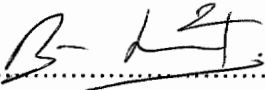


การสร้างเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์
: กรณีศึกษาภาคกลางและภาคใต้ ของประเทศไทย

นางสาวอรรวรรณ พรเจริญ กศ.บ. (เทคโนโลยีทางการศึกษา)


วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาครุศาสตร์เทคโนโลยี
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
พ.ศ. 2547

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์



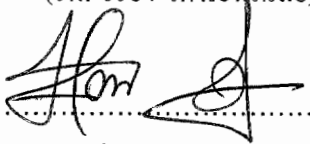
(ผศ.ดร. กุลธิดา ชรรณวิวัฒน์)

ประธานกรรมการวิทยานิพนธ์



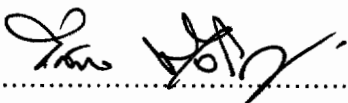
(รศ. จริยา เหนียนเฉลย)

ประธานร่วม



(ดร. ชีระวุฒิ มูอำหมัด)

กรรมการ



(ผศ.โสพล มีเจริญ)

กรรมการ

ISBN 974-183-760-7

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

สำนักหอสมุด

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

หัวข้อวิทยานิพนธ์	การสร้างเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ : กรณีศึกษาภาคกลางและภาคใต้ของประเทศไทย
หน่วยกิต	6
ผู้เขียน	อรรวรรณ พรเจริญ
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผศ.ดร.กฤษติกา ธรรมวิวัฒน์ รศ.จริยา เหนียนเฉลย อ.สุรพล บุญถื่อ
หลักสูตร	ครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต
สาขาวิชา	ครุศาสตร์เทคโนโลยี
ภาควิชา	เทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา
คณะ	ครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี
พ.ศ.	2547

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างเว็บไซต์โดยนำเนื้อหา ข้อมูล และกิจกรรมต่างๆ ของการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ มารวบรวม เรียบเรียง จัดเก็บไว้ในแต่ละหน้าของเว็บไซต์ เพื่อให้สะดวกสำหรับผู้ที่สนใจใน การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ สามารถดูรายละเอียดต่างๆ ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งได้ดำเนินการ ทดลองเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบประเมินคุณภาพ ทำการวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผล โดย ผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อ 2 คน และผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา 6 คน หลังจากนั้นได้ดำเนินการเก็บรวบรวม ข้อมูล ความพึงพอใจที่มีต่อเว็บไซต์ด้วยแบบประเมินความคิดเห็น โดยกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จำนวน 52 คน เครื่องมือที่ใช้ในการทดลอง ได้แก่ เว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบ โฮมสเตย์ และแบบสอบถามประเมินคุณภาพโดยแบบประเมินคุณภาพ และ แบบสอบถามประเมิน ความพึงพอใจโดยแบบประเมินความคิดเห็น กำหนดค่าคะแนนเป็น 5 ระดับ ตามวิธีของ ลิเคิร์ต (R.A. Likert) โดยหาค่าเฉลี่ยเลขคณิตและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล จากการประเมินคุณภาพของเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว แบบโฮมสเตย์ จากผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อและจากผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา พบว่าเว็บไซต์เพื่อการ ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์มีคุณภาพดี มีค่าเฉลี่ยรวม 4.08 และข้อมูลจากการประเมิน ความคิดเห็นจากกลุ่มตัวอย่าง พบว่าความพึงพอใจที่มีต่อเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว แบบโฮมสเตย์อยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยรวม 3.96 ดังนั้นเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

แบบโฮมสเตย์ที่สร้างขึ้นจึงมีคุณภาพโดยรวมอยู่ในเกณฑ์ดี และสามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการ
ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ได้ โดยผู้เข้าชมจะสามารถศึกษาหาข้อมูลต่างๆ ด้วยตนเอง
ตามอัธยาศัย

คำสำคัญ : การสร้างเว็บไซต์ / การประชาสัมพันธ์ / การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์

Thesis Title	The Construction of Website for Public Relations on Homestay Tourism Campaign : A Case Study of the Central and Southern Parts of Thailand
Thesis Credits	6
Candidate	Miss Orawan Pornchareon
Thesis Advisors	Asst. Prof. Dr. Kuntida Thamwipat Assoc. Prof. Jariya Neanchaleay Lect. Surapon Boonlue
Program	Master of Science in Industrial Education
Field of Study	Education Technology
Department	Educational Communication and Technology
Faculty	Industrial Education and Technology
B.E.	2547

Abstract

This research's objective was to construct a website for public relations on homestay tourism campaign. The researcher had arranged contents and details as well as homestay activities in each page of the website so that it was convenient for those who interested in the homestay tourism to read via the internet. An experiment of accumulating data has been evaluated, analyzed and concluded by two media experts and six data experts. Then, information about satisfaction from the website were obtained by questionnaires from group of specified samples which consisted of 52 people. Device used in the experiment were the website for public relations on website homestay tourism campaign, evaluation questionnaires based on quality evaluating form, and satisfactory evaluating form. Rating was made in five levels according to the Likert method calculating the mean and standard deviation value.

Conclusion of data analysis was drawn from evaluating the quality of the website for public relations on website homestay tourism campaign. The media experts and the data experts found out that the website had quality at an average of 4.08. From the evaluation of the sample group's opinions, it was apparently found that the satisfaction from the website had reached the level to an average of 3.96. Therefore, the website for public relations on website homestay tourism campaign

had generally good quality and could be used in public relations on website homestay tourism campaign which visitors could study any information as they pleased.

Keywords: The Construction of Website / Public Relations / Homestay Tourism

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ถูกลงด้วยดีด้วยความกรุณาของ ผศ.ดร.กุลธิดา ธรรมวิวัฒน์ ประธานที่ปรึกษา วิทยานิพนธ์ รศ.จรียา เหนียนเฉลย ประธานที่ปรึกษาร่วม อ.สุรพล บุญลือ อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม ซึ่ง เป็นผู้ให้คำแนะนำ และข้อคิดเห็นต่างๆ รวมทั้งคอยกระตุ้นและเป็นกำลังใจมาโดยตลอด ผู้วิจัยรู้สึก ซาบซึ้งในความกรุณาและขอกราบขอบพระคุณไว้เป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้ และขอขอบพระคุณ ดร.ธีรวุฒิ มุฮัมหมัด และผศ.โสพล มีเจริญ ที่ให้ความอนุเคราะห์ในการเป็นกรรมการสอบ วิทยานิพนธ์และได้ให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์แก่ผู้วิจัย

ขอขอบคุณคณาจารย์ ภาควิชาครุศาสตร์เทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี เพื่อนๆ พี่ๆ นักศึกษาปริญญาโทภาควิชาครุศาสตร์เทคโนโลยีทุกท่านที่เป็นกำลังใจและคอยให้ คำปรึกษากับผู้วิจัยเรื่อยมา ขอขอบพระคุณ คุณพ่อธงชัย คุณแม่สมพงษ์ พรเจริญ รวมทั้งพี่ๆ ทุกคนที่ ให้ความรัก การสนับสนุน เป็นกำลังใจช่วยเหลือและให้ผู้วิจัยตลอดมา

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	๗
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	๘
กิตติกรรมประกาศ	๑๑
สารบัญ	๑๒
รายการตาราง	๑๓
รายการรูปประกอบ	๑๔
บทที่	
1. บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของการวิจัย	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	2
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	2
1.4 ขอบเขตการวิจัย	3
1.5 สมมติฐานการวิจัย	4
1.6 คำจำกัดความของศัพท์เฉพาะ	4
2. ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
2.1 แนวคิดที่เกี่ยวข้อง	6
2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	51
2.3 สรุป	55
3. วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า	59
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	59
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า	60
3.3 การสร้างเครื่องมือและหาคุณภาพเครื่องมือ	60
3.4 การสร้างแบบประเมินคุณภาพ	62
3.5 การทดลองและเก็บรวบรวมข้อมูล	64
3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	65

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
4. ผลของการวิจัย	66
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	67
5. สรุป วิจารณ์และเสนอแนะ	75
5.1 ที่มาของการศึกษาค้นคว้า	75
5.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	75
5.3 ขอบเขตของการศึกษาค้นคว้า	75
5.4 การดำเนินการทดลอง	76
5.5 ผลการศึกษาค้นคว้า	77
5.6 อภิปรายผล	78
5.7 ข้อเสนอแนะ	80
เอกสารอ้างอิง	81
ภาคผนวก	
ก แบบประเมิน	85
ข ตัวอย่างเว็บไซต์	94
ค ผลการประเมิน	99
ประวัติผู้วิจัย	111

รายการตาราง

ตาราง	หน้า
4.1 คุณภาพของเว็บไซต์ในส่วนของภาพ จากการประเมินของผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อ	67
4.2 คุณภาพของเว็บไซต์ในส่วนของตัวอักษร จากการประเมินของผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อ	67
4.3 คุณภาพของเว็บไซต์ในส่วนของโปรแกรม จากการประเมินของผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อ	68
4.4 คุณภาพของเว็บไซต์ในส่วนของเนื้อหา จากการประเมินของผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อ	68
4.5 คุณภาพของเว็บไซต์ในส่วนของความถูกต้อง จากการประเมินของผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา	69
4.6 คุณภาพของเว็บไซต์ในส่วนของภาพ จากการประเมินของผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา	69
4.7 คุณภาพของเว็บไซต์ในส่วนของเนื้อหา จากการประเมินของผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา	70
4.8 ความพึงพอใจที่มีต่อของเว็บไซต์ในส่วนของภาพ จากการประเมินของกลุ่มตัวอย่าง	71
4.9 ความพึงพอใจที่มีต่อของเว็บไซต์ในส่วนของตัวอักษร จากการประเมินของกลุ่มตัวอย่าง	71
4.10 ความพึงพอใจที่มีต่อของเว็บไซต์ในส่วนของโปรแกรม จากการประเมินของกลุ่มตัวอย่าง	72
4.11 ความพึงพอใจที่มีต่อของเว็บไซต์ในส่วนของเนื้อหา จากการประเมินของกลุ่มตัวอย่าง	72
4.12 ความพึงพอใจที่มีต่อของเว็บไซต์ในส่วนของประชาสัมพันธ์ จากการประเมินของกลุ่มตัวอย่าง	73
4.13 ค่าเฉลี่ยรวมของความพึงพอใจที่มีต่อของเว็บไซต์ จากการประเมิน โดยกลุ่มตัวอย่าง	74

รายการรูปประกอบ

รูป	หน้า
2.1 ขั้นตอนการพัฒนาพื้นที่ชนบท [20]	25
2.2 ความสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศกับ โฮมสเตย์ (Homestay) [10]	31
2.3 องค์ประกอบด้านพื้นที่ของการท่องเที่ยวชนบท [4]	34
2.4 การจัดการโฮมสเตย์กับการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน [23]	37

บทที่ 1 บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของการวิจัย

แต่ก่อนการเดินทางท่องเที่ยวในบ้านเรา เป็นเพียงการเดินทางไปในที่ต่างๆ เพื่อชมธรรมชาติที่บริสุทธิ์ สวยงาม เป็นการพักผ่อนหย่อนใจเท่านั้น แต่ปัจจุบันทิศทางการท่องเที่ยว เริ่มเปลี่ยนแปลงไปในเส้นทางของการศึกษาและแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมซึ่งกันและกัน ควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ รูปแบบหนึ่งที่ได้รับค่านิยม คือ การท่องเที่ยวในรูปแบบ “โฮมสเตย์ (Homestay)” ที่ให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสเข้าไปใช้ชีวิตความเป็นอยู่ร่วมกับคนในท้องถิ่น อยู่บ้านเดียวกัน ทำกิจกรรมต่างๆ ร่วมกัน [1]

การมีวิถีชีวิตที่เรียบง่ายแบบสังคมชนบท จึงเป็นจุดขายที่สำคัญที่จะเป็นแรงจูงใจให้ นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจ การดำเนินกิจกรรมที่สัมผัสวัฒนธรรมชนบทจึงเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเป็นทางเลือกในตลาดท้องถิ่น มีคู่แข่งในเชิงพาณิชย์ในพื้นที่ที่มีโรงแรมหรือรีสอร์ท ทั้งนี้การดำเนินกิจกรรมดังกล่าวจึงไม่เป็นการประกอบการที่พิกัดในเชิงธุรกิจ แต่จะต้องอยู่ภายใต้ศักยภาพและความพร้อมของชุมชนเป็นหลัก [2]

Mr.Michael Mac Nulty (WTO Consultant) ได้กล่าวไว้ในการบรรยายพิเศษเรื่อง “การจัดโฮมสเตย์ในต่างประเทศ” กล่าวไว้ว่าการสำรวจพื้นที่โฮมสเตย์บางแห่งในประเทศไทยพบว่า การจัดโฮมสเตย์ของประเทศไทยมีปัญหาและอุปสรรคดังนี้ [3]

1. รายได้ที่ได้รับจากการจัดที่พักโฮมสเตย์อยู่ในระดับต่ำ (ประมาณคืนละ 100-200 บาท/คน/คืน) ไม่สามารถกระตุ้นเศรษฐกิจของท้องถิ่นให้ฟื้นตัวได้ในระยะเวลาอันสั้น
2. ปัญหาด้านการตลาด ได้แก่ ปัญหาเครือข่ายการสำรองที่พัก ปัญหาการประสานงานกับบริษัทนำเที่ยวเอกชนและหน่วยงานของรัฐ ปัญหาการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และปัญหาการแย่งลูกค้าและการตัดราคากันเองในหมู่เจ้าของโฮมสเตย์
3. ปัญหาด้านระดับความคาดหวังที่แตกต่างกันระหว่างแขกผู้มาพักและเจ้าของบ้าน อันได้แก่ คุณภาพบริการ คุณภาพของอาหาร ความสะอาดและความปลอดภัย เป็นต้น
4. ปัญหาผลกระทบด้านสังคมและวัฒนธรรม นอกเหนือจากการสูญเสียความเป็นส่วนตัวแล้วในพื้นที่ที่มีการพัฒนาโฮมสเตย์ บ่อยครั้งพบว่า มีการบิดเบือนวัฒนธรรมท้องถิ่นเพื่อวัตถุประสงค์ในการดึงดูดใจนักท่องเที่ยว บางพื้นที่เกิดปัญหาการแข่งขัน และแก่งแย่งลูกค้าของเจ้าของบ้านอันนำไปสู่ความแตกแยกภายในชุมชน

เนื่องจากการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในประเทศไทยยังไม่แพร่หลายนัก อีกทั้งการจัดทำเว็บไซต์ก็ยังมีรายละเอียดในแต่ละสถานที่น้อยมาก และยังไม่สามารถเข้าถึงแหล่งวัฒนธรรมที่แท้จริง อันเป็นธรรมชาติของชุมชนนั้นๆ ได้ การโฆษณาประชาสัมพันธ์เป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้คนรู้จักการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ได้มากขึ้น การจัดทำเว็บไซต์จึงเป็นทางเลือกหนึ่งที่สามารถทำให้ผู้คนรู้จักการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ได้ ผู้วิจัยจึงเห็นว่า การศึกษาในเรื่องดังกล่าว หากได้ทำเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ (กรณีศึกษาภาคกลางและภาคใต้) ซึ่งได้แก่

- หมู่บ้านไทยทรงดำ อำเภอเขาย้อย จังหวัดเพชรบุรี
- บ้านทรงไทยปลายบางโพรง อำเภอมัญจาคีรี จังหวัดขอนแก่น
- ทำค่านโฮมสเตย์ (Homestay) อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก
- หมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช
- เกาะยาว อำเภอเกาะยาว จังหวัดพังงา
- หมู่บ้านทะเลนอก อำเภอสุขสำราญ จังหวัดระนอง

จะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวของประเทศไทย เพราะการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบของเว็บไซต์นั้นมีความสะดวกมาก นักท่องเที่ยวสามารถจะทราบรายละเอียดของสถานที่ที่จะไปเที่ยวได้ก่อน และเพื่อเป็นการลดความคาดหวังต่าง ๆ จะช่วยให้นักท่องเที่ยวมีความเข้าใจในการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมแบบโฮมสเตย์มากขึ้น และจะได้เข้าใจถึงวิถีชีวิต วัฒนธรรมประเพณี ที่อยู่อาศัย ระบบสาธารณูปโภคต่างๆ ของหมู่บ้านวัฒนธรรมชนบท อีกทั้งการสร้างงาน และการกระจายรายได้สู่ชุมชนท้องถิ่นและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จะส่งผลดีต่อเศรษฐกิจของประเทศด้วย

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อสร้างเว็บไซต์ที่มีคุณภาพเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์

1.2.2 เพื่อหาคุณภาพและความพึงพอใจ ของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้คาดว่าจะได้รับประโยชน์ดังนี้

1.3.1 ทำให้การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์เป็นที่รู้จักและแพร่หลายมากขึ้น

1.3.2 สามารถเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับกิจกรรม วิถีชีวิต วัฒนธรรมประเพณีที่อยู่อาศัยในการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมแบบโฮมสเตย์

1.3.3 สามารถนำข้อมูลที่ได้มาเป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ (Homestay) ในประเทศไทย

1.4 ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มุ่งสร้างและศึกษาคุณภาพและความพึงพอใจของเว็บไซต์ เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในประเทศไทย

1.4.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.4.1.1 ประชากร คือ ผู้ที่มีความสนใจในการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์

1.4.1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า คือ ผู้ที่มีความสนใจในการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์เลือกแบบเจาะจง จำนวน 52 คน

1.4.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ

1.4.2.1 เว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์

1.4.2.2 แบบประเมิน ซึ่งแบบประเมินมี 3 ชุด ดังนี้ คือ

- แบบประเมินคุณภาพเว็บไซต์โดยผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อ
- แบบประเมินคุณภาพเว็บไซต์โดยผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา
- แบบประเมินความคิดเห็นเพื่อการประเมินความพึงพอใจที่มีต่อเว็บไซต์โดยกลุ่มตัวอย่าง

อย่าง

1.4.3 ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วย

1.4.3.1 ตัวแปรต้น คือ เว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์

1.4.3.2 ตัวแปรตาม แบ่งออกเป็น

- คุณภาพของเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์
- ความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์

1.4.4 โปรแกรมที่ใช้ในการสร้างเว็บไซต์

โปรแกรมที่ใช้ในการสร้างเว็บไซต์ เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ คือ Macromedia Dreamweaver, Macromedia Flash, Adobe Photoshop, Java Script

1.5 สมมติฐานการวิจัย

1.5.1 ได้เว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ ที่มีคุณภาพอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยของคุณภาพ 3.50 ขึ้นไป

1.5.2 ความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ มีคะแนนเฉลี่ย 3.50 ขึ้นไป

1.6 คำจำกัดความของศัพท์เฉพาะ

เว็บไซต์ คือ ฐานข้อมูลการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ที่ รวบรวมข้อมูลต่างๆ ไว้ มีชื่อที่อยู่เป็นของตนเอง ต้องใช้คอมพิวเตอร์และเบราว์เซอร์ ในการเปิดเอกสารที่มีอยู่ในฐานข้อมูล

ประชาสัมพันธ์ คือ การนำเว็บไซต์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ ออกเผยแพร่ด้วยวิธีใดวิธีหนึ่ง เพื่อให้บุคคลทั่วไปได้รู้จักกับการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์

โฮมสเตย์ (Homestay) คือ การท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต้องพำนักร่วมกับ เจ้าของบ้าน และมีวัตถุประสงค์ที่จะเรียนรู้วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของเจ้าของบ้าน ซึ่งเต็มใจที่จะ ถ่ายทอดวัฒนธรรมแลกเปลี่ยนความรู้ซึ่งกันและกัน พร้อมทั้งจัดที่พักและอาหารให้กับนักท่องเที่ยว โดยได้รับค่าตอบแทนตามความเหมาะสม

ที่พักแบบ B&B คือ Bed and Breakfast Hotel จะให้บริการอาหารเช้ารวมอยู่ในราคาค่าห้องพัก

คุณภาพ คือ ความมีมาตรฐานในระดับที่เป็นที่ยอมรับของกลุ่มคนที่ได้ชมเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์

ความพึงพอใจ คือ การนิยมชมชอบ ต้อนรับ และเห็นด้วยกับสิ่งที่ได้พบ เรียนรู้ หรือสัมผัสของกลุ่มคนที่ได้ชมเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์

บทที่ 2 ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้ประมวลแนวความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการสร้างเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ ซึ่งประกอบด้วยหัวข้อต่างๆ ดังนี้

2.1 แนวคิดที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 อินเทอร์เน็ต

2.1.2 การประชาสัมพันธ์

2.1.3 โฮมสเตย์

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.3 สรุป

2.1 แนวคิดที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 อินเทอร์เน็ต

2.1.1.1 ประวัติวิวัฒนาการของอินเทอร์เน็ต

ในปี พ.ศ.2512 กระทรวงกลาโหมอเมริกัน หรือ ดีโอดี (DOD = US Department of Defense) และ อาร์ปา (Arpa = Armed-Forces Research Project Agency) ซึ่งเป็นหน่วยงานทหารของสหรัฐอเมริกา ได้ตั้งอาร์ปาเน็ต (ARPANET) เป็นเครือข่ายทดลองขึ้นเพื่อให้การสนับสนุนการวิจัยทางทหารในภาวะสงครามนั้น หน่วยงานต่างๆ ของกองทัพอาจจะถูกโจมตีเมื่อไรก็ได้ ดังนั้น ทุกหน่วยงานอาจจะถูกทำลายในเวลาไหนก็ได้ แต่หน่วยงานอื่นๆ ที่เหลืออยู่จะต้องทำงานได้ต่อไป นั่นคือข้อมูลข่าวสารที่ถูกส่งจากจุดเริ่มต้นไปยังจุดหมายจะต้องอยู่ครบถ้วน แม้ว่าหน่วยงานที่ส่งข้อมูลไปจะถูกทำลายไปแล้วก็ตาม การส่งข้อมูลโดยใช้เครือข่ายคอมพิวเตอร์ (Computer Network) ก็คือใช้คอมพิวเตอร์เป็นผู้ใส่ข้อความลงในซองจดหมายซึ่งเรียกว่า ซองไอพี (IP Package) โดยให้ไอพี (IP) ย่อมาจาก อินเทอร์เน็ตโพรโตคอล (Internet Protocol) แล้วให้คอมพิวเตอร์ส่งไปตามที่อยู่ในซองจดหมายนั้น ความรับผิดชอบในการส่งซองไม่ขึ้นอยู่กับเครือข่ายซึ่งอาจไว้วางใจไม่ได้ แต่ขึ้นอยู่กับเครื่องคอมพิวเตอร์ที่รับและส่งซองนั้น [4]

ซอฟต์แวร์ (Software) สำหรับอินเทอร์เน็ตโพรโตคอล (Internet Protocol) นั้น ขณะนี้มีใช้กับคอมพิวเตอร์ชนิดต่างๆ มากมายหลายยี่ห้อ ดังนั้นผู้ใช้สามารถจะซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์ยี่ห้ออะไรก็ได้ที่ตัวเองชอบและต่อเข้ากับอินเทอร์เน็ต (Internet)[4]

หลังจากการที่มีการใช้อินเทอร์เน็ตระยะหนึ่งแล้ว ก็มีระบบปฏิบัติการยูนิกซ์ (Unix Operating System) ออกมา ระบบยูนิกซ์ (Unix) มีอินเทอร์เน็ตโปรโตคอล (Internet Protocol) อยู่ในตัว และมีผู้นำยูนิกซ์ (Unix) ไปใช้ในระบบเครือข่ายท้องถิ่น (Lan = Local Area Network) มีการเชื่อมโยงแลน (LAN) เข้ากับอาร์ปาเน็ต (ARPANET) แล้วขยายตัวไปเรื่อยๆ จนในที่สุดก็เป็นอินเทอร์เน็ต [4]

ในช่วงปี พ.ศ.2529-2530 องค์กรวิทยาศาสตร์แห่งชาติอเมริกา (NSF = The US National Science Foundation) ได้ตั้งศูนย์คอมพิวเตอร์ (Supercomputer) ขึ้น 5 แห่ง ที่มหาวิทยาลัยอิลลินอยส์ โดยศูนย์คอมพิวเตอร์ขนาดยักษ์นี้ มีมูลค่าถึง 1,750 ล้านบาท ซึ่งเป็นการลงทุนที่สูงมากแม้กระทั่งในสายตาของคนอเมริกันเอง ดังนั้นเพื่อจะใช้เป็นประโยชน์จากศูนย์นี้ให้คุ้มค่าทางเศรษฐกิจมากที่สุด จึงควรที่จะให้มีผู้มาใช้บริการกับทางศูนย์มากขึ้น โดยผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์อาร์ปาเน็ต แต่ก็ไม่ประสบความสำเร็จ เนื่องจากปัญหาทางด้านระบบราชการที่เป็นอุปสรรค ดังนั้นเอนเอสเอฟ (NSF) จึงตัดสินใจสร้างระบบเครือข่ายของตนเองขึ้น โดยใช้มาตรฐานแบบเดียวกันกับไอพี (IP) และตั้งชื่อเครือข่ายนี้ว่า เอนเอสเอฟเน็ต (NSFNET) เครือข่ายนี้ได้เชื่อมโยงศูนย์คอมพิวเตอร์ขนาดยักษ์ทั้ง 5 แห่งเข้าด้วยกัน โดยสายโทรศัพท์ชนิด 56 กิโลบิต ต่อวินาที (Kbps) เพื่อให้ผู้ใช้ทุกคนได้โทรศัพท์ติดต่อเข้ามาที่ศูนย์คอมพิวเตอร์ที่ใกล้ที่สุดของตน และในปี พ.ศ.2530 เอนเอสเอฟเน็ต (NSFNET) ก็ไม่สามารถให้บริการอย่างเพียงพอได้ จึงต้องเปลี่ยนสายโทรศัพท์ชนิด 56 กิโลบิตต่อวินาที เป็นสายโทรศัพท์ที่มีความเร็วมากขึ้นอีกประมาณ 20 เท่า [4]

เมื่อมีผู้นิยมใช้อินเทอร์เน็ตมากขึ้น เครือข่ายต่างๆ เช่น บิตเน็ต (Bitnet) เดคเน็ต (DECnet) ฟิดเน็ต (Fidonet) ฯลฯ ก็ได้พัฒนาวิธีการที่จะเชื่อมโยงต่อเข้ากับอินเทอร์เน็ต โดยในช่วงแรกการเชื่อมโยงติดต่อกันก็เพื่อจะใช้ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ร่วมกัน หลังจากนั้นบางเครื่องก็ได้มีการให้บริการอื่นๆ เช่น รับส่งแฟ้มข้อมูล เป็นต้น [4]

องค์การมาตรฐานระหว่างประเทศ ไอเอสโอ (ISO = The International Standard Organization) ได้ออกแบบโปรโตคอลที่เป็นระบบเปิด (Open System Innerconnect = OIS) ขึ้น ทำให้นำไปใช้กับเครือข่ายทั้งหลายของอินเทอร์เน็ตได้ โดยที่ผู้ใช้ของไอเอสโอ (OIS) จะต้องติดต่อกับอินเทอร์เน็ตได้ จนถึงขณะนี้ อินเทอร์เน็ต ยังไม่ได้คิดค่าธรรมเนียมสำหรับการมาใช้บริการ แต่ทั้งนี้คอมพิวเตอร์ทุกเครื่องที่เชื่อมโยงเข้ามาจะต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายของตนเอง ผู้ใช้และเจ้าหน้าที่ที่ทำงาน อินเทอร์เน็ต ส่วนมากได้รับรวมตัวกันตั้งสมาคม อินเทอร์เน็ต (ISOC = Internet Society) ซึ่งมหาวิทยาลัยฮัสซัมซัทยูเป็นหน่วยงานแห่งเดียวในเอเชียอาคเนย์ที่ได้เป็นผู้ร่วมก่อตั้ง (Foundating Member) [4]

2.1.1.2 อินเทอร์เน็ต ในประเทศไทย

นักเรียนไทยบางคนและผู้ที่เคยไปอเมริกา และได้เคยใช้อินเทอร์เน็ตที่นั่น เมื่อกลับมาเมืองไทยแล้วก็ไม่ค่อยได้ใช้อีก เนื่องจากค่าโทรศัพท์ระหว่างประเทศแพงมาก ต่อมาในปี พ.ศ.2530 เอไอที (AIT = Asian Institute of Technology) ในเมืองไทย ได้ตกลงทำสัญญากับภาควิชาวิทยาการคอมพิวเตอร์ มหาวิทยาลัยเมลเบิร์น (Melbourne) ประเทศออสเตรเลีย ใช้ชื่อว่า <munarai.oz.au> เพื่อที่จะให้บริการด้านไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยออสเตรเลียจะเรียกมาที่เอไอที (AIT) วันละ 3 ครั้ง เพื่อที่จะส่งและรับไปรษณีย์ [4]

ในปี พ.ศ.2531 มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ได้ตั้งแม่ข่ายย่อยของตนเองชื่อ <sritrang.psu.th> โดยเชื่อมกับ <munatai.oz.au> ที่มหาวิทยาลัยเมลเบิร์น โดยเพิ่มการติดต่อให้ มากขึ้น สามารถโทรเข้ามาได้ 2 เบอร์ ตั้งแต่ 09.00-19.00 น. [4]

ในปี พ.ศ.2534 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยได้เปิดอินเทอร์เน็ตเกตเวย์ (Internet Gateway) ตั้งชื่อว่า <chulkn.chula.ac.th> ซึ่งถือว่าเป็นการใช้ระบบอินเทอร์เน็ต ในประเทศไทยอย่างสมบูรณ์ ทั้งนี้ในเดือนกรกฎาคม พ.ศ.2535 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยเช่าวงจร 9600 บิตต่อวินาที ต่อสายไปที่เวอร์จิเนีย สหรัฐอเมริกา และต่อมาได้มีการปรับปรุงสายโทรศัพท์เป็นวงจร 64 กิโลบิตต่อวินาที ค่าเช่าวงจรประมาณ 4.2 ล้านบาทต่อไป โดยในปีนั้นมีหมายเลขโทรศัพท์เพียง 1 หมายเลข และได้เพิ่มเป็น 20 หมายเลขในปี พ.ศ.2536 บริการจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย นี้ทำได้ดีกว่าเอไอที (AIT) เนื่องจากสามารถให้บริการได้ทั้งกลางวันและกลางคืน [4]

ในเดือนมกราคม พ.ศ.2535 ได้มีการจัดตั้งเนคเทค (NECTEC = The National Electronics and Computer Technology Center) ขึ้น โดยเนคเทค (NECTEC) ได้จัดตั้งคณะทำงานที่ดูแลเกี่ยวกับเรื่องไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (NWG) ขึ้นมา โดยมีวัตถุประสงค์ 3 ข้อ ที่ค่อนข้างจะจำกัดมาก คือ [4]

1. การนำไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ไปใช้เฉพาะในด้านการศึกษา
2. ทำหน้าที่ประสานเรื่องระบบไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ใช้อยู่ในประเทศและ ต่างประเทศ
3. เสนอข้อแนะนำให้กับเนคเทค (NECTEC) ในการจัดตั้งบริการต่างๆ ที่จำเป็น เพื่อที่จะอำนวยความสะดวกให้แก่สถาบันการศึกษาและนักวิจัยต่างๆ ในประเทศ

ในเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ.2535 เนคดับเบิลยูจี (NWG) ได้ตั้งระบบเครือข่ายชื่อ “ไทยสาร” (Thai Sam) โดยใช้เครื่องที่ทางไอบีเอ็ม (IBM) บริจาคให้ ซึ่งหมายเลขโทรศัพท์ 2 หมายเลขที่โทร ติดต่อเข้ามาที่ เนคดับเบิลยูจี <nwg.nectec.or.th> ได้ตลอด 24 ชั่วโมง ส่วนยูยูซีพี (UUCP<Unix to Unix Copy>.)

ติดต่อกับมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ทุกชั่วโมง และติดต่อกับประเทศออสเตรเลียโดยผ่านทางเอไอที (AIT) วันละ 3 ครั้ง ภายหลังจากได้มีการปรับปรุงให้บริการเป็น 6 หมายเลขโทรศัพท์ สามารถติดต่อกับต่างประเทศได้ 24 ชั่วโมง โดยผ่านทางจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย <chulkn.chula.ac.th> ต่อมาในเดือนกันยายน พ.ศ.2536 ก็มีเกตเวย์แห่งที่ 2 สำหรับเมืองไทยโดยติดต่อไปไปยังเวอร์จิเนีย สหรัฐอเมริกา โดยผ่านทางวงจร 64 กิโลบิตต่อวินาที โดยใช้ชื่อ <nwg.nectec.or.th> ในเดือนมกราคม พ.ศ. 2535 สถาบัน ไอพีไอโอ (IPIEO = Information Processing Institute for Education and Development) ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ได้จดทะเบียนตั้งเครือข่ายของอินเทอร์เน็ต ชื่อ <ipied.tu.ac.th> ขึ้น โดยมีหมายเลขโทรศัพท์ 1 หมายเลขที่พร้อมให้บริการได้ 24 ชั่วโมงต่อวัน หลังจากนั้นก็ได้ตั้งเครือข่ายย่อยขึ้นอีกที่วิทยาเขตรังสิต ในปลายปี พ.ศ. 2536 [4]

คณะวิศวกรรมศาสตร์ของสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าฯ ได้เริ่มทดลองใช้อินเทอร์เน็ตกลางปี พ.ศ. 2535 โดยใช้แม่ข่ายย่อย <ladwff.kmitl.ac.th> หลังจากนั้นศูนย์วิจัยและบริการคอมพิวเตอร์ได้ให้บริการแก่คณะต่างๆ ในสถาบันก็ได้ตั้งเครือข่ายโดยใช้ชื่อ <crsc.kmitl.ac.th> ในเดือนตุลาคม พ.ศ. 2536 ทางศูนย์ได้ให้บริการแก่ผู้ใช้ประมาณ 500 ราย [4]

ผู้เข้าร่วมกับเครือข่ายไทยสารในเดือนมกราคม พ.ศ.2535 ได้แก่ บริษัทดิจิตอล อีคิวเมนท์ จำกัด มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ฮิวเลตต์แพคการ์ด และ บริษัท เอเชียเครดิต จำกัด ในเดือน พ.ศ.2535 ต่อมาในเดือนเมษายน พ.ศ.2535 มีการต่อวงจรตรงอีก 1 วงจรเข้ากับจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญได้เข้าร่วมทดลองใช้อินเทอร์เน็ต กับเอไอที (AIT) ในเดือนมีนาคม พ.ศ.2535 และได้เปลี่ยนไปใช้ของ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในเดือนพฤษภาคม พ.ศ.2535 [4]

สถาบันและองค์กรต่างๆ ในประเทศไทยต่างหันมาใช้อินเทอร์เน็ตมากขึ้น โดยการเข้าร่วมกับจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในปี พ.ศ.2535 ได้แก่ เอไอที (AIT) มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ นอกจากนี้ยังมีสถาบันที่เข้าร่วมกับเนคเทค (NECTEC) ในปี พ.ศ. 2536 ก็คือ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าฯ ลาดกระบัง พระนครเหนือ ธนบุรี สถาบันวิจัย จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัยสุรนารี กระทรวง สาธารณสุข ทบวงมหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ (มหาสารคาม) เป็นต้น [4]

อินเทอร์เน็ตได้เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการใช้งาน ในฐานะที่เป็นสื่อสำหรับการส่งข่าวสารระหว่างประเทศ อินเทอร์เน็ตเป็นตัวกลางระบบสื่อสารที่มีการเชื่อมโยงและเข้าถึงเกือบทุกประเทศทั่วโลก ประเทศที่พัฒนาแล้วทุกประเทศมีเครือข่ายโยงใยเข้าสู่อินเทอร์เน็ต และมีผู้ใช้ระบบเครือข่ายที่มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาประเทศอย่างยิ่ง [5]

การที่อินเทอร์เน็ตเป็นเครือข่ายที่มีการนำอุปกรณ์มาเชื่อมต่อได้ง่าย ขอบเขตการขยายตัวของอินเทอร์เน็ตจึงรวดเร็ว นอกจากนี้กลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตโดยเฉพาะนักวิจัยในมหาวิทยาลัยต่าง ๆ ได้พัฒนาโปรแกรมและซอฟต์แวร์ประยุกต์ของอินเทอร์เน็ตกันมาก และซอฟต์แวร์เหล่านี้ก็ได้รับการเผยแพร่ติดตั้งไปยังเครื่องต่างๆ จำนวนมาก [5]

อินเทอร์เน็ตเป็นเครือข่ายของเครือข่ายที่เชื่อมโยงระหว่างเครือข่ายต่างๆ เข้าด้วยกัน เมื่อนำเครือข่ายคอมพิวเตอร์เครือข่ายหนึ่งต่อเชื่อมเข้าสู่อินเทอร์เน็ต เครือข่ายนั้นก็จะเป็นอินเทอร์เน็ต และหากใครนำเครือข่ายอื่นมาต่อเชื่อมอีกก็จะเข้าสู่อินเทอร์เน็ต และเป็นการขยายเครือข่ายอินเทอร์เน็ตด้วย [5]

2.1.1.3 ประโยชน์ของอินเทอร์เน็ต

ปัจจุบันมีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตจากทั่วโลกทุกวัย และทุกอาชีพสามารถสื่อสารกันได้โดยไม่มีข้อจำกัดใดๆ ทั้งศาสนา เชื้อชาติ ระบบการปกครองหรือแม้กระทั่งกฎหมายของแต่ละประเทศ อินเทอร์เน็ต กลายเป็นสังคมใหม่ขนาดใหญ่ซึ่งไม่มีสถานที่จริงๆ ในโลกสังคมในอินเทอร์เน็ต จึงได้รับการขนานนามว่า ไซเบอร์สเปซ (Cyberspace) หรือพื้นที่ซึ่งถึงจำลองขึ้นมา จากการที่มีคนรวมกันอยู่เป็นจำนวนมาก จึงเกิดความต้องการบริการที่หลากหลาย เพื่อตอบสนองความต้องการของแต่ละคนซึ่งแตกต่างกัน สามารถแบ่งบริการในอินเทอร์เน็ตได้เป็นดังนี้ [6]

1. การบริการทางธุรกิจ อินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางใหม่ทางการค้า เพราะผู้ขายสามารถประกอบธุรกิจทางการค้าผ่านหน้าจอคอมพิวเตอร์ที่เชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต ลูกค้านำสามารถชมภาพและรายละเอียดของสินค้าเพื่อใช้ในการตัดสินใจได้ทันที ณ เครื่องของลูกค้าเอง ขายเพียงแค่จัดเตรียมข้อมูลลงในคอมพิวเตอร์ของตน ก็สามารถบริการขายลูกค้าได้ทั่วโลกพร้อมๆ กัน โดยไม่ต้องสิ้นเปลืองงบประมาณในการประชาสัมพันธ์มากเท่าวิธีอื่น อินเทอร์เน็ตได้กลายเป็นตลาดแห่งใหม่ เพราะสามารถซื้อสินค้าและชำระเงินผ่านอินเทอร์เน็ตได้โดยตรง เพียงแต่ลูกค้าจะต้องมีบัตรเครดิต โดยการสั่งซื้อสินค้าต่างๆ ได้โดยกรอกหมายเลขบัตร แล้วระบุสินค้าที่ต้องการและสินค้าจะถูกส่งมาทางไปรษณีย์ และเงินจะถูกหักจากบัญชีบัตรเครดิต

2. การบริการข้อมูลข่าวสาร สื่อทางอินเทอร์เน็ตสามารถเข้าถึงผู้บริโภคที่มีกำลังซื้อค่อนข้างสูงได้เป็นจำนวนมาก ผู้ผลิตสื่อเผยแพร่ผ่านทางอินเทอร์เน็ต จึงสามารถทำกำไรจำนวนมากจากการขายโฆษณาบนสื่อของตน ทำให้มีผู้สนใจผลิตสื่อรูปแบบต่างๆ ใน อินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นทุกๆ วันผู้ที่มีความรู้ความชำนาญไม่ว่าเรื่องใดๆ สามารถเผยแพร่ความรู้ของตนไปยังผู้คนทั่วโลกได้โดยง่าย เช่น ถ้ามีความชำนาญ ในการทำอาหารไทย ก็สามารถนำข้อมูลการทำอาหารไทยพร้อมกับภาพประกอบ ไปใส่ไว้ในคอมพิวเตอร์ที่เชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต เพื่อให้ผู้คนที่สนใจอาหารไทยทั่วโลกได้รับทราบ

อย่างง่ายดาย ในทางกลับกันก็สามารถค้นหาข้อมูลได้แทบทุกชนิดจากอินเทอร์เน็ต โดยอาจจะอาศัยเครื่องมือค้นหาในอินเทอร์เน็ต ซึ่งมีประสิทธิภาพสูงและมีให้เลือกมากมาย

3. การพบปะและสนทนากับผู้คนนอกจากข้อมูลที่เป็นเพียงภาพ และตัวอักษรบนอินเทอร์เน็ตยังสามารถส่งจดหมายที่เรียกว่า "อีเมล (Electronic Mail : e-mail)" หรือ พิมพ์ประโยคโต้ตอบกับผู้คน แม้จะอยู่กันคนละซีกโลก ยิ่งไปกว่านั้นยังสามารถคุยโต้ตอบผ่านอินเทอร์เน็ตในลักษณะโทรศัพท์ไปทั่วโลกโดยไม่ต้องเสียค่าโทรศัพท์ได้อีกด้วย

4. การบริการซอฟต์แวร์ ในอินเทอร์เน็ตมีบริการซอฟต์แวร์ที่ทันสมัยให้ใช้ได้ใช้ และสามารถโอนย้ายซอฟต์แวร์จากอินเทอร์เน็ตมาใช้ในเครื่องคอมพิวเตอร์ได้อีกด้วย

5. ความบันเทิง เนื่องจากอินเทอร์เน็ตสามารถใช้สื่อต่าง ๆ ได้มากมาย เช่น ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว เสียงและภาพสามมิติ จึงมีความสามารถในการนำเสนอความบันเทิงรูปแบบต่าง ๆ เช่น เพลงรายการวิทยุ เกมส์ ได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้มีผู้พยายามนำจุดเด่นของอินเทอร์เน็ต มาประยุกต์ใช้ในการเรียน การสอน

6. การศึกษา ในระบบการศึกษาได้นำอินเทอร์เน็ตเข้ามาใช้ในการศึกษามากขึ้น ทั้งช่วยในการสืบค้นข้อมูล และในการเรียนการสอนด้วย การใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการประชาสัมพันธ์ทางการศึกษา เนื่องจากสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่มีจุดเด่นในด้านของการเข้าถึงได้ตลอดเวลา และไม่จำกัดระยะทาง นอกจากนี้ยังมีปฏิสัมพันธ์ได้อย่างรวดเร็ว จึงได้มีการนำมาใช้ในการประชาสัมพันธ์หน่วยงาน หน่วยงานทางการศึกษา ก็เช่นเดียวกันได้นำเอาสื่ออินเทอร์เน็ตไปใช้ในการประชาสัมพันธ์ทางการศึกษา

เมื่อเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ขยายตัวมากจึงมีการประยุกต์ใช้งานต่างๆ อย่างกว้างขวาง เช่น ใช้ในการส่งจดหมาย หรือที่เรียกว่า อีเมล (E-mail) ใช้ส่งข้อความ โอนย้ายแฟ้ม ค้นหาข้อมูล เรียกเข้าสู่โปรแกรมประยุกต์ระยะไกลใช้พูดคุยกันแบบออนไลน์ ใช้เป็นกลุ่มข่าวที่มีการโต้ตอบบนกระดานข่าว ที่เรียกว่า "News Group" ใช้เป็นที่กองข้อมูลไฮเปอร์เท็กซ์ (Hypertext) แล้วเชื่อมโยงกับ ไฮเปอร์มีเดีย ใช้เป็นตัวกลางที่ทำให้การออนไลน์ข้อมูลทำงานระยะไกลหรือเรียกใช้ทรัพยากรอื่นในระยะไกลได้ [5]

2.1.1.4 การให้บริการในรูปแบบต่างๆ ของอินเทอร์เน็ต

ผู้ใช้แต่ละคนมี Password และชื่อเฉพาะของแต่ละคน โดยสามารถเข้าสู่อินเทอร์เน็ต ได้จากเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ทำงาน เครื่องคอมพิวเตอร์ที่บ้าน จาก Lap-Top หรือ Portable ในขณะที่เดินทางก็ได้โดยผู้ใช้สามารถใช้บริการต่างๆ ได้ดังนี้ [7]

1. ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ ผู้ใช้ทุกคนจะมี Mail Box และ Password เป็นของตนเอง ดังนั้นจดหมายหรือข้อมูลที่ส่งเข้ามาทุกเรื่องจะเป็นเรื่องส่วนตัวและเป็นความลับ ซอฟต์แวร์ที่ใช้สำหรับ E-mail มีหลายแบบ เช่น pine เป็นต้น

2. กลุ่มสนทนาอิเล็กทรอนิกส์ คนที่มีความสนใจในเรื่องต่างๆ เหมือนกัน สามารถรวมเป็นกลุ่มขึ้น โดยรหัสข้อที่พูดคุยกันอาจจะเป็นตั้งแต่เรื่องอักษร A เช่น Apple ไปจนถึงอักษร Z เช่น Zoo โดยกลุ่มเหล่านี้สามารถติดต่อสนทนาและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นได้โดยทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งอาจจะใช้คำว่า Teleconferencing หรือ Group Working ก็ได้

3. ป้ายประกาศอิเล็กทรอนิกส์ หรือ Usenet News มีข้อมูลข่าวสารต่างๆ ตีพิมพ์ประกาศไว้ให้อ่านและคนที่สนใจก็นำประกาศไปตีพิมพ์ ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ถูกแบ่งเป็น 7 หัวข้อ ใหญ่ โดยเป็นข่าวเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ ข่าวของเครือข่าย ข่าวเกี่ยวกับซอฟต์แวร์ใหม่ๆ งานอดิเรก งานศิลปะ สันทนาการ การค้นคว้าทางวิทยาศาสตร์ สังคมและการเมือง ข้อโต้เถียง เรื่องต่างๆ ในสังคมของพวกอนุรักษ์นิยม รวมไปถึงการหางานทำ การเสนองานหรือการเสนอขายของ

4. การโอนแฟ้มข้อมูล ผู้ใช้สามารถส่งแฟ้มของตนเองไปยังเครื่องคอมพิวเตอร์ของคนอื่นๆ ที่อยู่เครือข่ายของอินเทอร์เน็ต ไม่ว่าจะเป็นตัวอักษร รูปภาพ หรือเสียงก็ได้

5. การเจรจาโต้ตอบ ผู้ใช้สามารถติดต่อส่งข้อความกับผู้ใช้คนอื่นที่หน้าจอเทอร์มินอลของตนเองได้ ไม่ว่าจะอยู่ที่ใดในโลก โดยใช้ระบบ Talk สำหรับ 2 คน หรือที่ละหลายคนก็ใช้ IRC

6. วารสารทางอิเล็กทรอนิกส์ บทความต่างๆ ที่สมาคมอย่าง The American Mathematics Society บรรจุมหาความเหล่านี้ลงในวารสารทางอิเล็กทรอนิกส์ โดยนำไปใช้ไม่ต้องเสียเงิน

7. การค้นหาข้อมูล ไม่ว่าจะเป็นที่บ้านหรือที่ทำงาน ผู้ใช้สามารถใช้คำสั่ง Hytelnet หาข้อมูลจากหอสมุดแห่งชาติที่อเมริกาหรือห้องสมุดต่างๆ ได้ทั่วโลกกว่า 1,000 แห่ง

8. การค้นหาฐานข้อมูล สามารถหาฐานข้อมูลได้โดยคำสั่ง เช่น Gopher เป็นต้น

9. การใช้คอมพิวเตอร์ทางไกลจากเครื่องเทอร์มินอลที่เชื่อมโยงกับอินเทอร์เน็ตที่ไหนก็ได้ สามารถใช้คำสั่ง Telnet เข้าไปใช้กับเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ไหนก็ได้ที่มีบัญชีอยู่ หรือแม้แต่ในเครื่องคอมพิวเตอร์บางเครื่องก็สามารถเข้าได้โดยไม่ต้องมีบัญชีอยู่

10. ค้นหาซอฟต์แวร์ จากการมีกฎหมายลิขสิทธิ์ให้ความคุ้มครองทางปัญญาแก่ซอฟต์แวร์ต่างๆ ผู้ใช้สามารถทำสำเนาซอฟต์แวร์ที่มีอยู่ในเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้โดยไม่ต้องเสียเงิน

11. ค้นหาบุคคล ถ้าผู้ใช้ไม่ทราบแอดเดรส (Address) ของสมาชิกอินเทอร์เน็ต และอยากจะติดต่อด้วย ก็สามารถใช้คำสั่ง Lic ช่วยในการหาแอดเดรสได้ ซึ่งเหมือนกับสมุดโทรศัพท์

2.1.1.5 เวิลด์ ไวด์ เว็บ (World Wide Web)

เครือข่ายใยแมงมุม สามารถดูรูปภาพและเสียงรวมทั้งภาพเคลื่อนไหวได้ จึงเป็นที่นิยมมากโดยจะมีซอฟต์แวร์ฟรีชื่อ Mosaic ที่ใช้เรียกดู Web Site หรือ Homepages ใน เวิลด์ ไวด์ เว็บ ซึ่งปัจจุบันมีหน่วยงาน องค์กร และธุรกิจต่างๆ ทั่วโลกต่างมีหน้า Web Site หรือ Homepages เพื่อใช้ในการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ หรือเผยแพร่ข้อมูล ทำให้จำนวน Web Site ในอินเทอร์เน็ตปัจจุบันมีมากกว่า 34 ล้าน Web Site [7]

ปัจจุบันมีการประยุกต์ใช้อินเทอร์เน็ต ในรูปแบบไฮเปอร์มีเดีย เกิดเครือข่ายข้อมูลข่าวสาร ที่เรียกว่า “เครือข่ายสายใยโลก” กองข้อมูลไฮเปอร์เท็กซ์ (Hypertext) บนเครือข่ายนี้มีประโยชน์ในการใช้งานงานประชาสัมพันธ์ งานโฆษณา งานขายสินค้าและบริการ ตลอดจนการให้ข้อมูลข่าวสารขององค์กร ต่อภายนอก มีผู้ใช้ข้อมูลไฮเปอร์เท็กซ์ (Hypertext) เพื่อประโยชน์ในเชิงพาณิชย์มากมาย เครือข่ายระหว่างองค์กรทำให้การบริการข้อมูลข่าวสารขยายตัว เกิดการดำเนินธุรกิจบนเครือข่ายนี้มากขึ้น [5]

เพื่อให้เกิดการกระจายการพัฒนาไปยังต่างจังหวัดให้มากที่สุด ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตจึงเป็นหนทางหนึ่งที่จะช่วยกระจายความเจริญไปสู่ต่างจังหวัดได้ดี อินเทอร์เน็ตทำให้การรับรู้ข่าวสารได้รวดเร็ว สามารถเรียกดูหรือส่งข่าวสารผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้ง่าย เครือข่ายคอมพิวเตอร์ เข้ามามีส่วนช่วยในการเปิดโอกาสการกระจายรายได้ การเสมอภาคและเท่าเทียมกันในการรับรู้ข่าวสาร ตลอดจนการใช้ประโยชน์ในการเรื่องการสื่อสารระหว่างบุคคล การทำงานทางธุรกิจและการค้าร่วมกัน [5]

เว็ลด์ ไรด์ เว็บ หมายถึง ข่ายใยแมงมุมครอบคลุมโลก ใยแมงมุมเสมือนการเชื่อมโยงบ้านแต่ละหลังซึ่งมีจำนวนมากเข้าด้วยกัน แต่เดิมการใช้งานอินเทอร์เน็ตใช้กันเพียงการส่งอีเมลล์ การพูดคุยกันบนเครือข่ายด้วยตัวอักษร การโอนย้ายเพิ่มข้อมูล การเรียกค้นข้อมูลจากฐานข้อมูลที่ห่างไกล การส่งข่าว อ่านกลุ่มข่าวที่กระจายทั่วโลก เป็นต้น ซึ่งโดยส่วนใหญ่ก็จะรับส่งข้อมูลที่เป็นข้อความ [8]

ปัจจุบันการใช้งานอินเทอร์เน็ตสร้างชีวิตชีวา มาก โดยเฉพาะ เว็ลด์ ไรด์ เว็บ ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงการใช้งานอย่างมหาศาล มีการนำข้อมูลข่าวสารที่เชื่อมโยงกันแบบมัลติมีเดียที่ผสมทั้งรูปภาพ เสียงวิดีโอ ทำให้ผู้ใช้เรียกค้นเหมือนเปิดอ่านหนังสือหรือดูวิดีโอ นับว่าเป็นการสร้างรูปแบบการใช้งานที่ผู้ใช้ได้ประโยชน์ และเมื่อให้แต่ละคนสร้างโฮมเพจ (Homepage) ของตนเพื่อเชื่อมโยงกัน แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างกัน สภาพการใช้งานอินเทอร์เน็ตก็ยิ่งกว้างขวางและสร้างความตื่นตัวให้กับผู้ใช้มากขึ้น[8]

เมื่อทุกคนท่องไปในไซเบอร์สเปซอินเทอร์เน็ต และเยี่ยมชมโฮมเพจที่ต่างๆ ทั่วโลก ก็ทำให้เกิดธุรกิจอีกมากมายบนเครือข่าย เช่น การโฆษณา มีการรวมกลุ่มหรือสร้างข้อมูลสำหรับโฆษณา เช่น แนะนำการท่องเที่ยวโรงแรม การบริการต่างๆ ข้อมูลโฆษณาสินค้าจึงมีมากมายบนเครือข่ายที่ผู้ใช้จะเรียกดูได้[8]

เว็ลด์ ไรด์ เว็บ เป็นบริการสืบค้นข้อมูลที่ได้รับคามนิยมมากที่สุดของอินเทอร์เน็ต บริการนี้มีชื่อเรียกย่อๆ แตกต่างกันหลายแบบ เช่น WWW, W3 หรือ Web คุณสมบัติที่โดดเด่นของ เว็ลด์ ไรด์ เว็บ คือเป็นบริการที่ช่วยให้สามารถค้นหาข้อมูลต่างๆ ในอินเทอร์เน็ตได้โดยง่าย และข้อมูลที่ค้นได้จาก เว็ลด์ ไรด์ เว็บ ยังเชื่อมต่อกับข้อมูลที่เกี่ยวข้องอื่นๆ อีกด้วย ทำให้ผู้ค้นหาข้อมูล เลือกลงข้อมูล ที่เชื่อมต่อยุ่ที่นั้นมาศึกษาได้อย่างไม่มีขีดจำกัด คุณสมบัติพิเศษนี้เองทำให้ เว็ลด์ ไรด์ เว็บ เป็นบริการในฝันสำหรับการค้นหาข้อมูล และทำให้ผู้คนหลายล้านคนทั่วโลกสามารถค้นหาข้อมูลที่ต้องการจากอินเทอร์เน็ตได้ง่าย และสะดวกขึ้นจนกลายเป็นบริการยอดนิยมไปในปัจจุบัน [9]

บริการ เว็ลด์ ไรด์ เว็บ เป็นรูปแบบการนำเสนอข้อมูล ในลักษณะที่คล้ายหน้ากระดาษอิเล็กทรอนิกส์ คือจะมีพื้นที่แสดงผลเป็นกรอบสี่เหลี่ยม ในกรอบนี้ จะมีข้อความและภาพนิ่ง จัดวางเช่นเดียวกับการจัดหน้านิตยสารหรือนำหนังสือ ผู้ใช้สามารถอ่านและค้นหาข้อมูลโดยการคลิกเมาส์เปิดไปยังหน้าอื่นๆ เผลอเช่นการเปิดนำหนังสือ ด้วยเหตุนี้เราจึงเรียกหน้ากระดาษอิเล็กทรอนิกส์ของ เว็ลด์ ไรด์ เว็บ ว่า “เว็บเพจ (Web Page)” และจะเรียกเว็บเพจ หน้าแรกว่า “โฮมเพจ” (Home page) [10]

การนำเสนอข้อมูลในระบบ เว็ลด์ ไรด์ เว็บ พัฒนาขึ้นมาในช่วงปลายปี ค.ศ.1989 โดยทีมงานจากห้องปฏิบัติการทางจุลภาคฟิสิกส์แห่งยุโรป (European Particle Physics Labs) หรือที่รู้จักกันในนาม CERN (Conseil European pour la Recherche Nucleaire) ประเทศสวิตเซอร์แลนด์และได้มีการพัฒนาภาษาที่ใช้สนับสนุนการเผยแพร่เอกสารของนักวิจัยหรือเอกสารเว็บ (Web Document) จากเครื่องแม่ข่าย (Server) ไปยังสถานที่ต่างๆ ในระบบ เว็ลด์ ไรด์ เว็บ เรียกว่าภาษา HTML (Hyper Text Markup Language) [11]

นอกเหนือจากการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์และการแลกเปลี่ยนเอกสารกันแล้ว อินเทอร์เน็ตยังสนับสนุนการสืบค้นข้อมูล อันเป็นโปรแกรมการใช้งานที่ได้รับความนิยมมากที่สุดแบบหนึ่ง นั่นคือ เว็ลด์ ไรด์ เว็บ ซึ่งหมายถึงเครื่องบริการเว็บที่ต่อเชื่อมเข้ากับอินเทอร์เน็ต โดยมีข่าวสารเป็นภาพกราฟิกเมื่อเชื่อมต่อเข้ากับเครื่องบริการเว็บประเภทนั้น จอภาพจะปรากฏข่าวสารพร้อมด้วยการเชื่อมโยง เมื่อเลื่อนเมาส์ไปคลิกที่จุดเชื่อมโยงใดๆ จะเป็นการเปิดไปสู่อีกหน้าหนึ่งที่มีข่าวสารเพิ่มเติม พร้อมทั้งการเชื่อมโยงจุดใหม่อื่นๆ ซึ่งข่าวสารหน้าใหม่นี้อาจจะอยู่ในเครื่องบริการเว็บเดียวกันหรืออาจเป็นเครื่องบริการเว็บอื่นๆ ในอินเทอร์เน็ต เว็บไซค์/โฮมเพจถือเป็นองค์ประกอบหนึ่ง เนื่องจากเมื่อเข้าไปในเว็บแล้วสารสนเทศหรือข้อมูลต่าง ๆ ที่ต้องการสืบค้นก็คือหน้าของเอกสารที่ปรากฏบนจอคอมพิวเตอร์ [11]

2.1.1.6 โฮมเพจ

โฮมเพจในอินเทอร์เน็ตเป็นสถานที่เปิดต้อนรับแขกผู้มาเยือนเสมอ ทุกองค์การจะให้ข้อมูลเพื่อแนะนำตัวเอง และให้รายละเอียดแก่ผู้เข้ามาเยือน รวมถึงการโฆษณาประชาสัมพันธ์กิจการตลอดจนสินค้าของตนเองด้วย และเพื่อต้อนรับผู้มาเยือนด้วยความประทับใจ จึงมีการตกแต่งบ้านอย่างสวยงาม ใช้สีสันทันทีชวนดู รวมทั้งให้ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อทั้งสองฝ่าย [8]

โดยทั่วไปแล้วในแต่ละเว็บไซต์จะมีโฮมเพจหรือหน้าต้อนรับ (Welcome Page) ซึ่งปรากฏเป็นหน้าแรกเมื่อเปิดเว็บไซต์นั้นขึ้นมา เปรียบเสมือนกับสารบัญและคำนำที่เข้าของเว็บไซต์สร้างขึ้นเพื่อใช้ประชาสัมพันธ์ชื่อกิจการของตนว่าให้บริการในสิ่งใดบ้าง นอกจากนี้ภายในโฮมเพจก็อาจมีเอกสารข้อความที่เชื่อมโยงต่อไปยังเว็บเพจอื่นได้อีก ซึ่งโฮมเพจสามารถเชื่อมโยงกับเว็บเพจและเว็บไซต์อื่นๆ อีกเป็นจำนวนมากได้ [11]

2.1.1.7 เว็บเพจ

เว็บเพจ ถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของเว็บไซต์ (Web site) หรือเว็ลด์ ไซด์ เว็บ หรือเรียกสั้นๆ ว่า “เว็บ” โดยที่เว็ลด์ ไซด์ เว็บเป็นบริการหนึ่งบนอินเทอร์เน็ตที่มีผู้นิยมใช้กันมาก และในเว็บไซต์หนึ่งๆ นั้นอาจจะมีเพียง 1 เว็บเพจ หรือมากกว่านั้นก็ได้ [11]

สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการเทคโนโลยีสารสนเทศแห่งชาติศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (2540) ได้ให้ความหมายของเว็บเพจไว้ดังนี้ เว็บเพจคือหน้าหนังสืออิเล็กทรอนิกส์บนเว็บ ที่เจ้าของเว็บเพจต้องการจะส่งไปในหน้าหนังสืออิเล็กทรอนิกส์นั้น เช่น ข้อมูลแนะนำตัวเอง ซึ่งอาจเป็นบุคคลหรือองค์กรที่ต้องการให้ผู้อื่นได้ทราบหรือข้อมูลที่น่าสนใจ เป็นต้น โดยข้อมูลที่แสดงเป็นได้ทั้งข้อความ เสียง ภาพนิ่ง และภาพเคลื่อนไหว ข้อมูลที่น่าสนใจสามารถเชื่อมโยงในรูปของไฮเปอร์เท็กซ์ คือเชื่อมโยงไปยังเว็บเพจอื่นที่จะให้ข้อมูลนั้นๆ ในระดับลึกลงไปได้เรื่อยๆ และเว็บเพจจะต้องมีที่อยู่อิเล็กทรอนิกส์บนเครือข่ายเฉพาะของตน ซึ่งแหล่งที่อยู่นี้เรียกว่า URL (Uniform Resource Locator) [11]

เว็บเพจเป็นแฟ้มข้อความที่อยู่ในรูปของ Hyper Text Markup Language (HTML) ซึ่งสามารถเชื่อมโยงไปสู่แฟ้มข้อมูลและเว็บเพจอื่นๆ โดยที่แฟ้มข้อมูลจะถูกเก็บไว้ในเครื่องบริการเว็บ (Webserver) และสามารถเข้าถึงแฟ้มข้อมูลได้ด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์อื่นๆ ที่เชื่อมโยงกับเครื่องบริการเว็บ โดยผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ตหรือระบบแลน(LAN) [11]

ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตผ่านสื่อประเภทเว็บเพจ (WebPage) เป็นที่นิยมกันอย่างสูงในปัจจุบัน โดยเฉพาะข้อมูลโฆษณาสินค้า แต่ยังคงรวมถึงข้อมูลทางการแพทย์ การศึกษาหรืองานวิจัยต่างๆ เพราะเข้าถึงกลุ่มผู้สนใจได้ทั่วโลก ตลอดจนข้อมูลที่น่าสนใจสามารถเผยแพร่ได้ทั้งในรูปแบบของตัวอักษร ภาพทั้งภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหวมีเทคนิคการนำเสนอที่หลากหลาย อันส่งผลให้ระบบ เวิลด์ ไวด์ เว็บ เติบโตเป็นหนึ่งในรูปแบบบริการที่ได้รับความนิยมสูงสุดของระบบอินเทอร์เน็ต [11]

ลักษณะเด่นของการนำเสนอข้อมูลเว็บเพจ คือสามารถเชื่อมโยงข้อมูลไปยังจุดอื่นๆ บนหน้าเว็บได้ ตลอดจนสามารถเชื่อมโยงไปยังเว็บอื่นๆ ในระบบเครือข่าย อันเป็นที่มาของคำว่า Hypertext หรือข้อความที่มีความสามารถมากกว่า ข้อความปกติ นั่นเอง จึงมีลักษณะคล้ายกับว่าผู้อ่านเอกสารเว็บสามารถโต้ตอบกับเอกสารนั้นๆ ด้วยตนเองตลอดเวลาที่มีการใช้งาน ซึ่ง NECTEC ได้รวบรวมความหมายของเว็บเพจไว้ดังนี้ [11]

“World Wide Web as a global, interactive, cross-platform, distributed, graphical hypertext information system that runs over the Internet.” ซึ่งสามารถแปลความหมายได้ดังนี้ [11]

The Web is a Graphical Hypertext Information System. คือ การนำเสนอข้อมูลผ่านเว็บ เป็นการนำเสนอด้วยข้อมูลที่สามารเรียกหรือโยงไปยังจุดอื่นๆ ในระบบกราฟิก ซึ่งทำให้ข้อมูลนั้นๆ มีจุดดึงดูดให้น่าเรียกดู

The Web is interactive. คือ การทำงานบนเว็บเป็นการทำงานแบบโต้ตอบกับผู้ใช้โดยธรรมชาติ ดังนั้นเว็บจึงเป็นระบบ Interactive ในตัวมันเอง เริ่มตั้งแต่ผู้ใช้เปิดโปรแกรมดูผลเว็บ (Browser) พิมพ์ชื่อเรียกเว็บ (URL : Uniform Resource Locator) เมื่อเอกสารเว็บแสดงผลผ่าน เบราเซอร์ ผู้ใช้ก็สามารถคลิกเลือกรายการหรือข้อมูลที่สนใจ อันเป็นการทำงานแบบโต้ตอบไปในตัว

The Web is Cross-Platform. คือ ข้อมูลบนเว็บไม่ยึดติดกับระบบปฏิบัติการ (Operating System :OS) เนื่องจากเป็นข้อมูลนั้นๆ ถูกจัดเก็บเป็น Text File ดังนั้นไม่ว่าจะถูกเก็บไว้ในคอมพิวเตอร์ที่ใช้ OS เป็น Unix หรือ Windows NT ก็สามารถเรียกดูจากคอมพิวเตอร์ที่ใช้ OS ต่างจากคอมพิวเตอร์ที่เป็นเครื่องแม่ข่ายได้

The Web is Distributed. คือ ข้อมูลในเครือข่ายอินเทอร์เน็ตมีปริมาณมากจากทั่วโลก และผู้ใช้จากทุกแห่งหนที่สามารถต่อเข้าระบบอินเทอร์เน็ตได้ ก็สามารถเรียกดูข้อมูลได้ตลอดเวลา ดังนั้นข้อมูลในระบบอินเทอร์เน็ตจึงสามารถเผยแพร่ได้รวดเร็วและกว้างไกล

การเขียนหรือสร้างเว็บเพจนั้นจะใช้ภาษาคอมพิวเตอร์ที่เรียกว่า HyperText Markup Language (HTML) ซึ่งสามารถแสดงข้อมูลได้หลายรูปแบบ เช่น ข้อความ ภาพ เสียง ภาพเคลื่อนไหว รวมทั้งสื่อประสม (multimedia) และข้อมูลที่นำเสนอสามารถเชื่อมโยงในรูปแบบของไฮเปอร์เท็กซ์ (Hypertext) คือเชื่อมโยง (Link) ไปยังเว็บเพจอื่นๆที่จะให้ข้อมูลเพิ่มเติมต่อไปเรื่อยๆและแต่ละเว็บเพจจะต้องมีที่อยู่อิเล็กทรอนิกส์บนเครือข่ายเฉพาะของตนซึ่งแหล่งที่อยู่นี้เรียกว่า Uniform Resource Locator หรือ URL [11]

2.1.1.8 ส่วนประกอบของโฮมเพจ และเว็บเพจ

ในเอกสารประหนึ่งๆ ของเว็บเพจ จะสามารถมีส่วนประกอบดังต่อไปนี้ได้ คำอธิบาย (Text) หมายถึงข้อความที่ใช้อธิบายรายละเอียดต่างๆ สามารถตกแต่ง ให้สวยงามได้ด้วยการใช้สีเส้น หรือกำหนดลักษณะพิเศษอื่นๆ เช่น ขนาดและรูปแบบของตัวอักษร เป็นต้น [12]

1. รูปภาพ (Graphic) หมายถึง งานศิลปกรรมรูปแบบต่างๆ รวมทั้งรูปภาพ รูปวาด รูปลายเส้น พื้นหลัง และพื้นผิว เป็นต้น
2. สื่ออื่นๆ (Media) หมายถึง สื่อประเภทอื่นๆ เช่น เสียงพูด เสียงประกอบ ภาพเคลื่อนไหว (Animation) และภาพยนตร์ในรูปแบบของวิดีโอ (Video)
3. การเชื่อมโยง (Link) หมายถึง การเชื่อมโยงจากเอกสารหนึ่งไปยังอีกหน้าหนึ่งตามคุณสมบัติของเอกสารที่เรียกว่า ไฮเปอร์เท็กซ์ (Hypertext)
4. แบบฟอร์ม (Form) หมายถึง แบบฟอร์มที่สามารถให้ผู้อื่นกรอกรายละเอียดเพื่อ ส่งกลับไปให้ เจ้าของเรื่องต้นทางได้
5. กรอบ (Frame) หมายถึง การแบ่งจอภาพออกเป็นสัดส่วน โดยแต่ละส่วนจะนำเสนอรายละเอียดของข้อมูลแตกต่างกัน ซึ่งช่วยแสดงทำให้เห็นความสัมพันธ์ของข้อมูลได้
6. แผนที่ภาพ (Image Map) หมายถึง การกำหนดบริเวณของรูปภาพขนาดใหญ่ให้เป็นจุด (Nodes) ของการเชื่อมโยงได้

หน่วยโปรแกรมของภาษาจาวา (Java Applets) หมายถึง โปรแกรมเล็กๆ ที่เขียนด้วยภาษาจาวา สำหรับช่วยเสริมให้เว็บเพจมีประสิทธิภาพมากขึ้น

2.1.1.9 การพัฒนาโฮมเพจและเว็บเพจ

ในการพัฒนาโฮมเพจและเว็บเพจแต่ละหน้านั้น จะต้องใช้ภาษาที่เรียกว่า HTML หรือ Hypertext Markup Language ซึ่งในปัจจุบันอาจจะใช้ภาษาอื่น เช่น JAVA มาประกอบกับ HTML เพื่อให้การทำงานของ Hypertext มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น เมื่อเรียบเรียงข้อมูลข่าวสารเรียบร้อยแล้ว ต่อไปนี้ก็จะนำไฟล์ข้อมูลเหล่านี้ไปเก็บเอาไว้ที่เครื่องที่จะให้บริการ ซึ่งเรียกว่า “Web Server” หรือ “Web Site” เพื่อ

ให้ผู้สนใจมาเรียกใช้ต่อไป ทั้งนี้ในการอ่านไฟล์ที่เป็น HTML นั้น จะต้องใช้โปรแกรมที่เรียกว่า Web Browser เช่น Netscape Navigator, Microsoft Internet Explorer เป็นต้น โดยโปรแกรมเหล่านี้จะทำหน้าที่แปลภาษา HTML ออกมาอีกทีหนึ่ง [13]

เว็บเพจแต่ละหน้าสามารถเชื่อมโยงถึงกันได้โดยไม่จำเป็นต้องเรียงลำดับหน้าแบบหนังสือทั่วไป ทั้งนี้ในแต่ละหน้าจะมีจุดเชื่อมโยงไปยังหน้าอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องได้ นอกจากนี้ยังสามารถเชื่อมโยงไปสู่ข้อมูลข่าวสารที่อยู่ทั่วทุกมุมโลก ได้ด้วยวิธีการกำหนดจุดเชื่อมโยงเช่นเดียวกัน [13]

โดยปกติการศึกษาวิจัยที่เกี่ยวกับประสิทธิภาพของเว็บเพจโดยทั่วไปนั้น มักเป็นการศึกษาเกี่ยวกับ โครงสร้างสร้างทางสถาปัตยกรรม (Site Architecture) การนำทาง (Navigation) การค้นหา (Search) การออกแบบ (Page Design) การวางโครงสร้าง (Layout) งานด้านกราฟิก (Graphic Elements and Style) และ icon ต่างๆ นอกจากนี้ยังควรสอบถามความคิดเห็นของผู้ใช้ เกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารที่มีประโยชน์กับเขาบนเว็บเพจ นั้นๆ อีกด้วย และมักพบว่าผู้ใช้ทุกคนต่างมุ่งความต้องการหลักไปที่ เนื้อหาสาระกันแทบทั้งสิ้น และเมื่อถามถึงการให้ผลย้อนกลับ (Feedback) ผู้ใช้ส่วนใหญ่จะวิพากษ์วิจารณ์เกี่ยวกับคุณภาพ และความสัมพันธ์ของเนื้อหาสาระมากกว่าการพูดถึงเรื่องของวิธีการนำทาง ซึ่งปรากฏอยู่ที่บริเวณส่วนบนหรือส่วนล่างของจอภาพ หรือที่เรียกกันว่า “User Interface” ดังนั้นเมื่อเว็บเพจปรากฏขึ้นมาบนจอภาพ ผู้ใช้จะมุ่งความสนใจไปที่บริเวณส่วนกลางของจอภาพเพื่ออ่านเนื้อหาสาระก่อนที่เขาจะเหลียวตาไปดูบริเวณที่ช่วยการนำทางที่อยู่ส่วนบนของจอภาพ [13]

จากที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่าความหมายเว็บไซต์โฮมเพจและเว็บเพจนั้น มีลักษณะคล้ายกันคือ เป็นหน้าเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ที่ปรากฏบนจอคอมพิวเตอร์ โดยอาศัยระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่เรียกกันว่าเว็ลด์ไวด์เว็บเป็นตัวกลางเชื่อมโยงระหว่างผู้ทำเว็บกับผู้ชม โดยเว็บไซต์นั้นเปรียบเสมือนศูนย์รวมข้อมูลข่าวสารขององค์กรหรือหน่วยงาน โดยมีเว็บเพจทำหน้าที่อธิบายขยายความในแต่ละส่วน และโฮมเพจถือเป็นส่วนที่ต้อนรับและบอกกล่าวกับผู้มาชมว่า ข้อมูลข่าวสารที่ผู้ชมต้องการนั้น อยู่ในส่วนไหนของเว็บไซต์ [11]

เพื่อให้การนำเสนอด้วยเว็บเป็นไปอย่างน่าสนใจและดึงดูดผู้คนให้เข้ามาชม จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องทราบถึงหลักการและวิธีการในการออกแบบและการนำเสนอ เพราะถ้าหากทำไปโดยปราศจากการออกแบบหรือการนำเสนอที่ดีแล้วผู้ชมอาจจะไม่สนใจและใส่ใจที่จะเข้ามาชม ทำให้การนำเสนอในครั้งนั้นสูญเปล่าได้ [11]

2.1.2 การประชาสัมพันธ์

2.1.2.1 ความหมายของการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์เป็นการเผยแพร่อย่างหนึ่งที่ทำให้สารถูกส่งจากแหล่งสารไปยังผู้รับสารได้ ในที่นี้สารคือ โสมเพทที่จัดทำขึ้น ผู้ส่งสารคือผู้จัดทำโสมเพท ผู้รับสารคือผู้ที่เข้ามาเยี่ยมชมโสมเพท [14]

ประชาสัมพันธ์ (Public Relations) [14]

P หมายถึง Performance คือ การประชาสัมพันธ์มิใช่เป็นเพียงแต่การพูด เผยแพร่ประกาศออกไปเท่านั้น แต่จะต้องมีการกระทำอย่างมีความสามารถ มีฝีมือและคุณภาพด้วย นั่นคือต้องมีการประพฤติปฏิบัติตามที่พูดหรือเผยแพร่ด้วย

R หมายถึง Recognition คือ การให้เกียรติเคารพนับถือผู้ที่เราคำเนินการด้วย ซึ่งในข้อนี้ก็จะตรงกับแนวความคิดของเบอเนส์ (Bernays) ที่ได้ให้ไว้

ความหมายของการประชาสัมพันธ์นั้นถ้าตีความหมายด้านด้านภาษา ก็อาจมีความหมายไปได้ 3 ทางด้วยกันคือ [14]

1. ความสัมพันธ์ระหว่าง (สถาบันหรือบุคคล) กับกลุ่มบุคคลหรือประชาชน
2. ช่องทาง หรือเครื่องมือที่ใช้เพื่อสื่อความสัมพันธ์
3. ปริมาณ สภาพ คุณภาพ หรือฐานะของความสัมพันธ์ของสถาบันหรือบุคคลกับกลุ่มบุคคลหรือประชาชน

Public หมายถึง ประชา หมู่คณะ

Relations หมายถึง สัมพันธ์ การผูกพัน

ความหมายของการประชาสัมพันธ์ คือ การเกี่ยวข้อง ผูกพันกับหมู่คน การประชาสัมพันธ์จึงเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องผูกพันกับหมู่คน หรือความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงาน สถาบันกับกลุ่มประชาชน [15]

ตามความหมาย พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 ได้ให้ความหมายว่า “ประชาสัมพันธ์” หมายถึงการติดต่อสื่อสารเพื่อส่งเสริมความเข้าใจอันถูกต้องต่อกับเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบในการนี้ [15]

ในหนังสือศัพทานุกรมสื่อสารมวลชนได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ว่า การประชาสัมพันธ์ หมายถึง กิจกรรมที่ปฏิบัติอย่างต่อเนื่องตามแผนที่ได้วางไว้ เพื่อเสริมสร้างความเชื่อถือ ศรัทธาในบุคคลและสถาบัน การประชาสัมพันธ์ อาจแบ่งออกเป็นหลายประเภท [15]

การประชาสัมพันธ์ หมายถึง ความพยายามที่ได้วางแผนอย่างต่อเนื่องที่จะสร้างและรักษาไว้ซึ่งความปรารถนาดีและความเข้าใจกันระหว่างองค์กรและสาธารณชนที่เกี่ยวข้อง [16]

การประชาสัมพันธ์เป็นหน้าที่ในการบริหารที่ช่วยให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร กำหนดปรัชญา และทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงภายในองค์กร เนื่องจากนักประชาสัมพันธ์จะต้อง สื่อสารกันทั้งในกลุ่มภายในองค์กรและภายนอกองค์กร เพื่อพัฒนาความสัมพันธ์ที่ดี ซึ่งก่อให้เกิดความสอดคล้องกันระหว่างเป้าหมายขององค์กรและความคาดหวังของสังคม ซึ่งนักประชาสัมพันธ์จะต้องพัฒนาบริหาร และประเมินโปรแกรมการประชาสัมพันธ์ขององค์กรเพื่อช่วยส่งเสริมและ ทำความเข้าใจ ส่วนต่างๆ ขององค์กร [16]

ความหมายของการประชาสัมพันธ์ ในทัศนะของนักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญด้านวิชาชีพแขนงนี้ ในต่างประเทศ ได้แสดงความคิดเห็นไว้ ดังนี้

เอ็ดเวิร์ด แอล เบอเนส์ (Edward L. Bernays) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์มีความหมายอยู่ 3 ประการด้วยกัน คือ [14]

1. เผยแพร่ให้ประชาชนทราบ
2. ชักชวนให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการปรับปรุง และเห็นชอบกับวัตถุประสงค์และวิธีการดำเนินงานของสถาบัน
3. ช่วยให้อัตุประสงค์และวิธีการดำเนินงานผสมผสานกลมกลืนกับความคิดเห็นของประชาชนที่เกี่ยวข้อง

เรย์มอน ไซมอน (Raymon Simon) ศาสตราจารย์วิชาการประชาสัมพันธ์แห่งมหาวิทยาลัยชิคาโกส์ ประเทศสหรัฐอเมริกา ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ ไว้ว่า “การประชาสัมพันธ์” คือ การส่งเสริมให้เกิดความกลมเกลียวราบรื่น และความนิยมระหว่างบุคคลกับหน่วยงาน หรือสถาบัน และบุคคลอื่นๆ รวมทั้งกลุ่มประชาชนพิเศษ (Special Publics) หรือชุมชนกลุ่มใหญ่ โดยการสื่อความหมายผ่านสิ่งที่สามารถตีความหมายได้ และมีการพัฒนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นอย่างฉันทมิตร รวมทั้งการประเมินปฏิกิริยาทำที่ของประชาชน [15]

คัทลิปและเซนเตอร์ (Cutlip and Center) นักวิชาการแห่งมหาวิทยาลัยจอร์เจีย และมหาวิทยาลัยซานดิเอโกให้คำจำกัดความว่า “การประชาสัมพันธ์ หมายถึง การติดต่อสื่อสารความหมายทางด้านความคิดเห็นจากหน่วยงานไปสู่กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งการรับฟังความคิดเห็นและประชาคมที่ประชาชนมีต่อหน่วยงานอย่างจริงจัง โดยมุ่งที่จะสร้างผลประโยชน์ร่วมกัน และช่วยให้หน่วยงานสามารถปรับตัวเองให้สอดคล้องกลมกลืนกับสังคมได้ ฉะนั้นการประชาสัมพันธ์จึงถูกนำมาใช้ในลักษณะความหมาย 3 ประการ คือ [15]

1. การสร้างความนิยระหว่างหน่วยงานกับกลุ่มประชาชน
2. วิธีการที่หน่วยงานใช้เพื่อสร้างความสัมพันธ์
3. คุณภาพและสถานภาพแห่งความสัมพันธ์นั้นๆ

สะอาด ตัณศุภผล อดีตผู้อำนวยการคนแรกของโรงเรียนการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์ สำนักนายกรัฐมนตรี ให้คำจำกัดความว่า “ การประชาสัมพันธ์ คือ วิธีการของสถาบันอันมีแผนการและการกระทำที่ต่อเนื่องกัน ในอันที่จะสร้างหรือยังให้เกิดความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มประชาชน เพื่อให้สถาบันและกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องมีความรู้ความเข้าใจ และให้ความสนับสนุนร่วมมือกันและกัน อันจะเป็นประโยชน์ให้สถาบันนั้นๆ ดำเนินงานไปได้ผลดีสมความมุ่งหมาย โดยมีประชาคมติเป็นแนวบรรทัดฐานสำคัญด้วย” [15]

เกร็กกอรี่ (Gregory) กล่าวว่า เป็นการใช้ความพยายามที่ได้วางแผนไว้ เพื่อให้สามารถสร้างและรักษาค่านิยม (Goodwill) เพื่อให้เกิดความเข้าใจร่วมกันระหว่างองค์การกับชุมชน [16]

บาสกิน, อโรนอฟ และลัตติมอร์ (Baskin, Aronoff and Lattimore) กล่าวว่า เป็นการจัดการขององค์การเพื่อสร้างสัมพันธภาพอันดีกับผู้รับข่าวสารกลุ่มต่างๆ เพื่อทำให้เกิดความเข้าใจเกี่ยวกับความคิดเห็น (Opinion) ทศนคติ (Attitude) และค่านิยม (Value) หรือเป็นการติดต่อสื่อสารกับชุมชนทั้งภายในและภายนอกเพื่อสร้างภาพพจน์ขององค์การกับสาธารณชน [16]

2.1.2.2 การใช้อินเทอร์เน็ตเพื่องานประชาสัมพันธ์

การสร้างงานประชาสัมพันธ์นั้นมีส่วนเกี่ยวข้องกับหลายประการ ไม่ว่าจะเป็นองค์การ หรือสถาบันผู้ที่ทำหน้าที่ในการนำงานประชาสัมพันธ์สื่อสายตาประชาชน ข่าวสารในการประชาสัมพันธ์สื่อสายตาประชาชน ข่าวสารในการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ เนื้อหาสาระที่จะส่งไปยังกลุ่มเป้าหมายในการประชาสัมพันธ์นั้นๆ และกลุ่มเป้าหมายถือเป็นกลุ่มสำคัญที่จะวัดได้ว่างานประชาสัมพันธ์นั้นมีคุณค่ามากน้อยเพียงใด กลุ่มเป้าหมายได้แก่กลุ่มประชาชนที่ตกเป็นเป้าหมายในงานประชาสัมพันธ์นั้นๆ เพื่อให้ได้รับเนื้อหาสาระจากสื่อในการประชาสัมพันธ์ สื่อในการประชาสัมพันธ์นั้นจะต้องมีความเข้าถึง

กลุ่มเป้าหมายได้กว้างไกล มีความน่าสนใจในตัวของตัวเอง สื่อใหม่ (New Media) คือ อินเทอร์เน็ตที่นำมาใช้ประโยชน์ในหลายด้าน เช่น การนำสื่ออินเทอร์เน็ตมาใช้ประโยชน์ในการประชาสัมพันธ์ [17]

ปัจจุบันมีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตจากทั่วโลกทุกวัยและทุกอาชีพสามารถสื่อสารกันได้โดยไม่มีข้อจำกัดใดๆ ทั้งศาสนา เชื้อชาติ ระบบการปกครอง หรือแม้กระทั่งกฎหมายของแต่ละประเทศ อินเทอร์เน็ตกลายเป็นสังคมใหม่ขนาดใหญ่ ซึ่งไม่มีสถานที่จริงๆ ในโลก สังคมในอินเทอร์เน็ตจึงได้รับการขนานนามว่าไซเบอร์สเปซ (Cyberspace) หรือพื้นที่ซึ่งได้จำลองขึ้นมา จากการที่มีคนรวมกันอยู่เป็นจำนวนมาก จึงเกิดความต้องการบริการที่หลากหลายเพื่อตอบสนองความต้องการของแต่ละคน ซึ่งแตกต่างกัน สามารถแบ่งบริการในอินเทอร์เน็ตได้เป็นดังนี้ [17]

2.1.2.2.1 การบริการทางธุรกิจ อินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางใหม่ทางการค้า เพราะผู้ขายสามารถประกอบธุรกิจทางการค้าผ่านหน้าจอคอมพิวเตอร์ที่เชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต ลูกค้าสามารถชมภาพ และรายละเอียดของสินค้าเพื่อใช้ในการตัดสินใจทันที ณ เครื่องของลูกค้าเอง

2.1.2.2.2 การบริการข้อมูลข่าวสารสื่อทางอินเทอร์เน็ตสามารถเข้าถึงผู้บริโภคที่มีกำลังซื้อค่อนข้างสูงได้เป็นจำนวนมาก ผู้ผลิตสื่อเผยแพร่ผ่านทางอินเทอร์เน็ต จึงสามารถทำกำไรจำนวนมากจากการขายโฆษณาบนสื่อของตนเอง ทำให้มีผู้สนใจผลิตสื่อรูปแบบต่างๆ ในอินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นทุกๆ วัน

2.1.2.2.3 การพบปะและสนทนากับผู้คน นอกจากข้อมูลที่เป็นเพียงภาพ และตัวอักษรบน อินเทอร์เน็ต ยังสามารถส่งจดหมายที่เรียกว่า “อีเมล” หรือพิมพ์ประโยคโต้ตอบกับผู้คนแม้จะอยู่กันคนละซีกโลก ยิ่งไปกว่านั้น ยังสามารถคุยโต้ตอบผ่านทางอินเทอร์เน็ตในลักษณะโทรศัพท์ที่ไปทั่วโลกโดยไม่ต้องเสียค่าโทรศัพท์อีกด้วย

2.1.2.2.4 การบริการซอฟต์แวร์ ในอินเทอร์เน็ตมีบริการซอฟต์แวร์ที่ทันสมัยให้ใช้ได้ใช้ และสามารถโอนย้ายซอฟต์แวร์จากอินเทอร์เน็ตมาใช้ในเครื่องคอมพิวเตอร์ได้อีกด้วย

2.1.2.2.5 ความบันเทิง เนื่องจากอินเทอร์เน็ตสามารถใช้สื่อต่างๆ ได้มากมาย เช่น ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว เสียงและภาพสามมิติ จึงมีความสามารถในการนำเสนอความบันเทิงรูปแบบต่างๆ เช่น เพลง รายการวิทยุ เกมส์ ได้เป็นอย่างดี

การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ผ่านทางอินเทอร์เน็ต มีประโยชน์ต่อองค์การในด้าน ประหยัดเวลา และ ค่าใช้จ่ายในการให้บริการข้อมูลกว่าการใช้บุคลากรฝ่ายประชาสัมพันธ์ ซึ่งสามารถให้บริการข้อมูลได้เพียง ครั้งละคนหรือกลุ่มเล็กๆเท่านั้น แต่การให้บริการข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ ผ่านทางอินเทอร์เน็ต สามารถให้ข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มเป้าหมายได้หลากหลายกลุ่มเป้าหมาย เผยแพร่ไปยังกลุ่มเป้าหมาย จำนวนมาก ได้ในเวลาพร้อมๆกัน สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ทั่วประเทศและโลก ซึ่งมีลักษณะเป็นการสื่อสาร มวลชนหรือการสื่อสารไปยังคนจำนวนมากๆ ภายในเวลาพร้อมๆกันด้วยความสะดวกรวดเร็ว แต่ทว่าไม่ต้องเสียค่าเวลา สถานีวิทยุ สถานีโทรทัศน์ ไม่ต้องจ่ายค่าเนื้อที่ในนิตยสาร หนังสือพิมพ์ ซึ่งเมื่อเทียบค่าใช้จ่ายกับสื่อมวลชน เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ภาพยนตร์แล้ว มีอัตราค่อนข้างจะถูกกว่า [18]

อินเทอร์เน็ต ยังเป็นสิ่งสำคัญ ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ แนะนำผลงาน แนะนำตัวเอง เป็นหน้าร้านขายสินค้าที่สามารถ เปิดรับลูกค้าจากทั่วโลก [19]

นอกจากนี้ยังสามารถบรรจุข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ได้ปริมาณมาก และมีประสิทธิภาพในการส่ง ปฏิกริยาป้อนกลับ(feedback) [18]

2.1.2.3 บทบาทของการสื่อสารในการเผยแพร่

การสื่อสาร คือ กระบวนการที่ความคิดหรือข่าวสารถูกส่งจากแหล่งสารไปยังผู้รับสารด้วยเจตนาที่จะเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมบางประการของผู้รับสาร [20]

การสื่อสารอย่างเป็นระบบเป็นวิธีการที่จะทำให้การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ ถูกยอมรับเร็วขึ้น โดยเฉพาะการให้แนวคิด หรือข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ นี้ด้วยเจตนาในกลุ่มหรือปัจเจกบุคคลเกิดความสนใจ [20]

2.1.2.4 การเผยแพร่การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์

การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ นั้นเป็นนวัตกรรมของกิจกรรมทางการท่องเที่ยว ด้วยเหตุนี้กระบวนการในการเผยแพร่การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ นี้จึงประกอบด้วย [20]

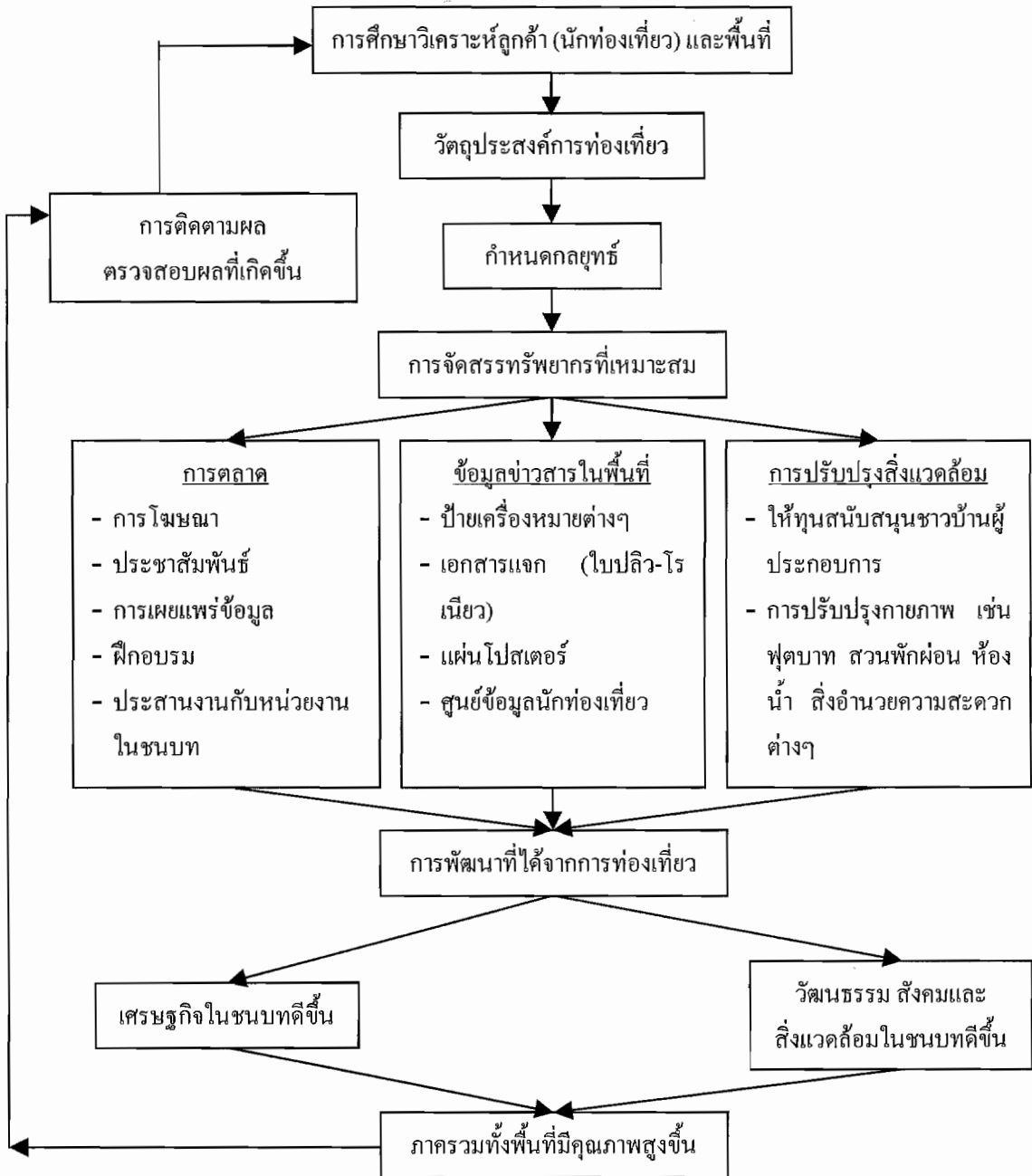
2.1.2.4.1 ต้องมีนวัตกรรม (Innovation) การจัดการท่องเที่ยวแบบนี้เป็นนวัตกรรมเพราะ ในอดีตที่ผ่านมา การเข้าพักของนักท่องเที่ยวจะมีการจัดที่พักให้อย่างมีสัดส่วน แยกออกจากวิถี ท้องถิ่น ต่อมา มีพัฒนาถึงขั้นที่สภาพที่พักมีลักษณะเช่นเดียวกันกับสภาพวัฒนธรรมที่นักท่องเที่ยวจากมา เช่น ห้อง

พัก เที่ยงนอน การอาบน้ำในอ่าง หรือฝักบัว การกินอาหารอย่างชาวยุโรป เป็นต้น เมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางออกจากที่พักไปยังแหล่งท่องเที่ยว จึงเกิดความแตกต่างในแนวคิด การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ เป็นการปรับเปลี่ยนแนวคิดดังกล่าว ภาพที่นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามา ในหมู่บ้านเที่ยวชม 2-3 ชั่วโมง แล้วเดินทางกลับ จะเปลี่ยนไปเป็นการเข้ามาคลุกคลีอยู่ด้วยเป็นเวลาสักกระยะหนึ่ง แล้วจึงจากไปด้วยความประทับใจ

2.1.2.4.2 การสื่อสารจะถูกถ่ายทอดผ่านช่องทาง (Channel) ช่องทางที่ใช้ในการเผยแพร่นี้ คือ เจ้าหน้าที่ ส่งเสริม ในกรณีนี้ คือ เจ้าหน้าที่ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และอีกช่องทางหนึ่งที่สำคัญมาก คือ ผู้นำทางความคิด ได้แก่ พระสงฆ์ กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน เป็นต้น นอกจากนี้ ช่องสารมวลชนก็มีส่วนสนับสนุนให้กิจกรรมนี้ได้รับการยอมรับมากขึ้น

2.1.2.4.3 การยอมรับหรือปฏิเสธกิจกรรมนี้ กลุ่มเป้าหมายหรือในที่นี้คือชาวบ้านคงต้อง รอเวลา (Overtime) เมื่อการจัดการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ นี้ ได้ดำเนินการไปได้ระยะหนึ่งแล้วเกิดผลให้พิจารณาว่าเป็นการเปลี่ยนแปลงในระดับความรู้ ทัศนคติ พฤติกรรม

2.1.2.4.4 สมาชิกภายในระบบสังคม เมื่อได้มีการเผยแพร่ซึ่งก็เป็นเรื่องของการเผยแพร่สิ่งใหม่ไปยังสมาชิกของระบบสังคม เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นระหว่างสมาชิกต่างๆ ในระบบสังคม อีกกระบวนการหนึ่งที่เกิดขึ้น คือกระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรม เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นในสมองหรือในจิตใจของสมาชิกแต่ละคนในระบบสังคม



รูปที่ 2.1 ขั้นตอนการพัฒนาพื้นที่ชนบท [20]

การประชาสัมพันธ์ เป็นการเสริมสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างองค์กรกับกลุ่มเป้าหมาย ดังนั้นนักประชาสัมพันธ์จำเป็นต้องเลือกสรร สื่อประชาสัมพันธ์ ที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และมีประสิทธิภาพที่สุด เน้นการสื่อสารแบบสองทาง (Two way communication) เพื่อทราบความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อที่จะนำมาปรับปรุงแก้ไขในการสื่อสารต่อไป ด้วยเทคโนโลยีที่เจริญก้าวหน้า อินเทอร์เน็ตจึงเป็นเครื่องมือสำคัญของการประชาสัมพันธ์ไปในตัว โดยอินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทด้านการสื่อสารการประชาสัมพันธ์ [21]

จะเห็นได้ว่าการประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต เป็นการให้ข้อมูลข่าวสารเบื้องต้นได้เป็นอย่างดี และจากจำนวน ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเริ่มมีมากขึ้น การใช้ข้อมูลข่าวสารผ่านอินเทอร์เน็ตจึงถือเป็นการประชาสัมพันธ์องค์การได้เป็นอย่างดี และหน่วยงาน ของรัฐเองก็ได้ปฏิบัติตาม พรบ. ข้อมูลข่าวสารอีกด้วย [21]

สื่ออินเทอร์เน็ตเป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์ที่ใช้งบประมาณน้อย แต่ผลประโยชน์กว้างไกล ซึ่งสามารถส่งสารไปได้ทั่วโลกได้อีกด้วยนอกจากนี้อินเทอร์เน็ตยังเป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่จำเพาะเจาะจง (Selective) ได้เป็นอย่างดี [21]

การนำสื่ออินเทอร์เน็ตมาใช้ในการประชาสัมพันธ์นั้น นับว่ามีความจำเป็นและมีแนวโน้มที่จะได้รับความนิยม มากขึ้นเรื่อยๆ เนื่องจากมีฐานจากผู้ใช้ที่เป็นนักเรียน นักศึกษา ตลอดจนพนักงานบริษัท เป็นจำนวนมากที่ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นประจำ และเพิ่มจำนวน มากขึ้นเรื่อยๆ การใช้อินเทอร์เน็ตในการค้นคว้าหาข้อมูลทำให้การเข้าถึงข่าวสารได้อย่างกว้างขวางมีคุณภาพ และมีความรวดเร็ว เพื่อเป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์อีกประเภท หนึ่งที่กำลังมีบทบาทสำคัญยิ่ง ต่องานประชาสัมพันธ์ ดังนั้นนักประชาสัมพันธ์ยุคใหม่ไม่ควรที่จะละเลยรูปแบบการสื่อสาร ผ่านอินเทอร์เน็ต เพราะเข้ามาอยู่ในชีวิตประจำวันของประชาชนมากยิ่งขึ้น [21]

2.1.3 โสมสเตย์

การจัดกิจกรรมโสมสเตย์ ในต่างประเทศทั่วโลกได้ดำเนินมานานแล้ว เช่น ประเทศฝรั่งเศสก็มีกิจกรรมลักษณะเช่นนี้แพร่หลาย โดยชาวบ้านที่มีอาชีพเกษตรกรรม ปลูกองุ่น เมื่อจัดกิจกรรมโสมสเตย์ ซึ่งนอกจากนักท่องเที่ยวจะได้ไปพักผ่อนแล้ว ยังมีโอกาสได้ศึกษาวิถีชีวิต การปลูกองุ่น การผลิตไวน์ เป็นต้น สำหรับประเทศไทยมีดินฟ้าอากาศที่เหมาะสมแก่การเพาะปลูกพืชพรรณอื่นๆ ก็ควรนำเสนอสิ่งที่น่าสนใจไม่เคยมิ หรือพบเห็น เช่น บ้านแม่ป่าเมียง บ้านแม่ กำปอง มีการทำเมียง หรือการเกษตร การแปรรูปผลิตภัณฑ์การเกษตร เป็นต้น [22]

2.1.3.1 ความหมายของโสมสเตย์

โสมสเตย์ หมายถึง การจัดการที่พักของชาวบ้านในชุมชนให้แก่ผู้มาเยือนด้วยความ ยินยอมและเต็มใจของเจ้าบ้าน ซึ่งบ้านพักที่ให้บริการต้องมีห้องพักหรือพื้นที่ที่สามารถ รองรับ และสามารถให้บริการแก่ผู้มาเยือนได้ตามขีดความสามารถ การพักร่วมกับชาวบ้านในชุมชนจะก่อให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ (Learning Process) ร่วมกันระหว่างชุมชนกับนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นการสร้างความรู้ (Knowledge) ความเข้าใจ (Understanding) ในวิถีชีวิตชุมชนเกิดทัศนคติ (Attitude) ที่ดีต่อชุมชน อันเนื่องมาจากการ

แลกเปลี่ยนประสบการณ์ร่วมกัน รวมถึงการที่ชุมชนและนักท่องเที่ยวได้รับความประทับใจและพึงพอใจ (Appreciation and Impression) จากวิถีชีวิตชุมชนและแหล่งท่องเที่ยวใน ชุมชนอีกด้วย [23]

“Homestay” หรือที่พักที่เกิดจากการดัดแปลงบ้านพักอาศัยของประชาชนในท้องถิ่น เพื่อใช้เป็นที่พักสำหรับนักท่องเที่ยว โดยที่เจ้าของบ้านก็ยังคงพักอาศัยและประกอบอาชีพอยู่อย่างเดิม รูปแบบอย่างนี้จะทำให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับชีวิตความเป็นอยู่ของท้องถิ่น เช่น ลักษณะทางสถาปัตยกรรม การตกแต่ง อาหารการกิน ประเพณีวัฒนธรรม การพูดคุยแลกเปลี่ยนทัศนคติ รวมทั้งทำให้เกิดรายได้ทางเศรษฐกิจถึงมือประชาชนในท้องถิ่นโดยตรง ในบางพื้นที่ก็เรียกเป็น “Farm Stay” เพราะไปพักในบริเวณฟาร์มเลี้ยงสัตว์ ได้สัมผัสกับชีวิตและบรรยากาศอีกแบบหนึ่ง ซึ่งทั้ง Homestay และ Farm Stay นั้นในต่างประเทศเป็นที่นิยมกันมาก เป็นการดำเนินงานในลักษณะอุตสาหกรรมภายในครัวเรือน เจ้าของที่พักยังคงอาชีพเดิมอยู่ เพียงแต่จัดหาที่พักกับอาหารเช้า (B&B, Bed and Breakfast) ก็เป็นกิจการได้แล้ว [24]

บ้านพักชุมชนที่เราเอามาจากคำว่าโฮมสเตย์ คือบ้านของชาวบ้านที่มีห้องหรือพื้นที่พอ จะรับแขกผู้มาเยือนได้ โดยเจ้าของบ้านพอใจที่ยินดีที่จะแบ่งปันรับนักท่องเที่ยว มีวัตถุประสงค์เพื่อให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ (Learning Process) โดยมีการให้การศึกษา (Education) เกี่ยวกับสภาพแวดล้อม และระบบนิเวศของแหล่งท่องเที่ยว เป็นการเพิ่มพูนความรู้ (Knowledge) ประสบการณ์ (Experience) ความประทับใจ (Appreciation) เพื่อสร้างความตระหนัก และปลูกจิตสำนึกที่ถูกต้องต่อนักท่องเที่ยว ประชาชนท้องถิ่น และผู้ประกอบการ [22]

2.1.3.2 กำเนิดของโฮมสเตย์

จุดเริ่มต้นและความเป็นมาของโฮมสเตย์ ในทวีปยุโรปในช่วง 50 ปีที่ผ่านมา ซึ่งเป็นช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 ผู้คนเริ่มแสวงหาแหล่งท่องเที่ยวและที่พักที่ห่างไกลชุมชนเมืองและร่อยรอยความกดดันของสงครามไปสู่พื้นที่ชนบทที่เต็มไปด้วยความสงบร่มรื่น ธรรมชาติที่สวยงาม ก่อให้เกิดที่พักแรมนักท่องเที่ยวประเภทใหม่ๆ ขึ้น ได้แก่ Bed & Breakfast บ้านพักในฟาร์ม (Farm House) เกสต์เฮาส์ (Guest House) และโฮมสเตย์ ซึ่งมีลักษณะคล้ายๆ กัน แต่เรียกชื่อแตกต่างกันไปตามพื้นที่ประเทศและวัฒนธรรมที่แตกต่างกันไป อย่างไรก็ตามถึงแม้จะเรียกชื่อแตกต่างกันไป แต่ทั้งหมดดำเนินการภายใต้แนวคิดเดียวกันคือ ถือว่าผู้ที่มาพักเป็นแขกของบ้านมิใช่ นักท่องเที่ยว (Be a guest, not just a tourist) และภายใต้การพัฒนาแบบการท่องเที่ยวชนบท (Rural Tourism) [25]

จากแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8 ที่เน้นบทบาทการพัฒนาชุมชน และการที่รัฐบาลออกกฎหมายกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่น เป็นแรงผลักดันให้องค์กรท้องถิ่นและหน่วยงานต่างๆ ให้ความสำคัญกับการสร้าง

รายได้ให้กับชุมชน โดยการใช้การท่องเที่ยวเป็นจุดขาย จึงทำให้เกิดกิจกรรมการท่องเที่ยวหลาย รูปแบบในชุมชน ซึ่งการจัดกิจกรรม โฮมสเตย์ ก็เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมมากที่สุด จากองค์กรท้องถิ่น องค์กรเอกชน และหน่วยงานภาครัฐ [2]

จากการติดตามความเป็นมาพบว่า โฮมสเตย์ภายในประเทศไทยเกิดขึ้นมานานนับแต่รูปแบบและกิจกรรม อาจแตกต่างกันหลากหลาย หากวิเคราะห์จากอดีตที่ผ่านมาสามารถสรุปได้ตามยุคสมัย ดังนี้ [2]

2.1.3.2.1 ยุคเริ่มต้น (ปี 2503-2525)

กระจายอยู่ในกลุ่มนิสิต นักศึกษา กลุ่มออกค่ายอาสาพัฒนาชนบทต้องเรียนรู้วิถีชีวิต รับทราบปัญหา ในชนบท เพื่อนำมาพัฒนาสังคมตามอุดมคติ และกระจายอยู่ในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่นิยม ทัวร์ป่า โดยเฉพาะในแถบ ภาคเหนือของประเทศไทย นักท่องเที่ยวจะพักตามบ้านชาวเขา โดยจุดพัก นั้นจะขึ้นอยู่กับเส้นทางเดินป่า

2.1.3.2.2 ยุคกลาง (ปี 2526-2536)

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่นิยมทัวร์ป่า เริ่มได้รับความนิยมมากขึ้น การพักค้างในรูปแบบ โฮมสเตย์ ได้รับการพัฒนารูปแบบและกิจกรรม โดยกระจายไปยังหมู่บ้านชาวเขา ที่กว้างขวางมากขึ้น ในระยะนี้การท่องเที่ยวในรูปแบบทัวร์ป่าที่มีการจัดโฮมสเตย์ เริ่มสร้างปัญหาสังคม อาทิ ปัญหา ยาเสพติด ปัญหาโสเภณี ปัญหาการปล้น ขโมย ปัญหาการฆ่าชิงทรัพย์

กลุ่มนักพัฒนา นักกิจกรรม ที่เติบโตมาจากการทำกิจกรรมในสมัยนักศึกษา เริ่มทำงานในรูปแบบของ องค์กรพัฒนาเอกชนมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกลุ่ม มีรูปแบบการ เดินทางเพื่อศึกษาดูงานด้าน การพัฒนา ซึ่งก็เป็นลักษณะหนึ่งของ โฮมสเตย์ แต่ยังคงเผยแพร่ในคนเฉพาะกลุ่มเท่านั้น

2.1.3.2.3 ยุคตั้งแต่ปี 2537-ปัจจุบัน

ยุคนี้เป็นการเน้นกระแสนการพัฒนาสังคมสิ่งแวดล้อม ดังนั้นจะพบได้ว่า การท่องเที่ยวจะมีแนวโน้มที่จะเป็นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

ในระยะเวลาปี 2537-2539 ในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย เริ่มมีการท่องเที่ยวในรูปแบบ โฮมสเตย์ โดยกลุ่มนำร่องก็คือ กลุ่มที่เป็นนักกิจกรรมสังคมทั้งรุ่นเก่า รุ่นใหม่ เท่าที่สืบค้นพบว่า พื้นที่ที่ดำเนินการเรื่อง โฮมสเตย์ ก็จะเป็นพื้นที่ที่องค์กรพัฒนาเอกชนไทยเข้าไปดำเนินการ เช่น เกาะยาว จ.พังงา (กลุ่มชุมชนประมงชายฝั่ง, อวนลาก, อวนลุน) หลังจากพื้นที่เกาะยาว จ.พังงา ได้มีพื้นที่อื่น

เพิ่มขึ้น อาทิ หมู่บ้านคีรีวง จ.นครศรีธรรมราช บ้านแม่ทา จ.เชียงใหม่ (กลุ่มเกษตรทางเลือก) บ้านผู้ใหญ่วิบูลย์ เซยเฉลิม (เกษตรยั่งยืน)

ปี 2539 เป็นต้นมา ได้มีการเคลื่อนไหวในกลุ่มนักธุรกิจผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว โดยนำเสนอรูปแบบการท่องเที่ยวผสมผสานระหว่าง Adventure Ecotourism และ โฮมสเตย์

จากการที่รัฐบาลได้ประกาศให้ปี 2541-2542 เป็นปีแห่งการท่องเที่ยวไทย (Amazing Thailand 1998-1999) ทุกหน่วยงานของภาครัฐมีนโยบายสนับสนุนกิจกรรมทางการท่องเที่ยว ทำให้เกิดการจัดการท่องเที่ยวในแหล่งชุมชน และขยายกิจกรรม โฮมสเตย์ เพิ่มมากขึ้น เช่น หมู่บ้านวัฒนธรรมผู้ไทยบ้านโคกโก่ง อ.ภูฉินารายณ์ จ.กาฬสินธุ์ บ้านทรงไทย ปลายโพงพาง อ.อัมพวา จ.สมุทรสงคราม รวมทั้งพื้นที่ชนกลุ่มน้อย หมู่บ้านชาวเขาก็กมีการสนับสนุนการจัดกิจกรรม โฮมสเตย์ ด้วยเช่นกัน

2.1.3.3 การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ กับการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism)

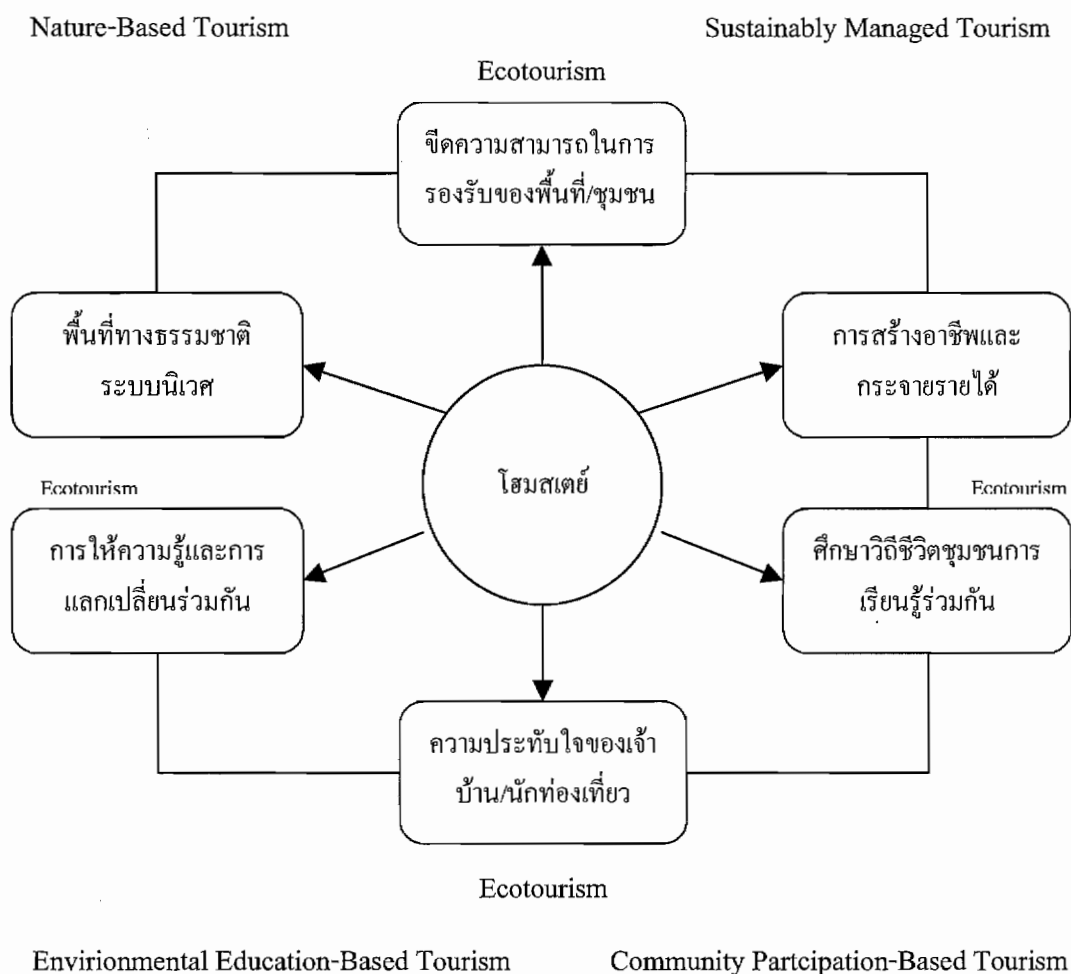
บางคนอาจเข้าใจเพียงว่า “โฮมสเตย์” คือการจัดที่พักอาศัยในท้องถิ่น ในบ้านชาวบ้านให้นักท่องเที่ยวเข้าพักแทนการเข้าพักในโรงแรม แต่ที่จริงแล้วมีมากกว่านั้น เพราะยังรวมไปถึงการเรียนรู้วิถีชีวิต แลกเปลี่ยนความคิดเห็น ศึกษาวัฒนธรรมซึ่งกันและกัน โดยที่เจ้าของบ้านก็จะมีรายได้จากการบริการที่พัก อาหาร หรือการนำนักท่องเที่ยวดูสถานที่ที่น่าสนใจในหมู่บ้าน หรือบริเวณใกล้เคียง นักท่องเที่ยวผู้เลือกมาพัก จึงควรต้องเป็นผู้ซึ่งมีความสนใจที่จะเรียนรู้วิถี วัฒนธรรมของเจ้าบ้านเป็นพื้นฐานด้วย [26]

กิจกรรมที่พัก โฮมสเตย์ จึงเป็นทางเลือกหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงชุมชน (Community Based Tourism) หรือ การท่องเที่ยวในชนบท (Rural Tourism) เท่านั้นหากจะกำหนดรูปแบบของ กิจกรรมที่พักโฮมสเตย์ เป็นรูปแบบเฉพาะในประเทศไทย และการกำหนดชื่อเฉพาะเพื่อเป็น Image ด้านการตลาด เช่นเดียวกับ T-House ของประเทศเนปาล โดยให้กำหนดชื่อ “Baan Phak” เป็นชื่อเฉพาะของกิจกรรมที่พัก โฮมสเตย์ ในประเทศไทยเพื่อสร้างความเข้าใจให้กับนักท่องเที่ยวที่จะต้องคัดร่วมกับเจ้าของบ้านพร้อมที่จะเรียนรู้วัฒนธรรมซึ่งกันและกัน [2]

ยิ่งไปกว่านั้น กระบวนการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างชุมชนกับนักท่องเที่ยว ทำให้ต่างฝ่ายได้รับความประทับใจ ความพึงพอใจ ซึ่งเป็นการประสบการณ์ที่ดีให้กับชุมชนในขณะที่นักท่องเที่ยวเองก็ได้รับความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับบริบทของชุมชนที่ได้เข้าไปสัมผัสชีวิต ใช้วิถีชีวิตแบบชาวบ้านจริงๆ โดยมีได้มีการจัดจากขึ้นมา เพื่อให้นักท่องเที่ยวประทับใจเพียงแค่ความสวยงาม หรือเพื่อเอาใจเพื่อให้มีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยือนจำนวนมากเท่านั้น การจัดการที่ดีย่อมทำให้เกิดการคัดเลือก นักท่องเที่ยว

คุณภาพ และมีจิตสำนึกที่ดีในการอนุรักษ์ทรัพยากร แหล่งท่องเที่ยวและชุมชน อันที่จะส่งผลถึงการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในพื้นที่นั้นๆ [24]

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นแนวคิดหนึ่งที่ว่า สามารถทำให้เกิดความยั่งยืนทั้งทรัพยากรธรรมชาติและชุมชน ซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบที่สำคัญ 4 ประการ และต่างสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน จากความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและโฮมสเตย์ ช่างค้นสามารถแสดงถึงความสัมพันธ์และความสอดคล้องว่า การจัดโฮมสเตย์ ที่อยู่ภายใต้พื้นฐานของการคิดที่เข้าใจระบบนิเวศ ความเข้าใจในลักษณะธรรมชาติของพื้นที่ (Nature-Based Tourism) การไม่คิดทำลายสมดุลของธรรมชาติ ด้วยการคำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับของพื้นที่และชุมชนเอง การใช้ทรัพยากรอย่างระมัดระวังและรอบคอบ โดยใช้แนวคิดของการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว (Community Participation-Based Tourism) ซึ่งผลประโยชน์ที่ชุมชนจะได้รับคือ ความยั่งยืนของทรัพยากร การสร้างอาชีพและการกระจายรายได้ อย่างทั่วถึง ในขณะที่เดียวกันการพักอาศัยอยู่ในชุมชนได้เปิดโอกาสให้เกิดการเรียนรู้ภูมิปัญญาพื้นบ้าน ทำให้ชุมชนสามารถหาทางออกในการจัดการทั้ง เจริญรับและเจริญรุกเกี่ยวกับโฮมสเตย์ เพื่อปกป้องทรัพยากรและผลประโยชน์ของชุมชนโดยรวม [24]



รูปที่ 2.2 ความสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศกับโฮมสเตย์ [10]

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) ได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นทั้งในกลุ่มชาวไทยและชาวต่างประเทศ มีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งชุมชน เพื่อศึกษาเรียนรู้วิถีชีวิต วัฒนธรรม หัตถกรรม ของท้องถิ่น โดยมี โฮมสเตย์ ที่มีความหมายมากกว่าเป็นที่พัก เนื่องจากเป็น รูปแบบการท่องเที่ยว อย่างหนึ่ง ซึ่งยึดเอารูปแบบที่พักเป็นศูนย์กลางและจัดให้มีกิจกรรมในด้านต่างๆ ตามความต้องการ ของนักท่องเที่ยวรวมอยู่ด้วย [2]

โฮมสเตย์จึงเป็นอีกทางเลือกของการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ องค์ประกอบที่สำคัญของการท่องเที่ยว อย่างหนึ่งคือที่พัก (Accommodation) ซึ่งปัจจุบันมีการกล่าวถึงที่พักประเภทโฮมสเตย์กันอย่างแพร่ หลาย [23]

หน่วยงานที่สนับสนุนกิจกรรม โฮมสเตย์ อาทิ เช่น ส่วนราชการจังหวัด อบต. องค์กร เอกชนและ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้มีแนวคิดหลักที่จะใช้โฮมสเตย์เป็นกิจกรรมทางการท่องเที่ยวชุมชน ซึ่งบาง

พื้นที่อาจไม่จำเป็นต้องจัดเป็นโฮมสเตย์ แต่เป็นเพียงการท่องเที่ยวลักษณะ Home Visit หรือการเรียนรู้วิถีชีวิต โดยไม่ต้องพักแรมก็ได้ [2]

แหล่งท่องเที่ยวบางแห่งที่มีความโดดเด่นด้านทรัพยากรสามารถใช้การจัดโฮมสเตย์เข้ามาเป็นกิจกรรมเสริม เพื่อเพิ่มสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวพำนักอยู่ในชุมชนนานขึ้น ขณะที่แหล่งท่องเที่ยวบางแห่งไม่มีความโดดเด่นทางทรัพยากรการท่องเที่ยว แต่ได้มีความพยายามใช้การจัดโฮมสเตย์เข้ามาเป็นกิจกรรมที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้าสู่ชุมชน ซึ่งการจัดการดังกล่าวล้วนแต่เป็นการสร้างอาชีพที่ก่อให้เกิดรายได้ให้กับชุมชน ด้วยการเพิ่มระยะเวลาในการพักมากขึ้น

2.1.3.4 การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์

วันที่ 27 มีนาคม 2544 มร.อีริก ฮอรัม ปีเตอร์สัน (Dr.Erik Holm Petersen) ผู้เชี่ยวชาญพิเศษจาก องค์การการท่องเที่ยวโลก (WTO) ซึ่งมาปฏิบัติงาน ณ ประเทศไทย ได้บรรยายพิเศษเรื่อง Community Based Tourism and Homestay ให้แก่พนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยฟัง โดยผู้บรรยายได้กล่าวถึงภาพรวมของการท่องเที่ยวชุมชน ปัญหาตลอดจนข้อคิดเห็นในการจัดโฮมสเตย์ในประเทศไทย ซึ่งเป็นอีกมุมมองหนึ่งที่จะเป็นประโยชน์ต่อผู้เกี่ยวข้องในเรื่องนี้ จึงขอสรุปความจากการบรรยายดังนี้ [27]

“การท่องเที่ยวเชิงชุมชน (Community Based Tourism) เป็นแนวทางการท่องเที่ยวแนวทางหนึ่ง ซึ่งปัจจุบันได้รับความสนใจเป็นอย่างมากในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของโลก และของภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิก หัวใจสำคัญของการท่องเที่ยวซึ่งชาวบ้านในชุมชนเป็นผู้ดำเนินการ อาทิ การประดิษฐ์และจำหน่ายสินค้าหัตถกรรมอันเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน การละเล่นและดนตรีในพื้นที่ เทศกาลและประเพณีต่างๆ ตลอดจนการนำนักท่องเที่ยวชมกระบวนการทางการเกษตร ทั้งนี้การท่องเที่ยวเชิงชุมชนจะเกิดขึ้นไม่ได้เลยหากขาดการมีส่วนร่วมของชุมชน การท่องเที่ยวเชิงชุมชนมีรูปแบบในการดำเนินการที่เป็นไปได้หลายรูปแบบ ซึ่งได้รับการนำไปปฏิบัติและประสบความสำเร็จในหลายประเทศ สำหรับประเทศกำลังพัฒนาอย่างเช่น ประเทศในภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิก มีรูปแบบดังนี้

1. การจำหน่ายสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน (Product Sales) อาทิ สินค้าหัตถกรรม อาหาร ประจําถิ่น ทั้งนี้หมายถึง ทรัพยากรการท่องเที่ยวอื่นๆ ของชุมชนนั้นด้วย
2. กิจกรรมการแสดงทางวัฒนธรรม (Cultural Shows) เช่น การฟ้อนรำ การละเล่น พื้นบ้าน และการแสดงดนตรีเฉพาะชุมชน เป็นต้น
3. กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงหมู่บ้าน (Village Based Activities) หมายถึง กิจกรรมทางการท่องเที่ยว ซึ่งชุมชนในหมู่บ้านเป็นผู้ดำเนินการเพื่อเสนอแก่นักท่องเที่ยว อาทิ การจัดกิจกรรมเดินป่า

ชมธรรมชาติในบริเวณหมู่บ้าน หรือบริเวณใกล้เคียง พร้อมมัคคุเทศก์นำทางโดยคิดค่าบริการใช้จ่ายจากนักท่องเที่ยว

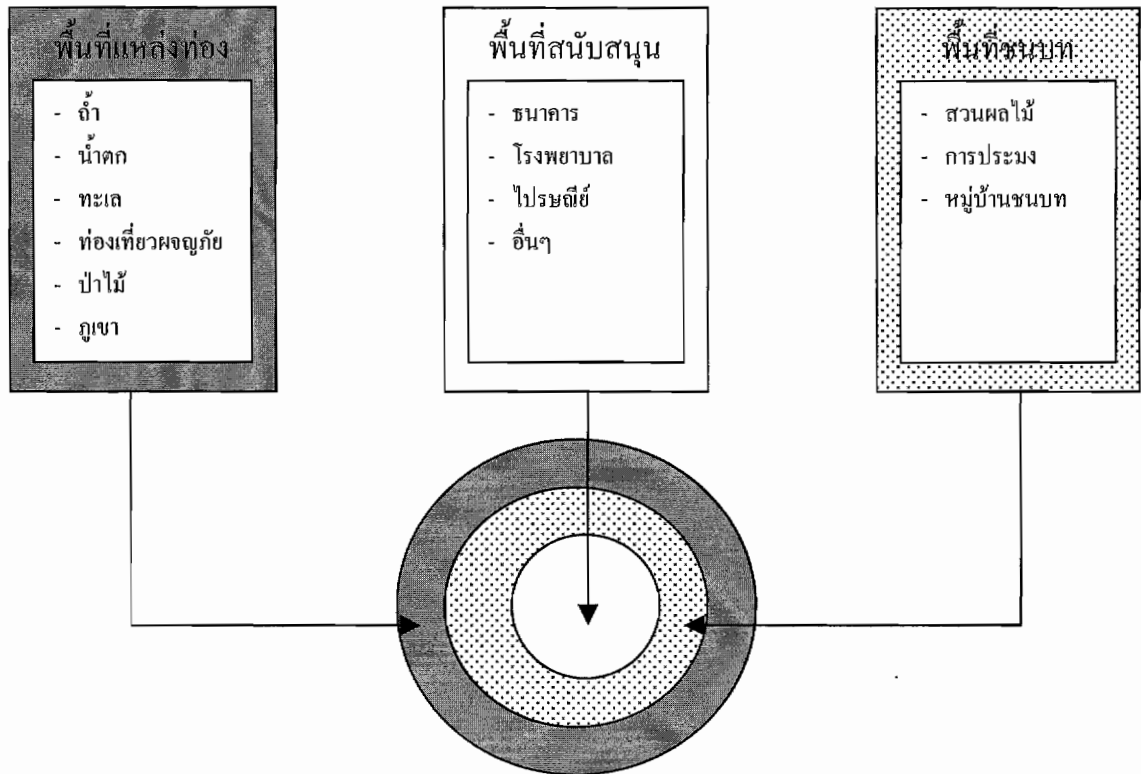
4. กิจกรรมการพักค้างแรมในหมู่บ้าน สำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปท่องเที่ยวใน ชุมชนแห่งนั้น กิจกรรมการพักค้างแรมในหมู่บ้านมีหลายรูปแบบ ได้แก่

- การจัดแคมป์ (Camping)
- การจัดกิจกรรมที่พักแรมโฮมสเตย์ ทั้งนี้ความหมายของคำว่า Homestay ในภูมิภาคยุโรป หมายถึง การที่นักท่องเที่ยวหรือนักเรียน นักศึกษาเข้าไปพักร่วมกับเจ้าของบ้าน โดยต้องจ่ายค่าที่พักและอาหารให้กับเจ้าของบ้าน ซึ่งความหมายนี้มีลักษณะในแนวของที่พักประเภท B&B (Bed and Breakfast) และการพักกับครอบครัวของนักเรียนต่างชาติ (Family Stay) มากกว่าความหมายของโฮมสเตย์ ที่ใช้กันอยู่ในประเทศไทย
- การจัดสิ่งอำนวยความสะดวกและที่พักแรมในหมู่บ้าน (Village Operated Accommodation Facilities) หมายถึงการที่นักท่องเที่ยวเข้าไปเที่ยวในหมู่บ้านพักค้างคืนร่วมกับเจ้าของบ้าน โดย นักท่องเที่ยวต้องจ่ายค่าที่พักและอาหารแก่เจ้าของบ้านความหมายนี้มีลักษณะคล้ายกับคำว่าโฮมสเตย์ ที่เรากำลังใช้อยู่ในประเทศไทย”

2.1.3.5 แนวคิดในการพัฒนาการท่องเที่ยวชนบท (Rural Tourism Concept)

ในการพัฒนาพื้นที่ชนบทใดๆ เพื่อการท่องเที่ยว ต้องคำนึงถึงองค์ประกอบด้านพื้นที่ 3 ประการดังนี้ [25]

1. พื้นที่แหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยว ได้แก่ ป่าไม้ น้ำตก ภูเขา ทะเล เป็นต้น
2. พื้นที่หลัก หมายถึงพื้นที่ชนบทที่ยังคงสภาพดั้งเดิมของชุมชนท้องถิ่น ได้แก่ หมู่บ้านที่ ยังคงไว้ซึ่งวัฒนธรรมและประเพณีเก่าแก่ สวนเกษตร สวนผลไม้ การประมงพื้นบ้าน เป็นต้น ซึ่งที่พักแรมโฮมสเตย์ จะตั้งอยู่ในพื้นที่หลักนี้
3. พื้นที่สนับสนุน หมายถึงพื้นที่ใกล้เคียงที่มีสาธารณูปโภคและสาธารณูปการที่จำเป็น ได้แก่ ธนาคาร โรงพยาบาล ไปรษณีย์ ร้านค้าทั่วไป เป็นต้น



รูปที่ 2.3 องค์ประกอบด้านพื้นที่ของการท่องเที่ยวชนบท [4]

ทั้งนี้องค์ประกอบทั้ง 3 องค์ประกอบสามารถรองรับกับความต้องการของนักท่องเที่ยวโสมสเดย์ ซึ่งได้แก่ [25]

1. ความต้องการพักผ่อนในพื้นที่ชนบท ครอบคลุมถึงพื้นที่พักผ่อนประเภทต่างๆ โสมสเดย์ เกสต์เฮาส์ ซาเลย์ บ้านพักตากอากาศ เป็นต้น
2. ความต้องการเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวและประกอบกิจกรรมการท่องเที่ยว
3. ความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกและสาธารณูปการ ครอบคลุม ธนาคาร โรงพยาบาล สถานีอนามัย ไปรษณีย์ เป็นต้น

2.1.3.6 แนวทางการพัฒนากิจกรรม ที่พักสัมผัสวัฒนธรรมชนบท (Baan Phak)

ความหมายคือที่พักสัมผัสวัฒนธรรมชนบท (BaanPhak) หมายถึง บ้านพักประเภทหนึ่งที่นักท่องเที่ยวพักร่วมกับเจ้าของบ้าน และมีวัตถุประสงค์ที่จะเรียนรู้วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของ เจ้าของบ้านซึ่งเต็มใจที่จะถ่ายทอดวัฒนธรรม แลกเปลี่ยนความรู้ซึ่งกันและกัน พร้อมทั้งจัดที่พักและอาหารให้กับนักท่องเที่ยวโดยได้รับค่าตอบแทน ตามความเหมาะสม [2]

2.1.3.7 จุดเปลี่ยนเพื่อการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

การพยากรณ์เกี่ยวกับแนวโน้มทางการท่องเที่ยว ที่คาดว่าจะมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง และสามารถสร้างรายได้หลักให้กับประเทศหรือพื้นที่รองรับนักท่องเที่ยว ทำให้เกิดการพัฒนแหล่งท่องเที่ยวไป จนถึงการสร้างระบบกลไกทางการตลาด เพื่อให้เกิดการสนองตอบความต้องการทั้ง นักท่องเที่ยวและเจ้าของทรัพยากร ในขณะที่การท่องเที่ยวได้พัฒนาและเกิดการขยายตัว ก่อนข้างสูงนั้น การท่องเที่ยวเองกลับสร้างผลกระทบด้านลบทั้งเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและ สิ่งแวดล้อม ด้วยเหตุนี้ จึงได้เกิดการค้นหารูปแบบของการท่องเที่ยวสำหรับศตวรรษที่ 21 ขึ้นมา โดยมีความเชื่อมั่นว่าการพัฒนาในลักษณะของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism) จะทำให้เกิดการปฏิบัติต่อทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างยุติธรรม ซึ่งในการประชุมที่นครริโอ เดอ จาเนโร ประเทศบราซิล ในปี ค.ศ. 1992 ได้มีการกำหนดแผนปฏิบัติการ 21 (Agenda 21) โดยกล่าวถึงการท่องเที่ยวว่าควรมี ทิศทางในการตัดสินใจพัฒนา และการจัดการอย่างยั่งยืน รวมถึงการเชื่อมโยงระหว่างเศรษฐกิจสังคม และ สิ่งแวดล้อมเข้าด้วยกัน [23]

ประเทศไทยเป็นอีกประเทศหนึ่งที่ขานรับแนวคิดของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยพบว่า ทั้งแผนและนโยบายที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวนั้น ได้มีการกล่าวถึงการพัฒนาด้านเศรษฐกิจที่ควบคู่ไปกับการสร้างสมดุลกับการพัฒนาสังคม และสิ่งแวดล้อม ซึ่งได้มีการกล่าวถึงการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวมากขึ้น [23]

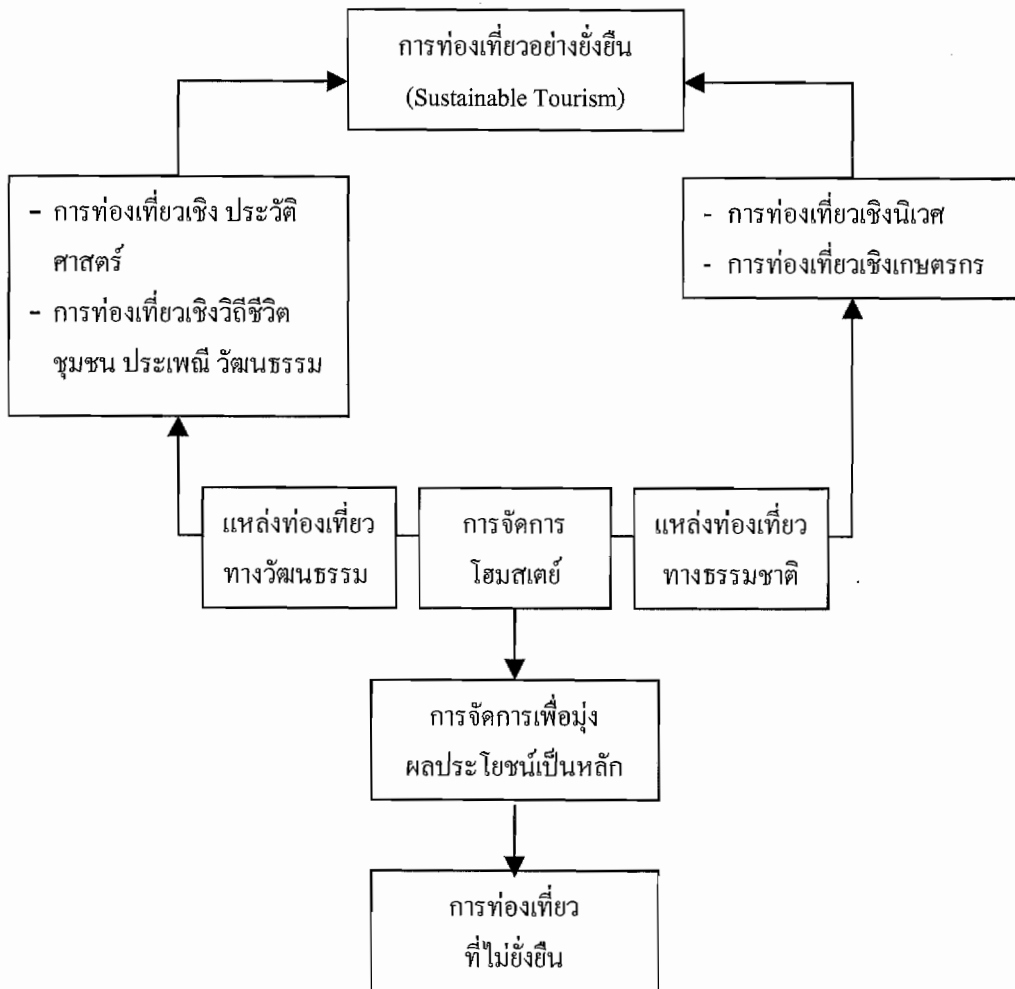
2.1.3.8 โสมสเทย์ จะยั่งยืนหรือล้มเหลว

การจัดโสมสเทย์ สามารถดำเนินการได้ทั้งในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (Natural Attractions) แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (Historical Attractions) และแหล่งท่องเที่ยวทางวิถีชีวิต ประเพณี และวัฒนธรรม (Cultural Attraction) [23]

การจัดโสมสเทย์ในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ นั้น มักจะพบว่ามีจัดการในพื้นที่ที่ส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) เช่น บ้านอุ้มยอม จังหวัดตาก เกาะยาว จังหวัดพังงา บ้านห้วยฮี้ จังหวัดแม่ฮ่องสอน เป็นต้น และในพื้นที่ที่มีท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agrotourism) เช่น บ้านท่าด่าน จังหวัดนครนายก เป็นต้น ขณะที่การจัดโสมสเทย์ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical Attractions) และแหล่งท่องเที่ยวทางวิถีชีวิต ประเพณี และวัฒนธรรม (Cultural Attraction) นั้น มักจะมีการดำเนินการด้านการท่องเที่ยวที่นำเสนอเอกลักษณ์ของชุมชน เช่น บ้านปลายโพงพาง จังหวัดสมุทรสงคราม บ้านเขาฮ้อย จังหวัดเพชรบุรี บ้านคีรีวง จังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นต้น อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติอาจต้องนำเสนอถึงวิถีชีวิต ประเพณี และวัฒนธรรมของชุมชน เพื่อแสดงถึงความสอดคล้องซึ่งกันและกันในทิศทางที่ยั่งยืน [23]

การจัดโฮมสเตย์ ที่สอดคล้องกับแนวคิดการจัดการในแหล่งท่องเที่ยว ช้างต้น เป็นการจัดการที่สามารถนำไปสู่ความยั่งยืนทางการท่องเที่ยวได้ โดยชุมชนผู้เป็นเจ้าของบ้านได้เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชนให้เกิดการจัดสรรผลประโยชน์อย่าง ยุติธรรม โดยอาศัยความเกื้อกูลและความผูกพันในทรัพยากรที่ชุมชนมีอยู่ให้เป็นสิ่งจูงใจ ความต้องการดักตวงผลประโยชน์เฉพาะด้านรายได้แต่เพียงอย่างเดียว รวมถึงการที่คนในชุมชนเห็นคุณค่าของทรัพยากรที่ใช้สนองตอบเฉพาะความต้องการถึงเห็นผลกระทบที่จะเกิดขึ้นและส่งผลไปยังคนในชุมชนรุ่นอนาคต ถ้าหาก ชุมชนไม่สามารถหาแนวทางการจัดการที่ถูกต้องและเหมาะสมได้ [23]

อย่างไรก็ตามกิจกรรมการท่องเที่ยวประเภทนี้เป็นกิจกรรมใหม่ที่ได้รับความนิยม ซึ่งเมื่อใดที่ชุมชนต้องการให้มีการจัดการโฮมสเตย์ เพื่อมุ่งสนองต่อความต้องการ โดยเห็น คุณค่าของ เม็ดเงินเป็นหลักสำคัญ จนยอมแลกกับการสูญเสียความสมดุลทางธรรมชาติและสังคม การจัดการ ดังกล่าวย่อมไม่ได้สะท้อนถึงการจัดการอย่างยั่งยืน แต่เป็นเพียงการหาสินค้าเพื่อนำมาขาย โดยขาด จิตสำนึกของความเป็นชุมชน ความเป็นกลุ่มเดียวกัน ซึ่งเท่ากับว่าความเปราะบางของ ชุมชนถูกทำลายให้แตกสลายด้วยการท่องเที่ยวที่เข้ามากระตุ้นด้วยเพียงช่วงระยะเวลาหนึ่ง [23]



รูปที่ 2.4 การจัดการ โฮมสเตย์ กับการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน [23]

2.1.3.9 สรุปการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์

โฮมสเตย์ นับเป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวในชนบท ซึ่งจะให้ผลประโยชน์อย่างมากขึ้นในอนาคต ดังนั้นการจัดการจึงเป็นเรื่องที่ค่อนข้างซับซ้อน และพิจารณาได้ในหลาย ความหมาย เช่น [20]

- เป็นความคิดรวบยอด (Concept) ในการจัดการท่องเที่ยวแสดงให้เห็นผลได้ 2 ด้านพร้อมๆ กัน คือ การปรับปรุงคุณภาพของสวัสดิการชุมชน และปรับปรุงสภาพแวดล้อมไปด้วย
- เป็นปรากฏการณ์ (Phenomenon) ในการพัฒนาชนบทที่เป้าหมายเกิดจาก ปฏิบัติการสัมพันธ์ ระหว่างปัจจัยต่างๆ เช่น ทรัพยากรบุคคล เทคโนโลยี และงบประมาณ
- เป็นกลยุทธ์ (Strategy) การจัดทำแผนที่ที่ดีที่สุดเพื่อให้ผลประโยชน์ตกแก่สังคม มากที่สุด ด้วยความร่วมมือระหว่างเจ้าของบ้าน นักท่องเที่ยว และความสอดคล้องของสิ่งแวดล้อม

- เป็นวิชาการ (Discipline) เป็นที่รวมของสหวิชาการต่างๆ วิทยาการด้านการจัดการท่องเที่ยว การจัดการทางการตลาด วิชาการด้านภูมิศาสตร์ เศรษฐศาสตร์ และเกษตรศาสตร์ ซึ่งได้นำมาประยุกต์ใช้ประสานกัน

นอกจากนี้หากพิจารณาในแง่การจัดการด้านการตลาดการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ สามารถตอบสนองความต้องการใหม่ๆ ของลูกค้าได้ เช่น [20]

- จุดประสงค์ใหม่ (New Objectives) ปัจจุบันเริ่มมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในการใช้เวลาในวันหยุดเพื่อการท่องเที่ยวมากขึ้น (Holidaying) เพื่อค้นหาประสบการณ์สิ่งแปลกใหม่ของชีวิตนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ๆ ต้องการค้นหาวัฒนธรรมที่ตนไม่คุ้นเคย และต้องการได้พบเห็นสิ่งแปลกใหม่มากกว่าการใช้เวลาพักผ่อนในวันหยุดตามชายหาดต่างๆ

- แนวปัจเจกบุคคล (Individual Approach) แนวการท่องเที่ยวจะมุ่งสู่รูปแบบที่เป็นส่วนตัวมากขึ้น จากเดิมที่เป็นแบบกลุ่ม (Mass Market) หากมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ตามมาตรฐานที่กำหนดไว้แล้ว การท่องเที่ยวชนบทจะมีความยืดหยุ่น ให้ทางเลือกมากขึ้นและจะสามารถเสนอรูปแบบของความพึงพอใจใหม่ๆ มากขึ้น

- ที่พักแบบเรียบง่าย (Less lavish Accommodation) คนทั่วไปต้องการที่พักที่สะอาด แม้ว่าจะมีสิ่งอำนวยความสะดวกไม่ครบตามมาตรฐาน ดังนั้นที่พักประเภทกระท่อม โรงนา ก็อาจเสนอให้ลูกค้าได้

- ถือความพอใจเป็นหลัก (Hedonism) แนวทางยึดความพอใจเป็นหลักเป็นรูปแบบใหม่ที่เพิ่มจะเริ่มขึ้น แต่ละคนจะมีรูปแบบความพึงพอใจของตนเอง และต่างระดับความเพลิดเพลินจากกิจกรรม หลากหลายมากขึ้นจากที่มีอยู่เดิม

- กิจกรรมในวันหยุด (Activity Holidays) มีแนวโน้มว่าคนรุ่นหนุ่ม รุ่นสาวจะสนใจกิจกรรมท่องเที่ยวที่มีลักษณะเฉพาะตัวมากขึ้น เช่น การไต่เขา หรือการเช่าเรือเหมาลำ

- ใช้จ่ายเงินเพื่อการท่องเที่ยวมากขึ้น (Increased Tourism Spending) หลังทศวรรษ 1990 เป็นต้นมา คนเริ่มใช้จ่ายเงินเพื่อการท่องเที่ยวมากขึ้น และใช้สินเชื่อกว่าขึ้นด้วย

- ลดการพึ่งพาวัตถุนิยม (Reduced Materialism) มีกิจกรรมหลากหลายที่เอื้อต่อการสัมผัสกับธรรมชาติให้คุณค่าทางจิตใจ และนำไปสู่การแสวงหาใหม่ เช่น การปีนเขา การตั้งแคมป์แทนการพักอาศัยตามโรงแรม

2.1.3.10 ทรัพยากรของการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์

2.1.3.10.1 ทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่น [20]

- (1) ด้านการตลาด ได้แก่ ประเพณีและวัฒนธรรมของชุมชนหรือหมู่บ้านที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว
- (2) สิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่
 - ที่พักและอาหาร จะจัดให้นักท่องเที่ยวได้พักค้างคืนในสถานที่ที่จัดไว้ใน หมู่บ้านหรือภายในบ้านของชาวบ้าน โดยนักท่องเที่ยวจะร่วมกิจกรรมและวิถีชีวิตเดียวกับชาวบ้านตั้งแต่ วัฒนธรรมการบริโภคอาหาร การพักผ่อนนอนหลับ จนถึงการทำมาหากิน
 - ศูนย์ข่าวสารการท่องเที่ยว ภายในหมู่บ้านทุกครัวเรือนจะสามารถให้ข้อมูลพื้นฐานทางการท่องเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยวได้
 - ระบบการจองที่พัก จะมีการจัดการผ่านสถานประกอบการ ที่สามารถอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวได้
 - ยานพาหนะ นักท่องเที่ยวจะใช้ยานพาหนะต่างๆ เช่นเดียวกับชาวบ้าน ยกเว้นกรณี จำเป็น เช่นการเดินทางมาและจากไป อาจจะจำเป็นต้องใช้ยานพาหนะที่รวดเร็วและสะดวกสบายมากกว่า
 - สิ่งดึงดูดเชิงจิตวิทยา ได้แก่ อธิยาศัยไมตรี การต้อนรับอย่างอบอุ่นตามแบบขนบธรรมเนียมประเพณีของไทย

2.1.3.10.2 ทรัพยากรที่มุ่งเน้นการดำเนินการ [20]

1. การวางแผนและการกำหนดกิจกรรม เช่นการเรียนรู้การทำอาหารไทย การเรียนรู้การทำเกษตรผสมผสาน การเรียนรู้วิถีชีวิตประจำวันของชาวบ้าน
2. ระบบขนส่ง เช่น การปรับสภาพภูมิทัศน์ภายในหมู่บ้านให้มีความงามอย่างธรรมชาติ ดูแลรักษาความสะอาดของถนนหนทางในหมู่บ้าน จัดระบบการคมนาคมระหว่างตัวเมืองกับหมู่บ้าน
3. เครื่องอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น มีน้ำดื่ม น้ำใช้ที่สะอาด มีระบบประปา หรือไฟฟ้าที่มีความปลอดภัยในการบริโภค
4. ระบบสนับสนุนอุตสาหกรรม เช่น ที่ศูนย์อนามัย มีระบบรักษาความปลอดภัย มีแหล่งผลิตอาหารตามธรรมชาติของหมู่บ้าน
5. ระบบแรงงาน เช่นการฝึกอบรม และฝึกทักษะการบริการเท่าที่จำเป็น
6. เงินทุน การจัดการของโฮมสเตย์ไม่จำเป็นต้องใช้เงินทุนในการดำเนินการมากนัก การจัดการ หรือสร้างสิ่งแปลกปลอม ในวัฒนธรรมพื้นบ้านเป็นสิ่งที่ไม่พึงกระทำในการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์

2.1.3.11 องค์ประกอบต่างๆ ของโฮมสเตย์

เมื่อคิดจะทำโฮมสเตย์ คงจะต้องคำนึงถึงประเด็นต่างๆ ที่สำคัญอย่างน้อยใน 2-3 เรื่องนี้ [22]

2.1.3.11.1 การกำหนดพื้นที่ใช้สอย

ทำอย่างไรที่จะไม่ให้นักท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวมีผลกระทบต่อความเป็นอยู่ของชุมชน เปรียบเสมือนบ้านของเรา ก็ต้องมีสวนที่รับแขกและสวนหวงห้ามเป็นส่วนตัว ซึ่งสามารถกำหนดพื้นที่ใช้สอยได้ดังนี้ [22]

1. พื้นที่สาธารณะ ได้แก่ พื้นที่ทางหลวง ผ่านหมู่บ้าน พื้นที่กึ่งสาธารณะ เช่น โรงเรียน หรือ วัดประจำหมู่บ้าน หรือพื้นที่ที่หมู่บ้านจัดเป็นศูนย์ข่าวสาร ขายผลิตภัณฑ์ชุมชน เป็นต้น
2. พื้นที่กึ่งส่วนตัว คือ ถนนทางเดินภายในหมู่บ้าน หรือพื้นที่ทำกินเรือกสวนไร่นาของชาวบ้าน
3. พื้นที่ส่วนตัว คือ อาคารบ้านเรือน ที่อยู่อาศัย

2.1.3.11.2 พันธมิตรทางธุรกิจ

การทำการค้าขณะนี้อาจจำเป็นต้องมีเพื่อนร่วมทาง หรือที่เรียกว่า พันธมิตรทางธุรกิจ ได้แก่ องค์กร บริษัท ห้างร้าน โรงแรม ฯลฯ ที่ดำเนินธุรกิจอยู่แล้ว มีชื่อเสียง มีความสามารถด้านการบริหาร ยินดีที่จะช่วยเหลือสังคม หรือชุมชน ตัวอย่างเช่น ททท. ยินดีที่จะให้ธุรกิจนำพวกรือนสันกำแพงที่ ททท. ดำเนินการอยู่เป็นโครงข่ายพันธมิตรทางธุรกิจของชุมชนใกล้เคียงอย่างบ้านแม่กาบอง เป็นต้น [22]

2.1.3.11.3 หลักการขาย

ต้องหาจุดขาย โดยการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของชุมชน เพื่อวางจุดขาย พัฒนาสินค้า แก้ปัญหาอุปสรรค ในกรณีของหมู่บ้านแม่กาบองพอจะสรุปได้ดังนี้ [22]

1. จุดแข็ง อากาศดี หนาวเย็นสบายตลอดทั้งปี ชาวบ้านมีความตั้งใจและร่วมมือกันดี
2. จุดอ่อน บุคลากรขาดการจัดการที่ดี ขาดความชำนาญ ห้องพักไม่เพียงพอ
3. โอกาส มีโอกาสที่ดี เพราะอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ อยู่ใกล้ลำน้ำพวกรือน เป็นพันธมิตรทางธุรกิจกับหลายแห่ง
4. อุปสรรค ชุมชนมีการศึกษาน้อย ซึ่งเป็นจำเป็นต้องพัฒนาแบบค่อยเป็นค่อยไป

2.1.3.12 นักท่องเที่ยว

2.1.3.12.1 ลักษณะของนักท่องเที่ยว [25]

- เป็นนักท่องเที่ยวอิสระ
- มีความต้องการและความสนใจที่หลากหลาย
- ไม่ยึดติดแหล่งท่องเที่ยวแหล่งใดแหล่งหนึ่ง
- มีกำลังซื้อสูง
- เป็นนักศึกษา นักเรียนรู้ และหาประสบการณ์

2.1.3.12.2 ความต้องการพื้นฐาน 10 ประการของนักท่องเที่ยว [25]

- เติงนอนที่สบายในราคาสมเหตุสมผล
- ห้องอาบน้ำและส้วมที่สะอาด
- อาหารพื้นบ้านง่ายๆ แต่ปรุงมาอย่างดี
- ทิวทัศน์และธรรมชาติของชนบทที่สวยงาม
- ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของท้องถิ่น
- กิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ อาทิ เดินป่า ตกปลา ซี่ม้า ปีนเขา ขี่จักรยาน
- ร้านค้าทั่วไปและร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก
- ความบันเทิง อาทิ ดนตรี การเต้นรำ การแสดงพื้นบ้าน
- ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว
- ความเป็นมิตรและรอยยิ้มของเจ้าบ้าน

2.1.3.12.3 เหตุผลที่นักท่องเที่ยวเลือกพักโฮมสเตย์ [25]

- นักท่องเที่ยวรู้สึกใกล้ชิดและได้สัมผัสกับธรรมชาติที่สวยงาม
- นักท่องเที่ยวมีโอกาสพบปะกับชุมชนท้องถิ่น และแลกเปลี่ยนเรียนรู้วัฒนธรรมที่แตกต่างกัน
- โฮมสเตย์ มีราคาถูกกว่าการพักในโรงแรม

โดยสรุปแนวทางการพัฒนาหมู่บ้านเชิงอนุรักษ์และกิจกรรมโฮมสเตย์ นั้นไม่ใช่แพชั่นที่จะกำหนดเป็นนโยบายกระจายไปทุกหมู่บ้าน แต่จะต้องตระหนักในเรื่องหลักๆ ดังต่อไปนี้ [22]

1. ชุมชนต้องมีความพร้อม มีความรู้ ความเข้าใจในเรื่องดังกล่าวและมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ
2. มีการดำเนินงานกระจายแบบรากแขนงเป็นโครงข่ายเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูล ประสบการณ์ซึ่งกันและกัน

3. เน้นจุดขายที่เป็นวิถีชีวิตดั้งเดิมของชุมชน ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่น่าสนใจ เช่น วนน้ำใบชา (เมี่ยง) ส้าใบเมี่ยง (ย่า)
4. ชุมชนมีความเข้มแข็ง รู้เท่าทันการไหลบ่าของวัฒนธรรมและเทคโนโลยี
5. รู้จักการใช้ทรัพยากรอย่างชาญฉลาด
6. การท่องเที่ยวจะเป็นเพียงรายได้เสริม มิใช่รายได้หลักของชุมชน

2.1.3.13 บริการและขั้นตอนต่างๆ

ข้อเสนอพื้นฐาน วิถีชีวิตไทย วัฒนธรรมไทย (The Basic Offer Thai Lifestyle & Cultural) ข้อเสนอพื้นฐานที่มีนักท่องเที่ยว คือ ที่พักสัมผัสวัฒนธรรมชนบท รวมถึงการให้บริการด้านอื่นๆ อาทิ อาหาร การนำเที่ยว กิจกรรมทางวัฒนธรรม การศึกษาวิถีชีวิตชุมชน เป็นต้น ที่พักสัมผัส วัฒนธรรมชนบท จะเป็นบ้านที่มีความพร้อมสำหรับการแบ่งพื้นที่ของบ้านพักอาศัยให้บริการกับ นักท่องเที่ยว เสมือนสมาชิกหรือญาติของบ้านพัก โดยมีความพร้อมภายใต้การบริหารจัดการของ ชุมชน [2]

การมีวิถีชีวิตที่เรียบง่ายแบบสังคมชนบท เป็นจุดขายที่สำคัญที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจ การจัด กิจกรรมที่พักสัมผัสวัฒนธรรมชนบท จึงเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว ในแหล่งท่องเที่ยวชุมชน และเป็นทางเลือกในตลาดท้องถิ่นที่ไม่ใช่คู่แข่งในเชิงพาณิชย์ ในพื้นที่ที่มีโรงแรม หรือรีสอร์ท จึงไม่ถือเป็นการประกอบการที่พักในเชิงธุรกิจ แต่ต้องอยู่ภายใต้ศักยภาพและความพร้อมของชุมชนเป็นหลัก [2]

2.1.3.13.1 บริการที่มีเสนอให้ [2]

1. วิธีการดำเนินชีวิตที่เรียบง่ายแบบสังคมชนบท
2. วัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ
3. ความปลอดภัย
4. ความสะอาด
5. ห้องพักพร้อมอาหาร
6. กิจกรรมทางการท่องเที่ยว

2.1.3.13.2 การจัดการ

การจัดกิจกรรมที่พักสัมผัสธรรมชาติชนบท ควรที่จะมีการรวมกลุ่มจัดตั้งในรูปของกลุ่มชมรม สหกรณ์ ซึ่งสมาชิกและคนในชุมชนจะต้องมีความเข้าใจ และมีส่วนร่วมในด้านการจัดการ [2]

1. การต้อนรับ (Reception) คนไทยเป็นผู้มีจิตใจโอบอ้อมอารี เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ คังสำนวนสุภาษิตไทยที่ว่า “เป็นธรรมเนียมไทยแท้แต่โบราณ ใครมาถึงเรือนชานต้องต้อนรับ” การต้อนรับ

นักท่องเที่ยวจะดูคุณลักษณะจะทำให้ นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกอบอุ่น ควรมีการจัดพื้นที่ในลักษณะ จุดศูนย์กลางของชุมชน เพื่อดำเนินการต้อนรับ ลงทะเบียนการเข้าพัก หรือการให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว การต้อนรับ อาจให้การต้อนรับ นักท่องเที่ยวด้วยวัฒนธรรมประจำถิ่น เช่น ภาคอีสาน และภาคเหนือ ต้อนรับด้วยการบายศรีสู่ขวัญ หรืออาจจะเป็นช่อดอกไม้ พวงมาลัยเล็กๆ ที่สามารถหาได้จากท้องถิ่นมอบให้กับนักท่องเที่ยว ก็จะเป็นการสร้างประทับใจได้เมื่อเริ่มเข้าสู่ชุมชน [2]

2. ความปลอดภัย ความปลอดภัยถือว่าเป็นสิ่งที่สำคัญอีกประการหนึ่งที่นักท่องเที่ยวใช้เป็นองค์ประกอบในการ ตัดสินใจเดินทางเข้าร่วมกิจกรรมที่พึงเชิวงวัฒนธรรมลักษณะสัมผัสชนบท ดังนั้น ชมรม, กลุ่ม, มวลสมาชิก ควรมีการจัดมาตรการรักษาความปลอดภัย สำหรับเหตุการณ์ที่ไม่พึงประสงค์เกิดขึ้น เช่น การจัดอบรมให้กับสมาชิกของชุมชนในการให้การป้องกันอุบัติเหตุต่างๆ หรือการแก้ไขหากเกิด อุบัติเหตุ การขอความร่วมมือจากเจ้าหน้าที่ตำรวจหรือองค์การบริหารท้องถิ่นที่รับผิดชอบในพื้นที่ การจัดตั้งเวรยามของชุมชน เป็นต้น ทั้งนี้เจ้าของบ้านจึงจะต้องมีหน้าที่ในการรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของผู้มาเยือนด้วย [2]

2.1.3.13.3 ทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว [2]

1. ต้องมีการดูแลและซ่อมแซมสิ่งของต่างๆ อยู่ตลอดเวลา อาทิ ประตู หน้าต่าง
2. ถ้าเห็นนักท่องเที่ยวไม่เก็บทรัพย์สินไว้ในที่ที่ปลอดภัย ต้องเข้าไปเตือน
3. ถ้านักท่องเที่ยวลืมทรัพย์สินไว้ในบ้านพักหรือที่อื่นๆ ภายหลังการเดินทางกลับ เจ้าของบ้านควรเก็บไว้ในที่ที่ปลอดภัยและพยายามติดต่อเจ้าของเพื่อมารับคืน

2.1.3.13.4 การกำหนดระเบียบและข้อปฏิบัติสำหรับนักท่องเที่ยว วัฒนธรรม จารีต ประเพณีและความเชื่อของแต่ละชุมชนอาจแตกต่างกัน การกำหนดระเบียบ และ ข้อปฏิบัติสำหรับ นักท่องเที่ยว อาทิ การแต่งกาย การนอน การกำหนดเวลาการเข้าออกบ้านพัก จึงเป็นสิ่งสำคัญเพื่อ มิก่อให้เกิดปัญหาที่ขัดต่อวัฒนธรรม จารีต ประเพณีและความเชื่อของชุมชน นักท่องเที่ยวจะต้อง ยอมรับและปฏิบัติตาม ทั้งนี้ควรมีการชี้แจงในขั้นตอนการจองหรือลงทะเบียนการเข้าพัก กรณีที่ นักท่องเที่ยวไม่สามารถปฏิบัติตามได้ ก็สามารถที่จะปฏิเสธการเข้าพักได้เช่นเดียวกัน [2]

2.1.3.14 บ้านพัก [2]

1. แบบที่พักสำหรับนักท่องเที่ยว (Provision of Accommodation for Tourists)
 - ความเต็มใจของสมาชิกในครอบครัวต่อการรับผู้มาเยือน
 - บ้านพักมีโครงสร้างที่ดี
 - ชุมชนมีสภาพแวดล้อมที่ดี
 - ไม่ไกลจากเมืองหรือพื้นที่เทศบาลหรือสถานที่ท่องเที่ยว

- ควรมีสิ่งต่างๆ เหล่านี้เป็นพื้นฐาน อาทิ
- ที่นอน หรือเตียงนอน
- หมอน
- นำประปาหรือถ้าไม่มีควรมีแหล่งน้ำอื่นๆ
- ห้องน้ำสะอาด
- มีความปลอดภัย

2. ขั้นตอนการดูแลที่พัก (Home Keeping Produce) ความสะอาดเป็นสิ่งที่สำคัญมากสำหรับนักท่องเที่ยว ควรมีการทำทำความสะอาดที่พักและบริเวณ โดยรอบบ้านพักอยู่เสมอ อาทิ เปลี่ยนผ้าปูที่นอน อุปกรณ์สำหรับการนอนส่วนตัวทุกครั้ง เมื่อมีนักท่องเที่ยวเข้าพัก เป็นต้น

3. ความสะอาดของบ้าน (Home Cleaning)

- บ้านพักควรมีอากาศที่สามารถถ่ายเทได้สะดวกแสงสว่างสามารถส่องเข้ามาถึงปราศจากความชื้น ไม่มีกลิ่นอับ มีหลังคาสามารถกันน้ำได้ดี ภายในห้องพักต้องได้รับการทำความสะอาดเป็นประจำ

- ต้องมีการเปลี่ยนผ้าปูที่นอน และอุปกรณ์ส่วนตัวสำหรับผู้มาเยือนทุกครั้งหรือมีผู้มาเยือนใหม่เข้ามาพัก

- ต้องหมั่นกำจัดกลิ่นแมลงที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพอยู่เสมอ

- เนื่องจากห้องน้ำจะเป็นห้องที่ผู้มาเยือนจะมาร่วมใช้ด้วยดังนั้นต้องเตรียม

อุปกรณ์ ทำความสะอาดส่วนตัวสำหรับผู้มาเยือน(กรณีที่พักมีได้มีการเตรียมมา)และจะต้องมีการทำความสะอาดเป็นประจำ

- ต้องหมั่นดูแลสภาพแวดล้อมของบ้านพักอยู่เสมอ

4. ห้องน้ำ (The Bathroom) ห้องน้ำจะเป็นที่ๆ ใช้ร่วมกันทั้งครอบครัวและนักท่องเที่ยว สิ่งสำคัญก็คือ ความสะอาด จะต้องมีการทำความสะอาดอยู่เป็นประจำและสม่ำเสมอ

5. ความปลอดภัยของที่พัก (Home Safety)

- สมาชิกในบ้านต้องสร้างความคุ้นเคยกับผู้มาเยือน เสมือนญาติสนิท และมีความรู้เรื่องสถานที่ในบ้านและชุมชนเป็นอย่างดี

- สมาชิกในบ้านต้องหมั่นตรวจตรา ดูแลความเป็นระเบียบเรียบร้อยภายในบ้านว่ามีความปลอดภัยหรือไม่

- ภูเขาไฟที่สำคัญต้องได้รับการเก็บรักษาและดูแลเป็นอย่างดี

- ทรัพย์สิน เงินสดต่างๆ ต้องเก็บไว้ในที่ที่ปลอดภัย
- สมาชิกทุกคนต้องคำนึงถึงเรื่องความสำคัญของความปลอดภัยตลอดเวลา

2.1.3.15 การจองที่พัก

การจองที่พักสามารถทำได้หลายวิธี อาทิ การจองทางไปรษณีย์ การจองทางโทรศัพท์ การจองผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต การจองที่พักรับการตอบสนองโดยทันที เพื่อเป็นการยืนยันการเข้าพักของนักท่องเที่ยว และถ้ามีเวลา ผู้ประสานงานควรจะส่งรายละเอียดให้กับ นักท่องเที่ยวเพื่อศึกษาก่อนการเข้าพัก ทั้งนี้ควรแจ้งข้อมูล รายละเอียด ให้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สำนักงานในประเทศไทยที่รับผิดชอบพื้นที่ที่ได้รับทราบ เพื่อเป็นช่องทางการตลาดในการ เผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ข่าวสารให้นักท่องเที่ยวและผู้สนใจทั่วไปรับทราบได้ ขั้นตอนการจองห้องพัก มีดังนี้ [2]

2.1.3.15.1 จัดบ้านพักตามลำดับ

- ตอบรับการจอง อาจจะมีการใช้ระบบการเรียกเก็บค่าบริการบางส่วน เพื่อเป็นการป้องกันการไม่เข้าพักของนักท่องเที่ยวตามกำหนดเวลา ดังนั้นควรชี้แจงระยะเวลาการยกเลิกให้กับ นักท่องเที่ยวได้รับทราบด้วย
- เก็บรักษาข้อมูลการจองสำหรับการลงทะเบียนเข้าพักต่อไป

2.1.3.15.2 การลงทะเบียน

ในธุรกิจโรงแรมที่พัก ผู้เข้าพักต้องลงทะเบียนเพื่อเป็นหลักฐานและอ้างอิงในอนาคต ส่วนลักษณะที่พักร่วมผู้พัฒนาธรรมชาติ การลงทะเบียนอาจไม่จำเป็นต้องเป็นรูปแบบเหมือนธุรกิจ โรงแรม แต่ควรเป็นรูปแบบการเก็บข้อมูลแบบง่ายๆ

1. ความสำคัญของการลงทะเบียน

- ทำให้เจ้าของบ้านทราบข้อมูลเกี่ยวกับนักท่องเที่ยว
- ช่วยในการจัดเตรียมบ้านพัก
- ทำให้ทราบวันออกจากที่พักของนักท่องเที่ยวแต่ละคน ข้อมูลนี้มีความจำเป็น เพราะจะทำให้กลุ่มหรือชมรมสามารถวางแผนการเข้าพักของแขกในลำดับต่อไปได้
- เป็นข้อมูลการเข้าพักให้ผู้ดูแลรักษาความปลอดภัย สามารถตรวจสอบความเคลื่อนไหวของผู้ประพฤตินิยมหรือการหลบซ่อนของอาชญากรได้

2. ขั้นตอนการรับลงทะเบียน

- คือนับด้วยรอยยิ้มดูญาติมิตร แจ้งรายละเอียดค่าธรรมเนียมการเข้าพักและบริการต่างๆ ให้ นักท่องเที่ยวทราบ
- ให้นักท่องเที่ยวกรอกรายละเอียดและลงชื่อในใบลงทะเบียนการเข้าพัก

- แจ้งรายละเอียดที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับข้อมูลของชุมชนและสภาพทั่วไป
- นำนักท่องเที่ยวไปยังบ้านพัก

2.1.3.16 การบริการอาหาร

เนื่องจากนักท่องเที่ยวต้องพักกับเจ้าของบ้าน อาหารมื้อใดมื้อหนึ่งจึงมีความจำเป็นสำหรับ นักท่องเที่ยว การนำเสนอรายการอาหารท้องถิ่นจึงเป็นเสน่ห์และจะทำให้ให้นักท่องเที่ยว เกิดความประทับใจ มากกว่าการนำเสนอรายการอาหารเช่นเดียวกับโรงแรมหรือรีสอร์ท ดังนั้นการวางแผน จัดเตรียมอาหารจึงจำเป็นเพื่อป้องกันข้อผิดพลาดระหว่างปริมาณอาหารและจำนวนนักท่องเที่ยว การวางแผน จัดเตรียมอาหารจำเป็นต้องพิจารณาจากปัจจัยหลายๆ ประการ [2]

- ข้อมูลนักท่องเที่ยว เช่น เชื้อชาติ ศาสนา
- งบประมาณในการจัดทำอาหาร
- ปัจจัยด้านฤดูกาล
- อาหารประจำท้องถิ่น
- จำนวนนักท่องเที่ยว

2.1.3.17 ปัญหาและผลกระทบ

การท่องเที่ยวเปรียบเสมือนดาบสองคม คือมีทั้งคุณและโทษ ชุมชนควรระลึกเสมอว่าอาชีพหลัก ของเราคือการทำกิจกรรม ปลูกชาและผลิตเมี่ยง อันเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่น เป็นเสน่ห์ดึงดูดนักท่องเที่ยว ในชุมชน ส่วนการท่องเที่ยวเป็นตัวเสริมรายได้เท่านั้น เมื่อการท่องเที่ยวเข้ามาในชุมชนมากขึ้น ก็จะถึงจุดที่รายได้เสริมช่วยทำให้มาตรฐานการดำรงชีวิตดีขึ้น หากเกิดจุดพอสันนั้นไป การท่องเที่ยวก็จะไม่ได้ช่วยทำให้การดำเนินชีวิตดีขึ้น ตัวอย่างกรุงเทพฯ เมื่อบ้านเมืองขยายตัวมากขึ้น มีนักท่องเที่ยวเข้ามา ปีละหลายล้านคน รัฐบาลก็สร้างถนน สะพาน ไฟฟ้า น้ำประปา สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ซึ่งในระยะยาวแล้วก็ไม่ได้ทำให้ชีวิตความเป็นอยู่ดีขึ้น แต่กลับแย่ลง เช่น รถติด เกิดมลภาวะสภาพแวดล้อมเสื่อมโทรม ฯลฯ [22]

2.1.3.17.1 ผลกระทบจากการจัดกิจกรรมที่พัวพันวัฒนธรรมชนบท

1. ผลกระทบเชิงบวก [2]

- ก่อให้เกิดการกระจายรายได้เข้าสู่ท้องถิ่น
- เป็นเผยแพร่วัฒนธรรมของชุมชน
- นักท่องเที่ยวมีโอกาสเรียนรู้และศึกษาวิธีการดำเนินชีวิต วัฒนธรรมของชุมชน

อันจะก่อให้เกิดการอนุรักษ์หวงแหนและภูมิใจในวัฒนธรรม

2. ผลกระทบเชิงลบ [2]

- วัฒนธรรมชุมชนมีโอกาสเปลี่ยนแปลงได้ง่ายหากชุมชนไม่เข้มแข็ง
- ชุมชนจะมุ่งหวังจะสร้างรายได้จากการจัดกิจกรรมที่พิกัดสัมพันธ์วัฒนธรรมชนบทเพียงอย่างเดียว อันจะก่อให้เกิดการประกอบการด้านที่พิกัดในเชิงธุรกิจและมีผลกระทบต่ออาชีพดั้งเดิมเพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว
- ที่พิกัดสัมพันธ์วัฒนธรรมชนบทหรือโฮมสเตย์ ยังไม่มีกฎหมายหรือมาตรการรองรับ

2.1.3.17.2 ปัญหาในการจัด โฮมสเตย์ ของประเทศไทย [27]

1. อุปสรรคทางด้านภาษาระหว่างเจ้าของบ้านกับนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวต่างชาติ บ่อยครั้งที่เจ้าของบ้านไม่สามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวได้เลย ซึ่งอุปสรรคเรื่องภาษาสามารถนำมาซึ่งปัญหาอื่นๆ ได้อีกอย่างมากมาย
2. อุปสรรคด้านวัฒนธรรม การแลกเปลี่ยนด้านวัฒนธรรมระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าของบ้านไม่ใช่สิ่งที่เกิดขึ้นได้ง่ายๆ ทั้งนี้เพราะทั้งสองฝ่ายมีพื้นฐานทางวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน สิ่งที่ถูกต้องของวัฒนธรรมหนึ่งอาจไม่เหมาะสมของอีกวัฒนธรรมหนึ่ง สิ่งเหล่านี้ อาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิด และความคลาดเคลื่อนทางวัฒนธรรม นอกจากนี้ยังก่อให้เกิดผลกระทบทางวัฒนธรรมอย่างใหญ่หลวงได้อีกด้วย เช่น การเปลี่ยนแปลงวิถีชุมชน เพื่อวัตถุประสงค์ทางการท่องเที่ยว
3. ความเข้าใจที่คลาดเคลื่อนเกี่ยวกับสินค้าทางการท่องเที่ยวและราคาของรายการท่องเที่ยว ปัญหานี้เกิดจากการระบุรายละเอียดของรายการท่องเที่ยวไม่ชัดเจน ตัวอย่างเช่น กำหนดว่าราคาของการเข้าพัก โฮมสเตย์ คืนละ 200 บาทต่อคน แต่มิได้ระบุว่าราคานี้ยังไม่รวม ค่านำเที่ยว ค่ามัคคุเทศก์ ค่าเรือ และค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดอื่นๆ เป็นต้น ซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความ เข้าใจผิดคิดว่าตัวเองถูกหลอกหลวงได้
4. ปัญหาด้านระดับความคาดหวังและความพึงพอใจที่แตกต่างกัน ระหว่างเจ้าของบ้านและ นักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวอาจคาดหวังว่าเจ้าของบ้านควรจะเสนอสินค้าทางการท่องเที่ยวและบริการให้มากกว่าที่เป็นอยู่ ขณะที่เจ้าบ้านคิดว่าบริการที่ตนเสนอขณะนี้เป็นที่พอใจแก่นักท่องเที่ยวแล้ว
5. ปัญหาการจัดระบบการบริหารของชุมชน เป็นปัญหาในชุมชนซึ่งบางชุมชนได้จัดตั้งองค์การบริหารในรูปของชมรมหรือสมาคมการท่องเที่ยวอย่างไรก็ตามชุมชนบางแห่งเกิดระบบ “ผูกขาด” ในการจัดสรรรายได้ ซึ่งเกิดจากการแสวงหาผลประโยชน์ในเชิงธุรกิจของคนกลุ่มหนึ่งในชุมชนนั้น
6. ปัญหาความไม่เท่าเทียมและไม่เป็นธรรมในกลุ่มผู้ประกอบการ โฮมสเตย์ ปัญหานี้สืบเนื่องมาจากปัญหาการจัดระบบการบริหารของชุมชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อเจ้าของบ้านที่

จัดโฮมสเตย์ บางแห่งได้รับการจัดสรรนักท่องเที่ยวจากองค์การบริหารให้ในจำนวนที่น้อยกว่าเจ้าของบ้านหลังอื่นๆ อันจะหมายถึงรายได้จากการท่องเที่ยวที่น้อยลงด้วย ก่อให้เกิดปัญหาความขัดแย้งภายในชุมชน

7. ปัญหาความไม่พร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยว
8. ปัญหาการขาดทักษะและความรู้ด้านการตลาดของชุมชน

2.1.3.17.3 ปัญหาในการพัฒนาโฮมสเตย์ในประเทศไทย

จากการศึกษาและสำรวจพื้นที่โฮมสเตย์ บางแห่งในประเทศไทยพบว่าการจัดทำโฮมสเตย์ ในประเทศมีปัญหาและอุปสรรคบางประการ ได้แก่ [25]

1. รายได้ที่ได้รับการจัดโฮมสเตย์ อยู่ในระดับต่ำ (ประมาณคืนละ 100-200 บาท/คน/คืน)ไม่สามารถกระตุ้นเศรษฐกิจของท้องถิ่นให้ฟื้นตัวได้ในระยะเวลาอันสั้น
2. ปัญหาด้านการตลาด ได้แก่ ปัญหาเครือข่ายการสำรองที่พัก ปัญหาการประสานงานกับบริษัทนำเที่ยวเอกชนและหน่วยงานของรัฐ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ และปัญหาการแย่งลูกค้าและการตัดราคากันเองในหมู่เจ้าของโฮมสเตย์
3. ปัญหาด้านระดับความคาดหวังที่แตกต่างกันระหว่างแขกผู้มาพักและเจ้าของบ้าน อันได้แก่ คุณภาพการบริการคุณภาพของอาหาร ความสะอาดและความปลอดภัย เป็นต้น
4. ปัญหาผลกระทบด้านสังคมและวัฒนธรรม นอกเหนือจากการสูญเสียความเป็นส่วนตัวแล้ว ในพื้นที่ที่มีการพัฒนาโฮมสเตย์ บ่อยครั้งพบว่าการบิดเบือนวัฒนธรรม ท้องถิ่นเพื่อวัตถุประสงค์ในการ ดึงดูดใจนักท่องเที่ยว บางพื้นที่เกิดปัญหาการแข่งขันและแย่งแย่งลูกค้าของเจ้าบ้าน อันนำไปสู่ความแตกแยกภายในชุมชน

2.1.3.18 การจัดโฮมสเตย์ในต่างประเทศ

2.1.3.18.1 โฮมสเตย์และการท่องเที่ยวชนบทของประเทศไอร์แลนด์ [3]

ประเทศไอร์แลนด์เป็นประเทศที่มีเนื้อที่ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ชนบท โดยการกสิกรรม ยังคงมีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศ ไอร์แลนด์มีชื่อเสียงในเรื่องสภาพชนบทที่สวยงาม และสมบูรณ์ไปด้วยภูเขา ทะเล ทะเลสาบ แม่น้ำ และทุ่งหญ้าเลี้ยงสัตว์ อันเป็นพื้นฐานสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวชนบท นอกจากนี้ยังรวมถึงความเป็นมิตรและอัธยาศัยที่ดีของชาวไอริช

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไอร์แลนด์ ได้รับการพัฒนามากว่า 40 ปี ที่ผ่านมา ในปัจจุบันร้อยละ 30 ของนักท่องเที่ยวต่างชาตินิยมพักกับบ้านพักในฟาร์ม (Farmhouse) และ Bed & Breakfast ทั้งนี้ ที่พักแรมสำหรับนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวชนบทส่วนใหญ่อยู่ในรูปของโฮมสเตย์ อาทิ บ้าน

พักในฟาร์ม Bed & Breakfast บ้านพักชนบท (Country Home) และกระท่อมพักแรม ซึ่งแขกที่มาพักสามารถประกอบอาหารเอง (Self Catering cottage) ซึ่งปัจจุบันกำลังเป็นที่นิยมมากทั้งในหมู่นักท่องเที่ยวต่างชาติและนักท่องเที่ยวไอริชเอง โดยมีจำนวนถึง 4,000 หลัง เฉพาะกระท่อมพักแรมมักจะตกแต่งในสไตล์ไอริชชนบท และสามารถรองรับนักท่องเที่ยวที่มาเป็นครอบครัวหรือมาเป็นกลุ่มๆ ได้จำนวนตั้งแต่ 4-8 คน สำหรับเจ้าบ้านซึ่งมักจะเป็นชาวนาหรือเจ้าของฟาร์มที่ต้องการความเป็นส่วนตัวมักจะสร้างกระท่อมพักแรมสำหรับนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะ โดยแยกออกไปจากตัวบ้านเดิม แต่อยู่ในบริเวณที่ดินเดียวกัน ปัจจุบันประเทศไอร์แลนด์มีกระท่อมพักแรมสำหรับนักท่องเที่ยวจำนวนมากกว่า 2,000 หลัง

การท่องเที่ยวชนบทของประเทศไอร์แลนด์ได้รับการพัฒนา โดยเริ่มจากชุมชนท้องถิ่นซึ่งเป็นเจ้าของพื้นที่เป็นหลัก ตัวอย่างที่ชัดเจน ได้แก่ การจัดตั้งบริษัท Irish Country Holidays ซึ่งเป็นบริษัทที่ทำการตลาดการท่องเที่ยว โดยเน้นประโยชน์ของชุมชนเป็นหลัก โดยมีการแข่งขันทางการตลาดแบ่งเป็น 2 ระดับ คือ ระดับชุมชนและระดับประเทศ ทั้งนี้ในการทำการตลาดจะใช้วิธีทำการตลาดร่วมกันทั้งหมด และใช้ระบบการสำรองที่พักผ่านศูนย์กลางร่วมกัน มีการจัดรายการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยว ซึ่งนอกเหนือจากที่พักโฮมสเตย์แล้ว ยังเสนอกิจกรรมอื่นๆ ให้กับผู้มาพักแรมด้วย อาทิ การขี่จักรยาน เดินป่า ปีนเขา พายเรือ เที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง หรือจัดกิจกรรมอื่นๆ ตามที่นักท่องเที่ยวต้องการ รวมทั้งการบริการผู้มาพักแรมด้วยอาหารพื้นเมืองสไตล์ไอริช และดนตรีแบบไอริชแท้ๆ

ในการจัดโฮมสเตย์ในประเทศไอร์แลนด์ มีบทเรียนที่ควรรู้ 3 ประการ คือ

1. นักท่องเที่ยวโฮมสเตย์ ต้องการกิจกรรมการท่องเที่ยวประกอบการพักแรมเสมอ ดังนั้นเจ้าบ้านควรเตรียมกิจกรรมต่างๆ ที่มีสำหรับนักท่องเที่ยว
2. เพื่อให้การทำตลาดสำหรับโฮมสเตย์มีประสิทธิภาพสูงสุด จำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องการอาศัยความร่วมมือและความช่วยเหลือจากหน่วยงานท้องถิ่น เพื่อที่จะทำงานประสานกับองค์กรการท่องเที่ยวของรัฐ
3. โฮมสเตย์ต้องอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวได้ โฮมสเตย์ที่อยู่ห่างไกลจากแหล่งท่องเที่ยว หรือไม่มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพเพียงพอ จะไม่สามารถประสบความสำเร็จได้เลย

ประเทศไอร์แลนด์สร้างรากฐานการจัดโฮมสเตย์ได้อย่างไร

1. รัฐบาลสนับสนุนเงินกู้แก่ชาวนา เพื่อปรับปรุงซ่อมแซมบ้าน โดยเฉพาะในส่วนของห้องนอน ห้องน้ำ และห้องครัว
2. รัฐบาลสนับสนุนเงินกู้แก่ชาวนา เพื่อสร้างกระท่อมพักแรม โดยให้สร้างได้เฉพาะในที่ดินของตนเอง

ทั้งนี้รัฐบาลได้จัดตั้งโครงการช่วยเหลือผู้ประกอบการโฮมสเตย์ ตามแผนการ The Government Assistance Scheme ซึ่งดำเนินการมากกว่า 30 ปี โดยโครงการนี้ประกอบด้วย การจัดตั้งเกณฑ์การแบ่งระดับของโฮมสเตย์ (Grading) การตรวจสอบ (Inspection) และการลงทะเบียนโฮมสเตย์ (Registration) ภายใต้ระเบียบของ Irish Tourist Board

1.1.3.18.2 โฮมสเตย์และการท่องเที่ยวชนบทในประเทศมาเลเซีย [3]

ประเทศมาเลเซียมีโฮมสเตย์จำนวน 250 แห่งทั่วประเทศ ซึ่งปัจจุบันยังอยู่ในระยะเริ่มต้นของการพัฒนาเท่านั้น รัฐบาลมาเลเซียมีนโยบายที่จะพัฒนาที่พักแรมโฮมสเตย์ ด้วยความมุ่งหวังที่จะเป็นเครื่องมือสำคัญในการกระตุ้นเศรษฐกิจของชุมชนท้องถิ่นของประเทศ โดยได้บรรจุแนวทางการพัฒนาโฮมสเตย์ไว้ภายใต้กรอบนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวชนบทแห่งชาติ (National Rural Tourism Policy) ซึ่งได้รับทุนสนับสนุนในการจัดทำ “แผนแม่บทการท่องเที่ยวชนบทสำหรับประเทศมาเลเซีย” (Rural Tourism Master Plan for Malaysia)

ในการจัดทำแผนแม่บทการท่องเที่ยวชนบทสำหรับประเทศมาเลเซีย ได้ทำการวิจัยทางการตลาด โดยการสัมภาษณ์ กลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วย นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาเยือนมาเลเซีย จำนวน 1,000 คน นักท่องเที่ยวภายในประเทศจำนวน 500 คน และบริษัททัวร์ จำนวน 100 บริษัท ทั้งนี้จากการวิจัยพบว่าประเทศมาเลเซียมีจุดแข็งทางการท่องเที่ยวเรียงลำดับความสำคัญ ดังนี้

1. ป่าไม้ที่มีสภาพสมบูรณ์ตามระบบนิเวศน์และมีทิวทัศน์สวยงาม
2. ความเป็นมิตรของคนมาเลเซีย
3. ความหลากหลายทางวัฒนธรรม

จุดแข็งเหล่านี้คือองค์ประกอบพื้นฐานที่สำคัญในการพัฒนาสินค้าทางการท่องเที่ยวชนบทของประเทศ (Rural Tourism Product) อันรวมถึงโฮมสเตย์ด้วย

ปัญหาในการจัดโฮมสเตย์ของมาเลเซีย

1. แนวคิดด้านแหล่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวไม่มีความรู้หรือตระหนักว่ามาเลเซียมีการท่องเที่ยวชนบทที่น่าสนใจ
2. ความหลากหลายของกิจกรรมทางการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวต้องการพักใน โฮมสเตย์ที่มีกิจกรรมทางการท่องเที่ยวและรายการท่องเที่ยวที่หลากหลายซึ่งปัจจุบันมาเลเซียมีการท่องเที่ยวที่จำกัด
3. มาตรฐานของห้องน้ำและส้วม ในประเทศมาเลเซียยังไม่ได้มาตรฐาน ทั้งด้านรูปแบบและสุขอนามัย
4. กรอบการจัดการขององค์กรท่องเที่ยว กรอบการจัดการขององค์กรพัฒนาการท่องเที่ยวชนบทยังไม่ชัดเจนและขาดเสถียรภาพ
5. ขาดแคลนข้อมูลข่าวสาร ขาดการโฆษณาประชาสัมพันธ์ข่าวสารเกี่ยวกับการ จัดโฮมสเตย์ ทำให้นักท่องเที่ยวไม่ทราบข้อมูลด้านที่พักแรมโฮมสเตย์
6. การตลาดสำหรับที่พักแรมโฮมสเตย์ ยังไม่กว้างขวางเพียงพอและขาดประสิทธิภาพ
7. การอบรมบุคลากร เจ้าบ้านหรือเจ้าของโฮมสเตย์ยังขาดทักษะและความรู้ด้านการบริการนักท่องเที่ยว ดังนั้นจึงไม่มีความจำเป็นต้องอบรมเพิ่มพูนความรู้และฝึกฝนทักษะการให้บริการแก่เจ้าของโฮมสเตย์

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาโครงการงานผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาค้นคว้างานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสร้าง เว็บไซต์ และ โฮมเพจ ดังต่อไปนี้

เรวดี กงสุภาพกุล [28] ได้ศึกษาเรื่องการใช้อินเทอร์เน็ตของนิสิต นักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า นิสิตนักศึกษา สาขาวิชาสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ ใช้อินเทอร์เน็ตบ่อย มากกว่านิสิตสาขาวิทยาศาสตร์ นิสิตสาขาสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ใช้อินเทอร์เน็ตในการคุยกับเพื่อนด้วยกัน ในขณะที่นิสิตนักศึกษาสาขาวิทยาศาสตร์จะใช้นางานค้นคว้างานวิจัย ค้นคว้าข้อมูลวิชาการ อุปสรรคในการใช้อินเทอร์เน็ตที่พบคือ ความเร็วในการใช้ต่ำ มีการติดขัดเมื่อใช้งานพร้อมๆ กัน เนื่องจากระบบมีความเร็วต่ำ

พจนารถ ทองคำเจริญ [29] ได้ศึกษาเกี่ยวกับสภาพความต้องการและปัญหาการใช้อินเทอร์เน็ตในการเรียนการสอนในสถาบันอุดมศึกษา สังกัดทบวงมหาวิทยาลัย จากการวิจัยพบว่าบริการในเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่อาจารย์และนิสิตนักศึกษาใช้ประโยชน์เพื่อการศึกษาค้นคว้ามากที่สุดคือ การสืบค้นข้อมูลผ่านระบบ เวิลด์ ไวด์ เว็บ ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ การถ่ายโอนแฟ้มข้อมูล และการขอเข้าใช้เครื่อง

ระยะไกล ผู้บริหารระดับหัวหน้าภาคมีความเห็นสนับสนุนการนำอินเทอร์เน็ตมาใช้ในการเรียนการสอน ควรมีการส่งเสริมให้บุคลากรใช้อินเทอร์เน็ตอย่างมีประสิทธิภาพ อาจารย์และนิสิตนักศึกษาส่วนใหญ่มีความต้องการใช้อินเทอร์เน็ตในการเรียนการสอน โดยเพิ่มความเร็วในการสื่อสารกับศูนย์บริการ ส่วนปัญหาที่พบในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการเรียนการสอนของนิสิตนักศึกษาที่พบมาก คือ ผู้เรียนบางคนยังไม่มีเครื่องคอมพิวเตอร์ใช้ส่วนตัว ทำให้ไม่สามารถใช้งานคอมพิวเตอร์ได้เต็มที่ และยังขาดการสนับสนุนจากสถาบันทั้งในด้านสถานที่ วัสดุอุปกรณ์ ตลอดจนบุคลากรที่คอยให้คำแนะนำ

นพดล จอกแก้ว [30] ได้ศึกษาทำการวิจัยเกี่ยวกับรูปแบบการประยุกต์ใช้เครือข่ายอินเทอร์เน็ตในอุตสาหกรรมก่อสร้าง พบว่าอุตสาหกรรมก่อสร้างมีรูปแบบการประยุกต์ใช้เครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดยแบ่งออกเป็น ความสามารถในการใช้ข่าวสาร มีการเรียกใช้ข้อมูลที่อยู่บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดยใช้เครื่องมือต่างๆ ในการค้นหาและเข้าถึงข้อมูลเหล่านั้น และการจัดทำข้อมูลข่าวสารขึ้น โดยองค์กรเอง เพื่อใช้ทั้งภายในและภายนอกองค์กร และสำหรับองค์กรอื่นๆ โดยใช้เครื่องมือบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ความสามารถในการรับส่งเอกสาร การรับส่งเอกสารมีทั้งการรับส่งที่ใช้ภายในองค์กร และภายนอกองค์กร ซึ่งสามารถใช้เครื่องมือบนอินเทอร์เน็ตในการรับส่งเอกสารได้ ความสามารถในการติดต่อสื่อสาร องค์กรสามารถใช้เครื่องมือบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ติดต่อสื่อสารภายในองค์กร หรือติดต่อกับองค์กรอื่นได้

ประธาน เทพกำเนิด, พรทิพย์ ฉาวายุติการต์ และวิมลรัตน์ บุญประสิทธิ์ [31] ได้ทำการสร้างสื่อประสม เรื่อง เทคโนโลยีการพิมพ์เบื้องต้น โดยสื่อประสมนี้สร้างด้วย โปรแกรม Macromedia Director 7.0, Macromedia Flash 4.0, Adobe Photoshop 5.5 Adobe Illustrator 8.0, 3D Studio VIZ 2.5, และ Sound Forge XP 3.0 หลังจากนั้นได้นำสื่อประสมที่สร้างขึ้นไปประเมินประสิทธิภาพโดยผู้เชี่ยวชาญทางด้านเนื้อหา 3 คน และทางด้านสื่อ 2 คน ผลที่ได้ คือ ทางด้านเนื้อหา มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.55 อยู่ในเกณฑ์ดี และทางด้านสื่อ แบ่งเป็นส่วนของโปรแกรม มีค่าเฉลี่ย 4.25 อยู่ในเกณฑ์ดี และส่วนของตัวอักษร มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.07 อยู่ในเกณฑ์ดี จากคะแนนทางด้านสื่อทั้งหมดมีค่าเฉลี่ยรวม เท่ากับ 4.17 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ดี จึงสรุปได้ว่าสื่อประสมทางด้านเทคโนโลยีการพิมพ์เบื้องต้นที่กล่าวถึงนี้ อยู่ในเกณฑ์ดี

สมเกียรติ โปรคปราณี [32] ได้ทำการสร้างเว็บเพจความรู้รอบตัวเพื่อการค้นคว้าหาข้อมูลในเว็บเซิร์ฟเวอร์ พบว่า เว็บเพจที่สร้างขึ้นสามารถใช้งานได้ง่ายมีการจัดทำฟอร์มการส่งข้อมูลในรูปของตารางที่สามารถค้นหาข้อมูลโดยใช้วลีสั้น ๆ ได้ จากการประเมินยังพบว่าเว็บเพจที่สร้างขึ้นมีคุณภาพอยู่ในเกณฑ์ดีเหมาะสำหรับไปใช้งานเพื่อการเรียนการสอนได้จริง

ปิยะเชษฐ หมายุโษะ และสุรพล ดิขำ , [33] ได้ทำการสร้างสื่อประกอบประชาสัมพันธ์ภาควิชา ครุศาสตร์เทคโนโลยี ด้วยระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ขนาดใหญ่และหาคุณภาพของสื่อที่สร้างขึ้นจากผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา จำนวน 3 ท่าน ได้ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 จากผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อจำนวน 2 ท่าน ได้ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 และจากกลุ่มตัวอย่างที่มีความรู้ความสามารถในการใช้โปรแกรมไมโครซอฟท์ วินโดว์และเว็บเบราว์เซอร์จำนวน 30 คน ได้ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 แสดงให้เห็นว่าสื่อประชาสัมพันธ์ที่สร้างขึ้นอยู่ในเกณฑ์ดีและเหมาะที่จะนำไปใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์

ณัฐ ฉันทพิริย์พันธ์ และคณะ [34] ได้ทำการวิจัยเชิงสำรวจเรื่อง ความต้องการซื้อสินค้าผ่านระบบ อินเทอร์เน็ตของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าในด้านพฤติกรรมของผู้ใช้ อินเทอร์เน็ต ผู้บริโภคที่มีประสบการณ์ในการซื้อสินค้าผ่านไคลเร็กซ์เมล์ หรือทางแคตาลอกมีแนวโน้มซื้อสินค้าหรือบริการผ่านอินเทอร์เน็ต โดยที่กลุ่มเป้าหมายที่ฐานะในการซื้อสินค้าหรือบริการผ่าน อินเทอร์เน็ตจะเป็นกลุ่มนิสิต นักศึกษาและกลุ่มคนทำงานที่มีรายได้ระหว่าง 10,000-20,000 บาท ซึ่งเป็นกลุ่มชนชั้นกลางที่มีจำนวนมาก ในด้านปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความต้องการซื้อสินค้าหรือบริการผ่านอินเทอร์เน็ต พบว่าหลายส่วน คือส่วนที่เกี่ยวกับภาพลักษณ์ของสินค้าหรือบริการรวมวิธีชำระเงิน ส่วนที่เกี่ยวกับคุณประโยชน์ที่ผู้บริโภคได้รับ และส่วนที่เกี่ยวกับความหลากหลายและรูปแบบการนำเสนอทางอิเล็กทรอนิกส์นอกจากนี้ งานวิจัยยังได้เสนอภาพรวมของโครงสร้างตลาดและการนำไปประยุกต์ใช้กับการวิเคราะห์ทางการตลาด และการกำหนดกลยุทธ์ทางตลาดต่อผู้บริโภค

ปิยวิทย์ เจนกิจจาไพบูลย์ [35] ได้กล่าวว่าเว็บไซต์ถูกเรียกเป็นตำแหน่งที่อยู่ของผู้ที่มีเว็บเพจเป็นของตัวเองบนระบบอินเทอร์เน็ต ซึ่งได้จากการลงทะเบียนกับผู้ให้บริการเช่าพื้นที่บนระบบอินเทอร์เน็ต เมื่อลงทะเบียนในชื่อที่ต้องการแล้ว ก็สามารถจัดทำเว็บเพจ และส่งให้ศูนย์บริการนำขึ้นไปไว้บน อินเทอร์เน็ต ซึ่งถือว่ามีเว็บไซต์เป็นของตนเองแล้ว เว็บไซต์ก็คือแหล่งที่รวบรวมเว็บเพจจำนวนมากมายหลายหน้าในเรื่องเดียวกันมารวมอยู่ด้วยกัน แต่สิ่งหนึ่งในการเสนอเรื่องราวที่อยู่บนเว็บไซต์ที่แตกต่างไปจากโปรแกรมโทรทัศน์เนื้อหาในนิตยสารหรือหนังสือพิมพ์ เนื่องจากการทำงานบนเว็บจะไม่มียุติสิ้นสุดทั้งนี้เนื่องจากเราสามารถเปลี่ยนแปลงและเพิ่มสารสนเทศบนเว็บไซต์ได้ตลอดเวลาและแต่ละเว็บเพจจะมีการเชื่อมโยงกันภายในเว็บไซต์หรือไปยังเว็บไซต์อื่นๆ เพื่อให้ผู้อ่านสามารถอ่านได้ในเวลาอันรวดเร็ว

สุนิสา เหลืองสมบุรณ์ [36] ได้ดำเนินการสำรวจความคิดเห็นของผู้ที่สังกัดสถาบันอุดมศึกษา เกี่ยวกับการใช้ระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ของศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์ และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ พบว่าผู้ใช้บริการเครือข่ายคอมพิวเตอร์เห็นด้วยอย่างยิ่งในเรื่องความสะดวกในการใช้ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ ว่าเป็นบริการที่สะดวกคล่องตัวกว่าการสื่อสารชนิดอื่นๆ และให้ข้อเสนอแนะว่า ควรมี

การจัดหาครูสายในการติดต่อสื่อสารเข้าระบบเพิ่มเติม และควรให้มีการจัดคู่มือรายละเอียดในด้านต่างๆ เพื่อให้ผู้ใช้เข้าใจรายละเอียดและการใช้บริการต่าง ของระบบเครือข่าย นอกจากนี้ควรให้มีการประชาสัมพันธ์ระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ให้มาก เพื่อให้ผู้ใช้ได้เล็งเห็นประโยชน์ของระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์เพื่อการวิจัยและพัฒนา

นิรุช อำนวยศิลป์ [37] กล่าวถึงเว็บไซต์ว่า เป็นชื่อเรียก Host หรือ Server ที่ได้จดทะเบียนอยู่ในเว็ลด์ไวด์เว็บ ซึ่งก็คือชื่อ Host ที่ถูกกำหนดให้มีชื่อในเว็ลด์ไวด์เว็บและขึ้นต้นด้วย http โดยมีโดเมนหรือนามสกุลเป็น .com, .net, .org หรืออื่นๆ

เบราเซอร์ เอ็นเกล (Engel) [38] ได้เขียนเรื่องการให้คำแนะนำแก่ผู้ใช้บริการสำหรับการเข้าใช้ข้อมูลด้านรายการบัตรและฐานข้อมูลในระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งการสืบค้นรายการโดยระบบออนไลน์ในห้องสมุดและแหล่งสารนิเทศอื่นๆ ในระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเป็นการช่วยให้นักศึกษา และสถาบันการศึกษาต่างๆ ได้ใช้ประโยชน์จากข้อมูลร่วมกัน โดยจะให้ความรู้เกี่ยวกับการเข้าใช้ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต การค้นหาข้อมูลที่ต้องการได้อย่างมีประสิทธิภาพ คำสั่งที่ใช้พร้อมทั้งรายละเอียดของข้อมูลเพิ่มเติม ทั้งที่อยู่และรายการบรรณานุกรมเป็นการช่วยให้บรรณารักษ์และผู้ใช้ได้ใช้ข้อมูลร่วมกันในระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

พาร์ริว (Parrill) [39] ได้ทำการวิจัย เรื่อง "Supplementing Traditional Chemical on the Word Wide Web" โดยได้มีการสร้างสื่อเสริมสำหรับการเรียนการวิชาเคมีผ่านเว็ลด์ไวด์เว็บ เป็นบทเรียนเกี่ยวกับการเคลื่อนไหวของโมเลกุลที่ได้พัฒนาขึ้นเพื่อใช้สอนบรรยายและใช้เผยแพร่ทางเว็ลด์ไวด์เว็บ และยังเป็น การช่วยให้เกิดปฏิสัมพันธ์และการสอนเสริมกับผู้เรียน การสอนวิธีนี้ช่วยส่งเสริมความเข้าใจของนักศึกษาด้วยการเรียนด้วยตนเอง และการลองผิดลองถูก นอกจากนี้ เว็ลด์ไวด์เว็บยังเป็นประโยชน์ในด้านการเป็นห้องปฏิบัติการสำหรับการทดลองทางเคมีที่มีค่าใช้จ่ายต่ำ

ฮวง (Huang) [40] ได้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการออกแบบและพัฒนาเว็บเพจของคณาจารย์ของคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัย และค้นพบว่า สารสนเทศที่มีอยู่ในองค์กรในปัจจุบันนี้ บางครั้งการเข้าถึงยังมีลักษณะที่ยากลำบากและไม่สะดวกเท่าใดนัก การพัฒนา เว็ลด์ ไวด์ เว็บ นี้ จะทำในลักษณะที่ง่ายต่อการค้นหาสารสนเทศและเป็นประโยชน์กับคณาจารย์ในคณะศึกษาศาสตร์อย่างมากในการทำวิจัย, การสอน และการบริหารงาน

เชน และเซาว์ (Chen and Zhzo) [41] ได้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการทำโฮมเพจที่มีลักษณะง่ายต่อการพัฒนา เนื้อหาบน เวิลด์ ไวด์ เว็บ โดยค้นพบว่า การสร้าง เวิลด์ ไวด์ เว็บ นั้น จะต้องมีลักษณะที่มีปฏิสัมพันธ์ ซึ่งกันและกันระหว่างผู้ใช้กับฐานข้อมูล ข้อมูลบน เวิลด์ ไวด์ เว็บ ได้อย่างสะดวกโดยไม่จำเป็นต้องมี ภาษาที่ยากต่อความเข้าใจและ Web นั้น จะต้องใช้ได้ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มผู้ใช้หลายคนหรือบุคคลเดียว พร้อมๆ กัน

คาซี (Casey) [42] ได้ศึกษาการสืบค้นข้อมูลผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่ออกแบบ โดย California State University ของครูและนักเรียน พบว่านักเรียนมีความกระตือรือร้นในการเรียนรู้มากขึ้นทุกคน และ สนใจสืบค้นข้อมูลและใช้คอมพิวเตอร์ที่บ้านมากขึ้น

2.3 สรุป

อนึ่งทฤษฎีการขายสมัยใหม่ที่ให้ถือลูกค้าเป็นพระเจ้า คือ ลูกค้าถูกเสมอ ทำทุกอย่างให้ลูกค้าพอใจ แต่ การขายบริการที่พิถีพิถันแบบโฮมสเตย์ มิใช่เช่นนั้น เพราะชุมชนต้องมั่นใจว่ามีจุดขายที่ น่าสนใจสำหรับ นักท่องเที่ยว เช่น ศิลปวัฒนธรรม วิถีชีวิต ความสวยงามของธรรมชาติ อากาศที่บริสุทธิ์ โดยชุมชน ต้องมีภูมิคุ้มกันเข้าแข็งพอเพียงที่จะมิให้วัฒนธรรมต่างถิ่นมากเกินไปจนกลืนแนวคิดวิถีชีวิตที่สืบเนื่องกันมาและ ดำรงอยู่ให้เปลี่ยนไป [22]

ธุรกิจบริการที่พักค้างแรมให้กับนักท่องเที่ยวนั้น ไม่เพียงแต่มีธุรกิจโรงแรม รีสอร์ท และเกสต์เฮ้าส์ ยังมีธุรกิจบริการที่เรียกว่า โฮมสเตย์และฟาร์มสเตย์ (Homestay and Farmstay) อีกด้วย ซึ่งจัดเป็น บริการที่พักหน่วยที่เล็กที่สุด มีเพียงแห่งละหนึ่งหรือสองห้องนอน แต่ให้บริการ มากกว่า การพักที่ โรงแรมก็ตรงที่เจ้าของกิจการ และนักท่องเที่ยวต่างเปิดใจเรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นอยู่ แลกเปลี่ยน ความคิดเห็นและวัฒนธรรมซึ่งกันและกัน นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์แปลกใหม่ที่เป็นมิตรไมตรี เจ้าของบ้านมีรายได้เพิ่มขึ้นจากงานประจำวัน [43]

การแบ่งห้องพักหนึ่งหรือสองห้องนอนในบ้านที่อยู่ในชุมชนให้นักท่องเที่ยว 2 หรือ 4 คนพำนักอาศัย มากกว่าหนึ่งคืน เจ้าของบ้านทำอาหารเพิ่มและร่วมรับประทานอาหารด้วยกัน ร่วมวงแลกเปลี่ยนมาความคิด เห็น ช่วงที่มีงานประเพณีก็พาไปร่วมงานประเพณี พร้อมทั้งนำชมหรือจัดรายการเที่ยวชมสถานที่ ท่องเที่ยวในพื้นที่นั้นด้วย ทั้งนี้เจ้าของบ้านคิดราคาค่าบริการเป็นราคามิตรภาพหรือราคาเหมาะสม การบริการท่องเที่ยวเช่นนี้ เรียกว่า โฮมสเตย์ [43]

การท่องเที่ยวแบบบ้านพักแรม มีเป้าหมายคือ ตัวเจ้าของบ้านเอง ซึ่งเป็นคนในท้องถิ่นได้เปิดบ้านของตนเองเพื่อเป็นสถานที่พักแรมแก่นักท่องเที่ยวที่ได้เดินทางมาท่องเที่ยวยังท้องถิ่นนั้นๆ หรือเป็นทางผ่านที่จะไปยังสถานที่ท่องเที่ยวแหล่งอื่นๆ ที่อยู่ใกล้เคียง หรือห่างไกลออกไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งเป็นสถานที่ที่อำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวที่ชอบเดินทางท่องเที่ยวโดยยานพาหนะส่วนตัวและหยุดพักอาศัยตามเส้นทางท่องเที่ยว โดยเจ้าของที่พักนั้นได้เข้าไปมีส่วนร่วมในการต้อนรับนักท่องเที่ยว ภายใต้วัตถุประสงค์ คือ เจ้าของบ้านได้รับเงินจ้างเป็นค่าที่พักและอาหารเช้า ส่วนนักท่องเที่ยวนอกจากไม่จำเป็นต้องเดินทางไปหาที่พักในตัวเมืองหรือในโรงแรมที่มีราคาแพง ก็ได้รับความสะดวกสบายจากการได้พักบ้านพักแรมในท้องถิ่นที่ตนเองเดินทางไปท่องเที่ยว มากไปกว่านั้นทั้งเจ้าของบ้านและนักท่องเที่ยวอาจเรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นอยู่ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นและวัฒนธรรมซึ่งกันและกัน ซึ่งการรับนักท่องเที่ยวมาพักค้างคืนนั้น ทั้งสองฝ่ายต้องยอมรับเงื่อนไขระหว่างกันก่อน เพื่อก่อให้เกิดความพึงพอใจทั้งสองฝ่าย [44]

หากเจ้าของบ้านมีเรือกสวนไร่นา มีฟาร์มเลี้ยงสัตว์ นักท่องเที่ยวที่พักค้างแรมอยู่ด้วยได้ดูกิจกรรมในครอบครัว เรียนรู้การประกอบอาชีพและมีเวลาไปเที่ยวชมสถานที่สำคัญในพื้นที่นั้นด้วย จึงเรียกบริการนี้ว่า นักท่องเที่ยวได้ประสบการณ์ในที่พักและเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ เจ้าของบ้านได้เงินเป็นค่าบริการและจัดการการจัดบริการโฮมสเตย์ หรือนั้นหากคิดแบบไทยๆ เสมือนหนึ่ง การจัดรับรองให้การต้อนรับเพื่อนต่างบ้านต่างเมือง ทว่าเพื่อที่พักค้างแรมแต่ละครั้ง เจ้าของบ้านไม่เคยรู้จักมาก่อน ทราบเรื่องราวส่วนตัวของผู้มาพักจากใบสมัครที่กรอกข้อมูลส่งมาให้ จึงต้องมีการเรียนรู้ พูดคุยแลกเปลี่ยนความรู้ความคิดเห็นซึ่งกันและกัน ทำนองเดียวกัน ตัวนักท่องเที่ยวรู้จักเจ้าของบ้านและครอบครัวจากข้อมูลที่ประกาศยินดีต้อนรับบริการนักท่องเที่ยว นับเป็นการรู้จักเขา รู้จักเราจากการอ่านข้อมูล ก่อนที่จะมารู้จักกันพบหน้าพร้อมตากันที่บ้าน [43]

บริการโฮมสเตย์ แตกต่างจากการรับรองการต้อนรับเพื่อนต่างบ้านต่างเมืองที่ตรงที่ เจ้าของบ้านแจ้งรายละเอียดส่วนตัว ครอบครัวและการประกอบอาชีพ การบริการอาหารและนำเที่ยว พร้อมทั้งกำหนดราคาให้ทราบ นักท่องเที่ยวแจ้งรายละเอียดส่วนตัวและยอมรับกติกาการบริการ ยินดีจ่ายเงินตามที่เจ้าของบ้านกำหนดค่าบริการ นักท่องเที่ยวต้องใช้เวลาติดต่อสมัครเข้าพักแรมกับเจ้าของบ้าน โดยใช้เวลาติดต่อสมัครและได้รับการยอมรับ (ตอบรับ) ล่วงหน้าอย่างน้อย 2-3 อาทิตย์ [43]

เจ้าของบ้าน จะต้องจัดเตรียมห้องพักและจัดห้องนอน (สะอาด) ให้นักท่องเที่ยวพัก ค้างแรมเป็น ห้องส่วนตัว เพราะบางช่วงเวลานักท่องเที่ยวต้องการความเป็นส่วนตัว มีความปลอดภัยในชีวิต และทรัพย์สิน จัดทำอาหารตามแบบชีวิตประจำวันปกติ เพื่อนักท่องเที่ยวแต่ละมื้อ วางแผนหรือเตรียมจัด

รายการนำเที่ยวชมสถานที่ท่องเที่ยว อาจพาไปเที่ยวเองตามความเหมาะสมหรือแนะนำให้ไปเที่ยวกับบริษัทนำเที่ยว [43]

ทั้งนี้เจ้าของบ้านแต่ละแห่งต้องแจ้งการบริการรับโฮมสเตย์ ให้กับผู้ประกอบการท้องถิ่น ปัจจุบัน คือ สำนักงานองค์การบริหารส่วนตำบล หรือ อบต. และหรือสำนักงานเทศบาลตำบล เพื่อฝ่ายปกครองท้องถิ่นจะได้ให้ความคุ้มครอง ดูแลความปลอดภัย ในชีวิตและทรัพย์สินให้กับเจ้าของบ้านและนักท่องเที่ยว อีกทั้งช่วยเผยแพร่การบริการของลูกบ้านไปอย่างกว้างขวาง บางแห่งอาจช่วยประสานงานกับสำนักงานการท่องเที่ยวของภาคเอกชนและรัฐบาล โดยคิดค่าบริการ ค่าประสานงานหรือค่าคอมมิชชั่นจากเจ้าของบ้านโดยตกลงกันเป็นหลักการเท่ากันทุกบ้าน สำนักงานปกครอง ท้องถิ่น อบต. หรือเทศบาลตำบล นำเงินค่าบริการที่เรียกเก็บจากเจ้าของบ้านเป็นค่าใช้จ่ายในการประสานงาน เช่น ค่าจัดส่งเอกสารทางไปรษณีย์ ค่าโทรศัพท์ โทรสาร เป็นต้น ดังนั้น การจัดโฮมสเตย์ จึงเป็นธุรกิจบริการในชุมชนเพื่อชุมชนโดยชุมชน เป็นการเพิ่มรายได้ให้กับท้องถิ่น โดยตรง [43]

สำหรับการจัดโฮมสเตย์ ในประเทศไทย นับเป็นการจัดการเชิงธุรกิจ ใน ชุมชน ที่นับเนื่องหรือต่อเนื่องจากการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) การท่องเที่ยวทาง วัฒนธรรม (Cultural Tourism) และการท่องเที่ยวสวนเกษตร (Agrotourism) ที่ผู้จัดรายการนำเที่ยว แต่ละประเภทเป็นฝ่ายผนวก รายการพักค้างแรมในบ้านที่ยินดีเปิดรับบริการ ยังไม่มีการจัดการด้านการตลาด โฮมสเตย์ อย่างเป็นเอกเทศ เชิงธุรกิจโดยชุมชน ดังนั้นคณะกรรมการบริหารชุมชนขนาดเล็ก (อบต. และเทศบาลตำบล) จะต้องจัดแบ่งเจ้าหน้าที่ทำงานเรียนรู้วิธีการจัดการ การให้บริการ พร้อมกันนั้น สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยที่ดูแลพื้นที่ในภูมิภาคต่างๆ ทั่วประเทศ ทำหน้าที่เป็นพี่เลี้ยงเข้าไปประสานงานกับ อบต. และเทศบาลตำบลจัดทำเนียบเจ้าของบ้านผู้ให้บริการ เผยแพร่ข้อมูลออกไปให้กว้างขวาง มีเครือข่ายการบริการรับสมัครนักท่องเที่ยว [43]

ส่วนเจ้าของบ้านที่ประสงค์เข้าร่วมเป็นผู้ให้บริการโฮมสเตย์ จะต้องเรียนรู้และเข้าใจวิธีการให้บริการ ทั้งการจัดที่พักที่มีคุณภาพ (สะอาด สะอาด ปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว) การติดต่อสื่อสาร พูดยสนทนาปราศรัยในภาษาที่เข้าใจกันได้ง่าย และการให้บริการที่เป็นมิตรไมตรี กระบวนการจัดการเช่นนี้ อาจเรียนรู้จากการเข้ารับการฝึกอบรม การแนะนำจากผู้มีประสบการณ์และประสบความสำเร็จมาแล้ว หรือเดินทางไปดูงานจากบ้านที่มีการจัดการที่ดี [43]

ความหมายที่แท้ของคำว่า “โฮมสเตย์” ที่เรียกกันให้เข้าใจง่ายๆ ว่า ที่พักสัมพัทธ์วัฒนธรรมชนบท อาจใช้คำว่า “บ้านพักแรม” แทนความหมายต่างๆ [43]

ในงานวิจัยต่างประเทศที่ได้ศึกษาจากเอกสารต่างๆ นั้นมีประเด็นที่นำมาประกอบในการศึกษาในการวิจัยในครั้งนี้คือ การนำคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตมาใช้ในการประชาสัมพันธ์นั้นจะต้องคำนึงถึงความน่าสนใจกับอินเทอร์เน็ต วิธีการใช้ภาพ การสื่อสาร นอกจากนี้ยังพบว่า อินเทอร์เน็ตสื่อประชาสัมพันธ์ให้ผลดีกับคนและประหยัดเวลา ให้รู้จักใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการติดต่อสื่อสาร

บทที่ 3 วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า

การสร้างเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ ครั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาค้นคว้าตามลำดับขั้นตอนดังนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า
- 3.3 การสร้างเครื่องมือและหาคุณภาพเครื่องมือ
- 3.4 การดำเนินการทดลองและเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากร คือ ผู้ที่มีความสนใจในการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์

3.1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า คือ ผู้ที่มีความสนใจในการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์เลือกแบบเจาะจง จำนวน 52 คนโดยบุคคลเหล่านี้เป็นผู้ที่เดินทางออกต่างจังหวัดเป็นประจำ เพื่อปฏิบัติงานตามหน้าที่ และท่องเที่ยวประจำปีของบริษัทหรือหน่วยงานเป็นประจำทุกปี

3.1.3 การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง แบ่งออกได้ 5 กลุ่ม ดังนี้

3.1.3.1 กลุ่มบุคคลทั่วไป เป็นผู้ประกอบอาชีพอิสระ บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด

3.1.3.2 กลุ่มข้าราชการ เป็นข้าราชการกรมพัฒนาพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน

3.1.3.3 กลุ่มพนักงานรัฐวิสาหกิจ เป็นพนักงานการทำเรือแห่งประเทศไทย

3.1.3.4 กลุ่มสหภาพแรงงาน เป็นตัวแทนสหภาพแรงงานพนักงานการทำเรือแห่งประเทศไทย

3.1.3.5 กลุ่มพนักงานบริษัทเอกชน เป็นพนักงานบริษัท สแกนดิเนเวียลิสซิ่ง จำกัด(มหาชน)

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า

3.2.1 เว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์

3.2.1.1 แบบประเมิน ซึ่งแบบประเมินมี 3 ชุด ดังนี้ คือ

- แบบประเมินคุณภาพเว็บไซต์โดยผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อ
- แบบประเมินคุณภาพเว็บไซต์โดยผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา
- แบบประเมินความคิดเห็นเพื่อการประเมินความพึงพอใจที่มีต่อเว็บไซต์โดยกลุ่มตัวอย่าง

3.3 การสร้างเครื่องมือและหาคุณภาพเครื่องมือ

3.3.1 การออกแบบสร้างเว็บไซต์

การสร้างเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ โดยผู้ศึกษาได้ดำเนินการสร้างและหาคุณภาพและความพึงพอใจของเครื่องมือเป็นขั้นตอนดังนี้ คือ

3.3.1.1 ศึกษาเครื่องมือที่จะนำมาใช้ในการสร้างเว็บไซต์เพื่อหารูปแบบที่มีความเหมาะสม

3.3.1.2 เขียนเค้าโครง (Lay-out) ซึ่งเป็นการเขียนรายละเอียดของเนื้อหาเป็น คำบรรยายและคำอธิบายภาพ การลำดับเนื้อเรื่อง ซึ่งเนื้อหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์มีดังนี้

- เกี่ยวกับโครงการ
- แหล่งท่องเที่ยว
- บริการ
- การเดินทาง
- ติดต่อเรา
- อัลบั้มภาพ
- ห้องสนทนา
- สมุดเยี่ยม

3.3.1.3 ออกแบบหน้าจอแต่ละหน้าของเว็บไซต์ในรูปแบบ Storyboard

3.3.1.4 นำ Storyboard เสนอประธาน กรรมการและผู้เชี่ยวชาญทางด้านเนื้อหาตรวจสอบความถูกต้องของ รูปแบบและความครบถ้วนของข้อมูล

3.3.1.5 สร้างเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ โดยใช้โปรแกรม Macromedia Dreamweaver, Macromedia Flash, Adobe Photoshop, Java Script

3.3.1.6 การตรวจสอบคุณภาพเว็บไซต์

1. การตรวจสอบคุณภาพเว็บไซต์โดยผู้เชี่ยวชาญทางด้านเนื้อหา เป็นผู้มีความรู้ทางด้านข้อมูลของโฮมสเตย์ของแต่ละแห่ง จำนวน 6 ท่าน ดังนี้

- คุณธวัช บุญพิศ ตำแหน่ง ประธานกลุ่มอนุรักษ์บ้านทรงไทยปลายโพงพาง
- คุณสมศรี สาตร์พันธุ์ ตำแหน่ง ประธานชุมชนและผู้จัดกิจกรรมศูนย์วัฒนธรรม

ไทคำ เขาย้อย

- คุณสุธา สุทธิ ตำแหน่ง เลขานุการประสานงานบ้านคีรีวง
- คุณสำเริง ราเขต ตำแหน่ง ฝ่ายติดต่อประสานงานชมรมการท่องเที่ยวเชิง

อนุรักษ์โดยชุมชนเกาะขาวน้อย

- คุณประดิษฐ์ สุมณฑา ตำแหน่ง ประธานกลุ่มทำด้านโฮมสเตย์
- คุณมะเอ นิ่มนวล ตำแหน่ง ผู้ใหญ่บ้านหมู่บ้านทะเลนอก

2. การตรวจสอบคุณภาพเว็บไซต์ โดยผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อ เป็นผู้มีความรู้ทางด้านเว็บไซต์และสื่อในการประชาสัมพันธ์ จบการศึกษาระดับปริญญาโทขึ้นไป จำนวน 2 ท่าน ดังนี้

- อ.สุรพล บุญลือ จบการศึกษาระดับปริญญาโท การศึกษามหาบัณฑิต เป็นอาจารย์ประจำภาควิชาครุศาสตร์เทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

- อ.สรกฤต มณีวรรณ จบการศึกษาระดับปริญญาโท ครุศาสตร์มหาบัณฑิต เป็นอาจารย์ประจำภาควิชาครุศาสตร์เทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

3. ผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้มีความรู้ ความชำนาญ เป็นผู้ตรวจหาคุณภาพเว็บไซต์ โดยนำข้อมูลจากแบบประเมินคุณภาพที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญไปวิเคราะห์ผล สรุปผล แล้วนำไปปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ

3.3.1.7 ปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องของเว็บไซต์ตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ

3.3.1.8 นำเว็บไซต์ไปทดลองและประเมินหาคุณภาพกับกลุ่มทดลอง จำนวน 52 คน พร้อมกับเก็บรวบรวมข้อมูลนำมาวิเคราะห์ผล สรุปประเมินผลอภิปรายผลต่อไป

3.4 การสร้างแบบประเมินคุณภาพ

3.4.1 แบบประเมินคุณภาพของผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อ

ลักษณะของแบบประเมินคุณภาพสำหรับผู้เชี่ยวชาญซึ่งเนื้อหาที่นำมาประเมิน โดยผู้ศึกษามีดังนี้

1. พิจารณาประเมินในส่วนของภาพ
2. พิจารณาประเมินในส่วนของตัวอักษร
3. พิจารณาประเมินในส่วนของโปรแกรม
4. พิจารณาประเมินในส่วนของเนื้อหา

3.4.2 แบบประเมินคุณภาพของผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา

ลักษณะของแบบประเมินคุณภาพสำหรับผู้เชี่ยวชาญซึ่งเนื้อหาที่นำมาประเมิน โดยผู้ศึกษามีดังนี้

1. พิจารณาประเมินในส่วนของความถูกต้อง
2. พิจารณาประเมินในส่วนของภาพ
3. พิจารณาประเมินในส่วนของเนื้อหา

3.4.3 แบบประเมินคุณภาพของกลุ่มทดลอง

ลักษณะของแบบประเมินความคิดเห็น เป็นแบบคำถามประเมินที่ใช้สำหรับกลุ่มทดลองโดยเนื้อหาที่ใช้ประเมินประกอบด้วย

1. พิจารณาประเมินในส่วนของภาพ
2. พิจารณาประเมินในส่วนของตัวอักษร
3. พิจารณาประเมินในส่วนของโปรแกรม
4. พิจารณาประเมินในส่วนของเนื้อหา
5. พิจารณาประเมินในส่วนการประชาสัมพันธ์

3.4.4 การสร้างแบบประเมินคุณภาพของผู้เชี่ยวชาญและของกลุ่มทดลอง ผู้ศึกษาค้นคว้าได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

3.4.4.1 กำหนดโครงสร้างของตัวชี้วัดที่ต้องการจะวัด

3.4.4.2 เลือกชนิดและรูปแบบคำถาม

3.4.4.3 เขียนข้อคำถามที่ต้องการจะวัดให้ครอบคลุมกับเนื้อหาที่ต้องการวัด

3.4.4.4 เรียงข้อคำถามและจัดรูปแบบให้ง่ายและสะดวกต่อการตอบ

3.4.4.5 ตรวจสอบแก้ไขข้อผิดพลาดในความเรียบร้อยของข้อคำถาม

3.4.4.6 นำชุดคำถามไปตรวจสอบ โดยประธานวิทยานิพนธ์

3.4.4.7 นำชุดคำถามของแบบประเมินมาปรับปรุงแก้ไขตามที่คุณผู้เชี่ยวชาญเสนอแนะ

3.4.5 แบบประเมินคุณภาพที่ใช้

คือแบบประเมินค่าประเภทที่ไม่มีเกณฑ์เปรียบเทียบให้ ซึ่งเป็นแบบประเมินค่าแบบกำหนดคำตอบ เป็น ข้อความ โดยใช้แบบประเมินค่า (Rating Scale) ซึ่งกำหนดค่าคะแนนเป็น 5 ระดับ ตามวิธีของลิเคิร์ต (R.A. Likert) โดยมีค่าคะแนนความคิดเห็นดังนี้

มากที่สุด	=	5	คะแนน
มาก	=	4	คะแนน
ปานกลาง	=	3	คะแนน
น้อย	=	2	คะแนน
น้อยที่สุด	=	1	คะแนน

เกณฑ์การแปลความหมายข้อมูลที่สำคัญต่าง ๆ ดังนี้

1. ด้านคุณภาพ

4.50 – 5.00	แปลว่า เว็บไซต์การประชาสัมพันธ์มีคุณภาพดีมาก
3.50 – 4.49	แปลว่า เว็บไซต์การประชาสัมพันธ์มีคุณภาพดี
2.50 – 3.49	แปลว่า เว็บไซต์การประชาสัมพันธ์มีคุณภาพปานกลาง
1.50 – 2.49	แปลว่า เว็บไซต์การประชาสัมพันธ์มีคุณภาพต่ำ
1.00 – 1.49	แปลว่า เว็บไซต์การประชาสัมพันธ์มีคุณภาพต้องปรับปรุงแก้ไข

และเกณฑ์ที่ยอมรับได้อยู่ที่ระดับ 3.50 ขึ้นไป ซึ่งแสดงถึงเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์มีคุณภาพดี

2. ด้านความพึงพอใจ

4.50 – 5.00	แปลว่า มีความพึงพอใจต่อเว็บไซต์การประชาสัมพันธ์ในระดับดีมาก
3.50 – 4.49	แปลว่า มีความพึงพอใจต่อเว็บไซต์การประชาสัมพันธ์ในระดับดี
2.50 – 3.49	แปลว่า มีความพึงพอใจต่อเว็บไซต์การประชาสัมพันธ์ในระดับปานกลาง
1.50 – 2.49	แปลว่า มีความพึงพอใจต่อเว็บไซต์การประชาสัมพันธ์ในระดับต่ำ
1.00 – 1.49	แปลว่า มีความพึงพอใจต่อเว็บไซต์การประชาสัมพันธ์ในระดับต้องปรับปรุงแก้ไข

ปรับปรุงแก้ไข

และเกณฑ์ที่ยอมรับได้อยู่ที่ระดับ 3.50 ขึ้นไป ซึ่งแสดงถึงมีความพึงพอใจต่อเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ดี

3.5 การทดลองและเก็บรวบรวมข้อมูล

การทดลองและเก็บรวบรวมข้อมูลผู้ศึกษาดำเนินการทดลองตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

นำเว็บไซต์ที่สร้างขึ้นไปทดลองใช้กับกลุ่มทดลอง จำนวน 52 คน พร้อมเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบประเมินความคิดเห็นที่ได้จากกลุ่มทดลอง จากนั้นนำผลการประเมินไปปรับปรุงแก้ไขเว็บไซต์ต่อไป จากนั้นนำผลการประเมินไปวิเคราะห์ผล ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (\bar{x}) และหาค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อสรุปผลและอภิปรายผลต่อไป

3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผล ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้จากแบบประเมินคุณภาพโดยผู้เชี่ยวชาญและข้อมูลจากแบบประเมินความคิดเห็นที่ได้จากผลการทดลองของกลุ่มทดลอง มาวิเคราะห์ผลหาคุณภาพ/ความพึงพอใจของเว็บไซต์ด้วยวิธีทางสถิติ ดังต่อไปนี้

3.6.1 หาค่าเฉลี่ยเลขคณิต [45]

$$\bar{x} = \frac{\sum fx}{N}$$

3.6.2 หาค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน [45]

$$SD = \sqrt{\frac{\sum x^2}{N} - \left[\frac{\sum x}{N} \right]^2}$$

บทที่ 4 ผลของการวิจัย

ผลการสำรวจความคิดเห็นเพื่อประเมินคุณภาพ สำหรับการสร้างเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ “กรณีศึกษาภาคกลางและภาคใต้” เป็นการสำรวจความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง 3 กลุ่ม คือ

กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อ	จำนวน	2	คน
กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา	จำนวน	6	คน
กลุ่มทดลองใช้เว็บไซต์	จำนวน	52	คน

โดยใช้แบบประเมินทั้งหมด 3 ชุด ที่แตกต่างกัน การนำเสนอניתได้แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการประเมินคุณภาพจากผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อ ที่มีต่อเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ โดยนำเสนอเป็น ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตอนที่ 2 ผลการประเมินคุณภาพจากผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา ที่มีต่อเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ โดยนำเสนอเป็น ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตอนที่ 3 ผลการประเมินความพึงพอใจจากกลุ่มตัวอย่าง ที่มีต่อเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ โดยนำเสนอเป็น ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

รายละเอียดของการวิเคราะห์จะนำเสนอด้วยตารางที่แสดงให้เห็นถึงผลการวิเคราะห์ข้อมูล และการตีความหมายของข้อมูลที่ได้จากตารางเฉพาะบางประเด็นที่สำคัญและเกี่ยวข้องกับเนื้อหาของผลการวิจัยดังนี้

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 ผลการประเมินคุณภาพจากผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อ ที่มีต่อเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ โดยนำเสนอเป็น ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตารางที่ 4.1 คุณภาพของเว็บไซต์ในส่วนของภาพ จากการประเมินของผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อ

ส่วนของภาพ	\bar{x}	S.D.	ระดับคุณภาพ
1. ความเหมาะสมของกราฟิกและภาพเคลื่อนไหวที่ใช้ประกอบ	4.00	.00	ดี
2. ลักษณะของสีและความน่าสนใจของภาพที่ใช้ประกอบ	4.00	.00	ดี
3. สี พื้นหลังของเว็บเพจ	4.00	.00	ดี
4. ขนาดความสมดุลของภาพกับหน้าจอ	4.00	.00	ดี
5. ระยะเวลาในการปรากฏของภาพ	4.00	.00	ดี
รวม	4.00	.00	ดี

จากตารางที่ 4.1 แสดงให้เห็นว่าเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ มีความเหมาะสมในส่วนของภาพ อยู่ในระดับดี (ค่าเฉลี่ย 4.00) เมื่อพิจารณาแต่ละรายการพบว่า ความเหมาะสมของกราฟิกและภาพเคลื่อนไหวที่ใช้ประกอบ ลักษณะของสีและความน่าสนใจของภาพที่ใช้ประกอบ สี พื้นหลังของเว็บเพจ ขนาดความสมดุลของภาพกับหน้าจอ ตลอดจนระยะเวลาในการปรากฏของภาพอยู่ในระดับดี คุณภาพในส่วนของภาพทุกรายการเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด

ตารางที่ 4.2 คุณภาพของเว็บไซต์ในส่วนของตัวอักษร จากการประเมินของผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อ

ส่วนของตัวอักษร	\bar{x}	S.D.	ระดับคุณภาพ
1. รูปแบบของตัวอักษรที่ใช้ในการนำเสนอ	4.00	.00	ดี
2. ขนาดของตัวอักษรที่ใช้ในการนำเสนอ	4.00	.00	ดี
3. การใช้สีของตัวอักษร	4.00	.00	ดี
4. ความหนาแน่นของข้อความในแต่ละหน้า	4.00	.00	ดี
5. ความเด่นชัดของหัวข้อหรือส่วนที่เน้นความสำคัญ	4.00	.00	ดี
รวม	4.00	.00	ดี

จากตารางที่ 4.2 แสดงให้เห็นว่าเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ มีความเหมาะสมในส่วนของตัวอักษร อยู่ในระดับดี (ค่าเฉลี่ย 4.00) เมื่อพิจารณาแต่ละรายการพบว่า รูปแบบของตัวอักษรที่ใช้ในการนำเสนอ ขนาดของตัวอักษรที่ใช้ในการนำเสนอ การใช้สีของตัวอักษร ความ

หนาแน่นของข้อความในแต่ละหน้า ตลอดจนความเด่นชัดของหัวข้อหรือส่วนที่เน้นความสำคัญอยู่ในระดับดี คุณภาพในส่วนของตัวอักษรทุกรายการเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด

ตารางที่ 4.3 คุณภาพของเว็บไซต์ในส่วนของโปรแกรม จากการประเมินของผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อ

ส่วนของโปรแกรม	\bar{x}	S.D.	ระดับคุณภาพ
1. ความเหมาะสมของการออกแบบการเชื่อมโยง (Hyper link)	4.00	.00	ดี
2. ความสมบูรณ์ของการเชื่อมโยงภาพและตัวอักษร (Hyper link)	3.00	.00	ปานกลาง
3. การออกแบบให้มีความน่าสนใจชวนติดตาม	4.00	.00	ดี
4. ปฏิสัมพันธ์ที่มีต่อผู้ใช้งาน	3.50	.71	ดี
5. การเข้าถึงข้อมูล	4.00	.00	ดี
รวม	3.70	.14	ดี

จากตารางที่ 4.3 แสดงให้เห็นว่าเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ มีความเหมาะสมในส่วนของโปรแกรม อยู่ในระดับดี (ค่าเฉลี่ย 4.00) เมื่อพิจารณาแต่ละรายการพบว่า ความสมบูรณ์ของการเชื่อมโยงภาพและตัวอักษร อยู่ในระดับปานกลาง ความเหมาะสมของการออกแบบการเชื่อมโยง การออกแบบให้มีความน่าสนใจชวนติดตาม ปฏิสัมพันธ์ที่มีต่อผู้ใช้งาน ตลอดจนการเข้าถึงข้อมูลอยู่ในระดับดี

ตารางที่ 4.4 คุณภาพของเว็บไซต์ในส่วนของเนื้อหา จากการประเมินของผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อ

ส่วนของเนื้อหา	\bar{x}	S.D.	ระดับคุณภาพ
1. ความเหมาะสมของเนื้อหากับภาพประกอบ	4.50	.71	ดีมาก
2. ความน่าสนใจในการนำเสนอเนื้อหา	4.00	.00	ดี
3. ปริมาณของเนื้อหาในแต่ละหน้า	4.50	.71	ดีมาก
4. การจัดเนื้อหาสอดคล้องกับประเภทของหัวข้อ	4.00	.00	ดี
5. ความสมบูรณ์ของเนื้อหา	4.00	.00	ดี
รวม	4.20	.28	ดี

จากตารางที่ 4.4 แสดงให้เห็นว่าเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ มีความเหมาะสมในส่วนของเนื้อหา อยู่ในระดับดี (ค่าเฉลี่ย 4.20) เมื่อพิจารณาแต่ละรายการพบว่า ความน่าสนใจในการนำเสนอเนื้อหา การจัดเนื้อหาสอดคล้องกับประเภทของหัวข้อ ความสมบูรณ์ของเนื้อหา

อยู่ในระดับดี ตลอดจนความเหมาะสมของเนื้อหากับภาพประกอบ และปริมาณของเนื้อหาในแต่ละหน้า อยู่ในระดับดีมาก คุณภาพในส่วนของเนื้อหา ทุกรายการเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด

ตอนที่ 2 ผลการประเมินคุณภาพจากผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา ที่มีต่อเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ โดยนำเสนอเป็น ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตารางที่ 4.5 คุณภาพของเว็บไซต์ในส่วนของความถูกต้อง จากการประเมินของผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา

ส่วนของความถูกต้อง	\bar{x}	S.D.	ระดับคุณภาพ
1. ความสอดคล้องระหว่างเนื้อหากับประเภทหัวข้อ	4.67	.52	ดีมาก
2. ความถูกต้องของการจัดลำดับของเนื้อหา	4.50	.55	ดีมาก
3. ความถูกต้องของคำศัพท์หรือภาษาท้องถิ่น	4.50	.84	ดีมาก
4. การนำเสนอเรื่องหลักของสถานที่	4.17	1.60	ดี
5. การนำเสนอเรื่องย่อยของสถานที่	4.17	.75	ดี
รวม	4.40	.58	ดี

จากตารางที่ 4.5 แสดงให้เห็นว่าเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ มีความเหมาะสมในส่วนของความถูกต้อง อยู่ในระดับดี (ค่าเฉลี่ย 4.40) เมื่อพิจารณาแต่ละรายการพบว่า ความสอดคล้องระหว่างเนื้อหากับประเภทหัวข้อ ความถูกต้องของการจัดลำดับของเนื้อหา ความถูกต้องของคำศัพท์หรือภาษาท้องถิ่น อยู่ในระดับดีมากตามลำดับ ตลอดจนการนำเสนอเรื่องหลักของสถานที่ การนำเสนอเรื่องย่อยของสถานที่ อยู่ในระดับดี คุณภาพในส่วนของความถูกต้อง ทุกรายการเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด

ตารางที่ 4.6 คุณภาพของเว็บไซต์ในส่วนของภาพ จากการประเมินของผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา

ส่วนของภาพ	\bar{x}	S.D.	ระดับคุณภาพ
1. ภาพประกอบเหมาะสมกับเนื้อหา	4.17	.75	ดี
2. ภาพประกอบสามารถสื่อความหมายได้ชัดเจน	4.17	.75	ดี
3. ความน่าสนใจชวนให้ติดตาม	4.17	.75	ดี
4. การจัดวางภาพในแต่ละหน้า	4.00	.89	ดี
5. ความเหมาะสมของขนาดภาพประกอบ	4.17	.98	ดี
รวม	4.13	.53	ดี

จากตารางที่ 4.6 แสดงให้เห็นว่าเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ มีความเหมาะสมในส่วนของภาพ อยู่ในระดับดี (ค่าเฉลี่ย 4.13) เมื่อพิจารณาแต่ละรายการพบว่า ภาพประกอบเหมาะสมกับเนื้อหา ภาพประกอบสามารถสื่อความหมายได้ชัดเจน ความน่าสนใจชวนให้ติดตาม การจัดวางภาพในแต่ละหน้า ตลอดจนความเหมาะสมของขนาดภาพประกอบ อยู่ในระดับดี คุณภาพในส่วนของภาพ ทุกรายการเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด

ตารางที่ 4.7 คุณภาพของเว็บไซต์ในส่วนของเนื้อหา จากการประเมินของผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา

ส่วนของเนื้อหา	\bar{x}	S.D.	ระดับคุณภาพ
1. ความน่าสนใจในการนำเสนอเนื้อหา เช่น (เทคนิคการนำเสนอเนื้อหา)	3.83	1.60	ดี
2. ปริมาณของเนื้อหาในแต่ละหน้า	4.17	.41	ดี
3. ลำดับขั้นในการนำเสนอเนื้อหามีความต่อเนื่อง	4.50	.55	ดีมาก
4. ความถูกต้องของเนื้อหา	4.00	.63	ดี
5. ความสมบูรณ์ของเนื้อหา	4.17	.41	ดี
รวม	4.13	.53	ดี

จากตารางที่ 4.7 แสดงให้เห็นว่าเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ มีความเหมาะสมในส่วนของเนื้อหา อยู่ในระดับดี (ค่าเฉลี่ย 4.13) เมื่อพิจารณาแต่ละรายการพบว่า ลำดับขั้นในการนำเสนอเนื้อหาที่มีความต่อเนื่อง อยู่ในระดับดีมาก ตลอดจนความน่าสนใจในการนำเสนอเนื้อหา ปริมาณของเนื้อหาในแต่ละหน้า ความถูกต้องของเนื้อหา ความสมบูรณ์ของเนื้อหา อยู่ในระดับดี ตามลำดับ คุณภาพในส่วนของเนื้อหา ทุกรายการเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด

ตอนที่ 3 ผลการประเมินความพึงพอใจจากกลุ่มตัวอย่าง ที่มีต่อเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ โดยนำเสนอเป็น ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตารางที่ 4.8 ความพึงพอใจที่มีต่อของเว็บไซต์ในส่วนของภาพ จากการประเมินของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนของภาพ	\bar{x}	S.D.	ระดับ ความพึงพอใจ
1. ความเหมาะสมของกราฟิกและภาพเคลื่อนไหวที่ใช้ประกอบ	4.10	.60	ดี
2. ลักษณะของสีและความน่าสนใจของภาพที่ใช้ประกอบ	4.00	.79	ดี
3. สี พื้นหลังของเว็บเพจ	3.73	.72	ดี
4. ขนาดความสมดุลของภาพกับหน้าจอ	3.58	.72	ดี
5. ระยะเวลาในการปรากฏของภาพ	3.94	.61	ดี
รวม	3.87	.47	ดี

จากตารางที่ 4.8 แสดงให้เห็นว่าเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ มีความเหมาะสมในส่วนของภาพ อยู่ในระดับดี (ค่าเฉลี่ย 3.87) เมื่อพิจารณาแต่ละรายการพบว่า ความเหมาะสมของกราฟิกและภาพเคลื่อนไหวที่ใช้ประกอบ ลักษณะของสีและความน่าสนใจของภาพที่ใช้ประกอบ สี พื้นหลังของเว็บเพจ ขนาดความสมดุลของภาพกับหน้าจอ ตลอดจนระยะเวลาในการปรากฏของภาพ อยู่ในระดับดี ตามลำดับ ความพึงพอใจในส่วนเนื้อหาของเนื้อหา ทุกรายการเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด

ตารางที่ 4.9 ความพึงพอใจที่มีต่อของเว็บไซต์ในส่วนของตัวอักษร จากการประเมินของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนของตัวอักษร	\bar{x}	S.D.	ระดับ ความพึงพอใจ
1. รูปแบบของตัวอักษรที่ใช้ในการนำเสนอ	3.88	.73	ดี
2. ขนาดของตัวอักษรที่ใช้ในการนำเสนอ	3.71	.80	ดี
3. การใช้สีของตัวอักษร	3.71	.82	ดี
4. ความหนาแน่นของข้อความในแต่ละหน้า	3.75	.68	ดี
5. ความเด่นชัดของหัวข้อหรือส่วนที่เน้นความสำคัญ	3.88	.76	ดี
รวม	3.79	.56	ดี

จากตารางที่ 4.9 แสดงให้เห็นว่าเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ มีความเหมาะสมในส่วนของตัวอักษร อยู่ในระดับดี (ค่าเฉลี่ย 3.79) เมื่อพิจารณาแต่ละรายการพบว่า รูปแบบของตัวอักษรที่ใช้ในการนำเสนอ ขนาดของตัวอักษรที่ใช้ในการนำเสนอ การใช้สีของตัวอักษร ความ

หนาแน่นของข้อความในแต่ละหน้า ตลอดจนความเด่นชัดของหัวข้อหรือส่วนที่เน้นความสำคัญ อยู่ในระดับดี ตามลำดับ ความพึงพอใจในส่วนของตัวอักษร ทุกรายการเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด

ตารางที่ 4.10 ความพึงพอใจที่มีต่อของเว็บไซต์ในส่วนของโปรแกรม จากการประเมินของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนของโปรแกรม	\bar{x}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ความเหมาะสมของการออกแบบการเชื่อมโยง (Hyper link)	4.02	.61	ดี
2. ความสมบูรณ์ของการเชื่อมโยงภาพและตัวอักษร (Hyper link)	3.87	.82	ดี
3. การออกแบบให้มีความน่าสนใจชวนติดตาม	3.94	.85	ดี
4. ปฏิสัมพันธ์ที่มีต่อผู้ใช้งาน	3.83	.71	ดี
5. การเข้าถึงข้อมูล	4.08	.71	ดี
รวม	3.95	.60	ดี

จากตารางที่ 4.10 แสดงให้เห็นว่าเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ มีความเหมาะสมในส่วนของโปรแกรม อยู่ในระดับดี (ค่าเฉลี่ย 3.95) เมื่อพิจารณาแต่ละรายการพบว่า ความเหมาะสมของการออกแบบการเชื่อมโยง ความสมบูรณ์ของการเชื่อมโยงภาพและตัวอักษร การออกแบบให้มีความน่าสนใจชวนติดตาม ปฏิสัมพันธ์ที่มีต่อผู้ใช้งาน ตลอดจนการเข้าถึงข้อมูล อยู่ในระดับดี ตามลำดับ ความพึงพอใจในส่วนของโปรแกรม ทุกรายการเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด

ตารางที่ 4.11 ความพึงพอใจที่มีต่อของเว็บไซต์ในส่วนของเนื้อหา จากการประเมินของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนของเนื้อหา	\bar{x}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ความเหมาะสมของเนื้อหากับภาพประกอบ	4.08	.76	ดี
2. ความน่าสนใจในการนำเสนอเนื้อหา	3.88	.76	ดี
3. ปริมาณของเนื้อหาในแต่ละหน้า	3.98	.67	ดี
4. การจัดเนื้อหาสอดคล้องกับประเภทของหัวข้อ	4.08	.68	ดี
5. ความสมบูรณ์ของเนื้อหา	3.94	.67	ดี
รวม	3.99	.56	ดี

จากตารางที่ 4.11 แสดงให้เห็นว่าเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ มีความเหมาะสมในส่วนของเนื้อหา อยู่ในระดับดี (ค่าเฉลี่ย 3.99) เมื่อพิจารณาแต่ละรายการพบว่า ความเหมาะสมของเนื้อหากับภาพประกอบ ความน่าสนใจในการนำเสนอเนื้อหา ปริมาณของเนื้อหาในแต่ละหน้า การจัดเนื้อหาสอดคล้องกับประเภทของหัวข้อ ตลอดจนความสมบูรณ์ของเนื้อหา อยู่ในระดับดี ตามลำดับ ความพึงพอใจในส่วนของเนื้อหา ทุกรายการเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด

ตารางที่ 4.12 ความพึงพอใจที่มีต่อเว็บไซต์ในส่วนของประชาสัมพันธ์ จากการประเมินของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนของประชาสัมพันธ์	\bar{x}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. เว็บไซต์เป็นสื่อกระตุ้นให้เกิดความสนใจในการท่องเที่ยว	4.37	.60	ดี
2. เว็บไซต์เป็นสื่อที่ทำให้เกิดความเข้าใจในการท่องเที่ยวที่ถูกต้อง	4.17	.58	ดี
3. ภาพประกอบและเนื้อหามีความสอดคล้องกันมีส่วนในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยว	4.15	.70	ดี
4. หัวข้อข่าวสารการท่องเที่ยวมีความน่าสนใจชวนให้ติดตาม	4.06	.70	ดี
5. การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวทางเว็บไซต์ เป็นหนึ่งในทางเลือกรับข้อมูลการท่องเที่ยวได้	4.23	.61	ดี
รวม	4.20	.49	ดี

จากตารางที่ 4.12 แสดงให้เห็นว่าเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ มีความเหมาะสมในส่วนของประชาสัมพันธ์ อยู่ในระดับดี (ค่าเฉลี่ย 4.20) เมื่อพิจารณาแต่ละรายการพบว่า เว็บไซต์เป็นสื่อกระตุ้นให้เกิดความสนใจในการท่องเที่ยว เว็บไซต์เป็นสื่อที่ทำให้เกิดความเข้าใจในการท่องเที่ยวที่ถูกต้อง ภาพประกอบและเนื้อหามีความสอดคล้องกันมีส่วนในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยว หัวข้อข่าวสารการท่องเที่ยวมีความน่าสนใจชวนให้ติดตาม ตลอดจนการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวทางเว็บไซต์ เป็นหนึ่งในทางเลือกรับข้อมูลการท่องเที่ยวได้ อยู่ในระดับดี ตามลำดับ ความพึงพอใจในส่วนของประชาสัมพันธ์ ทุกรายการเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด

ตารางที่ 4.13 ค่าเฉลี่ยรวมของความพึงพอใจที่มีต่อของเว็บไซต์ จากการประเมิน โดยกลุ่มตัวอย่าง

รวมส่วนของความพึงพอใจ	\bar{x}	ระดับความพึงพอใจ
1. ส่วนของภาพ	3.87	ดี
2. ส่วนของตัวอักษร	3.79	ดี
3. ส่วนของโปรแกรม	3.95	ดี
4. ส่วนของเนื้อหา	3.99	ดี
5. ส่วนของประชาสัมพันธ์	4.20	ดี
รวม	3.96	ดี

จากตารางที่ 4.13 แสดงให้เห็นว่าเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ มีความเหมาะสมในส่วนความพึงพอใจที่มีต่อของเว็บไซต์ จากการประเมินของกลุ่มตัวอย่าง อยู่ในระดับดี (ค่าเฉลี่ย 3.96) เมื่อพิจารณาแต่ละรายการพบว่า ส่วนของภาพ ส่วนของตัวอักษร ส่วนของโปรแกรม ส่วนของเนื้อหา ส่วนของประชาสัมพันธ์ อยู่ในระดับดี ตามลำดับ ทุกรายการเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด

บทที่ 5 สรุป วิจารณ์และเสนอแนะ

5.1 ที่มาของการศึกษาค้นคว้า

ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในประเทศไทยยังไม่แพร่หลายนัก อีกทั้งการจัดทำเว็บไซต์ก็ยังมีรายละเอียดในแต่ละสถานที่น้อยมาก และยังไม่สามารถเข้าถึงแหล่งวัฒนธรรมที่แท้จริง อันเป็นธรรมชาติของชุมชนนั้นๆ ได้ การโฆษณาประชาสัมพันธ์เป็นสิ่งที่สำคัญที่จะทำให้คนรู้จักการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ได้มากขึ้น การจัดทำเว็บไซต์จึงเป็นทางเลือกหนึ่งที่สามารถทำให้ผู้คนที่รู้จักการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ได้

5.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

5.2.1 เพื่อสร้างเว็บไซต์ที่มีคุณภาพเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์

5.2.2 เพื่อหาคุณภาพและความพึงพอใจ ของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์

5.3 ขอบเขตของการศึกษาค้นคว้า

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มุ่งสร้างและศึกษาคุณภาพและความพึงพอใจของเว็บไซต์ เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในประเทศไทย

5.3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

5.3.1.1 ประชากร คือ ผู้ที่มีความสนใจในการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์

5.3.1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า คือ ผู้ที่มีความสนใจในการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์เลือกแบบเจาะจง จำนวน 52 คน

5.3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ

5.3.2.1 เว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์

5.3.2.2 แบบประเมิน ซึ่งแบบประเมินมี 3 ชุด ดังนี้ คือ

- แบบประเมินคุณภาพเว็บไซต์โดยผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อ

- แบบประเมินคุณภาพเว็บไซต์โดยผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา
- แบบประเมินความคิดเห็นเพื่อการประเมินความพึงพอใจที่มีต่อเว็บไซต์โดยกลุ่มตัวอย่าง

อย่าง

5.3.3 ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วย

5.3.3.1 ตัวแปรต้น คือ เว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์

5.3.3.2 ตัวแปรตาม แบ่งออกเป็น

- คุณภาพของเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์
- ความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์

แบบโฮมสเตย์

5.3.4 โปรแกรมที่ใช้ในการสร้างเว็บไซต์

โปรแกรมที่ใช้ในการสร้างเว็บไซต์ เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ คือ Macromedia Dreamweaver, Macromedia Flash, Adobe Photoshop, Java Script

5.4 การดำเนินการทดลอง

ในการสร้างเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ ผู้วิจัยได้ทำวิจัย ควบคุมการทดลองและเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง ในการทำวิจัยได้ดำเนินการทดลองตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

5.4.1 นำเว็บไซต์ที่สร้างขึ้น ไปตรวจคุณภาพเว็บไซต์ โดยผู้เชี่ยวชาญทางด้านเนื้อหา เป็นผู้ที่มีความรู้ ทางด้านข้อมูลของโฮมสเตย์แต่ละแห่ง และมีผู้จบการศึกษาระดับปริญญาโทขึ้นไป จำนวน 2 ท่าน เป็นผู้เชี่ยวชาญทางด้านสื่อซึ่งเป็นผู้ที่มีความรู้ความชำนาญทางด้านคอมพิวเตอร์ เป็นผู้ตรวจคุณภาพเว็บไซต์ โดยนำข้อมูลจากแบบประเมินคุณภาพที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญไปวิเคราะห์ผล สรุปผล แล้วนำไปปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ

5.4.2 นำเว็บไซต์ที่ปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ ไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 52 คน พร้อมเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบประเมินความคิดเห็นที่ได้จากกลุ่มตัวอย่าง จากนั้นนำผลการประเมินเพื่อหาความพึงพอใจ

5.4.3 นำผลของแบบประเมินคุณภาพและความพึงพอใจ มาวิเคราะห์ผล ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (\bar{x}) และหาค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยใช้แบบสอบถามมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ซึ่งกำหนดค่าคะแนนเป็น 5 ระดับ ตามวิธีของลิเคิร์ต (R.A. Likert)

5.4.4 ได้เว็บไซต์ที่มีคุณภาพและใช้เป็นสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์

5.5 ผลการศึกษาค้นคว้า

5.5.1 คุณภาพของเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์จากการประเมินของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อ เป็นไปตามเกณฑ์ในแต่ละด้าน ดังนี้

5.5.1.1 คุณภาพของเว็บไซต์ในส่วนของภาพ จากการประเมินของผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อ อยู่ในระดับดี (ค่าเฉลี่ย 4.00)

5.5.1.2 คุณภาพของเว็บไซต์ในส่วนของตัวอักษร จากการประเมินของผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อ อยู่ในระดับดี (ค่าเฉลี่ย 4.00)

5.5.1.3 คุณภาพของเว็บไซต์ในส่วนของโปรแกรม จากการประเมินของผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อ อยู่ในระดับดี (ค่าเฉลี่ย 3.70)

5.5.1.4 คุณภาพของเว็บไซต์ในส่วนของเนื้อหา จากการประเมินของผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อ อยู่ในระดับดี (ค่าเฉลี่ย 4.20)

5.5.2 คุณภาพของเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์จากการประเมินของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา เป็นไปตามเกณฑ์ในแต่ละด้าน ดังนี้

5.5.2.1 คุณภาพของเว็บไซต์ในส่วนของความถูกต้อง จากการประเมินของผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา อยู่ในระดับดี (ค่าเฉลี่ย 4.40)

5.5.2.2 คุณภาพของเว็บไซต์ในส่วนของภาพ จากการประเมินของผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา อยู่ในระดับดี (ค่าเฉลี่ย 4.13)

5.5.2.3 คุณภาพของเว็บไซต์ในส่วนของเนื้อหา จากการประเมินของผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา อยู่ในระดับดี (ค่าเฉลี่ย 4.13)

5.5.3 ความพึงพอใจที่มีต่อเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์จากการประเมินของกลุ่มตัวอย่าง เป็นไปตามเกณฑ์ในแต่ละด้าน ดังนี้

5.5.3.1 ความพึงพอใจที่มีต่อของเว็บไซต์ในส่วนของภาพ จากการประเมินของกลุ่มตัวอย่าง อยู่ในระดับดี (ค่าเฉลี่ย 3.87)

5.5.3.2 ความพึงพอใจที่มีต่อของเว็บไซต์ในส่วนของตัวอักษร จากการประเมินของกลุ่มตัวอย่าง อยู่ในระดับดี (ค่าเฉลี่ย 3.79)

5.5.3.3 ความพึงพอใจที่มีต่อของเว็บไซต์ในส่วนของโปรแกรม จากการประเมินของกลุ่มตัวอย่าง อยู่ในระดับดี (ค่าเฉลี่ย 3.95)

5.5.3.4 ความพึงพอใจที่มีต่อของเว็บไซต์ในส่วนของเนื้อหา จากการประเมินของกลุ่มตัวอย่าง อยู่ในระดับดี (ค่าเฉลี่ย 3.99)

5.5.3.5 ความพึงพอใจที่มีต่อของเว็บไซต์ในส่วนของประชาสัมพันธ์ จากการประเมินของกลุ่มตัวอย่าง อยู่ในระดับดี (ค่าเฉลี่ย 4.20)

5.6 อภิปรายผล

จากการประเมินคุณภาพของผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อ และผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาทั้งสองด้านที่ได้ประเมินคุณภาพของเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์แล้ว มีความเห็นว่ามีคุณภาพอยู่ในขั้นดี โดยเฉพาะส่วนของรายละเอียดความถูกต้องในเนื้อหา ซึ่งได้แสดงไว้ในเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์นั้น มีรายละเอียดปลีกย่อยในแต่ละหัวข้อในเรื่อง สีพื้น ขนาด สีและสัญลักษณ์ของตัวอักษรมีความเหมาะสม และจากการประเมินผลของกลุ่มตัวอย่าง ด้านความพึงพอใจในส่วนของประชาสัมพันธ์อยู่ในขั้นดี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เชน และเซวี่ (Chen and Zhzo) [41] ที่พบว่า การสร้าง WWW นั้น จะต้องมีลักษณะที่มีปฏิสัมพันธ์ซึ่งกันและกันระหว่างผู้ใช้กับฐานข้อมูล ข้อมูลบน WWW ได้อย่างสะดวกโดยไม่จำเป็นต้องมีภาษาที่ยากต่อความเข้าใจ การเครือข่ายอินเทอร์เน็ตสำหรับงานด้านต่างๆ เช่น การประชาสัมพันธ์ การสืบค้นข้อมูลในด้านต่างๆ มีความสะดวก เป็นสิ่งเร้าความสนใจได้มาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ฉันทพิริย์พันธ์ และคณะ [34] ที่พบว่าปัจจัยที่มีผลกระทบความต้องการซื้อสินค้าหรือบริการผ่านอินเทอร์เน็ต

พบว่าหลายส่วน คือส่วนที่เกี่ยวกับภาพลักษณ์ของสินค้าหรือบริการรวมวิธีชำระเงิน ส่วนที่เกี่ยวกับคุณสมบัติประโยชน์ที่ผู้บริโภคได้รับ และส่วนที่เกี่ยวกับความหลากหลายและรูปแบบการนำเสนอทางอิเล็กทรอนิกส์ จะเห็นว่าเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นมานี้ ก่อนข้างจะเป็นประโยชน์ต่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในประเทศไทยเป็นอย่างยิ่ง

การวิจัยและจัดทำเว็บไซต์ดังกล่าวในประเทศไทย ยังไม่เป็นที่แพร่หลายและรู้จักกันมากนักซึ่งต่างกับโฮมสเตย์ในต่างประเทศที่รัฐบาลเป็นผู้สนับสนุน เช่น ประเทศไอร์แลนด์ และมาเลเซีย ความสะดวกในการค้นหาข้อมูลรายละเอียด หรือแหล่งท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ค่อนข้างยากและมีอยู่เป็นส่วนน้อย รวมถึงข้อมูลรายละเอียด เนื้อหา แหล่งท่องเที่ยว สถานที่พักอาศัย สภาพแวดล้อม วัฒนธรรมท้องถิ่น ศาสนา และการดำเนินชีวิตของคนในชุมชนนั้นๆ ประกอบด้วย เส้นทางการเดินทาง ค่าใช้จ่ายและแผนภาพประกอบในแต่ละแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งการได้รับความสนับสนุนและส่งเสริมยังคงมีไม่มากนัก โอกาสและช่องทางต่างๆ ของการจัดการหรือการให้บริการแบบโฮมสเตย์ในประเทศไทยจึงยังไม่เป็นที่รู้จักสำหรับบุคคลทั่วไป รวมถึงชาวต่างชาติที่มีความสนใจในวัฒนธรรมขนบธรรมเนียมประเพณีไทยและการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในประเทศไทยด้วย

ผู้วิจัยจึงได้เล็งเห็นถึงความสำคัญและประโยชน์ในการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในประเทศไทยให้แพร่หลาย เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น อีกช่องทางหนึ่งกับบุคคลโดยทั่วไปที่มีความสนใจศึกษาหาข้อมูล หรือใช้บริการการท่องเที่ยวหรือเพื่อให้บุคคลที่ยังไม่รู้จักรการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติดังกล่าว ต้องการหารายละเอียดเพิ่มเติม หรือเพื่อการศึกษา ยังซึ่งผลประโยชน์ตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการ การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์นั้น ผู้เดินทางไปท่องเที่ยวจะได้สัมผัสกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่แท้จริงของคนในท้องถิ่นนั้นๆ ในแต่ละภูมิภาคที่แตกต่างกันออกไปทั้งวัฒนธรรม ศาสนา และสิ่งแวดล้อม เป็นสิ่งที่น่าตื่นตา ตื่นใจไปกับธรรมชาติ และการเรียนรู้ในสิ่งแปลกใหม่ ซึ่งสุนิสา เหลืองสมบูรณ์ [36] พบว่านอกจากนั้นควรให้มีการประชาสัมพันธ์ระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ให้มาก เพื่อให้ผู้ใช้ได้เล็งเห็นประโยชน์ของระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์เพื่อการวิจัยและพัฒนา ผู้วิจัยได้เลือกหัวข้อวิจัยดังกล่าว โดยเลือกภาคกลางและภาคใต้เป็นหลัก เพราะเหตุผลว่าภาคกลางเป็นแหล่งวัฒนธรรมเก่าแก่ อันแสดงถึงวิถีชีวิตของคนไทย โดยส่วนใหญ่ดำเนินชีวิต ความเป็นอยู่กับธรรมชาติมาเป็นเวลาอันยาวนานและภาคใต้ก็เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลอันเลื่องชื่อ วิถีชีวิตชุมชนและศาสนาที่แตกต่างออกไปอีกแนวหนึ่ง ทำให้เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นที่มีมนต์เสน่ห์ดึงดูดใจ น่าเรียนรู้ เป็นอย่างยิ่ง

5.7 ข้อเสนอแนะ

5.7.1 ข้อเสนอแนะเพื่อการนำไปใช้

จากผลการวิจัย การสร้างเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ มีข้อเสนอแนะในการนำไปใช้ดังต่อไปนี้

5.7.1.1 การคำนึงถึงรูปแบบการสร้างเว็บไซต์ และการอำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้เป็นสำคัญ อันประกอบไปด้วย รูปภาพ ตัวอักษร โปรแกรม เนื้อหา และความถูกต้อง โดยรวมจะต้องประสานและเชื่อมโยงเป็นเนื้อเดียวกัน สำหรับผู้ผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ในขั้นต่อไป สามารถนำส่วนต่างๆ ไปประกอบเป็นแนวทางในการผลิต ซึ่งจากผลการวิจัยนี้ จะเห็นได้ว่าความเหมาะสมของเนื้อหาเกี่ยวกับภาพประกอบ ปริมาณของเนื้อหาในแต่ละหน้า ความสอดคล้องระหว่างเนื้อหาเกี่ยวกับประเภทหัวข้อ ความถูกต้องของการจัดลำดับของเนื้อหา ความถูกต้องของคำศัพท์หรือภาษาท้องถิ่น และลำดับขั้นในการนำเสนอเนื้อหาที่มีความต่อเนื่อง ของเว็บไซต์อยู่ในระดับคุณภาพดีมาก สำหรับในส่วนอื่นๆ อยู่ในระดับดี อันจะสามารถนำไปพัฒนา ปรับปรุง ให้ดีสมบูรณ์แบบยิ่งขึ้น ในการนำไปใช้ต่อไป

5.7.1.2 ระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง จะประกอบไปด้วย ส่วนของภาพ ตัวอักษร โปรแกรม เนื้อหา และประชาสัมพันธ์ อยู่ในระดับดี ซึ่งชาวบ้านผู้ประกอบการสามารถจัดทำรายละเอียดข้อมูลภาพถ่ายประกอบ แนะนำให้นักท่องเที่ยวโดยทั่วไป หรือที่ยังไม่มีความสนใจกับการท่องเที่ยวในด้านนี้ จะารู้จักตนเองในเว็บไซต์ และตัดสินใจเลือกการท่องเที่ยวในแบบที่ตนต้องการ ส่วนสำหรับผู้สนใจหรือนักท่องเที่ยวทั่วไป ก็สามารถติดต่อได้โดยตรงกับชาวบ้านผู้ประกอบการได้ ตามที่อยู่ในเว็บไซต์ แต่ทั้งนี้นักท่องเที่ยวที่จะใช้บริการ ควรคำนึงถึงภัยธรรมชาติ ตรวจสอบสภาพอากาศและทะเลก่อนการเดินทางด้วยทุกครั้ง

5.7.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยต่อไป

5.7.2.1 ควรทำวิจัยในหัวข้อการสร้างเว็บไซต์เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในประเทศไทย กรณีศึกษา ภาคเหนือ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

5.7.2.2 ควรทำวิจัยในหัวข้อการสร้างเว็บไซต์เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตรในประเทศไทย

5.7.2.3 ควรทำวิจัยในหัวข้อการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนในประเทศไทย

เอกสารอ้างอิง

1. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2545, <http://www.tat.or.th> [Online], Available : URL [2002, October 27].
2. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2545, คู่มือแนวทางการจัดที่พักสัมผัสชนบท, หน้า 2-14.
3. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2544, สรุปการสัมมนาทางวิชาการ จัด Homestay อย่างไรไม่ให้ผิดทาง, 25 พฤษภาคม 2544, โรงแรมดิเอ็มเมอรัลด์, หน้า 1-18.
4. ศรีศักดิ์ จามรमान/กรกวรรณ ว่องวัฒนะสิน, 2539, “สื่อเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต”, ส่งเสริมเทคโนโลยี, ปีที่ 22 (ฉบับที่ 126), หน้า 73-77.
5. ยืน ภู่วรวรรณ, 2539, “อินเทอร์เน็ตกับการพัฒนาประเทศ”, ส่งเสริมเทคโนโลยี, ปีที่ 22 (ฉบับที่ 126), หน้า 78-83.
6. เสกสรร สายสีตด, 2542, “อินเทอร์เน็ต : สื่อประชาสัมพันธ์ทางการศึกษายุค ค.ศ.2000”, เทคโนโลยีทางการศึกษา, ปีที่ 6 (ฉบับที่ 1), หน้า 85-90.
7. ศรีศักดิ์ จามรमान/กรกวรรณ ว่องวัฒนะสิน, 2539, “สื่อเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต”, ส่งเสริมเทคโนโลยี, ปีที่ 23 (ฉบับที่ 127), หน้า 128.
8. ยืน ภู่วรวรรณ, 2539, “อินเทอร์เน็ต เครื่องข่ายคอมพิวเตอร์ที่กำลังก้าวเข้ามาในชีวิตประจำวัน”, ข่าวสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ, ปีที่ 37 (ฉบับที่ 409), หน้า 19-20.
9. เพชรา สังขะวร, 2541, การสร้าง Webpage เพื่อเผยแพร่ผลงาน บริการทางวิชาการ และกิจกรรมของกองแปลวิเทศสัมพันธ์, หน้า 8.
10. พงษ์ระพี เตชพาหพงษ์, 2540, Netscape 4 : Visual guide.
11. <http://edtechno.com> [Online], Available : URL [2004, August 20].
12. ยืน ภู่วรวรรณ, 2540, “มองไปข้างหน้า...WWW”, Internet Magazine, (กุมภาพันธ์-มีนาคม), หน้า 43-48.
13. สุรพล เกียนวัฒนา, 2542, การพัฒนาระบบโฮมเพจของคณะศึกษาศาสตร์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, หน้า 9-10.
14. วิจิตร อวระกุล, 2534, การประชาสัมพันธ์ : หลักและวิธีปฏิบัติ, สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช, กรุงเทพฯ.
15. เสกสรร สายสีตด, 2542, หลักการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ = Principles of advertising and public relations, ไทยวัฒนาพานิช, กรุงเทพฯ, หน้า 2-3.
16. เสรี วงษ์มณฑา, 2542, การประชาสัมพันธ์ : ทฤษฎีและวิธีปฏิบัติ, กรุงเทพฯ.

17. ขนิษฐา รุจิโรจน์, 2538, อินเทอร์เน็ตเพื่อการศึกษาวิจัย, กรุงเทพฯ ภาควิชาเทคโนโลยีทางการศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
18. ศิริวรรณ ศรีวิฑูพงษ์, 2542, แนวโน้มสื่อโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตไทยในทศวรรษหน้า (พ.ศ. 2542-2551), วิทยานิพนธ์วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต (สื่อสารมวลชน).
19. ปรีศนา รัตนเกื้อกุล, 2547, http://www.tv3.co.th/special_content/data/person05.html, [Online], Available : URL [2004, August 20].
20. กรุณา เตชาดิวงศ์ ณ อยุธยา, 2537, Homestay : รูปแบบการท่องเที่ยวแนวใหม่, หน้า 22.
21. เสกสรร สายสีต, 2547, <http://commarts.cjb.net>, [Online], Available : URL [2004, August 20].
22. ภราเดช พัทม์วิเชียร, 2544, “บ้านพักชุมชน Home Stay”, อนุสาร อสท., ปีที่ 41 (ฉบับที่ 10), หน้า 27.
23. มรุส ปราปไพรี, 2544, “โฮมสเตย์กับการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ”, จุลสารการท่องเที่ยว, ปีที่ 20 (ฉบับที่ 4), หน้า 49-54.
24. สุวัฒน์ คุ้มวงษ์, 2537, “HOMESTAY”, อนุสาร อสท., ปีที่ 35 (ฉบับที่ 3), หน้า 18.
25. ชูวิทย์ ศิริเวชกุล, 2544 , “การจัดโฮมสเตย์อย่างไรไม่ให้ผิดพลาด”, จุลสารการท่องเที่ยว, ปีที่ 20 (ฉบับที่ 3), หน้า 44-49.
26. ฤโสพา, 2542, อนุสาร อสท., ปีที่ 39 (ฉบับที่ 7), หน้า 71.
27. ชูวิทย์ ศิริเวชกุล, 2544, “การท่องเที่ยวเชิงชุมชนและการจัดโฮมสเตย์”, จุลสารการท่องเที่ยว, ปีที่ 20 (ฉบับที่ 2), หน้า 52-55.
28. เรวดี คงสุภาพกุล , 2539, การใช้ระบบอินเทอร์เน็ตของนิสิตนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร, ปรินญาณิพนธ์ ค.ม., กรุงเทพฯ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
29. พจนารถ ทองคำเจริญ, 2539, สภาพความต้องการและปัญหาการใช้อินเทอร์เน็ตในการเรียนการสอนสถาบันอุดมศึกษา สังกัดทบวงมหาวิทยาลัย, ปรินญาณิพนธ์ ค.ม., กรุงเทพฯ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
30. นพดล จอกแก้ว, 2539, การศึกษารูปแบบประยุกต์ใช้เครือข่ายอินเทอร์เน็ตในอุตสาหกรรมก่อสร้าง, วิทยานิพนธ์ปริญญาวิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาวิศวกรรมโยธา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
31. ประชาน เทพกำเนิด, พรทิพย์ ถาวรชุกติการต์ และวิมลรัตน์ บุญประสิทธิ์, 2542, การสร้างสื่อประสม เรื่อง เทคโนโลยีการพิมพ์เบื้องต้น = Multimedia Package on Basic Printing Technology, รายงานโครงการ (คอ.บ. เทคโนโลยีการพิมพ์), มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.

32. สมเกียรติ โปรดประณี, 2540, **เว็บเพจความรู้รอบตัว = Web Page for Information the World.**
33. ปิยะเชษฐ หาบยูโชค และสุรพล ดีข้า, 2540, **การสร้างสื่อประชาสัมพันธ์ภาควิชาครุศาสตร์ เทคโนโลยีด้วยระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ขนาดใหญ่ = The Media Construction for Public Relation of the Department of Technology Education by Using Internet, , มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.**
34. ณิชู ฉันทพิริย์พันธ์, บรรจง วิจักรขณวงศ์ และปราโมทย์ วิรุฒวงศ์, 2541, **ความต้องการซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร ,วารสารบริหารธุรกิจ , ฉบับที่ 79, หน้า 79.**
35. ปิยวิท เจนกิจจาไพบูลย์, 2547, <http://edtechno.com> [Online], Available : URL [2004, August 20].
36. สุนิสา เหลืองสมบูรณ์, 2537, **การสำรวจความคิดเห็นของผู้ใช้ที่สังกัดสถาบันอุดมศึกษาเกี่ยวกับการใช้ระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ของศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ, ปรินญาณินพนธ์ กศ.ม., กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร.**
37. นิรุช อำนวนยศิลป์, 2547, <http://edtechno.com> [Online], Available : URL [2004, August 20].
38. Engel, G, 1991 “User Instruction for Access to Catalog and Database on the Internet” . **Cataloging&Classification Quarterly .**
39. Parrill, 1996, อ้างใน เสกสรร สายสีสอด, 2545, **“การพัฒนารูปแบบระบบการเรียนการสอนโดยใช้อินเทอร์เน็ต สำหรับราชภัฏ”, ปรินญาณศึกษาคุณูปันจิต สาขาเทคโนโลยีทางการศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.**
40. Huang, Chuan Hui, 1988, **“The Design and Development of a Web-based Faculty Center for a College of Education (Internet, Resource Center, Web site Design)”, Educational, Technology, P.149.**
41. Chen, Daxing and Yong Zhao, อ้างใน อารีรัตน์ ณ เชียงใหม่, 2543, **“การพัฒนาระบบสารสนเทศของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต”, ปรินญาณศึกษามหาบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีทางการศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.**
42. Casey, Jean M.,1994, อ้างใน วีรวุฒิ ฉกะนันท์, 2543, **“การพัฒนาเว็บเพจในการนำเสนอสารสนเทศ เรื่องอุตสาหกรรมแปรรูปอาหารขนาดกลางและขนาดย่อม ในชุดพัฒนาสังคม ตามแนวพระราชดำริ ศูนย์การศึกษาแนวพระราชดำริ”, สารนิพนธ์ปรินญาณศึกษามหาบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีทางการศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.**

43. อรพิมพ์, 2542, “โฮมสเตย์ ฟาร์มสเตย์ : ธุรกิจบริการจากเจ้าบ้านที่ดี”, จุลสารการท่องเที่ยว, ปีที่ 18 (ฉบับที่ 1), หน้า 30-34.
44. เกรียง ฐิติจำเริญพร, 2545, “บ้านพักแรม : HOMESTAY CHAMBRE D’HOTEL”, จุลสารการท่องเที่ยว, ปีที่ 21 (ฉบับที่ 3), หน้า 4-8
45. กนกทิพย์ พัฒนาพัวพันธ์, 2543, สถิติเบื้องต้นทางการศึกษา, ครั้งที่1, ภาควิชาประเมินผลและวิจัยการศึกษา, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, หน้า 52-85

ภาคผนวก ก
แบบประเมิน

แบบประเมินคุณภาพ
สำหรับผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อ
การสร้างเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์
“กรณีศึกษาภาคกลางและภาคใต้”

คำชี้แจง : กรุณาใส่เครื่องหมาย (✓) ในข้อที่ท่านเห็นว่าตรงกับความเป็นจริงเท่าที่ท่านสังเกตได้จากโฮมเพจที่สร้างขึ้น โดยมีเกณฑ์ดังนี้

5	หมายถึง	ดีมาก
4	หมายถึง	ดี
3	หมายถึง	ปานกลาง
2	หมายถึง	น้อย
1	หมายถึง	ควรปรับปรุง

ส่วนของภาพ

รายการ	5	4	3	2	1
1. ความเหมาะสมของกราฟิกและภาพเคลื่อนไหวที่ใช้ประกอบ					
2. ลักษณะของสีและความน่าสนใจของภาพที่ใช้ประกอบ					
3. สี พื้นหลังของเว็บเพจ					
4. ขนาดความสมดุลของภาพกับหน้าจอ					
5. ระยะเวลาในการปรากฏของภาพ					

ส่วนของตัวอักษร

รายการ	5	4	3	2	1
1. รูปแบบของตัวอักษรที่ใช้ในการนำเสนอ					
2. ขนาดของตัวอักษรที่ใช้ในการนำเสนอ					
3. การใช้สีของตัวอักษร					
4. ความหนาแน่นของข้อความในแต่ละหน้า					
5. ความเด่นชัดของหัวข้อหรือส่วนที่เน้นความสำคัญ					

(กรุณาพลิกหน้าต่อไป)

ส่วนของโปรแกรม

รายการ	5	4	3	2	1
1. ความเหมาะสมของการออกแบบการเชื่อมโยง (Hyper link)					
2. ความสมบูรณ์ของการเชื่อมโยงภาพและตัวอักษร (Hyper link)					
3. การออกแบบให้มีความน่าสนใจชวนติดตาม					
4. ปฏิสัมพันธ์ที่มีต่อผู้ใช้งาน					
5. การเข้าถึงข้อมูล					

ส่วนของเนื้อหา

รายการ	5	4	3	2	1
1. ความเหมาะสมของเนื้อหากับภาพประกอบ					
2. ความน่าสนใจในการนำเสนอเนื้อหา					
3. ปริมาณของเนื้อหาในแต่ละหน้า					
4. การจัดเนื้อหาสอดคล้องกับประเภทของหัวข้อ					
5. ความสมบูรณ์ของเนื้อหา					

ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

ลงชื่อ.....

(.....)

ผู้ประเมิน

(กรุณาพลิกหน้าต่อไป)

ข้อมูลส่วนตัวผู้ประเมิน

ชื่อ / นามสกุล

คุณวุฒิทางการศึกษา

ตำแหน่งงาน

1.

2.

ตำแหน่งอื่น ๆ

1.

2.

สถานที่ทำงาน

1.

2.

แบบประเมินคุณภาพ
สำหรับผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา
การสร้างเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์
“กรณีศึกษาภาคกลางและภาคใต้”

คำชี้แจง : กรุณาใส่เครื่องหมาย (✓) ในข้อที่ท่านเห็นว่าเหมาะสมมากที่สุด โดยมีเกณฑ์ดังนี้

5	หมายถึง	ดีมาก
4	หมายถึง	ดี
3	หมายถึง	ปานกลาง
2	หมายถึง	น้อย
1	หมายถึง	ควรปรับปรุง

ส่วนความถูกต้อง

รายการ	5	4	3	2	1
1. ความสอดคล้องระหว่างเนื้อหากับประเภทหัวข้อ					
2. ความถูกต้องของการจัดลำดับของเนื้อหา					
3. ความถูกต้องของคำศัพท์หรือภาษาท้องถิ่น					
4. การนำเสนอเรื่องหลักของสถานที่					
5. การนำเสนอเรื่องย่อยของสถานที่					

ส่วนของภาพ

รายการ	5	4	3	2	1
1. ภาพประกอบเหมาะสมกับเนื้อหา					
2. ภาพประกอบสามารถสื่อความหมายได้ชัดเจน					
3. ความน่าสนใจชวนให้ติดตาม					
4. การจัดวางภาพในแต่ละหน้า					
5. ความเหมาะสมของขนาดภาพประกอบ					

(กรุณาพลิกหน้าต่อไป)

ส่วนของเนื้อหา

รายการ	5	4	3	2	1
1. ความน่าสนใจในการนำเสนอเนื้อหา เช่น (เทคนิคการนำเสนอเนื้อหา)					
2. ปริมาณของเนื้อหาในแต่ละหน้า					
3. ลำดับขั้นในการนำเสนอเนื้อหาที่มีความต่อเนื่อง					
4. ความถูกต้องของเนื้อหา					
5. ความสมบูรณ์ของเนื้อหา					

ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

ลงชื่อ.....

(.....)

ผู้ประเมิน

ข้อมูลส่วนตัวผู้ประเมิน

ชื่อ / นามสกุล

คุณวุฒิทางการศึกษา

ตำแหน่งงาน

1.

2.

ตำแหน่งอื่น ๆ

1.

2.

สถานที่ทำงาน

1.

2.

แบบประเมินความคิดเห็นของผู้ใช้โฮมเพจ
สำหรับกลุ่มตัวอย่าง
การสร้างเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์
“กรณีศึกษาภาคกลางและภาคใต้”

คำชี้แจง : กรุณาใส่เครื่องหมาย (✓) ในข้อที่ท่านเห็นว่าตรงกับความเป็นจริงเท่าที่ท่านสังเกตได้จากโฮมเพจที่สร้างขึ้น โดยมีเกณฑ์ดังนี้

5	หมายถึง	ดีมาก
4	หมายถึง	ดี
3	หมายถึง	ปานกลาง
2	หมายถึง	น้อย
1	หมายถึง	ควรปรับปรุง

ส่วนของภาพ

รายการ	5	4	3	2	1
1. ความเหมาะสมของกราฟิกและภาพเคลื่อนไหวที่ใช้ประกอบ					
2. ลักษณะของสีและความน่าสนใจของภาพที่ใช้ประกอบ					
3. สี พื้นหลังของเว็บเพจ					
4. ขนาดความสมดุลของภาพกับหน้าจอ					
5. ระยะเวลาในการปรากฏของภาพ					

ส่วนของตัวอักษร

รายการ	5	4	3	2	1
1. รูปแบบของตัวอักษรที่ใช้ในการนำเสนอ					
2. ขนาดของตัวอักษรที่ใช้ในการนำเสนอ					
3. การใช้สีของตัวอักษร					
4. ความหนาแน่นของข้อความในแต่ละหน้า					
5. ความเด่นชัดของหัวข้อหรือส่วนที่เน้นความสำคัญ					

(กรุณาพลิกหน้าต่อไป)

ส่วนของโปรแกรม

รายการ	5	4	3	2	1
1. ความเหมาะสมของการออกแบบการเชื่อมโยง (Hyper link)					
2. ความสมบูรณ์ของการเชื่อมโยงภาพและตัวอักษร (Hyper link)					
3. การออกแบบให้มีความน่าสนใจชวนติดตาม					
4. ปฏิสัมพันธ์ที่มีต่อผู้ใช้งาน					
5. การเข้าถึงข้อมูล					

ส่วนของเนื้อหา

รายการ	5	4	3	2	1
1. ความเหมาะสมของเนื้อหากับภาพประกอบ					
2. ความน่าสนใจในการนำเสนอเนื้อหา					
3. ปริมาณของเนื้อหาในแต่ละหน้า					
4. การจัดเนื้อหาสอดคล้องกับประเภทของหัวข้อ					
5. ความสมบูรณ์ของเนื้อหา					

ส่วนของการประชาสัมพันธ์

รายการ	5	4	3	2	1
1. โสมเพจเป็นสื่อกระตุ้นให้เกิดความสนใจในการท่องเที่ยว					
2. โสมเพจเป็นสื่อที่ทำให้เกิดความเข้าใจในการท่องเที่ยวที่ถูกต้อง					
3. ภาพประกอบและเนื้อหามีความสอดคล้องกันมีส่วนในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยว					
4. หัวข้อข่าวสารการท่องเที่ยวมีความน่าสนใจชวนให้ติดตาม					
5. การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวทาง โสมเพจ เป็นหนึ่งในทางเลือกรับข้อมูลการท่องเที่ยวได้					

(กรุณาพลิกหน้าต่อไป)

ข้อเสนอแนะ

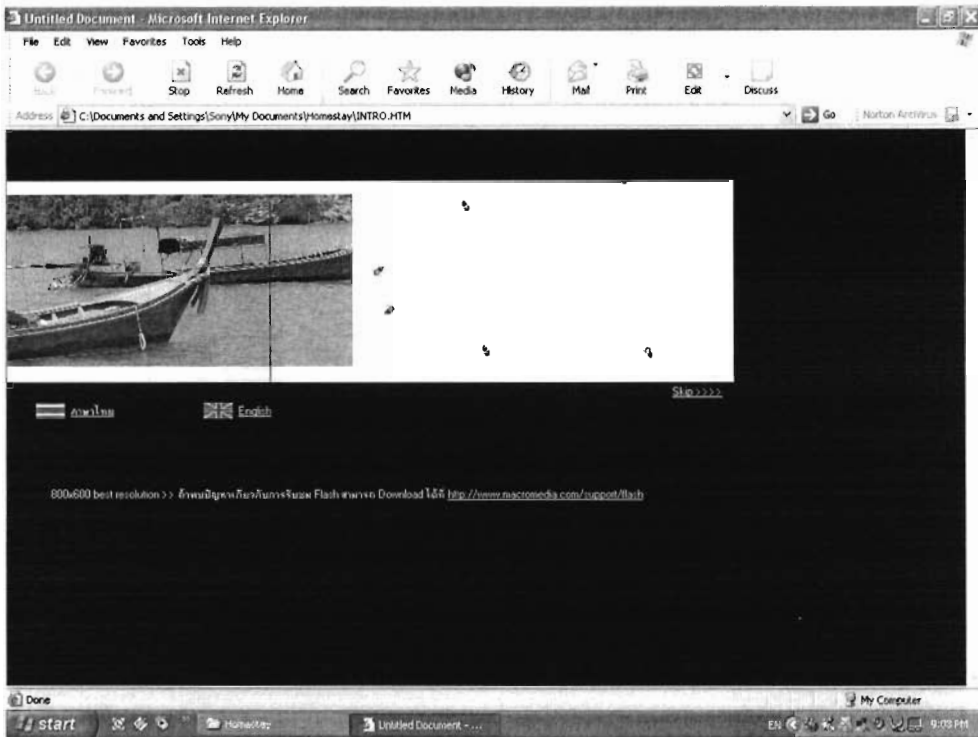
ลงชื่อ.....

(.....)

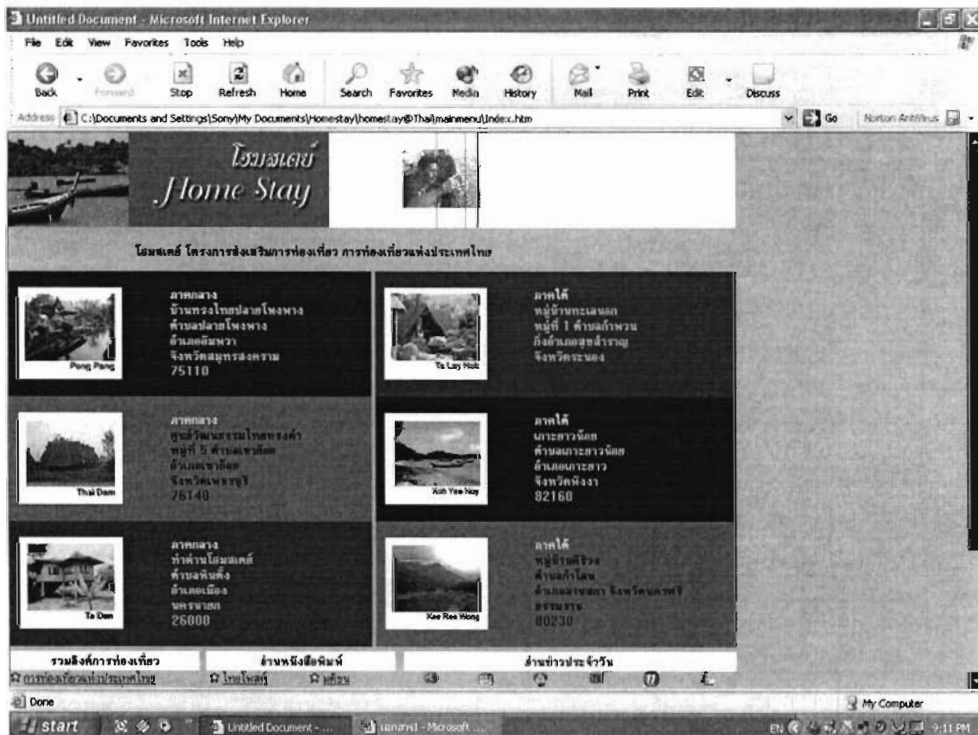
ผู้ประเมิน

ขอขอบพระคุณที่ให้ความร่วมมือ

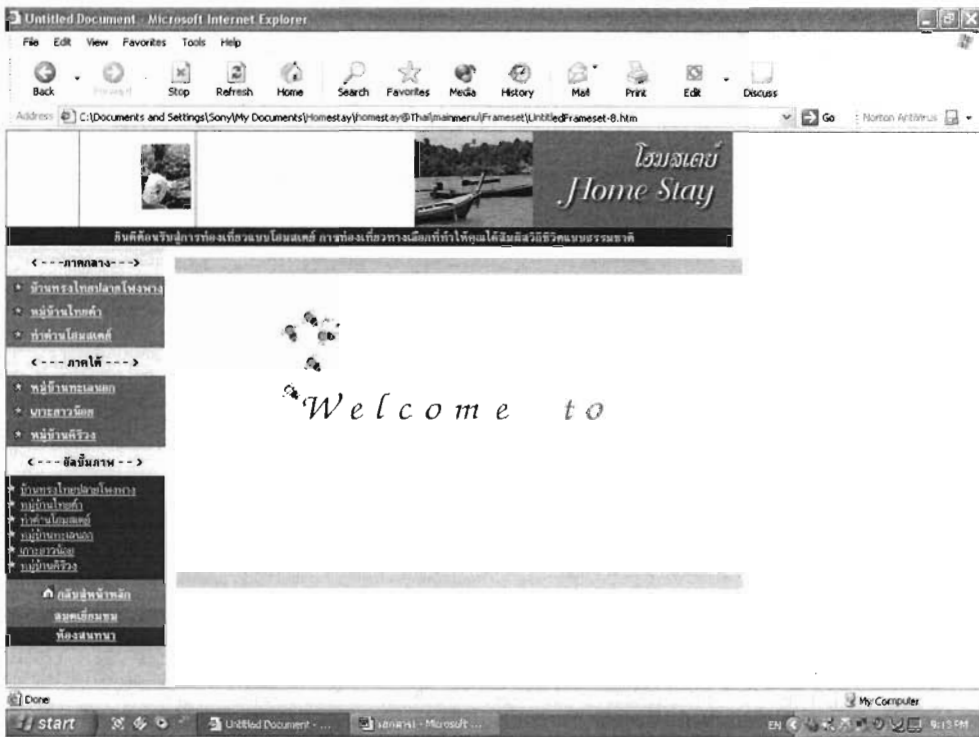
ภาคผนวก ข
ตัวอย่างเว็บไซต์



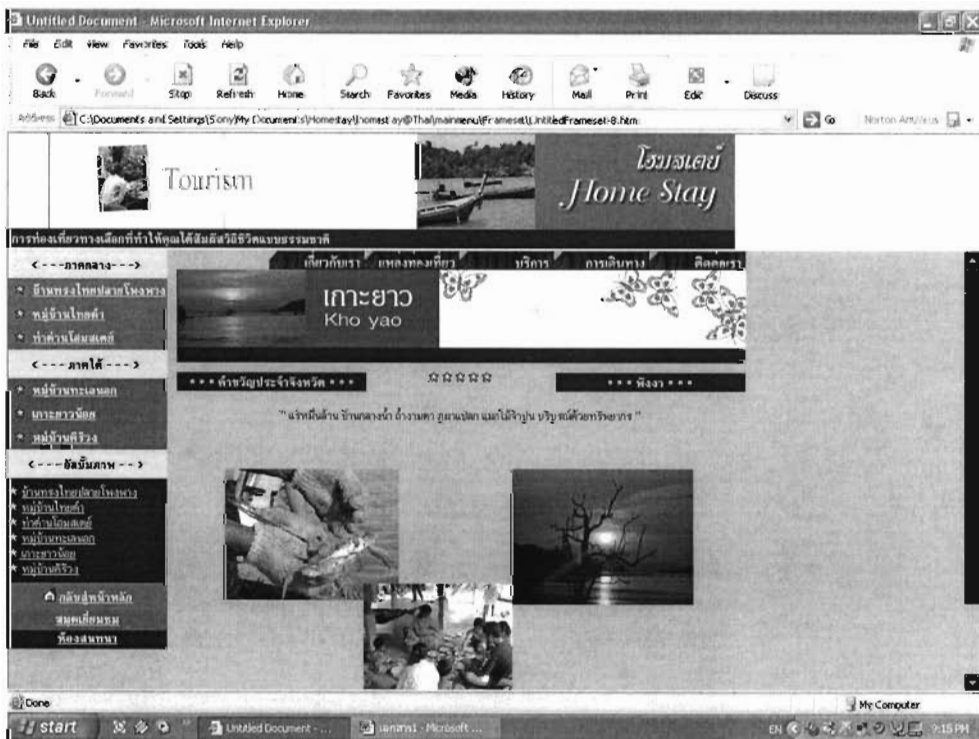
หน้าแรก เลือกภาษา



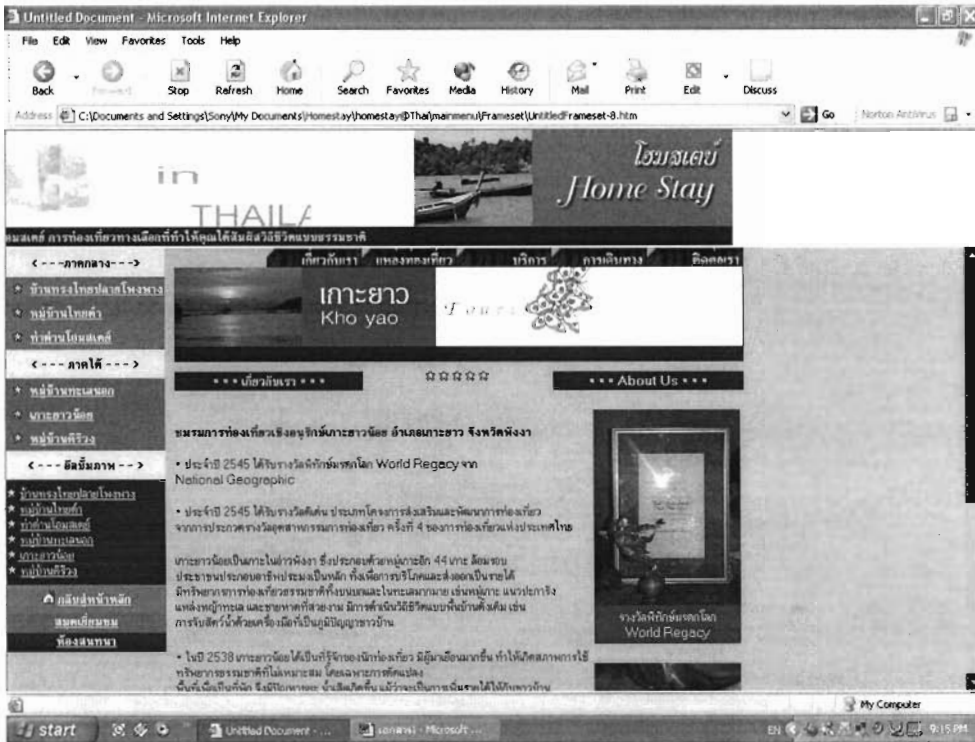
หน้าที่สอง เลือกแหล่งท่องเที่ยวและลิงค์ต่างๆ



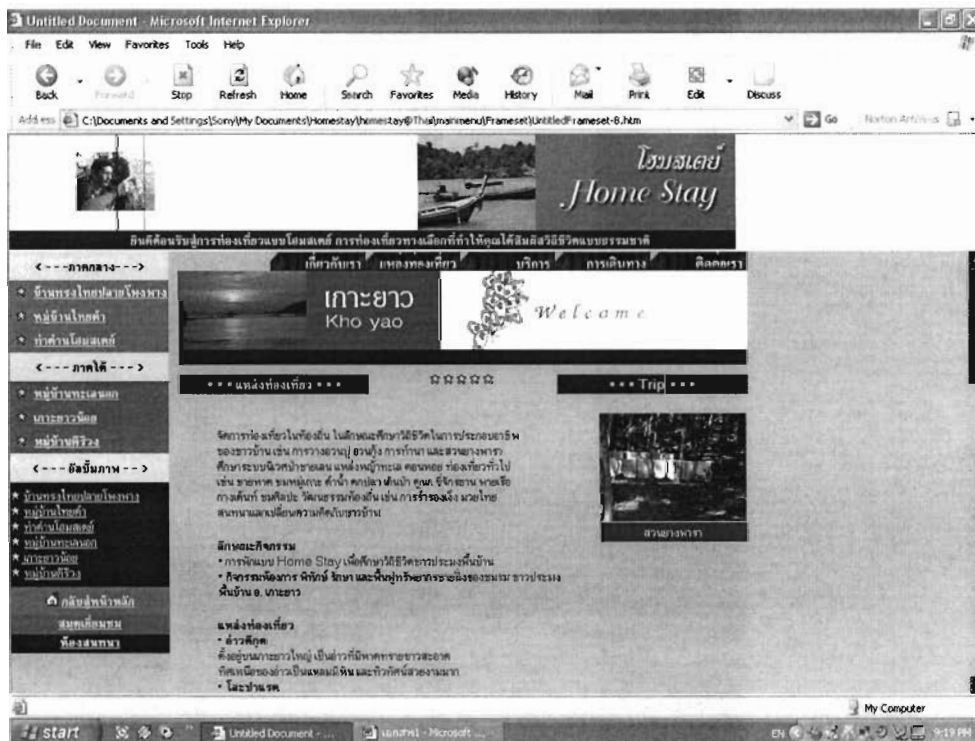
หน้าที่สาม หน้าต้อนรับ เพื่อเลือกแหล่งท่องเที่ยว



หน้าแรกของเกาะยาว (หลังจากเลือกภาษาไทย) เป็นการรวมภาพเด่นของเกาะยาว



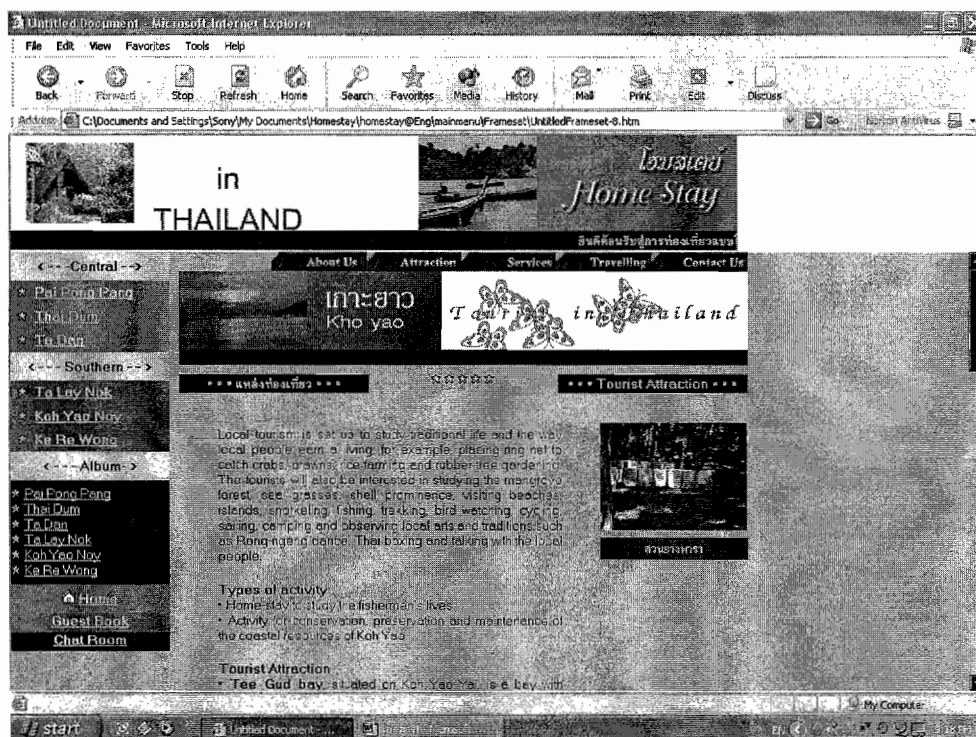
หลังจากออกจากหน้าแรกของเกาะยาว เลือกเมนูเกี่ยวกับเรา



หลังจากออกจากหน้าใดๆ ของเกาะยาว เลือกเมนูแหล่งท่องเที่ยว



หน้าเกี่ยวกับเราของเกาะยาว (หลังจากเลือกภาษาอังกฤษ)



หน้าแหล่งท่องเที่ยวของเกาะยาว (หลังจากเลือกภาษาอังกฤษ)

ภาคผนวก ก
ผลการประเมิน

ผลการประเมินความพึงพอใจโดยกลุ่มตัวอย่าง 52 ท่าน
ตารางที่ 4.8 ข้อคำถาม 5 ข้อ

A1				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	7	13.5	13.5	13.5
4	33	63.5	63.5	76.9
5	12	23.1	23.1	100.0
Total	52	100.0	100.0	

A2				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	2	3.8	3.8	3.8
3	10	19.2	19.2	23.1
4	26	50.0	50.0	73.1
5	14	26.9	26.9	100.0
Total	52	100.0	100.0	

A3				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	2	3.8	3.8	3.8
3	16	30.8	30.8	34.6
4	28	53.8	53.8	88.5
5	6	11.5	11.5	100.0
Total	52	100.0	100.0	

ผลการประเมินความพึงพอใจโดยกลุ่มตัวอย่าง 52 ท่าน (ต่อ)
ตารางที่ 4.8 ข้อคำถาม 5 ข้อ

A4				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	3	5.8	5.8	5.8
3	20	38.5	38.5	44.2
4	25	48.1	48.1	92.3
5	4	7.7	7.7	100.0
Total	52	100.0	100.0	

A5				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	11	21.2	21.2	21.2
4	33	63.5	63.5	84.6
5	8	15.4	15.4	100.0
Total	52	100.0	100.0	

Report					
	A1	A2	A3	A4	A5
Mean	4.10	4.00	3.73	3.58	3.94
N	52	52	52	52	52
Std. Deviation	.60	.79	.72	.72	.61

ผลการประเมินความพึงพอใจโดยกลุ่มตัวอย่าง 52 ท่าน
 ตารางที่ 4.9 ข้อคำถาม 5 ข้อ

B1				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	2	3.8	3.8	3.8
3	11	21.2	21.2	25.0
4	30	57.7	57.7	82.7
5	9	17.3	17.3	100.0
Total	52	100.0	100.0	

B2				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	4	7.7	7.7	7.7
3	14	26.9	26.9	34.6
4	27	51.9	51.9	86.5
5	7	13.5	13.5	100.0
Total	52	100.0	100.0	

B3				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	1.9	1.9	1.9
2	2	3.8	3.8	5.8
3	15	28.8	28.8	34.6
4	27	51.9	51.9	86.5
5	7	13.5	13.5	100.0
Total	52	100.0	100.0	

ผลการประเมินความพึงพอใจโดยกลุ่มตัวอย่าง 52 ท่าน
ตารางที่ 4.9 ข้อคำถาม 5 ข้อ (ต่อ)

B4				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	1	1.9	1.9	1.9
3	17	32.7	32.7	34.6
4	28	53.8	53.8	88.5
5	6	11.5	11.5	100.0
Total	52	100.0	100.0	

B5				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	2	3.8	3.8	3.8
3	12	23.1	23.1	26.9
4	28	53.8	53.8	80.8
5	10	19.2	19.2	100.0
Total	52	100.0	100.0	

Report					
	B1	B2	B3	B4	B5
Mean	3.88	3.71	3.71	3.75	3.88
N	52	52	52	52	52
Std. Deviation	.73	.80	.82	.68	.76

ผลการประเมินความพึงพอใจโดยกลุ่มตัวอย่าง 52 ท่าน
ตารางที่ 4.10 ข้อคำถาม 5 ข้อ

C1				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	9	17.3	17.3	17.3
4	33	63.5	63.5	80.8
5	10	19.2	19.2	100.0
Total	52	100.0	100.0	

C2				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	3	5.8	5.8	5.8
3	12	23.1	23.1	28.8
4	26	50.0	50.0	78.8
5	11	21.2	21.2	100.0
Total	52	100.0	100.0	

C3				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	2	3.8	3.8	3.8
3	14	26.9	26.9	30.8
4	21	40.4	40.4	71.2
5	15	28.8	28.8	100.0
Total	52	100.0	100.0	

ผลการประเมินความพึงพอใจโดยกลุ่มตัวอย่าง 52 ท่าน
 ตารางที่ 4.10 ข้อคำถาม 5 ข้อ (ต่อ)

C4				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	2	3.8	3.8	3.8
3	12	23.1	23.1	26.9
4	31	59.6	59.6	86.5
5	7	13.5	13.5	100.0
Total	52	100.0	100.0	

C5				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	11	21.2	21.2	21.2
4	26	50.0	50.0	71.2
5	15	28.8	28.8	100.0
Total	52	100.0	100.0	

Report					
	C1	C2	C3	C4	C5
Mean	4.02	3.87	3.94	3.83	4.08
N	52	52	52	52	52
Std. Deviation	.61	.82	.85	.71	.71

ผลการประเมินความพึงพอใจโดยกลุ่มตัวอย่าง 52 ท่าน
 ตารางที่ 4.11 ข้อคำถาม 5 ข้อ

D1				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	1	1.9	1.9	1.9
3	10	19.2	19.2	21.2
4	25	48.1	48.1	69.2
5	16	30.8	30.8	100.0
Total	52	100.0	100.0	

D2				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	1	1.9	1.9	1.9
3	15	28.8	28.8	30.8
4	25	48.1	48.1	78.8
5	11	21.2	21.2	100.0
Total	52	100.0	100.0	

D3				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	12	23.1	23.1	23.1
4	29	55.8	55.8	78.8
5	11	21.2	21.2	100.0
Total	52	100.0	100.0	

ผลการประเมินความพึงพอใจโดยกลุ่มตัวอย่าง 52 ท่าน
 ตารางที่ 4.11 ข้อคำถาม 5 ข้อ (ต่อ)

D4				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	10	19.2	19.2	19.2
4	28	53.8	53.8	73.1
5	14	26.9	26.9	100.0
Total	52	100.0	100.0	

D5				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	13	25.0	25.0	25.0
4	29	55.8	55.8	80.8
5	10	19.2	19.2	100.0
Total	52	100.0	100.0	

Report					
	D1	D2	D3	D4	D5
Mean	4.08	3.88	3.98	4.08	3.94
N	52	52	52	52	52
Std. Deviation	.76	.76	.67	.68	.67

ผลการประเมินความพึงพอใจโดยกลุ่มตัวอย่าง 52 ท่าน
ตารางที่ 4.12 ข้อคำถาม 5 ข้อ

E1				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	3	5.8	5.8	5.8
4	27	51.9	51.9	57.7
5	22	42.3	42.3	100.0
Total	52	100.0	100.0	

E2				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	5	9.6	9.6	9.6
4	33	63.5	63.5	73.1
5	14	26.9	26.9	100.0
Total	52	100.0	100.0	

E3				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	9	17.3	17.3	17.3
4	26	50.0	50.0	67.3
5	17	32.7	32.7	100.0
Total	52	100.0	100.0	

ผลการประเมินความพึงพอใจโดยกลุ่มตัวอย่าง 52 ท่าน
 ตารางที่ 4.12 ข้อคำถาม 5 ข้อ (ต่อ)

E4				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	11	21.2	21.2	21.2
4	27	51.9	51.9	73.1
5	14	26.9	26.9	100.0
Total	52	100.0	100.0	

E5				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	5	9.6	9.6	9.6
4	30	57.7	57.7	67.3
5	17	32.7	32.7	100.0
Total	52	100.0	100.0	

Report			
	N	Mean	Std. Deviation
E1	52	4.37	.60
E2	52	4.17	.58
E3	52	4.15	.70
E4	52	4.06	.70
E5	52	4.23	.61

สรุปผลการประเมินความพึงพอใจโดยกลุ่มตัวอย่าง 52 ท่าน

Report			
	N	Mean	Std. Deviation
A	52	3.87	.47
B	52	3.79	.56
C		3.95	.60
D	52	3.99	.56
E	52	4.20	.49

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ – สกุล

นางสาวอรรวรรณ พรเจริญ

วัน เดือน ปีเกิด

29 มิถุนายน 2521

ประวัติการศึกษา

ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ

แผนกบัญชี

เกริกวิทยาลัย พ.ศ. 2539

ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง

แผนกคอมพิวเตอร์ธุรกิจ

โรงเรียนบริหารธุรกิจนานาชาติเสตมป์ฟอร์ด พ.ศ.2541

ระดับปริญญาตรี

ศึกษาศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีทางการศึกษา

มหาวิทยาลัยบูรพา พ.ศ. 2543

ระดับปริญญาโท

ครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต

สาขาวิชาครุศาสตร์เทคโนโลยี

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี พ.ศ. 2547

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
ข้อตกลงว่าด้วยการโอนลิขสิทธิ์วิทยานิพนธ์

วันที่ 10 มกราคม พ.ศ. 2548


ข้าพเจ้า นางสาวอรรฉรม พรเจริญ รหัสประจำตัว 44411424 เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี ระดับปริญญาโท หลักสูตรปริญญาครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาครุศาสตร์เทคโนโลยี คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี อยู่บ้านเลขที่ 12/25 ถนนอาจณรงค์ แขวงคลองเตย เขตคลองเตย กทม. 10110 ขอโอนลิขสิทธิ์ในวิทยานิพนธ์ให้กับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี โดยมี รศ.ดร.ศักดิ์ กองสุวรรณ คณบดีคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี เป็นผู้รับโอนสิทธิ์และมีข้อตกลงดังนี้

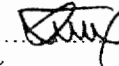
1. ข้าพเจ้าได้จัดทำวิทยานิพนธ์ เรื่องการสร้างเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์: กรณีศึกษาภาคกลางและภาคใต้ของประเทศไทย ซึ่งอยู่ในความควบคุมของ ผศ.ดร.กุลธิดา ธรรมวิวัฒน์ และ รศ.จริยา เหนียนเจอย ตามมาตรา 14 แห่ง พ.ร.บ. ลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 และถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

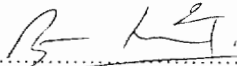
2. ข้าพเจ้าตกลงโอนลิขสิทธิ์จากผลงานทั้งหมดที่เกิดขึ้นจากการสร้างสรรค์ของข้าพเจ้าในวิทยานิพนธ์ให้กับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรีตลอดอายุแห่งการคุ้มครองลิขสิทธิ์ ตามมาตรา 23 แห่ง พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 ตั้งแต่วันที่ได้รับอนุมัติโครงร่างวิทยานิพนธ์จากมหาวิทยาลัย

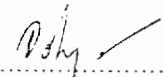
3. ในกรณีที่ข้าพเจ้าประสงค์จะนำวิทยานิพนธ์ไปใช้ในการเผยแพร่ในสื่อใดๆก็ตามข้าพเจ้าจะต้องระบุว่าวิทยานิพนธ์เป็นผลงานของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรีทุกครั้งที่มีการเผยแพร่

4. ในกรณีที่ข้าพเจ้าประสงค์จะนำวิทยานิพนธ์ไปใช้ในการเผยแพร่หรืออนุญาตให้ผู้อื่นทำซ้ำหรือคัดแปลงหรือเผยแพร่ต่อสาธารณชนหรือกระทำการอื่นใด ตามมาตรา 27, มาตรา 28, มาตรา 29 และมาตรา 30 แห่งพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 โดยมีค่าตอบแทนในเชิงธุรกิจ ข้าพเจ้าจะกระทำได้เมื่อได้รับความยินยอมเป็นลายลักษณ์อักษรจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

ลงชื่อ..........ผู้โอนลิขสิทธิ์
(นางสาวอรรฉรม พรเจริญ)

ลงชื่อ..........ผู้รับโอนลิขสิทธิ์
(รศ.ดร.ศักดิ์ กองสุวรรณ)

ลงชื่อ..........พยาน
(ผศ.ดร.กุลธิดา ธรรมวิวัฒน์)

ลงชื่อ..........พยาน
(รศ.จริยา เหนียนเจอย)