

แนวทางการพัฒนาเนื้อหาและช่องทางการสื่อสารเพื่อธุรกิจโฮมสเตย์ บ้านร่องปลายนา อำเภอแม่ลาว จังหวัดเชียงราย

Guidelines for Content Development and Communication Channels for the Ban Rong Plai Na Homestay Business, Mae Lao District, Chiang Rai Province

วันที่รับบทความ : 22/11/2562

วันที่แก้ไขบทความ : 23/04/2563

วันที่ตอบรับ : 10/05/2563

กรรณก นิลคำ*

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาเนื้อหาและช่องทางการสื่อสารเพื่อธุรกิจโฮมสเตย์บ้านร่องปลายนา อ.แม่ลาว จ.เชียงราย โดยใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกโดยใช้หลักเกณฑ์วิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง เป็นการคัดเลือกตามคุณสมบัติที่เป็นเป้าหมายของงานวิจัย ซึ่งกำหนดผู้ให้ข้อมูล คือ ผู้เชี่ยวชาญทางด้านนิเทศศาสตร์และการสื่อสารสื่อใหม่ นักวิชาการทางด้านการบริหารธุรกิจ การตลาดและการจัดการค้าสมัยใหม่ และผู้ประกอบการโฮมสเตย์ร่วมกับการสังเกตการณ์ ผลการวิจัยสามารถสรุปได้ดังนี้

แนวทางการพัฒนาการสื่อสารเพื่อธุรกิจโฮมสเตย์บ้านร่องปลายนา ในองค์ประกอบสารควรสื่อสารกับนักท่องเที่ยวโดยสรุปประเด็นสารให้ชัดเจนได้แก่ 1) ผลผลิตภัณฑ์หรือการบริการที่โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ แตกต่างจากหมู่บ้านอื่น ควรใช้กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์/บริการด้านโฮมสเตย์ 2) การสร้างเรื่องราวความเป็นมาหรือตารางกิจกรรมใหม่ๆ ที่สร้างสรรค์ภายในหมู่บ้าน 3) การนำเสนอความเป็นท้องถิ่น วิถีชนบท ภูมิปัญญาชาวบ้าน จนเป็นอัตลักษณ์ความเป็นชุมชนแห่งนี้ 4) มุ่งประเด็นด้านศิลปวัฒนธรรม ประเพณีที่ทรงคุณค่า โดยสืบทอดจากบรรพบุรุษ 5) การนำเสนอบรรยากาศความสวยงาม ความร่มรื่น ความสดชื่นของธรรมชาติ 6) การนำเสนอความสะอาด ความเป็นระเบียบเรียบร้อยภายในชุมชน และที่พัก 7) การนำเสนอเกี่ยวกับอาหาร ขนม และผลไม้ที่นำรับประทาน ความสดใหม่

*ปร.ค. (สื่อสารมวลชน) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (2558) ปัจจุบันเป็น อาจารย์ประจำแขนงวิชาจิตวิทยาพัฒนาการ โปรแกรมวิชานิเทศศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

ความสะอาด การปลอดสารพิษ 8) การเผยแพร่ป้ายประกาศที่โฮมสเตย์เคยได้รับรางวัลมาตรฐานโฮมสเตย์ไทยหรือรางวัลอื่น ๆ โดยการนำเสนอสารผนวกกับการส่งเสริมการขายร่วมกัน โดยให้เหล่าสมาชิกในชุมชนได้ตระหนักถึงเอกลักษณ์ชุมชน วางแผนและรับทราบถึงผลประโยชน์ร่วมกัน เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์อย่างยั่งยืนจนเกิดนักท่องเที่ยวที่สนใจที่จะมาเยือนโฮมสเตย์บ้านร่องปลาเนาที่สามารถผลิตเนื้อหาสาระและเผยแพร่ผ่านช่องทางเทคโนโลยีการสื่อสารได้

สำหรับแนวทางการพัฒนาการสื่อสารเพื่อธุรกิจโฮมสเตย์บ้านร่องปลาเนา ในองค์ประกอบของช่องทางการสื่อสาร พบว่า ควรเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ทางสื่อกระแสหลักผ่านรายการทางสื่อโทรทัศน์ เช่น รายการท่องเที่ยววิถีชุมชน รายการเชิงสารคดี ส่วนสื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ โบรชัวร์ แผ่นพับ เป็นต้น ส่วนสื่อใหม่ควรผลิตและเผยแพร่ผ่านเพจเฟซบุ๊ก อาจต้องเสียค่าใช้จ่าย เพื่อเพิ่มการเห็นในเพจเฟซบุ๊กของกลุ่มเป้าหมายให้มากหรือดีขึ้น ช่องทางยูทูบหรือสื่อออนไลน์อื่น ๆ อย่างต่อเนื่องตลอดเวลา เก็บรวบรวมทุกอาทิตย์ และควรวางแผนเรื่องราวตลอดทั้งปี อีกทั้ง เมื่อนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับโฮมสเตย์แห่งนี้ผ่านทางสื่อเก่ายังสามารถนำเสนอเนื้อหาทั้งหมด หรือบางส่วนมาเผยแพร่ซ้ำทางสื่อออนไลน์ได้ ซึ่งเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือและรับรู้ให้เกิดขึ้นกับกลุ่มเป้าหมาย นอกจากนี้ การใช้ันทีวีมาแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้าและบริการบอกเล่าและถ่ายทอดเรื่องราวมุมมองต่าง ๆ เกี่ยวกับโฮมสเตย์บ้านร่องปลาเนา จนสามารถสร้างกระแสการท่องเที่ยวแห่งนี้ได้ รวมถึงสื่อท้องถิ่น เช่น วิทยุชุมชนหรือหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น เป็นสื่อที่มีความใกล้ชิดกับชาวเชียงราย เพราะคนในท้องถิ่นยังคงแสวงหาการพักผ่อนหย่อนใจจากแหล่งธรรมชาติที่สวยงาม

คำสำคัญ: การพัฒนาการสื่อสาร ธุรกิจโฮมสเตย์ บ้านร่องปลาเนา จังหวัดเชียงราย

Abstract

The objective of this research was to study the guidelines for content development and communication channels for the Ban Rong Plai Na homestay business, Mae Lao district, Chiang Rai province by using qualitative research method. Data was collected by using in-depth interviews and observation, the providing informants were Communication Arts and New Media experts, Business Administration, Marketing and Modern Trade Management Academics and the homestay operator. The research results could be summarized as follows:

Guidelines for communication development for the Ban Rong Plai Na homestay business, in the composition of the message content, they should communicate to the tourists by clearly showing the issues such as 1) Products or services that were unique and different from other villages which should use "Products/Services, Push on Homestay" strategy, 2) Creating stories or schedules of new creative activities in the village, 3) Presentation of localization, rural ways, folk wisdom that becoming the identity of this community, 4) Focus on art and culture issues including valuable traditions inherited from ancestors, 5) Presentation of beautiful atmosphere, shadiness and freshness of nature, 6) Presentation of cleanliness, tidiness within the community and accommodation, 7) Presentation about food, snacks and fruits with its freshness, cleanness and pesticide residue free and 8) Dissemination of announcements in which the homestay had received a Thai homestay standard award or other awards by presenting message combined with sales promotion, allowing members of the community to be aware of the community identity, planning and acknowledging mutual benefits to promote sustainable public relations and forming community communicators who were able to produce content and distribute it through communication technology channels.

For communication development guidelines for the Ban Rong Plai Na homestay business, in the composition of the communication channels, the information should be disseminated through the mainstream media via television programs, such as community tourism program and documentary program while the print media, such as brochures and leaflet, etc. For new media, they should produce and distributed via Facebook which might have to pay to increase visibility rate of the target audience on the pages frequently while distributed through YouTube channels or other online media continuously almost every week and should outline stories the whole year. In addition, after presented stories about this homestay through the old media, it was possible to bring all the content or some parts to re-distribute via online media which was to build credibility and awareness among the target group. In addition, using reviewers to comment on products and services, telling and conveying stories about different aspects of the Baan Rong Plai Na homestay and finally created tourism trend including local media such as community radio or local

newspapers that closed to Chiang Rai people because they were still searching for recreation from beautiful natural resources.

Keywords: Guidelines for Communication Development, Homestay Business, Ban Rong Plai Na, Chiang Rai Province

บทนำ

ประเทศไทยนับได้ว่ามีศักยภาพทางการท่องเที่ยวเนื่องจากมีรูปแบบการท่องเที่ยวที่หลากหลายลักษณะทั้งการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ ประวัติศาสตร์ หรือการเยี่ยมชมทางธรรมชาติที่ล้วนแล้วสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว จังหวัดเชียงรายตั้งอยู่เหนือสุดของประเทศ เป็นดินแดนที่มีสภาพภูมิอากาศที่หนาวเย็นสบาย ทัศนียภาพทางธรรมชาติที่งดงาม มีศิลปวัฒนธรรมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น รวมถึงเป็นดินแดนที่เชื่อมโยงสู่ประเทศเพื่อนบ้าน จึงเป็นเหตุผลให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่ขยายตัวสูงอย่างต่อเนื่อง

จากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2560-2564 จำนวน 10 ยุทธศาสตร์ โดยสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ซึ่งหนึ่งในนโยบายของรัฐบาลที่ให้ความสำคัญกับการสร้างความเข้มแข็งทางด้านเศรษฐกิจและการแข่งขันได้อย่างยั่งยืน โดยเน้นอุตสาหกรรมเชิงนิเวศหรือการท่องเที่ยว SMEs (Office of the National Economic and Social Development Council Retrieved 06 1, 2019, from <https://www.nesdb.go.th>) ซึ่งเป็นยุทธศาสตร์ที่ปรับโครงสร้างเศรษฐกิจให้สังคมไทยเกิดการพัฒนาย่างสมดุลและยั่งยืน โดยแผนนโยบายนี้เน้นการพัฒนาท้องถิ่น เพื่อผลักดันให้ชุมชนเกิดการสร้างรายได้ของตนเอง จึงทำให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวในรูปแบบโฮมสเตย์ที่ปรากฏการผสมผสานการท่องเที่ยวทั้งด้านประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี สุขภาพ และธรรมชาติ

การท่องเที่ยวโฮมสเตย์ (Homestay) หรือที่พักที่ได้สัมผัสกับวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่นถือได้ว่าเป็นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) หรือการท่องเที่ยวเชิงวิถีชุมชน (Community-Based Tourism) ที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว โดยผู้มาเข้าพักมีโอกาสเข้าไปใช้ชีวิตความเป็นอยู่ร่วมกับคนในท้องถิ่นและทำกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกับการเรียนรู้วิถีชีวิตในชุมชน ซึ่งมีการแลกเปลี่ยนแบ่งปันทั้งเชิงศิลปวัฒนธรรมประเพณี การเรียนรู้ประสบการณ์และความรู้อันหลากหลายของชุมชนนั้น ซึ่งการท่องเที่ยวรูปแบบโฮมสเตย์ได้เข้ามา

มีบทบาทต่อภาพรวมของเศรษฐกิจการท่องเที่ยวเชิงราชเป็นอย่างมาก และได้รับความนิยมนักท่องเที่ยวที่สามารถพิจารณาได้จากจำนวนโฮมสเตย์ที่จดทะเบียนโดยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจาก 34 แห่งในปี 2558 เป็น 40 แห่งในปีต่อมา โดยเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 17.7 จากสำนักงานสถิติจังหวัดเชียงราย (<http://chiangrai.nso.go.th>., 1 มีนาคม 2562) เนื่องด้วยสภาพภูมิประเทศที่เหมาะสมสามารถจัดการท่องเที่ยวในรูปแบบนี้ได้ โดย ต.บัวสลี อ.แม่ลาว จ.เชียงราย ที่ห่างจากตัวเมืองเป็นระยะทาง 13 กิโลเมตร มีลักษณะพื้นที่ราบลุ่ม มีความอุดมสมบูรณ์ มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงามและมีวิถีชีวิตของคนในชุมชนที่น่าสนใจ จึงเป็นปัจจัยที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาสัมผัสวัฒนธรรมชนบท เรียนรู้ศิลปหัตถกรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น

หมู่บ้านกระท่อมร่องปลายนา ต.บัวสลี เป็นโฮมสเตย์ที่มีชื่อเสียง โดยเริ่มก่อตั้งมาเมื่อปี 2544 พัฒนาขึ้นมาเป็นหมู่บ้านโฮมสเตย์และหมู่บ้านท่องเที่ยวโดยชุมชนที่มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย สะอาด และเป็นบ้านเศรษฐกิจพอเพียงต้นแบบ โดยมีกิจกรรมที่หลากหลาย เช่น การปั่นจักรยาน การรับประทานอาหารเย็นแบบขันโตกล้านนา การเพาะเห็ด เป็นต้น ภายหลังจากการก่อตั้งได้ไม่นาน ในปี 2554 และ 2557 หมู่บ้านร่องปลายนาได้รับรางวัลมาตรฐานโฮมสเตย์ไทยจากกระทรวงการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยรวมจำนวนสี่หลังคาเรือน (<http://www.homestaythai.net>., 1 มีนาคม 2562) การก่อตั้งโฮมสเตย์แห่งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อให้บริการที่พักอาศัย โดยเน้นการถ่ายทอดวัฒนธรรมประเพณีอันดีงามของท้องถิ่น การแลกเปลี่ยนความรู้และประเพณีร่วมกัน อีกทั้งยังมีกลุ่มวิสาหกิจชุมชนประกอบด้วยกลุ่มโคเชาจากผู้พิการ ปลูกสมุนไพร เกษตรอินทรีย์ และปลูกประคบสมุนไพรสูตรโบราณ ฯลฯ ที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมทดลองทำของที่ระลึกหรือของฝาก เพื่อให้ผู้เข้ามาพักได้สัมผัสกับวิถีชีวิตที่แปลกใหม่จากวัฒนธรรมอันแตกต่างท่ามกลางความเป็นธรรมชาติ จึงทำให้การท่องเที่ยวเชิงวิถีชุมชนมีเสน่ห์และเป็นที่น่าประทับใจแก่ผู้มาเยือนเป็นอย่างมาก

ท่ามกลางกระแสการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้น การสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวถือเป็นสิ่งที่สำคัญที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยว โดยใช้การสื่อสารสร้างความสนใจในการมาท่องเที่ยวด้วยการสร้างและขยายสารที่น่าสนใจและชัดเจนผ่านพื้นที่สื่อหรือช่องทางต่าง ๆ ที่นำมาสู่การมาท่องเที่ยว และท่องเที่ยวซ้ำ ซึ่งในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มุ่งเน้นการศึกษารูปแบบของสารและช่องทางการสื่อสาร เนื่องจากข้อมูลข่าวสารสามารถสร้างการรับรู้ เปลี่ยนแปลงทัศนคติเกี่ยวกับโฮมสเตย์แห่งนี้ หรือเกิดการเดินทางมาท่องเที่ยว และช่องทางการสื่อสารอย่างเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างสื่อดิจิทัล ได้ก้าวขึ้นมาเป็นบทบาท

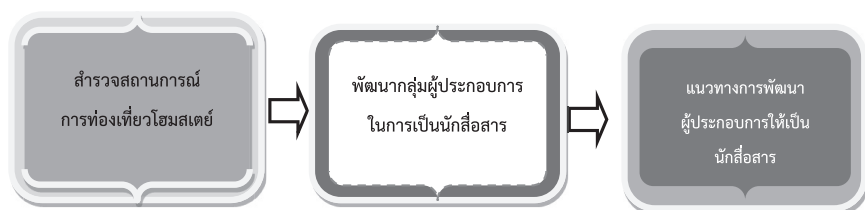
สำคัญในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ เพราะเป็นนวัตกรรม การสื่อสารที่สามารถตอบโจทยความต้องการของข้อมูลข่าวสาร โดยปราศจากเงื่อนไข ด้านเวลาและสถานที่ ซึ่งสามารถเข้าถึงและเชื่อมโยงคิดต่อสื่อสารได้อย่างทันทีทันใด จึงเป็นเหตุผลให้จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มมากขึ้นในช่วงระยะ 5 ปีที่ผ่านมา ระหว่าง ปี 2557-2561 พบว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นจาก 17.9 ล้านคน เป็น 36.0 ล้านคน (<http://www.nso.go.th/sites/>, 1 มีนาคม 2562) ทุกช่วงวัยและหลากหลายอาชีพ โดยเฉพาะ ผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมต่าง ๆ ที่มีความจำเป็นในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ผสมผสานร่วมกับสื่อดั้งเดิมเพื่อนำเสนอคุณลักษณะหรือคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์หรือ การบริการแก่กลุ่มเป้าหมาย

จากที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาหาแนวทางในการใช้สื่อในยุคดิจิทัล เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ในจังหวัดเชียงราย เพื่อสร้างและเพิ่มรายได้ให้แก่ชุมชน รวมถึงชุมชนใกล้เคียง อีกทั้งยังจะเป็นตัวอย่างที่ดีในการสร้างการสื่อสารเพื่อประกอบ ธุรกิจโฮมสเตย์ให้ใช้เป็นแนวทางสำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่นำผลการวิจัยไปใช้ ประโยชน์ในการวางแผนและพัฒนการสื่อสารเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ให้เติบโต อย่างมีคุณภาพ เข้มแข็งและยั่งยืนต่อไปในพื้นที่อื่น ๆ ซึ่งจะเป็นการพัฒนาในด้านสังคมและ เศรษฐกิจให้แก่ชุมชนอื่น ๆ และส่งผลดีต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยโดยรวม ได้เป็นอย่างดี

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาเนื้อหาและช่องทางการสื่อสารเพื่อธุรกิจโฮมสเตย์ บ้านร่องปลายนา อ.แม่ลาว จ.เชียงราย

กรอบแนวคิด



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ประโยชน์ที่คิดว่าจะได้รับ

1. ผลการวิจัยจะเป็นข้อมูลพื้นฐานที่สำคัญสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจโฮมสเตย์ในจังหวัดเชียงราย เพื่อวางแผนและพัฒนาการสื่อสารธุรกิจโฮมสเตย์ ทำให้เกิดการสร้างอาชีพและการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวโฮมสเตย์สู่ชุมชน อีกทั้งเป็นการเพิ่มประสิทธิผลในทางธุรกิจ และเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขัน

2. นักท่องเที่ยวผู้ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายจะรู้จักและมาท่องเที่ยวโฮมสเตย์บ้านร่องปลาหนาแห่งนี้มากขึ้น

3. ผลจากการวิจัยจะทำให้ชุมชนบ้านร่องปลาหนา ได้เกิดจิตสำนึกอนุรักษ์และหวงแหนชุมชน เห็นถึงคุณค่าทรัพยากรทางธรรมชาติ ศิลปะ และมรดกวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่นดั้งเดิม รวมถึงเกิดความสามัคคีในชุมชนของตนเอง

4. เป็นการสร้างและพัฒนากลุ่มผู้ประกอบการบ้านร่องปลาหนาให้มีความรู้ความสามารถเพื่อเป็นนักสื่อสารของธุรกิจโฮมสเตย์ในจังหวัดเชียงรายในการสร้างมูลค่าเพิ่มแก่แหล่งท่องเที่ยวในชุมชนของตน

ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ (Home Stay)

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายเป็นธุรกิจที่มีการขยายตัวสูง มีบทบาทสำคัญต่อภาคเศรษฐกิจและสังคม เนื่องจากเป็นแหล่งรายได้ที่มีความสำคัญต่อจังหวัดเชียงรายด้วยนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มาเยือนเยือนจำนวนกว่า 6.3 ล้านคน ซึ่งรายได้ในปี 2559 รวมทั้งสิ้น 18,174 ล้านบาท (<http://chiangrai.nso.go.th/>, 1 มีนาคม 2562) ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศไทยส่วนใหญ่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โดยแนวโน้มทิศทางของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่องและเป็นลำดับ สำหรับการท่องเที่ยวในรูปแบบโฮมสเตย์ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อภาพรวมของเศรษฐกิจการท่องเที่ยวเชียงราย กล่าวได้ว่าได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว ซึ่งสามารถพิจารณาได้จากจำนวนโฮมสเตย์ที่มีการจดทะเบียนที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจาก 34 แห่งในปี 2558 เป็น 40 แห่งในปีต่อมา โดยเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 17.7 จากสำนักงานสถิติจังหวัดเชียงราย (<http://chiangrai.nso.go.th/>, 1 มีนาคม 2562)

การท่องเที่ยวโฮมสเตย์เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่เจ้าของบ้านและสมาชิกในครอบครัวถือว่าการทำโฮมสเตย์เป็นเพียงรายได้เสริมนอกเหนือจากรายได้หลักของ

ครอบครัวเท่านั้น โดยมีพื้นที่ใช้สอยภายในบ้านเหลือและไม่ได้ใช้ประโยชน์สามารถนำมาดัดแปลงให้นักท่องเที่ยวเข้าพักได้ นักท่องเที่ยวต้องเข้าพักค้างแรมในบ้านเดียวกับที่เจ้าของบ้านอาศัยอยู่ โดยมีโอกาสแลกเปลี่ยนเรียนรู้วัฒนธรรมและวิถีชีวิตระหว่างกัน ซึ่งสมาชิกในครอบครัวต้องมีความยินดีและเต็มใจที่จะรับนักท่องเที่ยวให้เข้ามาพักค้างแรมในบ้านพร้อมทั้งถ่ายทอดวัฒนธรรมอันดีงามของท้องถิ่นนั้นแก่นักท่องเที่ยว เจ้าของบ้าน และสมาชิกในครอบครัวให้ความร่วมมือกับชุมชนในการจัดการโฮมสเตย์เป็นอย่างดี รวมถึงบ้านควรเป็นสมาชิกของกลุ่ม ชมรมหรือสหกรณ์ที่ร่วมกันจัดการ โฮมสเตย์ของชุมชนนั้น (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนาม, 2542, 55)

2. แนวคิดการประชาสัมพันธ์ (Public Relations)

การประชาสัมพันธ์ถือเป็นกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดประเภทหนึ่งที่ผู้ประกอบการใช้เพื่อการสื่อสารให้ข้อมูลและสร้างความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อสร้างความเข้าใจกับประชาชน อันจะส่งผลกระทบต่อชื่อเสียง ภาพลักษณ์ (Image) และค่านิยม (Goodwill) ของธุรกิจ เพื่อสร้างความไว้วางใจในสินค้าและบริการ ตลอดจนความศรัทธาในธุรกิจรวมถึงเป็นเครื่องมือสร้างโมติวัตรจิตต่อสาธารณชนอีกด้วยซึ่งโฮมสเตย์บ้านร่องปลายนาแห่งนี้มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดี เพื่อสร้างความไว้วางใจให้เกิดขึ้นแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นหนทางนำไปสู่การเพิ่มยอดขายของสินค้าหรือยอดจำนวนของนักท่องเที่ยว ดังนั้น การวางแผนประชาสัมพันธ์จึงต้องมีความรอบคอบ และมีการประเมินผลของกิจกรรมประชาสัมพันธ์ในทุกครั้ง เพื่อให้เกิดผลสำเร็จหรือการได้รับความนิยมนำขึ้น

นอกจากการประชาสัมพันธ์เป็นปัจจัยสำคัญที่สร้างการรับรู้ แรงจูงใจสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวในท้องถิ่นได้แล้ว ยังมีแนวคิดการประชาสัมพันธ์ธุรกิจท่องเที่ยวถือเป็นกลวิธีกรให้ข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวด้วยการเผยแพร่เพื่อช่วยกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายตัดสินใจเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในชุมชน โดยผ่านวิธีการอันหลากหลายในรูปแบบของเอกสารต่าง ๆ เช่น โบปสเตอร์ จุลสาร หนังสือ นิตยสาร วารสาร แผ่นพับ แผนที่ ภาพวาด ภาพถ่าย ฟิล์ม และการบันทึกภาพ การจัดทำสื่อต่าง ๆ เช่น วิทยูกระจายเสียง โทรทัศน์ วิทยุทัศน์ ใบบปลิว และสื่อใหม่ เป็นต้น

ระเบียบวิธีการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์ร่วมกับการสังเกตการณ์ แหล่งข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างได้ใช้หลักเกณฑ์วิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง ซึ่งเป็นการคัดเลือกตามคุณสมบัติที่เป็นเป้าหมายของงานวิจัย เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ทำให้ความเป็นจริงและมีความน่าเชื่อถือมากที่สุด คือ จากนักวิชาการทั้งทางด้าน นิเทศศาสตร์ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์และการสื่อสารสื่อใหม่ และผู้เชี่ยวชาญ ทางด้านการตลาดและการจัดการการค้าสมัยใหม่ จำนวน 4 คน รวมถึงการลงพื้นที่สัมภาษณ์ ประธานและสมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์และผู้ใหญ่บ้านร่องปลายนา อ.แม่ลาว จ.เชียงราย จำนวน 3 คน เพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูลในการตอบปัญหาของการวิจัยที่ตั้งไว้

ผู้วิจัยใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างตามกรอบประเด็นที่ได้วางไว้ โดยมี รายละเอียดประเด็นคำถามได้แก่ สภาพปัญหาการท่องเที่ยวโฮมสเตย์บ้านร่องปลายนา แนวทางการแก้ปัญหาการท่องเที่ยวโฮมสเตย์บ้านร่องปลายนา เพื่อที่จะนำไปพัฒนาแนวทางการสื่อสารเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ร่องปลายนา โดยมุ่งเน้น

การสร้างสารและช่องทางการสื่อสาร เพื่อตอบปัญหาของการวิจัยให้ได้ข้อมูล รอบด้านมากที่สุด สำหรับวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาหาแนวทางการพัฒนาการสื่อสาร เพื่อธุรกิจโฮมสเตย์บ้านร่องปลายนา อ.แม่ลาว จ.เชียงราย การสัมภาษณ์เชิงลึกจาก นักวิชาการทางด้านนิเทศศาสตร์ และการสัมภาษณ์ประธานและสมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์ รวมถึงผู้ใหญ่บ้านร่องปลายนา ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจโฮมสเตย์ร่วมกับการสังเกตการณ์

การวิจัยครั้งนี้มีวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้กรอบการศึกษาเรื่องการท่องเที่ยว โฮมสเตย์ แนวคิดการประชาสัมพันธ์ และแนวคิดการประชาสัมพันธ์ธุรกิจท่องเที่ยว เพื่อให้เห็นภาพสถานการณ์การท่องเที่ยวโฮมสเตย์บ้านร่องปลายนา ด้วยการวิเคราะห์ ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกจากนักวิชาการด้านนิเทศศาสตร์ และการตลาดและการจัดการการค้าสมัยใหม่ และผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวโฮมสเตย์

เมื่อได้ข้อมูลครบถ้วนจึงนำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้แนวคิดและทฤษฎีต่าง ๆ มาเป็นแนวทางในการวิเคราะห์ แล้วนำเสนอผลการวิเคราะห์และอภิปรายในแบบพรรณนา โดยนำเสนอตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการวิจัยจนปรากฏแนวทางการพัฒนาการสื่อสาร เพื่อธุรกิจโฮมสเตย์บ้านร่องปลายนา อ.แม่ลาว จ.เชียงราย

ผลการวิจัย

งานวิจัยนี้ได้แบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 2 ตอน โดยแต่ละตอนมีรายละเอียดดังนี้

ตอนที่ 1 สภาพปัญหาการท่องเที่ยวโฮมสเตย์บ้านร่องปลาเนา อ.แม่ลาว จ.เชียงราย

ในอดีตการท่องเที่ยวโฮมสเตย์บ้านร่องปลาเนาแห่งนี้ประสบความสำเร็จเป็นอย่างมาก เป็นโฮมสเตย์แห่งแรกที่เกิดขึ้นในจ.เชียงรายที่มีหน่วยงานอื่น ๆ ต่างมาศึกษาเรียนรู้ดูงาน เพื่อเป็นต้นแบบโฮมสเตย์ในการบริหารจัดการ รวมถึงศึกษาการท่องเที่ยวแบบเศรษฐกิจพอเพียง แต่ ณ ขณะนี้ ด้วยจำนวนผู้เข้ามาพักลดลง ไม่มีชื่อเสียงเหมือนแต่ก่อน ดังนั้น สภาพปัญหาของโฮมสเตย์เมื่อเปรียบเทียบกับระหว่างอดีตและปัจจุบัน พบว่าความสะอาดเป็นระเบียบเรียบร้อยภายในท้องถิ่นลดลง เพราะสมาชิกหมู่บ้านรุ่นแม่เสียชีวิต ขาดการสานต่อสำนักักรักหมู่บ้านจากรุ่นลูกรุ่นหลาน การเปลี่ยนผ่านผู้นำที่ขาดความต่อเนื่องในการบริหารงานหมู่บ้าน การขาดประสบการณ์ในการจัดการ และขาดทักษะทางการสื่อสารของพ่อหลวงบ้าน การขาดความเข้มแข็งสามัคคีของชุมชนที่ลดลง รวมถึงเมื่อไม่มีองค์กรภายนอกมาช่วยเหลือดูแล จึงไม่มีการพัฒนาปรับปรุงจากเหล่าลูกบ้าน มีจำนวนของโฮมสเตย์ โรงแรมหรือห้องพักในบริเวณใกล้เคียงที่เปิดให้บริการมากขึ้น และราคาถูก อีกทั้ง กลุ่มฐานการเรียนรู้และกิจกรรมต่าง ๆ ที่ให้นักท่องเที่ยวทดลองทำ เพื่อเป็นของที่ระลึกของฝากลดน้อยลง

สำหรับสถานการณ์การท่องเที่ยวโฮมสเตย์บ้านร่องปลาเนา พบว่า กลุ่มเป้าหมายหลัก คือ องค์กรบริหารส่วนตำบล องค์กรบริหารส่วนจังหวัด หน่วยงานภาครัฐ สถาบันต่าง ๆ ที่มีเครือข่าย (Connection) มาศึกษาดูงานที่โฮมสเตย์ กลุ่มเป้าหมายรอง คือ นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ซึ่งเป็นชาวญี่ปุ่นและชาวตะวันตก ที่เรียกว่า “นักท่องเที่ยวสร้างสรรค์” (Creative Tourism) คือ นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ที่ต้องการร่วมทำกิจกรรมกับชุมชนเพื่อเรียนรู้หาประสบการณ์แปลกใหม่ในชีวิต ผู้เข้ามาพักส่วนใหญ่เดินทางมาจากภาคกลางมากที่สุด ส่วนภาคอีสาน ภาคใต้ และภาคเหนือมีปริมาณที่ใกล้เคียงกัน วัดดูประสงค์ในการมาพักเพื่อเยี่ยมชมและเรียนรู้กลุ่มเรียนต่าง ๆ เช่น กลุ่มตุ๊กตาดับกลิ่น รูปสมุนไพรรูปสัตว์ การปักครอสติช เครื่องปั้นดินเผา การทำผ้ามัดย้อม การแปรรูปมะขามแก้ว การทำหมอนหมอนอิง หัตถกรรมพื้นบ้าน หรือกล้วยฉาบ การศึกษาแนวทางเศรษฐกิจพอเพียง และแวะพักเพื่อไปจุดหมายปลายทางอื่น โดยสัดส่วนของผู้เข้ามาพักมีทั้งพักค้างคืนและไม่ค้างคืนใกล้เคียงกัน ซึ่งเดินทางโดยรถบัสสำหรับกลุ่มคณะข้าราชการ ส่วนกลุ่มเป้าหมายรองเดินทางด้วยรถยนต์ หรือรถตู้โดยมีไกด์เป็นผู้นำทางมาพักและพาเที่ยว

ในจังหวัดเชียงราย ฤดูกาลท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว คือ ช่วงฤดูหนาว ตั้งแต่เดือนตุลาคม-กุมภาพันธ์

สำหรับแนวทางการแก้ปัญหาการท่องเที่ยวโฮมสเตย์บ้านร่องปลาณา ผลการศึกษาพบว่า 1) การสื่อสารของสมาชิกภายในชุมชน การบริหารจัดการร่วมกันของเหล่าสมาชิก เพื่อความโปร่งใส และได้รับผลประโยชน์ร่วมกัน 2) การสร้างความเข้มแข็งให้เกิดขึ้นในหมู่บ้าน โดยเฉพาะผู้นำชุมชนที่ควรมีประสบการณ์ มีวิสัยทัศน์ก้าวไกล รวมถึงการหางบประมาณจากภายนอกมาพัฒนาท้องถิ่น 3) การพัฒนาสินค้าเพียงหนึ่งผลิตภัณฑ์ ดันโฮมสเตย์ 4) การศึกษาวิถีชีวิตชนบท ศิลปวัฒนธรรมดั้งเดิมเอาไว้จนสามารถชูประเด็นด้านประเพณี 5) การบริหารการทำงานร่วมกันในลักษณะพันธมิตรระหว่างโฮมสเตย์หมู่บ้านใกล้เคียง เพื่อสร้างการเติบโตไปพร้อม ๆ กัน 6) การปลูกฝังและสร้างจิตสำนึกให้แก่สมาชิก โดยเฉพาะลูกหลานให้หวงแหนผูกพันดูแลรักษาหมู่บ้านของตน รักษามาตรฐานความสะอาด ความเป็นระเบียบเรียบร้อย 7) การสร้างสรรค์กิจกรรมใหม่ ๆ โดยเฉพาะกิจกรรมสด คือ กิจกรรมที่อิงตามฤดูกาลให้สอดคล้องกับบริบทในแต่ละช่วง และ 8) หมั่นเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเพื่อการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ทั้งสื่อกระแสหลักและสื่อออนไลน์

ตอนที่ 2 แนวทางการพัฒนาการสื่อสารเพื่อธุรกิจโฮมสเตย์บ้านร่องปลาณา อ.แม่ลาว จ.เชียงราย

ผลการศึกษาพบว่าแนวทางการพัฒนาการสื่อสารเพื่อธุรกิจโฮมสเตย์บ้านร่องปลาณา ในองค์ประกอบของเนื้อหาสาร (Message) ควรสื่อสารกับนักท่องเที่ยวโดยควรชูประเด็นสารให้ชัดเจน ได้แก่

1) ผลิตภัณฑ์หรือการบริการที่โดดเด่นคุณภาพดีจนเป็นเอกลักษณ์ ซึ่งแตกต่างจากหมู่บ้านอื่น ควรใช้กลยุทธ์ “ผลิตภัณฑ์หรือบริการดันโฮมสเตย์” เพราะที่ตั้งโฮมสเตย์แห่งนี้ปราศจากจุดขายทางทัศนียภาพ เช่น น้ำตก ภูเขา แม่น้ำ หรือบ่อน้ำพุร้อน เป็นต้น

2) การสร้างเรื่องราวความเป็นมาของชุมชนหรือตารางกิจกรรมใหม่ๆ ที่สร้างสรรค์ภายในหมู่บ้านทั้งกิจกรรมแห่ง คือ กิจกรรมที่หมู่บ้านมีบริการให้นักท่องเที่ยวได้ทำร่วมกัน ได้แก่ การใส่บาตรร่วมกับเจ้าของบ้าน การเก็บพืชผักผลไม้เพื่อนำมาประกอบอาหาร ส่วนกิจกรรมสด คือ กิจกรรมที่อิงตามฤดูกาลให้สอดคล้องกับบริบทในแต่ละช่วง เช่น การลงนาปลูกข้าว เป็นต้น

3) การนำเสนอความเป็นท้องถิ่น วิถีชนบท ภูมิปัญญาชาวบ้านจนเป็นอัตลักษณ์ ความเป็นชุมชนแห่งนี้ที่นักท่องเที่ยวต้องมาเช็กอิน เพราะนักท่องเที่ยวสร้างสรรค์หรือ

กลุ่มวัยรุ่นนิยมการเผยแพร่เรื่องราวของตน กิจกรรมประจำวัน หรือการแบ่งปันภาพถ่ายสถานที่ท่องเที่ยวกำลังเป็นที่นิยมที่คนไปเยือนทางสื่อออนไลน์

4) มุ่งประเด็นด้านศิลปวัฒนธรรม ประเพณีที่ทรงคุณค่าโดยสืบทอดจากบรรพบุรุษที่คนไทยควรหวงแหนเอาไว้ โดยสะท้อนให้เห็นถึงอารมณืความเป็นธรรมชาติ โดยไม่ผ่านการปรุงแต่ง ซึ่งเป็นวิธีการนำเสนอเรื่องราวอย่างสร้างสรรค์จึงจะส่งผลต่อการท่องเที่ยวในระยะยาวได้

5) การนำเสนอบรรยากาศความสวยงาม ความร่มรื่น ความสดชื่นของธรรมชาติที่นักท่องเที่ยวไม่สามารถสัมผัสได้จากเมืองหลวง จนสามารถเกิดความรู้สึกร่วมไปกับสารได้ เพื่อให้เกิดพฤติกรรมการมาท่องเที่ยวหมู่บ้านร่องปลาชนา

6) การนำเสนอความสะอาด ความเป็นระเบียบเรียบร้อยภายในชุมชนและที่พัก เนื่องจากในปัจจุบันนี้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติต่างก็ให้ความสำคัญกับความสะอาดและปลอดภัยเป็นลำดับแรกของการมาท่องเที่ยว ดังนั้น การเผยแพร่ข้อมูลถึงความสะอาดของห้องพักและในหมู่บ้านที่ไม่ก่อให้เกิดเชื้อโรคหรือโรคภัยไข้เจ็บถูกสุขอนามัยจึงเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง

7) การนำเสนอเกี่ยวกับอาหาร ขนม และผลไม้ที่เป็นผลผลิตของจังหวัดที่นำรับประทาน ความสดใหม่ ความสะอาด และการปลอดภัย ซึ่งเป็นที่นิยมของคนทุกเพศทุกวัยที่ใส่ใจในสุขภาพเพื่อร่างกายที่แข็งแรง

8) การเผยแพร่ป้ายประกาศที่โฮมสเตย์เคยได้รับรางวัลมาตรฐานโฮมสเตย์ไทยหรือรางวัลอื่น ๆ ที่ได้รับมา เช่น หน้าบ้านนำมอง หลังบ้านนำดูในบ้านนำอยู่ ท่องเที่ยวโดยชุมชนยอดเยี่ยม (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย) โฮมสเตย์มีสไตล์ (ธนาคารออมสิน) เป็นต้น เพื่อเป็นหลักฐานยืนยันถึงคุณภาพมาตรฐานที่ได้รับการยอมรับจากหน่วยงานต่างๆ ที่สามารถสร้างความเชื่อใจหรือไว้วางใจแก่ผู้เข้ามาพักได้ นอกจากนี้ การนำเสนอสารผนวกกับการส่งเสริมการขาย (Sale Promotion) ร่วมกัน โดยให้เหล่าสมาชิกในชุมชนได้ตระหนักถึงเอกลักษณ์ชุมชน วางแผนการสื่อสารไปในทิศทางเดียวกันและรับทราบถึงผลประโยชน์ร่วมกัน เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์อย่างยั่งยืนจนเกิดนักสื่อสารชุมชนที่สามารถผลิตเนื้อหาสาระและการเผยแพร่ผ่านช่องทางเทคโนโลยีการสื่อสารได้

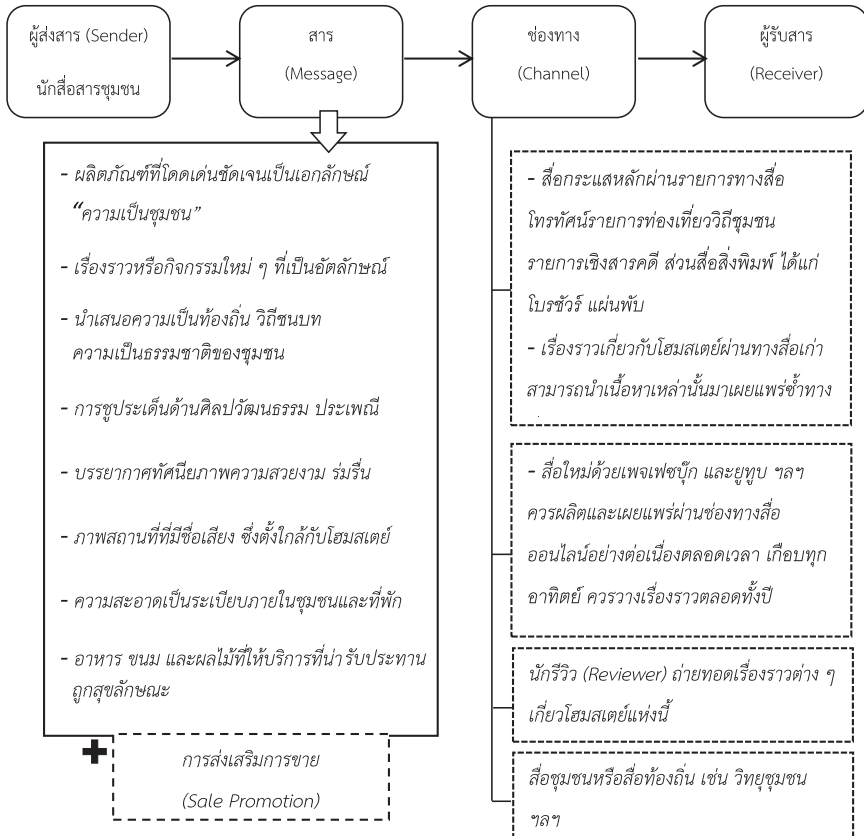
ส่วนแนวทางการพัฒนาการสื่อสารเพื่อธุรกิจโฮมสเตย์บ้านร่องปลาชนาในองค์ประกอบของช่องทางการสื่อสาร (Channel) ผลการศึกษาพบว่า ควรเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ทั้งสื่อกระแสหลักและสื่อใหม่ โดยรายการทางสื่อโทรทัศน์ เช่น รายการท่องเที่ยววิถีชุมชน รายการเชิงสารคดี ส่วนสื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ โบรชัวร์ แผ่นพับ เป็นต้น ส่วนสื่อใหม่ควรผลิต

และเผยแพร่ผ่านเพจเฟซบุ๊ก อาจต้องเสียค่าใช้จ่าย เพื่อเพิ่มการเห็นในเพจเฟซบุ๊กของกลุ่มเป้าหมายหลักและรองให้มากขึ้น รวมถึงช่องทางยูทูบหรือสื่อออนไลน์อื่น ๆ อย่างต่อเนื่องตลอดเวลา เกือบทุกอาทิตย์ เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายใช้สื่อใหม่ในการหารายละเอียดและวางแผนการท่องเที่ยว เพราะเป็นสื่อที่ให้ข้อมูลข่าวสารได้อย่างสะดวก รวดเร็ว อีกทั้งเป็นสื่อที่แสดงถึงอารมณ์ความรู้สึกที่มีทั้งภาพและเสียง เทคนิคการนำเสนอที่น่าสนใจ เป็นช่องทางหนึ่งในการหาตัวตน สร้างเอกลักษณ์ วิถีชีวิตที่แตกต่างได้ ดังนั้น จึงควรมีจุดขายที่แตกต่างจากที่อื่น ซึ่งสื่อออนไลน์จะช่วยส่งเสริมให้อัตลักษณ์เหล่านั้นเป็นที่รู้จักได้อย่างรวดเร็ว และควรวางโครงเรื่องราวตลอดทั้งปี นอกจากนี้ เมื่อนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับโฮมสเตย์แห่งนี้ผ่านทางสื่อเก่ายังสามารถนำเนื้อหาทั้งหมดหรือบางส่วนมาเผยแพร่ซ้ำทางสื่อออนไลน์ได้ ซึ่งเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือและรับรู้ให้เกิดขึ้นกับกลุ่มเป้าหมาย ตลอดจนการใช้นักรีวิว (Reviewer) มาแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้าและบริการ บอกเล่าและถ่ายทอดเรื่องราวมุมมองต่าง ๆ เกี่ยวกับโฮมสเตย์จนสามารถสร้างกระแสการท่องเที่ยวแห่งนี้ได้ รวมถึงสื่อท้องถิ่น เช่น วิทยุชุมชนหรือหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น เป็นสื่อที่มีความใกล้ชิดกับชาวเชียงราย เพราะคนในท้องถิ่นยังคงแสวงหาการพักผ่อนหย่อนใจจากแหล่งธรรมชาติที่สวยงาม

แนวทางการพัฒนาการสื่อสารเพื่อธุรกิจโฮมสเตย์บ้านร่องปลาเนา ผู้นำชุมชนและสมาชิกในหมู่บ้านต้องมีความรู้และความเข้าใจในระดับพื้นฐานในการสร้างเนื้อหาและการใช้สื่อใหม่ เพราะในปัจจุบันการใช้สื่อออนไลน์เป็นอีกช่องทางหนึ่งในการสร้างเอกลักษณ์ ดังนั้น จึงควรมีจุดขายที่แตกต่างจากที่อื่น ซึ่งสื่อใหม่จะช่วยส่งเสริมให้อัตลักษณ์เหล่านั้นเป็นที่รู้จักได้อย่างรวดเร็ว ตลอดจนนักสื่อสารชุมชนควรพิจารณาการนำเสนอสารที่เหมาะสมและสอดคล้องกับช่องทางการสื่อสารที่มีความแตกต่างกันไปด้วย ซึ่งสามารถสรุปผลการศึกษาได้ตามแผนภาพด้านล่างนี้

กรอบแนวคิดสรุปผลการวิจัย:

แนวทางการพัฒนาเนื้อหาและช่องทางการสื่อสารเพื่อธุรกิจโฮมสเตย์
บ้านร่องปลายนา อ.แม่ลาว จ.เชียงราย



อภิปรายผล

การศึกษานี้ ผู้วิจัยได้นำผลการศึกษามาวิเคราะห์ร่วมกับแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยจะอภิปรายผลของสภาพปัญหาของการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ บ้านร่องปลายนา เพื่อเป็นข้อมูลในการวิเคราะห์ที่จะนำไปสู่แนวทางการพัฒนาการสื่อสาร เพื่อธุรกิจโฮมสเตย์บ้านร่องปลายนา เพื่อให้เกิดความลุ่มลึก ถูกต้องและรอบด้าน โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

สภาพปัญหาของการท่องเที่ยวโฮมสเตย์บ้านร่องปลาหนา อ.แม่ลาว จ.เชียงราย

จากสถานการณ์การท่องเที่ยวโฮมสเตย์บ้านร่องปลาหนา พบกลุ่มเป้าหมายหลักคือ คณะข้าราชการ องค์กรการบริหารส่วนตำบล เทศบาลชุมชนหรือนักศึกษา ที่เดินทางมาจากภาคกลางมากที่สุด ส่วนภาคอีสาน ได้ และเหนือมีปริมาณที่ใกล้เคียงกัน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาดูงานการจัดการโฮมสเตย์ เพื่อนำไปสร้าง ปรับปรุง เปลี่ยนแปลง และพัฒนาในชุมชนตนเอง กลุ่มเป้าหมายรองคือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติทั้งชาวไทยหรือนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และชาวต่างชาติ ซึ่งเป็นชาวญี่ปุ่นและชาวตะวันตกได้เดินทางมาเยี่ยมชมและเรียนรู้ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี กลุ่มเรียนต่าง ๆ และการศึกษาแนวทางเศรษฐกิจพอเพียง รวมถึงมาแวะพักเพื่อเดินทางไปจุดหมายปลายทางอื่น โดยมาพักค้างคืนและไม่พักค้างคืนในสัดส่วนใกล้เคียงกัน ผลการวิจัยสอดคล้องกับงานของ ประชัน วันลิโกปราณี จิตรรัตนพงศ์ และศรัณย์พร ชวนเกริกกุล (2550) เรื่อง แนวทางการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ณ ชุมชนแม่กลอง จังหวัดสมุทรสงคราม พบว่า การได้มาสัมผัสกับวิถีท้องถิ่น ศิลปวัฒนธรรม รวมทั้งทัศนียภาพทางธรรมชาติจึงเป็นเสน่ห์ในการดึงดูดนักท่องเที่ยว

สำหรับปัญหาที่โฮมสเตย์บ้านร่องปลาหนากำลังเผชิญอยู่นั้น เมื่อพิจารณาข้อมูลมีความสอดคล้องกับแนวคิดโฮมสเตย์ที่ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนาม ได้อธิบายถึงความพร้อมในการเป็นโฮมสเตย์ที่เจ้าบ้านและสมาชิกในครอบครัวให้ความร่วมมือกับชุมชนในการจัดการโฮมสเตย์เป็นอย่างดี ดังนั้น จากผลการวิจัยนี้ยังสามารถวิเคราะห์หมายถึงสมาชิกในชุมชนได้เช่นกัน เพราะหมู่บ้านร่องปลาหนาควรดำเนินการแก้ไขสถานการณ์ คือ การสร้างความเข้มแข็ง ความสามัคคีให้เกิดขึ้นกับเหล่าสมาชิก โดยชุมชนจะต้องมีความรู้ความเข้าใจการบริหารโฮมสเตย์ในทิศทางเดียวกัน ควรสร้างการสื่อสารร่วมกันภายในหมู่บ้าน จนสามารถวางแผน พัฒนา และขับเคลื่อนโฮมสเตย์ที่สอดคล้องตรงกัน เพื่อให้เกิดความโปร่งใส ยุติธรรม และรับผลประโยชน์ร่วมกัน

นอกจากนี้ ผลการศึกษามีทิศทางเดียวกับงานวิจัยของ ณัฏฐา ชัยวังเย็น (2554) เรื่อง บทบาทขององค์กรปกครองท้องถิ่นในการพัฒนาท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในพื้นที่กรณีศึกษา: เทศบาล ต.แม่ยาว อ.เมือง จ.เชียงราย ที่ได้ข้อสรุปว่า องค์กรปกครองท้องถิ่นมีระดับปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวระดับมาก อาทิ ขาดการประสานแผนระหว่างส่วนกลางกับส่วนท้องถิ่น ซึ่งโฮมสเตย์บ้านร่องปลาหนาพบปัญหาเรื่องการประสานงานระหว่างผู้นำและชาวบ้าน รวมถึงบทบาทและศักยภาพของผู้นำชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ เพราะผู้นำจะมีส่วนส่งเสริม สนับสนุน

และพัฒนาการท่องเที่ยวในหมู่บ้านได้เป็นอย่างมาก ดังนั้น ผู้นำควรมีการศึกษาทั้งจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวโฮมสเตย์อย่างจริงจัง อีกทั้ง ผู้นำควรมีวิสัยทัศน์ก้าวไกล มีความเสียสละ การลงมือปฏิบัติอย่างจริงจัง เพื่อปรับปรุงเปลี่ยนแปลงชุมชนให้ดีขึ้น

ส่วนแนวทางการแก้ไขปัญหาหนี้คือ ชุมชนต้องสร้างและพัฒนาสินค้าในชุมชน กลุ่มฐานกิจกรรมใหม่ ๆ วิถีชีวิตที่เป็นเอกลักษณ์ดั้งเดิม ศิลปวัฒนธรรมให้เกิดความโดดเด่น เพื่อให้สิ่งเหล่านี้สามารถผลักดัน โฮมสเตย์หรือสร้างชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดีให้กับ โฮมสเตย์ จนเป็นแหล่งดึงดูดความสนใจแก่นักท่องเที่ยวที่ต้องการมาเยี่ยมชมและเรียนรู้ภูมิปัญญา ประเพณีอันเก่าแก่จากหมู่บ้านแห่งนี้ได้ จากที่กล่าวมานี้มีทิศทางที่สอดคล้องกับการศึกษาของ ประชัน วันลิโก ปราณี จิตรรัตนพงศ์ และ ศรีณีย์พร ชวนเกริกกุล (2550) พบว่า กลุ่มตัวอย่างสนใจงานเทศกาลของจังหวัดมากที่สุด โดยเฉพาะเทศกาลกินปลา และการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว เพื่อได้มาสัมผัสกับวิถีท้องถิ่นการชมหิ่งห้อย ดังนั้น ผลจากการวิจัยชี้ให้เห็นว่าโฮมสเตย์บ้านร่องปลาหนาควรสร้างหรือพัฒนาสินค้าในชุมชน กลุ่มฐานกิจกรรมใหม่ ๆ วิถีชนบทที่เป็นเอกลักษณ์ดั้งเดิม ศิลปวัฒนธรรมให้มีจุดเด่น เพื่อให้สิ่งเหล่านี้สามารถผลักดันโฮมสเตย์ให้เป็นที่รู้จัก

แนวทางการพัฒนาการสื่อสารเพื่อธุรกิจโฮมสเตย์บ้านร่องปลาหนา อ.แม่ลาว จ.เชียงราย

ในด้านเนื้อหาการสื่อสารโดยชุมชนประเด็นที่ต้องการสื่อสารให้ชัดเจน ให้รับทราบถึงผลลัพธ์หรือผลประโยชน์ร่วมกันในหมู่บ้าน เพื่อการ โปรโมทอย่างยั่งยืนจนเกิดนักท่องเที่ยว ชุมชน โดยมีประเด็นหลัก ดังต่อไปนี้คือ 1) ผลิตภัณฑ์หรือบริการที่โดดเด่นที่เป็นเอกลักษณ์ ซึ่งต้องแตกต่างจากชุมชนอื่น จนปรากฏความชัดเจนของสาร คือ “ความเป็นชุมชน” ของโฮมสเตย์แห่งนี้ เช่น เตาอบหม้อดินไฟฟ้าซึ่งเป็นสินค้า OTOP ที่ผลิตจากดินเหนียว คำด้วยมือทุกใบ และยังสามารถหุงต้มอาหารด้วยไฟฟ้าได้ ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำซ้ำได้ยาก 2) เรื่องราวหรือตารางกิจกรรมใหม่ ๆ ที่สร้างสรรค์ภายในหมู่บ้าน ทั้งกิจกรรมเชิง-กิจกรรมสด 3) การนำเสนอความเป็นท้องถิ่น วิถีชนบท 4) การชูประเด็นด้านศิลปวัฒนธรรม ประเพณีที่ทรงคุณค่าโดยสืบทอดจากบรรพบุรุษที่คนไทยควรหวงแหนเอาไว้ 5) การนำเสนอ ภาพบรรยากาศความสวยงาม ความร่มรื่น ของภูมิทัศน์หมู่บ้านร่องปลาหนา 6) ภาพสถานที่ ที่มีชื่อเสียง ซึ่งใกล้กับโฮมสเตย์แห่งนี้ 7) การนำเสนอความสะอาด ความเป็นระเบียบ เรียบร้อยภายในชุมชนและที่พัก 8) การนำเสนอด้วยภาพป้ายประกาศที่โฮมสเตย์เคย แห่งนี้ได้รับรางวัลมาตรฐานโฮมสเตย์ไทยหรือรางวัลอื่น ๆ 9) ภาพอาหาร ขนม และผลไม้ที่

นำรับประทาน ความสดใหม่ ความสะอาด การปลอดสารพิษ ดังนั้น เนื้อหาที่อภิปรายมานี้ ที่ชุมชนควรนำเสนอจึงสอดคล้องกับงานวิจัยของ Kanoknon Seubsamarn (2009) เรื่อง Tourist Motivation To Use Homestays in Thailand and Their Satisfaction Based on the Destination's Cultural and Heritage-Based Attribute พบว่าสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเป็นสิ่งจูงใจให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจในการมาท่องเที่ยวโฮมสเตย์ในประเทศไทย รวมถึงงานวิจัยของ ชานิกา จัทรสูงเนิน (2551) ที่ค้นพบว่า ลักษณะที่พิกแบบโฮมสเตย์ที่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติต้องการ ในระดับมาก ได้แก่ ด้านที่พิกด้านการจัดการ ซึ่งสามารถครอบคลุมในองค์ประกอบของความสะอาด ความเป็นระเบียบเรียบร้อยของห้องพัก ภายในบริเวณโฮมสเตย์ และอาหาร เป็นต้น

นอกจากนี้ การสร้างเนื้อหาสารยังสามารถผนวกกับการส่งเสริมการขายเพราะเป็นกลยุทธ์ที่ถูกออกแบบขึ้นเพื่อกระตุ้นกลุ่มนักท่องเที่ยวให้เกิดการตอบสนองได้เร็วขึ้น ดังนั้น นักสื่อสารชุมชนสามารถสร้างสรรค์กิจกรรมในชุมชนผนวกกับการจัดโปรโมชันในราคาพิเศษให้กับนักท่องเที่ยวในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยวได้ หรือ การนำเสนอสารที่มีบริการรถยนต์รับส่งระหว่างสนามบินกับหมู่บ้าน หรือการบริการขับรถพานักท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวจุดสำคัญ (Landmark) ของเชียงราย เมื่อพิจารณาข้อมูลที่ค้นพบผ่านงานวิจัยของ ฉัชชา ชัยวงษ์เย็น (2554) โดยที่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ชี้ให้เห็นว่า ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดการท่องเที่ยวยังให้ความสำคัญกับเครื่องมือการส่งเสริมการขาย เพราะเป็นปัจจัยหนึ่งในการพัฒนาท่องเที่ยวโฮมสเตย์ให้ประสบความสำเร็จได้

ในด้านช่องทางการสื่อสารเพื่อพัฒนาการสื่อสารเพื่อธุรกิจโฮมสเตย์บ้านร่องปลายนา จากการศึกษาสามารถอภิปรายได้ว่า แนวทางการสื่อสารเพื่อพัฒนาธุรกิจโฮมสเตย์บ้านร่องปลายนา โดยให้สมาชิกในชุมชนได้ร่วมกันวางแผนเพื่อสร้างสรรค์ และเลือกช่องทางการสื่อสารตามสถานการณ์ต่าง ๆ เพื่อการสื่อสารอย่างยั่งยืนจากหลากหลายสื่อ รวมกัน โดยมีแนวทางดังนี้ ในการเผยแพร่เรื่องราวข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับหมู่บ้านร่องปลายนา ผ่านทางสื่อโทรทัศน์ยังคงเป็นช่องทางที่ทรงอิทธิพลกับกลุ่มเป้าหมายคนไทย ได้แก่ หน่วยงานราชการ อบต. อบจ. ฯลฯ อย่างที่รายการทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 ได้นำเสนอเรื่องราวกิจกรรมการท่องเที่ยวของหมู่บ้านแห่งนี้ อาทิ รายการข่าว Ch3 Thailand ชื่อตอน “เชียงราย-ส่งเสริมหมู่บ้านชนบททำโฮมสเตย์” และกลุ่มเป้าหมายรองอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยชาวจีนหรือนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ชาวต่างชาติ กลุ่มนักเรียนยังคงเปิดรับโทรทัศน์อยู่ และสื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ โบรชัวร์ แผ่นพับ ผลจากการอภิปรายนี้จึงสอดคล้อง

กับงานวิจัยของ ประชัน วันลิโก และคณะ (2550) สรุปผลว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ เปิดรับสื่อโทรทัศน์ในวันธรรมดา โดยเปิดรับในช่วงเช้ามืดเวลา 05.00-07:00 น. ในวันหยุด เปิดรับเวลาเช้า คือ 07.00-08.00 น. และช่วงเที่ยง โดยเปิดรับรายการละครและรายการ สารคดี/สาระความรู้ และจากสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 มากที่สุด ดังนั้น สมาชิกในหมู่บ้าน ร่องปลายนา สามารถวางแผนการสื่อสารผ่านสื่อโทรทัศน์ได้ เช่น รายการท่องเที่ยว วิถีชุมชน รายการเชิงสารคดี อีกทั้งกลุ่มผู้ให้ข้อมูลเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ ได้แก่ ไทยรัฐ ข่าวสด มติชน เป็นต้น

การเผยแพร่ทางสื่อใหม่ด้วยเพจเฟซบุ๊กและช่องทางยูทูป ฯลฯ สำหรับเพจทาง เฟซบุ๊กนั้น ผู้ดูแลระบบอาจต้องเสียค่าใช้จ่าย เพื่อเพิ่มการเห็นในเพจเฟซบุ๊กของกลุ่มเป้าหมายให้มากหรือถี่ขึ้น ซึ่งควรผลิตและเผยแพร่ผ่านอย่างต่อเนื่องตลอดเวลา อย่างน้อยสัปดาห์ละ 1 ครั้ง เพื่อให้เกิดความเคลื่อนไหวของเรื่องราวโฮมสเตย์หรือกิจกรรม ที่น่าสนใจ นอกจากนี้ เมื่อนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับโฮมสเตย์ผ่านทางสื่อเก่า ยังสามารถ นำเนื้อหาทั้งหมดเหล่านี้หรือเพียงบางส่วนมาเผยแพร่ซ้ำทางสื่อออนไลน์ได้ ซึ่งเป็นการ สร้างความน่าเชื่อถือให้เกิดขึ้นกับกลุ่มเป้าหมายได้ เพราะว่าสื่อใหม่ได้เข้ามามีบทบาท ต่อชีวิตมนุษย์ในทุกด้าน อีกทั้ง ยังมีอิทธิพลในการรับรู้ต่อสารของนักท่องเที่ยวได้เป็น อย่างดี เป็นสื่อที่มีศักยภาพสามารถติดต่อสื่อสารถึงกัน ได้ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร ได้อย่างทันทีทันใด เป็นสื่อที่ผนวกรวมเอาสื่อเก่าและองค์ประกอบสารต่าง ๆ เข้าไว้ด้วยกัน จากที่ได้กล่าวมาแล้วยังมีทิศทางเดียวกับงานวิจัยของ อรพรรณ พรเจริญ (2547) พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ เว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์มีคุณภาพ สามารถนำมา ใช้ประโยชน์ในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ได้

นอกจากการใช้สื่อใหม่ในการเผยแพร่ข้อมูลแล้ว ควรใช้กลยุทธ์นักกรีวิวเพราะเป็น บุคคลที่แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้าและบริการทางโลกออนไลน์ โดยการบอกเล่า ข้อดี ข้อเสีย ความรู้สึก ความประทับใจที่เกิดขึ้นหลังการใช้สินค้าหรือบริการนั้น เพื่อเป็น ข้อมูลให้กับผู้ที่กำลังหาข้อมูลให้ตัดสินใจง่ายขึ้น ดังนั้น ควรใช้นักกรีวิวได้ถ่ายทอด เรื่องราวมุมมองต่าง ๆ เกี่ยวกับโฮมสเตย์ จนสามารถสร้างกระแสการท่องเที่ยว นอกจากนี้ นักกรีวิวเป็นผู้มีอิทธิพล (Influencer) ต่อกลุ่มคนในโลกสื่อใหม่ในด้านความคิด การตัดสินใจ บุคคลที่มีผลต่อกลุ่มคนในวงกว้างอย่างมากมาย ดังนั้น หมู่บ้านร่องปลายนา ควรเลือก ผู้มีอิทธิพลที่สนใจหรือชื่นชอบการท่องเที่ยว การผจญภัย หรือประวัติศาสตร์ เป็นต้น ซึ่งแนวทางนี้สามารถสร้างยอดจำนวนผู้ติดตามในเพจเฟซบุ๊กบ้านร่องปลายนาได้เนื่องจาก

คุณสมบัติของสื่อใหม่เป็นสื่อที่สามารถแพร่กระจายไปยังผู้รับสารที่ปราศจากเงื่อนไขด้านสถานที่เวลาและผู้ส่งสารที่มีจำนวนกี่คนก็ได้ สามารถร่วมกันสื่อสารในกระบวนการสื่อสารเดียวกันได้พร้อมกัน ดังนั้น สื่อใหม่จึงมีข้อดีในการผสมผสานทั้งรูปแบบการสื่อสารระหว่างบุคคลและรูปแบบการสื่อสารแบบมวลชนเข้าไว้ด้วยกัน จึงเกิดการสื่อสารที่มีลักษณะการส่งข้อมูลข่าวสารแบบหลายมิติ (Pavlik & McIntosh, 2004 : 331)

สื่อชุมชนหรือสื่อท้องถิ่น เช่น วิทยุชุมชน หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น ฯลฯ เพราะเป็นสื่อที่มีความใกล้ชิดกับชาวเชียงราย เพราะคนในท้องถิ่นยังคงแสวงหาการพักผ่อนหย่อนใจจากแหล่งธรรมชาติที่สวยงาม จากการอภิปรายผลนี้ยังสอดคล้องกับการศึกษาของ ณัฐชามณูย์ สุวิทย์พันธุ์ (2545) วิจัยเรื่อง การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะ และแนวโน้มพฤติกรรมทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผลการศึกษาชี้ว่า ทิศทางการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์จากสื่อเฉพาะกิจ (หรือสื่อชุมชน) มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์และพฤติกรรมทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์ นั้นหมายความว่า ยังเปิดรับข้อมูลการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ผ่านสื่อเฉพาะกิจมาก ยังมีทัศนคติและมีพฤติกรรมทางท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะ

1. การวิจัยในอนาคต ควรศึกษาเพิ่มเติมด้านผู้ส่งสาร (Sender) คือ เหล่าสมาชิกชุมชนบ้านร่องปลาหนา และผู้รับสาร (Receiver) คือ ผู้ใช้สื่อใหม่ (User) เพื่อให้ได้ความรู้ที่สามารถนำไปใช้ได้ อย่างน่าเชื่อถือและมีประสิทธิภาพในการพัฒนาการสื่อสารของธุรกิจนี้ และเพื่อวิเคราะห์เทียบเคียงประสิทธิภาพทางการสื่อสาร ได้อย่างครอบคลุม ซึ่งเป็นการศึกษาทั้งกระบวนการสื่อสาร ผลวิจัยจะสามารถสร้างการรับรู้และเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวแก่ชุมชนได้

2. ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการเปรียบเทียบการสื่อสารระหว่างโฮมสเตย์อื่นๆ เพื่อให้เห็นจุดดี-ข้อของกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ อันนำมาสู่ความสำเร็จทางการสื่อสาร แนวทางข้อค้นพบในงานวิจัยดังกล่าว จะช่วยพัฒนาการสื่อสารของท้องถิ่นให้มีความน่าสนใจ และเป็นที่ต้องการมาเที่ยวของนักท่องเที่ยวได้

รายการอ้างอิง

- กรกนก นิลคำ. (2560). *หลักการสื่อสาร*. เชียงราย, คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.
- ชานิกา จักรสูงเนิน. (2551). *ศักยภาพในการพัฒนาที่พักแบบโฮมสเตย์ในเขตเทศบาลตำบลเวียงเชียงแสน อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย*. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต สาขาการจัดการนันทนาการและการท่องเที่ยว สำนักงานบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- นัชชา ชัยวังเย็น. (2555). *บทบาทขององค์กรปกครองท้องถิ่นในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในพื้นที่กรณีศึกษา: เทศบาลตำบลแม่ยาว อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย*. การศึกษาอิสระรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.
- ณัฐชามณูย์ สุวิทย์พันธุ์. (2545). *การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และแนวโน้มพฤติกรรม การท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย*. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์พัฒนาการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2542). *การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน*. เชียงใหม่: คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ประชัน วันลิโก และคณะ. (2550). *แนวทางการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ณ จังหวัดสมุทรสงคราม*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกริก.
- อรรณพ พรเจริญ. (2547). *การสร้างเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ กรณีศึกษาภาคกลางและภาคใต้ของประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต สาขาครุศาสตร์เทคโนโลยี ภาควิชาเทคโนโลยีและการสื่อสารการศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.
- Burnett, R. and Marshall, D. (2003). *Web Theory: An Introduction*. United Kingdom: Routledge.
- Seubsamarn, Kanoknon. (2009). *Tourist Motivation to Use Homestays in Thailand and Their Satisfaction Based on the Destination's Cultural and Heritage-Based Attribute*. Retrieved 06 1, 2019, from <https://search.proquest.com/pqdtglobal/docview/905178512/5F7F3BF4D1B04063PQ/3?accountid=3208>
- Pavlik, J. and McIntosh, S. (2004). *Converging Media: An Introduction to Mass Communication*. New York: Pearson.

<http://chiangrai.nso.go.th> <http://news.ch3thailand.com/local/48999>. เมื่อวันที่ 1 มิถุนายน 2562

<http://chiangrai.nso.go.th>. เมื่อวันที่ 1 มิถุนายน 2562

<http://www.homestaythai.net>. เมื่อวันที่ 1 มิถุนายน 2562

<http://chiangrai.nso.go.th> เมื่อวันที่ 1 มิถุนายน 2562

<https://www.nesdb.go.th>. เมื่อวันที่ 1 มิถุนายน 2562