



รายงานการวิจัย

เรื่อง

การพัฒนารูปแบบการสื่อสารเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างยั่งยืน

Development of Communication Model for Sustainable Agro-Tourism
Extension

รองศาสตราจารย์ ดร.เฉลิมศักดิ์ ตุ่มหิรัญ

รองศาสตราจารย์ ดร.จินดา ขลิบทอง

อาจารย์เพชร ทวีวงศ์

การวิจัยครั้งนี้ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยงบประมาณแผ่นดิน

ประจำปี 2560

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

ชื่อเรื่อง การพัฒนารูปแบบการสื่อสารเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างยั่งยืน

ผู้วิจัย รองศาสตราจารย์ ดร.เฉลิมศักดิ์ ตุ่มศิริชัย รองศาสตราจารย์ ดร.จินดา ขลิบทอง

และอาจารย์เพชร ทวีวงศ์

ปีที่แล้วเสร็จ 2563

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) บริบทและโครงสร้างของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร (2) กระบวนการสื่อสารภายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร (3) เครือข่ายการสื่อสารระหว่างแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร (4) ความต้องการ ปัญหา และข้อเสนอแนะของผู้เกี่ยวข้องในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร และ (5) พัฒนารูปแบบการสื่อสารเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างยั่งยืน ประชากรเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร จำนวน 26 แห่งในจังหวัดนนทบุรีและจังหวัดระยอง/ตราด สัมภาษณ์เจ้าของแหล่งท่องเที่ยวและผู้ให้ความร่วมมือ รวม 156 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพรรณนา สถิติเปรียบเทียบ การวิเคราะห์องค์ประกอบ และวิเคราะห์เชิงเนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 89.1 เห็นว่าปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับบริบทแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร จำนวน 18 ปัจจัยจาก 20 ปัจจัย มีความสำคัญในระดับมาก บริบทที่สำคัญมากสามอันดับ ได้แก่ สภาพแวดล้อม ความเชี่ยวชาญ และความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจ 2) ด้านอุปกรณ์การสื่อสารที่ใช้สื่อสารภายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร พบว่า กลุ่มตัวอย่างมากกว่าร้อยละ 70 เห็นว่าอุปกรณ์การสื่อสารที่สำคัญใช้ในการสื่อสารภายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร มี 4 ประเภท ได้แก่ สมาร์ทโฟน (79.5%) โทรศัพท์พื้นฐาน (74.4%) โทรทัศน์ (73.7%) และระบบอินเทอร์เน็ต (71.2%) การติดต่อสื่อสารและสื่อที่ใช้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ภายในแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($M = 3.93$ $SD = 0.954$) 3) การติดต่อสื่อสารของเครือข่ายการสื่อสารแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร พบว่ากลุ่มตัวอย่างร้อยละ 97.07 เห็นว่าการติดต่อสื่อสารของเครือข่ายโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยของการสื่อสารเครือข่ายทั้ง 33 ปัจจัยอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.57 ถึง 3.98 4) กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 94.68% มีระดับการได้รับความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในระดับมาก ($M = 4.02$ $SD = 0.805$) ร้อยละ 89.03 มีความต้องการความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในระดับมากที่สุด ($M = 4.33$ $SD = 0.662$) ปัญหาที่พบในระดับมาก ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวก และการบริการ โดยร้อยละ 83.14 มีความต้องการสื่อสารในระดับมากที่สุด ผ่านทางช่องทางอินเทอร์เน็ต ($M = 4.26$) และวีดิทัศน์ ($M = 4.21$) มีความต้องการวิธีการสื่อสารในระดับมากที่สุด จำนวน 2 วิธี ได้แก่ ได้แก่ การฝึกปฏิบัติ ($M = 4.36$) และทัศนศึกษา ($M = 4.35$) กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าปัญหาโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($M = 4.32$) และ 5) รูปแบบ (model) การสื่อสารเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างยั่งยืน สรุปได้เป็น 4 องค์ประกอบใหญ่ๆ ได้แก่ องค์ประกอบด้านการส่งเสริม การติดต่อสื่อสารระดับเครือข่าย การติดต่อสื่อสารระดับภายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร และตัวแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

คำสำคัญ การสื่อสาร การส่งเสริม การท่องเที่ยวเชิงเกษตร รูปแบบ

Title: Development of Communication Model for Sustainable Agro-Tourism Extension

Researchers: Associate Professor Dr.Chalerm Sak Toomhirun, Associate Professor Dr.Jinda Khibtong, and Petch Taveewong.

Year: 2020

Abstract

The objectives of this research were to study (1) the organization's context and profile, (2) the internal communication process, (3) network communication, (4) needs, problems and recommendations, and (5) development of communication model for sustainable agro-tourism extension. Research population comprised 26 agro-tourism attractions in Nonthaburi and Trat/Rayong. 156 tourist attractions business owners and participants were interviewed. Statistics used in data analysis included descriptive statistics, comparative statistics, factor analysis and content analysis.

The results of the research revealed that 1) 89.1 percent agreed that 18 of 20 factors related to agro-tourism contexts were important at the high level. The first three were environment, expertise, and sustainable economy. 2) Over 70% of the samples valued that 4 communication devices were for the internal communication. They were smart phone (79.5%), basic telephone set (74.4%), television (73.7%), and the internet (71.2%). The internal communication and media usage were at high level ($M = 3.93$ $SD = 0.954$). 3) 97.07 percent agreed that the 33 communication factors of the network communication for agro-tourism was at high level with mean between 3.57 to 3.98. 4) 94.68 percent of samples gained knowledge about agro-tourism at a high level ($M = 4.02$ $SD = 0.805$), and 89.03 percent needed useful knowledge about agro-tourism at highest level ($M = 4.33$ $SD = 0.662$). Problems in communication, including accommodation facilities and services providing, was at medium level. They need communication methods: through internet ($M = 4.26$) and video ($M = 4.21$) at the highest level. Two the extension methods through practice ($M = 4.35$) and excursions ($M = 4.35$) were needed. The overall problem level was at moderate level. (5) The communication model for sustainable agro-tourism extension included 4 components: agro-tourism extension, network communication, internal communication, and agro-tourism farms.

Keywords: Communication, Extension, Agro-tourism, Model