

บทคัดย่อ

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คณะวิจัยเห็นว่าการพัฒนาช่องทางประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ของศูนย์ศึกษาการพัฒนาเขาหินซ้อนอันเนื่องมาจากพระราชดำริ จังหวัดฉะเชิงเทรา ซึ่งการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้กำหนดระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method) ประกอบด้วย การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยว/ผู้มาเยือน ศูนย์ศึกษาการพัฒนาเขาหินซ้อนอันเนื่องมาจากพระราชดำริ และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) คณะวิจัยได้ทำการสัมภาษณ์และเก็บข้อมูลจากบุคลากรในศูนย์ศึกษาการพัฒนาเขาหินซ้อนอันเนื่องมาจากพระราชดำริ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สำนักงานฉะเชิงเทรา ผู้ประกอบการนำเที่ยว ชุมชนเกษตรกรในพื้นที่เชื่อมโยงเป้าหมายกับการท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยว เพื่อนำผลที่ได้มาสนับสนุนการวิจัยเชิงปริมาณ และมีการประชุมกลุ่มย่อยและสัมภาษณ์แบบเจาะลึก และนำข้อมูลที่ได้มาทบทวนเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) หลังจากนั้นจึงมีการพัฒนาหลักสูตรและโครงการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ 2 โครงการให้แก่บุคลากรในศูนย์ศึกษาการพัฒนาเขาหินซ้อนอันเนื่องมาจากพระราชดำริ และเกษตรกรจากพื้นที่เชื่อมโยงเป้าหมาย

ผลการศึกษาวิจัยครั้งนี้ จากการเก็บข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณ พบว่าช่องทางที่สนับสนุนให้คนเดินทางมานั้นมาจากการบอกกล่าวปากต่อปากถึงชื่อเสียงของศูนย์ศึกษาพัฒนาเขาหินซ้อนฯ สูงที่สุด ในขณะที่ช่องทางการรับข่าวสารผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต/เว็บไซต์ Facebook และบล็อกท่องเที่ยว ก็เป็นทางเลือกที่สำคัญของผู้รับข่าวสาร นอกจากนี้พบว่าสื่อที่สามารถเข้าถึงทุกกลุ่มช่วงอายุได้ดีคือ รายการโทรทัศน์, การบอกต่อจากบุคคลที่รู้จัก, สื่ออินเทอร์เน็ต/เว็บไซต์ และเฟสบุ๊ก ซึ่งสอดคล้องกับการประชาสัมพันธ์หลักของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรทั้ง 3 แหล่งในงานวิจัย และในส่วนของศูนย์ศึกษาการพัฒนาเขาหินซ้อนฯ ก็มีการประชาสัมพันธ์และการสื่อสาร โดยหน่วยงานหรือบุคคลภายนอกเป็นผู้จัดทำ เช่น การถ่ายทำรายการโทรทัศน์ ที่มีเป็นประจำ จึงทำให้ชื่อของศูนย์ศึกษาการพัฒนาเขาหินซ้อนอันเนื่องมาจากพระราชดำริเป็นที่รู้จัก และมีบอกกล่าวปากต่อปากถึงชื่อเสียงอย่างต่อเนื่อง

และจากการสัมภาษณ์เชิงลึกพบว่า บุคลากรของศูนย์ฯ มีความต้องการที่จะพัฒนาศักยภาพตนเองในด้านการนำเสนอในที่สาธารณะและการใช้สื่อและเทคโนโลยีเพื่อการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ ก็จะช่วยประชาสัมพันธ์และสนับสนุนการกิจการถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการเกษตร ซึ่งถือเป็นภารกิจหน้าที่หลักของศูนย์ศึกษาการพัฒนาเขาหินซ้อน อันเนื่องมาจากพระราช และหากสามารถนำเข้าสู่ช่องทางออนไลน์ หรือ โซเชียลเน็ตเวิร์คได้ ก็จะทำให้องค์ความรู้นั้นได้ถูกเผยแพร่ในวงกว้างมากยิ่งขึ้น อีกทั้งเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ที่จะก่อให้เกิด

การพัฒนาช่องทางประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของศูนย์ศึกษาการพัฒนาเขาหินซ้อนอันเนื่องมาจากพระราชดำริ

การมีส่วนร่วมและการพัฒนาอาชีพ และเป็นการต่อยอดพัฒนาคุณภาพชีวิตให้กับประชาชนได้มากยิ่งขึ้นอีกด้วย

คำสำคัญ: การประชาสัมพันธ์, การท่องเที่ยวเชิงเกษตร, ศูนย์ศึกษาการพัฒนาเขานินซอนอันเนื่องมาจากพระราชดำริ

Abstract

In the view of this research, public relations could heighten agro-tourism of Khao Hin Sorn Royal Development Study Center, Chachoengsao.

A mixed method of quantitative analysis based on questionnaire sampled from Khao Hin Sorn Royal Development Study Center tourists/visitors, as well as qualitative analysis was adopted in this study. In addition, the information from group and focus interviews with staff from Khao Hin Sorn Royal Development Study Center, Tourism Authority of Thailand – Chachoengsao, tour operator companies and local agricultural communities related to agro-tourism was also used in qualitative analysis to perform content analysis to be consistent with research questions and objectives. From that, two training workshops were created for staff at Khao Hin Sorn Royal Development Study Center and people from local agricultural communities related to agro-tourism:

Quantitative analysis suggested that the word of mouth was the best communication channel whereas internet media/websites facebook and travel blog were potential alternatives. In addition, the result showed that TV programs, word of mouth, internet media/websites and facebook could reach people from all the age groups. At present, Khao Hin Sorn Royal Development Study Center has a variety of public relations communication channel via the organization itself as well as external sources such as different TV programs which make the center a very popular attraction and, in turn, spread out to a wider audience.

Focus interviews suggested Khao Hin Sorn Royal Development Study Center staff need to improve their competencies in public presentation and the usage of media & technology in public relations resulting in the two training workshops (mentioned above) delivered to the staff. The knowledge and skills obtained indeed support agricultural knowledge transfer which is the prime directive of Khao Hin Sorn Royal Development Study Center, and allow the knowledge to be broadcasted through online media and social network to reach a wider group of people. This will, in turn, enrich agro-tourism resulting in participation, professional development and to further development of people's quality of life.

Keywords: Public Relations, Agrotourism, Khao Hin Sorn Royal Development Study Center