ์ของสมาชิกในชุมชนที่เห็นร่วมกัน
4. รูปแบบ เนื้อหา กิจกรรม ของการท่องเที่ยวโดยชุมชน ต้องคำนึงการอยู่ร่วมกันอย่างมีศักดิ์ศรี มีความเท่าเทียมกัน มีความเป็นธรรม และให้ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ การเมือง สังคม และวัฒนธรรมในเชิงสร้างสรรค์และลดผลกระทบในเชิงลบ
5. มีกฎ กติกาที่เห็นร่วมจากชุมชน สำหรับการจัดการท่องเที่ยวที่ชัดเจน และสามารถกำกับดูแลให้เป็นไปตามกติกาที่วางไว้
6. ชุมชนที่จัดการท่องเที่ยว สมาชิกในชุมชน ชาวบ้านทั่วไปและนักท่องเที่ยว ควรมีกระบวนการเรียนรู้ระหว่างกันและกันอย่างต่อเนื่อง เพื่อก่อให้เกิดการพัฒนากระบวนการทำงาน การท่องเที่ยวโดยชุมชนให้ถูกต้องเหมาะสม และมีความชัดเจน
7. การท่องเที่ยวโดยชุมชน จะต้องมีมาตรฐานที่มาจากข้อตกลงร่วมภายในชุมชนด้วย เช่น ความสะอาด ความปลอดภัย การกระจายรายได้ที่เป็นธรรมของผู้ที่เกี่ยวข้อง และพิจารณา ร่วมกันถึงขีดความสามารถในการรองรับ
8. รายได้ที่ได้รับจากการท่องเที่ยว มีส่วนไปสนับสนุนการพัฒนาชุมชนและรักษาสิ่งแวดล้อม
9. การท่องเที่ยวจะไม่ใช่อาชีพหลักของชุมชน และชุมชนต้องดำรงอาชีพหลักของตนเองไว้ได้ ทั้งนี้หากอาชีพของชุมชนเปลี่ยนเป็นการจัดการท่องเที่ยว จะเป็นการทำลายชีวิตและจิตวิญญาณดั้งเดิมของชุมชนอย่างชัดเจน
10. องค์กรชุมชนมีความเข้มแข็งพอที่จะจัดการกับผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นได้ และพร้อมจะหยุดเมื่อเกินความสามารถในการจัดการ ซึ่งสิ่งเหล่านี้หากมองในแง่ความพร้อมของชุมชนและประสิทธิภาพในการบริหารจัดการท่องเที่ยวในมิติของชุมชนแล้ว การท่องเที่ยวโดยชุมชนจะเป็นไป

ได้ด้วยดีนั้นยังต้องพิจารณาจากมิตินอกชุมชนที่เข้ามาเกี่ยวข้องด้วยได้แก่ การตลาด นโยบายรัฐที่เข้ามาสนับสนุน และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว เป็นต้น

นอกจากนี้ การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม ควรได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานในภาครัฐอย่างจริงจัง เพื่อได้สังเกตเห็นความสำคัญการสื่อสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ต และได้มีการนำเอาระบบนี้มาใช้ให้เป็นประโยชน์กับการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ ซึ่งสอดคล้องกับศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (2543) ได้กล่าวถึง ข้อเสนอแนะในการพัฒนาการท่องเที่ยวและการพัฒนาอินเทอร์เน็ตว่า สิ่งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ถือเป็นนโยบายคือ เป็นศูนย์ในการพัฒนาทางด้านการท่องเที่ยวไปพร้อมๆ กับการพัฒนาสื่อทางด้านอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งบทบาทของ ททท. คือ จะต้องเป็นศูนย์กลางที่รวบรวมทรัพยากรทางด้านการท่องเที่ยว เพื่อเผยแพร่ให้บุคคลทั่วไปได้รับรู้ ดังนั้น เพื่อให้เกิดผลในทางปฏิบัติ ททท. จึงกำหนดบทบาทขององค์กรไว้เป็น 4 ระดับ คือ

1. สนับสนุนให้เกิดการใช้อินเทอร์เน็ตและพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในระดับพื้นฐาน จัดการสัมมนาและฝึกอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตเบื้องต้น โดยกำหนดกลุ่มเป้าหมายไว้ คือ
 - กลุ่มผู้ประกอบการที่ยังไม่เคยใช้อินเทอร์เน็ต
 - กลุ่มผู้ประกอบการที่เคยใช้อินเทอร์เน็ตแล้ว แต่ใช้งานในขั้นพื้นฐานคือ รับส่งอีเมลและสืบค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต โดยจะพัฒนาให้สามารถใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้ต่อไป
2. สนับสนุนการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในระดับสูง เพื่อให้สามารถรองรับการแข่งขันในระดับโลกได้ โดยอาจมีความร่วมมือระหว่าง ททท. กับศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (เนคเทค) ในการจัดหลักสูตรฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการในแง่ของเทคนิคและการดำเนินการทางการตลาดโดยใช้สื่อเว็บไซต์ โดยมีเป้าหมายที่จะสนองตอบผู้ประกอบการที่มีเว็บไซต์ของตัวเองอยู่แล้วให้ก้าวไปสู่การทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้อย่างครบวงจร
3. ประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ร่วมมือกับหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน เช่น ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต และการสื่อสารแห่งประเทศไทย เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวไทยทางระบบอินเทอร์เน็ตอย่างจริงจัง ทำให้เกิดเครือข่ายการท่องเที่ยวขนาดใหญ่ของประเทศต่อไป
4. เป็นศูนย์กลางข้อมูล วางกรอบให้เว็บไซต์ของ ททท. เป็นเว็บไซต์ที่เป็นทางผ่านหรือเป็นศูนย์รวมของทุกเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศ จะต้องมีความครบถ้วนของข้อมูลให้มากที่สุด ควบคู่ไปกับการดำเนินนโยบายทางการตลาดเชิงรุก โดยส่งเสริมให้ผู้ประกอบการในธุรกิจท่องเที่ยวจัดสร้างเว็บไซต์ภายใต้โครงสร้างข้อมูลมาตรฐาน เช่น ระบบการจองห้องพัก เป็นต้น ในภาพรวมนั้น ททท. มีแผนงานที่จะจัดตั้งหน่วยงาน เพื่อรองรับการ

พัฒนาปรับปรุงดูแลเว็บไซต์ทั้งหมด พร้อมกับจัดวางระบบอินเทอร์เน็ตมาตรฐานให้กับสาขาของ
ททท. ทั้งในและต่างประเทศ

อย่างไรก็ตาม การสนับสนุนให้เกิดการนำระบบอินเทอร์เน็ตมาใช้ในการท่องเที่ยวแบบ
โฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงครามอย่างจริงจังนั้น ก็คือ การสร้างความรู้ความเข้าใจให้ถูกต้องใน
การใช้อินเทอร์เน็ต รวมทั้งจะต้องมีการรวมตัวกันระหว่างภาคเอกชน ซึ่งก็คือ ผู้ประกอบการโฮม
สเตย์ด้วยกัน เพื่อสร้างเป็นแนวร่วมในการแข่งขันกับคู่แข่งภายนอกประเทศ ซึ่งทำให้เรายังคงขีด
ความสามารถในการแข่งขันและความหวังที่จะใช้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมาเป็นประโยชน์ต่อ
ประเทศชาติต่อไป



ศูนย์วิทยพัทยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ส่วนที่ 2 การนำแนวทางการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม ไปประยุกต์ใช้ให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว

จากผลการวิจัยเชิงสำรวจ ผู้วิจัยได้พบประเด็นที่น่าสนใจเกี่ยวกับการนำแนวทางการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม ไปประยุกต์ใช้ให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยสามารถนำมาอภิปรายการตามการวิเคราะห์เชิงพรรณนา ผลได้ดังนี้คือ

1. การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ ในจังหวัดสมุทรสงคราม

- สื่อมวลชน

การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม จากสื่อมวลชน พบว่า สื่อเว็บไซต์เป็นสื่อที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับมากที่สุด ซึ่งนิวซอมและคณะ (1993) อธิบายว่า เว็บไซต์ขององค์กรต่างๆ เป็นสื่อใหม่ที่สามารถนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในการประชาสัมพันธ์ได้ เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่างๆ แก่กลุ่มเป้าหมายให้สามารถเข้าถึงได้อย่างรวดเร็วและตอบสนองความต้องการข้อมูลข่าวสารในระดับบุคคลได้เป็นอย่างดี

ส่วนสื่อที่เปิดรับรองลงมาคือ สื่อโทรทัศน์ เนื่องจากเป็นสื่อที่สามารถนำเสนอได้ทั้งภาพและเสียง จึงสามารถดึงดูดความสนใจได้ดี ซึ่งปรมะ สตะเวทิน (2538) กล่าวถึงข้อดีของโทรทัศน์ว่า เป็นสื่อที่มีความสามารถในการนำสารไปสู่ผู้รับสาร โทรทัศน์นำสารไปสู่ผู้ชมทางการเห็นและการได้ยิน ผู้รับสารไม่จำเป็นต้องรู้หนังสือก็สามารถเข้าใจสารจากโทรทัศน์ได้ ดังนั้นจำนวนผู้รับสารจึงไม่จำกัดเฉพาะผู้ที่อ่านออกเขียนได้เท่านั้น

สื่อที่เปิดรับรองลงมาคือ สื่อนิตยสาร/วารสารทั่วไปนิตยสาร ซึ่งวิรัช ฤทธิรัตนกุล (2544) กล่าวถึงสื่อ นิตยสารและสื่อวารสารว่า ข้อดีของนิตยสารคือ เป็นสื่อสิ่งพิมพ์มีรูปเล่มที่สวยงามและมีระบบการพิมพ์ที่ประณีต สามารถนำเสนอเรื่องราวเฉพาะเรื่องลึกซึ้งกว่าหนังสือพิมพ์ เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายโดยเฉพาะได้ สามารถสร้างหรือเปลี่ยนความคิดเห็นผู้อ่านได้ง่าย เพราะนิตยสารมีภาพประกอบที่สวยงามเหมือนจริงตามธรรมชาติ ส่วนสื่อวารสาร เป็นสิ่งพิมพ์ที่จัดพิมพ์ออกมาเป็นรูปเล่ม โดยมีกำหนดระยะเวลาออกที่แน่นอนต่อเนื่อง จะมีผลด้านการเตือนความจำและสร้างความประทับใจแก่กลุ่มประชาชนได้โดยง่าย ซึ่งมีข้อดี คือ เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ตามที่ต้องการ

ดึงดูดความสนใจได้ดี ช่วยเตือนความทรงจำ มีเนื้อที่ที่จะสื่อสารรายละเอียดได้ และมีความยืดหยุ่น เพราะอาจเปลี่ยนแปลงเนื้อหาตามต้องการ

สื่อที่เปิดรับรองลงมาคือ สื่อป้ายโฆษณา ซึ่งวิรัช ลภีรัตนกุล (2544) กล่าวถึงสื่อป้ายโฆษณาว่า เป็นการบอกกล่าวเผยแพร่ให้ผู้ดูมีความรู้ ความเข้าใจ และแผ่นป้ายต้องโดดเด่นสะดุดตา ดึงดูดความสนใจ และยังใช้เพื่อย้ำเตือนใจประชาชนกลุ่มเป้าหมาย โดยติดตามย่านชุมชนต่างๆ หรือตามสี่แยก หรือสถานที่ที่มีคนผ่านไปมา มีคนหนาแน่น สิ่งสำคัญก็คือ ป้ายโฆษณาจะต้องเป็นข้อความสั้นกะทัดรัด อักษรชัดเจน อ่านง่ายและเห็นได้แต่ไกล

สื่อที่เปิดรับรองลงมาคือ สื่อหนังสือพิมพ์ ซึ่งจุมพล รอดคำดี (2528) กล่าวถึงข้อดีของหนังสือพิมพ์ว่า หนังสือพิมพ์มีราคาโดยเฉลี่ยไม่สูงนัก สามารถหาซื้ออ่านได้ง่าย สามารถอ่านซ้ำได้ ใช้ข้อความประกอบภาพ และเน้นเสนอเนื้อหาข่าวสาร โดยให้การนำเสนอรายละเอียดเจาะลึกได้ดี วิเคราะห์และให้ความบันเทิงแก่ผู้อ่านได้

ส่วนสื่อที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับน้อยที่สุด คือ สื่อวิทยุ ซึ่งปรมะ สตะเวทิน (2538) กล่าวว่า ข้อดีของสื่อวิทยุ คือสามารถนำข่าวสารไปสู่ผู้ฟังได้ทันทีที่การเสนอข่าวสารสามารถกระทำได้อย่างรวดเร็ว ส่วนข้อเสีย คือดึงดูดใจได้น้อยกว่าโทรทัศน์ เนื่องจากใช้เสียงเป็นตัวสารไปสู่การฟังของผู้รับสาร ทำให้ผู้รับสารต้องจินตนาการเอาเอง เพราะไม่สามารถมองเห็นสารได้ และมีระยะเวลาในการเสนอข่าวสารที่จำกัด จนอาจทำให้ไม่สามารถให้รายละเอียดของข่าวได้มากเท่าหนังสือพิมพ์ และเป็นรายการที่ไม่มีความคงทน เพราะเมื่อรายการออกอากาศไปแล้ว หากผู้ฟังพลาดไม่ได้ฟังรายการดังกล่าว ก็ไม่สามารถได้ประโยชน์จากรายการ เว้นเสียแต่ว่าจะมีการบันทึกเทปเอาไว้

- สื่อบุคคล

สื่อบุคคล เป็นสื่อที่ใช้มากที่สุดในการเผยแพร่การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม เนื่องจากเป็นการสื่อสารสองทางจึงสามารถให้รายละเอียดและตอบข้อซักถาม รวมถึงสร้างความสัมพันธ์อันดีกับบุคคลภายนอกหรือนักท่องเที่ยวได้ ซึ่ง Centre และ Jackson (1995) กล่าวว่าสื่อบุคคลมีประสิทธิผลมากกว่าสื่อมวลชนในการชักจูงใจ ก่อให้เกิดการสื่อสารระหว่างบุคคลที่ทำให้ผู้รับสารยอมเปลี่ยนแปลงทัศนคติและยอมที่จะให้ความร่วมมือในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ บุคคลหรือสื่อบุคคลเป็นผู้นำสารที่สามารถก่อให้เกิดผลหรือโน้มน้าวใจได้ดีที่สุด

- สื่อเฉพาะกิจ

การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ ในจังหวัดสมุทรสงคราม จากสื่อเฉพาะกิจนั้น ได้แก่ แผ่นพับ โบสเตอร์ นิทรรศการ จะใช้ประกอบการแนะนำที่พักโฮมสเตย์ หรือกิจกรรมที่ทางจังหวัดและองค์การบริหารส่วนตำบลจัดทำขึ้น โดย Tucker และคณะ (1997) อธิบายว่า สื่อเฉพาะกิจซึ่งองค์กรผลิตขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์ใดวัตถุประสงค์หนึ่งโดยเฉพาะ มักจะ กำหนดกลุ่มเป้าหมายอย่างเจาะจงให้ตรงตามความจำเป็น ความเกี่ยวข้อง และความสนใจของผู้รับสาร และมีแนวโน้มในการเข้าถึงผู้แสวงหาข้อมูลซึ่งมีความกระตือรือร้น (Active information seeker)

ดังจะเห็นได้ว่า การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ ในจังหวัดสมุทรสงครามของกลุ่มเป้าหมายมีการเปิดรับสื่อที่แตกต่างกัน ซึ่งกลุ่มเป้าหมายเป็นผู้เลือกใช้สื่อประเภทต่างๆ และเลือกรับเนื้อหาของข่าวสาร เพื่อสนองความต้องการของตนเอง โดยเป็นเหตุผลเกี่ยวกับการที่สื่อสามารถตอบสนองและสร้างความพึงพอใจให้แก่บุคคลนั้นได้ ซึ่งเกิดจากสภาวะทางสังคมและจิตใจของบุคคลที่ต้องการทั้งความรู้ข่าวสาร ต้องการความบันเทิง ปัจจัยเหล่านี้เป็นแรงจูงใจให้บุคคลเกิดความคาดหวังจากสื่อ โดยเปิดรับสื่อในรูปแบบต่างๆ เช่น แผ่นพับ เว็บไซต์ นิตยสาร และมีผลในการตอบสนองความพึงพอใจและได้รับประโยชน์อื่นๆ ตามมา โดยบุคคลจะเป็นผู้กำหนดพฤติกรรมในการเปิดรับ เพื่อสนองความพึงพอใจของตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับแคทซ์ และคณะ (Katz, Elihu and Others, 1974) กล่าวว่า การใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจ คือ การศึกษาผู้รับสารเกี่ยวกับ (1) สภาวะทางสังคมและจิตใจ ซึ่งก่อให้เกิด (2) ความต้องการจำเป็นของบุคคล (3) ความคาดหวังจากสื่อมวลชนหรือแหล่งข่าวสารอื่นๆ (4) การเปิดรับสื่อมวลชนในรูปแบบต่างๆ กัน อันก่อให้เกิดผลคือ (5) การได้รับความพึงพอใจตามที่ต้องการ และ (6) ผลอื่นๆ ที่ตามมาซึ่งอาจจะไม่ใช่ผลที่ตั้งเจตนาไว้ก็ได้

2. ความต้องการของนักท่องเที่ยวในการพัฒนาเว็บไซต์ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม

ความต้องการของนักท่องเที่ยวในการพัฒนาเว็บไซต์ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงครามในด้านข้อมูลข่าวสารนั้น สถานที่ท่องเที่ยวใกล้เคียง เป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการทราบมากที่สุด และสำหรับลักษณะข้อมูลข่าวสารนั้น ภาพเหมือนจริงประกอบที่ใช้ในการนำเสนอบนสื่อเว็บไซต์ ก็เป็นสิ่งที่สำคัญในความต้องการของกลุ่มเป้าหมายในการพัฒนาเว็บไซต์เว็บไซต์ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงครามมาก

ที่สุด เนื่องจากการนำเสนอข้อมูลข่าวสารต่างๆ โดยใช้ภาพเหมือนจริงประกอบ จะเป็นตัวกระตุ้นและดึงดูดความสนใจ ส่งผลให้เกิดความอยากรู้อยากค้นหา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของศรีหญิงศรีศร (2544) ที่ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับและการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตของนิสิตนักศึกษา” พบว่า นักศึกษาค้นหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ตโดยการใช้ Search Engine มากกว่าการหาจาก WWW ซึ่งรูปแบบการนำเสนอที่น่าสนใจเป็นเหตุในการแสวงหาข่าวสารและต้องการข้อมูลที่มีรายละเอียด มีภาพเหมือนจริงประกอบและลิงค์กับเว็บไซต์อื่นที่เกี่ยวข้องได้

สำหรับความต้องการของกลุ่มตัวอย่างในการพัฒนาเว็บไซต์ อยู่ในระดับสูงซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของชยกร ทาระวรรณ (2548) ที่ศึกษาเรื่อง “ศึกษาความคิดเห็นของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อบทบาทของสื่ออินเทอร์เน็ตของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ในการจูงใจด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ” พบว่า กลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร มีความคิดเห็นโดยรวมต่อสื่ออินเทอร์เน็ตของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยว่า มีบทบาทในการจูงใจด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในระดับมาก และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้เหตุผลในการใช้อินเทอร์เน็ตในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เพื่อหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยว

นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม ในด้านเว็บไซต์สามารถเรียกดูข้อมูลได้เร็ว ซึ่งสมชัย อักษรารักษ์ (2548) กล่าวว่า การเรียกข้อมูลเว็บมาดูได้เร็วเป็นหัวใจสำคัญของความสำเร็จของสื่อเว็บไซต์ เพราะในโลกของเครือข่ายอินเทอร์เน็ตทุกอย่างต้องการความเร็ว ผู้ใช้ส่วนใหญ่มีแนวโน้มใจร้อน วิธีที่จะช่วยให้บรรลุความสำเร็จข้อนี้ก็คือ การทำให้เว็บเพจมีไฟล์ HTML ขนาดเล็กที่สุด เพราะไฟล์ยิ่งใหญ่มากก็ยิ่งเรียกข้อมูลได้ช้า การออกแบบจึงต้องคำนึงถึงองค์ประกอบที่ใช้ เช่น ขนาดภาพ หรือเทคนิคลูกเล่นต่างๆ

สิ่งที่กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์รองลงมาคือ เว็บไซต์มีการนำเสนอที่อ่านง่ายสบายตา โดยปกติการอ่านบนหน้าจอคอมพิวเตอร์ไม่สบายตาเหมือนการอ่านหนังสือ การออกแบบและเลือกใช้ตัวหนังสือจึงต้องช่วยให้อ่านง่าย มีขนาดไม่เล็กหรือใหญ่เกินไป สีที่ใช้ต้องสบายตา เช่น พื้นสีขาว ตัวอักษรดำหรือเทาเข้ม ไม่ควรใช้สีสดๆ เช่น สีเขียว สีเหลือง เป็นสีพื้น นอกจากนี้ หน้าเว็บต้องไม่ยาวเกินไปเว็บเพจที่ดีควรมีความ

ยาวพอเหมาะไม่เกินหน้าจอกอมพิวเตอร์มากเกินไป เพราะจะทำให้อ่านไม่สะดวกและเสียเวลาในการมองหาเนื้อหาที่ต้องการ

นอกจากนี้ ในด้านข้อมูลที่ได้รับให้ความบันเทิง เป็นสิ่งที่กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์น้อยที่สุด โดยเว็บไซต์จำนวนมากมีบริการด้านบันเทิง เช่น เกมออนไลน์ ทดสอบปัญหา (Quiz) โดยอาศัยความสามารถในด้านการนำเสนอแบบหลายสื่อเป็นเครื่องมือในการสร้างบริการอีกอย่างหนึ่งขึ้นมา ซึ่งจะดึงดูดให้ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเข้ามาในเว็บไซต์นั้นบ่อยๆ สิ่งที่ได้ตอบแทนก็คือ การขยายผลไปสู่การรับรู้ข่าวสาร ตลอดจนการใช้บริการอื่นในโอกาสต่อไป ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นเว็บไซต์ของผู้ประกอบการทางด้านสื่อบันเทิง เช่น การ์ตูนเน็ตเวิร์ก อาศัยเว็บไซต์ www.cartoonnetwork.com เป็นช่องทางสื่อสารข้อมูลสินค้าและบริการของตน ได้แก่ รายการโทรทัศน์ วิดีโอ โดยนำเกมน่ารักสำหรับเด็กมาให้เล่นฟรีผ่านทางเว็บไซต์ดังกล่าว ซึ่งมีทั้งภาพเคลื่อนไหวและเสียงเต็มรูปแบบเป็นตัวสร้างความสนใจแก่เด็กๆ แต่ความบันเทิงอาจเป็นกุศโลบายอย่างหนึ่งของการประชาสัมพันธ์ทางเว็บไซต์ โดยไม่ได้มุ่งเผยแพร่ความบันเทิงสู่ผู้ใช้เป็นสำคัญ หากแต่ใช้ความบันเทิงเป็นสิ่งดึงดูดให้ผู้ใช้เข้ามาสู่ข้อมูลข่าวสารที่ต้องการเผยแพร่

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. จากผลการวิจัยพบว่า เพศหญิงมีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงครามมากกว่าเพศชาย และส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 25 – 34 ปี ซึ่งเป็นวัยทำงาน และส่วนใหญ่เปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์จากเว็บไซต์ จากผลการวิจัยดังกล่าวจึงมีข้อเสนอแนะว่า เมื่อผู้ใช้สังเกตเห็นผลประโยชน์จากสื่อเว็บไซต์ ดังนั้นในการสร้างสื่อเว็บไซต์ ควรมองกลุ่มนี้เป็นหลักและเพิ่มในส่วนกลุ่มอื่นๆต่อไป นอกจากนี้ หน่วยงานในภาครัฐ ภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้องจึงควรมีบทบาทสำคัญที่จะส่งเสริมและสนับสนุนสื่อนี้ให้มากขึ้น เพราะสื่อเว็บไซต์เป็นสื่อที่มีประโยชน์ในการจูงใจด้านการท่องเที่ยวของกลุ่มคนวัยทำงาน ซึ่งเป็นคนกลุ่มคนที่มีความพร้อมทางการเงิน และสามารถตัดสินใจท่องเที่ยวเองได้อย่างอิสระ อีกทั้งยังเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยว และเพิ่มรายได้ให้กับคนในชุมชนได้อีกทางหนึ่ง

2. จากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มคนวัยทำงานเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์จากสื่อเว็บไซต์มากที่สุด ซึ่งสามารถเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงครามสามารถกำหนดกลุ่มเป้าหมายและเลือกคุณลักษณะทางการสื่อสารผ่านเว็บไซต์ เพื่อดึงดูดให้ผู้ใช้เข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์ และสร้างแรงจูงใจในการมาท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ และสื่อเว็บไซต์เป็นสื่อที่สร้างความเชื่อมั่นในข้อมูลและรายละเอียดต่างๆได้ เช่น สถานที่ท่องเที่ยว เทศกาลประเพณี ท้องถิ่น สินค้าท้องถิ่น รายละเอียดการเดินทาง กิจกรรมท่องเที่ยว รวมถึงภาพธรรมชาติที่สวยงามดึงดูดใจให้มาเที่ยว ดังนั้น ผู้ประกอบการโฮมสเตย์ที่ใช้สื่อเว็บไซต์อยู่แล้ว จึงควรพัฒนา ปรับปรุงอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้ทันต่อเหตุการณ์มากที่สุด

3. การขาดความรู้เรื่องคอมพิวเตอร์เป็นปัญหาและอุปสรรคที่ใหญ่มากที่สุดปัญหาหนึ่งและยังจำกัดอยู่ในเฉพาะวงการบริหารของวิสาหกิจขนาดใหญ่ ธนาคาร ธุรกิจภาคอุตสาหกรรม และหน่วยงานในภาครัฐเท่านั้น โดยเฉพาะในต่างจังหวัดมีความสนใจในเรื่องการใช้คอมพิวเตอร์ค่อนข้างน้อย ซึ่งอาจเป็นเพราะพื้นฐานการศึกษาทางด้านคอมพิวเตอร์ของไทยและการพัฒนาประเทศโดยรวม ปัญหาที่เกิดขึ้นนี้ ส่วนใหญ่เป็นเพราะขาดความรู้ในเรื่องจุดประสงค์หลักของการสื่อสารผ่านทางอินเทอร์เน็ตและเทคนิคการสร้างปฏิสัมพันธ์ที่พิเศษกว่าการสื่อสารแบบอื่นๆ ดังนั้นการแก้ปัญหาในเรื่องนี้ จึงควรริเริ่มการให้การศึกษาแก่ประชาชนในเรื่องคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต โดยเริ่มตั้งแต่การศึกษาระดับพื้นฐานไปจนถึงระดับมหาวิทยาลัย

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยในอนาคต

1. งานวิจัยนี้ เก็บข้อมูลจากแหล่งข้อมูลโฮมสเตย์ที่อยู่ในจังหวัดสมุทรสงคราม ซึ่งอยู่ในเขตพื้นที่ภาคกลาง ที่มีวัฒนธรรมและวิถีชีวิตใกล้เคียงกัน ดังนั้น ผลการวิจัยที่พบจึงเป็นผลการวิจัยที่ไม่ได้ครอบคลุมแนวทางการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ได้ทั่วประเทศ ดังนั้น ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรเก็บข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่แตกต่างกันในด้านวัฒนธรรม และความเป็นอยู่จากโฮมสเตย์ทั้งหมดทั่วประเทศ

2. ในอนาคตเป็นยุคของความเจริญก้าวหน้าทางการสื่อสารแบบเทคโนโลยียุคใหม่ ซึ่งนำการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่มาสู่สังคม มีประเด็นที่ควรนำมาศึกษามากมาย ได้แก่ ศึกษาถึงกระบวนการการออกแบบและแนวทางการพัฒนาเว็บไซต์ของเว็บไซต์การท่องเที่ยวอื่นๆ ศึกษาประสิทธิผลของการออกแบบต่อกระบวนการเปิดรับข่าวสารข้อมูลการท่องเที่ยว รวมถึงปัจจัยที่กำหนดรูปแบบการออกแบบเว็บไซต์ของการท่องเที่ยวประเภทต่างๆ



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย . แหล่งท่องเที่ยวประเภทวิถีชีวิตชุมชน(Rural Tourism or Village Tourism).กรุงเทพมหานคร : กองอนุรักษ์ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย,2544.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย .แผนการตลาดการท่องเที่ยวปี 2549.กรุงเทพมหานคร : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย,2549.(เอกสารไม่ตีพิมพ์)
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. ข้อมูลการท่องเที่ยว [ออนไลน์].2540.แหล่งที่มา : <http://www.tat.or.th> , [6 พฤษภาคม 2551]
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ [ออนไลน์].2540.แหล่งที่มา : <http://www.mots.go.th> , [2 กรกฎาคม 2551]
- กรรณิการ์ สวรรค์โพธิ์พันธ์ . การออกแบบเว็บไซต์ให้มาใช้.กรุงเทพมหานคร,2550.หน้า 2.
- กองอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมธรรมชาติและศิลปกรรม . แผนที่สิ่งแวดล้อมทางวัฒนธรรมจังหวัดสมุทรสงคราม.กรุงเทพมหานคร : สำนักงานนโยบายและสิ่งแวดล้อม,2548.
- จุมพล รอดคำดี . สื่อมวลชนเพื่อการพัฒนา.กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2532.
- จรรยา เจือไทย.ประธานกลุ่มโฮมสเตย์ตลาดน้ำบ้านท่าคา.สัมภาษณ์, 20 ธันวาคม 2551.
- ธวัช บุญพิศ.ประธานชมรมอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม บ้านปลายโพงพาง.สัมภาษณ์, 22 มกราคม 2552.
- ชลลดา พุ่มพฤษ . การสื่อสารในการดำเนินงานของโฮมสเตย์มาตรฐานไทยในเขตพื้นที่ภาคกลาง .วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาวาริชวิทยาและสื่อสารการแสดง คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2548.
- ชยกร ทาระวรรณ . ศึกษาความคิดเห็นของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อบทบาทของสื่ออินเทอร์เน็ตของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ในการจูงใจด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ .วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต,2548.
- พรทิพย์ ไหล่เลขา . คู่มือใช้อินเตอร์เน็ตจัดโปรแกรมท่องเที่ยว.กรุงเทพมหานคร,2542.
- พรทิพย์ วรกิจโกศาทร . ภาพพจน์นั้นสำคัญยิ่ง : การประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์, กรุงเทพมหานคร : คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ,2537,หน้า 219-220.

พจนานุกรม . คู่มือการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน Community Based Tourism Handbook. พิมพ์ครั้งที่ 1 ,2546.

พัชนี เสงี่ยมกุล , เมตตา กฤตวิทย์ และถิรนนท์ อนุวัชศิริวงศ์ . แนวคิดหลักนิเทศศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพมหานคร : เอลโล่การพิมพ์,2541.

ประมะ สตะเวทิน . หลักนิเทศศาสตร์. กรุงเทพมหานคร : ภาพพิมพ์,2538.

ปิยนุช ธีบุญอนันต์ผล . การเปิดรับข้อมูลและปัจจัยในการตัดสินใจซื้อสินค้าท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2546.

มด.ต้อย ชุมสาย และ ญิบฟัน พรหมโยธี . ปฐมบทวิชาการท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร : ไทยวัฒนาพานิช,2527. หน้า 29-30.

นิคม จารุมณี . การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร : โอ.เอส.พริ้นติ้ง เฮ้าส์.2544. หน้า 5.

นงลักษณ์ อยู่เย็นดี . ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความชอบในการเข้าร่วมกิจกรรมโฮมสเตย์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาอนุรักษ์วิทยา คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์,2546.

ดร.นพดล อินนา . เทคโนโลยีสารสนเทศและคอมพิวเตอร์เพื่อบริหารจัดการ. กรุงเทพมหานคร : จามจุรีโปรดักท์.2549. หน้า 82.

นริศรา จันทร์อ้อ . การเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตชุมชนคลองรางจะเข้าในการจัดการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ อำเภอเสนา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนา คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา, 2548.

มานพ มีศิริ. เว็บมาสเตอร์ของเว็บไซต์แม่กลองทูเดย์. สัมภาษณ์, 11 มกราคม 2552.

มาริลีน โตเดชะวัฒนา. เว็บมาสเตอร์ของเว็บไซต์แม่กลองดี. สัมภาษณ์, 11 มกราคม 2552.

ระวีวรรณ ไปรยรุ่งโรจน์ . แนวคิดและแนวทางพื้นฐานในการจัดการ Homestay. วารสารมหาวิทยาลัยคริสเตียน (มกราคม-เมษายน,2545).

จำไพพรรณ แก้วสุริยะ. การท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ในศตวรรษที่ 21. จุลสารการท่องเที่ยว ,2545, หน้า 4-7.

วิจิตร อาวะกุล . การประชาสัมพันธ์ : หลักและวิธีปฏิบัติ. กรุงเทพมหานคร : ไทยวัฒนาพานิช, 2539.

วิรัช ลภีรัตนกุล . การประชาสัมพันธ์ฉบับสมบูรณ์. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2544.

วินัย แก้วนิลกุล. ผู้ใหญ่บ้านหมู่และผู้ประกอบการโฮมสเตย์บ้านหัวหาด. สัมภาษณ์,

20 ธันวาคม 2551.

ยุบล เบญจรงค์กิจ . การวิเคราะห์ผู้รับสาร. กรุงเทพมหานคร : คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.

สมชัย อักษรารักษ์ . การสร้างสรรคและผลิตสื่อใหม่เพื่อการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2548.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ . แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่เก้า พ.ศ. 2545 – 2549. กรุงเทพมหานคร : สำนักงานฯ, 2544.

สำนักงานจังหวัดสมุทรสงคราม. ประวัติเมืองแม่กลอง [ออนไลน์]. 2546. แหล่งที่มา :

<http://www.samutsongkhram.go.th> [6 พฤษภาคม 2551]

สุรจิต ชีรเวทย์ . คนแม่กลอง. พิมพ์ครั้งที่ 3, กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ ส.เอเชียเพลส, 2548.

สมบัติ กาญจนกิจ . นันทนาการและอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร :

สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.

ศิริศรี บุญเจริญ . ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการใช้บริการด้านการท่องเที่ยวในประเทศไทยผ่านระบบอินเตอร์เน็ต. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาคการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น, 2548. หน้า 3.

ศรีหญิง ศรีคชา . การเปิดรับและการแสวงหาข่าวสารการท่องเที่ยวในประเทศไทยบนสื่ออินเตอร์เน็ตของนิสิตนักศึกษา. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.

ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ . พจนานุกรมอิเล็กทรอนิกส์เพื่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย. กรุงเทพมหานคร, 2543.

หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ. ปริมาณการใช้อินเตอร์เน็ตในประเทศไทย [ออนไลน์]. 2541.

แหล่งที่มา : <http://www.thannews.th.com> [20 สิงหาคม 2551]

อรวรรณ ปิลาพันธ์โอวาท . การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ. พิมพ์ครั้งที่ 1 . กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537.

ภาษาอังกฤษ

Atkin, Charles K . New Model for Mass Communication Research. New York : The Free Press, 1973.

Berlo, David K . The Process of Communication : An Introduction to Theory and

- Practice. New York : Holt. Rinehart and Wilston,1960.
- Barker Christain and Gronne Peter. Advertising on World Wide Web. Thesis
Copenhagen School of Management, 1996.
- Clark, G. Glossary of CBT/WBT terms [ออนไลน์].2549.แหล่งที่มา :
<http://www.clark.net/pub/nractive/alt5.html> [27 กรกฎาคม 2551]
- David Weaver and Martin Oppermann. Tourism Management Singapore,2000.
- Dough Newsom, Alan Scott and Judy VanSlyke Turk . This is PR : the realities of
public relations.Belmont,California : Wadsworth Publishing,1993.
- Erik Holm Petersen . Community Based Tourism and Homestay. Tourism Authority of
Thailand, Bangkok, 2001. (Mimeographed)
- Katz, Elihu and Others . The Use of Mass Communication,Current Perspective on
Gratification Research.Beverly Hill : Sage,1974.
- Macnulty,M . Homestay and Rural Tourism in other countries.Tourism Authority of
Thailand, Bangkok, 2001. (Mimeographed)
- McIntosh, R.W. and C.R.Goelner. Principle,Practice,Philosophies. 6th ed : John Wiley
and Sons.New York,1995,p 51-52.
- McIntosh, R.W. Tourism : Principle,Practice,Philosophies.Columbus O.H : Grid,1972.
- Tucker Kerry, Derelian Doris, Rouner Donner . Public Relations Writing : an issue driven
behavioral approach.Upper Saddle River,N.J. : Prentice Hall,1997.

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาคผนวก

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาคผนวก ก

แนวคำถามสัมภาษณ์ผู้นำชุมชนและผู้ประกอบการโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม

7. ในอดีตใช้สื่อใดในการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ให้การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์เป็นที่รู้จัก
8. ท่านคิดว่าสื่อใดเหมาะสมที่สุดในการส่งเสริมให้การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์เป็นที่รู้จัก
9. ท่านใช้สื่อใดบ้างในการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์
10. รูปแบบของเว็บไซต์ในส่วนของเนื้อหาและเทคนิคการนำเสนอการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ควรเป็นอย่างไร
11. ท่านต้องการให้กลุ่มเป้าหมายเกิดปฏิกิริยาอย่างไร เมื่อดูเว็บไซต์ของท่าน
12. ปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงครามมีอะไรบ้าง และมีข้อเสนอแนะในการพัฒนาเว็บไซต์อย่างไร

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาคผนวก ข

แนวคำถามสัมภาษณ์ผู้ดูแลเว็บไซต์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรสงคราม

7. ท่านคิดว่าคุณลักษณะอะไร ที่ทำให้ผู้ประกอบการโฮมสเตย์เลือกใช้สื่อเว็บไซต์ในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์
8. จุดเด่นของเว็บไซต์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงครามแตกต่างจากเว็บไซต์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ที่อื่นอย่างไร
9. ขั้นตอนในการสร้างเว็บไซต์โฮมสเตย์มีกี่ขั้นตอน อะไรบ้าง
10. ท่านคิดว่าเว็บไซต์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ควรมีเนื้อหาและเทคนิคการนำเสนอสู่อุปกรณ์เป้าหมายอย่างไร
11. เมื่อทำเว็บไซต์เสร็จแล้ว มีการประชาสัมพันธ์เว็บไซต์นั้นหรือไม่ อย่างไร
12. ปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ มีอะไรบ้าง และมีข้อเสนอแนะในการพัฒนาเว็บไซต์อย่างไร

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาคผนวก ค

แบบสอบถาม

แนวทางการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม

คำชี้แจง: แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาระดับปริญญาโท คณะนิเทศศาสตร์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย สาขาวิชาประชาสัมพันธ์ ดังนั้นจึงขอความกรุณาในการกรอกแบบสอบถามตามสภาพความเป็นจริงมากที่สุด

โปรดทำเครื่องหมาย / ลงในช่อง หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริง และเติมข้อความลงในช่องว่างที่จัดให้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับลักษณะทั่วไปทางประชากร

1. เพศ

 ชาย หญิง

2. อายุ

 ต่ำกว่า 25 ปี 25-34 ปี 35-44 ปี 45-54 ปี 55 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

 มัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. อนุปริญญา/ปวส. ปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรี อื่นๆ (โปรดระบุ.....)

4. อาชีพ

 นักเรียน/นักศึกษา รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัท ประกอบกิจการส่วนตัว เกษตรกร/รับจ้าง อื่นๆ (โปรดระบุ.....)

5. รายได้ต่อเดือน

 ต่ำกว่า 5,000 บาท 5,000 – 15,000 บาท 15,001 – 25,000 บาท 25,001 – 35,000 บาท 35,001 – 45,000 บาท 45,001 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม

6. ท่านได้รับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงครามจากสื่อต่อไปนี้จำนวนมากน้อยเพียงใด

สื่อ	ทุกเดือน	2-3 เดือน/ครั้ง	4-6 เดือน/ครั้ง	1 ปี/ครั้ง	ไม่เคยเลย
สื่อมวลชน					
(1)หนังสือพิมพ์					
(2)นิตยสาร/วารสาร ทั่วไป					
(3)วิทยุ					
(4)โทรทัศน์					
(5)ป้ายโฆษณา					
(6)เว็บไซต์					
สื่อบุคคล					
(8)สมาชิกในครอบครัว					
(9)เพื่อนฝูง					
(10)เจ้าหน้าที่ของการ ท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย					
(11)บริษัทนำเที่ยว, มัคคุเทศก์					
สื่อเฉพาะกิจ					
(12)โปสเตอร์					
(13)นิทรรศการ					
(14)แผ่นพับ					
(15)อื่นๆโปรดระบุ					

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับความต้องการของนักท่องเที่ยวในการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงคราม

7. ท่านสนใจข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงครามบนสื่อเว็บไซต์ในเรื่องใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> สถานที่ท่องเที่ยวใกล้เคียง | <input type="checkbox"/> ที่พักแรมและราคา |
| <input type="checkbox"/> แผนที่ | <input type="checkbox"/> ข้อมูลการเดินทาง |
| <input type="checkbox"/> สินค้าพื้นเมือง/ของที่ระลึก | <input type="checkbox"/> ร้านอาหาร |
| <input type="checkbox"/> เทศกาล/งานประเพณี | <input type="checkbox"/> เกร็ดความรู้ |
| <input type="checkbox"/> กิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น ชมหิ่งห้อย | <input type="checkbox"/> ห้องสนทนา |
| <input type="checkbox"/> เครื่องมือค้นหา(Search) | <input type="checkbox"/> คำถามที่พบบ่อย |

8. ลักษณะข้อมูลการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงครามที่ท่านต้องการบนสื่อเว็บไซต์(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

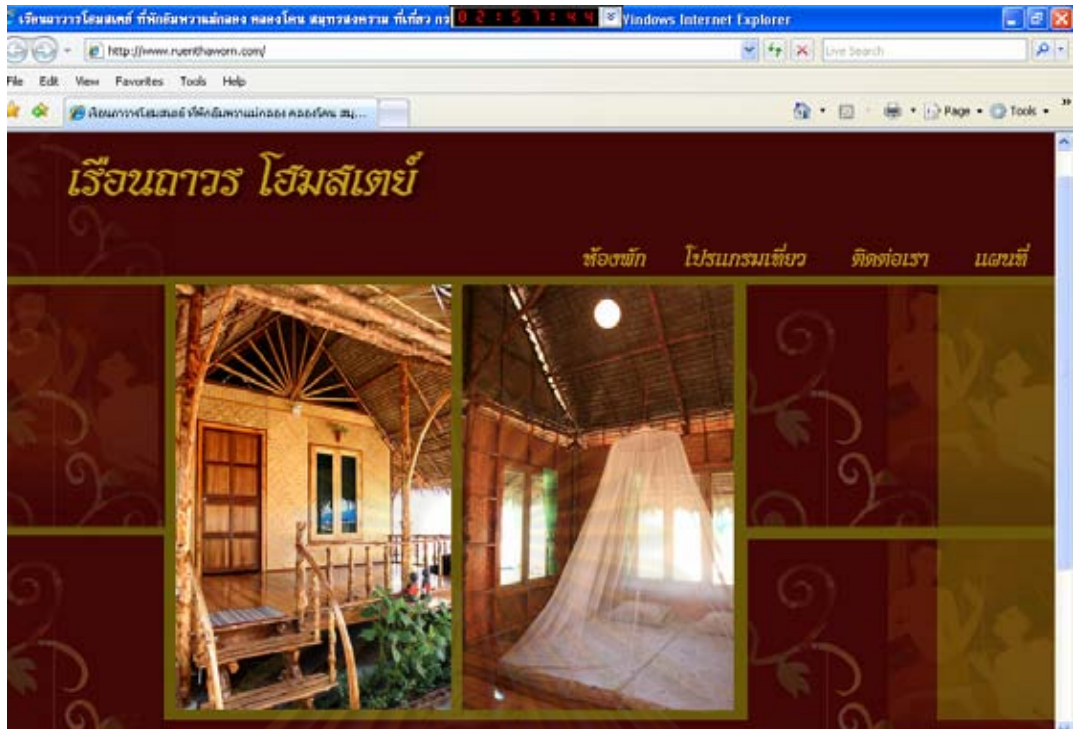
- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> ภาพเหมือนจริงประกอบ | <input type="checkbox"/> เสียงประกอบ |
| <input type="checkbox"/> ภาพเคลื่อนไหว(Animation) | <input type="checkbox"/> ดาวน์โหลดข้อมูลได้ |
| <input type="checkbox"/> Link กับเว็บไซต์อื่นที่เกี่ยวข้องได้ | <input type="checkbox"/> วิดีโอ |
| <input type="checkbox"/> จองที่ปักออนไลน์ | <input type="checkbox"/> อื่นๆโปรดระบุ..... |

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

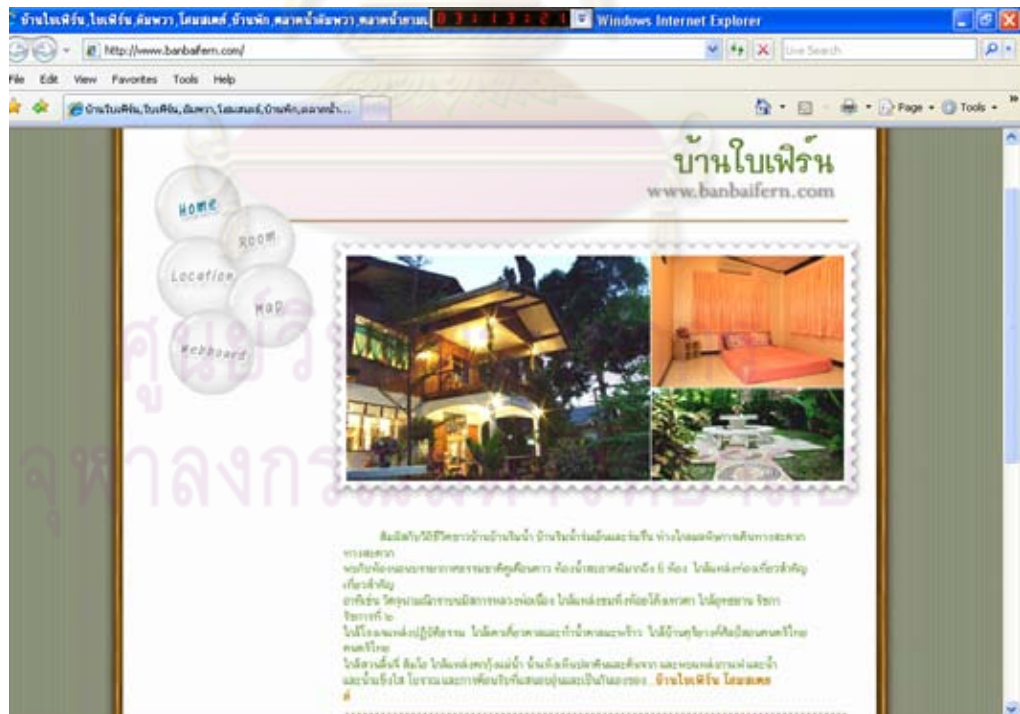
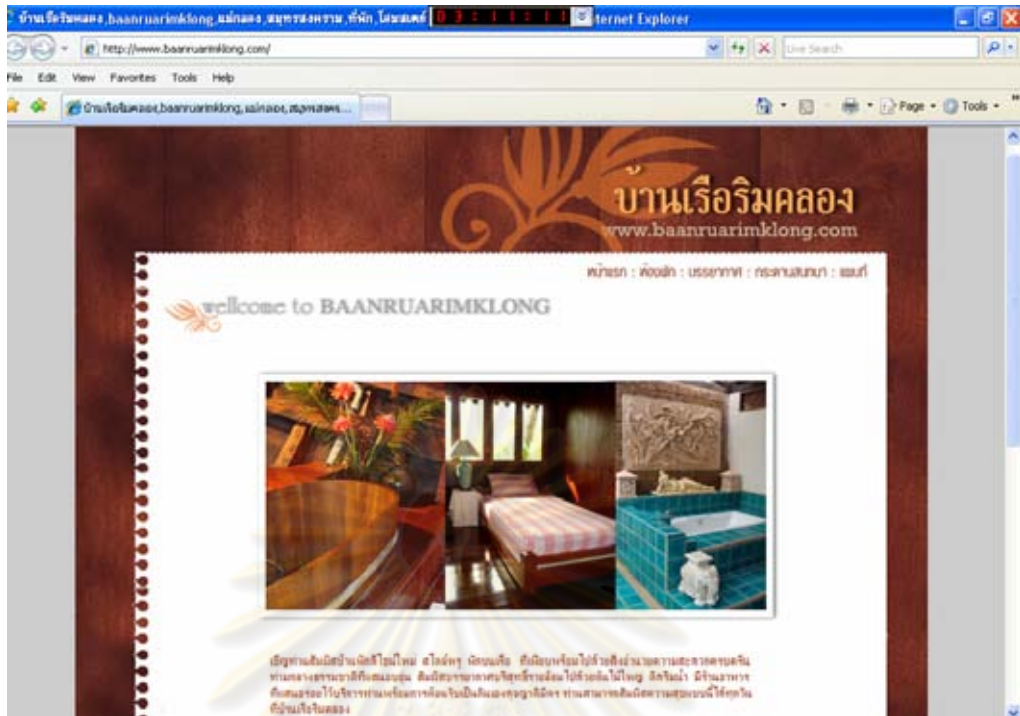
9. ท่านต้องการให้เว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงครามพัฒนาอย่างไร

ความต้องการของนักท่องเที่ยวในการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ปานกลาง	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
(1) ข้อมูลที่ได้รับมีความทันสมัย					
(2) ข้อมูลที่ได้รับความถูกต้อง ครบคลุม					
(3) ข้อมูลที่ได้รับนำไปประกอบการวางแผนหรือตัดสินใจท่องเที่ยวได้					
(4) ข้อมูลที่ได้รับมีส่วนให้นักท่องเที่ยวเข้าพักโฮมสเตย์					
(5) ข้อมูลที่ได้รับมีโปรโมชันให้เลือกมากพอที่จะใช้ในการตัดสินใจ					
(6) ข้อมูลที่ได้รับให้ความรู้เรื่องการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์					
(7) ข้อมูลที่ได้รับให้ความบันเทิง เช่น เกมออนไลน์					
(8) มีข้อมูลการท่องเที่ยวหลายประเภท เช่น วัด ป่า และบริเวณใกล้เคียงให้เลือกค้นหา					
(9) เว็บไซต์มีรูปแบบการนำเสนอที่น่าสนใจทำให้เห็นความสวยงามจากสถานที่ท่องเที่ยวได้					
(10) ภาษาที่ใช้ผ่านเว็บไซต์ง่ายต่อการเข้าใจ					
(11) มีภาษาอังกฤษสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ					
(12) เว็บไซต์มีการนำเสนอที่อ่านง่ายสบายตา					
(13) เว็บไซต์สามารถเรียกดูข้อมูลได้เร็ว					
(14) เว็บไซต์มีเครื่องมือช่วยนำทาง เช่น ลูกศรย้อนกลับหรือขึ้นบน					

ขอขอบพระคุณอย่างสูงที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

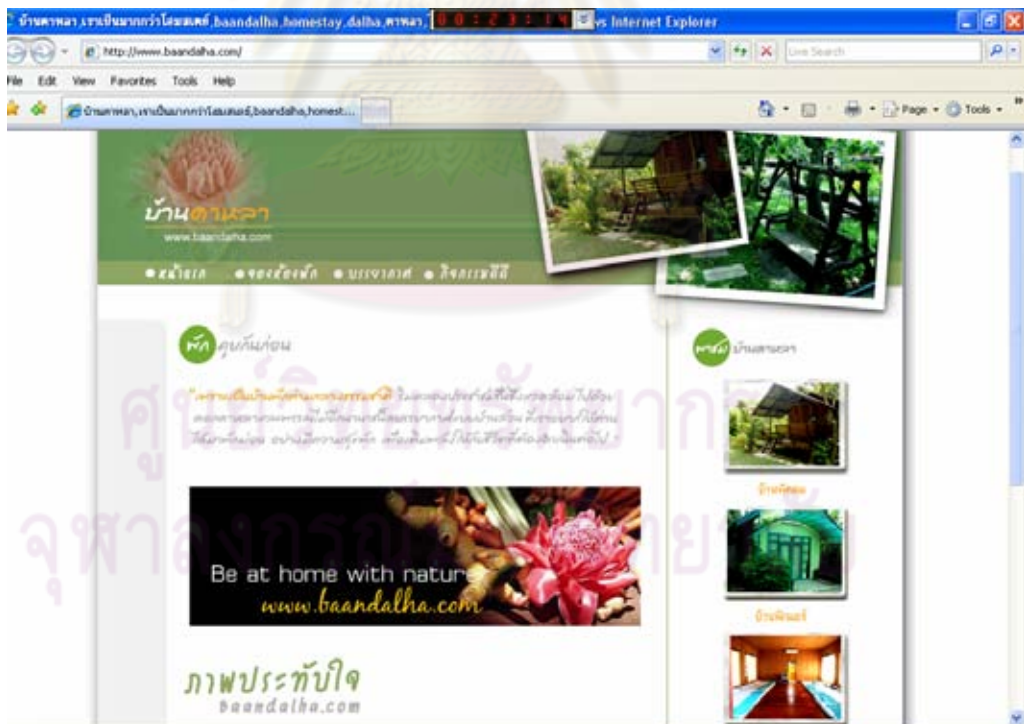












ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นางสาว วิริยาภรณ์ ศิริไฉไล เกิดวันที่ 2 ธันวาคม พ.ศ.2527 สถานที่เกิดอยู่ในจังหวัดลำปาง จบการศึกษาระดับปริญญาตรี คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน ภาควิชา วิทยุโทรทัศน์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ในปี พ.ศ. 2548 จากนั้นจึงเข้าศึกษาต่อปริญญาโทนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในปีการศึกษา 2550



ศูนย์วิทยุทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย